

Projekt rozvoje produktového portfolia cestovní kanceláře

Bc. Miroslav Kubáč

Diplomová práce
2023



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta managementu a ekonomiky

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta managementu a ekonomiky
Ústav podnikové ekonomiky

Akademický rok: 2022/2023

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

(projektu, uměleckého díla, uměleckého výkonu)

Jméno a příjmení: Bc. Miroslav Kubáč, DiS.
Osobní číslo: M200184
Studijní program: N0413A050023 Ekonomika podniku a podnikání
Specializace: Podnikání ve službách cestovního ruchu
Forma studia: Kombinovaná
Téma práce: Projekt rozvoje produktového portfolia cestovní kanceláře

Zásady pro vypracování

Úvod

Definujte cíle práce a použité metody zpracování práce.

I. Teoretická část

- Zpracujte kritickou literární rešerši z oblasti cestovního ruchu s akcentem na dopravní služby.

II. Praktická část

- Charakterizujte vybranou společnost a analyzujte současný stav poptávky a nárůstu klientů po vybrané službě.
- Analyzujte současnou nabídku vybraných produktů v konkrétním odvětví cestovního ruchu.
- Navrhněte projekt vytvoření produktu z oblasti dopravních služeb.
- Vyhodnotte efektivnost projektu a s ním související rizika.

Závěr

Rozsah diplomové práce: **cca 70 stran**
Forma zpracování diplomové práce: **tištěná/elektronická**

Seznam doporučené literatury:

BERÁNEK, Jaromír. *Ekonomika cestovního ruchu*. Praha: Mag Consulting, 2013, 442 s. ISBN 8086724468.
JAFARI, Jafar. *Encyclopedia of tourism*. Cham: Springer, 2016, 480 s. ISBN 978-3-319-01385-5.
KOTLER, Philip, John, BOWEN a Baloglu SEYHMUS. *Marketing for hospitality and tourism*. Harlow: Pearson Education Limited, 2019, 320 s. ISBN 978-1-292-36351-6.
PALATKOVÁ, Monika. *Management cestovních kancelářů a agentur: sestavení podnikatelského plánu cestovní kanceláře*. Praha: Grada Publishing, 2013, 512 s. ISBN 8024740397.
RYGLOVÁ, Kateřina, Michal, BURIAN a Ida VAJČNEROVÁ. *Cestovní ruch – podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. Praha: Grada, 2011, 210 s. ISBN 8024740397.

Vedoucí diplomové práce: **doc. Ing. Zuzana Tučková, Ph.D.**
Ústav logistiky

Datum zadání diplomové práce: **10. února 2023**
Termín odevzdání diplomové práce: **21. dubna 2023**

L.S.

prof. Ing. David Tuček, Ph.D.
děkan

doc. Ing. Petr Novák, Ph.D.
garant studijního programu

Ve Zlíně dne 10. února 2023

PROHLÁŠENÍ AUTORA BAKALÁŘSKÉ/DIPLOMOVÉ PRÁCE

Prohlašuji, že

- beru na vědomí, že odevzdáním diplomové/bakalářské práce souhlasím se zveřejněním své práce podle zákona č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, bez ohledu na výsledek obhajoby;
- beru na vědomí, že diplomová/bakalářská práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému dostupná k prezenčnímu nahlédnutí, že jeden výtisk diplomové/bakalářské práce bude uložen na elektronickém nosiči v příruční knihovně Fakulty managementu a ekonomiky Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně;
- byl/a jsem seznámen/a s tím, že na moji diplomovou/bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, zejm. § 35 odst. 3;
- beru na vědomí, že podle § 60 odst. 1 autorského zákona má UTB ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- beru na vědomí, že podle § 60 odst. 2 a 3 autorského zákona mohu užít své dílo – diplomovou/bakalářskou práci nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen s tím, že vyrovnání případného přiměřeného příspěvku na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše) bude rovněž předmětem této licenční smlouvy;
- beru na vědomí, že pokud bylo k vypracování diplomové/bakalářské práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tedy pouze k nekomerčnímu využití), nelze výsledky diplomové/bakalářské práce využít ke komerčním účelům;
- beru na vědomí, že pokud je výstupem diplomové/bakalářské práce jakýkoliv softwarový produkt, považují se za součást práce rovněž i zdrojové kódy, popř. soubory, ze kterých se projekt skládá. Neodevzdání této součásti může být důvodem k neobhájení práce.

Prohlašuji,

1. že jsem na diplomové/bakalářské práci pracoval samostatně a použitou literaturu jsem citoval. V případě publikace výsledků budu uveden jako spoluautor.
2. že odevzdaná verze diplomové práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

Ve Zlíně 5.4.2023

Jméno a příjmení:

.....
podpis diplomanta

ABSTRAKT

Daná diplomová práce se zabývá dopravním projektem, který strategicky rozšíří produktovou nabídku cestovní kanceláře. Hlavním cílem je návrh a implementace reálného projektu, díky kterému získá cestovní kancelář konkurenční výhodu a bude profitabilní. Práce klade důraz na analýzu současného stavu, analýzu konkurence a shrnuje předpoklady pro úspěšnost dopravního projektu. Zjištěné poznatky přispěly k úspěšné implementaci tohoto projektu a jeho uvedení do ostrého prodeje.

Klíčová slova: cestovní ruch, strategie, SWOT analýza, rozvoj, projekt

ABSTRACT

This thesis deals with a transportation project, which will strategically expand the travel agency's product offerings. The main objective is to propose and implement a real project, one that is both competitive and profitable. This thesis analyzes the current market, provides a competitor analysis and summarizes the prerequisites for the transport project's success. The findings contributed to the successful implementation of this project and its sharp launch in sales.

Keywords: tourism, strategy, SWOT analysis, development, project

Rád bych poděkoval mé vedoucí diplomové práce doc. Ing. Zuzaně Tučkové, PhD., za její odborné vedení a cenné rady, které mi během tvorby této práce poskytla. Dále bych chtěl poděkovat kolegům a spolupracovníkům cestovní kanceláře Čedok a.s. za vstřícnost, ochotu a čas při poskytování informací k dané problematice.

Prohlašuji, že odevzdaná verze diplomové práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

„Pokud nemáte strategii, jste součástí strategie někoho jiného.“

Alvin Toffler

OBSAH

ÚVOD	10
CÍLE A METODY ZPRACOVÁNÍ PRÁCE	11
I TEORETICKÁ ČÁST	12
1 CESTOVNÍ RUCH A JEHO CHARAKTERISTIKA	13
1.1 VŠEOBECNÁ TYPOLOGIE, POJMY, VÝZNAMY A PŘÍNOSY CESTOVNÍHO RUCHU	13
1.1.1 UBYTOVÁNÍ.....	15
1.1.2 STRAVOVÁNÍ	17
1.1.3 DOPRAVA	17
1.2 POJEM CESTOVNÍ RUCH A JEHO HISTORIE.....	18
1.3 DRUHY A FORMY DOPRAVY.....	19
1.3.1 SILNIČNÍ DOPRAVA	20
1.3.2 LETECKÁ DOPRAVA	21
1.3.3 ŽELEZNIČNÍ DOPRAVA	22
1.3.4 VODNÍ DOPRAVA	23
1.4 VÝJEZDOVÝ CESTOVNÍ RUCH	24
1.5 SUBJEKTY POSKYTUJÍCÍ SLUŽBY V CESTOVNÍM RUCHU	25
1.5.1 CESTOVNÍ KANCELÁŘ:.....	25
1.5.2 CESTOVNÍ AGENTURA:.....	25
1.5.3 ROZDÍL MEZI CK A CA.....	25
2 REGIONÁLNÍ LETIŠTĚ V ČESKÉ REPUBLICE SE STATUTEM VEŘEJNÉHO MEZINÁRODNÍHO LETIŠTĚ	27
2.1 STATUT REGIONÁLNÍHO LETIŠTĚ.....	27
2.1.1 LETIŠTĚ BRNO	28
2.1.2 LETIŠTĚ OSTRAVA.....	30
2.1.3 LETIŠTĚ PARDUBICE	32
2.1.4 LETIŠTĚ KARLOVY VARY	33
2.2 DOTAČNÍ POLITIKA REGIONÁLNÍCH LETIŠŤ	34
2.2.1 SPOLUPRÁCE CESTOVNÍ KANCELÁŘE ČEDOK S REGIONÁLNÍMI LETIŠTI.....	34
3 POUŽITÉ METODY ZPRACOVÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE	35
3.1 ANALÝZA TRHU A POPTÁVKY PO REGIONÁLNÍCH LETIŠTÍCH	35
3.2 ANALÝZA KONKURENCE	35
3.3 MARKETINGOVÝ MIX.....	36

3.4 SWOT ANALÝZA.....	36
3.5 PEST ANALÝZA.....	38
3.6 POLOSTRUKTUROVANÝ ROZHOVOR.....	40
II PRAKTICKÁ ČÁST.....	42
4 PROFIL SPOLEČNOSTI ČEDOK.....	43
4.1 HISTORIE SPOLEČNOSTI	43
4.2 ZÁKLADNÍ ÚDAJE O SPOLEČNOSTI	44
4.3 PROFIL SPOLEČNOSTI A JEJÍCH PRODUKTŮ.....	45
5 ANALÝZA POPTÁVKY – SOUČASNÉ TRENDY V CESTOVÁNÍ	50
5.1 MEZIROČNÍ NÁRŮST ODBAVENÝCH KLIENTŮ.....	50
5.2 DEMOGRAFIE KLIENTŮ.....	51
5.3 POPTÁVKA PO SLUŽBÁCH CK.....	52
6 ANALÝZA SOUČASNÉHO STAVU.....	53
6.1 ANALÝZA POPTÁVKY PO REGIONÁLNÍCH LETIŠTÍCH.....	53
6.1.1 SITUACE NA TRHU V ČESKÉ REPUBLICE – JIHOČESKÉM KRAJI	54
6.2 ANALÝZA KONKURENCE	55
6.2.1 PORTEROVA ANALÝZA KONKURENCE S APLIKACÍ NA CESTOVNÍ KANCELÁŘ.....	55
6.2.2 ANALÝZA KONKURENČNÍCH PRODUKTŮ.....	58
6.3 MARKETINGOVÝ MIX CESTOVNÍ KANCELÁŘE ČEDOK A.S.....	63
6.3.1 PRODUCT (PRODUKT).....	63
6.3.2 PRICE (CENA).....	64
6.3.3 PLACE (DISTRIBUCE)	64
6.3.4 PROMOTION (PROPAGACE).....	64
6.4 PEST ANALÝZA CESTOVNÍ KANCELÁŘE.....	65
6.5 POLOSTRUKTUROVANÝ ROZHOVOR S FINANČNÍM ŘEDITELEM CK ČEDOK.....	66
7 ZÁVĚR ANALYTICKÉ ČÁSTI PRÁCE.....	67
8 NÁVRH PRODUKTU Z OBLASTI DOPRAVNÍCH SLUŽEB	68
8.1 PROFIL LETIŠTĚ ČESKÉ BUDĚJOVICE	68
8.1.1 HISTORIE LETIŠTĚ ČESKÉ BUDĚJOVICE	68
8.1.2 ZÁKLADNÍ ÚDAJE O SPOLEČNOSTI	70
8.1.3 TECHNICKÉ ÚDAJE LETIŠTĚ	70
8.1.4 SOUČASNÉ MOŽNOSTI REGIONÁLNÍHO LETIŠTĚ ČESKÉ BUDĚJOVICE	72
8.1.5 SWOT ANALÝZA JIHOČESKÉHO LETIŠTĚ ČESKÉ BUDĚJOVICE A.S.	72
8.2 PRODUKTOVÝ ÚTVAR.....	75

8.3 PRODEJNÍ ÚTVAR.....	76
9 TECHNICKÁ REALIZACE PROJEKTU.....	78
9.1 HARMONOGRAM PROJEKTU	78
9.2 PLÁN LETŮ Z LETIŠTĚ ČESKÉ BUDĚJOVICE	78
9.3 ZASMLUVNĚNÍ PRODUKTU A TVORBA INTERNÍCH POSTUPŮ	79
9.4 KALKULACE.....	82
9.5 UVEDENÍ PRODUKTU DO OSTRÉHO PRODEJE	85
9.6 MARKETINGOVÁ PODPORA.....	85
9.6.1 INTERNÍ KOMUNIKACE.....	86
9.6.2 EXTERNÍ KOMUNIKAČNÍ KANÁLY	86
10 ZHODNOCENÍ PŘEDPRODEJNÍCH VÝSLEDKŮ A EFEKTIVNOST PROJEKTU	89
11 ZHODNOCENÍ RIZIK PROJEKTU	91
ZÁVĚR.....	93
SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY	94
INTERNETOVÉ ZDROJE	97
SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK	99
SEZNAM OBRÁZKŮ	100
SEZNAM TABULEK	101
SEZNAM PŘÍLOH	103

ÚVOD

Tématem diplomové práce je rozvoj produktového portfolia cestovní kanceláře Čedok a.s. Práce má zhodnotit aktuální situaci na trhu cestovního ruchu, analyzovat konkurenci a implementovat dopravní projekt, který by byl určitou konkurenční výhodou.

Cestovní kancelář Čedok píše více než 100letou historii a jedná se o nejstarší cestovní kancelář ve střední Evropě. V posledních letech cestovní kancelář opráší svou zašlou slávu a stává se jedničkou na tuzemském trhu. V současné době zastávám pátým rokem pozici produktového ředitele, kde se snažím přinášet inovativní produktové novinky a být vždy o krok před konkurencí. Již v roce 2021 jsem pracoval na obdobném projektu, který se zabýval návratem charterových letů s odletem z Karlových Varů, tento projekt byl velice úspěšný a pro letní sezonu 2023 došlo k jeho navýšení. Tuto práci jsem si vybral především proto, jelikož se jedná o reálný projekt, ve kterém propojím teoretické znalosti, které jsem nabyt během studia na Univerzitě Tomáše Bati a praktickou zkušeností pramenící z mého zaměstnání. Předpokládám, že toto propojení přinese odpovědi na otázky, které vyplynou v analytické části této práce.

Diplomová práce se zaměřuje dopravním projektem a má za úkol implementovat nové odletové letiště do produktového portfolia cestovní kanceláře. Trend cestovního ruchu je po koronavirové krizi na vzestupu a je tedy ideální období pro tyto typy projektů. Implementace se bude týkat regionálního letiště v Českých Budějovicích. V rámci této práce se pokusím zanalyzovat efektivitu tohoto projektu pomocí analytických metod, dále se zaměřím na přínos pro obyvatele Jihočeského kraje. Následně se zaměřím na finální realizaci projektu, kde se budu zabývat distribuční sítí a kapacitou prodeje až k následnému sestavení produktu pro toto odletové letiště. V neposlední řadě zhodnotím rizika a předprodejní výsledky projektu.

Data pro tuto práci budu čerpat z interních systémů cestovní kanceláře, dostupných dokumentů a expertních odhadů.

CÍLE A METODY ZPRACOVÁNÍ PRÁCE

V návaznosti na úvod této diplomové práce je hlavním cílem vytvoření dopravního projektu a jeho následná implementace do ostrého provozu. Diplomová práce se snaží zachytit potřebu tohoto projektu a obhajuje jeho smysl. Práce dále reflektuje požadavky současných koncových zákazníků cestovní kanceláře a nárůst poptávky po cestování v době po koronavirové krizi. Ke zpracování práce byly použity analytické metody, které poskytly potřebný výstup k realizaci projektu. První použitou metodou je analýza poptávky, která se soustřeďuje na požadavky zákazníků a současné trendy v cestování. Další použitou metodou je analýza současného stavu, která mapuje trh v Jihočeském kraji, ve kterém je dopravní projekt implementován. Na tuto metodu navazuje analýza konkurence, která zkoumá nabídku konkurenčních subjektů, dále SWOT analýza, jejímž cílem je zachytit silné a slabé stránky a také příležitosti a hrozby letiště v Českých Budějovicích. Z opačného pohledu je analyzována cestovní kancelář pomocí PEST analýzy. Tato metoda zkoumá politicko-právní, ekonomické, sociokulturní a technologické faktory cestovní kanceláře. Poslední použitou metodou je řízený rozhovor s finančním ředitelem cestovní kanceláře Čedok a.s., ohledně současných trendů a budoucích plánů cestovní kanceláře. Na základě použitých metod byl vytvořen dopravní projekt, který byl následně implementován do ostrého prodeje. Závěr diplomové práce zhodnocuje předprodejní výsledky a efektivitu dopravního projektu.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 CESTOVNÍ RUCH A JEHO CHARAKTERISTIKA

1.1 Všeobecná typologie, pojmy, významy a přínosy cestovního ruchu

Flechter et al. (2013) popisuje cestování jako dílčí aspekt lidské činnosti. Typologii cestovního ruchu ustálila konference o statistice cestovního ruchu. Tato konference byla pořádána světovou organizací cestovního ruchu WTNO v Ottavě roku 1991. Na této konferenci bylo ustanoveno několik pojmů. Hesková (2006)

Návštěvník – jedná se o jakéhokoli účastníka cestovního ruchu, jak popisuje Ryglová, Burian a Vajčnerová (2011).

Turista – jedná se o účastníka, který se zdrží déle než jeden den, případně přenocuje.

Výletník – jedná se o účastníka, který se zdrží po dobu jednoho dne, méně než 24 hod.

Tranzitní návštěvník – jedná se jak o turistu, tak návštěvníka, podmínkou však je, že se v dané lokalitě zdrží na nezbytnou dobu a poté pokračuje do své cílové destinace.

Rezident – v našem případě se jedná o našince, který cestuje v rámci České republiky.

Nerezident – zahraniční návštěvník, jehož domácí země je jiná než země navštívená. Specifikuje Franke et al. (2012)

Cestovní ruch má několik členění, nejčastěji používané členění je dle 9. následující kritérií:

1/ Dle motivace účasti na cestovním ruchu:

- Rekreační cestovní ruch – u této formy se dle Ryglové (2009) se jedná se o nejčastější motiv, do této kategorie lze zahrnout také Čechy velmi oblíbené chataření.
- Kulturně – Syrovátková (2013) napsala, že kulturní cestovní ruch je spjat s poznáváním odlišné kultury, tradic a zvyků. Především pak galerií, vernisáží, zahrad, knihoven, muzeí, festivalů.
- Vzdělávací cestovní ruch – zvyšování vzdělanosti, kvalifikace, jazykové pobyty, školení, znalostní konference, fam tripy, kurzy.

