

UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE

Přírodovědecká fakulta

Katedra sociální geografie a regionálního rozvoje

**ZMĚNY V TRENDECH V ČESKÉM VÝJEZDOVÉM  
CESTOVNÍM RUCHU PO ROCE 1989**

**CHANGES IN CZECH OUTGOING TOURISM AFTER 1989**

Diplomová práce

Jan Martinec

Praha 2008

Vedoucí diplomové práce: RNDr. Jiří Vágner, Ph.D.

**Prohlášení**

Prohlašuji, že jsem předloženou diplomovou práci vypracoval samostatně s využitím literatury a pramenů uvedených v závěrečném seznamu.

V Praze dne 4. 8. 2008

.....

## **Poděkování**

Rád bych poděkoval RNDr. Jiřímu Vágnerovi, PhD. za odborný dohled a cenné připomínky během vypracování této diplomové práce. Dále děkuji společnostem Marco Polo a Freytag & Berndt za poskytnutí dat o prodeji map a cestovní literatury a Zdeňku Černému ze společnosti Ipsos Tambor za odborné konzultace.

## Abstrakt

Cestovní ruch představuje v současné době významný ekonomický, sociologický a geografický fenomén. Během posledního století se stal velmi důležitým odvětvím světové ekonomiky. Jeho význam netkví pouze v uspokojování potřeb člověka, zásadní je rovněž pro rozvoj průmyslu a obchodu. Vývoj cestovního ruchu v České republice byl zpomalen čtyřiceti lety komunistické totality, nicméně v současné době již hraje významnou úlohu v tuzemském hospodářství.

Cílem této práce je zhodnotit vývoj českého výjezdového cestovního ruchu po roce 1989. Jejím úkolem je identifikovat hlavní cílové destinace organizovaných, ale také individuálních turistů, odhalit jejich cestovní návyky a v případě klientů cestovních kanceláří zjistit nejdůležitější kritéria, která mají vliv na výběr zájezdu. Součástí práce je rovněž analýza českého výjezdového cestovního ruchu před rokem 1989, která se zvláště zaměřuje na pasové a vízové předpisy a na souvislosti mezi politickými událostmi a hlavními cíli tuzemských turistů.

Diplomová práce je rozčleněna do dvou základních částí. První část je teoretická a můžeme do ní zařadit první tři kapitoly, které se zabývají úvodem spolu s vymezením cílů a hypotéz, dále diskusí s literaturou a metodice. V praktické části se práce věnuje samotnému výjezdovému cestovnímu ruchu v Česku. Prvních několik kapitol čerpá z údajů zveřejňovaných Českým statistickým úřadem, poslední tři části potom pracují s daty získanými vlastním terénním šetřením. Jedná se o průzkum mezi tuzemskými touroperátory, dotazníkové šetření mezi klienty cestovních kanceláří a výzkum prodeje map a cestovní literatury.

Závěr práce je věnován syntéze dílčích poznatků a potvrzení či vyvrácení hypotéz. Dále je zde hodnocen přínos práce a jsou nastíněny možné směry budoucího výzkumu.

Klíčová slova: výjezdový cestovní ruch, cestovní kancelář, zájezd, cílová destinace

## **Abstract**

Tourism is becoming a more and more important economic, sociologic and geographic phenomenon of today. It has become a very important sector of world economy in the last century. Its significance lies not only in satisfying the human needs, but also in development of industry and trade. Progression of tourism in the Czech Republic was slowed down by forty years of communist totality, but in present it plays an important role in domestic economy.

This theses is aimed at an assessment of progression of Czech outgoing tourism after 1989. Its objective is to identify main destinations of organised and individual tourists, to discover their travel habits, and - in case of clients of Czech touroperators – to detect the most important criteria which affect their package tour selection. Part of this theses is also an analysis of Czech outgoing tourism before 1989, which is focusing principally on passport and visas prescripts and on connections between political events and main destinations of domestic tourists.

The theses is divided into two basic parts. The first part is theoretical and consist of the first three chapters: introduction and specification of aims and hypotheses, discussion with literature and methodology. The practical part of this theses deals with outgoing tourism in the Czech Republic. First several chapters draw from datas of Czech Statistical Office, last three parts work with datas from author's own field research which included research among domestic touroperators, interviews with clients of Czech touroperators, and research of maps and travel literature sales.

The theses conclusion deals with synthesis of partial knowledge and confirmation or refutation of hypotheses. It also comprises an evaluation of theses significance and possible directions of future research.

**Keywords:** outgoing tourism, touroperator, package tour, tourist destination

## Obsah:

1 Úvod .....	7
1. 1 Struktura práce .....	8
1. 2 Cíle práce a základní hypotézy .....	8
2 Diskuse s literaturou .....	10
2. 1 Literatura zabývající se historií cestovního ruchu .....	10
2. 2 Literatura zabývající se cestovním ruchem .....	11
3 Metodika .....	14
3. 1 Základní terminologie cestovního ruchu .....	14
3. 2 Metodika výzkumu cestovních kanceláří .....	15
3. 3 Metodika výzkumu prodeje map a cestovní literatury .....	18
3. 4 Metodika výzkumu mezi klienty cestovních kanceláří .....	19
4 Cestování do zahraničí před rokem 1989 .....	21
4. 1 Historie cestovního ruchu v mezinárodních souvislostech .....	21
4. 2 Cestování do zahraničí v letech 1848-1914 .....	22
4. 3 Cestování do zahraničí v letech 1914-1938 .....	24
4. 4 Cestování do zahraničí v letech 1938-1948 .....	26
4. 5 Cestování do zahraničí v letech 1948-1989 .....	27
5 Regionální rozložení mezinárodního cestovního ruchu .....	36
6 Výjezdový cestovní ruch v ČR po roce 1989 .....	41
6. 1 Kvantifikace výjezdového cestovního ruchu a jeho vývoj .....	41
6. 2 Cíle výjezdového cestovního ruchu .....	44
6. 3 Délka pobytu .....	48
6. 4 Sezónnost delších cest do zahraničí .....	48
6. 5 Použité dopravní prostředky .....	49
6. 6 Organizace cesty .....	52
6. 7 Účel cesty .....	53
6. 8 Kratší cesty do zahraničí .....	54
7 Výjezdový cestovní ruch zprostředkovaný činností cestovních kanceláří .....	56
7. 1 Vývoj počtu organizací zabývajících se cestovním ruchem .....	56
7. 2 Směry vyjížděky prostřednictvím cestovních kanceláří .....	61
7. 3 Porovnání organizovaného a individuálního cestovního ruchu .....	63

7. 4 Délka pobytu na zájezdech zprostředkovaných cestovními kancelářemi .....	64
8 Výzkum cestovních kanceláří .....	66
8. 1 Hlavní turistické destinace .....	66
8. 2 Formy zájezdů .....	70
8. 3 Ubytování .....	71
8. 4 Doprava .....	73
8. 5 Kritéria mající vliv na výběr zájezdu .....	76
9 Výzkum prodejů map a cestovní literatury .....	78
9. 1 Hlavní turistické destinace podle statistiky prodejů map a průvodců .....	78
9. 2 Krátkodobé víkendové pobyty .....	82
9. 3 Porovnání statistik prodejů s údaji cestovních kanceláří a daty za delší turistické cesty do zahraničí .....	84
10 Anketa mezi klienty cestovních kanceláří .....	86
10. 1 Cestovní návyky klientů cestovních kanceláří .....	86
10. 2 Preferované formy zájezdů .....	88
10. 3 Kritéria hrající roli při výběru zájezdu .....	90
10. 4 Cílové destinace .....	90
10. 5 Spokojenost klientů se službami cestovních kanceláří .....	93
11 Závěr .....	95
11. 1 Potvrzení či vyvrácení hypotéz .....	95
11. 2 Přínos práce .....	97
11. 3 Možné směry práce do budoucna .....	98
12 Seznam grafů a tabulek .....	99
13 Seznam použitých zkratk .....	102
14 Seznam literatury .....	103
15 Seznam příloh .....	107
16 Přílohy .....	108

# 1 Úvod

Cestovní ruch zažívá v Česku po roce 1989 obrovský rozmach. Roste životní úroveň, stoupá kupní síla obyvatelstva a zahraniční dovolená se pomalu stává standardem průměrné české domácnosti. Cestování do zahraničí již není privilegiem, jako tomu bylo v dobách totality, ale právem každého občana.

Nebylo tomu tak vždy. Celá druhá polovina 20. století byla ve znamení ostnatých drátů a minových polí na našich západních hranicích. Cestování bylo v omezené míře povoleno pouze do tzv. spřátelených socialistických států. Každý cestovatel však musel podstoupit zdlouhavou a nesmírně náročnou byrokratickou proceduru, mnohdy bez valné naděje, že mu bude udělen devizový příslib či vydán cestovní doklad.

Toto vše je již minulostí. Dnešní cestování se řídí zcela jinými mechanismy. Již o něm nerozhodují pohlaváři s rudou knížkou, ale principy volného trhu, systém nabídky a poptávky. Postupně mizí poslední překážky volného cestování. V prosinci 2007 vstoupila Česká republika do tzv. Schengenského prostoru, jsou rušena víza do vyspělých zámořských států. Jedinými limitujícími faktory dnes zůstávají ekonomické možnosti českého obyvatelstva.

Tato práce se zabývá výjezdovým cestovním ruchem v Česku, a to jak organizovaným, tak individuálním. Asi největší změnou, která souvisela s pádem komunistického režimu, byly směry vyjížděky tuzemských turistů. Hranice se otevřely a tisíce občanů začaly navštěvovat místa, která jim byla ještě donedávna zapovězena. Nezměnily se však jen preferované cílové destinace českých turistů, ale také jejich cestovní návyky. Zatímco dříve byla běžná dovolená v kempu či levném hostelu, dnešním standardem jsou minimálně tříhvězdičkové hotely. Mění se také nároky na způsob cestování. Největší změny bezesporu proběhly v letecké dopravě. Letadlo již dávno není dopravním prostředkem vyvolených, ale zcela běžnou součástí cestování velké části populace. S růstem kupní síly českého obyvatelstva roste také průměrná četnost zahraničních dovolených. V minulých dobách se jezdilo na zahraniční rekreaci jedenkrát za několik let, dnes není výjimkou ani několik výjezdů za rok.

Jaké jsou tedy současné trendy ve výjezdovém cestovním ruchu a jak se měnily v porevoluční době? Do jakých destinací každoročně míří nejvíce tuzemských turistů? Pokrývá nabídka cestovních kanceláří poptávku a jaké typy zájezdů upřednostňují čeští klienti? Podle jakých kritérií se při výběru zájezdu rozhodují? To jsou jen některé z otázek, na které by se tato práce měla pokusit odpovědět.



## **1.1 Struktura práce**

Práce je členěna do několika částí. V úvodní kapitole nastiňuji zaměření své práce, popisuji její strukturu, charakterizuji cíle práce a vytyčuji základní hypotézy, které se snažím svou prací potvrdit či vyvrátit. Druhá kapitola je věnována diskusi s literaturou související s tématem diplomové práce a přehledu pramenů, ze kterých bylo vycházeno. Ve třetí části se potom důkladněji věnuji metodice jednotlivých výzkumů a základní terminologii cestovního ruchu. Čtvrtá kapitola se zabývá cestováním československých občanů do zahraničí před rokem 1989. Nastiňuje přehled dobových pasových a vízových předpisů, věnuje se vlivu klíčových událostí 20. století na československý výjezdový cestovní ruch a v neposlední řadě se snaží lokalizovat preferované destinace tuzemských turistů v jednotlivých historických obdobích. V páté kapitole se věnuji mezinárodnímu cestovnímu ruchu a základním trendům, které v něm můžeme v posledních letech sledovat. Šestá kapitola se zabývá českým výjezdovým cestovním ruchem po roce 1989, přičemž vychází především z dat Českého statistického úřadu. Sedmá kapitola sleduje změny v organizovaném výjezdovém cestovním ruchu a sice opět s využitím dat ČSÚ. Osmá kapitola je věnována výsledkům průzkumu, který byl na podzim 2007 proveden mezi tuzemskými touroperátory. V deváté kapitole se věnuji výzkumu prodeje map a průvodců, který byl proveden mezi hlavními tuzemskými vydavateli a distributory cestovní literatury. V desáté kapitole se zabývám vyhodnocením průzkumu mezi klienty cestovních kanceláří a jeho porovnáním s výsledky ankety provedené mezi zástupci českých touroperátorů. Konečně v jedenácté kapitole potvrzují nebo vyvracím hypotézy, hodnotím splnění cílů práce a její celkový přínos, a nastiňuji možné směry dalšího bádání.

## **1.2 Cíle práce a základní hypotézy**

Český výjezdový cestovní ruch prodělal po roce 1989 hluboké změny. Již není řízen pomocí restriktivních opatření, ale tržními mechanismy nabídky a poptávky. Cestování do zahraničí se zpřístupnilo většině populace, stalo se trvalou součástí životního stylu.

Cílem této práce je zjistit základní trendy v současném českém výjezdovém cestovním ruchu, identifikovat preferované destinace tuzemských turistů a zjistit, jak se liší v závislosti na způsobu organizace cesty. Na základě kvalitativních výzkumů mezi českými touroperátory a jejich klienty se pokouším určit, jaká kritéria hrají při výběru zájezdu největší roli, jaké jsou

nároky účastníků organizovaného cestovního ruchu a zda nabídka tuzemských cestovních kanceláří odpovídá poptávce českých turistů.

V práci se snažím potvrdit tyto hypotézy:

1) Politické události druhé poloviny 20. století měly přímý vliv na hlavní směry československého výjezdového cestovního ruchu.

2) Struktura preferovaných cílových destinací českých turistů se v posledních deseti letech příliš nezměnila.

3) Klienti cestovních kanceláří cestují více do vzdálenějších destinací, individuální turisté naopak do bližších států.

4) Nabídka tuzemských cestovních kanceláří plně neodpovídá poptávce českých turistů.

5) Přestože roste kupní síla českého obyvatelstva, cena zůstává klíčovým kritériem při výběru zájezdu.

6) Za posledních deset let výrazně vzrostly nároky klientů cestovních kanceláří na dopravu a kvalitu ubytování.

## 2 Diskuse s literaturou

### 2.1 Literatura zabývající se historií cestovního ruchu

Historií cestovního ruchu se zabývá poměrně velké množství publikací, i když mnoho z nich pouze v obecné rovině. Jen málo autorů se přitom věnuje tomuto tématu cíleně, většinou se jedná o součásti souborných prací, věnujících se turismu či cestovnímu ruchu jako celku.

Většina autorů řadí počátky cestovního ruchu do 17. či 18. století. Kupříkladu britský autor Inglis (2000) považuje za vznik turismu období po roce 1763, kdy byly v Evropě podepsány mírové smlouvy ukončující tzv. Sedmiletou válku. Tehdy dochází k rozmachu tzv. Grand Tour, tedy vzdělávacích a poznávacích cest mladých šlechticů a dědiců panství po evropském kontinentě. Nejčastějšími cíly těchto cest byla přitom Francie a Itálie. Z termínu Grand Tour byl posléze odvozen pojem turismus.

Historickému vývoji cestovního ruchu je věnuje německý geograf Walter Freyer (2006), který vyčleňuje čtyři základní fáze – předfáze, počáteční fáze, rozvojová fáze a vrcholová fáze. Klíčovými kritérii, ze kterých při tomto dělení vycházel, jsou druhy dopravních prostředků, základní motivace cestování a typologie účastníků cestovního ruchu.

Jiný pohled přinášejí na vývojové fáze cestovního ruchu autoři Burkart a Medlik (1974). Rozvoj cestovního ruchu je podle nich úzce spojen s technickým pokrokem v dopravě, podle kterého vyčleňují tři základní etapy. První etapu spojují s rozvojem železniční dopravy, druhou se vznikem automobilismu a třetí s nástupem letecké přepravy v období po první světové válce. Autoři přitom vycházejí z jasného předpokladu, že doprava je nutnou podmínkou rozvoje turismu a výše uvedené členění odráží její vývoj.

Řada dalších etapizací cestovního ruchu považuje za klíčové mezníky obě světové války. Historický vývoj turismu většinou člení na tři základní etapy – první do roku 1914, druhá 1914-1945 a třetí po roce 1945 (Dohnal 1969, Kopšo, 1979).

S dalším historickým členěním se můžeme setkat v práci M. Heskové (1999). Autorka vyčleňuje čtyři základní fáze – prvopočátky cestovního ruchu (480 př. n. l. – 16. století), začátky moderního cestovního ruchu (17. – 19. století) a novodobý cestovní ruch, který rozděluje do dvou podfází (1918-1948 a do roku 1989). Toto členění je zajímavé hlavně z toho důvodu, že bere v potaz specifika historického vývoje Československa.

Z historických prací, věnujících se historii cestování, je možno jmenovat práci N. Ohlera (2003). Jeho publikace se věnuje cestování ve středověku, kdy byla tato činnost vyčleněna pouze úzké skupině obyvatel. Dozvídáme se zde o poutních a objevitelských cestách, ale také třeba o používaných dopravních prostředcích, typech ubytování pocestných či hlavních motivacích, které vedly středověkého člověka k cestování.

Pro dějiny cestování v českých zemích je klíčová práce historika Jana Rychlíka z Ústavu pro soudobé dějiny AV ČR (Rychlík 2007). Autor se věnuje cestování do zahraničí v období 1948 – 1989, přičemž na problematiku nahlíží optikou pasové, vízové a vystěhovalecké politiky rakouských a posléze československých úřadů. Jeho práce vychází především z archivních dokumentů.

Zcela zásadní prameny, vztahující se k historii výjezdového cestovního ruchu na našem území, jsou umístěny v Archivu Ministerstva vnitra České republiky a v bývalém archivu ÚV KSČ, který je nyní součástí Národního archivu ČR. Zajímavé informace může poskytnout také dobový tisk, který je soustředěn v Oddělení časopisů Knihovny Národního muzea.

## **2.2 Literatura zabývající se cestovním ruchem**

Geografií cestovního ruchu se zabývá řada učebnic a středoškolských skript. Mezi nejstarší patří práce S. Šprincové (1975), obsahující vymezení cestovního ruchu, předpoklady pro jeho vznik, rozvoj a rozmístění. Tento text se rovněž zabývá působením cestovního ruchu na životní prostředí a hospodářství. Další důležitou publikací je práce slovenského autora P. Mariota (1983), která se zaměřuje na hodnocení územních aspektů rozvoje cestovního ruchu a rekreace. Z publikací vydaných před rokem 1989 stojí za zmínku ještě práce autorů Wokouna a Vystoupila (1987), která se zabývá jednotlivými typy cestovního ruchu a hlavními rysy individuální víkendové rekreace.

Po roce 1989 vychází řada nových publikací, které již reflektují společenské, politické a ekonomické podmínky tržního hospodářství. Jednou z prvních je učebnice Zeměpis cestovního ruchu (Mariot, Müllerová 1992), která se zaměřuje hlavně na hodnocení předpokladů rozvoje cestovního ruchu na území Československa. V regionální části se potom věnuje nejvýznamnějším tuzemským, ale i zahraničním turistickým oblastem.

Studentům ekonomických škol jsou určeny učebnice autorů Vaška (1994) a Jakubíkové, Ježka a Pavláka (1995). Zabývají se hlavně činiteli, ovlivňujícími cestovní ruch a službami jednotlivých subjektů, které v něm podnikají.

Učebnice S. Mirvalda (1996) se opět věnuje druhům a formám cestovního ruchu, jeho předpokladům (selektivní, lokalizační, realizační) a v neposlední řadě také jeho mezinárodní organizaci. Druhá část této práce je věnována jednotlivým světovým, ale i tuzemským turistickým oblastem. Podobně je zaměřena také učebnice V. Hraly (1997) a koneckonců také novější práce autorů Štěpánka, Kopačky a Šípa (2001). Učebnice D. Ruskové a J. Štýrského (1997) je mnohem více zaměřena na historii evropského kontinentu, kterou přináší ve stručném přehledu. Druhá část publikace se opět věnuje jednotlivým světovým turistickým destinacím.

Pro pracující v cestovním ruchu je určen učební text M. Čertíka (2001), zabývající se hlavně organizací a řízením cestovního ruchu, ale také práce autorů Zelenky a Jonáše (1998), která se zaměřuje na využití počítačů v cestovním ruchu.

Skriptum Cestovní ruch autorky E. Francové (2003) obsahuje přehled nejpodstatnějších informací z oblasti teorie a praxe tohoto oboru. Je zde důkladně rozebrána terminologie, struktura organizace a řízení cestovního ruchu, ale také legislativa s ním spojená. Několik kapitol je věnováno také službám cestovního ruchu.

Další učebnicí, kterou je nutno zmínit, je práce autorů Attla a Nejdla (2004), která je určena studentům oboru hotelnictví. Struktura publikace je podobná jako u předchozích, mnohem větší prostor je zde však věnován historickému vývoji cestovního ruchu, který je zasazen do politického, ekonomického a sociálního kontextu.

Rozsáhlou prací, která se zabývá terminologií cestovního ruchu je Výkladový slovník cestovního ruchu (Pásková, Zelenka 2002). Najdeme zde základní definice jednotlivých součástí tohoto odvětví, ale také například výklad současných marketingových technik. Jednotlivá hesla jsou abecedně řazena.

Cestovnímu ruchu se pochopitelně věnuje také řada zahraničních autorů. Za zmínku stojí obecné práce autorů, jako jsou Kowalczyk (2002), Lew, Hall, Williams (2004), Pearce (1987), Shaw, Williams (2004). Teorii cestovního ruchu se věnuje výkladový slovník R. Johnstona (2001). Zajímavou prací, která se zabývá současnými trendy v outdoorové rekreaci je publikace autorů Gartnera a Limeho (2000). Politickými předpoklady turismu se zase zabývá Hall (1994). Podobně je zaměřen také sborník Hall, Smith, Marciszweska (2006), který se zvláště věnuje novým výzvám a příležitostem souvisejícím s rozšířením Evropské unie. Rekreací se potom zabývají práce Ch. Ryana (2003) nebo Halla a Millera (2004).

Cestovnímu ruchu se v České republice věnuje také jedno významné periodikum, které je určeno pro odbornou veřejnost. Je jím měsíčník COT Business. Každé číslo tohoto časopisu je rozděleno do několika stálých rubrik. Účelům práce nejvíce odpovídaly části věnované statistice, současným trendům a výjezdovému cestovnímu ruchu.

Cenné informace poskytují také mnohé internetové stránky. Za všechny je možno jmenovat webové prezentace České centrály cestovního ruchu ([www.czechtourism.cz](http://www.czechtourism.cz)), Ministerstva pro místní rozvoj ([www.mmr.cz](http://www.mmr.cz)), společnosti Mag Consulting ([www.magconsulting.cz](http://www.magconsulting.cz)), časopisu COT Business ([www.cot.cz](http://www.cot.cz)), a Českého statistického úřadu ([www.czso.cz](http://www.czso.cz)). Ze zahraničních se potom jedná především o stránky Mezinárodní organizace cestovního ruchu – World Tourism Organization ([www.unwto.org](http://www.unwto.org)).

Na závěr je třeba říci, že valná většina zde uvedené literatury se zabývá domácím cestovním ruchem, a nebo cestovním ruchem obecně. Českému výjezdovému CR se věnují spíše okrajově a většinou pouze popisují světové turistické destinace. Na českém trhu se v současné době nevyskytuje žádná publikace, která by se zabývala touto částí tuzemského cestovního ruchu. Tato práce tedy pracuje hlavně s dostupnými statistikami, každoročně zveřejňovanými Českým statistickým úřadem a s daty, které byly získány vlastním výzkumem.

### 3 Metodika

V první části této metodické kapitoly se věnuji základním pojmům cestovního ruchu, se kterými v práci často operuji. Další podkapitoly jsou potom věnovány metodice jednotlivých výzkumů.

#### 3.1 Základní terminologie cestovního ruchu

Dříve, než se pustíme do problematiky, která je předmětem této práce, musíme si vymezit základní pojmy.

Cestovní ruch je možno rozdělit na dvě základní části. **Příjezdový cestovní ruch** (též aktivní nebo incoming) zahrnuje příjezdy zahraničních návštěvníků do hostitelské země, **výjezdový cestovní ruch** (též pasivní nebo outgoing) potom zahrnuje výjezdy domácích občanů do zahraničí (CzechTourism 2008). Podle způsobu organizace cesty dále můžeme vyčlenit **organizovaný** a **neorganizovaný (individuální) cestovní ruch**. Účastníkovi organizovaného cestovního ruchu zajišťuje cestu i pobyt cestovní kancelář či jiná organizace. Naopak účastník neorganizovaného cestovního ruchu si vše potřebné zajišťuje sám (Francová 2003).

V organizovaném cestovním ruchu se setkáme s několika základními pojmy. Zvláště důležité je vymezení rozdílů mezi cestovní kanceláří a cestovní agenturou. Podle výkladového slovníku cestovního ruchu je **cestovní kancelář** (touroperator) definována jako organizace, která nabízí, rezervuje a prodává vlastní zájezdy, zájezdy připravené jinými cestovními kancelářemi a další služby cestovního ruchu individuálním zájemcům a jiným cestovním kancelářím. Naproti tomu **cestovní agentura** (travel agency) je zde definována jako organizace prodávající zájezdy vytvořené cestovními kancelářemi, přičemž individuálnímu zákazníkovi může cestovní agentura prodávat jednotlivé služby cestovního ruchu a zájezdy pouze jako zprostředkovatel cestovních kanceláří (Pásková, Zelenka 2002).

Oba tyto pojmy jsou přesně popsány v zákoně č. 159/1999 Sb. o některých podmínkách podnikání v cestovním ruchu. Majitelům cestovních agentur zde však nebyla jasně uložena povinnost označit své provozovny a propagační materiály slovy „cestovní agentura“, čímž docházelo k úmyslnému matení spotřebitelů (Francová 2003). Tuto nesrovnalost odstranila až novela výše zmíněného zákona z roku 2006 (č. 214/2006 Sb.).

O dalších vlivech, které měl zákon č. 159/1999 Sb. na organizace podnikající v cestovním ruchu, bude pojednáno v kapitole 7.

S organizovaným cestovním ruchem dále souvisí pojem **zájezd** (package tour). Ten je podle výkladového slovníku cestovního ruchu definován jako předem sestavená kombinace alespoň dvou služeb, je-li prodávána nebo nabízena k prodeji za souhrnnou cenu a je-li služba poskytována po dobu přesahující 24 hodin, nebo když zahrnuje ubytování (přes noc), dopravu nebo jiné služby cestovního ruchu (Pásková, Zelenka 2002).

Dalšími pojmy, se kterými tato práce pracuje, jsou **delší cesta** a **kratší cesta**. Český statistický úřad je definuje následovně. Delší cesta je cesta za účelem trávení volného času a rekreace, při které osoba alespoň 4x za sebou přenocovala mimo své obvyklé prostředí. Kratší cesta potom cesta za účelem trávení volného času a rekreace, při které osoba alespoň 1x a nejvíce 3x nepřetržitě za sebou přenocovala mimo své obvyklé prostředí (ČSÚ 2006).

**Převažujícím účelem cesty** se rozumí jeden hlavní účel, který se na uvedenou cestu hodí nejlépe a který také rozhodne o tom, zda-li tato cesta patří do oblasti cestovního ruchu. **Hlavní cíl cesty** je potom místo, které cestující považuje za nejdůležitější. Pokud se respondent nemůže rozhodnout, který cíl to je, lze zvolit za hlavní cíl místo, kde osoba strávila nejvíce času (ČSÚ 2006).

### 3.2 Metodika výzkumu cestovních kanceláří

Výzkum cestovních kanceláří byl proveden v několika kolech v období od července do listopadu 2007. V prvním kole bylo emailem osloveno celkem 90 subjektů, z nichž však odpověděla pouze jediná cestovní kancelář. Ve druhém kole bylo využito služeb České pošty. Podle internetových prezentací bylo vybráno po jednom touroperátorovi z každého krajského města (kromě Prahy), přičemž byl kladen důraz na to, aby nabídka zájezdů těchto subjektů byla co možná nejširší. Návratnost byla v tomto případě podstatně vyšší, kladně odpovědělo celkem šest cestovních kanceláří. Ve třetím kole bylo přistoupeno k osobním návštěvám jednotlivých, většinou pražských, touroperátorů. Při výběru byly použity žebříčky TOP 10 cestovních kanceláří, tak jak je každoročně sestavuje společnost Mag Consulting. Z touroperátorů, kteří se dlouhodobě umísťují na čelních pozicích, však poskytly své údaje pouze CK Fischer, Sunny Days, Alexandria a ESO. Dále byla navštívena řada menších cestovních kanceláří, při jejichž výběru byl brán zřetel na šíři nabídky prezentovanou na jejich internetových stránkách. Celkem bylo tímto způsobem osloveno 30 subjektů, přičemž 16



z nich poskytlo pro výzkum své údaje. Celkem se tedy podařilo nashromáždit 23 vyplněných dotazníků (tabulka č. 1).

Z pracovních důvodů byly cestovní kanceláře rozděleny podle velikosti do dvou skupin, přičemž hranici tvořil počet 10 tisíc klientů za rok (skupina „velké“ a „malé“ CK). U některých touroperátorů nastal problém, jelikož neuvedli počty svých zákazníků. V takovém případě byl použit kvalifikovaný odhad Mgr. Lenky Ludvíkové z CK Kiwi (Ludvíková 2008). Mezi velké cestovní kanceláře byla zařazena také CK ESO Travel, která sice co do počtu klientů nepatří k největším, nicméně v žebříčku tržeb se v roce 2006 umístila na pátém místě (Mag Consulting 2006). Je to dáno především tím, že se zaměřuje na bohatou klientelu. Rovněž struktura jednotlivých charakteristik jejích zájezdů spíše odpovídá skupině větších cestovních kanceláří.

**Tabulka č. 1: Seznam CK, ve kterých proběhl výzkum**

Název CK	Sídlo
<b>Velké</b>	
Fischer	Praha
Sunny Days	Praha
Alexandria	Praha
I'm traveling	Praha
ESO travel	Praha
Čebus	Brno
Geops	Praha
Ruefa reisen	Praha
Travelplus	Praha
<b>Malé</b>	
Kiwi	Praha
Bena tour	Praha
Satur	Praha
Pinoccio	Praha
Karavela	Praha
Nemo	Praha
S.E.N.	Praha
Daniela	Praha
Even	Lysá n. Labem
Krasim	Jihlava
Best tour	Liberec
Akvila travel	Olomouc
Máj	České Budějovice
Poznání	Pardubice

*Zdroj: vlastní výzkum 2007*

Dotazník (viz příloha č. 4) se skládá celkem z pěti otázek (pomineme-li otázku po jméně a sídle CK). První otázka si kladla za úkol zjistit hlavní cílové destinace, do nichž mířila většina zájezdů dotyčných cestovních kanceláří a spolu s tím alespoň přibližné počty klientů. Byly vybrány roky 2006, 2001, 1996 a 1990-1992 a ke každému roku bylo přiřazeno pět možných destinací. Hlavním cílem bylo zjistit, zda se struktura cílových destinací, které do dotazníku doplnili jednotliví touroperátoři, shoduje se strukturou turistických delších cest tak, jak je uvádí Český statistický úřad.

Při zpracovávání této otázky došlo k určitým metodickým problémům. Některé cestovní kanceláře totiž k jednotlivým destinacím doplnily absolutní čísla (počty klientů), některé relativní čísla (procenta) a některé uvedly pouze preferované státy (destinace 1-5) bez jakýchkoli číselných údajů. Je to dáno tím, že tato otázka byla poměrně citlivá a mnozí touroperátoři považovali údaje o počtech klientů za své obchodní tajemství. Další problém spočíval v tom, že starší údaje vyplňovala stále menší část cestovních kanceláří. Zatímco destinace za rok 2006 uvedli všichni touroperátoři, za rok 2001 tak učinilo 70 %, za rok 1996 57 % a za roky 1990-1992 dokonce jen 39 % cestovních kanceláří. Zároveň si je třeba uvědomit, že zvláště starší data mohou být zkreslena aktuálními trendy. Mnohdy se jedná o kvalifikované odhady, nikoli přesná čísla. Ne všechny cestovní kanceláře totiž údaje o svých zájezdech archivují tak hluboko do minulosti.

Pro zpracování první otázky byla nakonec vybrána metoda vážených hodnot. Destinace uvedené na prvním místě byly násobeny koeficientem 5, na druhém místě koeficientem 4, na třetím koeficientem 3 atd. (tabulka - příloha č. 5). Údaje byly zpracovány pro všechny výše uvedené roky, navíc byl vypočítán průměr za celé sledované období.

Druhá otázka se týká forem zájezdů, které klienti jednotlivých cestovních kanceláří upřednostňují. Pracuje se zde s procentuálními odhady.

Stejně tak je tomu u třetí a čtvrté otázky, které zjišťují nejnovější trendy v preferencích ubytování (hotel, penzion, hostel, kemp) a dopravy (letecká, autobusová, vlastní). Opět se jedná o procentuální odhady, doplněné o subjektivní dojmy jednotlivých touroperátorů o vývoji v dané oblasti (růst, stagnace, pokles).

Konečně poslední otázka zjišťuje kritéria, podle jakých kritérií si klienti cestovních kanceláří vybírají své zájezdy. Na základě známkování jednotlivých touroperátorů (na stupnici 1-7, kde 1 je nejdůležitější a 7 nejméně zásadní), byl vytvořen žebříček faktorů, které při plánování dovolené hrají mezi klienty nejdůležitější roli.

### 3.3 Metodika výzkumu prodeje map a cestovní literatury

Výzkum prodeje map a cestovní literatury byl proveden na podzim roku 2007. Byla v něm použita data dvou největších vydavatelských a distribučních společností, které působí na tuzemském trhu s mapami a cestovní literaturou. Jedná se o společnosti Marco Polo a Freytag & Berndt. Podle kvalifikovaného odhadu Mgr. Tomáše Lejska z obchodu Kiwi – svět map a průvodců ovládají tyto dvě společnosti cca 80 % českého trhu (Lejssek 2008).

Zástupci těchto firem pro účely výzkumu laskavě poskytli data o prodeji map a průvodců nejen vlastní výroby, ale i jiných vydavatelství, která mají v distribuci. Všechna data se vztahují k letům 2002-2006. Starší data bohužel nejsou k dispozici.

Pro účely práce byla vytvořena vlastní regionalizace, která podle mého názoru nejlépe odpovídá specifikům českého výjezdového cestovního ruchu. Údaje o prodeji obou výše zmíněných společností byly sloučeny v jeden celek a podle destinací, kterých se týkaly následně rozděleny do celkem 23 geografických regionů (tabulka – příloha č. 6). V rámci Evropy byly většinou vyčleněny jednotlivé státy, případně skupiny států (bývalá Jugoslávie, Benelux, Pyrenejský poloostrov), zbytek světa byl rozdělen do několika makroregionů (bývalý SSSR, Asie, USA+Kanada, Latinská Amerika, Afrika, Austrálie+Oceánie). Navíc byla vytvořena speciální skupina středomořských států, která se stává častým cílem tuzemských turistů (Turecko, Kypr, Izrael, Egypt, Tunisko, Malta a Maroko). Přestože některé z těchto států geograficky patří k Africe nebo Asii, z hlediska českého výjezdového cestovního ruchu se od těchto makroregionů výrazně odlišují.

V rámci jednotlivých států či regionů, byly ještě vyčleněny drobnější celky. Jedná hlavně o metropole evropských států. Cílem bylo zjistit, jak se zde projevil trend posledních let – tzv. eurovíkendy či citybreaks.

Problém, se kterým jsem se během zpracovávání tohoto výzkumu potýkal, spočíval v tom, že ne všechny mapy a průvodce se na trhu pohybovaly stejně dlouhou dobu. Uvedení nového titulu na trh, nebo naopak stažení či rozebrání staršího titulu znamenalo meziroční posuny v řádech stovek kusů. Příkladem mohou být francouzské turistické mapy IGN, které začaly být distribuovány firmou Freytag & Berndt až od roku 2003.

Dále je třeba si uvědomit, že údaje poskytnuté oběma distribučními společnostmi se týkají počtu prodaných kusů map a průvodců. Tato data nelze v žádném případě ztotožňovat

s počty vycestovalých osob. Individuální turisté si totiž vcelku běžně zakupují kromě průvodce také mapu, někdy i několik map.

Přesto se domnívám, že získaná data o prodeji map a průvodců vcelku jasně vypovídají o preferovaných destinacích výjezdového cestovního ruchu a pomáhají v dotvoření obrazu o cestování českých turistů do zahraničí.

### 3.4 Metodika výzkumu mezi klienty cestovních kanceláří

Výzkum mezi klienty cestovních kanceláří probíhal od podzimu 2007 do jara 2008 a probíhal formou ankety (viz příloha č. 7). Terénní šetření probíhalo ve dvou fázích. V první byli osloveni titíž touroperátoři, jako ve výzkumu cestovních kanceláří, s prosbou o spolupráci. Anketa měla být klientům nabízena k vyplnění přímo v prostorách CK nebo v průběhu některého ze zájezdů. Úspěšnost však byla poměrně malá. Zástupci touroperátorů většinou nechtěli „obtěžovat“ své klienty vyplňováním dotazníků, které neměly s jejich činností nic společného. Se spoluprací nakonec souhlasily tři cestovní kanceláře, přičemž dvě z nich se řadí do skupiny „malých“ a jedna „velkých“ CK (tabulka č. 2).

Ve druhé fázi bylo přistoupeno k osobnímu dotazování klientů. Šetření bylo prováděno v prostorách obchodu s cestovní literaturou KIWI – svět map a průvodců. Tímto způsobem byla získána plná čtvrtina z celkového množství vyplněných anket (tabulka č. 2).

**Tabulka č. 2: Místa sběru v průběhu terénního šetření mezi klienty CK**

Název CK	Počet vyplněných anket
CK Kiwi	90
Ideal Tour	30
ESO Travel	30
Vlastní sběr (v prodejně map a průvodců Kiwi)	50
<b>Celkem</b>	<b>200</b>

*Zdroj: terénní šetření 2007/2008*

Dotazník má celkem 12 otázek (viz příloha č. 7), které zjišťují podobné charakteristiky jako anketa mezi cestovními kancelářemi. První dvě otázky zjišťují, kolikrát do roka využívají klienti, při cestách do zahraničí, služeb cestovních kanceláří a s kým na zájezdy obvykle cestují. Další otázky jsou zaměřeny na preferované formy zájezdů (pobytový, poznávací, sportovní), kritéria, podle kterých se zákazníci při výběru dovolené s CK rozhodují

a obvyklou délku jimi absolvovaných zájezdů. Šestá a sedmá otázka se týká preferovaných cílových destinací (evropských i exotických), které klienti prostřednictvím tuzemských touroperátorů navštěvují. V další části byli zákazníci dotazováni, zda prostřednictvím CK vyražejí také na zahraniční zimní lyžařskou dovolenou a jestli jsou spokojeni s nabídkou tuzemských touroperátorů. Poslední část ankety obsahovala tzv. identifikační otázky (věk, nejvyšší dosažené vzdělání, velikost trvalého bydliště).

Ankety byly zpracovány ve statistickém programu SPSS a výsledné tabulky byly následně převedeny do programu Microsoft Excel (tabulka – příloha č. 8).

Při zpracování dat se vyskytlo několik problémů. U některých otázek zaškrtnli dotazovaní více odpovědí, takže v konečném součtu dávají možné odpovědi více než 100 %. Pro tyto případy byly použity sloupcové grafy. Naopak u otázek, ve kterých bylo zaškrtnuto vždy po jedné odpovědi, se problém nevyskytl a bylo tedy použito koláčových grafů.

U otázek, které se dotazovaly po nejčastěji navštěvovaných destinacích, celkový součet také vždy přesahuje 100 %. Opět je to dáno tím, že někteří lidé vyplnili více než jeden stát. Uvedená data tedy v žádném případě nelze ztotožňovat s počty cestujících osob. Vcelku jasně však vypovídají o převažujících preferencích. Pro účely grafů byly některé státy sloučeny do větších skupin (zvláště u otázky na exotické destinace). Bylo tak učiněno kvůli lepší porovnatelnosti.

Vypovídací hodnota terénního šetření může být ohrožena příliš úzkým vzorkem cestovních kanceláří, ve kterých tento výzkum probíhal. Týká se to především otázky č. 3, která zjišťovala preferované formy zájezdů. Zatímco oba menší touroperátoři (CK Kiwi, Ideal Tour) se zaměřují na poznávací zájezdy, nabídku CK ESO Travel tvoří hlavně zájezdy za exotikou, přičemž jsou v ní rovnoměrně zastoupeny pobytové i poznávací zájezdy. K podobných zkrslením mohlo dojít ještě u dvou dalších otázek (č. 4 a 7). První se týkala kritérií, podle kterých se klienti rozhodují při výběru zájezdů. CK ESO Travel se totiž orientuje na movitější klientelu, což mohlo výsledky této otázky mírně ovlivnit. Podobně je tomu i druhé zmiňované otázky, která zkoumala, zda klienti po roce 1989 navštívili některou exotickou destinaci. Na většinu ostatních však podle mého názoru neměla šíře vzorku velký vliv.

## 4 Cestování do zahraničí před rokem 1989

Cestování československých občanů do zahraničí bylo před rokem 1989 významně ovlivňováno aktuální politickou situací. Před rokem 1938 byl výjezdový cestovní ruch naprosto běžnou záležitostí. Účastnily se ho široké vrstvy obyvatelstva a státní orgány mu nekladly žádné nebo pouze minimální překážky.

Radikální změna nastává po rozbití republiky v letech 1938/1939. Německá okupační správa uzavřela hranice a cestování tím prakticky znemožnila. Situace se nezlepšila ani po skončení druhé světové války. Komunistický režim udělal z cestování do ciziny privilegium, kterým byli odměňováni pouze režimu loajální občané. Od druhé poloviny 60. let byl sice režim na hranicích částečně uvolňován, týkalo se to však pouze tzv. socialistických států. Cestování do západní Evropy zůstalo i nadále běžnému člověku nedostupné.

### 4.1 Historie cestovního ruchu v mezinárodních souvislostech

Cestování do zahraničí za účelem rekreace se stává fenoménem během druhé poloviny 19. století. Cestovní ruch sice existoval i před tímto obdobím, byl však vymezen pouze úzké skupině obyvatel, ve které dominovala hlavně šlechta a bohatí měšťané. Důvody zahraničních cest byly hlavně obchodní, případně diplomatické či náboženské (poutní cesty). O cílené rekreaci v této době ještě nemůže být řeč.

Německý geograf Walter Freyer rozčlenil historii cestovního ruchu do čtyř vývojových fází (Freyer 2006), přičemž za hlavní rozlišovací znaky jednotlivých etap považoval druhy dopravních prostředků, základní motivaci cestování a typologii účastníků cestovního ruchu.

V tzv. předfázi (Vorphase) se cestování týkalo opravdu jen úzké skupiny obyvatel. Převládaly poutní a obchodní cesty, dále potom cesty za vzděláním (významné evropské univerzity). V této souvislosti se objevují také první cestopisy, které upozorňovaly poutníky na možnosti přespání a občerstvení na dlouhé cestě (Ohler 2003). Zapomenout nesmíme ani na středověké křížové výpravy a objevitelské cesty, které získávají na významu s počátkem renesance. Cestovalo se hlavně koňmo nebo pěšky, nejpohodlnějším způsobem cestování byla potom lodní doprava, která však byla závislá na řadě vnějších faktorů (splavnost řek, počasí, slapové jevy).

S vynálezem železnice a parního stroje dochází k prudkému rozvoji cestování. Freyer označuje toto období jako tzv. počáteční fázi (Anfangsphase) a vymezuje ji lety 1850-1914. Prosazuje se cestování za účelem rekreace, případně za zotavením. Mezi hlavní cíle patřilo Středomoří a horské oblasti (hlavně Alpy). Cestování přestává být výsadou elit a postupně se prosazuje tzv. nová střední vrstva (Freyer 2006), reprezentovaná hlavně měšťanstvem.

Třetí, tzv. rozvojová fáze (Entwicklungsphase) je vymezena lety 1914-1945 a je pro ni charakteristický další rozvoj dopravních prostředků. Železniční doprava dosahuje svého vrcholu a postupně se začíná prosazovat doprava silniční a letecká. Dochází k bouřlivému rozvoji cestovních kanceláří a cestování se stále více komercializuje. Proces otevírání se stále širším vrstvám obyvatel nadále pokračuje.

Poslední, tzv. vrcholová fáze (Hochphase) začíná po roce 1945 a trvá prakticky do současnosti. Železniční doprava postupně ztrácí na významu a stále více se prosazuje doprava silniční a letecká, přičemž obzvláště druhá jmenovaná zažívá od přelomu tisíciletí obrovský boom. Cestování se stává naprosto běžnou záležitostí, dostupnou téměř všem vrstvám obyvatel.

Publikace Waltera Freyera přirozeně není jedinou prací, která se zabývá historií cestovního ruchu. Tomuto tématu se věnuje řada zahraničních (Inglis 2000; Burkart, Medlik 1974), ale i domácích autorů (Dohnal 1969; Kopšo 1979; Hesková 1999). Freyerovo členění je však nejrozšířenější.

Vývoj cestovního ruchu na našem území odpovídal Freyerovu schématu pouze do roku 1938. Za německé, resp. komunistické totality byly možnosti cestování značně omezené a týkaly se pouze úzké skupiny obyvatel. Minimálně v tomto ohledu se situace vrátila ke stavu před rokem 1914, i když důvody tohoto omezení již nebyly ekonomické, ale spíše politicko-administrativní.

## **4.2 Cestování do zahraničí v letech 1848 – 1914**

Klíčovým faktorem pro rozvoj cestovního ruchu je volná mobilita obyvatelstva. Ta se v českých zemích stává realitou po roce 1781, kdy bylo císařským výnosem zrušeno nevolnictví. Obyvatelstvo, které bylo dosud pevně vázáno k půdě, se začíná houfně stěhovat do měst, ve kterých se během 19. století vytváří poměrně silná střední vrstva. A právě v této skupině obyvatel je třeba vidět onu hybnou sílu, která velkou měrou přispěla k rozvoji výjezdového cestovního ruchu.

Revoluční rok 1848 byl vyvrcholením významných společenských změn a jako takový se přirozeně dotkl i cestování. Liberálním politikům se tehdy podařilo zakotvit právo svobody pohybu do nově utvářené rakouské ústavy, která vznikala na kroměřížském sněmu. Toto základní právo bylo součástí také tzv. oktrojované ústavy z března 1849, která ustanovovala naprosto volný pohyb obyvatel uvnitř říše a pokud šlo o cestování do ciziny, stanovovala jako jediné omezení ze strany státu povinnost k vojenské službě. Ani jedna z těchto ústav však fakticky nikdy nevešla v platnost a tzv. Silvestrovské patenty císaře Františka Josefa I. z prosince 1851 vrátili situaci zpět do doby předbřeznové. Cestující tedy byli i nadále povinni opatřit si pro každou cestu (i tuzemskou) úřední povolení ve formě pasu, přičemž kontroly se neprováděly jen na hranicích, ale také ve vnitrozemí. Pro vydání pasu musel žadatel prokázat svou totožnost, bezúhonnost a pro cesty do zahraničí také účel cesty (Rychlík 2007).

K lepšímu se situace začala měnit až koncem 50. let 19. století. V roce 1857 byly zrušeny vnitřní pasy a v roce 1859 přistoupilo Rakousko k drážďanské konvenci německých států o vzájemném volném pohybu občanů po svém území. K cestám do zemí Německého spolku nebyl nadále potřebný cestovní pas a byly zrušeny vnitroněmecké pasové kontroly. Konvence zůstala v platnosti i po prusko-rakouské válce 1866, resp. po vyhlášení Německého císařství v roce 1871. K další liberalizaci cestování potom došlo v roce 1865, kdy byly císařským nařízením zrušeny pasové kontroly na říšských hranicích. Cestující sice byl povinen opatřit si pro cestu do zahraničí (mimo Německý spolek) platný cestovní doklad, vzhledem k absenci pasových kontrol však bylo toto nařízení často obcházeno. Pas si potom fakticky vyřizovali pouze ti cestující, kteří se chystali navštívit některý ze států, které cestovní doklad od cizinců vyžadovaly. Před rokem 1914 vyžadovaly tuto povinnost po rakousko-uherských občanech pouze Rusko, Rumunsko, Bulharsko a Osmanská říše (Rychlík 2007). Veškeré pasové předpisy byly nakonec sjednoceny císařskou vyhláškou z května 1867 a v nezměněné podobě platily až vypuknutí první světové války.

Absolutní liberalizace cestování v době před rokem 1914 má za následek téměř úplnou absenci dat o počtech výjezdů, případně o preferovaných cílových destinacích. Lze však předpokládat, že mezi oblíbené lokality patřilo dalmatské pobřeží. Jeho výhodou byla relativní blízkost českým zemím a bezesporu také fakt, že až do roku 1918 bylo součástí Rakouska-Uherska. Významným fenoménem se ve druhé polovině 19. století stávají cesty do Orientu. Slavný Orient expres začala provozovat belgická společnost Compagnie Internationale des Wagons-Lits (CIWL) v roce 1883 ([www.compagniedeswagonslits.com](http://www.compagniedeswagonslits.com)). Tento dopravní spoj se během několika let stal legendou nadnárodního významu.



Počátky turistiky v dnešním slova smyslu spadají bezesporu již do konce 19. století. Velký vliv sehrál vynález železnice, který umožnil pohodlné cestování na poměrně velké vzdálenosti. Evropský trh (včetně rakousko-uherského) ovládaly v této době dvě velké cestovní kanceláře – již zmíněná CIWL a britská CK Cook (Attl, Nejd 2004). Cestování s nimi však nebylo levnou záležitostí a týkalo se tedy hlavně movitější části populace. Skutečný rozvoj cestovního ruchu nastává až s koncem první světové války a vznikem samostatného československého státu, kdy se cestování do ciziny stává přístupné širším vrstvám obyvatelstva.

### **4.3 Cestování do zahraničí v letech 1914 – 1938**

S vypuknutím první světové války byly samozřejmě zrušeny nebo omezeny všechny předválečné zákony a vyhlášky, které se týkaly svobody cestování. Již v létě 1914 byly znovu zavedeny pasové kontroly na říšských hranicích a bylo omezeno vydávání cestovních pasů (pasy přestaly být vydávány osobám, které podléhaly brané povinnosti). Hranice směly být překračovány pouze na vyhrazených hraničních přechodech. Určité výjimky se týkaly pouze malého pohraničního styku – jednalo se hlavně o německé obyvatelstvo žijící v pásmu 10-15 km od hranic, které mělo výrazné hospodářské vazby se sousedním Saskem, Bavorskem a slezským Pruskem. V létě 1915 bylo zavedeno tzv. válečné území, do kterého bylo možno cestovat pouze s platným pasem a zvláštní cestovní doložkou. Válečné území zasahovalo do českých zemí v oblasti severní Moravy a Slezska.

Po vzniku samostatného Československa byla zpočátku všechna válečná opatření ponechána v platnosti. Mladý stát potřeboval alespoň dočasně omezit pohyb obyvatelstva a konsolidovat postavení ČSR v mezinárodní a hospodářské sféře.

Volné cestování do ciziny bylo obnoveno vládním nařízením z června 1921, i když zdaleka ne v takové míře jako před rokem 1914. Cestující byl povinen pořídit si pro cestu do zahraničí cestovní pas, zůstaly také pasové kontroly a povinnost překračovat státní hranice pouze na vyhrazených místech (Rychlík 2007). Toto nařízení mělo dočasný charakter a mělo platit pouze do doby, než bude přijat příslušný zákon o cestovních pasech. V parlamentu se však vládní návrhy setkaly s poměrně tuhým odporem opozice (socialisté, komunisté a německé strany). Ta požadovala plné obnovení volnosti pohybu tak, jak tomu bylo před první světovou válkou. Vládní strany však nakonec svá stanoviska dokázaly prosadit. Nový zákon byl se sedmiletým zpožděním přijat v březnu 1928 a zůstal v platnosti až do ledna 1949.

Přestože pasová politika první Československé republiky nebyla tak benevolentní jako za Rakouska-Uherska, dá se z celkového pohledu říci, že svým občanům v pohybu nijak nebránila. S většinou evropských států mělo meziválečné Československo bezvízový styk, výjimku tvořily jen SSSR, Bulharsko, Maďarsko a Polsko.

Rozvoj výjezdového cestovního ruchu po roce 1918 je v ČSR výrazně spojen s nově vzniklou Československou cestovní a dopravní kanceláří – Čedokem. Čedok byl založen v létě 1920 (jeho kořeny však sahají až do roku 1918) jako národní česká cestovatelská organizace, která měla konkurovat cestovatelským gigantům CIWL a Cook, které na počátku 20. let ovládaly téměř veškerý evropský trh. Úkol to nebyl snadný. CIWL ovládal dopravu po hlavních evropských železničních tazích a spoléhal na dokonalou organizaci cest spolu s nesporným luxusem svých salónních a lůžkových vozů. Je třeba připomenout, že železniční dopravě patřilo v této době zcela výsadní postavení. Ostatní způsoby dopravy byly teprve ve stádiu rozvoje.

Právě na tyto nové způsoby dopravy (autobusová a letecká doprava) se začala nová cestovní kancelář orientovat. Do roku 1925 se jí podařilo ovládnout trh s tuzemskými zájezdy a začala se zaměřovat na zahraničí. Pořádala autokarové zájezdy do rakouských a švýcarských Alp, kombinované zájezdy do Francie a Itálie a zcela mimořádné úspěchy slavila se zájezdy na pobřeží jugoslávského Jadranu. Symbolem československé expanze do této oblasti se stal ostrov Krk, na kterém Čedok ovládl veškeré dostupné ubytovací možnosti. Pozadu Čedok nezůstával ani v pořádání exotických zájezdů. Pravidelné letecké spojení udržoval např. s marockou Casablankou a egyptskou Káhirou. Na konci 20. let měl Čedok 21 kanceláří v ČSR a 3 pobočky v zahraničí (Londýn, Paříž, Berlín). Poměrně velké zisky mu přinášel také prodej tuzemských vlakových jízdenek (mimo nádražní pokladny), na který měl až do roku 1930 monopol.

Velkým rozdílem oproti předválečným letům byly ceny, za které Čedok své zájezdy nabízel. Průměrný zájezd k jugoslávskému Jadranu se dal pořídit již za 1 200 Kč, což si mohli příslušníci střední vrstvy bez problémů dovolit ([www.cedok.cz](http://www.cedok.cz)). Čedok se tak výraznou měrou zasloužil o popularizaci cestování v Československu a jeho zpřístupnění širším vrstvám obyvatelstva.

Čedok sice výrazně dominoval československému cestovatelskému trhu, přesto zde fungovala řada menších cestovních kanceláří, které se specializovaly především na Jadran. Nejvýznamnější noviny té doby – Národní listy jsou plné inzerátů na zájezdy k moři, případně nabídek ubytování v soukromých penzionech. Existovaly ovšem i cestovní kanceláře, které se specializovaly na daleké cesty trvající půl roku i déle. Mezi takové patřila např. cestovní

kancelář J. a O. Doležala, která za sebou v polovině roku 1928 měla již šestnáct výprav napříč africkým kontinentem.

Další významnou organizací, která se výrazně zasloužila o rozvoj cestovního ruchu v českých zemích byl Klub českých turistů (KČT). Založen byl již roku 1888 a jeho prvním předsedou se stal známý cestovatel Vojta Náprstek (Attl, Nejdler 2004). Přestože doménou KČT byl domácí cestovní ruch, postupem času začíná organizovat i výlety do zahraničí. Systém turistického značení, který začal být zaváděn již od konce 19. století, nemá ve světě obdoby. V současné době se s ním můžeme kromě Česka a Slovenska setkat např. v rumunském Banátu nebo na chorvatském ostrově Krk. Vrcholu své předválečné činnosti dosáhl KČT na konci 30. let minulého století, kdy bylo jeho členy více než sto tisíc československých občanů ([www.klubturistu.cz](http://www.klubturistu.cz)).

Cestování do zahraničí se za první republiky stalo běžnou součástí života řady československých občanů. Za normálních okolností bylo sice dostupné pouze pro vyšší a střední třídu, přesto se dostalo do povědomí většiny obyvatel a stalo jakousi známkou luxusu (podobně jako např. vlastní automobil). Tento stav byl násilně přerušen v září 1938 podepsáním Mnichovské dohody a následnou okupací zbytku Československa v březnu 1939. Nikdo tehdy netušil, že znovu se bude moci do zahraničí volně cestovat až za dlouhých padesát let.

#### **4.4 Cestování do zahraničí v letech 1938 – 1948**

Od září 1938 do března 1939 fungovala na našem území značně okleštěná tzv. druhá republika. Slovensko vyhlásilo nezávislost a pohraniční území byla odstoupena Německé říši. Cestování v tomto období bylo sice možné, i když za značně ztížených podmínek. Od října 1938 bylo vycestování možné pouze na zvláštní cestovní doložku vydávanou zemským úřadem. Toto opatření bylo sice na konci prosince 1938 zrušeno, avšak již 15. března 1939 byl zbytek republiky obsazen německými vojsky a na jeho území vyhlášen Protektorát Čechy a Morava.

Cestování za protektorátu (tzn. v letech 1939 – 1945) bylo prakticky nemožné. Protektorát byl součástí Německé říše, a proto se na všechny jeho občany vztahovaly říšské pasové předpisy. Možnost cestování byla sice teoreticky zachována, avšak k překročení hranice bylo potřeba vízum, s jehož vydáním musela souhlasit německá tajná státní policie – Gestapo (Rychlík 2007).

Svoboda cestování nebyla obnovena ani po porážce nacistického Německa a obnovení samostatného československého státu. Znovu sice vešel v platnost prvorepublikový zákon o cestovních pasech z roku 1928, nicméně hranice zůstaly uzavřeny. Pasová agenda spadala do kompetence komunisty ovládaného ministerstva vnitra. To zdůvodňovalo svá omezení (nové pasy prakticky přestaly být vydávány) státním zájmem. Podle ministerského výkladu byly totiž všechny cesty do zahraničí v rozporu se státním zájmem, jelikož tím státu ubývá pracovní síla a valuty. Vycestovat v letech 1945-1948 do zahraničí sice nebylo zcela nemožné, nicméně získat patřičná povolení a doporučení se podařilo jen nemnohým.

#### **4.5 Cestování do zahraničí v letech 1948 – 1989**

Komunistický převrat v únoru 1948 znamenal pro výjezdový cestovní ruch tvrdou ránu. Hranice byly hermeticky uzavřeny (nejen západní, ale i východní) a cestování se stalo prakticky nemožným. V dubnu 1949 vešel v platnost nový zákon o cestovních pasech, který jasně stanovoval, že „na vydání, prodloužení a územní rozšíření platnosti československého cestovního pasu není právního nároku“ (Rychlík 2007). Soukromé cesty do zahraničí byly zcela zakázány, vycestovat se dalo pouze s cestovní kanceláří Čedok, která měla v oblasti cestovního ruchu faktický monopol. I to se však týkalo pouze režimu oddaných občanů. Pasová agenda se přísně centralizovala. Nové pasové doklady smělo vydávat pouze ministerstvo vnitra (v letech 1950-1953 ministerstvo národní bezpečnosti), přičemž konečný souhlas s vydáním pasu závisel na stanovisku zvláštní tříčlenné komise při ÚV KSČ, která se skládala z ministra národní bezpečnosti, ministra zahraničí a vedoucího mezinárodního oddělení ÚV KSČ. V září 1949 byla potom provedena „výměna“ cestovních pasů, čímž byla veřejnost zbavena platných dokladů vydaných před komunistickým pučem. Cestování přestalo být právem a stalo se výsadou.

Po smrti Stalina a Gottwalda v roce 1953 došlo k nepatrnému uvolnění. Postupně začaly být povolovány cesty do lidově demokratických států, s výjimkou Jugoslávie a NDR. V obou případech to bylo hlavně kvůli riziku emigrace do kapitalistických států. Titova Jugoslávie se do značné míry vymykala ze socialistického bloku a svým občanům bránila v cestování pouze minimálně. Hranice s Rakouskem resp. Itálií tedy byla relativně snadno průchodná. Až do postavení berlínské zdi v roce 1961 hrozily útoky na západ také přes NDR. Cestování do kapitalistických států se úlevy v žádném případě netýkaly.

Dalším pozitivním jevem byla decentralizace pasové agendy. Od roku 1956 mohly být žádosti o vydání pasu podávány na okresních odděleních ministerstva vnitra a v roce 1958 bylo dokonce i vydávání dokladů přeneseno na krajské správy ministerstva vnitra. Občan se dostal blíže k úřadům celý proces se tak výrazně zjednodušil.

Ve druhé polovině 50. let sice došlo k částečnému uvolnění cestování do socialistických států, stále však platilo pravidlo, že pro každou jednotlivou cestu musí být podána zvláštní žádost. Změna nastala na počátku 60. let. Podle vládního usnesení z prosince 1963 mělo být cestování do socialistických států zcela uvolněno tak, aby každý občan mohl do těchto zemí vycestovat (právně to bylo ukotveno v novém pasovém zákoně z června 1965). Pokud občan jednou obdržel platný cestovní pas k cestě na Západ, mohl požádat o stálou cestovní doložku do těch socialistických států, s nimiž byla uzavřena dohoda o bezvívovém styku a cestovat prakticky bez omezení. Vzhledem k tomu, že těchto pasů bylo v oběhu poměrně malé množství, nebyly pro cesty do výše zmíněných států obvykle vydávány pasy, ale zvláštní přílohy k občanskému průkazu, se kterými mohl držitel cestovat rovněž téměř bez omezení.

Již v lednu 1964 byly dohody o bezvívovém styku uzavřeny s Maďarskem, v červenci 1965 potom s Bulharskem, v srpnu 1967 s NDR a nakonec v květnu 1968 s Rumunskem (Rychlík 2007). Pro cestování do Polska a SSSR nadále přetrvávaly určité překážky, nebyly však způsobeny československou stranou.

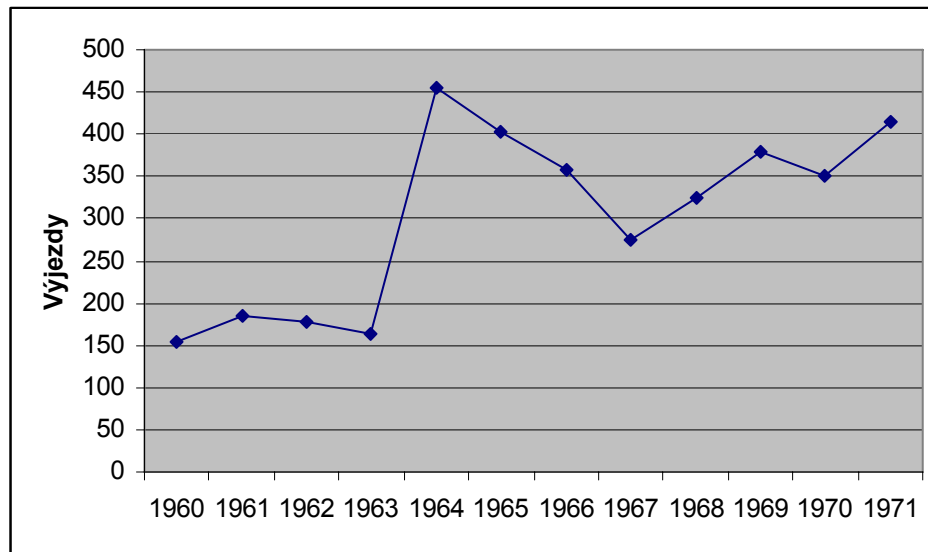
Změna pasové politiky československého státu se velmi rychle projevila na počtech výjezdů do zahraničí, i když se zatím jednalo pouze o vybrané státy. Nezvyšoval se pouze individuální výjezdový cestovní ruch (tabulka - příloha č. 1), ale také počty zájezdů s cestovní kanceláří Čedok, která si i nadále udržovala dominantní postavení na trhu (graf č. 1).

K relativně prudkému nárůstu počtu výjezdů prostřednictvím CK Čedok došlo ihned po uvolnění pasové politiky s okolními socialistickými státy v letech 1963-1964. Bylo to bezpochyby způsobeno hladem po cestování, který se během tvrdých padesátých let nahromadil u většiny populace. Lidé se tak po dlouhých letech snažili využít možnosti podívat se do zahraničí. Poměrně dlouhý půst, jaký pro výjezdový cestovní ruch znamenaly uplynulé dvě dekády, se zřejmě odrazil ve skutečnosti, že se relativně velké množství obyvatel rozhodlo využít pro svou mnohdy první cestu do ciziny služeb cestovní kanceláře.

V následujících letech však dochází k poklesu, který se zastavil až v roce 1967. Příčin tohoto trendu je podle mého názoru několik. V první řadě cestovalo do socialistických států stále větší procento občanů individuálně, bez využití služeb cestovní kanceláře. Během 60. let dochází rovněž k částečnému uvolnění cestování kapitalistické ciziny, což se projevilo ve

vzrůstajícím počtu výjezdů (prostřednictvím CK Čedok) do těchto států (graf č. 2). V neposlední řadě nesmíme zapomínat na skutečnost, že Čedok byl státní organizací a tudíž se neřídil zásadami tržní ekonomiky. Počty a cíle zájezdů byly centrálně plánovány. Přestože poptávka vysoce převyšovala nabídku, Čedok ji nebyl schopen nebo ochoten pokrýt.

**Graf č. 1: Výjezdový cestovní ruch do socialistických států prostřednictvím CK Čedok v letech 1960-1971 (v tis.)**



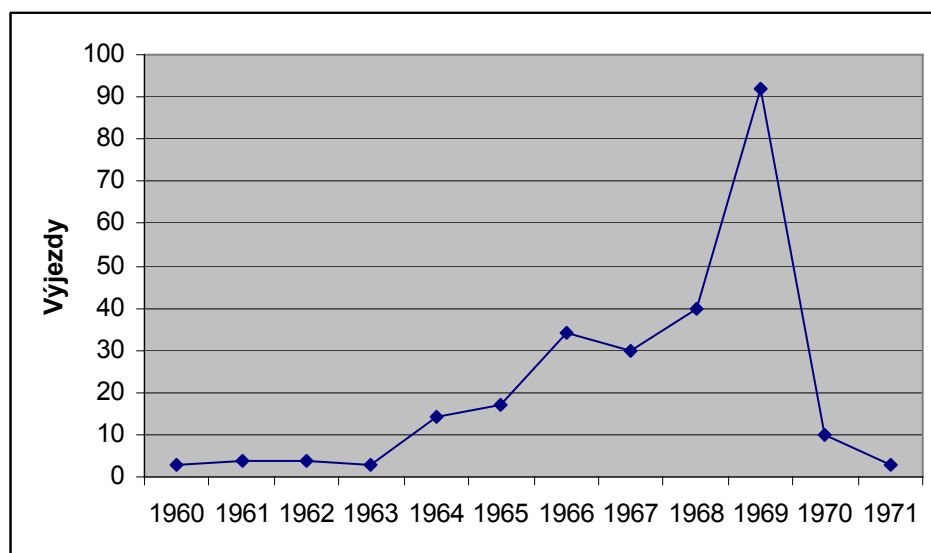
*Zdroj: FSÚ 1985*

Jak již bylo řečeno, na počátku 60. let došlo k částečné liberalizaci cestování na Západ, i když zdaleka ne v takové míře, jako v případě spřátelených států RVHP. Hlavní překážkou bylo nedostatečné devizové krytí ze strany Státní banky československé. Ta na pokrytí výjezdového cestovního ruchu do kapitalistických států vyčlenila 20% devizových příjmů z aktivního cestovního ruchu. To však zdaleka nestačilo. Již v roce 1965 muselo být 23 000 žádostí o vycestování odmítnuto s odůvodněním, že pro ně Státní banka československá nemá dostatečné devizové krytí (Rychlík 2007). Problém trvalého nedostatku deviz byl způsoben umělým nadhodnocením kurzu koruny.

Dalším omezením byla povinnost opatřit si ke každé cestě na Západ zvláštní výjezdní doložku. K jejímu vydání bylo potřeba předložit souhlas zaměstnavatele, potvrzení banky o devizovém krytí cesty (tzv. devizový příslib) a u mužů ještě navíc souhlas okresní vojenské správy. Opatřit si všechna tato povolení bylo mnohdy velmi obtížné, pro některé skupiny obyvatel potom téměř nemožné.

Přestože výše zmíněná omezení byla poměrně zásadní, je i u cest do tzv. devizové ciziny patrný razantní nárůst počtu výjezdů (i když v celkovém měřítku se i nadále jednalo o směšná čísla).

**Graf č. 2: Výjezdový cestovní ruch do nesocialistických států prostřednictvím CK Čedok v letech 1960-1971 (v tis.)**



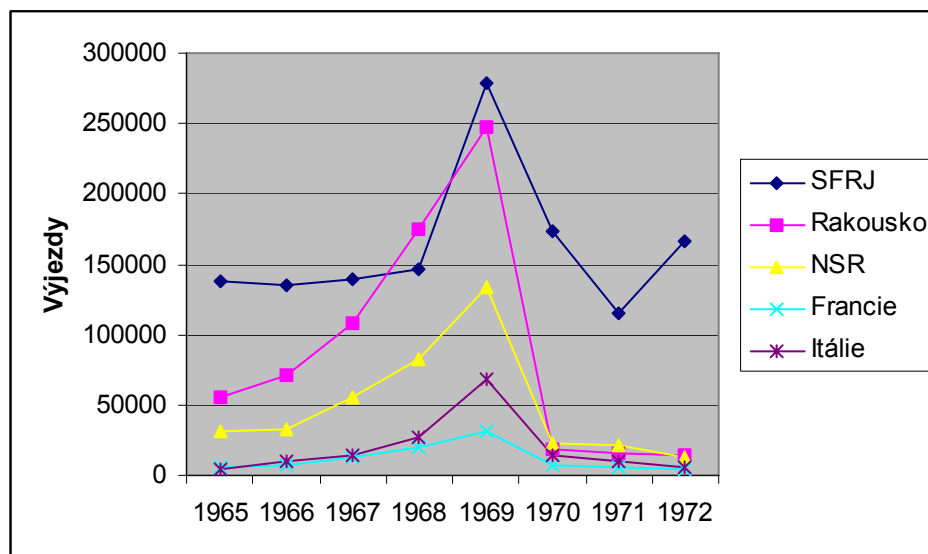
*Zdroj: FSÚ 1985*

Během reformního období na jaře 1968 začala československá vláda uvažovat o dalším uvolnění cest do kapitalistických států. Od dubna 1968 se pracovalo na novele zákona o cestovních pasech, která měla umožnit získání pasu všem bezúhonným občanům, pokud se na ně nevztahovala branná povinnost nebo pokud s vydáním cestovního dokladu nesouhlasil jejich zaměstnavatel. Systém výjezdních doložek měl být úplně zrušen. K realizaci této novely však nikdy nedošlo. Reformnímu úsilí učinily v srpnu 1968 konec tanky spřátelených socialistických států.

Přestože reformy byly postupně opouštěny a režim se pozvolna vracel k stalinistickým formám vlády, hranice do kapitalistických států zůstávaly až do konce roku 1969 poměrně otevřené. Je to patrné zejména z rapidního nárůstu počtu výjezdů do těchto zemí (grafy č. 2, 3). Na první pohled by se mohlo zdát, že za tímto nárůstem stojí zvýšená emigrace československých občanů na Západ. Podle údajů ministerstva vnitra však byla v období od září 1968 do května 1969 prokázána emigrace pouze u 5460 občanů, kteří odešli do ciziny spolu s 1114 dětmi mladšími 15 let (Rychlík 2007). To jsou z hlediska celkového objemu výjezdů zanedbatelná čísla. Vysvětlení podle mého názoru spočívá v tom, že ke konci roku

1969 přestávala platit většina výjezdních doložek k cestám na Západ a to jak stálých, tak jednorázových. Podobná opatření se týkala také Jugoslávie. Občané, kteří tyto doklady vlastnili, se tak na poslední chvíli snažili využít relativní volnosti cestování. S počátkem normalizace se západní hranice Československa opět hermeticky uzavřely a situace se tak v mnoha ohledech vrátila zpět ke stavu z 50. let.

**Graf č. 3: Počty výjezdů za účelem dovolené do vybraných nesocialistických států a Jugoslávie v letech 1965-1972**



*Zdroj: FSÚ 1985*

Jestliže byl výjezdový cestovní ruch do západních států po roce 1969 prakticky zastaven, u socialistických států (mimo Jugoslávie) tomu bylo právě naopak. Normalizační režim spatřoval v dalším uvolňování cestování na Východ prostředek k omezení nespokojenosti obyvatel a k posilování vazeb mezi socialistickými státy.