- Sportovně orientovaný motiv cestovního ruchu – horská turistika, vodáctví, horolezectví, cykloturistika, letectví a další pobyty se sportovní náplní.
- Profesionálně motivovaný cestovní ruch – především kongresová turistika, veletrhy, expozice. Jedná se o motiv, který se odehrává často v pracovní době jednotlivých účastníků. (Ryglová, Burian a Vajčnerová, 2011)
- Dobrodružný motiv cestovního ruchu – do této kategorie patří extrémní sporty a další zážitky spojené s určitým nebezpečím. (Ryglová, Burian a Vajčnerová, 2011)
- Zdravotně orientovaný motiv cestovního ruchu – tuto formu prezentuje Linderová (2013) jako lázeňský motiv cestovního ruchu, jedná se o pobyty za účelem prevence a zlepšení zdravotního stavu.
- Náboženský motiv cestovního ruchu – křížové výpravy, poutní, návštěva kostelů, chrámů a dalších poutních míst. (Ryglová, Burian a Vajčnerová, 2011)
- Přírodní motiv cestovního ruchu – ekoturistika, návštěvy přírodních rezervací, parků a národních rezervací. (Ryglová, Burian a Vajčnerová, 2011 s. 20)
- Specificky orientovaný motiv cestovního ruchu – Dle Petřů (2007) se jedná o vojenský cestovní ruch, námořní cestovní ruch, politický cestovní ruch, nákupní cestovní ruch.

2/ Dle místa realizace členíme cestovní ruch podle Ryglové (2009) následovně:

- Domácí cestovní ruch – vnitrostátní cestovní ruch, při kterém nedochází k překročení státní hranice daného státu.
- Zahraniční cestovní ruch – dochází k překročení státní hranice daného státu, dělíme ho na příjezdový, výjezdový, tranzitní
- Mezinárodní cestovní ruch – kombinace domácího a zahraničního cestovního ruchu.

Význam cestovního ruchu:

Dle Šauera (2011) je význam cestovního ruchu především ekonomický. Jedná se o ukazatel ekonomické úrovně obyvatelstva. Cestovní ruch má tyto společenské funkce:

- Rozvíjí jednotlivé osobnosti
- Je blahodárný z hlediska psychologických a duševních sil

- Nástroj k využití volného času
- Přispívá k vzájemnému poznání a porozumění opačných kultur a zvyků
- Vytváří soustavu pracovních příležitostí
- Motivuje k rozšíření jazykových znalostí
- Přispívá k platební bilanci státu

Přínosy cestovního ruchu:

Největší přínosy cestovního ruchu dle Linderové (2013) lze rozřadit dle tří hledisek: ekonomické, sociální a environmentální.

- **Ekonomické:** cestovní ruch posiluje konkurenceschopnost daného státu, přispívá do státního rozpočtu, vytváří nové pracovní příležitosti.
- **Sociální:** upevňuje tradice, oživuje folklór, zlepšuje vybavenosti a úroveň veřejných služeb.
- **Environmentální:** cestovní ruch zabezpečuje stabilitu životního prostředí, využívá k tomu odpovědnost jednotlivých návštěvníků, využívá historického, kulturního a přírodního potenciálu.

Cooper (2012) shrnuje cestovní ruch jako činnost nadnárodního či globálního významu. Jeho pohled se tedy soustředí na cestovní ruch v globálním měřítku. Definiuje jej jako přínos pro světovou ekonomiku a rovněž pomáhá ke světovému míru a zmírnění chudoby ve světě.

Politika turismu

Titellbachová (2011) definuje politiku jako: „cílené, organizované plánování, ovlivňování reality a budoucnosti turismu prostřednictvím různých nositelů (státních, soukromých a nadnárodních).“ Holešnická (2012) dodává k předchozí definici, že je nutno politiku cestovního ruchu chápat jako komplexní souhrn metod a nástrojů, kterými stát zasahuje do rozvoje turismu tak, aby bylo všech plánovaných cílů dosaženo.

1.1.1 Ubytování

Ubytování jako jedna ze služeb s významným předpokladem pro rozvoj cestovního ruchu. Posláním ubytování je služba, která umožňuje přenocování, či přechodné ubytování účastníků cestovního ruchu mimo jejich trvalé nebo přechodné bydliště. Ubytování jako

služba zajišťuje uspokojení potřeb, které s přenocování souvisí. Na službu ubytování se váží další služby. Mezi nejčastější služby navázané na ubytování je stravování nebo doprava. Jak uvádí Oriška (2010). Podle Heskové (2006) poskytují služby ubytování především veřejnosti přístupná zařízení, která pracují jako komerční subjekty nebo neziskové organizace, jako jsou sdružení, podniková rekreační zařízení spolkové ubytovny a podobně. K ubytovacím zařízením řadíme také netradiční typy ubytování. Mezi tyto typy řadíme karavany, chaty, rekreační areály, stany, auto přívěsy, obytná vozidla.

Podmínky k podnikání v ubytovacích službách:

Ubytovací služby se řadí mezi živnosti ohlašovací volné, ve smyslu nařízení vlády č. 140/2000 Sb.

Třídění ubytovacích zařízení.

Jak uvádí autor textu Wahala (2011) lze řadit ubytování dle několika pohledů:

➤ Dle velikosti:

Malá – od 10 do 100 pokojů. Jedná se o penziony a hotely s nižší kapacitou.

Střední – od 101 do 250 pokojů. Hotely s větší kapacitou.

Velká – od 251 do více pokojů. Velké hotelové řetězce.

➤ Dle období provozu:

Celoroční – především městská zařízení a zařízení v oblastech s celoročním provozem.

Sezonní – střediskové ubytovací kapacity.

➤ Dle umístění:

Městská

Lázeňská

Horská

➤ Dle převažující klientely

Pro obchodníky

Pro rodiny s dětmi

Pro sportovce

Pro kongresovou turistiku

1.1.2 Stravování

Dle Indrové (1996) mají služby stravování za úkol uspokojit potřeby výživy. Jedná se o službu, která je v mnoha případech provázaná se službou ubytování. Jedná se o služby základního stravování, doplňkového stravování a občerstvení, jak uvádí Hesková (2006). Oriška (2010) dále uvádí, že stravovací služby účastníka doprovází nejen v destinaci, ale i během cesty do cílové destinace, kdy se poskytují služby doplňkového stravování v rámci služby dopravy nebo v rámci silničních tahů. Služba stravování si vyžaduje zvláštních prostorů – restaurace, bufetový vůz, lodní restaurace, paluba letadla doplňuje Oriška (2010).

Podmínky k podnikání ve stravovacích a pohostinských službách:

Živnost hostinská činnost je zařazena do řemeslných živností (dle přílohy č. 1 živnostenského zákona). Při provozování živnosti se požaduje kromě všeobecných podmínek splnění zvláštních podmínek, a to je odborná způsobilost

Tabulka 1 Kategorizace stravovacích zařízení

RESTURACE	BARY
Pohostinství	Denní bar
Restaurační vozy	Lobby bar
Motorest	Noční bar
Samoobslužná restaurace	Vinárna
Bufet	Kavárna
Bistro	Espresso
Občerstvení, kiosek	Hostinec
	Pivnice

Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat z knihy: Služby v cestovním ruchu, Oriška 2010

1.1.3 Doprava

Dle Holečka, Mariota a Střídy (2005) lze definovat pojem doprava jako celé odvětví národního hospodářství. Jedná se především o jeden ze základních předpokladů pro rozvoj cestovního ruchu. Služby dopravy můžeme dělit, dle několika hledisek. V turismu se nejčastěji doprava dělí podle prostředí, ve kterém se odehrává, a to tedy silniční síť, železniční síť, vzdušná síť, říční a námořní síť. Úkolem dopravních služeb je přeprava osob, či věcí pomocí dopravních prostředků a s tím souvisejících dalších úkonů.

Podmínky podnikání v dopravě:

Podmínky k podnikání v dopravě upravuje Zákon o živnostenském podnikání č. 455/1991 Sb. ve znění pozdějších předpisů. Na provozování dopravních služeb je potřeba koncesovaná

živnost. Podmínky pro podnikání v silniční dopravě navíc upravuje zákon č. 111/1994 o silniční dopravě.

1.2 Pojem cestovní ruch a jeho historie

Cestovní ruch se prolíná přímo i nepřímo do řady několika oblastí. Objektem zájmu může být geografie, medicína, ekonomie, sociologie nebo také psychologie. Cestovní ruch je soustava několika činností, služeb, procesů a jedná o složitý jev, který nelze lehce definovat. Z toho důvodu se definice často mění a jeho formulace může být proměnlivá. Vědci své formulace často mění, a to především dle úhlu pohledu ze kterého cestovní ruch zkoumají. Formulace definice tak odráží vědní disciplínu, ze které je cestovní ruch zkoumán. Uvést proto komplexní definici, která přesně formuluje charakter cestovního ruchu, je takřka nemožné, jak uvádí Mill a Morison (2007).

Za určitý mezník tohoto pojmu lze považovat Mezinárodní konferenci o statistice cestovního ruchu v Ottavě roku 1991 dle Malé (2002). UNWTO udává jednu z nejpřesnějších a nejčastěji používaných definic: Cestovní ruch je souhrn aktivit osob cestujících na přechodnou dobu do místa mimo běžné prostředí, a to na dobu kratší, než je stanovena, přičemž hlavní účel cesty je jiný, než za účelem výdělečné činnosti v navštíveném místě uvádí Malá (2002 – dle International Conference on Travel and Tourism Statistics, 1991).

V současné době se setkáváme s nejrůznějším členěním cestovního ruchu. „*Cestovní ruch je možné členit na základě toho, v jaké konkrétní podobě se projevuje, ať již z pohledu poptávky, či nabídky*“ (Vystoupil, 2006a, s. 19).

Vždy je nutné rozdělovat od sebe formy cestovního ruchu a druhy cestovního ruchu. Jak již bylo výše uvedeno, není vždy možné přesně specifikovat, o jaký druh či formu se jedná, jelikož se tyto dvě typologie často prolínají a jejich uplatňování bývá subjektivní. To, co jedna skupina autorů považuje za formu, druhá posuzuje jako druh, či naopak. Z tohoto důvodu se o tohoto rozdělení v dnešní době upouští a spíše se uplatňuje pojem typ cestovního ruchu. To umožňuje návštěvníka či účastníka cestovního ruchu lépe charakterizovat a zjistit způsob motivace cestovního ruchu. (Oeconomica 2007)

Tabulka 2 Typologie cestovního ruchu

FORMY CESTOVNÍHO RUCHU	DRUHY CESTOVNÍHO RUCHU
rekreační cestovní ruch	dle místa realizace
kulturní cestovní ruch	dle původu účastníků
společensky orientovaný cestovní ruch	dle počtu účastníků
sportovní cestovní ruch	dle délky trvání
ekonomicky orientovaný cestovní ruch	dle způsobu zajištění
specificky orientovaný cestovní ruch	dle způsobu financování
.....	dle převahy místa pobytu
	dle věku účastníků
	dle vlivu na platební bilanci

Zdroj: Vlastní zpracování dle dat z Ekonomika cestovního ruchu, 2013

Při vymezování druhu cestovního ruchu se klade důraz na vnější faktory. (Galvasová a kol. 2008). Ve své publikaci rozdělují druhy cestovního ruchu především dle místa realizace, věku účastníku, vztahu k platební bilanci, délky trvání, počtu účastníků a podobně.

1.3 Druhy a formy dopravy

Dopravu členíme na dva základní okruhy:

- Silniční doprava pro vlastní potřebu

Jedná se o dopravu, při které nevzniká právní vztah založený smlouvou, jejímž předmětem je přeprava pro vlastní potřebu.

- Silniční doprava pro cizí potřeby

Vzniká při ní mezi provozovatelem silniční dopravy a osobou, jejíž přepravní potřebu uspokojuje, právní vztah založený smlouvou, jejímž předmětem je přeprava osob, zvířat, a věcí. (Hamarnehová, 2014)

Členění dopravy:

- 1/ Dle druhu použitého prostředku: silniční, letecká, železniční, lodní, ostatní druhy dopravy
- 2/ Dle teritoriálního hlediska: vnitrostátní, mezinárodní
- 3/ Dle hlediska periodicity: pravidelná, nepravidelná
- 4/ Dle sezónnosti: celoroční, sezonní

1.3.1 Silniční doprava

Silniční doprava hraje jak v mezinárodním tak tuzemském měřítku dominantní roli. Silniční doprava přispívá k masovému rozvoji cestovního ruchu. Mezi největší výhody silniční dopravy patří především rychlost, pohotovost, dostupnost míst a středisek cestovního ruchu, možnost poskytování informací během jízdy průvodcem. Mezi nevýhody pak řadíme menší kapacitu, nepohodlí na delších trasách, zátěž na životní prostředí, vysoká nehodovost. (Kotlíková, 2017)

Subjekty podnikající v silniční dopravě:

➤ ČSAD:

Dnešní podniky ČSAD vznikly ze státních dopravních závodů, které zabezpečovaly dopravu v bývalém Československu. Schválením jednotlivých privatizačních projektů se ze státních závodů staly soukromé společnosti, které dnes fungují především jako akciové společnosti nebo společnosti s ručením omezeným. Velké množství ČSAD nyní vlastní živnostenské oprávnění na provozování cestovní kanceláře. Mohou tak využívat vlastní autobusovou flotilu k organizování zájezdů. (Nejdl, 2011)

➤ Soukromí dopravci

Jedná se o ostatní dopravce, kteří vlastní koncesní listinu na provozování dopravních služeb pro cizí potřebu. Většinou nenabízí tak širokou škálu služeb jako ČSAD, ale zaměřují se výlučně na osobní nebo nákladní přepravu.

➤ Cestovní kanceláře

Vlastní autobusy disponují pouze některé cestovní kanceláře, a ty využívají vlastní autobusovou flotilu k organizování vlastních zájezdů. Cestovní kanceláře, které vlastními autobusy nedisponují, nakupují službu od soukromých dopravců, či ČSAD.

➤ Dopravní podniky

Jedná se o provozovatele, jejichž zřizovatelem je město. Provozují především místní dopravu a zájezdovou dopravu pro subjekty města.

➤ Taxi

Je veřejná silniční doprava, která zajišťuje bezprostřední a pohotovou přepravu osob. Koncesní listinu mají přímo jednotliví taxikáři, nebo majitelé firem poskytující taxi služby a řidiči jsou jejich zaměstnanci.

➤ Autopůjčovny

S rozvojem silniční a letecké dopravy dochází k rozvoji také autopůjčoven. Výhodou je jejich typické umístění – v blízkosti letiště. Ihned po příletu do destinace účastník disponuje vozidlem a také svobodou v místě pobytu. (Zelenka a Pásková, 2012)

1.3.2 Letecká doprava

Letecká doprava v současné době zajišťuje nejrychlejší způsob přepravy. Tento typ přepravy na krátkou vzdálenost ztrácí smysl, a to především k vysokým nákladům a také vzdáleností letišť od center měst a středisek cestovního ruchu. Letecká doprava je velmi závislá na mezinárodní politické a ekonomické situaci a také především na přírodních vlivech. Negativně se na ní podepisují vnější vlivy, jako jsou sopečné erupce, finanční krize, teroristické útoky.

Mezi výhody letecké dopravy patří především vysoká přepravní rychlost, pohodlí, kultura cestování a bezpečnost. Mezi nevýhody řadíme vysoké provozní náklady, velká vzdálenost letišť od center měst a turistických cílů. (Kotlíková a Schwartzhoffová, 2008)

Subjekty podnikající v letecké dopravě a jejich členění, dle několika hledisek:

➤ Pravidelná letecká doprava

Minoritní většina leteckých společností nabízí pravidelnou leteckou dopravu. Tento typ letecké dopravy je řízen leteckými sloty, které se vyhláší každoročně na slotové konferenci. U tohoto typu dopravy se zaručuje místo odletu, příletu, mezipřistání a také doba trvání letu. Pravidelná letecká doprava se prodává za veřejné jízdné stanovené na bázi tarifů, koordinovaných v rámci sdružení IATA a prodejních tarifů jednotlivých leteckých společností. Letecká doprava se uskutečňuje na základě smlouvy mezi dopravcem a koncovým klientem. V případě osobní letecké dopravy je smlouvou letenka. V případě zboží se jedná o nákladní list.

➤ Nepravidelná letecká doprava

Je prováděna na základě objednávky, při níž je z pravidla pronajímána celá kapacita letadla, které je provozováno v časech a tratích přesně dohodnutých mezi dopravcem a objednavatelem. Tento typ dopravy nazýváme také jako CHARTEROVÁ DOPRAVA. Charterová doprava je především využívána cestovními kanceláři k přepravě cestujících

do turistických středisek. Mohou ji však využívat jakékoli organizace či subjekty, které potřebují přemístit vyšší počet cestujících.

➤ **Aerotaxi**

Jedná se o dopravu, která je určena individuálním zákazníkům. Zákazníci si vybírají destinaci a také čas odletu.

➤ **Kargo**

Kargem se zabývají společnosti, které se specializují na přepravu zboží a nákladu. Mohou fungovat v rámci pravidelných linek, jako je například převoz pošty. Často se jedná o dceřiné společnosti velkých leteckých společností – Turkish Airlines Cargo, Lufthansa Cargo, Emirates Cargo a podobně. (Kotlíková a Schwartzhoffová, 2008)

Letadla dle kapacity:

- Aerotaxi (Challenger, Piper = 3–12 cestujících)
- Malá dopravní letadla (ATR, SAAB = 30–120 cestujících)
- Střední dopravní letadla (Boeing 737, Airbus 320 = 120–250 cestujících)
- Velká dopravní letadla (Airbus 380, Boeing 747 = od 250–více cestujících)

1.3.3 Železniční doprava

Železniční doprava zajišťuje především přepravu účastníků individuálního cestovního ruchu. Příliš se nehodí pro vícedenní organizované zájezdy, kvůli nižší dostupnosti cílových míst. Dobré uplatnění je však u zájezdů do Chorvatska, případně do horských středisek ve Švýcarsku. Mezi výhody patří především velká kapacita, rychlost a plynulost, bezpečnost, pohodlí a v neposlední řadě šetrnost k životnímu prostředí. Nevýhodou jsou pak omezení na poli dostupnosti středisek cestovního ruchu, vysoká cena. (Vystoupil, 2006)

Kategorie vlaků v rámci ČR:

➤ **Railjet**

Komfortní dálkové spoje, nabízí nejvyšší kvalitu cestování, soupravy jsou klimatizované a tlaku vzdorné. Soupravy nabízí mnoho služeb jako je dětské kino, gastronomické služby a podobně.