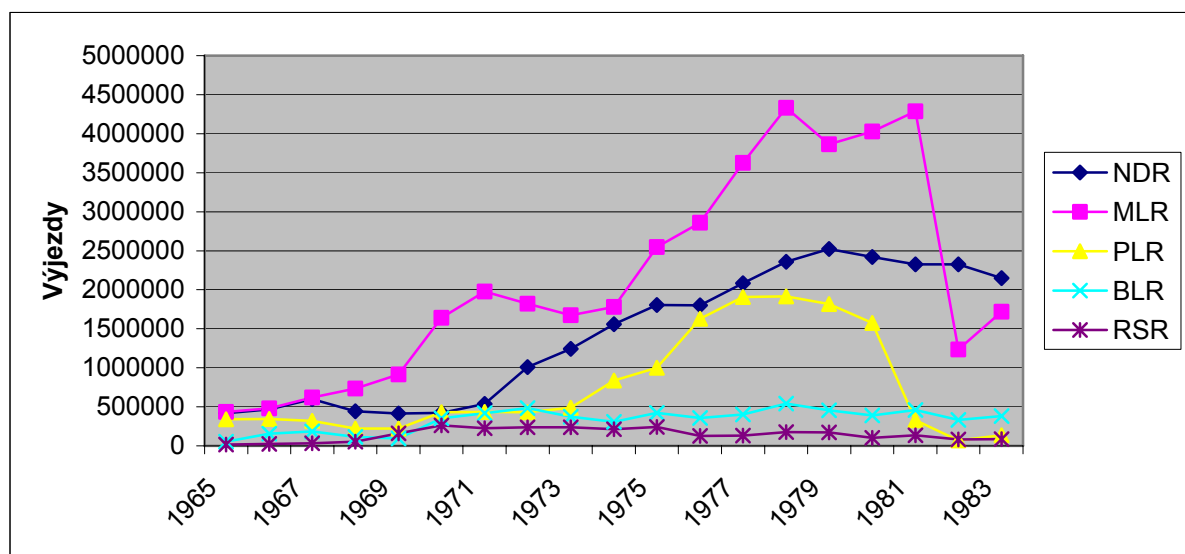
Již v roce 1972 byly pro cesty do evropských států RVHP zcela zrušeny výjezdní doložky, které byly nahrazeny tzv. doplňovací známkou v podobě zvláštního kolku vylepeného na první straně pasu. Od roku 1980 potom byly zrušeny i doplňovací známky a pro cesty do výše zmíněných států byl nadále potřeba prostý pas. To se výrazně projevilo v nárůstu výjezdů do těchto států (graf č. 4). Zdaleka nejvíce byly po celá 70. léta navštěvovány sousední socialistické státy (NDR, MLR, PLR). Vysoká čísla jsou způsobena jednak relativní blízkostí těchto států, jednak faktem, že je českoslovenští občané hojně navštěvovali i z jiných důvodů než je rekreace (např. nákupy). V případě Maďarska pak velkou roli hrála poměrně silná maďarská menšina na jižním Slovensku, která měla se



sousedním státem silné rodinné vazby. Ve statistických ročenkách jsou nicméně všechny tyto cesty evidovány jako cesty za účelem dovolené, což může být poněkud zkreslující. V případě Bulharska a Rumunska je, vzhledem ke vzdálenosti těchto států, možno předpokládat, že se deklarovaný účel cesty od reality příliš nelišil a že většina cestujících skutečně mířila za rekreací.

Mezi hlavní cíle patřilo v Rumunsku a Bulharsku černomořské pobřeží (Zlaté písky a Slunečné pobřeží v Bulharsku a Mamaia v Rumunsku) a dále potom horské oblasti, vhodné pro vysokohorskou turistiku (rumunské Karpaty, pohoří Rila a Pirin v Bulharsku). Podobně tomu bylo i v případě Polska a NDR, kde dominovalo pobřeží Baltského moře. Hlavní maďarskou turistickou destinací byl bezesporu Balaton, velká část československých turistů potom mířila do Maďarska za účelem lázeňství.

**Graf č. 4: Počty výjezdů za účelem dovolené do vybraných socialistických států v letech 1965-1983**



Zdroj: FSÚ 1985

V březnu 1976 Československo ratifikovalo pakt o bezpečnosti a spolupráci v Evropě (tzv. Helsinský proces), veřejnost se však žádného uvolnění režimu nedočkala. To se v plné míře týkalo také cestování, na což upozorňovala opozice ve svém dokumentu Charta 77. Přestože oficiálně československá vláda deklarovala dodržování občanských práv a svobod (včetně svobody cestování), ve skutečnosti se nezměnilo vůbec nic. Určitých změn sice doznala pravidla pro organizovaný cestovní ruch do kapitalistických států, v celkovém

kontextu se však jednalo o změny marginální. Ke skutečnému uvolňování došlo až na sklonku 80. let v souvislosti s politikou přestavby v Sovětském svazu.

Specifickou kapitolu představuje cestovní styk Československa s Polskem. Vízová povinnost byla pro československé občany cestující do Polska formálně zrušena již v roce 1969. Ve skutečnosti však polská strana nadále kladla volnému cestování různé překážky (např. nutnost pozvání). Cestovní styk byl tedy ve skutečnosti uvolněn až v létě 1977 po podepsání příslušné československo-polské dohody. Tato liberalizace se okamžitě projevila na zvýšení počtu výjezdů československých občanů na území severního souseda (graf č. 4).

V létě 1980 je však polském Gdaňsku založen odborový svaz Solidarita a komunistický režim se pod tlakem veřejnosti začal postupně uvolňovat. To přirozeně vyděsilo okolní komunistické státy, které se obávaly přenesení kontrarevolučních myšlenek i na svá území. Jako první uzavřela hranice s Polskem NDR (říjen 1980). Československá vláda uvažovala o podobném řešení, avšak po naléhání polské strany nechala zatím hranice otevřené. Zavedla pouze časová omezení (československý občan směl do Polska cestovat maximálně čtyřikrát do roka) a vyvinula poměrně širokou propagandu, která měla veřejnost odradit od cestování do Polska. Tato politika slavila poměrně velké úspěchy a během roku 1981 skutečně došlo k výraznému poklesu výjezdů (graf č. 4).

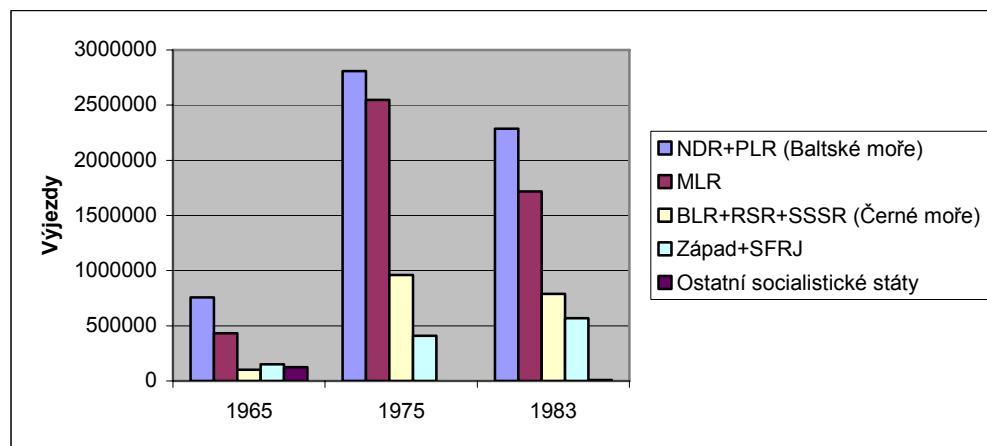
V polovině prosince 1981 provedl ve Varšavě generál Jaruzelski státní převrat, vyhlásil výjimečný stav, zakázal Solidaritu a postupně stabilizoval situaci. Během výjimečného stavu (do konce roku 1982) uzavřela nová polská vláda hranice se sousedními státy. To československé straně vyhovovalo. Přestože polská strana usilovala po ukončení výjimečného stavu o uvolnění pohraničního styku, tentokrát to byla československá vláda, která prosadila určitá omezení (opět byl k cestám do Polska třeba zvací dopis). Ke skutečnému uvolnění tak došlo až po pádu komunistických režimů v průběhu roku 1989 (hraniční styk s Polskem byl však uvolněn až v květnu 1991).

Během 70. let se bezkonkurenčně nejnavštěvovanější zemí stalo sousední Maďarsko, které od roku 1975 vykazovalo nejvyšší meziroční nárůsty počtu výjezdů (graf č. 4). Velká část těchto výjezdů však podle mého názoru nebyla za účelem rekreace (jak je deklarováno ve statistických ročenkách), ale za účelem nakupování. Díky tzv. „gulášovému komunismu“ se totiž v Maďarsku dalo pořídit i zboží, které v okolních státech nebylo dostupné a to za velmi přijatelné ceny. Časté nákupy československých občanů v Maďarsku se začínaly projevovat nedostatkem forintů v tuzemských bankách. Vláda tedy přistoupila k regulaci výjezdů prostřednictvím omezeného přidělování maďarské měny. Podmínkou cesty byl nákup stanoveného objemu devizových prostředků ve forintech a ten bylo možné uskutečnit pouze

několikrát do roka (Rychlík 2007). Tato opatření se projevila poměrně rychle a na počátku 80. let došlo k výraznému omezení cest československých občanů do Maďarska (graf č. 4).

Pro lepší srovnání hlavních směrů vyjížděky československých občanů v posledních dekádách komunistické totality byl sestrojen graf č. 5. Podle převažujících směrů byly sledované státy sloučeny do několika skupin. První představuje skupina baltských států (NDR, PLR), druhou vnitrozemské Maďarsko, třetí skupina černomořských států (BLR, RSR, SSSR), čtvrtou západní země spolu s Jugoslávií a pátou ostatní socialistické země. Jugoslávie byla sloučena se západními státy především z toho důvodu, že cestující do tohoto státu museli splňovat podobně přísná kritéria jako turisté vyjíždějící na Západ. Z grafu č. 5 je patrné, že struktura hlavních cílů československých turistů zůstávala od poloviny 60. let prakticky stejná. V závislosti na aktuální politické situaci se však významně měnily objemy cestujících (viz výše).

**Graf č. 5: Hlavní směry výjezdů československých občanů v letech 1965, 1975 a 1983**



Zdroj: FSÚ 1985

Nástup Michaila S. Gorbačova do čela Sovětského svazu znamenal pro celý východní blok velké změny. Jeho reformní úsilí (glasnost' a perestrojka) a zvláště pak zřeknutí se tzv. Brežněvovy doktríny o omezené suverenitě donutilo východoevropské vůdce postupně uvolňovat své režimy. To se projevilo také v liberalizaci československých pasových předpisů pro cestování na Západ. V roce 1987 byly zrušeny devizové přísliby. Pokud si občan opatřil dostatečné množství devizové měny a dostal výjezdní doložku, nic mu ve vycestování do kapitalistických států nebránilo. Vláda chystala na rok 1990 úplné uvolnění cestování, politické události ji však předběhly. Na podzim 1989 padl v Československu komunistický režim a nová vláda, ve které již byli zastoupeni představitelé opozice, s platností od

4. prosince 1989 zrušila výjezdní doložky (Rychlík 2007). Hranice na západ byly otevřeny a občanům již ve vycestování nebylo nikterak bráněno.

Rok 1989 znamenal pro výjezdový cestovní ruch významný zlom. Cestování bylo zbaveno státních zásahů a opět se stalo právem nikoli výsadou. Došlo k výrazné změně ve směrech vyjížděky. Tradiční turistické destinace ve východní Evropě upadají v zapomnění a svou renesanci zažívají až v posledních letech. Atraktivními se stávají ty státy, do kterých bylo dříve cestování omezováno. Výjezdový cestovní ruch prochází od 90. let proměnami i v jiných ohledech, přičemž dominantní roli již nehraje politická situace, ale liberální prostředí tržního hospodářství.

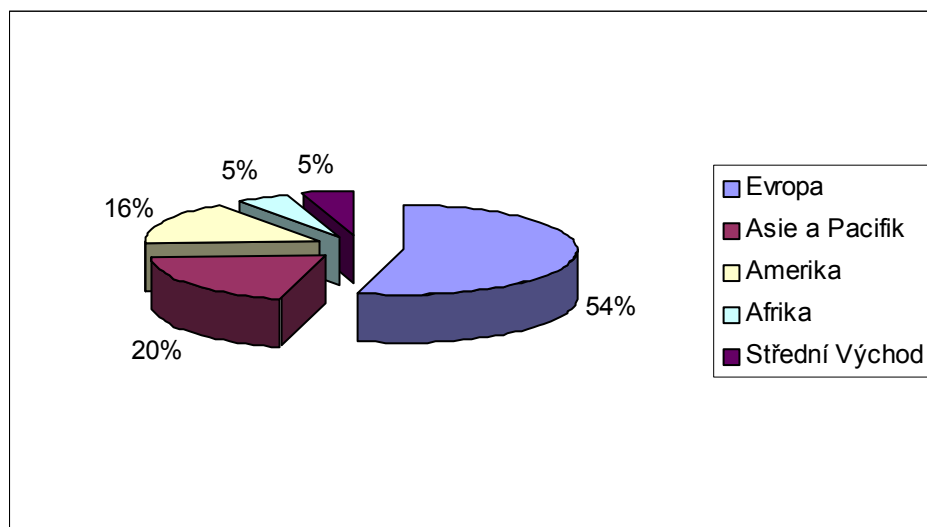
## 5 Regionální rozložení mezinárodního cestovního ruchu

Dříve než se začnu zabývat českým výjezdovým cestovním ruchem, je podle mého názoru nutné se ve stručnosti zmínit o regionálním rozložení mezinárodního cestovního ruchu.

Výjezdový cestovní ruch v České republice je v mnohém specifický. Je to dáno jednak geografickou polohou, jednak odlišnou historií. Téměř po celou druhou polovinu 20. století byl výjezdový cestovní ruch pod přímým státním dohledem. Cestovat se smělo jen do vybraných států, přičemž počty turistů byly uměle regulovány. Oproti tomu v západní Evropě fungoval téměř nepřetržitě tržní systém nabídky a poptávky. Svou roli jistě hrají také tradice. Existují destinace, které jsou českými turisty dlouhodobě vyhledávány (např. Chorvatsko) a podobně je tomu i u rekreatantů z jiných částí světa.

K nejintenzivnějším koncentracím aktivního i pasivního cestovního ruchu dochází v hospodářsky nejvyspělejších částech světa (graf č. 6).

**Graf č. 6: Mezinárodní příjezdy v roce 2006**



*Zdroj: World Tourism Organization (WTO) 2006*

Evropa se dlouhodobě pohybuje na prvním místě jak v počtu návštěvníků, tak i v příjmech z mezinárodního cestovního ruchu. Její nadpoloviční podíl v počtu návštěvníků se však od počátku 60. let pozvolna snižuje (Štěpánek, Kopačka, Šíp 2001). Zatímco v roce 1960 tvořil podíl Evropy více než 72 %, v roce 2006 to již bylo jen 54 % (WTO). Podobně je tomu i u příjmů z cestovního ruchu, i když tento pokles byl nastartován s desetiletým zpožděním.

Nejvíce turistů pochází z vyspělých států západní a severní Evropy, i když v posledních letech významně stoupá podíl východoevropských států (hlavně Rusko). Tradičně nejnavštěvovanější cílovou destinací je potom oblast Středozemního moře.

Amerika se v počtech příjezdů dlouhodobě umísťovala na druhém místě, v posledních letech však byla vystřídána Asií a Oceánií. Zatímco její podíl klesl z 19,6 % v roce 1996 na 16 % v roce 2006, Asie s Oceánií za stejné období posílila z 15 % na 20 % (WTO). Je to způsobeno vzrůstající oblibou jihovýchodní Asie (Thajsko, Vietnam), především ale otevíráním se jednoho z posledních totalitních komunistických států ve světě – Číny. Tento stát má v sobě obrovský turistický potenciál. Jeho bohaté historické a kulturní dědictví, spolu s dlouholetou izolovaností, z něj činí jednu z nejatraktivnějších destinací mezinárodního cestovního ruchu. Růst počtu příjezdů do tohoto východoasijského státu bude nepochybně pokračovat i v budoucnu, přičemž bude významně podpořen pořadatelstvím letních Olympijských her, které se v srpnu 2008 konají v hlavním městě Pekingu. Nejvíce účastníků cestovního ruchu se v rámci těchto makroregionů rekrutuje z USA resp. Japonska.

Při podrobnějším rozboru rozložení světové návštěvnosti jsou patrné tři hlavní turistické zóny nacházející se vždy na jih od vyspělého industriálního severu a rozprostírající se okolo vnitrozemského moře. Jedná se o Karibské moře na jih od USA a Kanady, obklopené Severní, Střední a Jižní Amerikou, dále o Středozemní moře ležící jižně od nejvyspělejší západní, střední a severní Evropy, obklopené kontinenty Afrikou, Asií a Evropou a o Jihočínské moře na jih od nejvyspělejšího Japonska obklopené jihovýchodní Asií, Filipínami a Indonésií. Hlavním předmětem této masové turistické migrace je letní pobytový cestovní ruch u moře (Štěpánek, Kopačka, Šíp 2001).

Dlouhodobě nejnavštěvovanějším státem je Francie, na dalších dvou místech se pravidelně umísťují Španělsko a USA (tabulka č. 3). Největší přírůstky zaznamenaly od poloviny 90. let Čína (59,7 %), Rusko (49 %) a Španělsko (40,3 %). Česká republika se v roce 2006 umístila v počtech příjezdů na 34. místě, zdobí ji nicméně poměrně silný růst (46,9 %).

K tabulce č. 3 je nicméně nutno poznamenat, že každá země eviduje příjezdy zahraničních turistů podle jiného klíče. Zatímco Německo počítá pouze příjezdy do hromadných ubytovacích zařízení (stejně tak je tomu v případě Česka), ostatní státy počítají příjezdy turistů na hranicích (Mag Consulting 2007).

Mezinárodní cestovní ruch dlouhodobě roste. Výjimkou byla tříletá stagnace v letech 2001 až 2003. Tyto obtíže byly způsobeny několika klíčovými faktory. Hlavní roli mezi nimi hrála mezinárodněpolitická situace po teroristických útocích na USA a vypuknutí válečného

konfliktu v Iráku, nesmíme však zapomínat ani na oslabení ekonomik významných zdrojových zemí cestovního ruchu (Fojtáčová 2005).

**Tabulka č. 3: TOP 10 nejnavštěvovanějších zemí podle příjezdů v letech 1995 – 2006 (v mil.)**

Pořadí	Stát	1995	2000	2003	2006	Změna 2006/1995	(%)
1.	Francie	60	77,2	75	79,1	19,1	24,1
2.	Španělsko	34,9	47,9	51,8	58,5	23,6	40,3
3.	USA	43,5	51,2	41,2	51,1	7,6	14,9
4.	Čína	20	31,2	33	49,6	29,6	59,7
5.	Itálie	31,1	41,2	39,6	41,1	10	24,3
6.	Velká Británie	23,5	25,2	24,7	30,1	6,6	21,9
7.	Německo	14,8	19	18,4	23,6	8,8	37,3
8.	Mexiko	20,2	20,6	18,7	21,4	1,2	5,6
9.	Rakousko	17,2	18	19,1	20,3	3,1	15,3
10.	Rusko	10,3	21,2	20,4	20,2	9,9	49,0
...							
34.	Česká republika	3,4	4,7	5,1	6,4	3	46,9
	Svět	545	686	691	842	297	35,3

*Zdroj: WTO, WTTC 1995 – 2006*

Krise z počátku tisíciletí postihla také Evropskou unii. Od roku 2004 byl však opět nastartován růst, který pokračuje dodnes. Hnacím motorem cestovního ruchu v EU je poptávka jejích obyvatel. V některých zemích je řídicí silou domácí cestovní ruch, v jiných je turistický průmysl silně závislý na příjezdové turistice. V osmi z 25 členských zemí Evropské unie tvoří trh domácího cestovního ruchu dvě třetiny všech nocí strávených v hromadných ubytovacích zařízeních. Nejvyšší podíl se vyskytuje v zemích střední a severní Evropy, zejména v Německu (86 %), Polsku (83 %), Švédsku (78 %) a Finsku (73 %). Naopak trh příjezdového cestovního ruchu tvoří dvě třetiny všech nocí strávených v hromadných ubytovacích zařízeních v sedmi z 25 zemí EU. Země, které jsou nejvíce závislé na zahraničních turistech, jsou z geografického hlediska malé a patří k nim zejména Lucembursko a Kypr (Schmidt 2005).

Pro země Evropské unie je nejdůležitějším zdrojovým trhem turistů buď Německo, nebo Velká Británie. Němečtí turisté jsou prvním trhem pro 8 z 25 zemí EU (Česká republika, Řecko, Itálie, Lotyšsko, Litva, Maďarsko, Rakousko a Polsko) a britští pro 7 (Belgie, Španělsko, Francie, Irsko, Kypr, Nizozemí a Portugalsko). Čeští turisté jsou nejdůležitějším trhem pro sousední Slovensko (Schmidt 2005), mimo Evropskou unii potom také pro Černou horu.

V mezinárodním cestovním ruchu je možno vysledovat několik základních trendů. V první řadě se neustále zvyšuje podíl aktivního a pasivního cestovního ruchu, i když je ve světovém měřítku nerovnoměrně rozložen. Existují tzv. zdrojové země, což jsou státy, z nichž se rekrutuje nejvíce turistů (např. Austrálie, Belgie, Kanada, USA, Japonsko a Nizozemsko) a potom tzv. země cílové, což jsou státy, kam každoročně míří nejvíce turistů (např. Francie, Španělsko, USA, Čína, Itálie).

Dalším trendem se zvyšující se podíl letecké dopravy. Je to způsobeno hlavně masivním nástupem nízkonákladových společností a charterovým letům cestovních kancelářů. V některých státech již zajišťují low-cost dopravci téměř 50 % celkového objemu letecké přepravy (tabulka č. 4). Letecká doprava se zlevňuje, ztrácí punc výjimečnosti a stává se stále přístupnější. Tento trend byl poněkud zpomalen po teroristických útocích na USA ze září 2001, kdy došlo k celosvětovému propadu objemu letecké dopravy. Mnoho přepravců se ocitlo ve velkých problémech a někteří dokonce zkrachovali (např. Swissair, Sabena nebo Delta). V současné době je však již letecká doprava opět na vzestupu.

**Tabulka č. 4: Podíl low-cost přepravců na celkovém objemu letecké dopravy ve vybraných státech v roce 2004**

Stát	%
Irsko	47
Španělsko	47
Velká Británie	40
Itálie	37
Česko	34
Francie	22
Německo	21
Nizozemí	18
Rusko	14

*Zdroj: COT Business 2006*

Významným fenoménem, který má vliv na turistický ruch, je terorismus. Pomineme-li útoky z 11. září 2001, které měly globální dopady, můžeme konstatovat, že terorismus nemá ani tak vliv na celkový objem cestovního ruchu, jako spíše na jeho směry. Většina útoků má totiž lokální charakter a ovlivní tedy jen postižený stát a to pouze v krátkodobém časovém horizontu. Turisté nepřestanou cestovat, pouze se přesunou do jiných lokalit. Poptávka po produktech turistického ruchu má tedy tendenci spíše se přemísťovat, než úplně mizet (Hejma 2003).



Dalším trendem je cestování do sousedních či jazykově příbuzných států. Týká se to např. Němců a Rakušanů, Britů a Američanů, ale také Čechů a Slováků. Důvodem jsou nižší nároky na organizaci cesty (komunikace v cizím jazyce), ale také kulturní a historická spřízněnost těchto států.

V neposlední řadě je třeba se zmínit také o nových trendech v organizovaném cestovním ruchu. Díky internetu jsou klienti cestovních kanceláří mnohem více informováni o cenách a kvalitách služeb jednotlivých touroperatorů, mají větší možnost srovnání. Zvyšuje se zájem o tzv. last moment zájezdy, kdy klienti čekají do poslední chvíle a zájezd pak obvykle kupují za mnohem nižší cenu, než za jakou byl původně nabízen. Rovněž roste zájem o aktivní a autentické dovolené, které nabízejí silné zážitky jako ekoturismus či poznávání místní kultury.

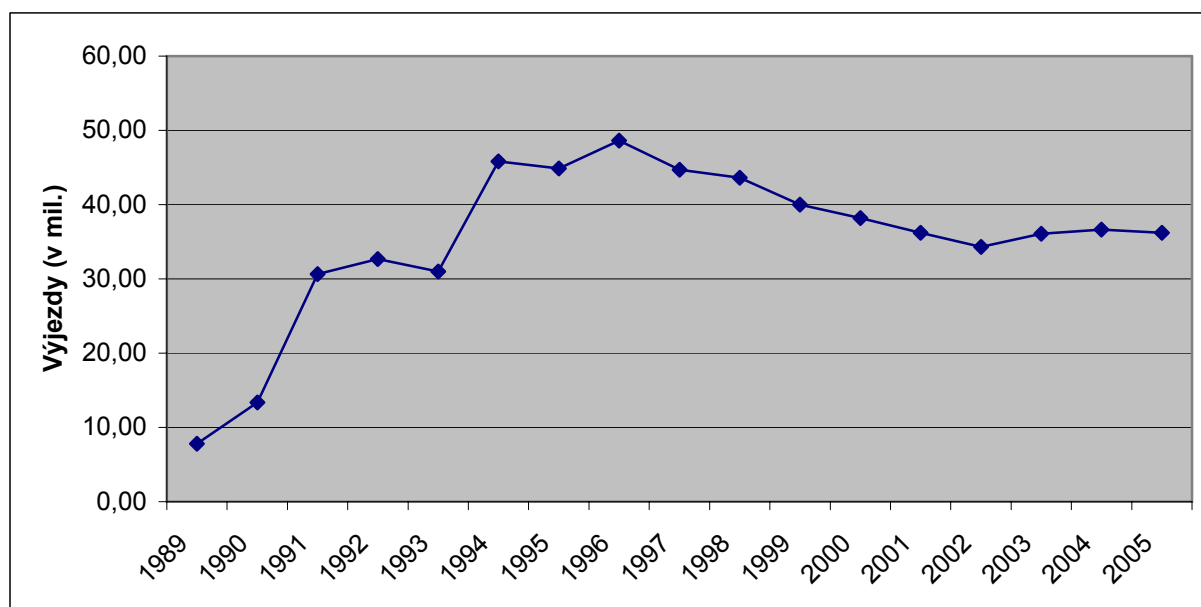
## 6 Výjezdový cestovní ruch v ČR po roce 1989

Pád komunistického režimu na sklonku roku 1989 znamenal pro Československo mnoho významných politických, společenských a ekonomických změn. Stát postupně přecházel z centrálně řízeného hospodářství k tržní ekonomice. Svoboda podnikání se stala právem každého občana, hranice byly otevřeny a došlo k uvolnění devizového trhu. Těmito změnami bylo vytvořeno ideální prostředí pro rozvoj cestovního ruchu, který se v průběhu 90. let stává významnou součástí české ekonomiky. Ke zpracování této kapitoly by použito dat Ministerstva pro místní rozvoj a Českého statistického úřadu z let 1989 - 2007.

### 6.1 Kvantifikace výjezdového cestovního ruchu a jeho vývoj

Nová politická situace znamenala pro miliony československých občanů mnohdy první šanci podívat se na Západ. Cestovní styk byl naprosto uvolněn a cestující již nemuseli podstupovat ponižující proceduru související s přidělením výjezdní doložky. Cestovat nyní mohl opravdu každý, a kdo na to měl prostředky, tak také učinil. Výjezdový cestovní ruch tak na počátku 90. let zažívá obrovský rozvoj (graf č. 7).

Graf č. 7: Výjezdy občanů Česka do zahraničí v letech 1989-2005 (v mil.)



Zdroj: MMR, ČSÚ 1989-2005

Podle dostupných údajů ministerstva hospodářství a Českého statistického úřadu se výjezdy za hranice mezi lety 1988 a 1991 zvýšily o 442 %. Rok 1996, který byl z pohledu výjezdů českých občanů do zahraničí rekordní, znamená vůči úrovni roku 1988 zvýšení dokonce o 760 % (Štěpánek, Kopačka, Šíp 2001).

Vzhledem k tomu, že Český statistický úřad zkoumal před rokem 1998 pouze celkové počty výjezdů (tzn. překročení státní hranice), lze se jen dohadovat, jaké procento z tohoto množství tvořily v těchto letech delší cesty (tj. cesty s alespoň 4 noclehy – viz kap. 3. 1) do zahraničí. Nicméně v roce 1998, kdy byly poprvé zkoumány obě výše zmíněné charakteristiky, tvořily delší cesty do zahraničí 4,8 % z celkového počtu výjezdů a v následujících letech tento podíl trvale stoupal (tabulka č. 5). Podle mého názoru lze předpokládat, že v průběhu 90. let byl poměr delších cest na celkovém počtu výjezdů ještě menší než v roce 1998. Mnoho lidí cestovalo k našim západním sousedům spíše ze zvědavosti, podívat se na místa, která byla ještě donedávna nepřístupná. Velmi oblíbené byly také cesty za účelem nakupování, jejichž cílem se stávaly diskontní řetězce v příhraničních oblastech (např. Aldi). Svou roli jistě sehrál také fakt, že většina cestujících neměla v této době ještě dostatek finančních prostředků, aby si mohla dovolit zůstat v zahraničí po delší dobu.

**Tabulka č. 5: Podíl delších cest na výjezdech občanů Česka do zahraničí**

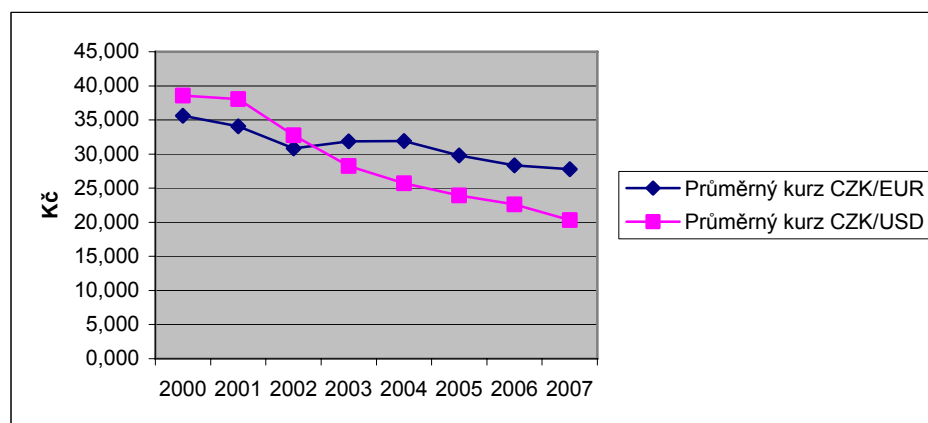
Rok	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Výjezdy (v mil.)	43,60	39,98	38,18	36,22	34,30	36,07	36,65	36,19
Delší cesty (v mil.)	2,11	2,19	2,58	2,64	2,73	4,46	4,03	4,37
Podíl (%)	4,84	5,49	6,76	7,30	7,97	12,36	11,00	12,09

*Zdroj: výjezdy a delší cesty – ČSÚ 1998-2005  
podíl – vlastní výpočty*

Jak již bylo řečeno, růst počtu výjezdů českých občanů do zahraničí vrcholil v roce 1996. Poté však nastala recese, která trvala až do roku 2002 (graf. č. 7). Na vině byla bezpochyby krize ekonomiky, ve které se ocitla Česká republika na přelomu tisíciletí. V roce 1998 došlo k meziročnímu poklesu HDP o 0,8 % a míra inflace se vyhoupla na relativně vysokých 10,7 % (ČSÚ 1998). Mnoho obyvatel se v této době ocitlo ve finančních problémech a bylo nuceno na nově vzniklou situaci reagovat. Každý člověk se v první řadě snaží zabezpečit své základní potřeby. Zahraniční dovolená je pro něj luxusem, bez kterého se v případě nutnosti dokáže obejít. Z tohoto pohledu tedy pokles počtu výjezdů, který následoval po roce 1998, není nikterak překvapivý.

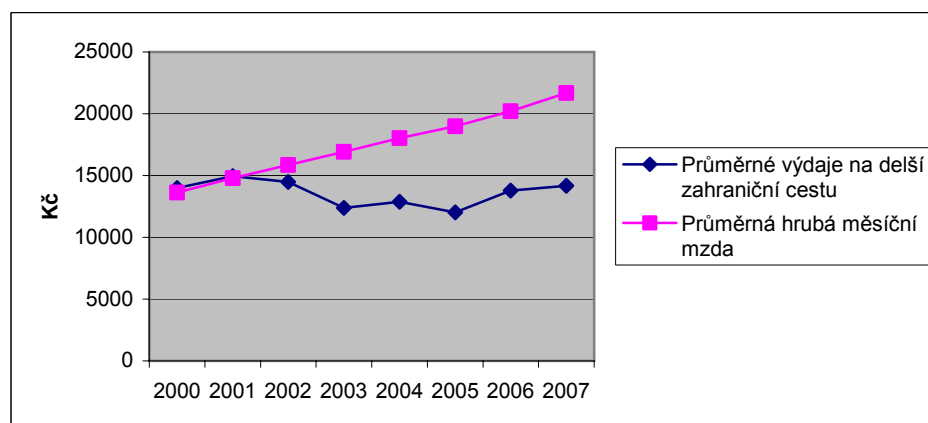
Ke zvratu došlo v roce 2002. České hospodářství se vymanilo z recese a opět byl nastartován trvalý ekonomický růst, s čímž souviselo i významnější navýšení kupní síly obyvatelstva. Česká koruna v této době výrazně posiluje proti zahraničním měnám (graf č. 8), což se okamžitě projevilo v cenách zahraničních pobytů, které vzhledem k výši mezd a kupní síle obyvatelstva začínají trvale zlevňovat (graf č. 9). Zatímco do roku 2002 byly náklady na delší cestu do zahraničí prakticky totožné s výší průměrné hrubé měsíční mzdy, po tomto datu se výrazně snížily. Cestování se tak stalo přístupné i méně majetným vrstvám obyvatelstva.

**Graf č. 8: Vývoj kurzu české koruny k EUR a USD v letech 2000-2007**



Zdroj: ČSÚ 2000-2007

**Graf č. 9: Hrubá měsíční mzda a výdaje na delší cestu do zahraničí v letech 2000-2007**



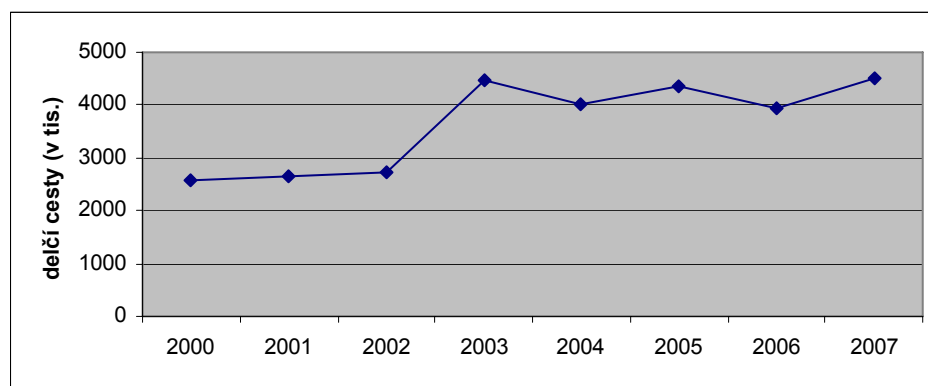
Zdroj: ČSÚ 2000-2007

Dalším významným faktorem, který přispěl k novému nastartování výjezdového cestovního ruchu, byl příchod nízkonákladových leteckých společností na český trh a popularita relativně levných destinací na Blízkém Východě a v Severní Africe. Létání

přestává být výsadou bohatých a exotickou dovolenou si nyní může dopřát stále více lidí. Ceny zájezdů do těchto destinací začínají být totiž srovnatelné s tradičními lokalitami jako je Itálie, Španělsko nebo Chorvatsko.

Všechny výše uvedené skutečnosti měly za následek relativně prudké zvýšení počtu deších cest do zahraničí mezi lety 2002 a 2003 (graf č. 10). Nárůst počtu výjezdů českých občanů do zahraničí však zdaleka není tak dramatický. Z toho vyplývá, že za oživením výjezdového cestovního ruchu skutečně stojí zvýšený zájem veřejnosti o zahraniční dovolené (delší cesty). Zatímco v roce 1998 tvořil podíl delších cest na počtu výjezdů pouhých 4,8 %, v roce 2003 to již bylo 12,4 % (tabulka č. 5).