➤ **Supercity**

Komfortní dálkové spoje, je zde povinná rezervace míst, tisk zdarma a občerstvení zdarma v rámci 1. třídy.

➤ **Eurocity**

Jedná se vždy o mezinárodní vlaky, personál mluví vždy dvěma jazyky, ve vlaku jsou řazeny vozy jak první, tak druhé třídy.

➤ **Intercity**

Komfortní vnitrostátní vlaky, disponují první i druhou třídou, jsou klimatizované a je zde řazen jídelní vůz.

➤ **EuroNight**

Komfortní noční mezinárodní vlakové spoje, personál mluví vždy dvěma jazyky, ve vlaku jsou řazeny vozy jak první, tak druhé třídy.

➤ **Expres**

Vlakové spoje s omezeným počtem zastavení, mohou být vedeny mezinárodně nebo v rámci jednoho státu.

➤ **Rychlík**

Spoj bez zvláštních kvalitativních podmínek.

➤ **Spěšný vlak a osobní vlak**

Pouze vozy druhé třídy

1.3.4 Vodní doprava

Vodní doprava je jedna z nejstarších forem dopravy. První zmínku o lodní dopravě nalezneme v období Starého Egypta, kdy vznikala první primitivní papyrusová plavidla. Zhruba v polovině 19. století zaznamenáváme rozmach transoceánských plaveb mezi Evropou a Amerikou. V roce 1843 byla spuštěna první zaoceánská osobní linka. Mezi výhody vodní dopravy řadíme především atraktivnost, velkou přepravní kapacitu, bezpečnost, minimální zátěž pro životní prostředí. Nevýhodou je pak malá přepravní rychlost, omezená dostupnost středisek cestovního ruchu, sezónnost. (Plátková a Zichová, 2014)

Vodní dopravu dělíme dle dopravních prostředků na:

➤ **Malé lodě**

Do 300 cestujících, využívají se především pro jednodenní výlety.

➤ **Středně velké osobní lodě**

Osobní lodě s kapacitou mezi 300 až 1000 cestujících, využívají se na rekreační plavby po moři a řekách. Nevýhodou je omezená možnost zábavy. Vybavenost těchto lodí je z pravidla základní.

➤ **Trajekty**

Speciální lodě upravené na přepravu lidí a dopravních prostředků mezi jednotlivými body.

➤ **Velké zaoceánské lodě**

Kapacita těchto lodí převyšuje 1000 cestujících. Poskytují komfortní servis, několik druhů kajut, dostatek zábavy a několik restauračních zařízení.

1.4 Výjezdový cestovní ruch

Výjezdový cestovní ruch, často nazývaný také jako pasivní cestovní ruch. Zahrnuje návštěvu a pobyt rezidentů mimo území České republiky. Spotřeba ve výjezdovém cestovním ruchu je chápána jako spotřeba rezidentských návštěvníků mimo ekonomické území vlastní země.

Tabulka 3 Počet osob v rámci výjezdového cestovního ruchu

rok / čtvrtletí		Počet přenocování na delších cestách (v tis.)		
		celkem	v ČR	do zahraničí
Year / Quarter		number of trips		
		Total	In CR	Abroad
2017	Q1	11 373	6 537	4 835
	Q2	16 708	10 526	6 182
	Q3	62 615	37 529	25 086
	Q4	10 287	5 911	4 377
2018	Q1	11 175	6 161	5 015
	Q2	16 763	10 299	6 463
	Q3	59 536	32 980	26 556
	Q4	9 525	6 741	2 784
2019	Q1	13 115	8 129	4 987
	Q2	19 557	12 765	6 792
	Q3	61 002	35 728	25 274
	Q4	10 554	7 072	3 482
2020	Q1	8 745	5 518	3 227
	Q2	10 937	10 813	.
	Q3	46 314	37 057	9 257
	Q4	7 035	6 824	.
2021	Q1	4 885	4 414	.
	Q2	9 859	8 616	.
	Q3	56 408	38 579	17 829
	Q4	12 131	9 641	2 490
2022	Q1	12 252	8 414	3 838
	Q2	15 773	9 764	6 009
	Q3	57 473	31 990	25 483
	Q4	11 802	6 569	5 233

Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat Českého statistického úřadu, 2022

Výjezdový cestovní ruch sleduje český statistický úřad a pravidelně ho reportuje v ročních kvartálech. V druhém a čtvrtém čtvrtletí 2020 a prvním a druhém čtvrtletí 2021 bylo do zahraničí o 75 % - 90 % méně cest v porovnání s rokem 2019, vzhledem k malému počtu jsou výsledky nespolehlivé a z tohoto důvodu se nepublikují. (ČSÚ, ©2022)

1.5 Subjekty poskytující služby v cestovním ruchu

Jedním z nejdůležitějších subjektů poskytující služby na poli cestovního ruchu jsou cestovní kanceláře a cestovní agentury, jejichž právní regulace je obsažena především v zákoně o cestovním ruchu (č. 159/199 Sb.) a živnostenském zákoně (č. 455/1991 Sb.). jedná se o dva odlišné subjekty, které je potřeba rozlišovat. (Zelenka a Pásková, 2012)

1.5.1 Cestovní kancelář:

Jedná se o subjekt, který je na základě koncesní listiny oprávněn organizovat, nabízet a prodávat zájezdy a služby cestovního ruchu. Zákon o cestovním ruchu také uznává cestovní kanceláře sídlící na území Evropské unie nebo Evropského hospodářského prostoru, které na území České republiky podnikají na základě oprávnění jejich státu k provozování cestovní kanceláře a mají sjednané pojištění záruky pro případ úpadku cestovní kanceláře, nebo jsou zajištěny dle rozsahu stanoveným zákonem o cestovním ruchu. (Zelenka a Pásková, 2012)

1.5.2 Cestovní agentura:

Je subjekt, který je na základě ohlášené volné živnosti oprávněn nabízet, prodávat a zprostředkovávat prodej jednotlivých služeb cestovního ruchu, jako je například zprostředkování dopravy, ubytování, průvodce. Tyto služby musí být vždy nabízeny samostatně a nesmí být tedy kombinací více služeb, vyjma prodeje zájezdů coby zákonem definovaných kombinací jednotlivých služeb cestovního ruchu dle § 2522 zákona č. 89/2012 Sb.)

1.5.3 Rozdíl mezi CK a CA

Oprávnění k provozování cestovní agentury vzniká na základě ohlášení volné živnosti, kdežto u cestovní kanceláře je zapotřebí získat kladné správní rozhodnutí o udělení koncese Ministerstva pro místní rozvoj. Cestovní kanceláře mohou zájezdy organizovat a sestavovat jednotlivé služby do balíčku, které poté mohou prodávat. Cestovní agentury mohou prodávat služby pouze jednotlivě a nesmí být kombinovány, dále pak mohou přeprodávat již hotové

zájezdy a balíčky. Právní vztah v případě zprostředkování smlouvy vzniká mezi zákazníkem a cestovní kanceláří. Cestovní agentura není stranou smlouvy a ze zprostředkování smlouvy jí neplynou žádné úkony ani povinnosti, jak uvádí advokátní kancelář Holubová advokáti. (Holubová-advokati, ©2017)

2 REGIONÁLNÍ LETIŠTĚ V ČESKÉ REPUBLICE SE STATUTEM VEŘEJNÉHO MEZINÁRODNÍHO LETIŠTĚ

2.1 Statut regionálního letiště

Pro definici regionálního letiště lze vycházet z několika zdrojů. V této kapitole se zaměřím na jednotlivé definice, které se zaměřují na regionální letiště z pohledu osobní i nákladní dopravy. (MDCR, ©2020)

Rozdělení dle Evropské unie:

- Mezinárodní regionální letiště

Pro statut mezinárodního regionálního letiště je nutné splnění několika podmínek. Z pohledu osobní dopravy je to přidělení IATA kódu, volacího znaku a minimálně 100 tis. komerčních pohybů letadel. Z pohledu nákladní dopravy je to minimum 150 tis tun odbaveného nákladu.

- Evropská regionální letiště

Tento statut mají všechna evropská letiště, která mají roční objem přepravy v rozmezí 10 000 – 49 000 tun odbaveného nákladu, nebo jsou lokalizována v uzavřené části Evropské unie pro komerční přepravu, která je realizována letadly se vzletovou hmotností nad 10 tun.

- Evropská neregionální letiště

Jedná se o letiště, která mají roční objem přepraveného nákladu v rozmezí 50 000 – 149 000 tun. Dále se může jednat o letiště, která jsou náhradou za mezinárodní letiště, která se již z důvodu lokality nemohou dále rozvíjet.

Rozdělení dle Ministerstva dopravy České republiky:

- Letiště celostátního významu

V České republice máme pouze jednoho zástupce této kategorie, a to je Letiště Václava Havla, dříve známe jako Letiště Praha Ruzyně. Jedná se o letiště, které plní význam republikového koridoru pro lety do celého světa. V tabulce níže lze vidět, jak letiště zasáhla epidemie nemoci COVID 19. V roce 2020 přiletělo na pražské letiště o 80 % méně cestujících s porovnáním rokem 2019. (MDCR, ©2020)

Tabulka 4 Počet odbavených cestujících Letiště Václava Havla

LETIŠTĚ VÁCLAVA HAVLA							
	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
POČET ODBAVENÝCH CESTUJÍCÍCH	13 074 517	15 415 001	16 797 006	17 804 900	3 665 871	4 388 822	10 486 351
POČET PŘEPRAVENÉHO NÁKLADU (t.)	71 091	81880	80915	81768	52442	64488	75941
					epidemie nemoci COVID 19		

Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat výroční zprávy letiště Václava Havla

➤ Regionální letiště většího významu

Do této skupiny řadíme všechny další letiště v České republice s povolením veřejného mezinárodního letiště. Jedná se tedy o letiště, která plní účel pro vnitrostátní a mezinárodní lety. Tato letiště jsou ve vlastnictví krajů, obcí či soukromých subjektů. Účelem je především zajištění provozu letecké dopravy a zajištění přílivu investičního kapitálu do regionu. Nutností pro provoz tohoto typu letiště je především technické vybavení k výkonům spojených s realizací obchodní letecké dopravy, jakožto potřebným navigačním zařízením a dráhovým systémům. V České republice máme v současné době 4 taková letiště – Brno, Ostrava, Pardubice a Karlovy Vary. Od 1. 8. 2023 se k těmto letištím přidají také České Budějovice. (Kulčák, 2002)

➤ Regionální letiště menšího významu

Skupina všech ostatních letišť umístěných v České republice. Jedná se o letiště, která jsou využívána pro vyhlídkové a privátní lety. Letiště neslouží k mezinárodní přepravě.

2.1.1 Letiště Brno

Letiště Brno je mezinárodní regionální letiště. Letiště se nachází 8 km od centra města. Terminál a většina areálu se nachází ve čtvrti Tuřany. Dle této lokace nese volací název Brno – Tuřany, pod IATA kódem BRQ. Letiště Brno – Tuřany je dle počtu odbavených cestujících a odbaveného nákladu druhým největším letištěm v České republice. Letiště se snaží o pravidelný rozvoj destinací, operovaných z Brna. Nicméně kvůli blízkosti a cenové atraktivitě volí cestující z Moravy především lety z nedaleké Vídně, kde naleznou pravidelné linky do více než sta destinací a také charterové lety rakouských cestovních kanceláří. (Kraus, 2001)

Tabulka 5 Počet odbavených cestujících z Letiště Brno Tuřany

LETIŠTĚ BRNO - TUŘANY							
	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
POČET ODBAVENÝCH CESTUJÍCÍCH	417 725	470 285	500 727	543 633	86 089	190 311	428 642
POČET PŘEPRAVENÉHO NÁKLADU (t.)	4 150	3 700	3 750	3 529	750	1 251	1 750
epidemie nemoci COVID 19							

Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat z výroční zprávy letiště Brno

V letním letovém řádu pro rok 2023, budou z tohoto letiště operovány pravidelné lety do 14 destinací a také charterové lety do 23 destinací. Pravidelné lety jsou operovány společností Smart Wings do destinací Bulharsko – Varna, Burgas. Řecko – Heraklion, Korfu, Kos, Rhodos, Zakynthos. Egypt – Marsa Alam, Hurghada. Španělsko – Tenerife. Turecko – Antalya. Itálie – Kalábrie. Další leteckou společností, která operuje pravidelné lety z letiště Brno – Tuřany, je Ryan Air a to do destinací Velká Británie – Londýn. Itálie – Bergamo. Poslední leteckou společností operující z tohoto letiště je Montenegro Airlines s linkou do Černé Hory – Tivatu. Letiště dlouhodobě jedná s leteckou společností Smart Wings o celoroční lince do Londýna, Mallorky a Dubaje. V současné době však tyto lety nedokážou pokrýt provoz letadla, které by bylo v zimním období na letišti bázované. Z toho důvodu se s nimi proto nepočítá ani pro zimní sezonu 2023/2024. (smartwings, ©2023)

Tabulka 6 Přehled pravidelných linek operovaných z letiště Brno Tuřany

Pravidelné letecké linky z letiště Brno – Tuřany			
DESTINACE/LETECKÉ SPOL.	SMART WINGS	RYAN AIR	MONTENEGRO AIR
ŘECKO	HER, CFU, KGS, RHO, ZTH		
BULHARSKO	VAR, BOJ		
EGYPT	RMF, HRG		
ČERNÁ HORA			TIV
ŠPANĚLSKO	TFS		
VELKÁ BRITÁNIE		STN	
ITÁLIE	SUF	BGY	
TURECKO	AYT		

Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat z webových stránek Smart Wings, Ryan Air, Montenegro Air.

Charterové lety jsou objednávané cestovními kanceláři Čedok, Fischer, Exim Tours a Blue Style do destinací: Řecko, Bulharsko, Egypt, Španělsko, Itálie, Turecko, Portugalsko, Albánie, Tunisko. Kapacity jsou objednávané u letecké společnosti Smart Wings, která bude všechny charterové lety z Brna operovat. Objem objednané kapacity na charterových letech je 243 000 sedáček. (Letiště Brno, ©2023)

Tabulka 7 Přehled charterových linek operovaných z letiště Brno Tuřany

Charterové letecké linky z letiště Brno – Tuřany			
DESTINACE/LETECKÉ SPOL.	ČEDOK	EXIM/FISCHER	BLUE STYLE
ŘECKO	HER, CFU, KGS, RHO, ZTH, KVA	HER, CFU, KGS, RHO, ZTH, PVK	HER, RHO, KGS, ZTH
BULHARSKO	VAR, BOJ	VAR, BOJ	VAR, BOJ
EGYPT	RMF, HRG, TCP	RMF, HRG	RMF, HRG
ŠPANĚLSKO	PMI, TFS, FUE	PMI, MJV	
ITÁLIE	SUF	SUF	SUF
TURECKO	AYT	AYT, BJV	AYT
PORTUGALSKO	FNC		
ALBÁNIE	TIA	TIA	
TUNISKO		MIR, DJE	MIR, DJE

Zdroj: Vlastní zpracování, na základě dat z webových stránek CK Čedok, Exim Tours, Fischer a Blue Style

2.1.2 Letiště Ostrava

Letiště Ostrava je mezinárodním regionálním letištěm. Letiště se nachází 5 km od města Příbor. Letiště neslo název Ostrava – Mošnov do roku 2016. Letiště nalezneme pod IATA kódem OSR. Od roku 2017 bylo letiště přejmenováno na Letiště Leoše Janáčka v Ostravě. Letiště má vlastní vlakový terminál, odkud jsou pravidelně vypravovány spoje do centra Ostravy. Každoročně se na letišti pořádají dny NATO, což je největší letecká přehlídka ve střední Evropě. Letiště se řadí dle velikosti k třetímu největšímu letišti co do počtu odbavených cestujících a druhým největším, pokud bychom srovnávali přepravu nákladu. Letiště se snaží o dlouhodobý rozvoj destinací operujících z Ostravy, bohužel často lidé z Moravskoslezského kraje volí odlety z Katovic, které jsou pro ně dostupné po dálnici a pohodlně se na letiště dostanou za 1,5 hod. V Katovicích má uzel několik nízkonákladových společností, především WIZZ AIR a RYAN AIR. Je zde vysoká nabídka destinací, ať už operovaných na pravidelných linkách, tak charterech polských cestovních kanceláří. (letiště Ostrava, ©2023)

Tabulka 8 Počet odbavených cestujících z letiště Leoše Janáčka v Ostravě

LETIŠTĚ LEOŠE JANÁČKA OSTRAVA								
	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	
POČET ODBAVENÝCH CESTUJÍCÍCH	258 223	324 116	377 936	323 320	37 709	137 609	261 000	
POČET PŘEPRAVENÉHO NÁKLADU (t.)	4 152	5 363	6 689	8 392	14 228	18 225	12 402	
								epidemie nemoci COVID 19

Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat z výroční zprávy letiště Ostrava

V letním letovém řádu pro rok 2023, budou z ostravského letiště operovány pravidelné lety do 13 destinací a také charterové lety do 10 destinací. Pravidelné lety jsou operovány

společností Smart Wings do destinací Bulharsko – Burgas, Varna. Řecko – Heraklion, Korfu, Kos, Rhodos, Zakynthos. Egypt – Marsa Alam, Hurghada. Španělsko – Mallorca Turecko – Antalye. Další leteckou společností, která operuje pravidelné lety z letiště Ostrava, je Ryan Air a to do destinace Velká Británie – Londýn. Poslední leteckou společností operující z letiště Leoše Janáčka je LOT Airlines s linkou do Varšavy.

Tabulka 9 Přehled pravidelných leteckých linek z letiště Leoše Janáčka v Ostravě

Pravidelné letecké linky z letiště Leoše Janáčka Ostrava			
DESTINACE/LETECKÉ SPOL.	SMART WINGS	RYAN AIR	LOT
ŘECKO	HER, RHO, CFU, KGS, ZTH		
BULHARSKO	VAR, BOJ		
EGYPT	RMF, HRG	RMF, HRG	RMF, HRG
ŠPANĚLSKO	PMI		
TURECKO	AYT		
VELKÁ BRITÁNIE		STN	
POLSKO			WAW

Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat z webových stránek Smart Wings, Ryan Air a Lot.