**Graf č. 10: Delší cesty do zahraničí za účelem rekreace v letech 2000-2007**



*Zdroj: ČSÚ 2000-2007*

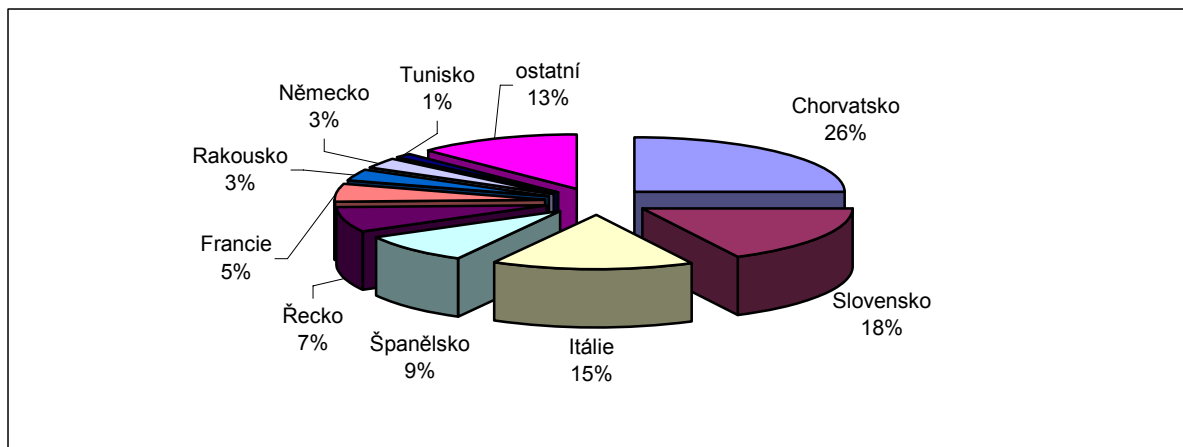
V budoucnu je však podle mého názoru nutno očekávat mírný pokles počtu delších cest do zahraničí. Reforma veřejných financí a vlna zdražování, která postihla Česko na počátku roku 2008, se musí projevit. Svou roli zde hrají také média, která neustále straší veřejnost „černými scénáři“. Dá se tedy očekávat, že větší procento lidí si letošní dovolenou odpustí, nebo ji bude trávit v tuzemsku. Na data za rok 2008 si však teprve musíme počkat...

## **6.2 Cíle výjezdového cestovního ruchu**

Z hlediska českého výjezdového cestovního ruchu patří mezi tradičně nejnavštěvovanější oblasti středomořské státy. Jedná se především o Chorvatsko, kam každoročně zamíří nejvíce českých turistů. S Chorvatskem nás pojí společná minulost v rámci rakousko-uherského státu, blízký jazyk a „slovanství“. To jsou všechno důvody, proč již od konce 19. století patří mezi nejvyhledávanější destinace. Dalším, a z dnešního pohledu

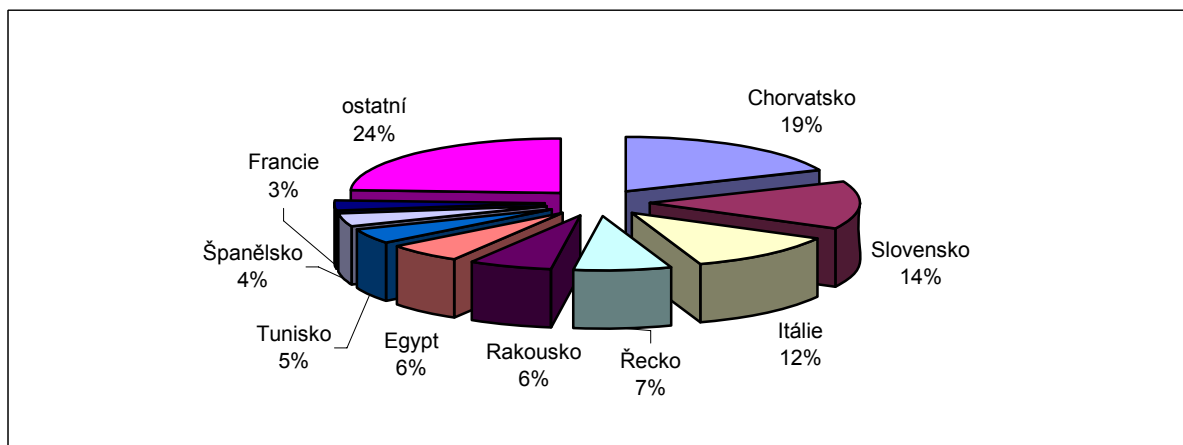
jistě zásadnějším důvodem, je relativní blízkost a snadná dostupnost tohoto jadranského státu. Svou roli hrají také poměrně nízké ceny ubytování, potravin a služeb. Chorvatsko se poměrně rychle vzpamatovalo z útrap a škod způsobených občanskou válkou a od druhé poloviny 90. let opět patří k hlavním cílům nejen českých turistů. V roce 1998 si plných 26 % českých rekreatantů, kteří vykonali delší cestu do zahraničí, vybralo právě tuto zemi (graf č. 11). Mezi tradičně nejoblíbenější lokality v rámci Chorvatska patří Istrijský poloostrov, Kvarner a Dalmácie, i když v poslední době roste poptávka také po horských a jiných přírodně atraktivních oblastech, vhodných pro pěší turistiku či cykloturistiku (Velebit, Paklenica, Biokovo). Dalším velkým lákadlem je krasová soustava v NP Plitvická jezera. Roste též zájem o námořní plavby mezi ostrovy (Lejsek 2008).

**Graf č. 11: Podíl nejvýznamnějších destinací na delších cestách v roce 1998**



*Zdroj: ČSÚ 1998*

**Graf č. 12: Podíl nejvýznamnějších destinací na delších cestách v roce 2006**



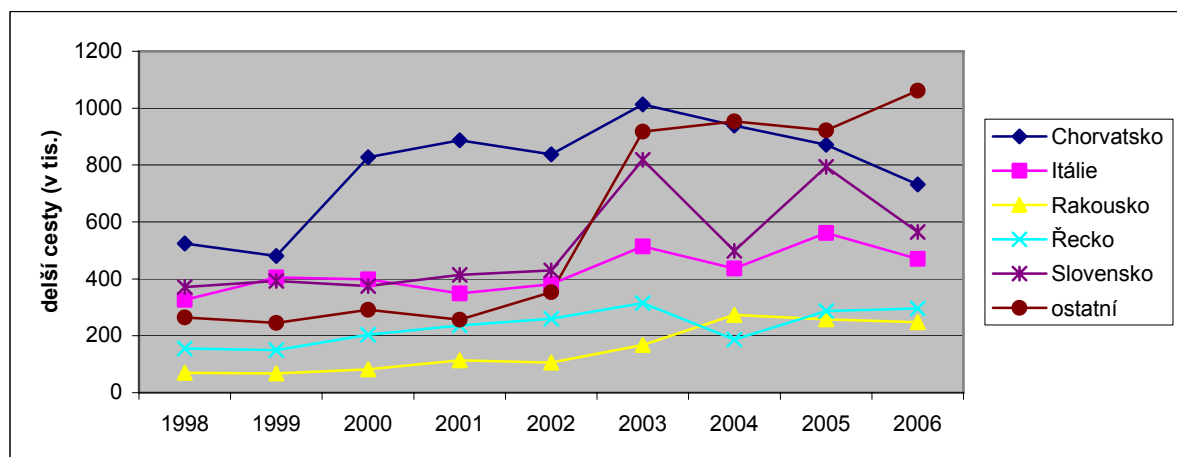
*Zdroj: ČSÚ 2006*

Přestože si Chorvatsko, z hlediska českého výjezdového cestovního ruchu, nadále uchovává naprosto výsadní postavení, od roku 2003 jeho podíl na celkovém počtu delších cest trvale klesá (graf č. 13). Je to podle mého názoru způsobeno zvyšujícími se nároky českých turistů, kteří stále častěji vyhledávají nové, mnohdy exotické destinace. Podíl „ostatních“ států stoupl ze 13 % v roce 1998 na plných 24 % v roce 2006 (grafy č. 11, 12).

Na druhém místě v žebříčku návštěvnosti se tradičně drží sousední Slovensko. Na rozdíl od Chorvatska má zde turistická sezóna dva vrcholy – letní a zimní. České turisty sem lákají hlavně příznivé ceny a krásná horská příroda. Absence jazykové bariéry jistě také hraje svou roli. Díky silné koruně si zde čeští turisté mohli dovolit vyšší standard než v českých horách, přestože úroveň služeb (hlavně pohostinství) stále trochu pokulhávala. Velký propad znamenal pro Slovensko rok 2004 (graf č. 13). Bylo to jistě způsobeno větrnou smrští, která se prohnala přes severní část státu a způsobila obrovskou ekologickou katastrofu (Vysoké a Nízké Tatry). Orkán způsobil cestovnímu ruchu citelné ztráty. V roce 2004 navštívilo Slovensko ve srovnání s předchozím rokem o téměř 39 % méně českých turistů vykonávajících delší cestu. U kratších cest činil úbytek téměř 41 %.

Na třetím místě se v žebříčku návštěvnosti dlouhodobě umísťuje Itálie, přestože také její podíl na delších cestách za účelem rekreace trvale klesá. Mezi tradiční lokality v rámci Itálie patří jadranské pobřeží (Rimini, Bibione), dále potom jižní část poloostrova (Kalábrie, Gargáno) a v poslední době roste obliba ostrovů Sicílie a Sardinie. Nesmíme zapomenout ani na alpské oblasti, kam míří podstatná většina turistů preferujících aktivní způsob trávení dovolené.

**Graf č. 13: Vývoj počtů delších cest do 5 českými turisty dlouhodobě nejnavštěvovanějších destinací v letech 1998-2006**



Zdroj: ČSÚ 1998-2006

Z celkového pohledu je možné říci, že pro český výjezdový cestovní ruch tradiční destinace v posledních letech trvale ztrácejí na úkor nových, mnohdy exotických států. Sem je nutno zařadit hlavně Turecko a severoafrické státy (Egypt, Tunisko, Maroko), které konkurují tradičním destinacím hlavně nízkými cenami a poměrně slušnou úrovní služeb. Díky nástupu nízkonákladových leteckých společností na český trh a stále se zvyšujícímu počtu charterových letů se rovněž výrazně zlepšila jejich dostupnost. Za příklad nám může posloužit Tunisko nebo Egypt. V roce 1998 se tyto státy nacházely spíše na okraji zájmu českých turistů. Nicméně v roce 2006 již do nich vycestovalo na dovolenou (delší cestu) větší množství rekreatantů než např. do Španělska, Francie nebo Německa (grafy č. 11, 12).

Mezi lokality, které v poslední době trvale oslabují tradiční destinace českého výjezdového cestovního ruchu, patří také za socialismu oblíbené balkánské státy. Jedná se především o Bulharsko a Černou Horu. Cestovní ruch prošel v těchto státech v průběhu 90. let velkým úpadkem a teprve od počátku nového tisíciletí se znovu vrací na své bývalé pozice. Zatímco v roce 1998 vykonalo do Bulharska delší zahraniční cestu pouhých 4 tisíce českých turistů, v roce 2005 to již bylo 116 tisíc (tabulka - příloha č. 2). To znamená téměř třicetinásobný nárůst. Důvodem této změny jsou opět nízké ceny a relativně dobrá úroveň služeb, ale také tradice a bližší jazyk. Mezi nejvyhledávanější lokality přirozeně patří černomořské pobřeží (např. Zlaté písky nebo Slunečné pobřeží).

Také Černá Hora patřila dříve mezi opomíjené destinace. V posledních letech se však stále častěji stává cílem našich občanů. Češi se v sezóně 2004 dokonce stali nejpočetnější skupinou zahraničních turistů v této malé zemi. Přijelo jich více než 24 tisíc (COT Business 2005). Přestože cenově je Černá Hora srovnatelná s Chorvatskem, může být atraktivní především pro tu část českých turistů, kterým se sousední stát již „okoukal“. Čechy lákají také hory (Durmitor, Bjelasica, Komovi, Prokletije) a krásná, člověkem nepříliš poznamenaná příroda.

V neposlední řadě je nutno zmínit vzdálené exotické destinace, do kterých s rostoucí životní úrovní české populace míří stále větší procento turistů. Patří sem hlavně jihovýchodní Asie (Thajsko), Karibské ostrovy (Dominikánská republika) a ostrovy v Indickém oceánu (Maledivy, Mauritius, Seychely).

Tříštění českého výjezdového cestovního ruchu, kterého jsme svědky v posledních letech, bude podle mého názoru nadále pokračovat. Přestože si nemyslím, že by tradiční destinace, jakými jsou Chorvatsko, Slovensko nebo Itálie, ztratily své výsadní postavení, jejich podíl na celkovém počtu delších cest bude nadále klesat.

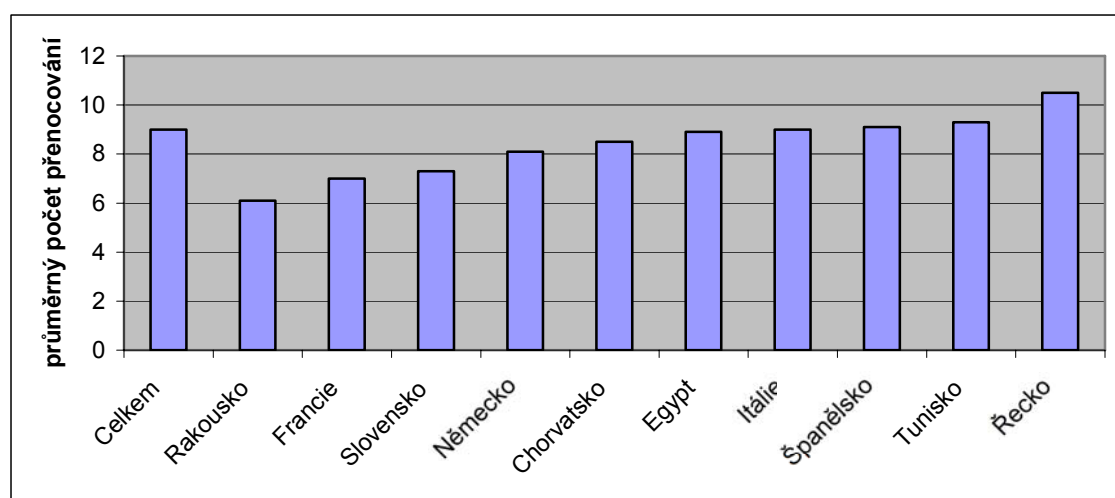


### 6.3 Délka pobytu

Během sledovaného období (2003-2006) průměrný počet přenocování trvale klesal a tento trend byl zastaven až v roce 2006, kdy tvořil 9 nocí.

Jak uvádí Český statistický úřad, z první desítky nejnavštěvovanějších států strávili Češi nejvíce času v Řecku (10,5 přenocování), dále potom v Tunisku (9,3 přenocování) nebo Španělsku (9,1 přenocování). Nejkratší dobu se potom čeští turisté zdržují v sousedních státech – v Rakousku (6,1 přenocování) a na Slovensku (7,3 přenocování).

**Graf č. 14: Průměrné počty přenocování na delších cestách do zahraničí v roce 2006**



Zdroj: ČSÚ 2006

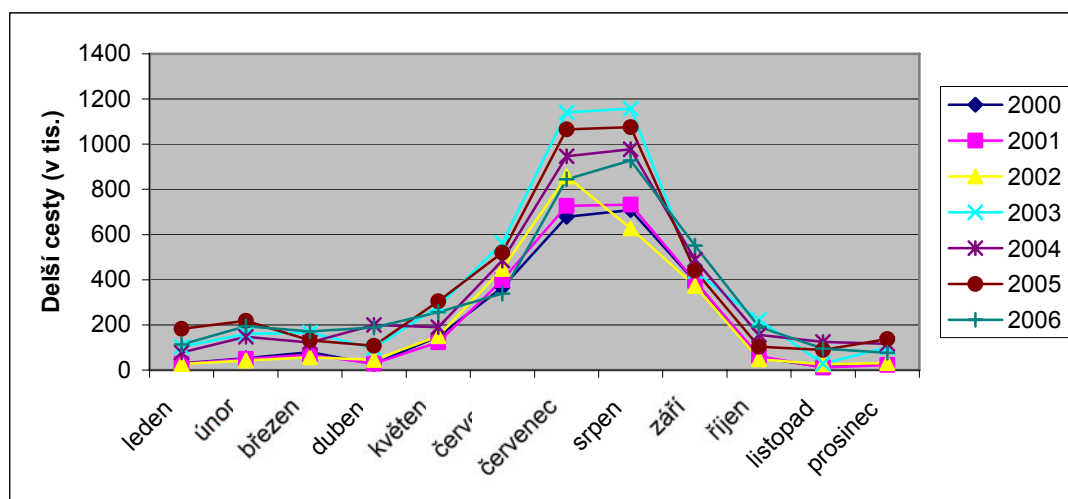
Obecně je možno říci, že průměrný počet přenocování stoupá s rostoucí vzdáleností cílové destinace od České republiky (graf č. 14). U bližších destinací bývá průměrná délka pobytu kratší. Souvisí to také s tím, že do vzdálenějších destinací se obvykle cestuje letadlem, čímž je maximálně optimalizován čas strávených na samotné dovolené. Při cestách do bližších destinací převládá pozemní způsob dopravy a cestující mnohdy stráví alespoň jednu noc na cestě.

### 6.4 Sezónnost delších cest do zahraničí

Hlavní sezóna výjezdového cestovního ruchu je pro české turisty totožná s letními školními prázdninami. Drtivá převaha delších cest do zahraničí se tak uskuteční v červenci nebo srpnu (graf č. 15). Zimní sezóna není z grafu příliš patrná. V grafu jsou však obsažena

data pouze za delší cesty. Pro kratší cesty ČSÚ tuto charakteristiku bohužel nesleduje. Lze tedy říci, že většina českých turistů pobývajících na horách alespoň 4 dny, tráví zimní dovolenou v tuzemsku. Rovněž zimní cesty za sluncem do exotických krajín u nás nejsou tak obvyklé, jako v západních státech a stále se týkají pouze úzké skupiny movitých obyvatel.

**Graf č. 15.: Delší cesty do zahraničí podle měsíců v letech 2000-2006**



Zdroj: ČSÚ 2000-2006

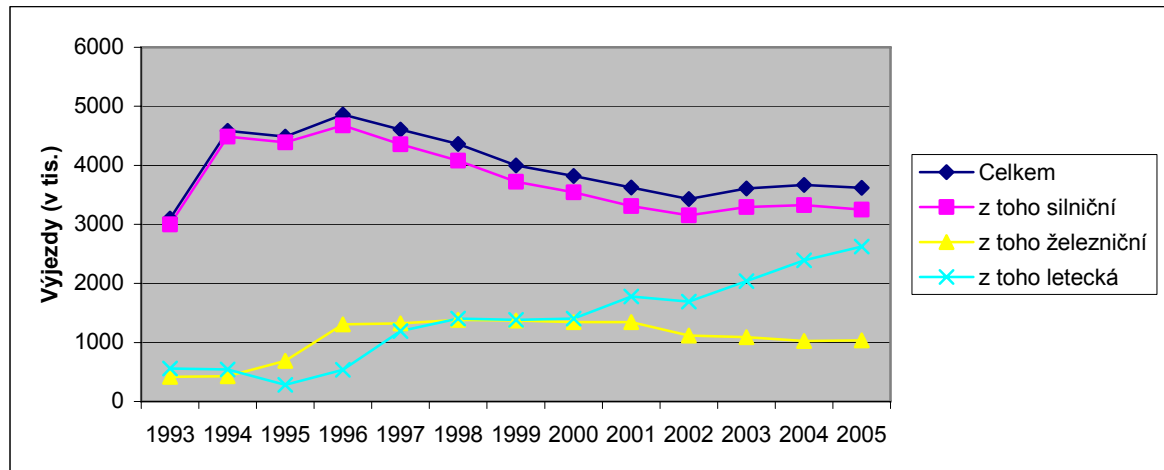
V grafu č. 15 stojí za povšimnutí rok 2002, který se poněkud liší od ostatních roků. Pouze jeden vrchol letní sezóny (červenec) je podle mého názoru způsoben ničivými povodněmi, které zasáhly Českou republiku v srpnu 2002. Mnoho lidí se tehdy vrátilo z dovolené předčasně, a nebo na plánovanou dovolenou vůbec neodjelo.

## 6.5 Použité dopravní prostředky

Češi využívají pro cesty do zahraničí především silniční dopravní prostředky. Jak je patrné z grafu č. 16, silniční doprava naprosto dominuje a ostatní druhy dopravy jsou z tohoto pohledu marginální. Musíme si nicméně uvědomit, že tato data ukazují pouze na způsob překročení státní hranice, bez ohledu na účel cesty. Z tohoto hlediska je významně deformuje tzv. malý pohraniční styk, kterého se účastní osoby žijící v nevelké vzdálenosti od státní hranice. Tito lidé cestují do sousedního státu většinou z jiných důvodů, než je rekreace (zaměstnání, nákupy,...) a z pochopitelných důvodů u nich naprosto převažuje silniční způsob dopravy. Rovněž většina služebních cest českých občanů do sousedních států se odehrává po

zemi. Přesto i na tomto grafu je poměrně dobře patrný nárůst letecké dopravy od počátku tisíciletí.

**Graf č. 16: Výjezdy českých občanů do zahraničí podle použitého způsobu dopravy v letech 1993-2005 (v tis.\*)**

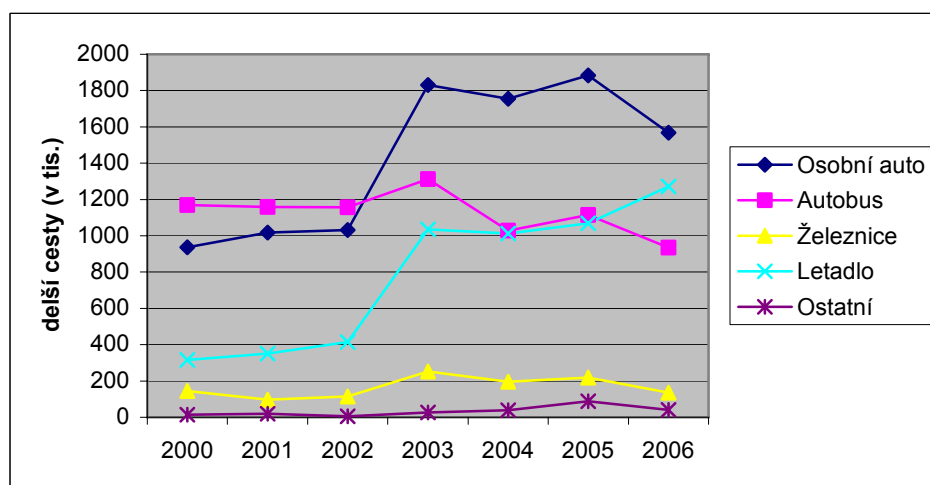


\* hodnoty celkových výjezdů a silniční dopravy byly pro potřeby grafu 10x zmenšeny

Zdroj: ČSÚ 1993-2005

Mnohem průkaznější je podle mého názoru graf č. 17, který znázorňuje počty delších cest do zahraničí za účelem rekreace podle použitého dopravního prostředku. Český statistický úřad začal sledovat tyto charakteristiky až od roku 2000, takže pro 90. léta bohužel chybí srovnání.

**Graf č. 17: Delší cesty do zahraničí podle použitého dopravního prostředku**



Zdroj: ČSÚ 2000-2006

Z grafu č. 17 je patrné, že mezi lety 2002 a 2003 výrazně vzrostlo využívání osobních automobilů a letadel pro delší cesty do zahraničí. Souvisí to s celkovým oživením výjezdového ruchu po krizi z přelomu tisíciletí.

Zatímco letecká doprava od tohoto data téměř nepřetržitě roste, autobusová doprava naopak klesá a v roce 2006 se poprvé dostala pod úroveň letecké dopravy (graf č. 15). Jak bylo již výše zmíněno, je to způsobeno vstupem nízkonákladových (low-cost) leteckých společností na český trh a růstem obliby severoafrických a blízkovýchodních turistických destinací, do kterých tvoří letadlo optimální způsob dopravy.

První nízkonákladová letecká společnost se na českém trhu objevila již v roce 1999. Byla jí společnost GO Fly. V letech 2002-2005 ji následovaly i další významní přepravci. Za všechny zmiňuji Easy Jet (tato společnost v roce 2002 koupila Go Fly), BMI Baby, SkyEurope, SmartWings a Ryanair (tabulka č. 6). Tabulka obsahuje pouze počty destinací, do nichž letecké společnosti vypravují pravidelné linky. V hlavní turistické sezóně však navíc vypravují lety do mnoha přímořských letovisek. Jen letecká společnost SkyEurope tímto způsobem obsluhuje dalších 13 destinací.

**Tabulka č. 6: Přehled nejvýznamnějších low-cost přepravců na českém trhu v roce 2008**

Společnost	Počet destinací	Začátek působení na českém trhu
SkyEurope	14	2002
Easy Jet	8	2002
Norwegian	4	2004
Ryanair	3	2005
BMI Baby	3	2002
Sterling	3	2004
SmartWings	2	2004
Jet2	2	2004

*Zdroj: www.planes.cz 2008*

Letecká doprava se stala největším konkurentem autobusové dopravy hlavně na linkách do významných evropských metropolí. Letenka do těchto míst je mnohdy levnější než autobusová jízdenka. Fenoménem se tedy v posledních letech staly tzv. eurovíkendy, tedy víkendové cesty do hlavních evropských metropolí jako je Londýn, Paříž nebo Barcelona, které jsou z převážné většiny realizovány leteckou dopravou.

Zajímavou skutečností je fakt, že mezinárodní recese letecké dopravy, která nastala po teroristických útocích z 11. září 2001, se českých cestujících téměř nedotkla. V celkovém

počtu výjezdů sice v roce 2002 pozorujeme mírný pokles, u delších cest za účelem rekreace však naopak pokračoval trvalý růst.

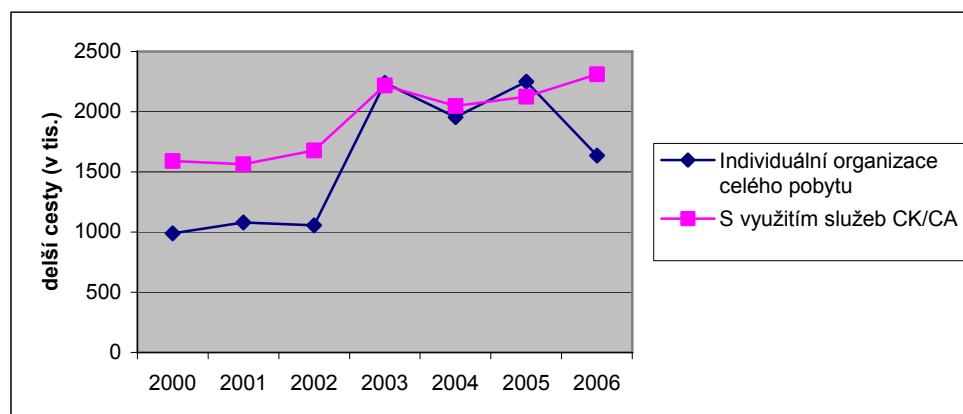
V obecné rovině lze říci, že čím je cílová destinace vzdálenější, tím roste podíl letecké dopravy. Při transatlantických cestách potom tvoří téměř 100%. Naopak cestám do tradičních turistických destinací (Chorvatsko) a okolních států (Slovensko, Polsko, Rakousko), stále dominuje silniční doprava. Použití železniční dopravy pro cesty do zahraničí stagnuje a v posledních letech dokonce zaznamenává mírný pokles, což odpovídá celkové ztrátě významu tohoto druhu dopravy.

Do budoucna je podle mého názoru možno očekávat další nárůst letecké dopravy na úkor ostatních způsobů. Přítomnost nízkonákladových společností na trhu trvale sráží ceny letenek a tím se tento druh dopravy stává přístupnějším širším vrstvám obyvatel. Autobusová doprava nemůže letecké dost dobře konkurovat, a proto se přesune spíše na kratší či středně dlouhé vzdálenosti, případně do oblastí kam neexistuje kvalitní letecké spojení.

## 6.6 Organizace cesty

Pro cesty do zahraničí existují v zásadě dva základní způsoby organizace cesty. Turista může cestovat individuálně a veškeré záležitosti související s cestováním si vyřizovat sám, a nebo může využít služeb cestovní kanceláře nebo cestovní agentury. Služby těchto subjektů spočívají hlavně v zajištění dopravy, ubytování, stravy, případně průvodcovské činnosti. Poměr delších cest do zahraničí podniknutých individuálně nebo s využitím služeb CK byl v posledních letech poměrně vyrovnaný (graf č. 18).

**Graf č. 18: Delší cesty do zahraničí podle způsobu organizace cesty v letech 2000-2006**



Zdroj: ČSÚ 2000-2006

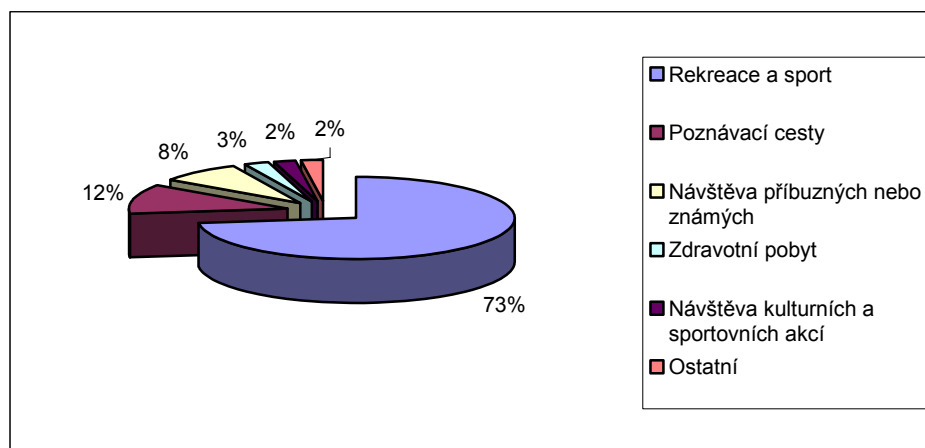
V obecné rovině přitom platí, že pro cesty do vzdálenějších destinací turisté častěji využívají služeb cestovní kanceláře. Svou roli může hrát také jazyková bariéra, případně podvědomá potřeba mít vše podstatné zajištěno ještě před začátkem cesty. Naopak individuální turisticke nahrává relativní blízkost a snadná dostupnost klíčových turistických destinací (Chorvatsko). Nezanedbatelnou roli hraje také určitá volnost či nezávislost, která je s individuální formou cestování spojená.

## 6.7 Účel cesty

Hlavním důvodem delších cest našich občanů do zahraničí je rekreace a sport, přičemž většina rekreatantů upřednostňuje jako hlavní náplň dovolené pobyt u moře. Podíl těchto turistů se dlouhodobě pohybuje mezi 70–75% všech delších cest (graf č. 19). Drtivá většina z nich míří do přímořských států, jakými jsou např. Chorvatsko, Itálie, Bulharsko nebo Řecko. Spadají sem ovšem také turisté, kteří preferují aktivní způsob trávení dovolené (např. horskou turistiku, cykloturistiku, rafting,...). Ti mnohem raději navštěvují státy, které mohou nabídnout více, než jen moře. Velmi oblíbené jsou mezi nimi alpské státy, čeští turisté také tradičně míří na Slovensko, západní Ukrajinu, do Karpat nebo balkánských hor. Český statistický úřad bohužel tyto zásadní kategorie (pobyt u moře versus aktivní dovolená) nerozlišuje, takže jejich vzájemný poměr lze jen těžko určit.

Dalším významným důvodem jsou poznávací cesty, které v posledních letech relativně posilují (z 10 % v roce 2000 na 12 % v roce 2006). Za zmínku stojí ještě cesty za známými a příbuznými, ostatní důvody jsou víceméně marginální.

**Graf č. 19: Delší cesty do zahraničí podle účelu cesty v roce 2006**



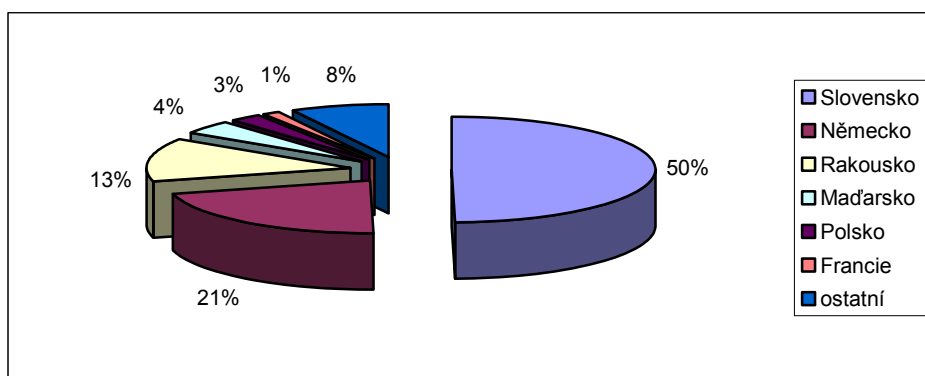
Zdroj: ČSÚ 2006

## 6.8 Kratší cesty do zahraničí

Počet kratších cest (tj. s alespoň 1, ale méně než 3 přenocováními) do zahraničí zaznamenal za sledované období (2003-2006) pokles o téměř 14 %. Tradičně mu přitom dominují sousední státy Slovensko, Rakousko, Německo a Polsko, které v roce 2006 dohromady pojaly plných 78 % celku (graf č. 21). Hlavní roli zde hraje jejich relativní blízkost a snadná dostupnost pro víkendové cesty.

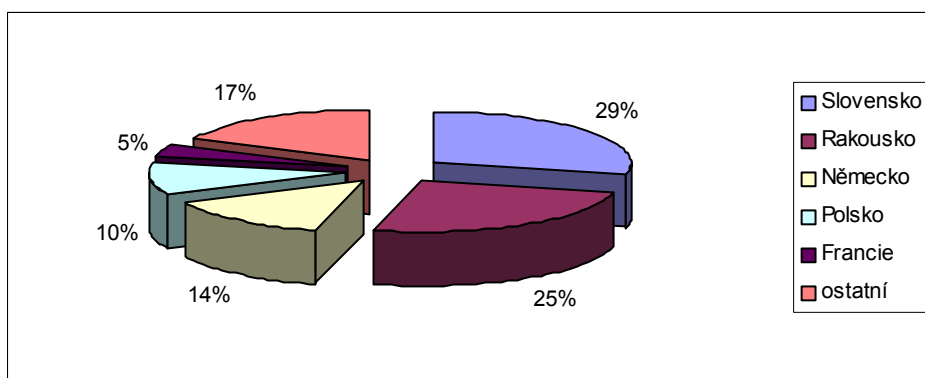
Na prvním místě se dlouhodobě drží Slovensko, i když v posledních letech kratších cest do tohoto státu výrazně ubývá (grafy č. 20, 21). Na vině může být větrná smršť, která v roce 2004 poničila velké části slovenských Tater. Nicméně pokles je natolik razantní, že důvody je nutno hledat také jinde. Za poklesem může stát rovněž reforma veřejných financí, která na Slovensku probíhá od počátku roku 2004 a s ní související zdražování.

**Graf č. 20: Kratší cesty do zahraničí podle místa pobytu v roce 2003**



Zdroj: ČSÚ 2003

**Graf č. 21: Kratší cesty do zahraničí podle místa pobytu v roce 2006**



Zdroj: ČSÚ 2006

Naopak výrazný vzestup zaznamenalo sousední Rakousko. Ten je podle mého názoru možno přičíst relativně teplým zimám, které postihly střední Evropu v posledních letech (např. zima 2006/2007). Mnoho českých lyžařů tehdy cestovalo za sněhem do, z hlediska zimních sportů, lépe vybavené alpské země.

Rovněž Francie mezi lety 2003 a 2006 posílila (grafy č. 20, 21). Tento nárůst je podle mého názoru možno vysvětlit již zmiňovaným příchodem nízkonákladových leteckých společností na český trh. Cestování do evropských metropolí se výrazně zjednodušilo a hlavně zrychlilo. Rovněž nižší cena přispěla ke zvýšenému zájmu o tyto destinace. Obliba tzv. eurovíkendů, tedy víkendových cest do evropských metropolí, narůstá právě v souvislosti s rozšiřováním nabídky nízkonákladových leteckých operátorů.

Typickým jevem je rozšiřování počtu cílových států pro kratší cesty do zahraničí (kategorie „ostatní“ v grafech č. 20, 21). Toto tříštění je obecným trendem (mimo jiné také u delších cest), nicméně zde je důvody nutno spatřovat hlavně v rozšiřování nabídky. Díky levným letenkám si nyní cestující mohou zaletět na víkend i do míst, kam by se dříve z časových důvodů nemohli dostat (Itálie, Francie, Španělsko). Nárůst kategorie „ostatní“ je mezi lety 2003 a 2006 poměrně razantní, je ovšem nutno počítat s mírným zkreslením. Maďarsko, které je v roce 2003 uváděno samostatně, je totiž v roce 2006 zařazeno právě do této kategorie.



## **7 Výjezdový cestovní ruch zprostředkovaný činností cestovních kanceláří**

Na českém trhu s organizovaným cestovním ruchem působí v současné době více než tisíc cestovních kanceláří. Trh je stabilizovaný, úspěšně prošel transformačním obdobím a poměrně dobře se vyrovnal s legislativními změnami, které přišly v souvislosti se vstupem České republiky do Evropské unie.

Český statistický úřad bohužel sledoval činnost tuzemských touroperatorů podrobněji pouze do roku 2001 (tabulka – příloha č. 3). Chybí nám tedy aktuální data, hlavně pokud se týká počtů osob cestujících s CK do jednotlivých destinací. Srovnání s celkovým počtem delších cest a určení podílů organizované a individuální turistiky tedy bylo provedeno alespoň pro rok 2001 (kapitola 7. 3).

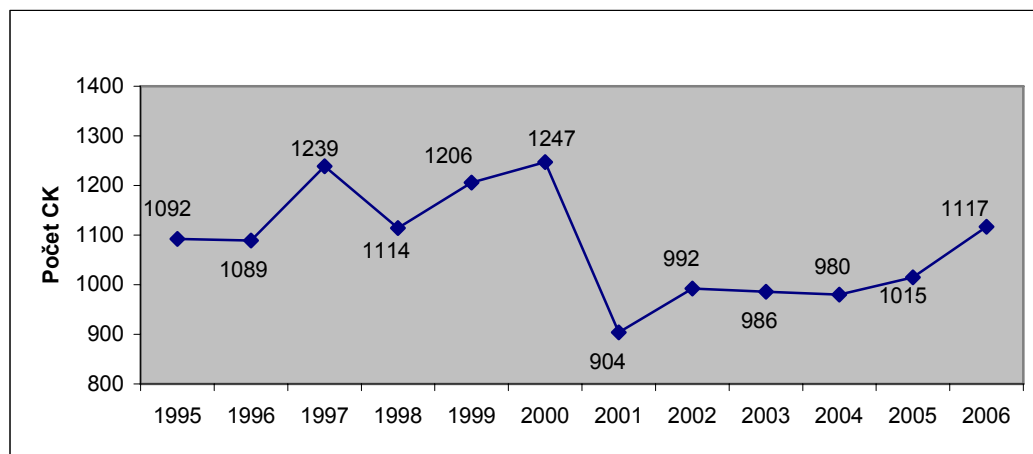
### **7.1 Vývoj počtu organizací zabývajících se cestovním ruchem**

Na sklonku komunistické totality se organizovaným cestovním ruchem v Československu zabývalo pouze devět, převážně státních, cestovních kanceláří. Dominantní postavení zaujímal CK Čedok, která měla až do poloviny 60. let monopol na veškeré organizované cesty do zahraničí. Do roku 1989 se k ní postupně přidalo ještě pět českých (CKM, Rekrea, Sport-turist, Autoturist, Balnea) a tři slovenské (Slovakoturist, Tatratour, Slovakoterm) cestovní kanceláře (Francová 2003).

Po pádu komunistického režimu došlo k prudkému nárůstu počtu cestovních kanceláří. Již v roce 1990 se cestovním ruchem zabývalo na čtyři tisíce organizací (Štyrský 2005). Nelze bohužel přesně říci, kolik z nich bylo cestovními kancelářemi v právním slova smyslu (tak jak stanovuje zákon č. 159/1999 Sb.), či kolik jich podnikalo na území dnešní České republiky. Přesto se jedná o bezprecedentní nárůst, který byl způsoben náhlým zvýšením poptávky po cestách do zahraničí.

Do podnikání v oblasti organizovaného cestovního ruchu se po roce 1989 vrhlo mnoho nadšenců, mnohdy bez základních zkušeností. Ve vysoce konkurenčním prostředí, které se u nás v průběhu první poloviny 90. let vytvořilo, mnozí z nich neobstáli. V roce 1995 již na českém trhu operovalo pouze 1092 cestovních kanceláří, přičemž tento počet (s většími či menšími výkyvy) zůstává zachován až do současnosti (graf. č. 22).

**Graf č. 22 : Vývoj počtu cestovních kanceláří na českém trhu v letech 1995-2006**



*Zdroj: ČSÚ 1995-2006*

Pokles počtu organizací zabývajících se cestovním ruchem v první polovině 90. let není ničím nepřirozeným. Trh se pročistil. Na jedné straně muselo ukončit svou činnost mnoho malých a slabých cestovních kanceláří, na druhé straně se v této době vyprofilovali nejsilnější touroperátoři, kteří trhu dominují dodnes.

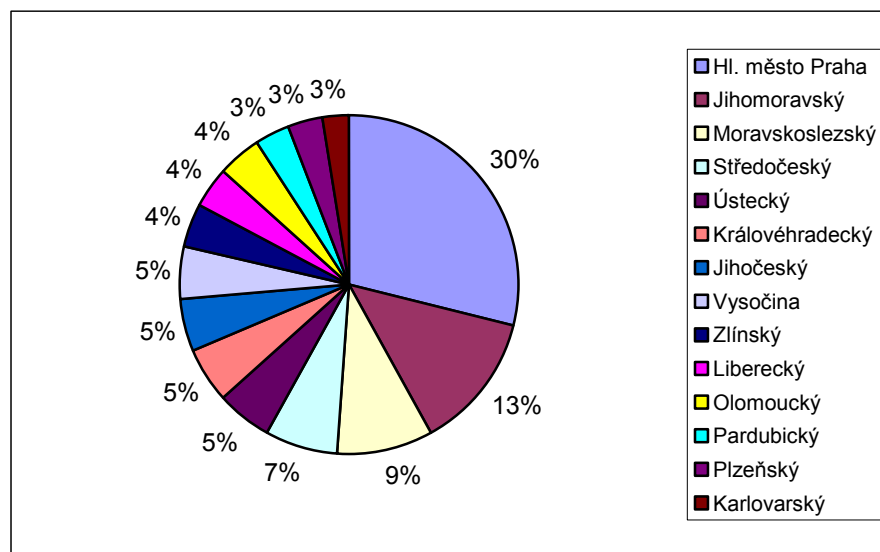
Podíváme-li se na graf č. 22, zarazí nás poměrně razantní pokles počtu cestovních kanceláří, ke kterému došlo mezi lety 2000 a 2001. Tento jev je podle mého názoru způsoben dopady zákona č. 159/1999 Sb., který vešel v platnost 1. října 2000. Podmínky pro podnikání v cestovním ruchu byly tímto zákonem výrazně zpřísněny. Asi největší změnou byla povinnost cestovních kanceláří pojistit se proti úpadku. Dále zde byl jasně definován pojem zájezd, došlo k rozlišení cestovních kanceláří a cestovních agentur, byly zde předepsány informace, které musí být uvedeny v katalogu cestovní kanceláře a v neposlední řadě také náležitosti, které musí obsahovat cestovní smlouva. Většina změn měla za cíl posílit ochranu spotřebitelů a byla vyvolána poměrně častými krachy cestovních kanceláří v průběhu 90. let (Travela, Čechie, East-West, Globtour aj.). Dalším významným motivem byla nutnost harmonizovat naše právo v oblasti cestovního ruchu s právem EU (Francová 2003).

Mnoho, zvláště menších, cestovních kanceláří se z výše uvedenými změnami nedokázalo vyrovnat, přičemž největší dopady na ně mělo bezesporu zvýšení nákladů související s povinností pojištění proti úpadku. Je si však třeba uvědomit, že skončily především ty cestovní kanceláře, jejichž postavení na trhu bylo krajně nejisté a jejichž dosavadní podnikání bylo možné označit za rizikové. Od roku 2005 dochází k opětovnému růstu počtu cestovních kanceláří.

Podíváme-li se na počet obyvatel, kteří u nás připadají na jednu cestovní kancelář, je poměrně zajímavé srovnání se sousedním Rakouskem. Zatímco u našeho jižního souseda připadá na jednu cestovní kancelář 160 000 obyvatel, v České republice je to pouhých 11 000 obyvatel (Štýrský 2005). Podle dat Českého statistického úřadu za rok 2006 je tento počet dokonce ještě nižší (9 210). Z toho vyplývá, že v současné době nabídka tuzemských cestovních kanceláří vysoce převyšuje poptávku po jejich produktech.

Neméně zajímavé je srovnání počtu cestovních kanceláří v rámci jednotlivých krajů České republiky (grafy č. 23, 24).

**Graf č. 23: Podíl cestovních kanceláří podle krajů v roce 2006**



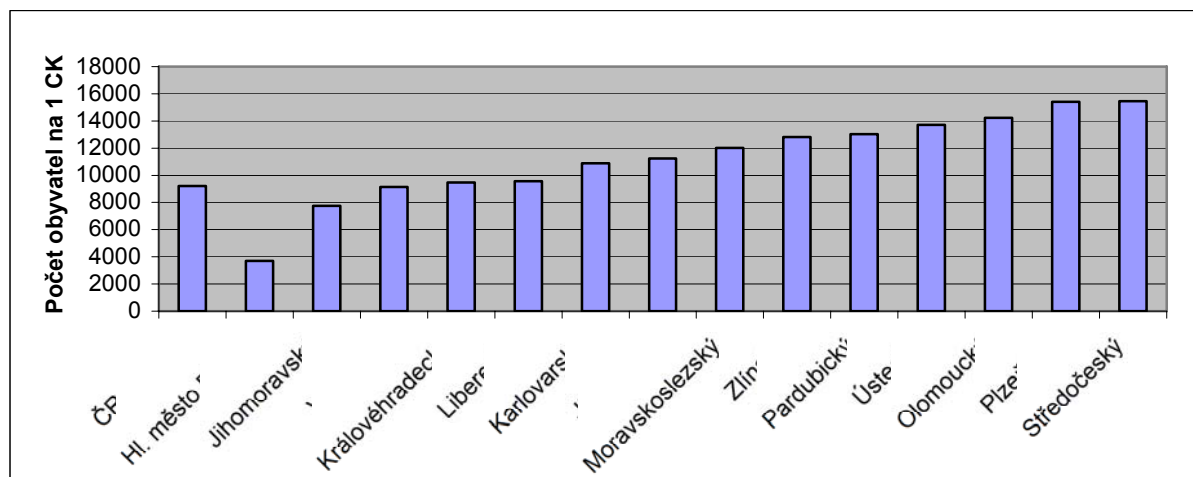
Zdroj: ČSÚ 2006

Z grafu č. 23 vyplývá, že rozmístění cestovních kanceláří je v České republice značně nerovnoměrné. Téměř 60 % všech cestovních kanceláří se nachází ve čtyřech populačně nejsilnějších krajích (Moravskoslezský, Praha, Středočeský, Jihomoravský), ve kterých žije celkem 46 % obyvatel (ČSÚ 2006). To je podle mého názoru dáno tím, že ve výše zmíněných krajích se nachází největší populační centra (Praha, Brno, Ostrava), která již mají charakter velkoměst. Životní styl jejich obyvatel se liší od zbytku republiky, přičemž cestování do zahraničí je pro řadu z nich naprosto samozřejmou součástí života. Mezi městským obyvatelstvem je tedy poptávka po produktech cestovních kanceláří tradičně nejvyšší, což souvisí s vysokou koncentrací cestovních kanceláří do těchto oblastí.

Zajímavý je rovněž pohled na přepočtený počet obyvatel na jednu cestovní kancelář v rámci krajů České republiky (graf č. 24). Čím méně obyvatel připadá na jednu cestovní

kancelář, tím více nabídka cestovních produktů převyšuje poptávku, konkurence mezi cestovními kancelářemi se zvyšuje a spotřebitel má větší možnost výběru.

**Graf č. 24: Počty obyvatel na 1 CK v krajích ČR v roce 2006**



*Zdroj: vlastní výpočty dle ČSÚ 2006*

Porovnáme-li absolutní čísla z grafu č. 23 (počty CK v jednotlivých krajích) a relativní hodnoty z grafu č. 24 (počet obyvatel na jednu CK v jednotlivých krajích), dojdeme k závěru, že se v mnohém liší. Za příklady nám mohou posloužit kraje Moravskoslezský a Středočeský. Přestože se v nich nachází třetí resp. čtvrtý nejvyšší počet cestovních kanceláří, z hlediska počtu obyvatel na jednu CK se nachází vysoko nad celorepublikovým průměrem. V případě Moravskoslezského kraje je toto poměrně vysoké číslo ovlivněno nejspíše ekonomickými důvody (vysoká nezaměstnanost, strukturálně postižené regiony). U Středočeského kraje hraje bezpochyby hlavní roli blízkost hlavního města, které místním touroperátorům odčerpává klientelu.

Jednotlivé subjekty cestovního ruchu v České republice dlouhodobě sleduje agentura Mag Consulting, která každoročně sestavuje žebříčky největších a nejúspěšnějších cestovních kanceláří a agentur na tuzemském trhu. Tyto žebříčky jsou sestavovány podle dvou základních kritérií – podle výše tržeb (tabulka č. 7) a podle počtu zákazníků (tabulka č. 8). Je však nutno si uvědomit, že se zde nacházejí pouze subjekty, které při výzkumu spolupracovaly a odtajnilly své hospodářské výsledky.

Na prvních třech místech se podle obou sledovaných kritérií umístily tytéž cestovní kanceláře. Na dalších místech se však pořadí liší. Je to dáno hlavně zaměřením jednotlivých touroperátorů. Kupříkladu CK ESO Tour, která co do počtu zákazníků rozhodně nepatří k největším, se podle výše tržeb umístila na pátém místě. Důvodem tohoto rozporu je

bezpochyby fakt, že se tento touroperátor zaměřuje na bohatší klientelu a naprostou většinu svých zájezdů vypravuje do exotických destinací.

**Tabulka č. 7: TOP 10 cestovních kanceláří a agentur podle tržeb v roce 2006 (v mil. Kč)**

Pořadí	Název CK	Sídlo	Výše tržeb (v mil. Kč)
1	Čedok a.s.	Praha	3009
2	EXIM TOURS a.s.	Praha	2977
3	FIRO-tour a.s.	Praha	1507
4	ALEXANDRIA, spol. s.r.o.	Praha	935
5	ESO travel, spol. s.r.o.	Praha	481
6	CANARIA TRAVEL, spol. s.r.o.	Praha	339
7	VÍTKOVICE TOURS, spol. s.r.o.	Ostrava	246
8	KOMPAS Praha, spol. s.r.o.	Praha	245
9	SIAM TRAVEL INTERNATIONAL	Praha	235
10	VENUS TRADE AND TOURS, spol. s.r.o.	Praha	209

Pořadí	Název CA	Sídlo	Výše tržeb (v mil. Kč)
1	ASIANA, spol. s.r.o.	Praha	1038
2	INVIA.CZ, spol. s.r.o.	Praha	870
3	EuroAgentur Hotels and Travel	Praha	603
4	Jerome Travel, spol. s.r.o.	Praha	245
5	Zájezdy.cz, spol. s.r.o.	Třebíč	220

*Zdroj: Mag Consulting 2006*

**Tabulka č. 8: TOP 5 cestovních kanceláří a agentur podle počtu zákazníků v roce 2006 (v tis.)**

Pořadí	Název CK	Celkem	z toho výjezdový CR	výjezdový CR (%)
1	Čedok a.s.	406	218	54
2	EXIM TOURS a.s.	238	238	100
3	FIRO-tour, spol. s.r.o.	145	140	97
4	SUNNY DAYS, spol. s.r.o.	114	114	100
5	Blue Style, spol. s.r.o.	92	92	100
5	CK Nev-Dama a.s.	92	92	100

Pořadí	Název CA	Celkem	z toho výjezdový CR	výjezdový CR (%)
1	EuroAgentur Hotels and Travel	354		0
2	ASIANA, spol. s.r.o.	164	118	72
3	Jerome Travel, spol. s.r.o.	130		0
4	INVIA.CZ, spol. s.r.o.	73	73	100
5	UBYTOVANI.CZ	61	3	5

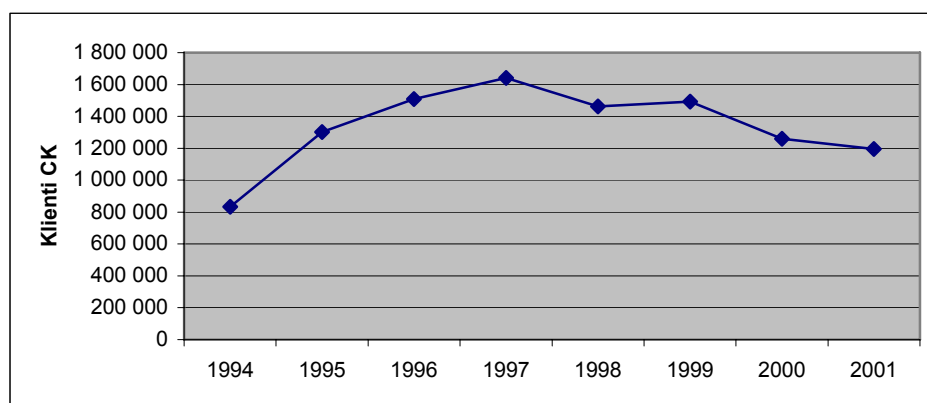
*Zdroj: Mag Consulting 2006*

## 7.2 Směry vyjížděky prostřednictvím cestovních kanceláří

Na úvod této podkapitoly je třeba uvést, že Český statistický úřad sledoval hlavní směry vyjížděky prostřednictvím cestovních kanceláří pouze do roku 2001. Chybí nám tedy aktuální data. Přesto je podle mého názoru možné i z těchto zastaralých údajů vysledovat hlavní trendy.

Pokud se podíváme na vývoj počtu klientů, kteří prostřednictvím cestovních kanceláří vycestovali do zahraničí (graf č. 25), zjistíme, že byl ovlivněn stejnými faktory jako počty výjezdů a turistických delších cest (kapitola 6). Od počátku poslední dekády 20. století sledujeme trvalý růst, který je zastaven ekonomickou krizí, jež postihla Českou republiku na sklonku 90. let. Opětovné nastartování výjezdového cestovního ruchu, ke kterému došlo na přelomu let 2002 a 2003, bohužel nemůžeme na počtech klientů CK sledovat. Chybí data. Lze však předpokládat, že i zde došlo k výraznému oživení.

**Graf č. 25: Počty klientů, kteří vycestovali prostřednictvím CK na zahraniční dovolenou v letech 1994-2001**



*Zdroj: ČSÚ 1994-2001*

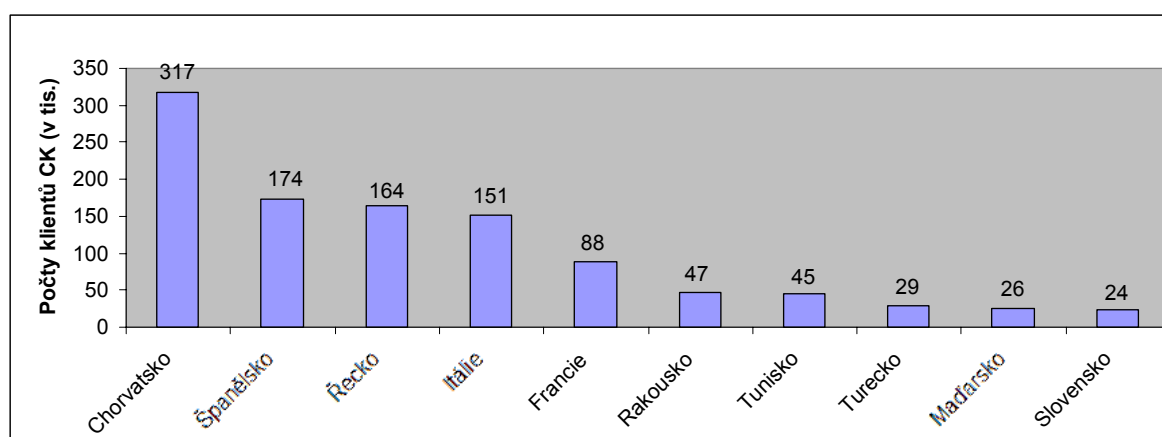
Rovněž skupina států, do nichž každoročně míří na zájezd s cestovní kanceláří nejvíce českých turistů, se v podstatě příliš neliší od států s nejvyšším podílem na delších cestách do zahraničí (kapitola 6). Nejoblíbenější destinací je i zde Chorvatsko, které v roce 2001 navštívilo se zájezdem více než 317 tisíc českých turistů (graf č. 26). Následují další, převážně středomořské státy.

Přesto můžeme vysledovat několik rozdílů. Slovensko, které se na žebříčku turistických delších cest dlouhodobě umísťuje na druhém místě, se v obdobném žebříčku

klientů cestovních kanceláří umístilo až na sklonku první desítky. Je to bezpochyby dáno jeho geografickou blízkostí, podobnou kulturou a jazykem. Většina turistů považuje za zbytečné nechat si organizovat cestu k našemu východnímu sousedovi cestovní kanceláří a volí individuální způsob dovolené.

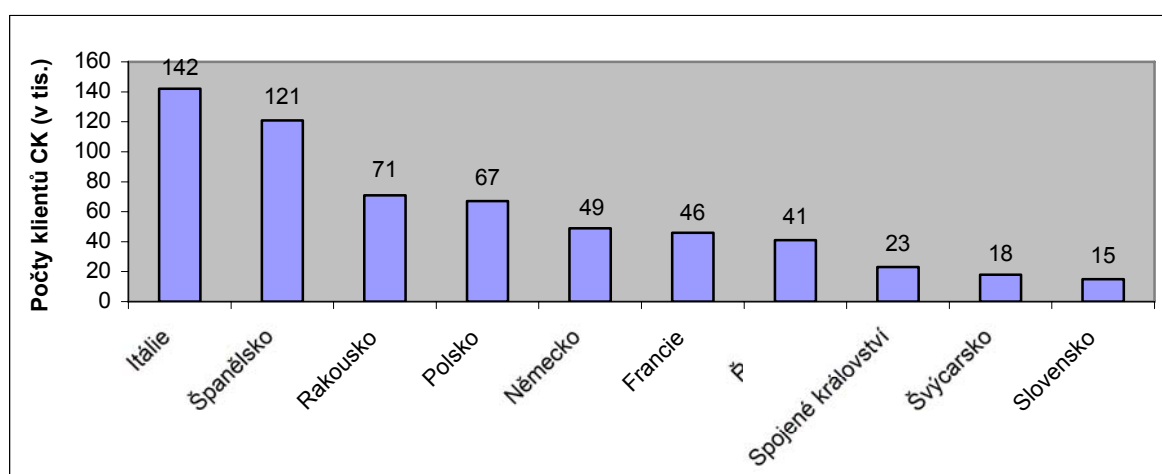
V případě Španělska a Řecka je tomu právě naopak. Vzhledem k velké geografické vzdálenosti a problémům s dopravou (řecké ostrovy) využívá větší část českých turistů služeb tuzemských touroperátorů. To se týká také exotických středomořských destinací, jakými jsou Turecko, Tunisko nebo Egypt.

**Graf č. 26: TOP 10 destinací výjezdového CR zprostředkovaného činností cestovních kanceláří v roce 2001**



Zdroj: ČSÚ 2001

**Graf č. 27: TOP 10 destinací výjezdového CR zprostředkovaného činností cestovních kanceláří v roce 1994**



Zdroj: ČSÚ 1994

Struktura hlavních turistických cílů, navštěvovaných prostřednictvím cestovních kanceláří, se naopak mezi lety 1994 a 2001 podstatně změnila (grafy č. 26, 27). V roce 1994 v první desítce nejnavštěvovanějších států vůbec nenalezneme Chorvatsko. Na vině je nepochybně občanská válka, která v této době probíhala v bývalé Jugoslávii. Čeští turisté se do této tradiční destinace začali vracet až po roce 1995. Překvapující je rovněž přítomnost Německa a Polska v první desítce (1994). V tomto případě se nenaplnuje předpoklad, že při cestách do sousedních států volí převážná většina turistů individuální způsob organizace dovolené. Vysvětlením může být určitá setrvačnost českých turistů, kteří i po roce 1989 stále navštěvovali za socialismu tradiční destinace. Svou roli mohla sehrát i skutečnost, že zájezdy do sousedních států byly výrazně levnější než zájezdy do středomořských letovisek. Nesmíme pominout ani již zmiňovaný výpadek Chorvatska. Turisté, kteří tradičně navštěvovali relativně levná jadranská střediska, se během občanské války přesunuli do jiných destinací.

### **7.3 Porovnání organizovaného a individuálního cestovního ruchu**

Jak již bylo řečeno v úvodu, srovnání organizovaného a individuálního cestovního ruchu lze provést pouze pro rok 2001 nebo dřívější data. Je to způsobeno absencí potřebných údajů.

Nicméně i při srovnávání dat z roku 2001 narazíme na problémy. Z metodických důvodů totiž nelze určit podíly organizovaných cest na výjezdovém cestovním ruchu za jednotlivé státy. V prvním případě jsou totiž uváděny počty osob, zatímco v druhém počty delších cest do zahraničí. Určité porovnání nám však mohou nabídnout rozdíly v procentuálních podílech výše zmíněných ukazatelů (tabulka č. 9).

Pokud je podíl dané země na počtu delších cest vyšší než podíl na počtu osob cestujících prostřednictvím cestovní kanceláře, vychází rozdíl těchto dvou charakteristik záporně. Cestování do těchto zemí tedy dominuje individuální turistika. Naopak je tomu v případě států, jejichž rozdíl se pohybuje v kladných číslech. Zde hraje hlavní roli organizovaná turistika.

Z tabulky č. 9 je patrné, že do bližších destinací cestují čeští turisté spíše individuálně (Slovensko, Chorvatsko, Německo), zatímco při dovolených ve vzdálenějších lokalitách častěji využívají služeb cestovních kanceláří (Španělsko, Řecko, Tunisko). Tuto skutečnost lze označit za obecný trend, který se potvrdil také v následujících výzkumech (kapitoly 8 a 9).



**Tabulka č. 9: Podíl na delších cestách a organizovaném cestovním ruchu v roce 2001**

Stát	delší cesty (%)	osoby s CK (%)	rozdíl
Slovensko	15,7	2,0	-13,6
Chorvatsko	33,5	26,5	-7,0
Německo	1,9	0,8	-1,1
Bulharsko	1,2	0,6	-0,7
Itálie	13,2	12,6	-0,6
Rakousko	4,3	3,9	-0,4
Švýcarsko	1,1	0,8	-0,3
Velká Británie	0,9	0,7	-0,2
USA	0,5	0,5	0,0
Polsko	0,2	0,3	0,1
Portugalsko	0,4	0,5	0,1
Maďarsko	1,2	2,2	1,0
Turecko	0,9	2,4	1,6
Francie	5,0	7,4	2,3
Tunisko	1,2	3,8	2,5
Řecko	8,9	13,7	4,8
Španělsko	6,4	14,6	8,1

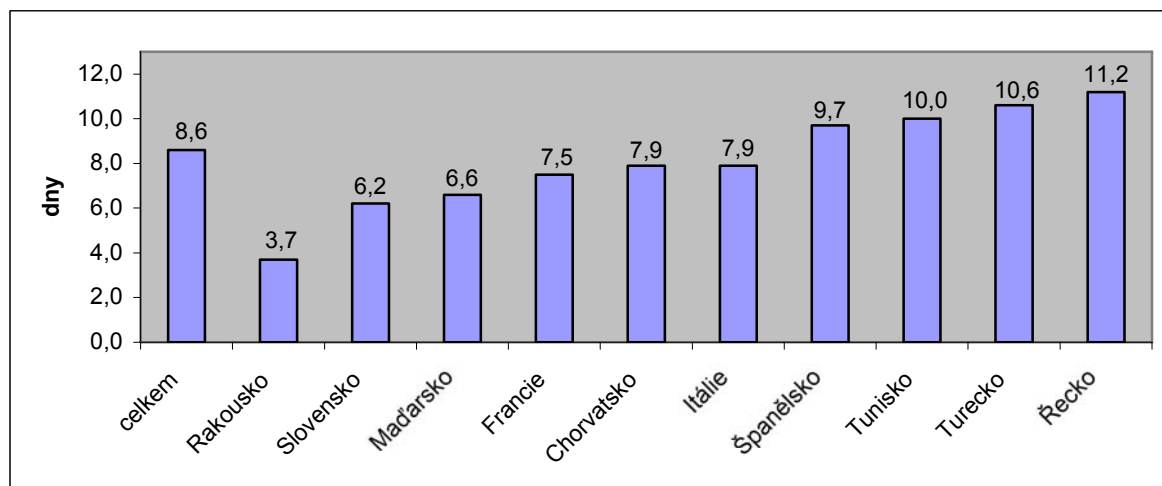
*Zdroj: vlastní výpočty dle ČSÚ 2001*

#### **7.4 Délka pobytu na zájezdech zprostředkovaných cestovními kancelářemi**

Pro délky pobytů na zájezdech zprostředkovaných cestovní kanceláří platí stejné pravidlo, jako pro délky pobytů na turistických delších cestách (kapitola 6). Čím je cílová destinace vzdálenější a hůře dopravně dostupná, tím jsou pobyty delší. Zároveň je možno říci, že pobytové zájezdy do přímořských letovisek obvykle trvají delší dobu, než zájezdy poznávací.

Do grafu č. 28 bylo vybráno deset států, do kterých v roce 2001 mířilo nejvíce turistických zájezdů. Opět se potvrdilo, že ve středoevropských státech tráví čeští turisté na svých dovolených nejméně času. Nekratší dobu trávili lidé v Rakousku, přičemž dominantní roli hrály pravděpodobně krátkodobé zájezdy do zimních lyžařských středisek. V sousedním Slovensku a Maďarsku již turisté trávili podstatně více času. Na Slovensku dominují krátkodobé (do jednoho týdne) rekreační pobytové zájezdy do Tater, případně jiných horských oblastí. Sezóna má přitom dva vrcholy, letní a zimní. Mezi klíčové maďarské cílové destinace jistě patří Balaton, který v posledních letech znovu získává na oblibě. Nesmíme zapomenout ani na lázeňství, které je v tomto středoevropském státě na velmi vysoké úrovni.

**Graf č. 28: Průměrná délka pobytu na zájezdů s CK v roce 2001**



*Zdroj: ČSÚ 2001*

Nejdéle času tráví Češi na dovolených v relativně vzdálených destinacích (Tunisko, Turecko, Řecko). V posledních letech se k výše uvedeným státům přiřadil ještě Egypt (v roce 2001 se umístil na 11. místě v žebříčku návštěvnosti). Jedná se především o letecké pobytové zájezdy k moři, které obvykle trvají 10 až 11 dní.

## 8 Výzkum cestovních kanceláří

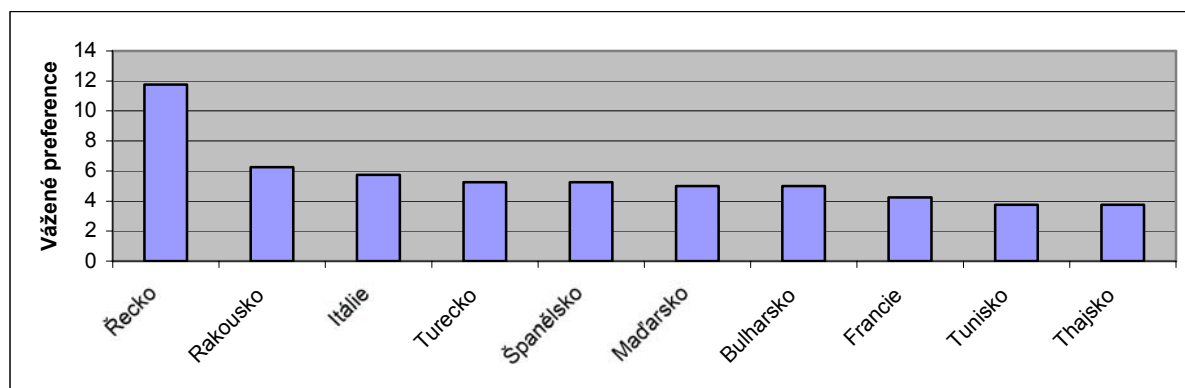
Cílem tohoto výzkumu bylo zjistit základní informace o trendech v organizovaném cestovním ruchu a porovnat tyto údaje s daty Českého statistického úřadu o turistických delších cestách, případně osobách, které vycestovaly na dovolenou prostřednictvím cestovní kanceláře. Metodika výzkumu je popsána v kapitole 3. 2.

### 8.1 Hlavní turistické destinace

Podle vážených hodnot byl pro obě skupiny („velké“ a „malé“ CK) sestaven žebříček deseti dlouhodobě nejnavštěvovanějších destinací (grafy č. 29, 31). Oba grafy přitom vycházejí z průměrných hodnot za celé sledované období. Dále byl pro obě skupiny vytvořen vývojový graf změny preferencí klientů CK v průběhu let 1990/2-2006 (grafy č. 30, 32). Do těchto grafů bylo zařazeno pět dlouhodobě nejvyhledávanějších států v rámci každé skupiny.

Struktura hlavních turistických destinací, které nabízejí jednotlivé cestovní kanceláře se mění v závislosti na velikosti touroperátorů. Obecně je možno říci, že velké cestovní kanceláře zaměřují svou nabídku do vzdálenějších států, které však zůstávají cenově dostupné pro velkou část české klientely. Běžným standardem se přitom stává vyšší úroveň služeb. Většina zájezdů je směřována do alespoň tříhvězdičkových hotelů, přičemž služby all-inclusive se stávají běžnou součástí cestovních balíčků.

**Graf č. 29: TOP 10 klienty velkých CK nejvyhledávanějších destinací mezi lety 1990/2-2006**



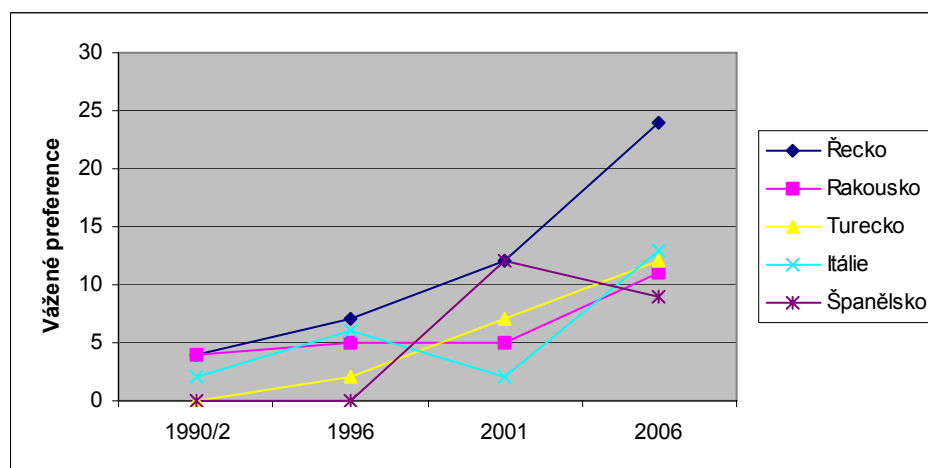
*Zdroj: terénní šetření 2007*

*n = (9)*

Dominantní destinaci představuje ve skupině velkých CK Řecko, které je od přelomu milénia dlouhodobě nejvyhledávanějším cílem klientů velkých touroperátorů (graf č. 30). Pozice na druhém až desátém místě je potom prakticky vyrovnaná (graf č. 29). Zatímco v první desítce se umístily vzdálené a pro mnoho českých klientů exotické destinace (Turecko, Tunisko, Thajsko), blízké Chorvatsko bychom zde hledali marně. Sousední Slovensko nebylo mezi vyhledávané lokality zařazeno dokonce ani jednou. Tato skutečnost jen podtrhuje výše zmíněný trend posledních let, totiž že velcí touroperátoři se stále více zaměřují na vzdálené destinace, kvalitu služeb a atraktivitu jednotlivých letovisek.

Za zmínku rovněž stojí druhé místo Rakouska, které jasně dominuje v nabídkách zimních lyžařských zájezdů.