Charterové lety stejně jako u brněnského letiště objednávají největší hráči na poli cestovního ruchu Čedok, Exim Tours, Fischer a Blue Style. Pro tyto cestovní kanceláře je ostravské letiště třetím nejdůležitějším uzlem a každoročně se počet nových destinací z ostravského letiště navyšuje. (Letiště Ostrava, ©2023)

Tabulka 10 Přehled charterových linek operovaných z letiště Leoše Janáčka v Ostravě

Charterové letecké linky z letiště Leoše Janáčka Ostrava			
DESTINACE/LETECKÉ SPOL.	ČEDOK	EXIM/FISCHER	BLUE STYLE
ŘECKO	HER, RHO	HER, RHO	
BULHARSKO	VAR, BOJ	VAR, BOJ	
EGYPT	RMF, HRG	RMF, HRG	RMF, HRG
ŠPANĚLSKO	PMI	PMI	
TURECKO	AYT	AYT	AYT
TUNISKO		MIR, DJE	

Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat z webových stránek CK Čedok, Exim Tours, Fischer a Blue Style

2.1.3 Letiště Pardubice

Mezinárodní regionální letiště Pardubice, je čtvrté největší co do počtu odbavených pasažérů. Letiště pro své lety využívá IATA kód PED. Z letiště Pardubice léta jedna pravidelná linka společnosti Ryan Air do španělského Alicante. Linka bude operována celoročně, jak uvedl webový portál zdopravy.cz (2023). Na letišti Pardubice byl plánován dopravní uzel pro společnost WIZZ Air, která zde plánovala operovat několik letů na Ukrajinu, a to do Lvova, Oděsy a Kyjeva. Z důvodu válečného stavu a uzavření vzdušného prostoru nad Ukrajinou byly tyto lety zrušeny. (Letiště Pardubice, ©2023)

Letiště bylo pojmenováno v roce 2018 na letiště Jana Kašpara, což byl významný český konstruktér letadel a jeho původ je právě z Pardubic. Počet odbavených cestujících pravidelně stoupá a letiště, které bylo původně určené pouze k vojenskému provozu, nabírá na síle. Často se spekuluje také o vytvoření uzlu pro nízkonákladové letecké společnosti, pro které jsou letištní poplatky v hlavním městě rok od roku dražší.

Tabulka 11 Počet odbavených cestujících z Letiště Pardubice

Letiště Jana Kašpara Pardubice								
	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	
POČET ODBAVENÝCH CESTUJÍCÍCH	31 174	88 490	147 064	102 206	34 238	80 796	121 860	
POČET PŘEPRAVENÉHO NÁKLADU (t.)	911	926	809	761	1 211	1 001	1 077	
								epidemie nemoci COVID 19

Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat z výroční zprávy letiště Pardubice.

Přímá linka z Pardubic do Alicante je v provozu od roku 2018. Do tohoto roku šlo jen o sezónní spojení fungující v období letních prázdnin. V roce 2021 se mezi oběma městy létalo i třikrát týdně. Pravidelná linka do Alicante bude pro pardubické letiště jedinou celoroční linkou. Po zrušení letů na Ukrajinu kvůli tamní situaci bylo dosud závislé jen na nepravidelné dopravě a letní sezóně.

Tabulka 12 Přehled pravidelných linek operovaných z letiště J. Kašpara v Pardubicích

Pravidelné letecké linky z letiště Pardubice	
DESTINACE/LETECKÉ SPOL.	RYAN AIR
ŠPANĚLSKO	ALC

Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat z výroční zprávy letiště Pardubice.

Dle plánování je pro letní charterový provoz vyčleněno několik destinací, kam mohou cestující z pardubického letiště zavítat. Objednavatelem je cestovní kancelář Čedok, Fischer, Exim tours a Alexandria.

Tabulka 13 Přehled charterových letů operovaných z letiště Jana Kašpara v Pardubicích

Charterové letecké linky z letiště Pardubice			
DESTINACE/LETECKÉ SPOL.	ČEDOK	EXIM/FISCHER	ALEXANDRIA
ŘECKO	RHO	HER,CFU,RHO	
BULHARSKO	BOJ	BOJ	BOJ
EGYPT		HRG,RMF	
ŠPANĚLSKO		PMI	
TURECKO	AYT	AYT	
TUNISKO		DJE	

Zdroj: Vlastní zpracování na základě webových stránek CK Čedok, Exim Tours, Fischer a Alexandria

2.1.4 Letiště Karlovy Vary

Letiště Karlovy Vary, patří k nejstarším v České republice. IATA kód tohoto letiště je KLV. Povození na tomto letišti byl zahájen již v roce 1925, pravidelnou linkou Československých aerolinií na trase Praha – Karlovy Vary – Praha. V období války využívalo letiště především německé říšské letectvo. Největší rozmach přišel v letech 2011–2013, kdy bylo pravidelně překračováno číslo 100 tis. pasažérů. Letiště mělo několik pravidelných linek do Ruska, Ukrajiny a Ázerbájdžánu. Po takzvané „krymské krizi“ však došlo k rychlému úbytku návštěvníků lázeňského města až do nástupu pravidelné linky společnosti PODEBA, která operovala dvakrát týdně linku do Moskvy. Z důvodu války na Ukrajině a restrikcím k Ruské federativní republice, byly tyto lety pozastaveny. V současné době nemá karlovarské letiště žádnou pravidelnou linku, ale pouze charterové lety. (Letiště Karlovy Vary, ©2023)

Tabulka 14 Počet odbavených cestujících z letiště Karlovy Vary

Letiště Karlovy Vary	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
POČET ODBAVENÝCH CESTUJÍCÍCH	25 235	21 404	45 003	62 435	17 234	606	5 311
POČET PŘEPRAVENÉHO NÁKLADU (t.)	23	34	45	48	3	1	8

epidemie nemoci COVID 19

Zdroj: Vlastní zpracování dle dat z výroční zprávy letiště Karlovy Vary

Charterové lety byly zahájeny v roce 2022 z Karlových Varů do Antalye. Obsazenost těchto letů byla okolo 98 %, což byla historicky nejvyšší obsazenost charterů z tohoto odletového letiště.

Tabulka 15 Přehled charterových letů operovaných z letiště Karlovy Vary

Charterové letecké linky z letiště Karlovy Vary	
DESTINACE/LETECKÉ SPOL.	ČEDOK
ŘECKO	HER
TURECKO	AYT

Zdroj: Vlastní zpracování dle dat z webových stránek CK Čedok

2.2 Dotační politika regionálních letišť

Regionální letiště by nebyla schopna financovat svůj provoz. Všechna regionální letiště s certifikací pro mezinárodní letový provoz jsou vlastněna městy, či krajem, který dotuje provoz letišť. Dotování je výhodné především jako služba pro rezidenty daného kraje. Jedná se také o prestiž daného kraje, která disponuje vlastním terminálem pro mezinárodní provoz. Strategicky se dotují letiště také z důvodu rozvoje cestovního ruchu v dané oblasti a pro rozvoj možností karga služeb. (MMR, ©2016). Dalším subjektem, který se podílí na dotacích regionálních letišť je stát. Investiční podpora státu cílí na jasně stanovené priority.

- Zvýšení mobility občanů Unie a propojení regionů budováním přístupových bodů pro lety v rámci Unie.
- Boj proti přetížení letecké dopravy na hlavních letištních uzlech Unie.

2.2.1 Spolupráce cestovní kanceláře ČEDOK a.s. s regionálními letišti

Cestovní kancelář ČEDOK spolupracuje s regionálními letišti na základě smlouvy o marketingové spolupráci. V rámci smlouvy je přesně vymezený počet plánovaných cestujících, výčet destinací a podpora, která za každou osobu náleží.

V rámci spolupráce se sestaví plán nabízených destinací, plán počtu cestujících. Na základě získaných dat se sestaví akční plán, který pomáhá k propagaci produktů s odletem z daného regionálního letiště.

Správně sestavený akční plán, reflektuje všechny marketingové aktivity, které budou v rámci daného období realizovány. Každá z plánovaných aktivit by měla mít svůj vlastní speciální popis, tak aby bylo jasně zřetelné, čeho se daná aktivita týká. Další nedílnou součástí je rozdělení kompetencí, kdo za jaký mechanismus a načasování aktivity odpovídá (Karlíček a kol., 2018).

3 POUŽITÉ METODY ZPRACOVÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

3.1 Analýza trhu a poptávky po regionálních letištích

Analýza trhu je úvodní proces a orientační proces před zahájením komercializace, ale je vhodná také před započítáním VaV aktivit jako takových. Cílem této základní analýzy je především zjistit a zhodnotit možný tržní potenciál po plánovaném produktu. Analýza trhu a poptávky po produktu umožňuje efektivnější rozhodování firmy a směřování produktu do ostrého provozu. Součástí této analýzy by mělo být především zaměření se na rizika projektu, tak aby bylo možné na ně co nejrychleji reagovat, případně je zcela či částečně eliminovat. (Jakubíková, 2011)

V rámci tohoto typu analýzy se hledají především odpovědi na následující parametry: cílová skupina produktu, existence podobných produktů na trhu, přínos nového řešení oproti současnému stavu, struktura trhu, specifické požadavky na realizaci produktu a návrh komerční strategie. (Jakubíková, 2011)

3.2 Analýza konkurence

Analýzu konkurence si lze představit jako rozsáhlou tabulku nebo jiný zdroj dat, který zahrnuje přehled hlavních konkurentů firmy, výrobků nebo služeb. Obsahuje mnoho položek, protože jejím cílem je poskytnout co nejdůkladnější přehled o produktech konkurence a jejich marketingových aktivitách. Díky této analýze je firma schopna nastavit účinnější obchodní a marketingovou strategii a tím získat unikátní produkt, případně vyšší podíl na trhu cestovního ruchu. (Dvořáček a Slunčík, 2012)

Analýza konkurence nám pomáhá odpovědět na následující otázky:

- Kdo je konkurence a jak se chová?
- Jaké produkty, služby nabízí a jakými obchodními kanály?
- Jaké jsou výhody konkurence oproti naší firmě?
- Jaké bude pravděpodobné chování konkurentů v budoucnosti?

(Dvořáček a Slunčík, 2012)

3.3 Marketingový mix

Marketingový mix neboli čtyři základní marketingové nástroje označované jako 4P. Metody, které se využívají k vytvoření a následné realizaci marketingové strategie a splnění vytyčených cílů. Tento termín je spojen se 4P – product (produkt), price (cenu), place (distribuci), promotion (propagaci). O prvním marketingovém mixu se vedou zmínky již od roku 1949, kdy jej publikoval Neil H. Borden. Někteří autoři přidávají do marketingového mixu další rozšíření. Nazýváme jej marketingový mix o 7P – produkt, cena, místo, propagace a dalšími nástroji jsou people (lidé), process (procesy), physical environment (materiální prostředí). (Muláčová, 2013)

Základní marketingové nástroje 4P

- PRODUCT – nejedná se pouze o samostatný výrobek nebo službu, ale i o obal, design, záruku a služby s produktem spojené.
- PRICE – jedná se o peněžní hodnotu, za kterou se produkt nabízí. Radíme sem také slevy, předprodejní odpočty, úvěry, leasing a podobně.
- PLACE – udává místo, kde se výrobek dostane k zákazníkovi, jaká je jeho dostupnost, jak fungují distribuční cesty.
- PROMOTION – propagace udává veškeré informace o produktu.

(Muláčová, 2013)

3.4 SWOT Analýza

Jedná se o analýzu, která je jednou z nejpoužívanějších a neznámějších v rámci analýz vnějšího prostředí. Cílem SWOT analýzy je identifikovat to, do jaké míry jsou současné strategie firmy, jejich specifická silná a slabá místa relevantní a schopná se vyrovnat se změnami, které nastávají v prostředí.

SWOT analýzu lze definovat jako analýzu slabých a silných stránek, příležitostí a hrozeb. SWOT analýzu můžeme rozdělit do dvou okruhů SW a OT. Doporučuje se začít analýzou OT, která zkoumá makroprostředí společnosti, a to jsou hrozby nebo příležitosti. OT obsahuje politicko-právní, ekonomické, sociokulturní a technologické faktory. Druhý okruh analýzy zkoumá mikroprostředí. SW zkoumá vnitřní prostředí společnosti, jako jsou cíle,

systemy, procedury, firemní zdroje, materiální prostředí, firemní kultura, mezilidské vztahy, organizační struktura a kvalita managementu. (Kralíček, 2011)

Obrázek 1 SWOT ANALÝZA



Zdroj: GRASSEOVÁ, *Analýza podniku v rukou manažera*, 2012

Silné stránky:

Mezi silné stránky zahrnujeme skutečnosti, které přinášejí výhody, jak zákazníkům, tak společnosti. Faktory, které řadíme do silných stránek společnosti, napomáhají získat a udržet pozici na trhu a také dosáhnout výhod nad konkurencí. Posuzují se zde především schopnosti, dovednosti podniku, jeho zdroje a potenciál. Mezi hlavní kladné stránky společnosti patří dobré jméno firmy, značka a pozice, povědomí o daném podniku mezi jeho zákazníky, schopnost managementu, využití moderních technologií, kvalitní cenová politika, vhodné distribuční kanály, vhodná poloha a jasná koncepce podniku. (Dvořáček a Slunčík, 2012)

Slabé stránky:

V rámci slabých stránek se zaznamenávají ty skutečnosti, které firma nedělá dobře, nebo ty, ve kterých si ostatní firmy vedou lépe. Slabé stránky lze charakterizovat jako opak silných stránek a je potřeba pracovat na jejich odstranění. Jedná se o faktory, které vedou k nižší

konkurenceschopnosti a také k oslabení pozice na trhu. Za slabé stránky považujeme například nedostatek zdrojů, omezené dovednosti podniku, neúměrné finanční zatížení, využívání zastaralých technologií, špatná pověst mezi zákazníky, špatné umístění firmy, vyšší náklady, které vedou ke stanovení vyšších cen oproti cenám konkurence. (Králíček, 2011)

Příležitosti:

Mezi příležitosti řadíme skutečnosti, které mohou zvýšit poptávku, nebo mohou lépe uspokojit zákazníky a přinést firmě úspěch. Příležitosti lze definovat jako výhody oproti konkurenci. Jsou tedy příznivé současné, ale především budoucí podmínky a okolí podniku, které napomáhají uspokojit potřeby zákazníků a zvýšení poptávky po daném výrobku. Mezi příležitosti můžeme zařadit například změny legislativy ve prospěch podniku, rostoucí počet zákazníků, vznik nových technologií usnadňujících výrobu a náklady s výrobou spojené. (Králíček, 2011)

Hrozby:

Pod hrozby zaznamenáváme ty skutečnosti, trendy, události, které mohou zapříčinit nespokojenost zákazníků. Úkolem společnosti je v co nejkratším časovém úseku tyto hrozby minimalizovat nebo úplně odstranit. Za hrozby společnosti je považován nejen vstup nové konkurence, ale také změny zákaznických preferencí a tím snížený počet zákazníků. Dalším faktorem hrozeb může být změna legislativy v neprospěch firmy, daňové zatížení, vznik obchodních bariér, vízová politika apod. (Jakubíková, 2008)

3.5 PEST Analýza

Tato analýza zkoumá faktory politicko-právní, ekonomické, sociokulturní a technologické, které ovlivňují činnosti podniku. Můžeme se také setkat s rozšířenou PEST analýzou, která se také zabývá ekologickými vlivy. (Muláčová a Muláč, 2013)

Politicko-právní faktory:

Mezi politicko-právní faktory patří politická stabilita, stabilita vlády, vliv politických stran, lobbying, činnost zájmových sdružení a svazků. Fiskální politika, sociální politika, vízová politika, zákony, ochrana životního prostředí, dohody o zamezení dvojitého zdanění, které pomáhají snížení nákladů podnikatelů. (Muláčová a Muláč, 2013)

Ekonomické faktory:

K ekonomickým faktorům patří vývoj DPH, fáze ekonomického cyklu (deprese, recese, oživení, konjunktura), stav platební bilance státu, úrokové sazby, měnové kurzy, míra nezaměstnanosti, míra inflace, případná deflace, průměrná výše důchodu obyvatelstva, životní minimum, dávky státní sociální podpory, kupní síla, koupěschopnost.

(Muláčová a Muláč, 2013)

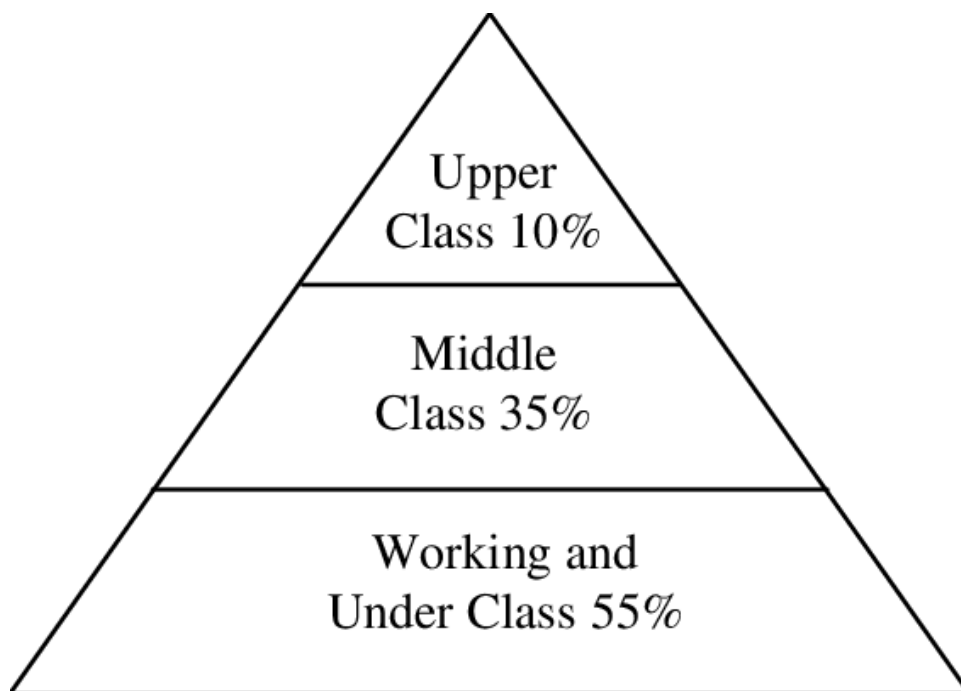
Sociokulturní faktory:

Sociokulturní faktory můžeme rozdělit do dvou rovin, určených kupním chováním spotřebitelů:

- **Kulturní** – spotřební zvyky, kulturní hodnoty, jazyk, řeč těla, osobní image, chování žen, mužů a jejich spotřební chování.
- **Sociální** – sociální stratifikace společnosti a její uspořádání (třídy). Sociálně ekonomické zázemí spotřebitelů, příjmy, majetek, vývoj životní úrovně, životní styl, úroveň vzdělání, mobilita obyvatel.

Nejčastější klasifikací sociálních tříd je Warnerovo sociální členění, které je používáno také v ČR:

Obrázek 2 Warnerovo sociální členění



Zdroj: Obrázek z webových stránek researchgate, 2009

Technologické faktory:

Představují trendy ve výzkumu a vývoji. Mezi technologické faktory řadíme rychlost technologických změn, výrobní, dopravní, skladovací, komunikační, informační, sociální technologie. Technologické prostředí a jeho změny jsou pro podniky zdrojem technologického pokroku, který jim umožňuje dosahovat lepších hospodářských výsledků, zvyšovat konkurenceschopnost a humanizovat práci. (Muláčová a Muláč, 2013)

Metody portfolio analýzy:

Souhrn aktivit představuje produkty a oblasti podnikání, které tvoří firma nebo organizace. Je to spojovací článek mezi celkovou strategií firmy a strategiemi jejích částí. Nejlepší je takové portfolio aktivit, které dokáže sladit silné a slabé stránky firmy s příležitostmi v okolí. Firma musí provést analýzu stávajícího portfolio, zhodnotit své investiční schopnosti a vypracovat strategicky potřebné portfolio.

Na podnikání nahlížíme z hlediska podnikatelského portfolio jako na souhrn strategických podnikatelských jednotek, které vykazují určitou pozici v tržním prostoru. Mezi neznámější a nejpoužívanější modifikace portfolio analýzy patří BCG matice, GE matice a portfolio matice firmy Shell. (Muláčová a Muláč, 2013)

3.6 Polostrukturovaný rozhovor

Jedná se o částečně řízený rozhovor, který se řadí mezi metody kvalitativního sociologického průzkumu. Polostrukturovaný rozhovor se řadí mezi metody výzkumných rozhovorů a slouží tazateli k dosažení co nejrelevantnějších odpovědí. Tvůrce rozhovoru disponuje předem připraveným návodem. Není potřeba se návodu přesně držet a tazatel jej může upravovat dle situace a přidávat další otázky. (Eichel, 2009)

Polostrukturovaný rozhovor je verbální dialog dvou osob. Vyznačuje se tím, že autor má předem vypracovanou kostru otázek, které chce během rozhovoru probrat. Tazatel má možnost se během rozhovoru kdykoli odklonit od kostry a rozpracovat otázky, které mu přijdou zajímavé. Je vždy potřeba aby měl široké znalosti o tématu a byl dobře připraven. Tato metoda se pohybuje na rozmezí strukturovaného a nestrukturovaného rozhovoru. Hlavním rozdílem se považuje to, že u strukturovaného rozhovoru jsou otázky přesně dány a je potřeba se jich držet. Naopak u nestrukturovaného rozhovoru nejsou otázky řízeny.

Příprava polostrukturovaného rozhovoru:

- Návrh obecných témat a příprava podtémat
- Uspořádání témat, dle logického pořadí a návaznosti
- Příprava pořadí a formulace otázek
- Příprava hloubkových a sondážních otázek

Výhody: flexibilita, možnost subjektivní reakce

Nevýhody: časová a psychická zátěž, nutnost znát podrobnosti tématu

(Eichel, 2009)

II. PRAKTICKÁ ČÁST

4 PROFIL SPOLEČNOSTI ČEDOK

4.1 Historie společnosti

Československá dopravní kancelář – ČEDOK, vznikla v roce 1920 a zahájila tím více než stoletou historii této společnosti. U zrodu ČEDOKU stojí čeští vlastníci JUDr. Igor Geryk, vrchní ministerský předseda a komisař ministerstva železnic, jehož jméno je s ČEDOKEM spojeno až do roku 1947. Postavení cestovní kanceláře na trhu nebylo na počátku nijak jednoduché, cestovatelský trh ovládá největší cestovní kancelář svého druhu Wagon-lits, jejichž síla je založena na dokonalé organizaci cest salonními a lůžkovými vozy po celé Evropě. Bývalý vlastník Geryk chápal, že nemá sílu bojovat s tímto gigantem, který monopolně využívá ke svému růstu vlakovou dopravu. To byl důvod proč Geryk sázel na nové formy cestování autobusy a letadly. Rok 1925 byl klíčový, ČEDOK ovládl trh s cestovním ruchem na celém tuzemském trhu. Dominovaly rekreace v Krkonoších, Tatrách a Podkarpatské Rusi. Čedok otevřel světu do té doby neznámé a nepřístupné pobřeží jugoslávského Jadrana a rychle zde ovládl 90 % cizineckého ruchu. Čedok jako první ve střední Evropě otevřel éru leteckých zájezdů a již v roce 1925 vypravuje pravidelné chartery do letovisek Casablanca v Maroku a do Káhiry v Egyptě. I když tyto lety měly více než 10 mezipřistání, staly se velice oblíbené. Po roce 1925 se také objevuje nové logo – čáp. Symbolika udává tuzemského ptáka, který se na zimu stěhuje do teplých krajů. V roce 1957 dochází k expanzi společnosti na zahraniční trhy, otevírají se zastoupení v zahraničí. V roce 1993 dochází k rozdělení ČEDOKU v České republice a Slovensku na dvě samostatné společnosti Čedok a Satur. V roce 2007 se stává majoritním akcionářem americko-turecká společnost Odien, která svůj podíl prodává současnému majiteli v roce 2011 a tím je polský holding cestovních kanceláří ITAKA. V současné době se řadí cestovní kancelář ČEDOK mezi největší cestovní kanceláře na území České a Slovenské republiky s ročním obrátem přesahujícím 5 mld Kč. (Čedok ©2023)

Obrázek 3 Historie Čedoku



Československá cestovní a dopravní kancelář, Čedok, Brno, Nám. Svobody č. 4.



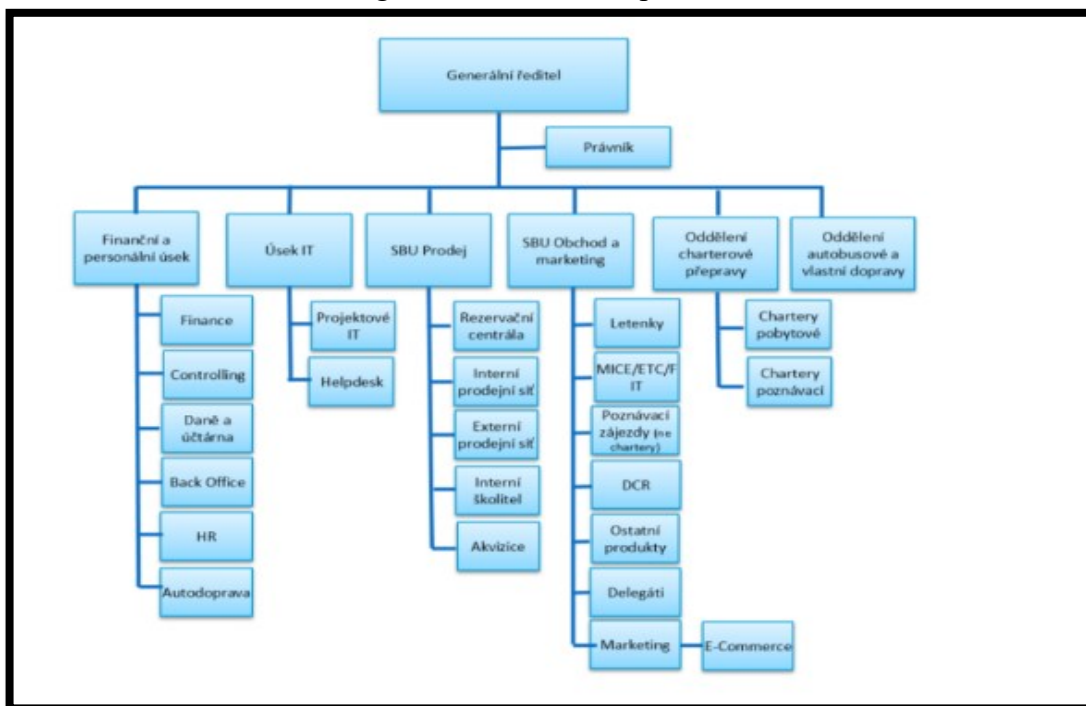
Zdroj: Webové stránky cestovní kanceláře Čedok, sekce historie

4.2 Základní údaje o společnosti

- Datum zápisu do OR: 30. listopadu 1993
- Obchodní firma: Čedok a.s.
- IČO: 601927755
- DIČ: CZ6011927755
- Sídlo: Vinohradská 2577/178, Praha, 13000
- Aktuální výše akcie: 406,20,- Kč k 20. 2. 2023
- Základní kapitál: 298 872 725,- Kč (splaceno 100 %)

Předmět podnikání: Provozování cestovní kanceláře, činnost účetních poradců, vedení účetnictví, vedení daňové evidence, hostinská činnost, opravy silničních vozidel, klempířství a oprava karoserií, výroba, obchod na služby neuvedené v přílohách 1 až 3 živnostenského zákona, směnárenská činnost, silniční motorová doprava – osobní doprava provozována vozidly určenými pro přepravu více než 9 osob včetně řidiče. (Justice ©2023)

Obrázek 4 Organizační struktura společnosti Čedok a.s.



Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat z výroční zprávy společnosti Čedok, 2022

Jedná se o liniově – štábní organizační strukturu. Což znamená, že se jedná o uspořádání založené na liniové struktuře, rozšířené o takzvané štábní útvary, která zajišťují podporu řídicích činností pro jednotlivé úrovně a oblasti fungování organizace.

4.3 Profil společnosti a jejích produktů

Cestovní kancelář Čedok a.s. nabízí nejširší škálu služeb v cestovním ruchu. Zaměřuje se na výjezdový cestovní ruch, kde nabízí zájezdy do více než 100 destinací celého světa. Klienti mohou vybírat jak z pobytových, tak poznávacích zájezdů a novinkou je také kombinace relaxu a poznávání, která je řešena samotnou produktovou řadou 2v1. Klienti mohou u Čedoku také zakoupit tuzemské, pobytové a poznávací zájezdy do více než 250 hotelů a penzionů v České republice. Cestovní kancelář se vyznačuje sloganem cestování bez hranic a tento slogan zastupuje další z produktových řad, který nese název Čedok Exclusive, což je oddělení zájezdů na míru.

Čedok řeší také portfolio další služeb v rámci cestovního ruchu. Příjezdový cestovní ruch je nedílnou součástí poskytovaných služeb. Dále pak kongresová turistika, incentivní turistika, business travel, dopravní ceniny, víza a další doplňkové služby. Společnost má v současné době 43 poboček v České republice a jejich počet každým rokem roste. Dále se společnost soustředí na více než 3000 provizních prodejců, kteří jsou nedílnou součástí rozvoje cestovní kanceláře. Čedok se profiluje několika produktovými řadami:

Obrázek 5 produktové řady



Zdroj: Webové stránky cestovní kanceláře Čedok, sekce produktové řady

- **Čedok Aktivita klub:** Klub určený pro aktivní cestovatele, funguje v několika destinacích a soustředí se na klienty, kteří vyhledávají aktivní turistiku, sport a akční dovolenou. Součástí této produktové řady jsou hotely se sportovním animátorem, který má připravený sportovní program, turistické hole a spravuje akční zábavu všem klientům cestovní kanceláře.

- **Čedok Buy and Fly:** Jedná se produktovou řadu, která je určena pro nenáročného cestovatele. Principem je si zabalit kufr, vyrazit na letiště a jen čekat na zájezd v režimu ultra last minute. Jedná se o zájezdy s odletem do 3 hodin od nákupu, které mají nejnižší možnou cenu.
- **Čedokarma:** Nekonečné party, vychlazené prosecco a Relax, to jsou hlavní znaky této produktové řady, která se soustředí na mladší klienty. Hotely s tímto klubem disponují dýdžejem, který jejich dovolenou doprovází klubovou hudbou.
- **Čedok Exclusive:** Produktová řada zaměřena na zájezdy šité na míru. Hlavní heslo zní – všechno *je možné*. Klienti mohou vyrazit do jakékoli destinace, jakýmkoli prostředkem na libovolnou délku.
- **ČEDOG Dětský klub:** Dětský klub s českými animátory, kteří se postarají o děti od 4 do 13 let. Propracovaný program dává exkluzivitu této produktové řadě, kterou klienti naleznou ve více než 30 hotelech v letní sezoně 2023. (Čedok, ©2023)

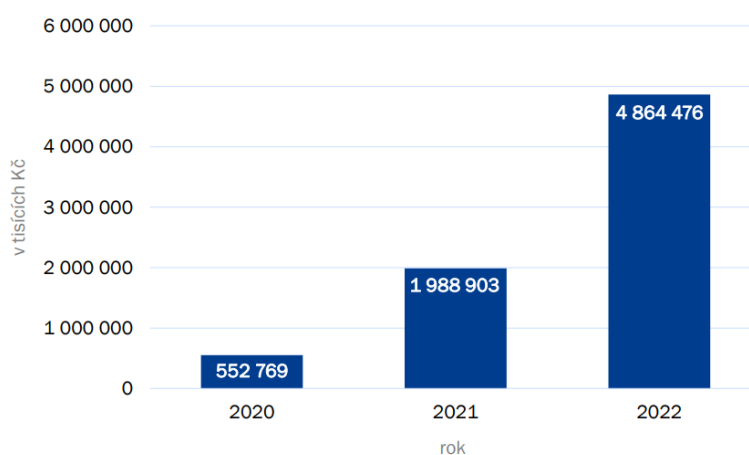
Rekordní rok 2022 Čedoku v číslech:

Obrázek 6 souhrn roku 2022, Čedok



Zdroj: Obrázek z výroční zprávy Čedok a.s., 2022

Obrat cestovní kanceláře dosáhl v roce 2022, bezmála 5 miliard korun. Jednalo se především o tržby z prodeje leteckých zájezdů (80%), poznávacích zájezdů (15%) a zájezdy vlastní dopravou (5%). Z grafu níže je zřetelné, že trend obratu cestovní kanceláře prudce stoupá. V roce 2020, pro který byla typická stagnace cestovního ruchu z důvodu epidemiologické situace způsobené nemocí COVID-19, dosáhla cestovní kancelář obratu bez 0,5 miliardy korun. V roce 2021 docházelo k postupnému navyšování počtu odbavených klientů a obrat dosáhl bezmála 2 miliard korun. (Čedok, © 2023)



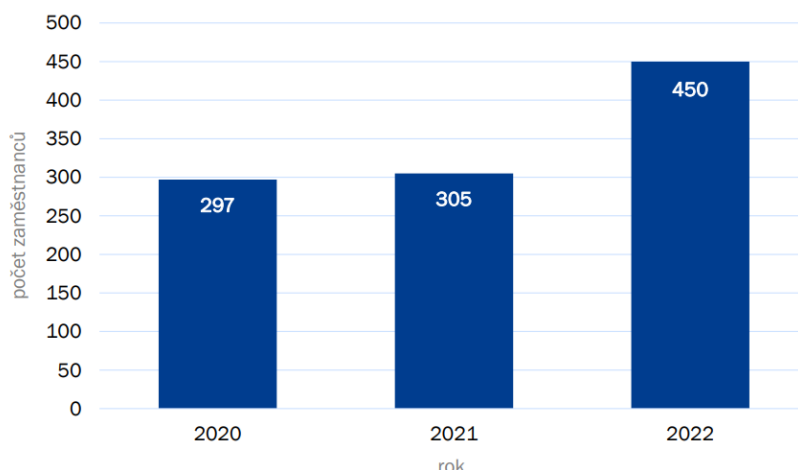
Graf 1. Vlastní zpracování, data z výroční zprávy Čedok a.s.

EBITDA cestovní kanceláře se v posledních třech letech pohybovala jak v záporných číslech, tak kladných. Milníkem byl rok 2021, kdy se podařilo po covidové krizi, opět dostat do černých čísel. Zisk činil bez mála 31 milionů korun. V roce 2022 to bylo již 71 milionů korun.



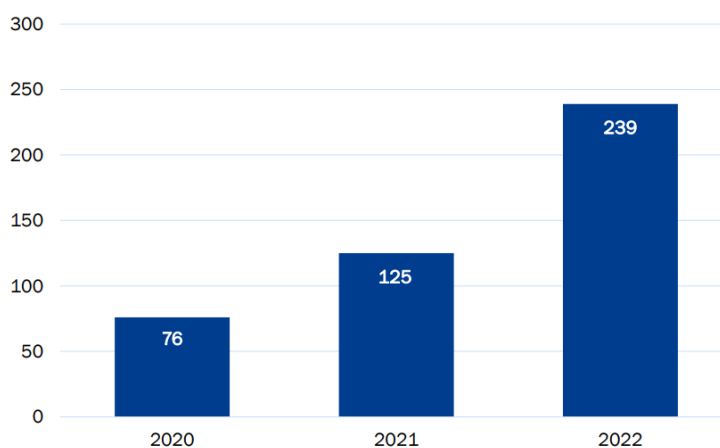
Graf 2. Vlastní zpracování, data z výroční zprávy Čedok a.s.

Počet zaměstnanců cestovní kanceláře roste především na základě rozšiřujícího se portfolia nabídek. Počet osob, které Čedok zaměstnává, se navýšil mezi roky 2020 až 2022 na současných 450 kmenových zaměstnanců.



Graf 3. Vlastní zpracování, data z výroční zprávy Čedok a.s.

S cestovní kanceláří jsou také spojeni externí zaměstnanci. Jedná se především o animátory, delegáty a průvodce, kteří pracují na živnostenský list a uzavírají s cestovní kanceláří dohodu o spolupráci. Jejich počet se zvýšil ze 76 na současných 239 osob.