**Graf č. 30: TOP 5 klienty velkých CK nejvyhledávanějších destinací v letech 1990/2-2006**



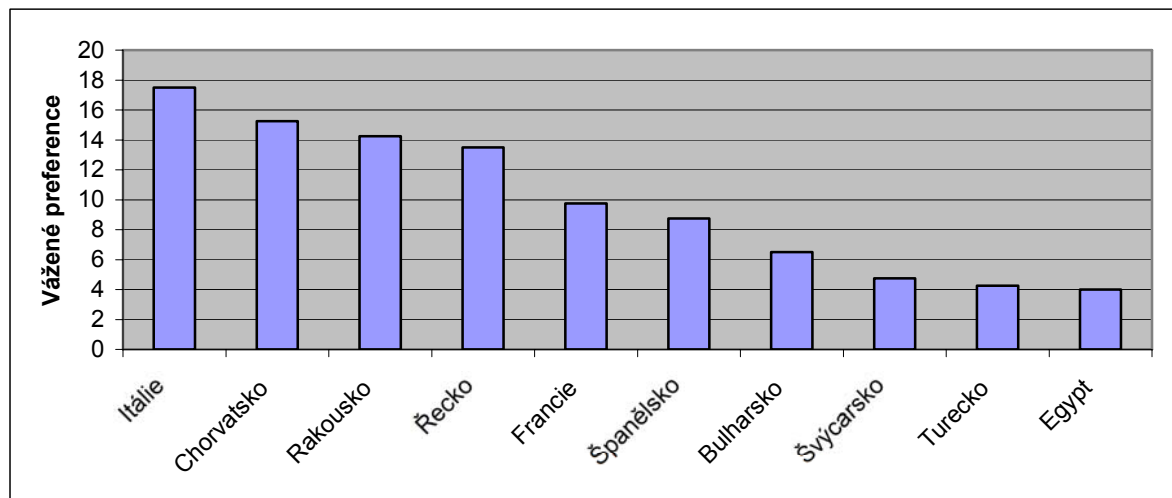
*Zdroj: terénní šetření 2007*

*n = (9)*

Ve skupině malých cestovních kanceláří je situace podstatně odlišná. Jejich nabídkám dominují pro české turisty tradiční destinace, jakými jsou Itálie či Chorvatsko. Vzdálené lokality zde zdaleka nehrají tak výraznou roli (graf č. 31). Podle mého názoru je to dáno hlavně situací na trhu. Menší touroperátoři nejsou ekonomicky natolik silní, aby si mohli dovolit vypravovat větší množství zájezdů do exotických destinací a konkurovat velkým cestovním kancelářím. Soustřeďují se proto na osvědčené lokality, u kterých není riziko neúspěchu tak výrazné.

Strukturu jejich nabídky rovněž ovlivňuje vyšší míra specializace. Vzhledem k velké konkurenci v kategorii pobytových zájezdů, se stále větší procento malých touroperatorů zaměřuje na poznávací a sportovní zájezdy (lyžování, horská turistika, cyklistika). Typickými cíli těchto druhů zájezdů jsou Rakousko, Francie nebo Švýcarsko. Více bude o této problematice pojednáno v následující podkapitole.

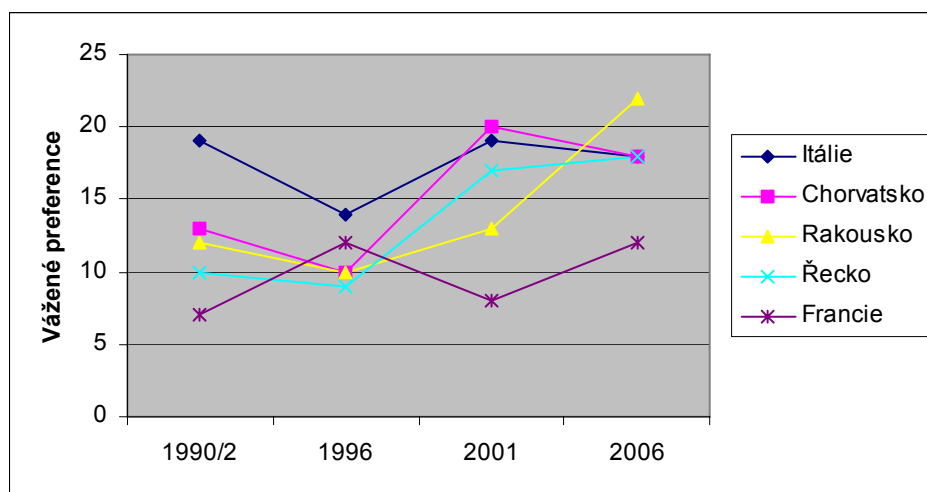
**Graf č. 31: TOP 10 klienty malých CK nejvyhledávanějších destinací mezi lety 1990/2-2006**



Zdroj: terénní šetření 2007

$n = (14)$

**Graf č. 32: TOP 5 klienty malých CK nejvyhledávanějších destinací v letech 1990/2-2006**



Zdroj: terénní šetření 2007

$n = (14)$

V obou sledovaných skupinách zaznamenává v posledních letech výrazný růst sousední Rakousko (grafy č. 30, 32). Je to bezpochyby způsobeno rostoucí oblibou zahraničních lyžařských zájezdů. Díky teplým zimám a neustálému zdražování tuzemských lyžařských středisek se stále větší procento českých lyžařů poohlíží po zahraniční dovolené. Alpská střediska obvykle nabízejí lepší sněhové podmínky a vyšší úroveň služeb. Ceny přitom začínají být srovnatelné. Vzhledem k tomu, že Rakousko je náš nejbližší alpský soused, je jeho rostoucí obliba vcelku logická. Nicméně obliba Rakouska roste i v letních měsících. Mnoho cestovních kanceláří zajišťuje v alpských střediscích pro své klienty ubytování, stravování a někdy také dopravu. Přestože jsou takovéto zájezdy obvykle vykazovány jako pobytové, zákazníci zde svou dovolenou vyplňují horskou turistikou nebo cykloturistikou. Toto se pochopitelně netýká jen Rakouska, ale také ostatních alpských států.

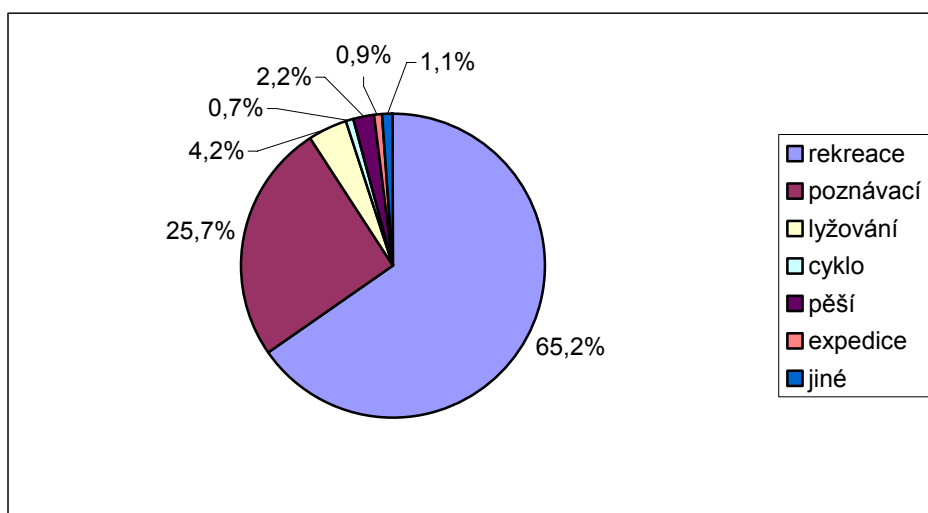
Jedna z výchozích hypotéz této práce byla, že klienti cestovních kanceláří cestují více do vzdálenějších destinací, individuální turisté naopak do bližších států. Tato hypotéza se potvrdila. Zatímco statistikám delších cest do zahraničí dlouhodobě dominuje Chorvatsko a Slovensko, v terénním šetření uvedlo tyto destinace jen minimum cestovních kanceláří (v případě Chorvatska se to týká hlavně velkých CK). Je to způsobeno tím, že cestování do těchto států dominuje individuální turistika, ale také tím, že zkoumaný vzorek cestovních kanceláří nebyl dostatečně široký. Podle ČSÚ totiž ještě v roce 2001, kdy byla tato charakteristika naposledy sledována, vycestovalo prostřednictvím cestovních kanceláří největší množství klientů právě do Chorvatska. Vzhledem k tomu, že na tuto destinaci se zaměřují hlavně menší touroperátoři, je celková nabídka roztržštěna mezi více subjektů. Věřím, že kdyby se ankety zúčastnilo větší množství CK, dominance Chorvatska by se projevila.

Dalším zkreslujícím faktorem je skutečnost, že některé cestovní kanceláře se po celou dobu své existence zaměřují na konkrétní lokalitu. Je tomu tak například u CK Daniela, která se soustřeďuje téměř výhradně na Řecko. Je však třeba podotknout, že toto se týká hlavně menších touroperátorů. Větší cestovní kanceláře mnohem více reagují na měnící se poptávku a do svých katalogů zařazují stále více zájezdů do exotických destinací. Jedná se většinou o středomořské státy (Turecko, Tunisko, Egypt), najdou se však i touroperátoři, kteří se specializují na skutečně vzdálené destinace. Příkladem může být CK ESO travel, která pořádá zájezdy prakticky do všech koutů světa. V roce 2006 navštívilo jejím prostřednictvím nejvíce klientů Thajsko, Kubu, USA, Čínu a Dominikánskou republiku.

### 8.3 Formy zájezdů

Podíváme-li se na formy zájezdů jednotlivých subjektů, zjistíme, že velké cestovní kanceláře se mnohem více specializují na rekreační pobytové a poznávací zájezdy, které u nich v průměru činí více než 90 % nabídky (graf č. 33).

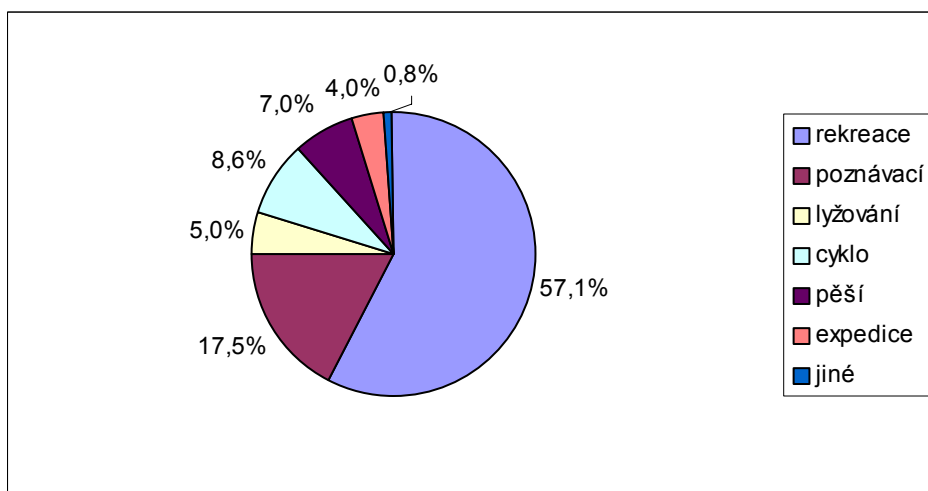
**Graf č. 33: Struktura forem zájezdů velkých CK**



*Zdroj: terénní šetření 2007*

*n = (9)*

**Graf č. 34: Struktura forem zájezdů malých CK**



*Zdroj: terénní šetření 2007*

*n = (14)*

Menší touroperátoři se naopak mnohem více zaměřují na jiné formy zájezdů, kde není konkurence tak ostrá (graf č. 34). Snaží se reagovat na zvyšující se poptávku po aktivně trávené dovolené, a proto se v jejich nabídce objevují turistické, cykloturistické, ale i expediční zájezdy (např. CK S.E.N., CK Karavela). Tyto druhy zájezdů tvoří v současné době téměř 20 % nabídky malých cestovních kanceláří (u velkých to jsou necelá 4 %). Nutno však podotknout, že tato poptávka má své hranice. Lidé, kteří chtějí aktivně trávit svou dovolenou, totiž mnohdy volí individuální způsob turistiky (horská turistika, expedice). Výjimku snad tvoří pouze cykloturistika, při které zákazníci využívají služeb jednotlivých cestovních kanceláří hlavně kvůli problémům s přepravou svých bicyklů do cílové destinace. Naprostou špičkou v nabídce aktivně trávených dovolených je bezesporu CK Adventura, kterou již můžeme zařadit mezi velké touroperátory.

Zimní lyžařská dovolená tvoří tradiční součást katalogů velkých i malých cestovních kanceláří (cca 4-5 %). Na trhu se rovněž nachází několik specializovaných touroperátorů (CK Nev-Dama, CK Alpin-tour), kteří pořádají zájezdy za lyžováním nejen v zimních, ale také v letních měsících (lyžování na ledovcích). Mezi cílovými destinacemi dominují alpské státy, v poslední době však roste zájem také o méně známé lokality, jakými jsou například střediska Bansko a Razlog v bulharských pohořích Rila a Pirin. Slovenské hory čeští lyžaři stále vnímají jako „domácí“, a proto zde převládá individuální turistika.

V celkovém objemu však u malých cestovních kanceláří rovněž převládají rekreační a poznávací zájezdy. Cílem rekreačních pobytových zájezdů je většinou Středomoří (Itálie, Chorvatsko), poznávací zájezdy nejčastěji míří do střední a západní Evropy (Francie).

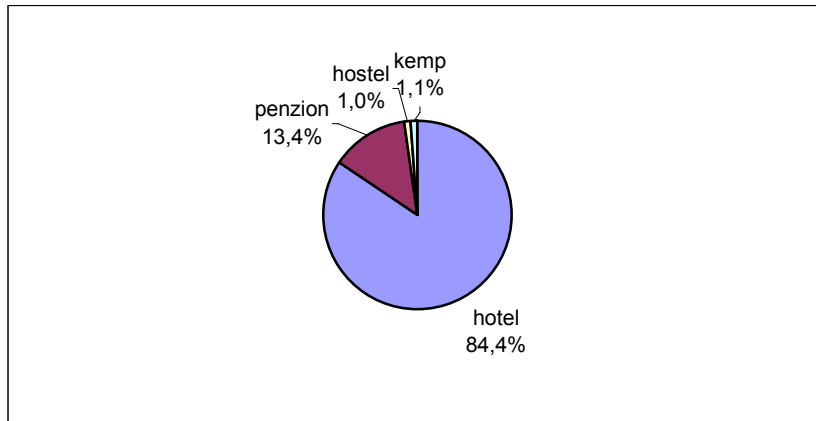
## **8.4 Ubytování**

Preference jednotlivých typů ubytování se v posledních letech výrazně mění. Roste kupní síla českého obyvatelstva a klienti cestovních kanceláří tedy vyžadují větší komfort a lepší úroveň služeb. Zde se opět projeví rozdíly mezi velkými a malými touroperátory. Velké cestovní kanceláře pružně zareagovaly na rostoucí požadavky zákazníků a jejich nabídkám ubytování v současné době naprosto dominují hotely (graf č. 35). Standardem jsou přitom tříhvězdičková hotelová zařízení, avšak ani čtyřhvězdičkové hotely již nejsou výjimkou. Součástí ubytování bývá minimálně polopenze, stále větší procento touroperátorů však nabízí služby typu all-inclusive, což znamená, že v ceně zájezdu je veškeré jídlo a pití,



s výjimkou alkoholu. Většina zařízení, zvláště v přímořských letoviscích, také nabízí služby tzv. animátorů, což jsou zaměstnanci hotelu, kteří se starají o zábavu hostů.

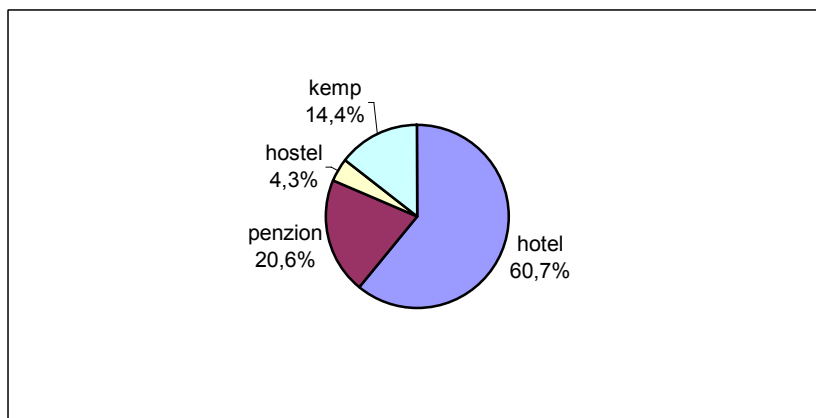
**Graf č. 35: Preferovaný typ ubytování mezi klienty velkých CK**



*Zdroj: terénní šetření 2007*

*n = (9)*

**Graf č. 36: Preferovaný typ ubytování mezi klienty malých CK**



*Zdroj: terénní šetření 2007*

*n = (14)*

Klienti malých cestovních kanceláří také nejvíce preferují hotely, nicméně zdaleka ne v takové míře, jako zákazníci větších subjektů (graf č. 36). Je to dáno hlavně odlišnou strukturou forem zájezdů malých touroperatorů. Na zájezdech zaměřených na pěší turistiku nebo cykloturistiku je stále využíváno kempů či hostelů. Požadavky klientů, kteří si zvolí takovýto způsob dovolené, zdaleka nejsou tak vysoké. Zájezdy navíc mnohdy míří do míst, kde ani komfortnější typ ubytování není dostupný (např. rumunské Karpaty).

Součástí poznávacích zájezdů je často ubytování v hotelech typu Etap či Formule 1. Síť těchto řetězců je v západní Evropě poměrně hustá, což je pro tento typ zájezdu, kdy se každou noc spí na jiném místě, ideální.

**Tabulka č. 10: Změny v preferencích jednotlivých typů ubytování za dobu existence CK**

hotel	r(%)	s(%)	p(%)
malé	69,2	23,1	7,7
velké	88,9	11,1	0
celkem	77,3	18,2	4,55

penzion	r(%)	s(%)	p(%)
malé	27,3	54,5	18,2
velké	75	25	0
celkem	40	46,7	13,3

hostel	r(%)	s(%)	p(%)
malé	33,3	33,3	33,3
velké	0	66,7	33,3
celkem	16,7	50	33,3

kemp	r(%)	s(%)	p(%)
malé	28,6	42,9	28,6
velké	0	0	100
celkem	22,2	33,3	44,4

*Zdroj: terénní šetření 2007*

$n = (23)$

*Pozn.: r = růst, s = stagnace, p = pokles*

Úkolem terénního šetření bylo také zjistit, jak se v průběhu existence jednotlivých subjektů měnily preference klientů v oblasti ubytování. Z tabulky č. 10 je patrné, že zákazníci tuzemských cestovních kanceláří nejvíce vyžadují hotely. Za růst je označilo více než 77 % touroperatorů, přičemž zde příliš nezáleželo na velikosti jednotlivých firem. Penziony a hostely spíše stagnují, i když zde se již názory velkých a malých cestovních kanceláří rozcházejí. Největší rozdíly je však možno vysledovat v případě kempů. Zatímco všichni velcí touroperátoři zařadili kempy do kolonky pokles, podle malých se jedná spíše o stagnaci. Jak již bylo řečeno, příčinou je zřejmě rozdílná struktura forem zájezdů.

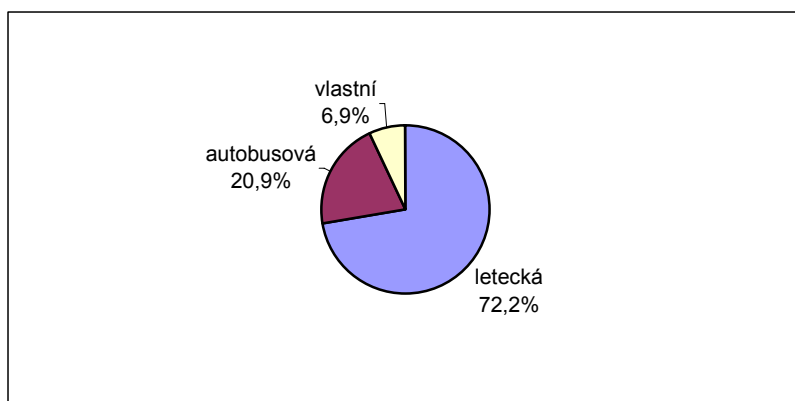
## 8.5 Doprava

Preference způsobu dopravy není závislá ani tak na velikosti cestovní kanceláře, jako spíše na formách zájezdů a vzdálenosti cílových destinací. Klienti velkých touroperatorů nejvíce upřednostňují leteckou dopravu, která tvoří více než 77 % (graf č. 37). Je to dáno jednak zlevňováním a zpřístupňováním letecké dopravy veřejnosti, jednak pobytovým charakterem zájezdů a v neposlední řadě vzdáleností cílových destinací. V žebříčku TOP 10 velkých touroperatorů se objevují státy jako Řecko, Turecko, Tunisko nebo Thajsko, což jsou

státy, kam se létá téměř výhradně letadlem. Nicméně i u destinací, do kterých se dříve běžně cestovalo autobusem, začíná letecká doprava získávat na významu (Španělsko, Itálie, Bulharsko, Chorvatsko). Letadlo již přestalo být dopravním prostředkem bohatých a stalo se naprosto běžnou součástí cestování.

Autobusová doprava si uchovává své výsadní postavení pouze ve středoevropském prostoru. Z žebříčku TOP 10 se to týká hlavně Rakouska a Maďarska. V případě prvního jmenovaného státu se jedná o letní pobytové a zimní lyžařské zájezdy, na které se cestuje téměř výhradně autobusem. Do Maďarska se cestuje hlavně na pobytové zájezdy k Balatonu a za lázeňstvím. Autobusová doprava zde vítězí hlavně díky malé vzdálenosti těchto států od České republiky.

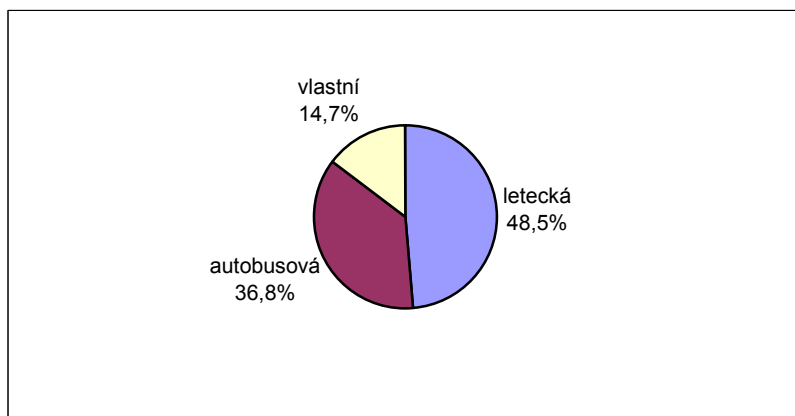
**Graf č. 37: Preferovaný typ dopravy mezi klienty velkých CK**



*Zdroj: terénní šetření 2007*

*n = (9)*

**Graf č. 38: Preferovaný typ dopravy mezi klienty malých CK**



*Zdroj: terénní šetření 2007*

*n = (14)*

V případě malých cestovních kanceláří je situace v dopravě podstatně vyrovnanější (graf č. 38). I zde sice vítězí letecká doprava, nicméně ostatní způsoby si nadále udržují relativně silné postavení. Opět je to dáno charakterem zájezdů a vzdáleností cílových destinací. Téměř 43 % všech zájezdů těchto touroperatorů je totiž poznávacích, lyžařských či sportovních (horská turistika, cykloturistika). U všech těchto typů převládá autobusová doprava. Týká se to hlavně poznávacích zájezdů. Vzhledem k tomu, že se mnohdy jedná o poznávací okruhy po jednotlivých státech, kdy se hodně cestuje a téměř každou noc se spí na jiném místě, jeví se autobusová doprava jako nejvýhodnější. Pokud by byl totiž tento typ zájezdu spojen s leteckou dopravou, cestovní kancelář by si musela v cílovém státě pronajmout autobus s řidičem, což by výrazně zvyšovalo náklady.

Rovněž vzdálenost cílových států hraje svou roli. V první části výzkumu se prokázalo, že malé cestovní kanceláře vozí své klienty do bližších destinací. Přestože se již i dnes do Itálie nebo Chorvatska běžně létá, pozemní doprava si stále udržuje výsadní postavení. To se týká jak autobusové, tak osobní automobilové dopravy. Klienti cestující do blízkých přímořských letovisek si totiž mnohdy nechají od cestovní kanceláře zajistit pouze ubytování a do cílové destinace cestují vlastním vozem. Osobní automobil sice není nejpohodlnějším dopravním prostředkem na dlouhé vzdálenosti, v cílové destinaci však umožňuje svému majiteli volnost pohybu. Novinkou posledních let je sezónní fungování tzv. autovlaků, které provozují České dráhy. Zákazník se s nimi může pohodlně dopravit do cílové destinace a dále pak pokračovat po vlastní ose. V současné době jezdí tyto speciální vlaky na linkách Praha-Split, Praha-Poprad a Praha Košice.

**Tabulka č. 11: Změny v preferencích jednotlivých typů dopravy za dobu existence CK**

letecká	r(%)	s(%)	p(%)
malé	92,3	7,7	0,0
velké	100	0	0
celkem	95,5	4,5	0

autobus.	r(%)	s(%)	p(%)
malé	0	58,3	41,7
velké	20	40	40
celkem	5,9	52,9	41,2

vlastní	r(%)	s(%)	p(%)
malé	0	55,6	44,4
velké	25	50	25
celkem	7,7	53,8	38,5

Zdroj: terénní šetření 2007

$n = (23)$

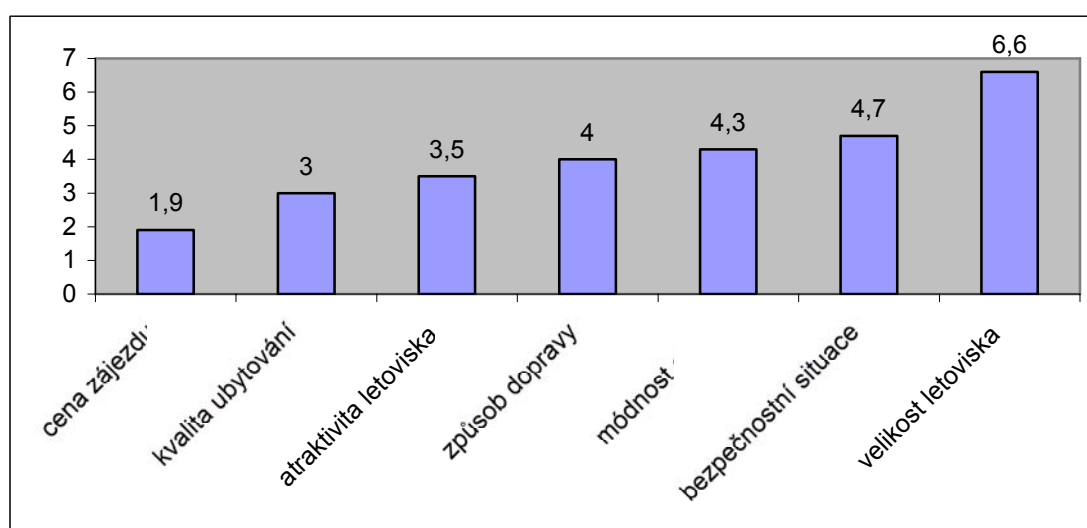
Pozn.:  $r = \text{růst}$ ,  $s = \text{stagnace}$ ,  $p = \text{pokles}$

Podíváme-li se na změny v preferencích dopravy, zjistíme, že situace je poměrně jasná a v obou sledovaných skupinách cestovních kanceláří se příliš neliší (tabulka č. 11). Téměř všechny dotazované subjekty se shodují na růstu letecké dopravy (95,5 %) a naopak na stagnaci či dokonce poklesu autobusové a osobní automobilové dopravy.

## 8.6 Kritéria mající vliv na výběr zájezdu

V poslední části výzkumu známkovali jednotliví touroperátoři kritéria, podle kterých si jejich klienti vybírají zájezd. Znamkovalo se na stupnici 1-7, kde 1 byla nejdůležitější a 7 nejméně zásadní. Vzhledem k tomu, že se výsledky mezi velkými a malými cestovními kancelářemi příliš nelišily, byly sloučeny do jedné skupiny (graf. č. 39). Graf ukazuje průměrné známky, tak jak je k jednotlivým kritériím přiřadili zástupci cestovních kanceláří.

**Graf č. 39: Kritéria mající vliv na výběr zájezdů**



*Zdroj: terénní šetření 2007*

*n = (23)*

*Pozn.: 1 = nejdůležitější, 7 = nejméně zásadní*

Z grafu č. 39 vyplývá, že i přes růst kupní síly českého obyvatelstva, hraje cena zájezdu nadále zásadní roli. Na dalších místech se umístila kvalita ubytování a atraktivita letoviška. Vzhledem k tomu, že nabídka tuzemských cestovních kanceláří je poměrně široká, klienti nejčastěji vybírají takové zájezdy, u kterých se jim zdá nejlepší poměr ceny a kvality. Fenomémem posledních let se přitom staly tzv. last moment zájezdy, na které si již zvykla velká část tuzemských turistů. Většinou se jedná o zájezdy do atraktivních letovisek, které se příslušnému touroperátorovi nepodařilo prodat za běžnou cenu. Pro cestovní kanceláře je výhodnější zájezd prodat za nižší cenu, než ho neprodat vůbec (vzhledem k nasmlouvaným místům v hotelech či letadlech). Klient tak za relativně levné peníze získá zájezd do atraktivní destinace s kvalitním ubytováním.

Způsob dopravy nemá podle českých touroperatorů na rozhodování zákazníků zásadní vliv. To se týká také bezpečnostní situace v cílových destinacích. Přestože v Turecku nebo Egyptě dochází poměrně často k různým teroristickým útokům, obliba těchto států neustále roste. Nejmenší důležitost potom přisuzují tuzemští klienti velikosti letoviska.

## 9 Výzkum prodeje map a cestovní literatury

Cílem tohoto výzkumu bylo získat další zdroj dat, který by identifikoval preferované destinace českého výjezdového cestovního ruchu a porovnat je s oficiálními daty Českého statistického úřadu o delších turistických cestách do zahraničí.

Tato kapitola pracuje s předpokladem, že mapy a průvodce si na své dovolené kupují hlavně individuální turisté. Samozřejmě to neplatí absolutně, také organizovaní turisté používají cestovní literaturu. Často ale materiály dostanou od cestovní kanceláře se kterou cestují. Statistika prodeje cestovní literatury do jednotlivých destinací by tedy mohla poskytnout cenné údaje o preferovaných cílech vyjížděky individuálních tuzemských turistů.

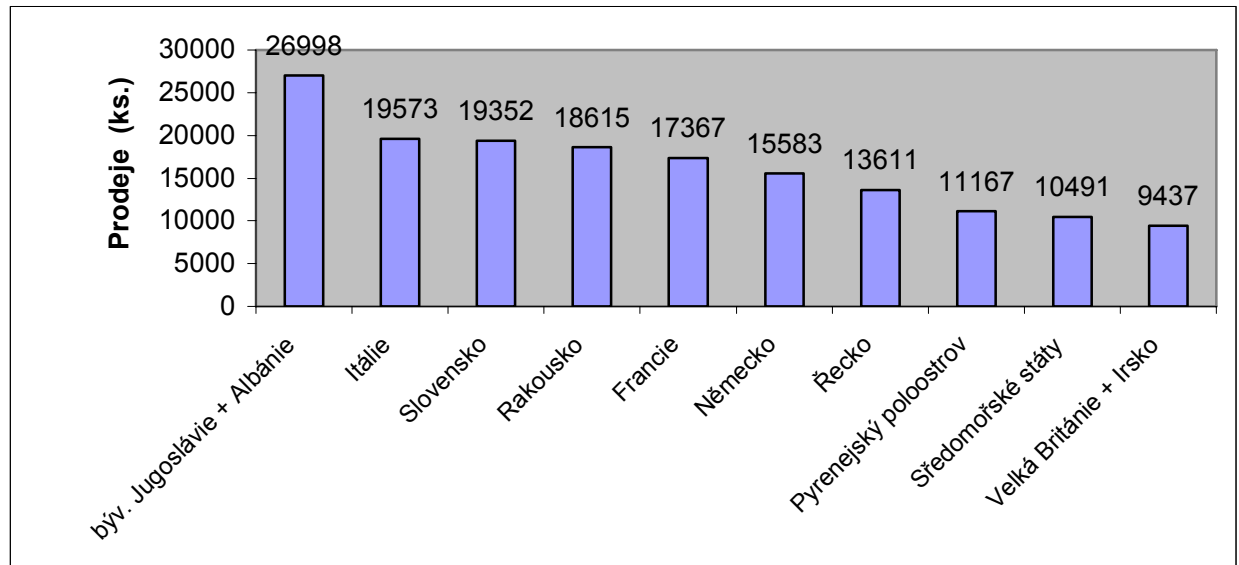
Dalším úkolem potom bylo porovnat strukturu hlavních cílových destinací podle prodeje s preferovanými cíly podle českých touroperátorů (výzkum v cestovních kancelářích) a pokusit se tak zjistit, jak se liší hlavní turistické destinace organizovaného a individuálního cestovního ruchu. Metodika výzkumu je uvedena v kapitole 3. 3.

### 9.1 Hlavní turistické destinace podle statistiky prodeje map a průvodců

Jak již bylo řečeno v úvodu, základem této kapitoly je předpoklad, že zákazníci, kteří si na dovolenou kupují mapu či průvodce, preferují individuální způsob cestování. Samozřejmě to neplatí absolutně, také zákazníci cestovních kanceláří využívají cestovní literaturu, i když zdaleka ne v takové míře. Dále je nutno si uvědomit, že ne všechny nákupy provádějí lidé, kteří cestují za účelem trávení volného času. To se týká hlavně automap a plánů měst, které si mnohdy kupují lidé, kteří cestují z pracovních či služebních důvodů. U průvodců lze naopak předpokládat, že valná většina nakupujících cestuje na dovolenou.

Z průměrných ročních hodnot za prodeje v letech 2002-2006 byl vytvořen žebříček deseti nejnavštěvovanějších destinací (graf č. 40). Vcelku jasně mu dominuje pracovní skupina s názvem „bývalá Jugoslávie + Albánie“. Z metodických důvodů nebylo možno vyčlenit jednotlivé státy samostatně, jelikož mnoho map a průvodců se zabývá celou touto sledovanou oblastí. Pomineme-li ovšem tyto souborné publikace, zjistíme, že cca 95 % zbytku se týká Chorvatska. Lze navíc předpokládat, že mnoho z již zmiňovaných souborných map bylo zakoupeno hlavně kvůli tranzitu do chorvatských letovisek.

**Graf č. 40: Nejnavštěvovanější státy podle průměrných ročních prodejů map a průvodců (2002-2006)**



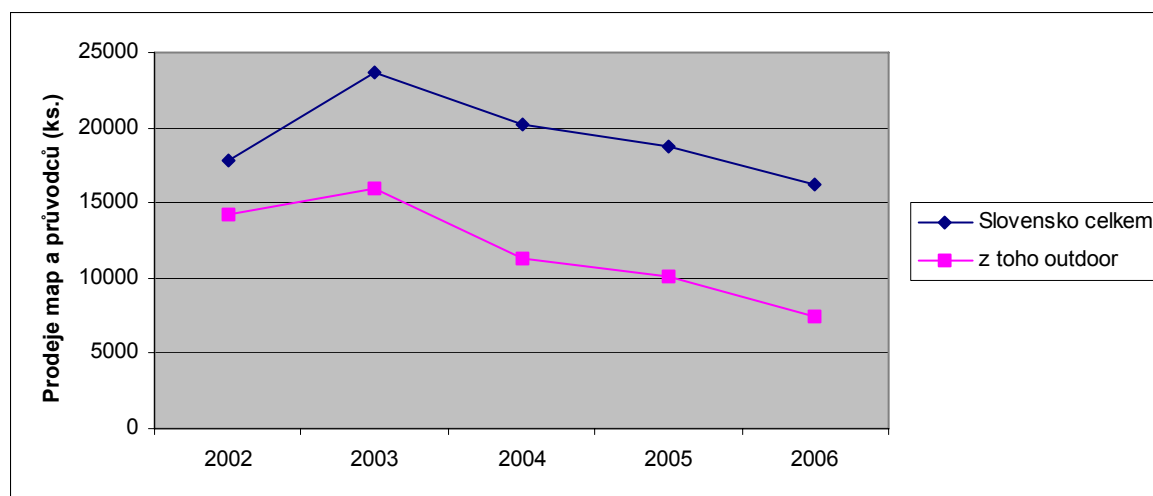
*Zdroj: terénní šetření 2007*

Rovněž státy na druhém až čtvrtém místě (Itálie, Slovensko, Rakousko) patří mezi tradičně nejnavštěvovanější destinace. Rakousko se přitom pravděpodobně nachází ještě výše, jelikož část jeho prodejů se nachází ve skupině s pracovním názvem „Alpské státy“. Mnoho map a průvodců se totiž tímto regionem zabývá souborně a nebylo tedy možné určit, do kterého konkrétního státu kupující cestoval. Umístění všech tří výše zmíněných států na čelních pozicích není nikterak překvapivé. Svou roli zde opět hraje relativně malá vzdálenost od České republiky, v případě Slovenska rovněž kulturní, historická a jazyková blízkost.