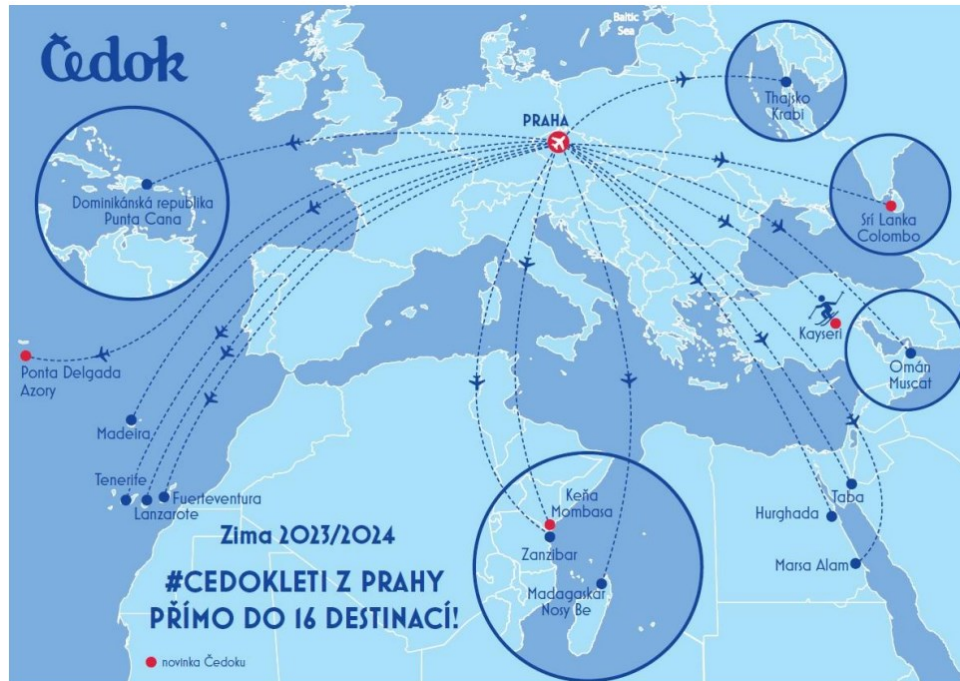
Graf 4. Vlastní zpracování, data z výroční zprávy Čedok a.s.

Cestovní kancelář, bude spouštět v první polovině dubna předprodej zájezdů na zimní sezonu 2023–2024. Klientům opět nabídne přímé lety z Prahy do exotických destinací. V této sezoně bude operovat lety do Dominikánské republiky, Zanzibaru, Keni, Srí Lanky, Thajska a Madagaskaru. Mezi tradiční blízké cíle zařadí lety do Egypta, Kanárské ostrovy, do Ománu a na Madeiru. Nově představí produkt leteckých zájezdů za lyžováním do

tureckého Kayseri. Ze Slovenska se mohou klienti vydat do destinací Zanzibar, Sri Lanka a Egypt.

Mapa plánovaných leteckých destinací z Prahy a Bratislavy v zimní sezoně 2023–2024

Obrázek 7 Plánované letecké charterové destinace v sezoně 2023-2024



Zdroj: Tisková zpráva cestovní kanceláře Čedok a.s., 2022

Obrázek 8 Plánované letecké charterové destinace v sezoně 2023-2024 ze Slovenska



Zdroj: Tisková zpráva cestovní kanceláře Čedok a.s., 2022

5 ANALÝZA POPTÁVKY – SOUČASNÉ TRENDY V CESTOVÁNÍ

5.1 Meziroční nárůst odbavených klientů

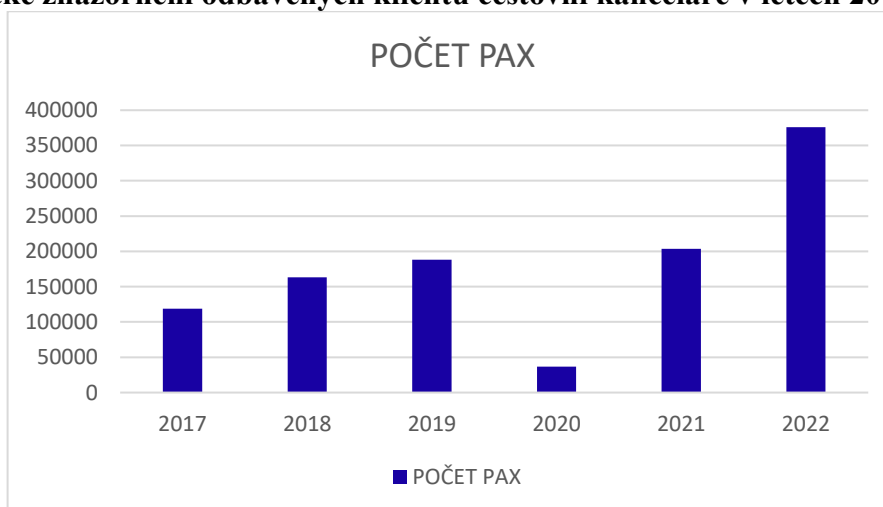
Cestovní kancelář ČEDOK meziročně navyšuje počet odbavených klientů. Především se to týká zimní sezony, kde se cestovní kancelář zaměřila na přímé lety bez mezipřistání do exotických destinací. Jedná se o unikátní projekt, který nemá na trhu konkurenci. Na meziročních růstech se negativně podepsala krize způsobená onemocněním SARS – COVID19, jak lze prezentovat na číslech níže.

Tabulka 16 Počet odbavených klientů

OBDOBÍ	SEZONA/POČET KLIENTŮ	TOTAL – POČET KLIENTŮ
01.01.2017 - 31.12.2017	LÉTO 106584	118801
	ZIMA 12217	
01.01.2018 - 31.12.2018	LÉTO 156357	163343
	ZIMA 6986	
01.01.2019 - 31.12.2019	LÉTO 179535	188350
	ZIMA 8815	
01.01.2020 - 31.12.2020	LÉTO 34039	36530
	ZIMA 2491	
01.01.2021 - 31.12.2021	LÉTO 164032	203526
	ZIMA 39494	
01.01.2022 - 31.12.2022	LÉTO 312977	375839
	ZIMA 62862	

Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat z interního systému cestovní kanceláře Čedok a.s.

Grafické znázornění odbavených klientů cestovní kanceláře v letech 2017–2022



Graf 5. Vlastní zpracování, data z výroční zprávy Čedok a.s.

5.2 Demografie klientů

Interní rezervační systém Resabee, umožňuje sledovat demografii klientů za jednotlivé roky. Věk klientů cestovní kanceláře Čedok, se každoročně snižuje. Což je dobrým signálem pro cestovní kancelář. Z tohoto pohledu lze konstatovat, že i mladá generace využívá pro své cesty cestovní kancelář.

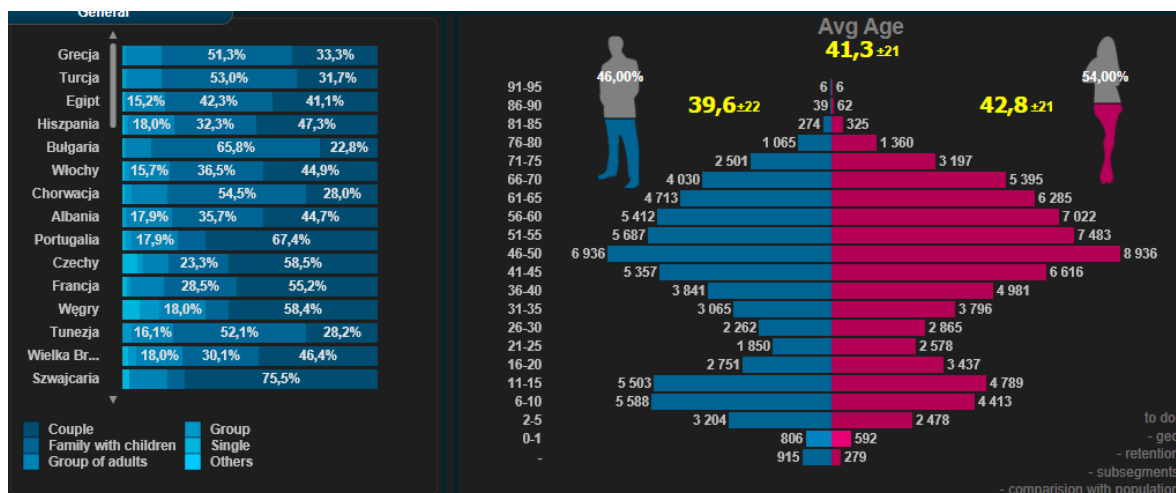
Tabulka 17 Demografie klientů cestovní kanceláře

	MUŽ	ŽENA
2014	44,8	47,8
2015	42,9	46,9
2016	42,5	46,2
2017	41,2	45,8
2018	40,8	44,8
2019	40,6	44,1
2020	39,9	43,4
2021	39,6	43,1
2022	39,6	42,8

Zdroj: Vlastní zpracování na základě interních zdrojů cestovní kanceláře

Cestovní kancelář Čedok a.s., dále sleduje rozdělení klientů, dle skupin cestujících. Dělí je na páry, rodiny s dětmi, skupinu dospělých, skupiny a jednotlivce. Tyto informace pomáhají se strategickým plánováním operace a také marketingovému nastavení pro jednotlivé destinace. Jak lze vidět z obrázku níže, data je možné sledovat na úrovni jednotlivých destinací. Příkladem může být Madeira – Portugalsko, do této destinace cestují primárně páry 67,4 %, dále 17,9 % jednotlivců. Cílení marketingu bude tedy na tuto skupinu lidí, ale již nebude probíhat propagace na rodinných sevech.

Obrázek 9 Demografie cílená na destinační detail



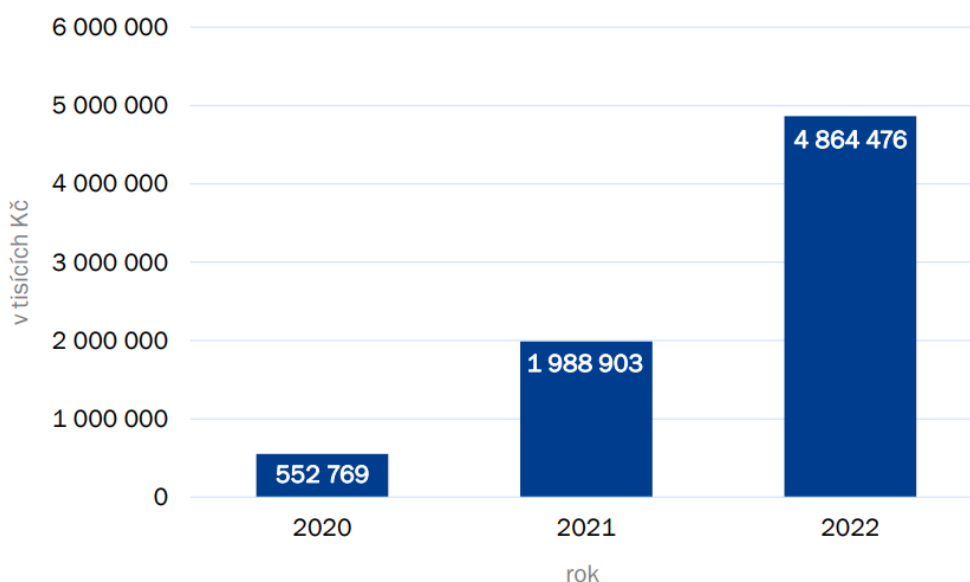
Zdroj: Obrázek z interního rezervační systém cestovní kanceláře - Resabee

5.3 Poptávka po službách CK

Na základě dat uvedených v předchozích tabulkách o meziročním nárůstu odbavených klientů, lze konstatovat, že poptávka po službách cestovní kanceláře meziročně stoupá. Cestovní kancelář se snaží své portfolio produktů inovovat, tak aby zachytila co nejvyšší počet klientů. Příkladem může být projekt této diplomové práce, který má za úkol zvýšit poptávku po službách cestovní kanceláře, pomocí rozšíření odletových míst. Tento dopravní projekt je zaměřený na přiblížení produktu cestovní kanceláře ke klientům z Jihočeského kraje, kteří dle SWOT analýzy využívají často odlety z Rakouska. Tento fakt se tímto projektem snažím změnit.

Současný trend také naznačuje, že služby cestovní kanceláře využívají stále mladší klienti. Tím se eliminuje hrozba, která straší cestovní kanceláře a tím je strach z toho, že si bude mladá generace plánovat dovolené bez pomoci cestovních expertů – cestovních kanceláří.

Meziroční nárůst odbavených klientů cestovní kanceláře Čedok a.s.



Graf 6 Vlastní zpracování na základě dat z výroční zprávy Čedok a.s.

6 ANALÝZA SOUČASNÉHO STAVU

V rámci analýzy současného stavu se zaměřím na situaci na trhu v Jihočeském kraji. Budu porovnávat jiná regionální letiště, kde již nyní úspěšně projekt produktu cestovní kanceláře s odletem z regionu funguje. V rámci analýz níže bych rád našel odpověď na to, zda bude možné, aby fungovalo regionální letiště v Jihočeském kraji.

6.1 Analýza poptávky po regionálních letištích

V letní sezoně 2022 zařadila cestovní kancelář ČEDOK na základě podnětů z dotazníkového šetření možnost odletů z Karlových Varů. Jednalo se o strategický plán rozvoje produktu cestovní kanceláře v rámci regionálních letišť. V rámci dotazníkového šetření bylo zjištěno, že si lidé přejí návrat pravidelných charterů do dovolenkových destinací s odletem z Karlových Varů. Na základě tohoto plánu byl vypracován v roce 2021 projekt charterového letu z Karlových Varů do Antalye. Jednalo se o nelehkou dobu po stagnaci cestovního ruchu z důvodu epidemie SARS-COVID19. Cestovní kancelář Čedok po vypracování přípravného projektu spustila prodej dovolenkových balíčků s odlety z Karlových Varů. Jak je patrné z tabulky níže, předprodej těchto balíčků byl velice úspěšný a poté také celková obsazenost tohoto charterového letu v sezoně 2022. Jednalo se o základní kámen k projektu této diplomové práce, a tím je rozšíření spolupráce s jihočeským letišťem v Českých Budějovicích.

Celková kapacita byla naplánována na 16 rotací po 189 sedačkách = 3024 sedaček z KLV. Předprodej byl zahájen 1. 10. 2021 s tím, že první odlet do destinace byl naplánován na 15. 6. 2022.

Tabulka 18 Přehled předprodejních výsledků rotace KLV -AYT

PRE-SALE, KARLOVY VARY – TURKEY SUMMER 2022							
Month	Country	From	To	Flight	Capacity	Booked	Occup.
October	Turecko	KLV	AYT	TVS4362	3 022	211	7,00%
November	Turecko	KLV	AYT	TVS4362	3 022	483	16,00%
December	Turecko	KLV	AYT	TVS4362	3 022	634	21,00%
January	Turecko	KLV	AYT	TVS4362	3 022	936	31,00%
February	Turecko	KLV	AYT	TVS4362	3 022	1 118	38,00%
March	Turecko	KLV	AYT	TVS4362	3 022	1 299	41,00%
April	Turecko	KLV	AYT	TVS4362	3 022	1 601	50,00%
May	Turecko	KLV	AYT	TVS4362	3 022	1 873	62,00%

Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat z interního rezerv. systému cestovní kanceláře

Z tabulky výše je zřetelné, že v rámci předprodeje bylo prodáno 62,00% plánované kapacity v průběhu předprodeje. Zbylých 38 % bylo prodáno v rámci last minute prodeje. Přesto, že se zbylých 38% kapacity prodávalo v rámci last minute prodeje, všechna rezervační čísla generovala vysoké marže. Lze tedy hodnotit, že předprodej tohoto regionálního charteru do Turecka byl nad očekávání dobrý. Na základě tohoto projektu, lze hodnotit poptávku po regionálních letištích jako vysokou a naznačuje nové standardy českých cestovatelů. Celková obsazenost charteru TVS4362 KLV – AYT v sezoně 2022, byla 98.54%.

Tabulka 19 celková obsazenost charteru TVS4362 KLV – AYT v sezoně 2022

Month	Country	From	To	Flight	Date	Capacity	Booked	Occup.	Free
June	Turecko	KLV	AYT	TVS4362	15.06.2022	189	188	99,47%	1
June	Turecko	KLV	AYT	TVS4362	22.06.2022	189	178	94,18%	11
June	Turecko	KLV	AYT	TVS4362	29.06.2022	189	187	98,94%	2
July	Turecko	KLV	AYT	TVS4362	06.07.2022	189	186	98,41%	3
July	Turecko	KLV	AYT	TVS4362	13.07.2022	189	188	99,47%	1
July	Turecko	KLV	AYT	TVS4362	20.07.2022	189	188	99,47%	1
July	Turecko	KLV	AYT	TVS4362	27.07.2022	189	189	100,00%	0
August	Turecko	KLV	AYT	TVS4362	03.08.2022	189	188	99,47%	1
August	Turecko	KLV	AYT	TVS4362	10.08.2022	189	188	99,47%	1
August	Turecko	KLV	AYT	TVS4362	17.08.2022	189	187	98,94%	2
August	Turecko	KLV	AYT	TVS4362	24.08.2022	189	185	97,88%	4
August	Turecko	KLV	AYT	TVS4362	31.08.2022	189	180	95,24%	9
September	Turecko	KLV	AYT	TVS4362	07.09.2022	189	189	100,00%	0
September	Turecko	KLV	AYT	TVS4362	14.09.2022	189	189	100,00%	0
September	Turecko	KLV	AYT	TVS4362	21.09.2022	187	182	97,33%	5
September	Turecko	KLV	AYT	TVS4362	28.09.2022	189	186	98,41%	3
Total						3 022	2 978	98,54%	44

Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat z interního rezervačního systému cestovní kanceláře.

6.1.1 Situace na trhu v České republice – Jihočeském kraji

V rámci průzkumu, které si nechala vypracovat cestovní kancelář v roce 2021 u renomované společnosti Grafton, bylo odhaleno, že cestující z Jihočeského kraje mají nejdelší vzdálenost k současně fungujícímu českému mezinárodnímu letišti s veřejnou dopravou. V tabulce níže jsou uvedeny vzdálenosti k nejbližšímu letišti od krajských měst. Praha a Středočeský kraj disponují vlastním letištem na území Středočeského kraje. Ústecký kraj má jako nejbližší variantu Letiště Václava Havla v Praze a jako druhou variantu letiště v Karlových Varech. Obyvatelé Karlových Varů mohou využívat pro své cesty zázemí karlovarského letiště. Obyvatelé Liberce mají nejbližší možnost k využití letiště v Praze a v Pardubicích. Cestující z Plzně mají k využití dvě varianty, letiště v Karlových Varech a Praze, které jsou

vzdálenostně podobné. Obyvatelé kraje Vysočina, využívají letiště v Brně. Lidé ze Zlínského a Olomouckého kraje mají nejbližší možnost dovolenkových letů z Brna. Hradečáci a obyvatelé Pardubic shodně využívají možnosti nejbližšího letiště nedaleko Pardubic. Ostrava disponuje vlastním letištěm, které využívají všichni obyvatelé Moravskoslezského kraje.