U Slovenska je ovšem zajímavý poměrně strmý pokles, který byl nastartován mezi lety 2003 a 2004. Podíváme-li se na graf č. 41, zjistíme, že je to způsobeno hlavně poklesem prodejů outdoorových turistických map. Mohlo by se zdát, že čeští turisté ztrácí zájem o slovenskou přírodu. Na vině by mohla být větrná smršť, která v roce 2004 poničila velkou část Tater. To však není jediná příčina. Existuje zde ještě metodický problém. Do této doby totiž na trhu existovaly pouze slovenské mapy VKÚ Harmanec, které měla v distribuci firma Freytag & Berndt. Prodeje poklesly až poté, co konkurenční společnost SHOCart začala vydávat vlastní mapy slovenských hor. Tato nová produkce nebyla ve výzkumu podchycena (SHOCart byl firmou Freytag & Berndt koupen až na jaře 2008) a lze se tedy domnívat, že reálný pokles byl ve skutečnosti mnohem menší.



**Graf č. 41: Vývoj prodeje map a průvodců zabývajících se Slovenskem v letech 2002-2006**



*Zdroj: terénní šetření 2007*

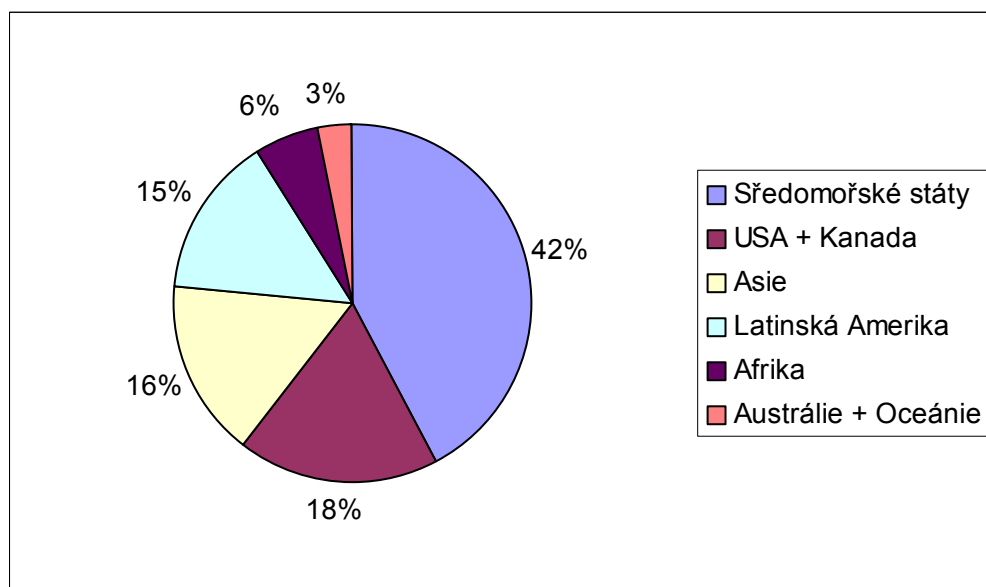
Ve druhé části žebříčku se naopak umístily státy relativně vzdálené, dostupné obvykle hlavně leteckou dopravou. Jedná se především o Řecko, státy na Pyrenejském poloostrově a skupinu pracovníě nazvanou „Středomořské státy“ (Turecko, Kypr, Izrael, Egypt, Tunisko, Malta a Maroko). Všechny tyto destinace jsou nabízeny především cestovními kancelářemi (viz kapitola 8), které svým klientům mnohdy zajišťují plný servis. Navíc se jedná hlavně o pobytové zájezdy k moři, při kterých tráví turisté většinu dovolené na jednom místě a průvodce či mapu tedy nepotřebují. Za zmínku stojí také poměrně silné postavení portugalských a španělských ostrovů v Atlantiku a Středozezemním moři (Baleárské os., Kanárské os., Azorské os., Madeira), které dohromady tvoří více než 35 % prodaných map a průvodců v rámci těchto dvou jihoevropských států.

Mírným překvapením je postavení Německa v první desítce. Tento stát totiž rozhodně nepatří mezi nejvyhledávanější turistické destinace. Podle mého názoru je to způsobeno hlavně jeho tranzitním charakterem. Většina turistů mířících do jižní a západní Evropy totiž cestuje právě přes tento stát. Svou roli jistě hrají také služební cesty.

Podíl skupiny států, které je možno označit za exotické, zůstává stále poměrně malý. Činí jen něco málo přes 11 % všech prodaných map a průvodců a to včetně skupiny „Středomořských států“. Uvědomuji si sice, že dovolená u moře v Tunisku či Egyptě nemá s exotikou prakticky nic společného, velká část českých turistů ji tak ovšem vnímá. Roli zde hraje rozdílná kultura, náboženství a zvyky místních obyvatel. Severoamerický kontinent a Austrálie s Oceánií byly do této skupiny zařazeny hlavně kvůli své velké vzdálenosti.

Z grafu č. 42 je patrné, že prodejem cestovní literatury do exotických destinací dominuje právě skupina středomořských států. Hlavní roli přitom hraje silná trojice – Turecko, Tunisko a Egypt. Druhým nejnavštěvovanějším makroregionem je severoamerický kontinent. Zde zvláště vynikají Spojené státy americké (národní parky na západě země, velké metropole na východním pobřeží). Na třetím místě se umístila Asie, přičemž téměř čtvrtina všech prodejů připadá na Thajsko, které se v posledních letech stalo vyhledávaným cílem českých turistů. Mezi další, pro český výjezdový cestovní ruch významné asijské státy, patří Nepál, Indie nebo Vietnam. V rámci Latinské Ameriky připadá nejvíce prodaných map a průvodců na Mexiko, Peru a některé karibské destinace (Dominikánská republika). Na většinu ostatních latinskoamerických států dosud neexistuje český průvodce a jejich podíl zůstává marginální (Argentina, Bolívie). Na Afriku, ze které však byly vyčleněny tři silné středomořské státy (Maroko, Tunisko, Egypt), již připadá pouhých 6 % všech „exotických“ prodejů. Nejvíce českých turistů přitom každoročně zamíří do Jihoafrické republiky a Keni. Nejméně map a průvodců se v průběhu let 2002-2006 prodávalo do Austrálie a Oceánie, což je dáno hlavně velkou vzdáleností a vysokými cestovními náklady. Nejvíce prodejů přitom připadá na Austrálii a Nový Zéland, ostatní tichomořské ostrovy se počítají maximálně v desítkách kusů.

**Graf č. 42: Podíl jednotlivých exotických destinací podle průměrných ročních prodejů map a průvodců (2002-2006)**

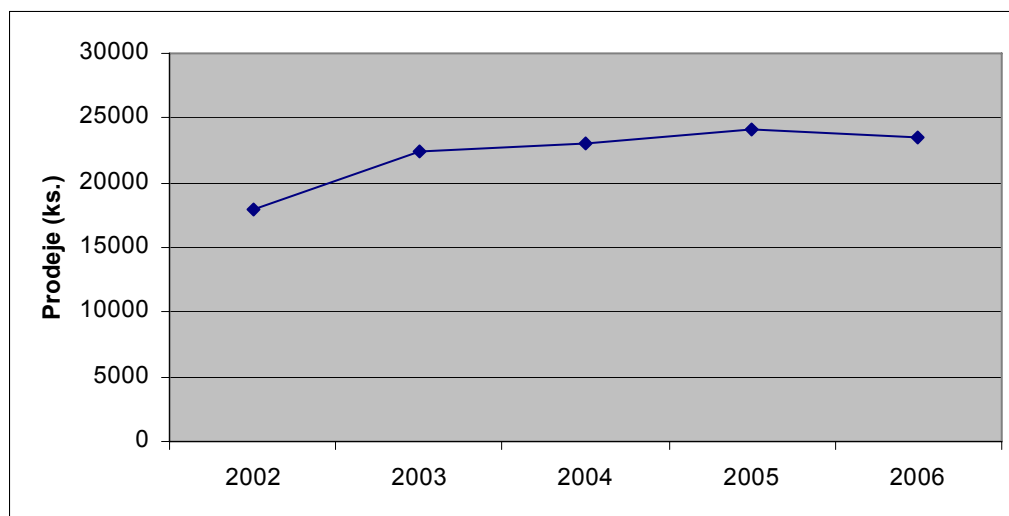


*Zdroj: terénní šetření 2007*

## 9.2 Krátkodobé víkendové pobyty

Jedním z cílů této kapitoly bylo zaměřit se na tzv. eurovíkendy či citybreaks, které se zvláště v posledních letech staly významným fenoménem. V rámci všech evropských států tvořily evropské metropole, které jsou nejčastějšími cíli těchto krátkodobých cest, necelých 12 % všech prodejů (průměr za celé sledované období), přičemž až do roku 2006 docházelo vždy k meziročnímu růstu (graf č. 43). Tento progresivní vývoj byl bezpochyby způsoben vstupem nízkonákladových leteckých společností na český trh. Létání se značně zlevnilo a stalo se přístupným širokým vrstvám veřejnosti. Na nově vzniklou situaci pružně zareagovaly mnohé cestovní kanceláře a víkendové pobyty v evropských metropolích se staly nedílnou součástí jejich nabídky. Nicméně s rozšiřováním prodeje letenek po internetu vzrostl také individuální výjezdový turistický ruch.

**Graf č. 43: Průměrné roční prodeje map a průvodců do evropských metropolí v letech 2002-2006**



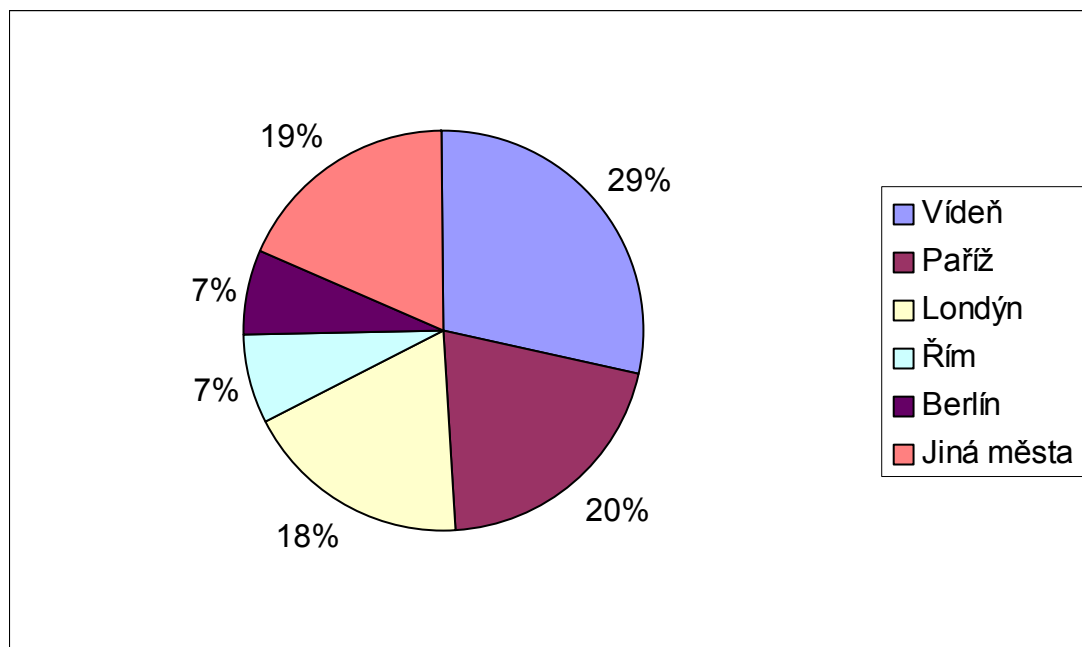
*Zdroj: terénní šetření 2007*

Většina turistů míří do evropských metropolí hlavně za památkami a kulturou, v poslední době se však množí také cesty za účelem nakupování. Tento trend je patrný hlavně u našich sousedních států – Německa a Rakouska. Vzhledem k tomu, že česká měna nepřetržitě posiluje, stává se nakupování u našich sousedů stále výhodnějším. Týká se to hlavně elektroniky, oblečení, ale i zboží běžné spotřeby. Mnoho tuzemských turistů tedy spojuje příjemné s užitečným a kromě historických částí měst navštěvuje také obchodní centra.

Na základě prodeje map a průvodců bylo v tomto šetření vybráno patnáct nejnavštěvovanějších evropských metropolí. Všechna ostatní města byla zařazena pod státy či skupiny států, kterým náleží.

Z grafu č. 44 je patrné, že prodeje do pěti nejoblíbenějších metropolí tvoří plných 81 % celku. Zdaleka nejvíce českých turistů zamířilo podle této charakteristiky do Vídně. Je to dáno především relativně malou vzdáleností tohoto města od českých hranic a samozřejmě také dobrou dopravní dostupností, která je zajišťována hlavně silniční a železniční dopravou. Na druhém místě se umístila Paříž, která je vyhledávána pro své umělecké skvosty (Louvre), ale také pro svou pověst romantikou opředeného města. V tomto případě se výrazně uplatňují již zmiňovaní nízkonákladoví letečtí přepravci. To platí také pro Londýn, do kterého tyto společnosti zajišťují dokonce nejvyšší počet spojů. Ve statistikách prodeje se umístil na třetím místě. Poslední dvě města v první pětce (Řím a Berlín) již zdaleka nedosahují tak vysokých čísel. Řím láká především svou bohatou historií a množstvím památek, zatímco Berlín sází hlavně na moderní architekturu.

**Graf č. 44: Nejoblíbenější metropole podle průměrných ročních prodeje map a průvodců v letech 2002-2006**



*Zdroj: terénní šetření 2007*

### 9.3 Porovnání statistik prodejů s údaji cestovních kanceláří a daty za delší turistické cesty do zahraničí

Pro srovnání nejnavštěvovanějších destinací byla vybrána data z různých zdrojů. První skupina pochází z výzkumu cestovních kanceláří, který byl proveden na podzim 2007 na vzorku 23 subjektů. Zástupci tuzemských touroperatorů uváděli destinace, které podle nich nejvíce preferují jejich klienti. Pro účely tabulky byly „velké“ a „malé“ cestovní kanceláře sloučeny do jedné skupiny. Druhý žebříček byl sestaven na základě statistik prodejů map a průvodců dvou největších tuzemských distribučních společností (Marco Polo, Freytag & Berndt). Jak již bylo řečeno na počátku této kapitoly, lze předpokládat, že tyto statistiky se vztahují hlavně na individuální cestovní ruch. Konečně třetí část srovnávací tabulky tvoří údaje za delší turistické cesty do zahraničí, tak, jak je každoročně zjišťuje Český statistický úřad. Tato data se samozřejmě týkají jak organizovaného, tak individuálního výjezdového cestovního ruchu. Všechny tři žebříčky byly sestaveny do srovnávací tabulky (tabulka č. 12) a jsou aktuální k roku 2006.

**Tabulka č. 12: Srovnání žebříčků TOP 10 nejnavštěvovanějších destinací podle různých zdrojů v roce 2006**

Umístění	Podle CK	Podle prodejů	Delší cesty
1.	Řecko	býv. Jugoslávie+Albánie	Chorvatsko
2.	Rakousko	Itálie	Slovensko
3.	Itálie	Rakousko	Itálie
4.	Španělsko	Francie	Řecko
5.	Chorvatsko	Slovensko	Rakousko
6.	Egypt	Řecko	Tunisko
7.	Tunisko	Německo	Španělsko
8.	Francie	Pyrenejský poloostrov	Francie
9.	Turecko	Středomořské státy	Německo
10.	Bulharsko	Velká Británie+Irsko	Velká Británie

*Zdroj: terénní šetření 2007 a ČSÚ 2006*

Tabulka č. 12 v zásadě potvrzuje jednu z hypotéz této práce, totiž že individuální turisté cestují spíše do bližších destinací, zatímco klienti cestovních kanceláří mnohem více navštěvují vzdálenější státy.

Kupříkladu Řecko, které podle tuzemských touroperatorů dominuje českému výjezdovému cestovnímu ruchu, v žebříčku prodejů figuruje až na šestém místě. Podobně je tomu u skupiny „Středomořských států“. Podle českých touroperatorů se Egypt, Tunisko i

Turecko dostaly do první desítky. V prodejkch turistické literatury však v součtu figurují až na devátém místě (společně s Izraelem, Kyprem a Maltou), přičemž samostatně by se vůbec neumístily. Naopak Chorvatsko, které u klientů cestovních kanceláří ztrácí na atraktivitě, se v prodejkch vcelku bez problémů drží na prvním místě.

Pouze u Rakouska a Itálie se oba žebříčky v zásadě shodují, oba je umísťují na čelní pozice. V rakouském případě je to podle mého názoru způsobeno dvěma vrcholy turistické sezóny. Zatímco lyžaři využívají v zimní sezóně služeb cestovních kanceláří, v létě míří do této země hlavně individuální turisté, kteří volí aktivní způsob trávení dovolené. U Itálie zase může hrát svou roli široká škála jejích turistických destinací. Individuální turisté tradičně míří hlavně do jadranských letovisek v severní Itálii, případně do italských Dolomit. Klienti cestovních kanceláří naopak častěji volí vzdálenější destinace, jakými jsou například Sardinie či Sicílie.

Jak již bylo řečeno, data za delší turistické cesty do zahraničí se týkají jak organizovaného, tak individuálního cestovního ruchu. Nelze bohužel určit, jaká část tuzemských turistů vycestovala do jednotlivých zemí prostřednictvím cestovní kanceláře a jaká naopak cestovala „na vlastní pěst“. Český statistický úřad totiž přestal tyto charakteristiky od roku 2001 sledovat.

Celkově je však možno říci, že údajům ČSÚ pro delší turistické cesty do zahraničí se mnohem více přibližují data získaná z prodejkch cestovní literatury. Je to způsobeno především rozdílnou velikostí zkoumaných vzorků a vypovídací hodnotou dat získaných v obou terénních šetřeních. Ankety mezi cestovními kanceláři se zúčastnilo pouhých 23 subjektů a preferované destinace jejich zástupci mnohdy pouze odhadovali. Naopak výzkum prodejkch map a průvodců obsáhl cca 80 % českého trhu s cestovní literaturou a pracuje přitom s přesnými čísly.

## 10 Anketa mezi klienty cestovních kanceláří

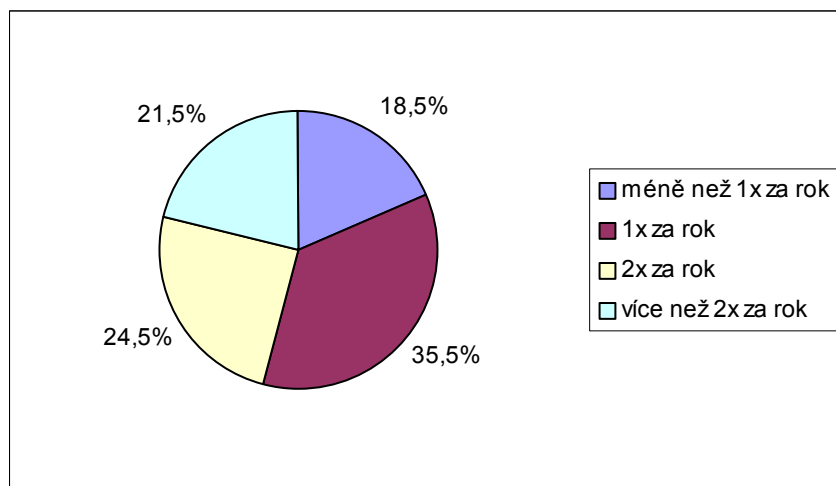
Součástí diplomové práce byla rovněž anketa mezi klienty cestovních kanceláří. Hlavním úkolem bylo zjistit, nakolik se údaje získané přímo od zákazníků CK budou shodovat s daty zjištěnými z výzkumu tuzemských touroperátorů. Metodika výzkumu je uvedena v kapitole 3. 4.

### 10.1 Cestovní návyky klientů CK

Do této podkapitoly byly sloučeny výsledky třech otázek terénního šetření. Jedná se o otázku č. 1 (Jak často vyrážíte z CK na zahraniční dovolenou?), otázku č. 2 (S kým obvykle cestujete na zahraniční dovolenou?) a otázku č. 5 (Jak dlouho obvykle trvá vaše zahraniční dovolená?).

Z průzkumu četnosti dovolených vyplynulo, že ani jedna z variant výrazně nedominuje (graf č. 45). Nejčastěji využívají klienti služby cestovních kanceláří jedenkrát do roka, přičemž se většinou jedná o letní dovolenou.

**Graf č. 45: Četnost výjezdů klientů CK na zahraniční zájezd**



*Zdroj: terénní šetření 2007/2008*

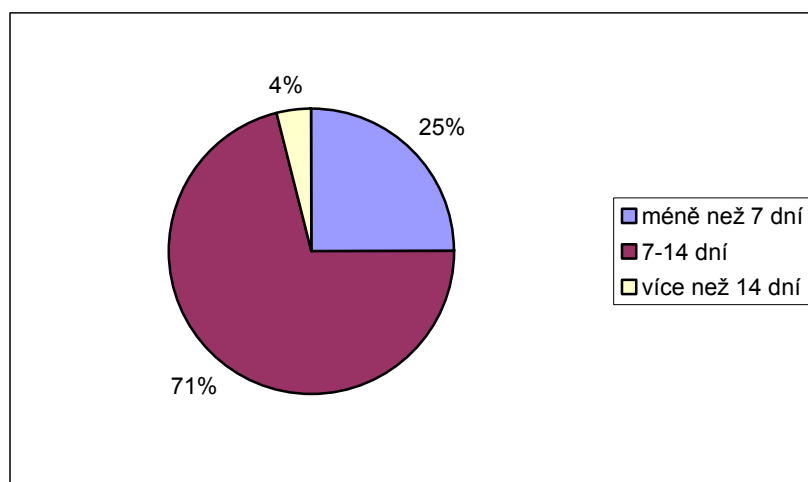
*n = 200*

Z výzkumu dále vyplynulo, že tak mnohem častěji činí lidé se základním a středním vzděláním a lidé z menších měst. Lidé s vysokoškolským vzděláním a obyvatelé velkých měst

(nad 100 tis. obyvatel) obvykle vyráží s CK na zahraniční dovolenou dvakrát či vícekrát do roka (tabulka - příloha č. 8). Pravděpodobně to souvisí s rozdílným stylem života ve velkých městech. Zahraniční dovolená je zde pro mnoho lidí naprostou samozřejmostí a se zvyšující se životní úrovní si ji začínají dopřávat vícekrát do roka. Vyšší podíl vysokoškoláků zase může souviset s vyššími příjmy, kterými tato skupina obyvatel disponuje. Naopak věk nemá na četnost výjezdů s CK téměř žádný vliv.

Podíváme-li se na obvyklou délku zahraničních cest, zjistíme, že klienti CK nejvíce preferují středně dlouhé zájezdy, které trvají od 7 do 14 dní (graf č. 46). Tuto délku preferuje více než 70 % dotazovaných. Na délce zájezdů se prakticky shodly všechny zkoumané skupiny obyvatel, žádná výrazně nevyčnívá. Je to bezpochyby dáno tím, že většina obyvatel pracuje v zaměstnaneckém poměru a má tedy omezenou délku dovolené. Data Českého statistického úřadu tuto skutečnost potvrzují. V roce 2001 činila průměrná délka zahraničního zájezdu 8,6 dne, přičemž ve vzdálenějších destinacích zůstávali klienti cestovních kanceláří o poznání déle (viz kapitola 7).

**Graf č. 46: Obvyklá délka zájezdů klientů CK**



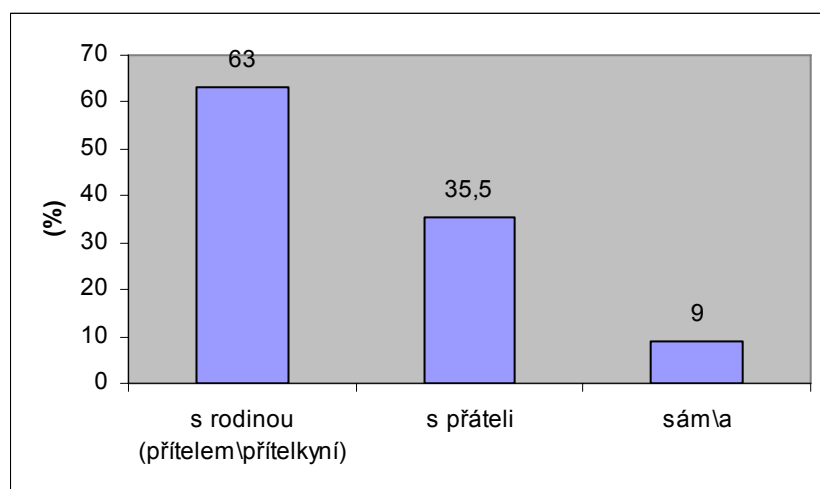
*Zdroj: terénní šetření 2007/2008*

*n = 200*

Pokud jde o doprovod na zahraničních zájezdech, zdaleka nejvíce cestují klienti cestovních kanceláří s rodinnými příslušníky či svými partnery (graf č. 47). Jak již bylo uvedeno v metodice, někteří respondenti zaškrtili u této otázky více možností, tudíž nebylo možno použít koláčový graf (součet všech odpovědí dává více než 100 %).



**Graf č. 47: Nejčastější doprovod na zájezdech s CK**



*Zdroj: terénní šetření 2007/2008*

*n = 200*

Z výzkumu dále vyplynulo, že největší vliv na volbu doprovodu má věk respondentů. Lidé ve věku do 49 let mnohem častěji vyráží na zahraniční dovolenou s přáteli. Zde hraje velkou roli skupina studentů a lidí bez rodinných závazků. Se stoupajícím věkem naopak přibývá lidí, kteří na zájezd cestují sami. Jedná se hlavně o ovdovělé osoby v důchodovém věku.

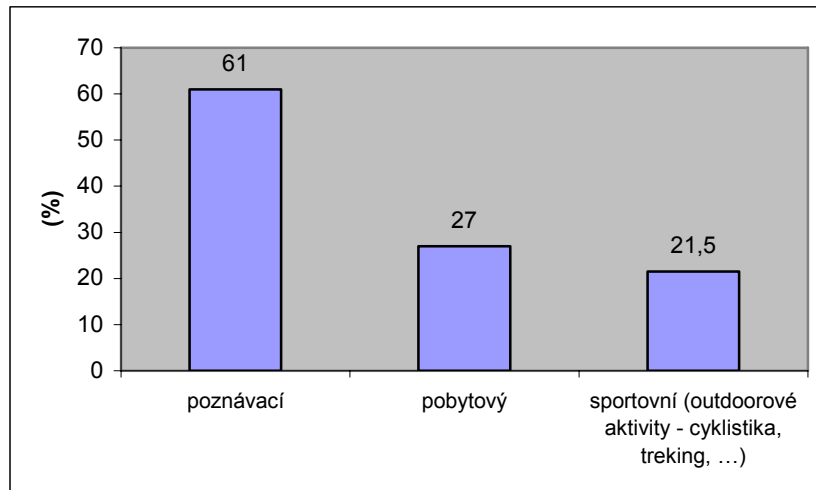
## 10.2 Preferované formy zájezdů

Jak již bylo řečeno v metodice, tato část výzkumu je poněkud deformována příliš úzkým vzorkem cestovních kanceláří. Dva ze tří touroperátorů se totiž zaměřují na poznávací zájezdy a tomu také odpovídají získaná data. Více než 61 % klientů uvedlo, že s CK obvykle vyráží na poznávací zájezdy (graf č. 48). Z výzkumu, který byl proveden mezi tuzemskými cestovními kancelářemi naopak vyplynulo, že nejvíce klientů preferuje rekreační pobytové zájezdy (viz kapitola 8). Poznávací zájezdy zde tvořily pouhých 26 % u „velkých“ a 18 % u „malých“ touroperátorů.

Přesto výzkum poukázal na několik zajímavých skutečností (tabulka – příloha č. 8). Zdaleka nejoblíbenější jsou poznávací zájezdy ve skupině obyvatel starších padesáti let. Mladší ročníky mnohem více cestují na sportovní zájezdy (34 %). Stejně tak je tento typ zájezdů mnohem více vyhledáván lidmi s vysokoškolským vzděláním a z velkých měst. Osoby s nižším vzděláním a lidé pocházející ze sídel pod 100 tis. obyvatel ve větší míře

preferují zájezdy pobytové. Příčinou opět může být rozdílná výše příjmů, anebo větší náročnost obyvatel velkých měst, kterým již nestačí pouhý pobyt u moře a mnohem častěji volí aktivní způsob trávení dovolené.

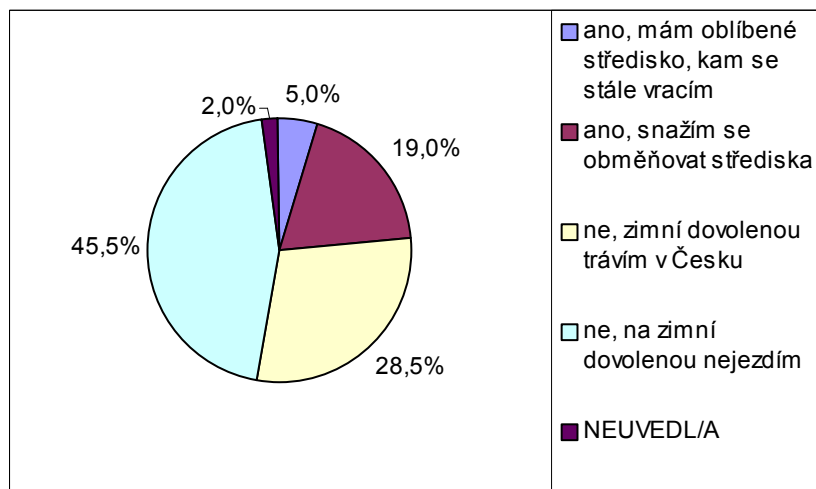
**Graf č. 48: Preferované formy zájezdů mezi klienty CK**



Zdroj: terénní šetření 2007/2008

$n = 200$

**Graf č. 49: Způsob trávení zimní lyžařské dovolené mezi klienty CK**



Zdroj: terénní šetření 2007/2008

$n = 200$

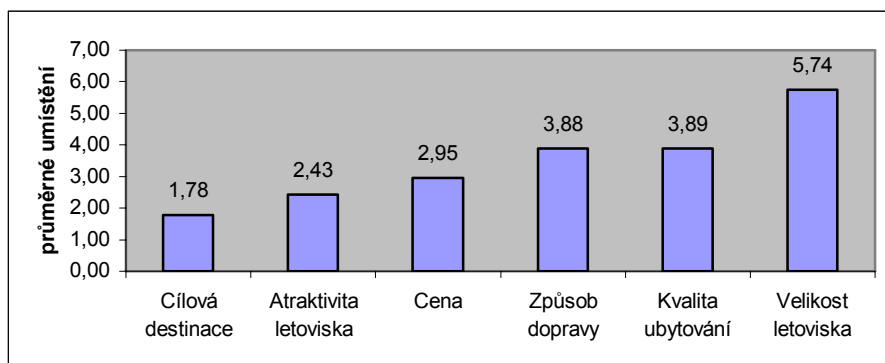
Zajímavé poznatky přinesla otázka věnovaná zájezdům na zimní lyžařské dovolené (graf č. 49). Z výzkumu vyplynulo, že téměř polovina dotazovaných na zimní dovolenou vůbec nejzdí. Pouhých 24 % respondentů tráví zimní dovolenou v zahraničí, přičemž se

jedná o trend zvláště rozšířený mezi obyvateli velkých měst a vysokoškoláky. Tyto údaje se více méně shodují s daty z předchozí otázky (preferance sportovních zájezdů). Lidé s nižším vzděláním a obyvatelé menších měst sice na zimní dovolenou jezdí v podobné míře, mnohem častěji ji však tráví v tuzemských střediscích. Důvody asi budou hlavně ekonomické. Zimnímu pobytu na horách se vyhýbá především skupina obyvatel starších padesáti let (62 %), což však není nikterak překvapivé.

### 10.3 Kritéria hrající roli při výběru zájezdu

Podíváme-li se na strukturu kritérií, které podle klientů CK hrají největší roli při výběru zájezdu, zjistíme, že se poměrně zásadně liší od podobného výzkumu provedeného mezi tuzemskými touroperátory.

**Graf č. 50: Kritéria mající vliv na výběr zájezdu**



*Zdroj: terénní šetření 2007/2008*

*Pozn.: 1 = nejdůležitější, 6 = nejméně zásadní*

*n = 200*

Klienti CK považují za nejdůležitější cílovou destinaci a atraktivitu konkrétního letoviska (graf č. 50). Cena, která hraje největší roli podle cestovních kanceláří, se umístila až na třetím místě. Rovněž způsob dopravy a kvalita ubytování nemá na rozhodování klientů CK velký vliv. Může to být způsobeno převažující formou poznávacích zájezdů ve sledovaném vzorku. Lidé vyrážející na tento typ zájezdu mají obvykle jiné požadavky, než turisté cestující na pobytové zájezdy. Málokdy totiž zůstávají déle na jednom místě, v hotelech většinou pouze přespávají. Naopak turisté v přímořských letoviscích zůstávají po celou dobu dovolené na jednom místě a mají tedy vyšší nároky na úroveň ubytování. Důraz, kladený na atraktivitu

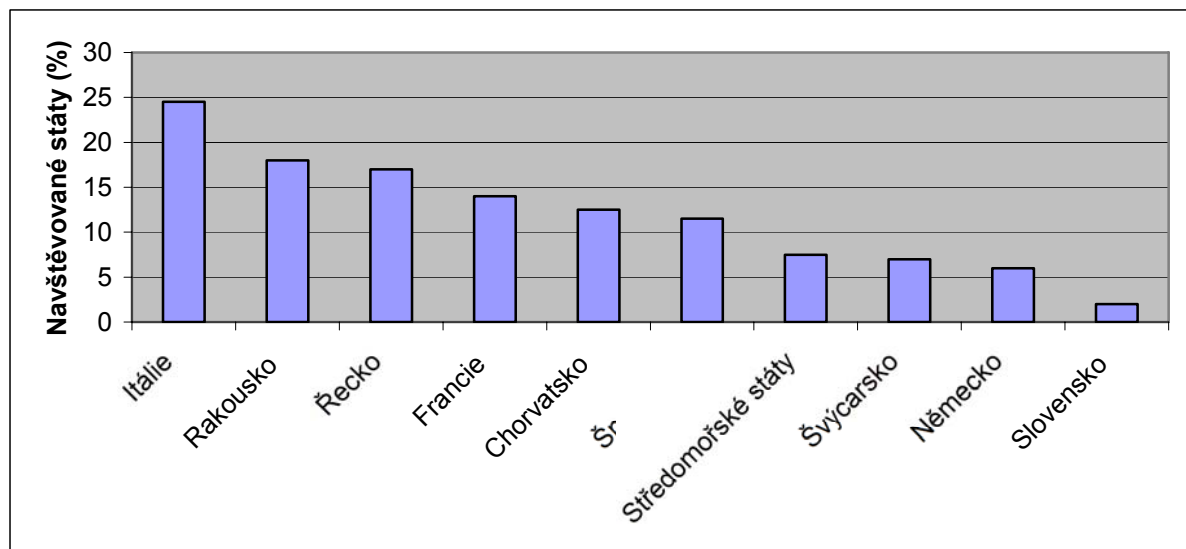
cílové destinace, je u účastníků poznávacích zájezdů rovněž pochopitelný. Jediné, v čem se klienti CK a touroperátoři shodují, je velikost letoviska. Obě skupiny zařadily toto kritérium na poslední místo.