Nejbližším letištěm pro obyvatele Českých Budějovic je Pražské letiště Václava Havla, které je vzdáleno 169 km.

Tabulka 20 Vzdálenosti nejbližších letišť včetně detailu Jihočeského kraje

LETIŠTĚ KRAJSKÉ MĚSTO	LETIŠTĚ PRAHA	LETIŠTĚ BRNO	LETIŠTĚ OSTRAVA	LETIŠTĚ PARDUBICE	LETIŠTĚ K. VARY
PRAHA	0				
ÚSTÍ N. L.	94				
K. VARY					0
LIBEREC	125				
PLZEŇ					81
JIHLAVA		97			
BRNO		0			
ZLÍN		92			
OLOMOUC		74			
HRADEC KRÁLOVÉ				25	
PARDUBICE				0	
OSTRAVA			0		
Č. BUDĚJOVICE	169	219	381	194	217

Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat z Google maps, 2023

Lze také předpokládat (nejsou žádné relevantní statistiky), že dochází k odlivu jihočeských cestujících směrem do Rakouska a to především o 95 km vzdáleného Lince, ze kterého operují charterové lety rakouské cestovní kanceláře. Především se soustředí na lety do destinací Řecka, Egypta a Turecka.

6.2 Analýza konkurence

V rámci analýzy konkurence použiji Porterovu analýzu konkurence a analýzu konkurenčních produktů. Budu zkoumat možnosti odlišení se od konkurenčních firem a tím rychlejší růst na trhu cestovního ruchu.

6.2.1 Porterova analýza konkurence s aplikací na cestovní kancelář

První provedenou analýzou je Porterova analýza, která se zabývá analýzou odvětví, ve kterém cestovní kancelář podniká. Zkoumá jednotlivé konkurenční tlaky z odvětví vycházejících

➤ **Riziko vstupu potencionálních konkurentů**

Hrozba vstupu nového subjektu v rámci cestovního ruchu existuje. Česká republika je středně velký trh s kvalitní ekonomickou situací. Z tohoto důvodu je zajímavý i pro zahraniční cestovní kanceláře, které hledají možnosti na nových trzích. Příkladem je společnost JOIN UP, Ukrajinská cestovní kancelář, která hledá možnosti, jak by zabezpečila svůj provoz, který je omezený z důvodu války na Ukrajině. Této cestovní kanceláři se zatím nepodařilo splnit všechny podmínky pro zahájení podnikání v cestovním ruchu v České republice. Většina bariér vstupu do odvětví vychází ze zákona 159/199 Sb., o některých podmínkách podnikání v oblasti cestovního ruchu. K zahájení podnikání v tomto odvětví je potřeba získat koncesi. Dle tohoto zákona je nutné, aby cestovní kancelář byla pojištěna proti úpadku, což může být pro nové subjekty bez záruk složité. Přes všechny tyto složitosti však každoročně stoupá počet nových cestovních kanceláří. Od roku 1999 je stoupající trend počtu cestovních kanceláří, mimo období roku 2020, kdy z důvodu epidemie několik subjektů zaniklo.

➤ **Rivalita mezi stávajícími konkurenty**

Rivalita mezi stávající konkurencí je výrazná. Trh je ovládaný 5 největšími cestovními kancelářemi – ČEDOK, BLUE STYLE, EXIM TOURS, FISCHER a ALEXANDRIA. Všechny tyto cestovní kanceláře se snaží pobízet zákazníky, aby koupili dovolenou u nich. Pracují s předprodejními slevami a nabízí obdobný produkt a portfolio destinací. Výše uvedení hráči obhospodařují dovolené pro 67 % cestovatelů v České republice. Rozhodujícím parametrem pro zákazníky může být produktové portfolio, které bývá často podobné a neznalý člověk nepozná rozdíl v rámci produktu. Produktové řady jsou také totožné, všechny výše uvedené cestovní kanceláře mají portfolio pobytových, poznávacích i dynamických balíčků. Dále disponují vlastními animačními kluby. Rozhodujícím faktorem může být odletové letiště. CK FISCHER a EXIM TOUR (REWE Group) se soustředí na odlety z Prahy, Brna, Ostravy a Pardubic. Cestovní kancelář BLUE STYLE operuje chartery z Prahy, Brna a Ostravy. Cestovní kancelář Alexandria létá z Prahy, Brna, Ostravy, Pardubic a Karlových Varů. Novou šancí k odlišení se od hlavní konkurence je letiště v Českých Budějovicích.

➤ Smluvní síla odběratelů

Zákazníci cestovního ruchu mají vysokou vyjednávací sílu. V rámci České republiky, která má nejvyšší počet cestovních kanceláří v Evropě, rozhodují detaily. Budoucí klient cestovní kanceláře může vybírat ze stovek zájezdů, které mají podobnou strukturu. Zákazníci často tlačí na cestovní kanceláře s pobídkou slevy, zvýhodnění a extra servisu, který není součástí standardního balíčku. Cestovní kanceláře se snaží klientovi vyhovět, aby si pro jejich cestu vybral právě je. Dalším aspektem jsou pak provizní prodejci, kteří přeprořádávají zájezdy za předem smlouvenou provizi na základě smlouvy o obchodním zastoupení. Provize se pohybuje dle režimu předprodeje v rozmezí 7–10 %, což je nemalá částka, když zohledníme průměrnou kalkulovanou marži 13 %. Rozhodným faktorem je tedy odlišnost od konkurence a kvalita nabízených služeb. Zákazníci také svojí vyjednávací silou mohou tlačit ke snižování marží a tím výsledné ceny zájezdu.

➤ Smluvní síla dodavatelů

Produkt cestovní kanceláře je poskytování služeb cestovního ruchu. Mezi dodavatele řadíme poskytovatele ubytování v zahraničí, dopravní společnosti a pojišťovací společnosti. Pokud jeden z dodavatelů zvýší ceny, automaticky se zvýší cena zájezdu. Cestovní kancelář může majitele regulovat, případně přesídlit na jiný typ ubytování stejné kategorie. U dopravních služeb to není jednoduché, jelikož trh s leteckou dopravou je v ČR omezen. V současné době je situace taková, že cestovní kanceláře musí spolupracovat s leteckou společností Smart Wings, která je jediná svého druhu na našem trhu. Možnost by byla využít letecké společnosti z cílových destinací a využít opačné rotace (RMF – PRG – RMF), bohužel v tomto případě se CK znevýhodní oproti ostatním CK jelikož letové časy budou neatraktivní. Letadlo bude odlétat pozdě večer z ČR a návrat bude naplánován na brzké ráno.

➤ Hrozba substitučních výrobků

Největším rizikem současné doby pro cestovní kanceláře jsou takzvané „dovolené na vlastní pěst“. Z důvodu nižší jazykové bariéry často lidé organizaci zájezdu berou pod vlastní křídla. Využívají nízkonákladové letecké společnosti jako je RYAN Air a ubytování z rezervačních systémů – Booking.com, Trivago, Agoda a podobně. Zákazníci se tedy na základě svého uvážení rozhodnou nedat své disponibilní zdroje cestovní kanceláři. Dalším substitučním výrobkem lze označit chaty, ubytování u příbuzných, Airbnb a podobně. Trend posledních

let opravdu naznačuje nárůst individuální turistiky, jak uvedl analytik cestovního ruchu Beránek (2018).

6.2.2 Analýza konkurenčních produktů

V první části analýzy konkurence bude uveden soupis konkurentů cestovní kanceláře ČEDOK. Konkurenční cestovní kanceláře budou rozděleny do dvou skupin, podle toho jakou částí svého portfolia produktu ČEDOKU nejvíce konkurují. Skupiny jsem rozdělil dle největšího rozložení obrátu na pobytový výjezdový cestovní ruch a výjezdový poznávací cestovní ruch.

- Pobytový výjezdový cestovní ruch
- Poznávací výjezdový cestovní ruch

Pobytový výjezdový cestovní ruch

Blue Style a.s., se sídlem Jindřišská 873/27, Nové Město, 110 00 Praha

Cestovní kancelář Fischer a.s., se sídlem Babákova 2390/2, Chodov, 148 00 Praha

DER Touristik CZ (Exim tours) a.s., se sídlem Babákova 2390/2, Chodov, 148 00 Praha

Alexandria a.s., se sídlem Poupětova 1128/22, Holešovice (Praha 7), 170 00 Praha

Poznávací výjezdový cestovní ruch

ESO Travel a.s., se sídlem Korunovační 51, 170 00 Praha

CK Poznání a.s., se sídlem Bořivojova 2418, 130 00 Praha

V rámci analýzy budu zkoumat produktové portfolio výše uvedených cestovních kanceláří, odletová letiště z České republiky, počet poboček, datum vzniku cestovní kanceláře, komunikační kanály cestovní kanceláře, cílový trh, silné a slabé stránky a výroční zprávy těchto subjektů. Dále budu pro náš projekt zkoumat především možnosti odletových letišť.

Blue Style a.s.

Cestovní kancelář zahájila svou činnost v roce 1997. Produktové portfolio této cestovní kanceláře se zaměřuje především na letní dovolenou s bližšími cíli. Cestovní kancelář na sezonu 2023 nabízí zájezdy do destinací: Řecko, Bulharsko, Turecko, Egypt, Tunisko, Kypr, Itálie, Portugalsko, Španělsko, Kapverdy, Maroko. Všechny tyto destinace jsou operovány na linkách a charterech společnosti Smart Wings. V zimní sezoně se soustředí na rezervaci

bloků s lety s mezipřistáním do destinací Zanzibar, Seychely, Thajsko, Mauricius, Keňa, Srí Lanka a charterové lety na Kapverdy, do Egypta a Ománu. Lety operuje pouze z hlavních leteckých uzlů – Praha, Brno, Ostrava. (Blue Style, ©2023)

Tabulka 21 Analýza CK BLUE STYLE

CÍLOVÝ TRH	Rodiny s dětmi, páry, skupiny i jednotlivci
CENOVÁ POLITIKA	Strategie zaměřená na maximalizaci tržního podílu, nabízí několik druhů slev
SILNÉ STRÁNKY	Lídr v nabídce pro destinace Tunisko a Egypt. V TTG Awards obsadil 2 místo za nejlepší Ck pro cesty do Afriky
SLABÉ STRÁNKY	Vysoký počet reklamací a několik mediálních kauz ohledně overbooku, ukončili propagaci katalogem, slabé portfolio zimních zájezdů, nízká nabídka odletových letišť
CO DĚLAJÍ LÉPE	Kladou důraz na vysoké portfolio hotelů
DISTRIBUCE	46 poboček
PROPAGACE	sociální sítě, webové stránky, TV spoty, rádio, NL

Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat z webových stránek CK Blue Style

Cestovní kancelář FISCHER a.s.

Cestovní kancelář začala na českém trhu podnikat v roce 1991 a jedná se o jednu z nejstarších cestovních kanceláří. Dříve disponovala také vlastní leteckou základnou pod názvem FISCHER AIR. V současné době patří stejně jako Exim tours do portfolia investiční skupiny REWE Group. Pod společnost Fischer patří také dceřiná společnost NEV-DAMA, což je specialista na zimní lyžařské zájezdy. Hlavním předmětem podnikání jsou letecké pobytové zájezdy a poznávací zájezdy v zahraničí. V letní sezoně 2023 bude operovat následující destinace: Albánie, Bulharsko, Emiráty, Černá Hora, Egypt, Chorvatsko, Itálie, Kapverdy, Kypr, Malta, Maroko, Portugalsko, Řecko, Španělsko, Tunisko, Turecko. Cestovní kancelář každoročně přidává nové destinace a pro sezonu 2023 nabídne dovolenkové balíčky v destinaci Jordánsko ve středisku Aqaba. V zimním období se zaměřují na lety s mezipřistáním do destinací v Karibiku, Africe a Asii. Dále operují lety do Egypta, Ománu, Kapverd a Španělska. Cestovní kancelář nabízí odlety z Prahy, Brna, Ostravy a Pardubic. (Fischer, ©2023)

Tabulka 22 Analýza CK FISCHER

CÍLOVÝ TRH	Rodiny s dětmi, páry, skupiny i jednotlivci
CENOVÁ POLITIKA	Strategie zaměřená na maximalizaci tržního podílu, vsází na kvalitu a vysoký standard služeb
SILNÉ STRÁNKY	Opakovaně čelní pozice v anketě CZECH TOP 100, vysoký počet destinací a kombinací termínů
SLABÉ STRÁNKY	V minulosti negativní image spojený s Fischer Air, nepřehlednost webu, nižší výběr odletových míst, absence tištěného katalogu
CO DĚLAJÍ LÉPE	Nabízí destinace všech kontinentů
DISTRIBUCE	216 poboček vč. Exim tours
PROPAGACE	sociální sítě, webové stránky, TV spoty, rádio, NL

Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat z webových stránek CK FISCHER

DER Touristik CZ (Exim Tours) a.s.

Cestovní kancelář působí na českém trhu od roku 1993. Od té doby prošla dynamickým vývojem a stala se jedničkou na poli poskytovaných služeb v cestovním ruchu. V současné době patří do skupiny REWE Group, stejně jako cestovní kancelář FISCHER. Jejich produktové portfolio je kompletně propojené a jedná se o totožný produkt. Cestovní kancelář nabízí "odlety z Prahy, Brna, Ostravy a Pardubic. (Eximtours, ©2023)

Tabulka 23 Analýza CK EXIM TOURS

CÍLOVÝ TRH	Rodiny s dětmi, páry, skupiny i jednotlivci
CENOVÁ POLITIKA	Strategie zaměřená na maximalizaci tržního podílu, vsází na kvalitu a vysoký standard služeb
SILNÉ STRÁNKY	Opakovaně čelní pozice v anketě CZECH TOP 100, vysoký počet destinací a kombinací termínů
SLABÉ STRÁNKY	V minulosti negativní image spojený s Fischer Air, nepřehlednost webu, nižší výběr odletových míst, absence tištěného katalogu
CO DĚLAJÍ LÉPE	Nabízí destinace všech kontinentů
DISTRIBUCE	216 poboček vč. Fischeru
PROPAGACE	sociální sítě, webové stránky, TV spoty, rádio, NL

Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat z webových stránek CK Exim Tours

Alexandria a.s.

Cestovní kancelář započala svou cestu v roce 1991, jako specialista na cesty do Bulharska. Tento punc specialisty jí zůstal do dneška a jedná se o největšího hráče na poli cest do Bulharska. Cestovní kancelář zde vlastní také několik hotelů. Dále se zaměřuje na destinace Řecko, Turecko, Španělsko, Chorvatsko a Kypr. V zimním období operuje zájezdy pouze na vyžádání, kdy dokáže sestavit jednotlivé balíčky do destinací Maledivy, Mauricius, Seychely a podobně. Cestovní kancelář nabízí odlety z Prahy, Brna, Ostravy, Pardubic a nově Karlových Varů. (Alexandria, ©2023)

Tabulka 24 Analýza CK ALEXANDRIA

CÍLOVÝ TRH	Rodiny s dětmi, páry, skupiny i jednotlivci
CENOVÁ POLITIKA	Nízké ceny, snaha maximalizace tržního podílu
SILNÉ STRÁNKY	Specialista na cesty do Bulharska, vysoký počet ubytovacích kapacit v této destinaci. Soustředí se na odlety z regionálních letišť
SLABÉ STRÁNKY	Nízký počet nabízených destinací, stagnace zimního produktu, horší orientace na webu
CO DĚLAJÍ LÉPE	Silný produkt Bulharska
DISTRIBUCE	13 poboček
PROPAGACE	sociální sítě, webové stránky, TV spoty, rádio, NL

Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat z webových stránek CK Alexandria.

Eso Travel a.s.

Od svého založení v roce 1994, cestovní kancelář neustále inovuje a rozšiřuje svůj produkt. Stala se jedničkou na poli poznávacích zájezdů a má několik unikátní produktů jako je cesta kolem světa. Dále má velké portfolio exotických destinací, které operuje jak na vyžádání, tak v blocích zakoupených u leteckých společností. Lety jsou převážně operovány s mezipřistáním. Všechny lety jsou operovány z Prahy. (Eso Travel, ©2023)

Tabulka 25 Analýza CK ESO TRAVEL

CÍLOVÝ TRH	Páry, skupiny i jednotlivci
CENOVÁ POLITIKA	Vysoká kvalita, vyšší ceny
SILNÉ STRÁNKY	Specialista na poznávací zájezdy, jednička na trhu
SLABÉ STRÁNKY	Nenabízí standardní pobytové zájezdy v blízkých mořích, nemají přímé lety do exotiky
CO DĚLAJÍ LÉPE	široká nabídka poznávacích zájezdů a plaveb
DISTRIBUCE	4 pobočky
PROPAGACE	sociální sítě, webové stránky, TV spoty, rádio, NL

Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat z webových stránek CK Eso Travel.

CK Poznání a.s.

Cestovní kancelář má vysoké portfolio aktivních dovolených. Soustředí se na typ dovolené, který je spojen se sportovním zážitkem. Jedná se o exkluzivní disciplínu dovolenkářů. Dále se zaměřuje na zájezdy do exotických destinací na vyžádání. Odlety plánuje vždy z Prahy.“
(CK Poznání, ©2023)

Tabulka 26 Analýza CK POZNÁNÍ

CÍLOVÝ TRH	Páry, skupiny i jednotlivci
CENOVÁ POLITIKA	Vysoká kvalita, vyšší ceny
SILNÉ STRÁNKY	specialista na aktivní dovolenou
SLABÉ STRÁNKY	nenabízí standardní pobytové zájezdy v blízkých mořích, nemají přímé lety do exotiky
CO DĚLAJÍ LÉPE	široká nabídka aktivní dovolené, unikátní produkt
DISTRIBUCE	2 pobočky
PROPAGACE	sociální sítě, webové stránky, TV spoty, rádio, NL

Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat z webových stránek CK Poznání.

6.3 Marketingový mix cestovní kanceláře ČEDOK a.s.

V této části své diplomové práce se věnuji marketingovému mixu 4P. Analýze produktu, ceny, distribuce a propagace, kterou budu aplikovat přímo na cestovní kancelář Čedok.

6.3.1 Product (Produkt)

V případě cestovní kanceláře se jedná o službu, nikoli výrobek. Jedná se o dovolenkové balíčky, které obsahují souhrn více než dvou služeb. Především se tedy jedná o zájezdy složené ze služeb: dopravy, ubytování, stravování a doplňkových služeb.