Věk, vzdělání nebo velikost trvalého bydliště přitom téměř nemá na pořadí jednotlivých kritérií vliv. Snad jediným trendem, který je možno vyzorovat, jsou poněkud vyšší nároky starších ročníků na způsob dopravy a kvalitu ubytování. Jedná se však o naprosto přirozený jev.

## 10.4 Cílové destinace

Struktura cílových destinací, které klienti CK nejčastěji navštěvují, se v podstatě příliš neliší od žebříčku TOP 10 nejoblíbenějších destinací podle tuzemských touroperátorů (viz kapitola 8). Jak již bylo řečeno v metodice, tato otázka nesledovala počty cestujících osob, ale spíše počty výjezdů. Mnoho lidí totiž uvedlo více než jednu destinaci, takže konečný součet dává více než 100 %. Opět tedy bylo použito sloupcového grafu (graf č. 51).

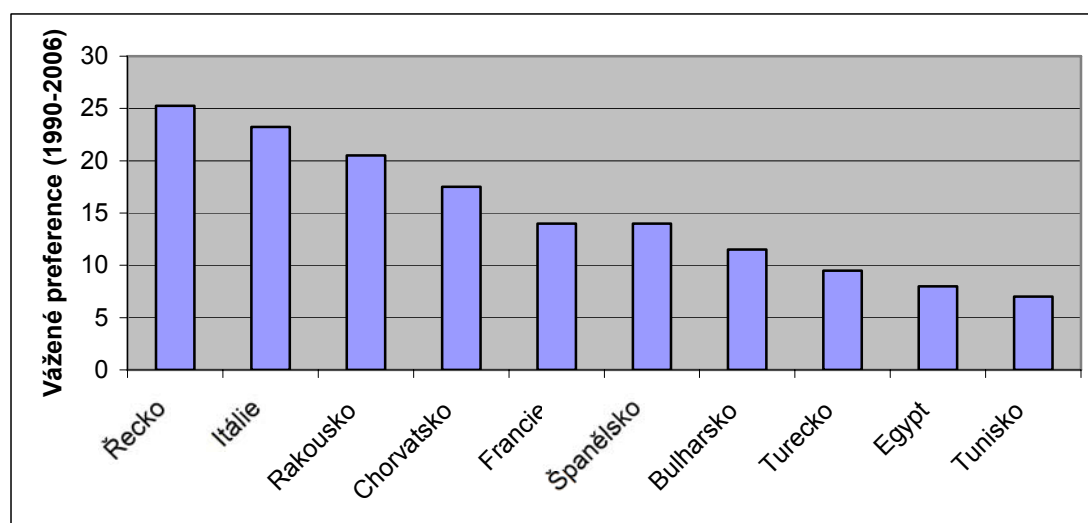
**Graf č. 51: TOP 10 nejnavštěvovanějších států podle klientů CK**



*Zdroj: terénní šetření 2007/2008*

*n = 200*

**Graf č. 52: TOP 10 nejoblíbenějších států podle tuzemských CK**



*Zdroj: terénní šetření 2007*

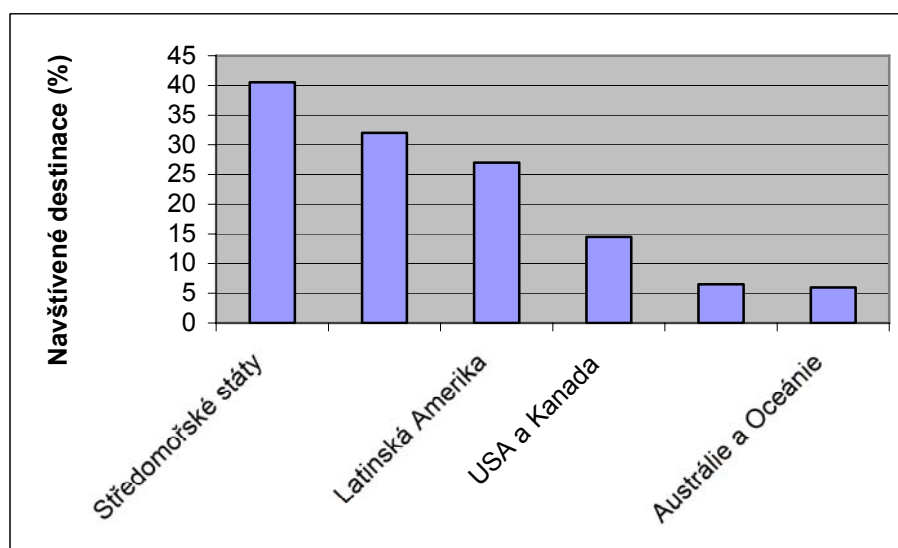
*n = 23*

V obou žebříčkách TOP 10 se na prvních třech místech umístily tytéž státy, pouze Itálie a Řecko si vyměnily své pozice. Můžeme tedy konstatovat, že tyto tři státy patří v organizovaném výjezdovém cestovním ruchu mezi dlouhodobě nejvyhledávanější. Rovněž se potvrdilo relativně slabé postavení Chorvatska, které mnohem více vyhledávají individuální turisté.

Výrazněji se žebříčky liší ve své druhé polovině. Turecko, Egypt a Tunisko patří podle cestovních kanceláří k jednoznačným zájezdovým hitům. Podle klientů CK se však do první desítky dostaly pouze jako souborná skupina s pracovním názvem „Středomořské státy“. Bezpochyby je to způsobeno rozdílným vzorkem cestovních kanceláří, ve kterých výzkum probíhal. Tato skupina států totiž jednoznačně patří mezi pobytové destinace. Na výzkumu mezi klienty CK přitom spolupracovali hlavně touroperátoři, zaměřující se na poznávací zájezdy. Ze stejného důvodu se v této skupině poměrně dobře umístily Švýcarsko a Německo, což jsou státy, které by v konkurenci pobytových destinací neobstály.

Podle výzkumu mezi klienty CK, navštívilo nějakou exotickou zemi téměř 50 % respondentů. To je v příkrém rozporu se statistikou prodejů map a průvodců, ve které exotika tvoří jen něco málo přes 11 % (viz kapitola 9). Příčinou tohoto rozporu je pravděpodobně opět vzorek CK, ve kterých výzkum probíhal. Do exotických států se totiž obvykle cestuje za poznáním (mimo skupiny „Středomořských států“), přičemž právě na poznávací zájezdy se zaměřuje většina touroperátorů ze zkoumaného vzorku. CK ESO Travel se navíc na exotiku specializuje.

**Graf č. 53: Nejnavštěvovanější exotické destinace podle klientů CK**



*Zdroj: terénní šetření 2007/2008*

*n = 200*

Pořadí oblíbených exotických destinací se však příliš neliší. Opět dominuje skupina „Středomořských států“, nejméně se cestuje do Afriky a Austrálie s Oceánií (graf č. 53). Jedinou odchylkou je menší obliba USA a Kanady mezi klienty CK. Může to být tím, že část turistů nepovažuje, vzhledem ke znalosti anglického jazyka, tyto destinace za dostatečně exotické a cestuje tedy spíše individuálně. Svou roli jistě hrají i služební a studijní cesty (např. program Work and Travel). Lidé, cestující za těmito účely, také obvykle volí individuální formu dopravy a ubytování.

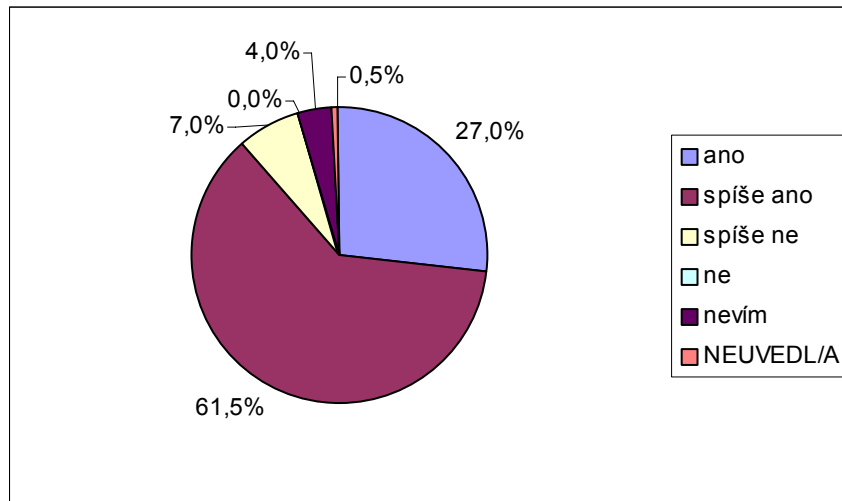
## **10.5 Spokojenost klientů se službami CK**

Z výzkumu provedeného na vzorku 200 klientů tuzemských cestovních kanceláří vyplynulo, že téměř 90 % dotazovaných (graf č. 54) je více či méně spokojeno s nabídkou a úrovní poskytovaných služeb tuzemských touroperátorů.

Zde se jistě pozitivně projeví změny, které přinesl zákon 159/1999 resp. jeho novela 214/2006. Spotřebitel je nyní mnohem více chráněn, než byl v průběhu 90. let. Nejpodstatnější změnou je přitom bezesporu povinnost pojištění CK proti úpadku. Ve spokojenosti klientů se jistě odrazila také skutečnost, že většina touroperátorů nyní nabízí za menší peníze podstatně více komfortu. Tříhvězdičkové hotely jsou již dávno standardem a

podíl letecké dopravy neustále stoupá. Ceny zájezdů jsou naopak, díky silné konkurenci, trvale tlačeny dolů.

**Graf č. 54: Jste spokojeni s nabídkou a úrovní poskytovaných služeb tuzemských CK?**



*Zdroj: terénní šetření 2007/2008*

*n = 200*

Rovněž trh s cestovními kanceláři se relativně ustálil. Slabí touoperátoři většinou skončili a naopak se vyprofilovali silní „hráči“, kteří udávají tempo současnému organizovanému cestovnímu ruchu. Přestože je tuzemský trh s organizovanou turistikou stále poměrně mladý, domnívám se, že se bez obav může měřit s vyspělými západoevropskými státy.

## 11 Závěr

Předmětem této práce je český výjezdový cestovní ruch po roce 1989. Přesto nelze pominout ani období před tímto datem. Celá společnost byla hluboce ovlivněna dobou totality, což se významně projevilo také ve výjezdovém cestovním ruchu, zvláště v prvních porevolučních letech. Z tohoto důvodu byla do práce zařazena také kapitola zabývající se historií cestování v dobách minulých.

Práce se skládá ze dvou základních částí. První část, kterou je možno označit za teoretickou, zahrnuje úvod s vymezením cílů a hypotéz, diskusi s literaturou a metodiku práce, jejíž součástí je rovněž základní terminologie cestovního ruchu. Druhá část je praktická a skládá se z několika kapitol, které byly vyčleněny tak, aby co nejlépe odpovídaly cílům a hypotézám, jež si tato práce předurčila.

### 11.1 Potvrzení či vyvrácení hypotéz

První hypotéza pracovala s předpokladem, že politické události druhé poloviny 20. století významně ovlivnily cíle českého výjezdového cestovního ruchu. Tato hypotéza se plně potvrdila. Cestování do zahraničí podléhalo státní kontrole, přičemž řízeny nebyly jen směry vyjížděky, ale také počty cestujících. Podívat se za hranice Československa bylo až do počátku 60. let bylo takřka nemožné. Po krátkém uvolnění, které souviselo s obrodným procesem ve druhé polovině 60. let, bylo cestování opět omezeno. Komunistický normalizační režim znovu uzavřel západní hranice, cestování do spřátelených socialistických států však zůstalo povoleno. To mělo vliv na hlavní směry vyjížděky, kterým dominovaly sousední státy Maďarsko, NDR a Polsko. Za typické politické faktory, které měly přímý vliv na cestování československých občanů do zahraničí, můžeme označit události z let 1968 a 1981. V prvním případě se jednalo o vnitropolitické důvody. Po okupaci Československa vojsky Varšavské smlouvy v srpnu 1968 využili mnozí občané relativní otevřenosti hranic a dosud platných cestovních dokladů a ve zvýšené míře navštěvovali západní státy. Tento stav skončil na konci roku 1969 a od této doby výjezdy do kapitalistické ciziny opět poklesly na minimální úroveň. Ve druhém případě se jednalo o důvody zahraničněpolitického charakteru, které souvisely s krizí komunistického režimu v sousedním Polsku. Po založení odborového hnutí Solidarita v baltském Gdaňsku, se vlády Polska a Československa dohodly na oboustranném omezení cestovního styku. Toto rozhodnutí se projevilo s takřka okamžitou platností. Zatímco na



sklonku 70. let dosahovaly počty výjezdů československých občanů do Polska hranice dvou milionů, v roce 1982 to již bylo jen málo přes 70 tisíc.

Druhá hypotéza, která uváděla, že struktura cílových destinací českých turistů se v posledních deseti letech příliš nezměnila, se potvrdila pouze částečně. Hlavní směry delších cest za účelem rekreace se mezi lety 1998 a 2007 příliš nezměnily. Stále jim dominuje Chorvatsko, Slovensko a Itálie. V posledních letech však došlo významnému růstu „exotických“ středomořských destinací, které jsou reprezentovány zvláště Tuniskem, Tureckem a Egyptem. Dalším trendem je tříštění výjezdového cestovního ruchu do více turistických destinací. Zatímco v roce 1998 tvořily první tři státy (Chorvatsko, Slovensko, Itálie) plných 59 % výjezdového cestovního ruchu, v roce 2007 to již bylo pouze 44 %. Přestože si nemyslím, že by tradiční destinace ztratily své výsadní postavení, jejich podíl na celkovém počtu delších cest bude v budoucnu nadále klesat.

Třetí hypotéza vycházela z předpokladu, že individuální turisté cestují spíše do bližších destinací, zatímco klienti cestovních kanceláří více vyhledávají vzdálenější lokality. Tato hypotéza se v zásadě potvrdila. Podle tuzemských touroperátorů preferují jejich klienti v první řadě Řecko, významná část zákazníků cestovních kanceláří potom každoročně míří do Španělska, Tuniska, Turecka nebo Egypta. To jsou všechno destinace, které je možno označit za vzdálené, většina z nich je dostupná především leteckou dopravou. Naopak ve statistikách prodeje map a cestovní literatury se na čelních místech pohybují spíše bližší státy (Chorvatsko, Itálie, Rakousko, Slovensko). Vycházím přitom z předpokladu, že mapy a průvodce si kupují především individuální turisté, i když si uvědomuji, že to neplatí absolutně. Podle mého názoru je to dáno hlavně geografickou blízkostí a snazší dostupností těchto států, svou roli však jistě hraje také tradice. Všechny výše zmíněné státy totiž patřily k nejnavštěvovanějším již za první republiky. Mnoho tuzemských turistů se navíc vrací na místa, která již znají a jsou si tedy schopni zajistit dopravu i ubytování individuálně. Toto platí zejména v případě Chorvatska a Slovenska.

Čtvrtá hypotéza tvrdí, že nabídka tuzemských cestovních kanceláří plně neodpovídá poptávce klientů. Toto se nepotvrdilo. Ukázalo se, že nabídka cílových destinací tuzemských touroperátorů v zásadě odpovídá poptávce klientů. V obou provedených průzkumech se na předních pozicích umístily tytéž státy. Na dalších místech se sice údaje poněkud liší, je to ale způsobeno rozdílnými vzorky respondentů v obou průzkumech. Zatímco většina touroperátorů se zaměřuje na pobytové zájezdy u moře, klienti cestovních kanceláří se rekrutovali většinou z cestovních kanceláří, které se specializují na poznávací zájezdy.

Z průzkumu mezi klienty CK navíc vyplynulo, že téměř 90 % z nich je více či méně spokojeno s nabídkou cestovních kanceláří a úrovní poskytovaných služeb.

Pátá hypotéza předpokládá, že cena nadále představuje pro klienty tuzemských cestovních kanceláří klíčové kritérium při výběru zájezdu. Tato hypotéza se v zásadě potvrdila. Podle touroperátorů je cena pro klienty jednoznačně nejdůležitější. Samotní zákazníci CK ji sice umístili až na třetí místo, opět to ale bylo způsobeno rozdílným vzorkem respondentů. Účastníci poznávacích zájezdů se mnohem více rozhodují podle cílové destinace a atraktivity letoviska. Naopak účastníci pobytových zájezdů cestují k teplým mořím a příliš jim nezáleží, zda dovolenou stráví v Řecku, Tunisku nebo Egyptě. Klíčová je pro ně cena. Vzhledem k tomu, že na českém trhu jasně převažují pobytové zájezdy, je možno konstatovat, že cena nadále představuje pro tuzemské klienty nejdůležitější kritérium.

Konečně šestá hypotéza tvrdí, že za posledních deset let výrazně vzrostly nároky klientů cestovních kanceláří na dopravu a kvalitu ubytování. Toto se také v zásadě potvrdilo. Více než 95 % tuzemských touroperátorů v průzkumu potvrdilo, že během doby existence jejich CK, roste objem letecké dopravy. Naopak autobusová a vlastní doprava podle nich stagnuje. Podobná je situace v preferovaných typech ubytování. Podle cestovních kanceláří roste zájem o hotely, penziony a hostely stagnují a kempy zažívají v posledních letech pokles. Je to bezpochyby způsobeno rostoucí kupní silou českého obyvatelstva a zvyšujícími se nároky na kvalitu cestování. Svou roli zde jistě hraje také velká konkurence, která sráží ceny zájezdů dolů a naopak zvyšuje jejich komfort. V neposlední řadě je třeba zmínit, že růst letecké dopravy se netýká jen organizovaného cestovního ruchu, ale že se jedná o fenomén globálních rozměrů. Vstup nízkonákladových přepraveců létání zlevnil a zbavil ho puncu výjimečnosti, takže dnes se jedná o naprosto běžný způsob dopravy.

## **11.2 Přínos práce**

Tato práce si kladla za cíl zmapovat český výjezdový cestovní ruch po roce 1989. To se podle mého názoru podařilo. Byly odhaleny hlavní změny související s pádem totality, byly identifikovány hlavní cílové destinace tuzemských turistů a v neposlední řadě byly vyzdviheny základní trendy, které v posledních letech pasivnímu cestovnímu ruchu v Česku dominují.

V průběhu zpracování práce se vyskytlo několik komplikací, které se týkaly především průzkumů v cestovních kancelářích a mezi klienty tuzemských touroperátorů. Uvědomuji si,

že sledované vzorky nebyly dostatečně široké na to, aby se daly výsledky terénního šetření zevšeobecňovat a vyvozovat z nich nějaké závěry. Přesto se domnívám, že poukázaly na základní trendy v českém organizovaném cestovním ruchu. Zajímavě rovněž vyznívá srovnání s oficiálními daty Českého statistického úřadu. Je možné, že pokud by se výzkumu zúčastnilo větší množství touroperatorů a klientů cestovních kanceláří, dopadly by výsledky odlišně. Zajistit širší vzorek respondentů však nebylo v diplomantově moci.

### **11.3 Možné směry práce do budoucna**

Tato práce podle mého názoru odhalila několik nosných témat, která by zasloužila hlubší rozpracování. Jedná se především o průzkum mezi tuzemskými touroperátory. Nelze asi sledovat o mnoho více ukazatelů a charakteristik, protože jednotlivé cestovní kanceláře si své údaje pečlivě střeží. Obohacením by tedy mohlo být především rozšíření vzorku sledovaných subjektů. To samé platí také o klientech cestovních kanceláří. Vhodné by bylo opakování průzkumů v několikaletých cyklech, aby bylo možno lépe sledovat změny v trendech výjezdového cestovního ruchu.

Zajímavé by jistě bylo také důkladnější šetření mezi individuálními turisty. Na tuto skupinu cestovatelů totiž prakticky neexistují data. Údaje získané z prodejů map a průvodců ji vystihují jen částečně. Individuální turisté se totiž od klientů cestovních kanceláří neodlišují jen rozdílnou strukturou cílových destinací, ale především řadou sociologických charakteristik.

V této práci byla prakticky pominuta problematika kratších cest do zahraničí. Vzhledem k tomu, že řada českých turistů začíná svou dovolenou dělit do většího počtu kratších úseků, mohla by tato charakteristika napovědět mnoho zajímavého o současných trendech v cestovním ruchu.

## 12 Seznam grafů a tabulek

Tabulka č. 1: Seznam CK, ve kterých proběhl vázkum .....	16
Tabulka č. 2: Místa sběru v průběhu terénního šetření mezi klienty CK .....	19
Graf č. 1: Výjezdový CR do socialistických států prostřednictvím CK Čedok v letech 1960-1971 .....	29
Graf č. 2: Výjezdový CR do nesocialistických států prostřednictvím CK Čedok v letech 1960-1971 .....	30
Graf č. 3: Počty výjezdů za účelem dovolené do vybraných nesocialistických států a Jugoslávie v letech 1965-1972 .....	31
Graf č. 4: Počty výjezdů za účelem dovolené do vybraných socialistických států v letech 1965-1983 .....	32
Graf č. 5: Hlavní směry výjezdů československých občanů v letech 1965, 1975, 1983 ...	34
Graf č. 6: Mezinárodní příjezdy v roce 2006 .....	36
Tabulka č. 3: TOP 10 nejnavštěvovanějších zemí podle příjezdů v letech 1995-2006 ....	38
Tabulka č. 4: Podíl low-cost přepravců na celkovém objemu letecké dopravy ve vybraných státech v roce 2004 .....	39
Graf č. 7: Výjezdy občanů Česka do zahraničí v letech 1989-2005 .....	41
Tabulka č. 5: Podíl delších cest na výjezdech občanů Česka do zahraničí .....	42
Graf č. 8: Vývoj kurzu české koruny k EUR a USD v letech 2000-2007 .....	43
Graf č. 9: Hrubá měsíční mzda a výdaje na delší cestu do zahraničí v letech 2000-2007 .....	43
Graf č. 10: Delší cesty do zahraničí za účelem rekreace v letech 2000-2007 .....	44
Graf č. 11: Podíl nejvýznamnějších destinací na delších cestách v roce 1998 .....	45
Graf č. 12: Podíl nejvýznamnějších destinací na delších cestách v roce 2006 .....	45
Graf č. 13: Vývoj počtu delších cest do 5 českými turisty dlouhodobě nejnavštěvovanějších destinací v letech 1998-2006 .....	46
Graf č. 14: Průměrné počty přenocování na delších cestách do zahraničí v roce 2006 ....	48
Graf č. 15: Delší cesty do zahraničí podle měsíců v letech 2000-2006 .....	49
Graf č. 16: Výjezdy českých občanů do zahraničí podle použitého způsobu dopravy v letech 1993-2005 .....	50
Graf č. 17: Delší cesty do zahraničí podle použitého dopravního prostředku .....	50

Tabulka č. 6: Přehled nejvýznamnějších low-cost přepravců na českém trhu v roce 2008 .....	51
Graf č. 18: Delší cesty do zahraničí podle způsobu organizace cesty (2000-2006) .....	52
Graf č. 19: Delší cesty do zahraničí podle účelu cesty v roce 2006 .....	53
Graf č. 20: Kratší cesty do zahraničí podle místa pobytu v roce 2003 .....	54
Graf č. 21: Kratší cesty do zahraničí podle místa pobytu v roce 2006 .....	54
Graf č. 22: Vývoj počtu CK na českém trhu v letech 1995-2006 .....	57
Graf č. 23: Podíl CK podle krajů ČR v roce 2006 .....	58
Graf č. 24: Počty obyvatel na 1 CK v krajích ČR v roce 2006 .....	59
Tabulka č. 7: TOP 10 CK a CA podle tržeb v roce 2006 .....	60
Tabulka č. 8: TOP 5 CK a CA podle počtu zákazníků v roce 2006 .....	60
Graf č. 25: Počty klientů, kteří vycestovali prostřednictvím CK na zahraniční dovolenou v letech 1994-2001 .....	61
Graf č. 26: TOP 10 destinací výjezdového CR zprostředkovaného činností CK v roce 2001 .....	62
Graf č. 27: TOP 10 destinací výjezdového CR zprostředkovaného činností CK v roce 1994 .....	62
Tabulka č. 9: Podíl na delších cestách a organizovaném CR v roce 2001 .....	64
Graf č. 28: Průměrná délka pobytu na zájezdu s CK v roce 2001 .....	65
Graf č. 29: TOP 10 klienty velkých CK nejvyhledávanějších destinací mezi lety 1990/2-2006 .....	66
Graf č. 30: TOP 5 klienty velkých CK nejvyhledávanějších destinací v letech 1990/2-2006 .....	67
Graf č. 31: TOP 10 klienty malých CK nejvyhledávanějších destinací mezi lety 1990/2-2006 .....	68
Graf č. 32: TOP 5 klienty malých CK nejvyhledávanějších destinací v letech 1990/2-2006 .....	68
Graf č. 33: Struktura forem zájezdů velkých CK .....	70
Graf č. 34: Struktura forem zájezdů malých CK .....	70
Graf č. 35: Preferovaný typ ubytování mezi klienty velkých CK .....	72
Graf č. 36: Preferovaný typ ubytování mezi klienty malých CK .....	72
Tabulka č. 10: Změny v preferencích jednotlivých typů ubytování za dobu existence CK .....	73
Graf č. 37: Preferovaný typ dopravy mezi klienty velkých CK .....	74

Graf č. 38: Preferovaný typ dopravy mezi klienty malých CK .....	74
Tabulka č. 11: Změny v preferencích jednotlivých typů dopravy za dobu existence CK .....	75
Graf č. 39: Kritéria mající vliv na výběr zájezdu .....	76
Graf č. 40: Nejnavštěvovanější státy podle průměrných prodejů map a průvodců (2002-2006) .....	79
Graf č. 41: Vývoj prodeje map a průvodců zabývajících se Slovenskem v letech 2002-2006 .....	80
Graf č. 42: Podíl jednotlivých exotických destinací podle průměrných ročních prodejů map a průvodců (2002-2006) .....	81
Graf č. 43: Průměrné roční prodeje map a průvodců do evropských metropolí v letech 2002-2006 .....	82
Graf č. 44: Nejoblíbenější metropole podle průměrných ročních prodejů map a průvodců (2002-2006) .....	83
Tabulka č. 12: Srovnání žebříčků TOP 10 nejnavštěvovanějších destinací podle různých zdrojů v roce 2006 .....	84
Graf č. 45: Četnost výjezdů klientů CK na zahraniční zájezd .....	86
Graf č. 46: Obvyklá délka zájezdů klientů CK .....	87
Graf č. 47: Nejčastější doprovod na zájezdech s CK .....	88
Graf č. 48: Preferované formy zájezdů mezi klienty CK .....	89
Graf č. 49: Způsob trávení zimní lyžařské dovolené mezi klienty CK .....	89
Graf č. 50: Kritéria mající vliv na výběr zájezdu .....	90
Graf č. 51: TOP 10 nejnavštěvovanějších států podle klientů CK .....	91
Graf č. 52: TOP 10 nejnavštěvovanějších států podle tuzemských touroperátorů .....	92
Graf č. 53: Nejnavštěvovanější exotické destinace podle klientů CK .....	93
Graf č. 54: Jste spokojeni s nabídkou a úrovní poskytovaných služeb tuzemských CK? .....	94

## 13 Seznam použitých zkratek

AV ČR	Akademie věd České republiky
BLR	Bulharská lidová republika
CA	cestovní agentura
CIWL	Compagnie Internationale des Wagons-Lits
CK	cestovní kancelář
CKM	Cestovní kancelář mládeže
CR	cestovní ruch
ČSÚ	Český statistický úřad
EU	Evropská unie
FSÚ	Federální statistický úřad
IGN	Institut Geographique National
KČT	Klub českých turistů
MLR	Maďarská lidová republika
MMR	Ministerstvo pro místní rozvoj
NDR	Německá demokratická republika
PLR	Polská lidová republika
RSR	Rumunská socialistická republika
RVHP	Rada vzájemné hospodářské pomoci
SFRJ	Socialistická federativní republika Jugoslávie
SSSR	Svaz sovětských socialistických republik
ÚV KSČ	Ústřední výbor Komunistické strany Československa
VKÚ	Vojenský kartografický ústav
WTO	World Tourism Organization
WTTC	World Travel & Tourism Council

## 14 Seznam literatury

### Tištěné publikace

- ATTL, P., NEJDL, K. (2004): Turismus I. Vysoká škola hotelová, Praha, 178 s.
- BURKART, A. J., MEDLIK, S. (1974): Tourism. Past, Present and Future. Heinemann Publishers, 384 s.
- COPPOCK, J. T., DUFFIELD, B. S. (1975): Recreation in the Countryside. Macmillan Press, 262 s.
- ČERTÍK, M. (2001): Cestovní ruch. Vývoj, organizace a řízení. VŠE, Praha, 352 s.
- DAVIDSON, R. (1998): Travel and Tourism in Europe. Longman, New York, 238 s.
- DOHNAL, V. (1969): Ekonomika cestovního ruchu. SPN, Praha, 185 s.
- FRANCOVÁ, E. (2003): Cestovní ruch. Univerzita Palackého v Olomouci, Olomouc, 119 s.
- FRANKE, A., KOL. (1980): Rukověť cestovního ruchu. Merkur, Praha, 429 s.
- FREYER, W. (2006): Tourismus – Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie. Oldenbourg, München/Wien, 470 s.
- GARTNER, W. C., LIME, D. W. (2000): Trends in Outdoor Recreation, Leisure and Tourism. CAB Publishing, New York, 458 s.
- GODDE, P. M., PRICE, M. F., ZIMMERMANN, M. F. (2000): Tourism and Development in Mountain Regions, CAB Publishing, New York, 356 s.
- HALL, C. M. (1994): Tourism and Politics. Policy, Power and Place. Wiley, 238 s.
- HALL, C. M., MILLER, D. K. (2004): Tourism, Mobility and Second Homes. Aspect of Tourism. Channel View Publications, 304 s.
- HALL, C. M., PAGE, S. J. (1999): The Geography of Tourism and Recreation. Environment, Place and Space. Routledge, London, 309 s.
- HALL, D., SMITH, M., MARCISZWESKA, B. (2006): Tourism in the New Europe. The Challenges and Oportunities of EU Enlargement, CABI, 320 s.
- HESKOVÁ, M. (1999): Základní problémy cestovního ruchu. VŠE, Praha, 142 s.
- HRALA, V. (1992): Geografie cestovního ruchu, Idea servis, Praha, 132 s.
- INDROVÁ, J., KOL. (2004): Cestovní ruch I. Oeconomica, Praha, 114 s.
- INGLIS, F. (2000): Delicious History of the Holiday. Routledge, 240 s.
- JAKUBÍKOVÁ, D., JEŽEK, J., PAVLÁK, M. (1995): Cestovní ruch, ZČU, Plzeň, 268 s.
- JOHNSTON, R. (2001): Dictionary of Human Geography. WileyBlackwell, 976 s.



- KOPŠO, E. (1979): *Ekonomika cestovního ruchu*. SPN, Praha, 248 s.
- KOWALCZYK, A. (2002): *Geografia turystyki*. PAN, Warszawa, 186 s.
- LEW, A. A., HALL, C. M., WILLIAMS, A. M. (2004): *A Companion to Tourism*. Blackwell, 622 s.
- MALÁ, V., KOL. (2002): *Základy cestovního ruchu*. Oeconomica, Praha, 100 s.
- MARIOT, P. (1983): *Geografia cestovního ruchu*. Veda, Bratislava, 252 s.
- MARIOT, P., MÜLLEROVÁ, V. (1992): *Zeměpis cestovního ruchu*. SPN, Praha, 183 s.
- MIRVALD, S., KOL. (1996): *Geografie cestovního ruchu*. Pedagogická fakulta ZČU, Plzeň, 110 s.
- OHLER, N. (2003): *Cestování ve středověku*. H & H, Praha, 520 s.
- PÁSKOVÁ, M., ZELENKA, J. (2002): *Výkladový slovník cestovního ruchu*. MMR ČR, Praha, 448 s.
- PEARCE, D. (1987): *Tourism Today*. Longmann Science and Technical, 229 s.
- RUSKOVÁ, D., ŠTÝRSKÝ, J. (1997): *Geografie cestovního ruchu a dějiny kultury pro cestovní ruch*. Gaudeamus, Hradec Králové, 243 s.
- RYCHLÍK, J. (2007): *Cestování do ciziny v habsburské monarchii a v Československu. Pasová, vízová a vystěhovalecká politika 1848-1989. Ústav pro soudobé dějiny AV ČR, Praha, 259 s.*
- RYEN, CH. (2003): *Recreational Tourism. Demand and Impacts. Aspects of Tourism*. Channel View Publications, 358 s.
- SHAW, G., WILLIAMS, A. M. (2004): *Critical Issues in Tourism. A Geographical Perspective*. Blackwell, Oxford, 372 s.
- ŠPRINCOVÁ, S. (1975): *Úvod do geografie cestovního ruchu*. PF UP, Olomouc, 86 s.
- ŠTĚPÁNEK, KOPAČKA, L., ŠÍP, J. (2001): *Geografie cestovního ruchu*. Karolinum, Praha, 228 s.
- ŠTÝRSKÝ, J. (2005): *Geografie cestovního ruchu Evropy a světa*. Gaudeamus, Hradec Králové, 195 s.
- VAŠKO, M. (2002): *Cestovní ruch a regionální rozvoj*. Oeconomica, Praha, 95 s.
- WOKOUN, R. (1987): *Geografie cestovního ruchu a rekreace*. VŠE, Praha, 250 s.
- ZELENKA, J., JONÁŠ, R. (1998): *Využití počítačů v cestovním ruchu*. Grada, Praha, 216 s.

## **Odborné články**

FOJTÁCHOVÁ, H. (2005): Cestovní ruch má za posledních 20 let největší dynamiku. COT Business, 2005, č. 4, s. 10.

HEJMA, A. (2003): Terorismus ve světě a cestovní ruch. COT Business, 2003, č. 9, s. I-VIII.

SCHMIDT, H. W. (2005): Cestovní ruch v rozšířené EU. COT Business, 2005, č. 6, s. 10-11.

ŠTYRSKÝ, J. (2005): Moderní a konkurenceschopný cestovní ruch vyžaduje i nové přístupy ke vzdělávání. COT Business, 2005, č. 4, s. 14-15.

www.cot.cz (2005): V Černé Hoře jsme na špici, 3. 5. 2005

## **Internetové zdroje**

Compagnie des Wagons-Lits (www.compagniedeseagonslits.cz 2. 6. 2008)

COT Business (www.cot.cz 15. 6. 2008)

CzechTourism (www.czechtourism.cz 15. 6. 2008)

ČSÚ (www.czso.cz 15. 6. 2008)

ČEDOK (www.cedok.cz 2. 6. 2008)

KČT (www.klubturistu.cz 2. 6. 2008)

Mag Consulting (www.magconsulting.cz 15. 6. 2008)

Ministerstvo pro místní rozvoj ČR (www.mmr.cz 15. 6. 2008)

Planes (www.planes.cz 25. 7. 2008)

WTO (www.unwto.org 25. 7. 2008)

WTTC (www.wttc.org 25. 7. 2008)

## **Zdroje dat**

Data o prodeji map a cestovní literatury, Marco Polo, 2002-2006

Data o prodeji map a cestovní literatury, Freytag & Berndt, 2002-2006

Historická statistická ročenka ČSSR, FSÚ, SNTL, Praha, 1985

Ročenky cestovního ruchu 1999-2007, Mag Consulting, Praha, 1999-2007

Statistické ročenky ČR 1999-2007, ČSÚ, Praha, 1999-2007

Výsledky statistického šetření TOP 50 CK 2006, Mag Consulting, Praha, 2006

## **Ostatní**

Rozhovor s Mgr. Tomášem Lejskem, KIWI – svět map a průvodců, Praha, 10. 6. 2008

Rozhovor s Mgr. Lenkou Ludvíkovou, CK Kiwi, 7. 7. 2008

## 15 Seznam příloh

Příloha č. 1: Českoslovenští občané cestující do zahraničí za účelem dovolené v letech 1965-1983 .....	108
Příloha č. 2: Delší cesty do zahraničí za účelem trávení volného času v letech 1998-2006 .....	109
Příloha č. 3: Pasivní cestovní ruch zprostředkovaný činností CK v letech 1994-2001 .....	110
Příloha č. 4: Anketa mezi tuzemskými touroperátory .....	111
Příloha č. 5: Struktura cílových destinací podle tuzemských touroperátorů .....	113
Příloha č. 6: Struktura cílových destinací podle prodejů map a cestovní literatury .....	114
Příloha č. 7: Dotazník mezi klienty cestovních kanceláří .....	115
Příloha č. 8: Výsledky terénního šetření mezi klienty CK .....	117