Cestovní kancelář nevytváří jednotlivé zájezdy individuálně, vždy se složí kostra zájezdů pro danou sezonu a na základě této kostry vznikají všechny produktové balíčky. Cestovní kancelář Čedok nabízí odlety z Prahy, Brna, Ostravy, Pardubic, Karlových Varů, Bratislavy a Vídně. Každý z produktů má omezení na odletovém letišti. Je nutné vždy tedy filtrovat odletová letiště a jednotlivé destinace. Lze tedy říct, že základem kostry tvorby zájezdu je odletové letiště a k němu se přiřazuje produkt v jednotlivých destinacích. Každá z destinací má také poddestinace, které od sebe mohou být vzdáleny i stovky kilometrů. Exemplárním příkladem může být Egypt, kam cestovní kancelář vysílá lety do několika poddestinací – Marsa Alam, Taba, Marsa Matruh, Ain Soukhna a Hurghada. Nejširší nabídka destinací je přiřazena k odletům z Prahy. Druhým nejpočetnějším zastoupením je Brno, poté Ostrava, Bratislava a následují Pardubice, Karlovy Vary a Vídeň.

Dalším zapadajícím artiklem je kategorizace hotelů. Kategorie hotelů CK ČEDOK nemusí vždy odpovídat oficiální kategorii a jedná se o subjektivní názor cestovní kanceláře. Nutné je však podotknout, že z 95 % odpovídá oficiální kategorii. Tento fakt je z důvodu, že je těžké porovnávat luxusní 5 hvězdičkové hotely v Turecku, například s hotely v Albánii, či Bulharsku. Poslední volitelným artiklem vycházejícím z kostry zájezdu je stravování. Cestovní kancelář nabízí studia bez stravy, pobyty se snídaní, polopenzí, plnou penzí a také mezi Čechy oblíbený all inclusive koncept. Cestovní kancelář nabízí zájezdy do 5 kontinentů, více než 100 zemí a disponuje portfoliem přesahujícím 1500 hotelových kapacit.

6.3.2 Price (cena)

Cestovní kancelář již upustila od zveřejňování ceníků v rámci tištěných katalogů a všechny aktuální ceny jsou vždy k nalezení na webových stránkách www.cedok.cz. Tento fakt je pro cestovní kancelář velice výhodný a drží dynamické cenotvorby. Cena může být měněna na základě předčasných slev od hotelů, změnu kurzů, ceny ropy atd. Další motivací pro zákazníky jsou zvýhodněné dětské ceny, ceny v rámci first minute a další benefity, které se podílí na finální ceně, jako je parkování zdarma, cestovní pojištění zdarma, zvýhodněné ceny privátních transferů v destinaci, sleva na fakultativní výlety a podobně.

6.3.3 Place (distribuce)

Cestovní kancelář disponuje vlastní pobočkovou sítí. V současné době má Čedok 43 poboček v České republice a pracuje se na jejich rozšíření. V současné době dochází k budování poboček v Jindřichově Hradci, Chebu a Děčíně. Dále pak dochází k rozvoji pobočkové sítě na Slovensku, kam cestovní kancelář vstoupila v roce 2022 a plánuje zde během léta 2023 otevřít 6 poboček. Dále Čedok spolupracuje s více než 3000 provizními prodejci, kteří v celkově podílí na 40 % uskutečněných prodejů produktu cestovní kanceláře. Cestovní kancelář se snaží mít pobočky a provizní prodejce rovnoměrně rozloženy napříč Českou republikou. Dále dohlíží na to, aby byly systémově umístěny a aby pobočky nesousedily s provizními prodejci, což by podráždilo prodej přes vlastní kanály. Dále cestovní kancelář klade důraz na to, aby byly pobočky dobře dostupné pro klienty, ať už městskou hromadnou dopravou, tak vozem.

6.3.4 Promotion (Propagace)

Cestovní kancelář Čedok využívá nadlinkovou propagaci svých produktů. Neoslovuje tedy pouze jedince s určitým zaměřením, ale komunikuje k většímu počtu zákazníků. Využívá 2 % svého obrátu, který vrací do marketingových aktivit. Nejnákladnější propagací jsou televizní a rádiové spoty, která využívá v rámci podpory jednotlivých sezon. Nejedná se o spoty, které by běžely celoročně, ale jen v období potřeby podpory, jako je zahájení prodeje takzvané first minute slevy, Vánoce a last minutové kampaně. Celoroční propagace se soustřeďuje na web společnosti, kde využívá caruselových ploch a dalších možností umístění na webu. Další celoroční aktivitu soustřeďuje do sociálních sítí, především Instagramu, Facebooku a LinkedIn aplikaci. Spolupracuje také s online medií, jako je

seznam.cz, aktualně.cz a idnes.cz. Dále je možné spatřit propagaci v tištěných médiích, na billboardech, metru, tramvajích a dalších plochách k tomuto určeným.

Cestovní kancelář jako jedna z posledních také sází na tištěný katalog, který vychází jednou ročně a zahrnuje kompletní nabídku na budoucí sezonu. V rámci propagace díky katalogům, dokáže svůj produkt dostat i k těm nejmenším provizním prodejcům a je k dostání v celé republice v rámci všech prodejních míst.

6.4 PEST Analýza cestovní kanceláře

➤ Politické faktory:

Pro cestovní kancelář je přínosem, že podniká v České republice, jelikož se jedná o členu Evropské unie, a především Schengenského prostoru je možnost po tomto území cestovat bez hranic. Česká republika není součástí žádného válečného konfliktu, a to jí dodává příznivé podmínky pro rozvoj cestovního ruchu.

➤ Ekonomické faktory

Vysoká inflace v posledních letech zapříčiňuje zdražování zájezdů. Vliv inflace a konflikt na Ukrajině se negativně podepisuje na cenách zájezdu. Cestovní kancelář má zpracovanou doložku o zdražení ve všeobecných smluvních podmínkách, které jsou součástí cestovní smlouvy. Zákon však udává povinnost, nezměnitelnosti ceny 20 dní před zahájením pobytu. Veškeré navýšení ceny a nutnost doplatku zákazníkem, mu musí být sděleno písemně nejpozději 21 dní před plánovaným odjezdem, jinak nemá cestovní kancelář nárok na doplatek.

➤ Sociální faktory:

Rizikem jsou demografické změny obyvatel. Mladší lidé cestují takzvaně na „vlastní pěst“. Cestovní kancelář se zaměřila na tuto věkovou skupinu a snaží se inovovat své zájezdy doplňkovými službami, jako je Aktivita klub – klub, který je zaměřený na aktivní dovolenou v destinaci. V rámci poznávacích zájezdů zkouší nové projekty, které jsou zaměřeny na změny životního stylu.

➤ Technologické faktory

Cestovní kancelář využívá svůj rezervační systém a web k propagaci zájezdů. Všechny tyto aplikace jsou dostupné online. Z toho důvodu je nezbytnou součástí rezervace internet. Cestovní kancelář ČEDOK využívá nejmodernější technologie včetně vlastního rezervačního systému Resabee. Další technologickou inovací je aplikace ČEDOK, kterou si klienti mohou stáhnout ve svém mobilním marketu a je plně kompatibilní s Androidem a iOSem. Klienti si zde mohou prohlížet nabídky a také provést finální rezervaci. Další pro klientskou technologii je aplikace „můjcedok“ kde mohou klienti spravovat svou rezervaci, platby, modifikovat své ubytování stravu, dopravu a veškeré doplňkové služby.

6.5 Polostrukturovaný rozhovor s finančním ředitelem CK ČEDOK

Rozhovor proběhl s Ing. Tomášem Kosařem, který pracuje na pozici finančního ředitele společnosti Čedok a.s.

Na základě řízeného rozhovoru bylo zjištěno několik podstatných faktů. Cestovní kancelář díky své historii a značného know-how v oblasti cestovního ruchu, každoročně navyšuje a portfolio nabízených produktů. Pro letošní rok má v plánu zahájit lety z Českých Budějovic, což bude po Karlovarském letišti, kde zahájila odlety v roce 2022, šestým odletovým místem. Bylo zjištěno, že narůstá prodej přes webové stránky, přesto se však klienti rádi vracejí na kamenné pobočky, jejichž počet se rok od roku navyšuje. Plné znění rozhovoru je v příloze č. 3.

7 ZÁVĚR ANALYTICKÉ ČÁSTI PRÁCE

Z výše uvedených analýz lze konstatovat několik faktů, které odpovídají ve prospěch implementace nového dopravního projektu.

- Čedok je cestovní kancelář s více než 100letou historií, jedná se stabilní společnost, která každoročně navyšuje tržby a počet klientů.
- Čedok přichází každý rok s inovací svého produktového portfolia.
- Na základě projektu z roku 2021, kdy Čedok otevřel lety z regionálního letiště v Karlových Varech, lze konstatovat, že tyto projekty jsou vysoce profitabilní a oblíbené u klientů cestovní kanceláře. Obsazenost těchto létů přesáhla 98,5 % a bylo vyprodáno více než 62% kapacity v předprodejním období.
- Na základě analýzy současného stavu bylo zjištěno, že obyvatelé Jihočeského kraje mají nejdelsí vzdálenost mezi kraji, k letišti s mezinárodním veřejným provozem. Vzdálenost činí bez mála 170 km a jak bylo popsáno výše, cesta na letiště zahrnuje několik nástrah v podobě omezené dopravní situace.
- Analýza konkurence prokázala, že největší konkurenti cestovní kanceláře Čedok, se na regionální letiště nezaměřují.
- Řízeným rozhovorem bylo zjištěno, že cestující z Českých Budějovic mohou profitovat především z bezplatných služeb v rámci letiště, jako parkování, doprava zdarma a podobně.

Z výše uvedených poznatků lze konstatovat, že dopravní projekt, by mohl efektivně rozšířit portfolio produktů cestovní kanceláře. Cestovní kancelář Čedok by získala konkurenční výhodu a pomocí svého know-how z předchozích projektů a stoleté historií, by projekt měl být úspěšný.

8 NÁVRH PRODUKTU Z OBLASTI DOPRAVNÍCH SLUŽEB

Z výše uvedených důvodů a výsledků analýz, budu zpracovávat dopravní projekt, který zvýší konkurenceschopnost nabízených produktů cestovní kanceláře Čedok a také ulehčí cestování obyvatelům Jihočeského kraje. Letiště České Budějovice se zařadí do portfolia odletových míst pro klienty cestovní kanceláře Čedok.

8.1 Profil Letiště České Budějovice

Letiště České Budějovice prochází kompletní certifikací, aby plnilo kategorii číslo 4 a bylo schopno obsluhovat mezinárodní veřejné lety.

8.1.1 Historie Letiště České Budějovice

Letiště v Českých Budějovicích bylo vystaveno na základě nátlaku místní leteckých nadšenců, kteří využívali do této doby pouze volná pole v období po žních. Počátkem 30. let. byly vybrány pozemky v katastru obce Planá. Realizátorem bylo město České Budějovice, které stavbu letiště financovalo.

Již v roce 1935 byl vypracován projekt hangáru, s jehož výstavbou se začalo na počátku roku 1936. Finanční prostředky na hangár byly shromážděny veřejnou sbírkou. Částkou 20 000 korun dále přispělo Ministerstvo veřejných prací, Ministerstvo národní banky a firma bratří Petrášů dodala zdarma 2000 cihel. Souběžně se budovaly také další hangáry. Soukromý hangár nově vzniklého Aeroklubu České Budějovice a hangár Masarykovy letecké ligy, který měl kapacitu až 10 letadel. Mimo hangáry bylo vystaveno také několik kancelářských budov a také dílna s bytem mechanika.

Slavnostní kolaudace a otevření letiště se uskutečnila 13. 12. 1937. Již v roce 1938 byla na letiště převelena 2. průzkumná a lehká bombardovací perute leteckého pluku „TGM“ z Prahy a z tohoto titulu se stalo letiště vojenským. V době okupace bylo letiště hojně využíváno jednotkami Luftwaffe, které zde mělo zázemí pro vojáky, kteří procházeli válečným výcvikem.

V květnu 1945, letiště přechází opět pod české velení. Na letišti mělo zázemí několik vojenských pluků, ty se postupně stěhovaly do nově otevřeného letiště v Bechyni. Na letišti zůstal pouze 1. stíhací pluk, a to až do svého zrušení roku 1994. Vojenská letadla opouštěla letiště postupně tak, jak se měnila strategie obrany státu. S ukončením povinné vojenské služby a přechodem na profesionální armádu, už nebylo zapotřebí držet letiště pouze pod vojenským statutem. (Jakab, 2007)

V létě roku 1996 byla na letišti převelena 2. letka Vojenského technického letectva a PVO zvaná „stresová“. V květnu 1998 jsou z leteckého provozu vyřazena většina letounů MiG-23 ML, na jihočeském letišti zůstává pouze jeden exemplář. V letech 2000 – 2005 se letišti zaměřuje vedle opravárenské činnosti také na výsadky v Boleticích a výcvik osádek ostatních základen. Letišti nabízelo svou dráhu také několika významným návštěvníkům, jako byli prezidenti, vládní zmocněnci a podobně.

Opravárenská základna byla definitivně zrušena 31. 12. 2005 a stejným dnem byla také ukončena vojenská éra letectví v Českých Budějovicích. Vzniká společnost Jihočeské letišti České Budějovice.

V roce 2017 dochází ke stavbě nového terminálu, který byl finálně dokončen v roce 2019. Terminál disponuje veškerým standardem pro mezinárodní letišti. Letišti prošlo kompletní renovací a instalací nezbytných bezpečnostních prvků pro provoz mezinárodní letecké dopravy. Od 2. světové války nebylo žádné letišti v České republice v takovém rozsahu licencované. (zdopravy.cz ©2023)

Obrázek 10 Odletový terminál letišti České Budějovice



Zdroj: zdopravy.cz, jak se staví letišti 2021

Obrázek 11 Odletový terminál letiště České Budějovice



Zdroj: zdopravy.cz, jak se staví letiště 2021

8.1.2 Základní údaje o společnosti

- Datum zápisu do OR: 17. srpna 2005
- Obchodní firma: Jihočeské letiště České Budějovice a.s.
- IČO: 26093545
- DIČ: CZ26093545
- Sídlo: U Zimního stadionu 1952/2, 370 76 České Budějovice
- Základní kapitál: 2 000 000,- Kč (splaceno 100 %)

Předmět podnikání: Výroba, obchod na služby neuvedené v přílohách 1 až 3 živnostenského zákona, silniční motorová doprava – vnitrostátní příležitostná osobní, neveřejné mezinárodní letiště s vnější hranicí a veřejné vnitrostátní letiště, poskytování služeb při odbavovacím procesu na letišti české Budějovice. (Justice, ©2023)

8.1.3 Technické údaje letiště

Letiště České Budějovice obdrželo v lednu 2023 IATA kód (JCL) a je ve fázi certifikace pro veřejné mezinárodní lety, která by měla proběhnout v červnu 2023. V současné době letiště obhospodařuje veřejné vnitrostátní lety a neveřejné mezinárodní lety. Letiště mohou

využívat letadla kategorie 4 C s rozpětím křídel do 36 metrů. Tato kategorie letiště je certifikována pro letouny typu Boeing 737 a Airbus 320, jedná se o letadla se středně dlouhým doletem a kapacitou mezi 110–220 osob. Jedná se o majoritní zastoupení letounů společnosti Smart Wings, která je lídrem v poskytování charterových letů v České republice. Letiště disponuje odbavovacím terminálem, který je rozdělen na lety v rámci Schengenského prostoru a lety mimo tento prostor.

Kódové označení letiště:

- Přiblížení a přistání na dráhu RWY 09 a vzlet RWY 27 je povolen pro kategorie letadel 2 C.
- Přiblížení a přistání na dráhu RWY 27 a vzlet z dráhy RWY 09 je povolen pro kategorie letadel 4 C.
- THR RWY 27 trvale posunut o 300 m na západ

Povolený druh provozu:

- VFR den/noc
- V provozní době letiště je poskytována služba AFIS
- Kmitočtový kanál poskytování informací 135,930

Zeměpisné souřadnice vztažného bodu letiště a jeho umístění:

- 48° 56' 47" N, 14° 25' 39" E

Nadmořská výška letiště:

- 1417 ft / 432 m

Vzdálenost letiště od centra města České Budějovice je 6,5 km, bude se tedy jednat o mezinárodní regionální letiště s nejbližší dostupností centra města. Cestující mohou k dopravě na letiště využít městskou hromadnou dopravu, linku 19, která zajíždí do areálu letiště. Jízdenky lze zakoupit na autobusových zastávkách, předprodejních místech, řidiče anebo využít mobilní aplikace dopravního podniku. Další možností je využití vozu, který možné zaparkovat před budovou odletové haly. Cestující mohou také využít zónu „kiss and GO“, což je parkovací zóna přímo před terminálem letiště, která slouží k rychlému vyložení

zavazadel a výstupu/nástupu cestujících. Letiště je také schopno odbavit handicapované cestující, a to pomocí asistenční služby. (Letiště České Budějovice, ©2023)

Odbavení cestujících probíhá na odbavovacích přepážkách a je nutné dodržovat časové limity pro toto odbavení. Standardně se odbavení otevírá 2 hodiny před plánovaným odletem a uzavírá 45 minut před odletem letadla. Rodinám s dětmi se však vždy doporučuje, aby se dostavily k odbavení ihned po jeho otevření.

8.1.4 Současné možnosti regionálního letiště České Budějovice

V současné době nemá letiště potřebnou certifikaci k provozování mezinárodních charterových letů. Areál letiště prošel nákladnou opravou a modernizací, která se vyšplhala k 2 miliardám korun. K potřebné certifikaci je potřeba zřídit věž se stálou službou, která bude navádět velká dopravní letadla na přistání, pohybu na letišti a vzletu. To by se mělo v krátké budoucnosti změnit, jelikož bude následovat důležitý krok, který je nezbytný pro mezinárodní věřený provoz. Letiště České Budějovice bude prvním letištem s takzvaným REMOTE TOWER v naší zemi. Jedná se o systém, kdy jsou letadla naváděna na plochu ze vzdálené věže, která je v areálu jiného letiště. V tomto případě se bude jednat o letiště v Ostravě. Řídící letového provozu pak navádí letouny pomocí panoramatických monitorů, kam jim přenášejí živý obraz kamery. (Deník, ©2023)

Další nezbytnou věcí je odbavovací systém letiště. Jedná se o souhrn několika procesů, které pomáhají jak s využitím nákladového prostoru letadla, vytížení tak odbavení klientů až k přidělení jejich konkrétního místa v letadle. V současné době letiště tímto systémem nedisponuje a řeší se jeho implementace během jara 2023.

Cestovní kancelář ČEDOK si objednala 3 charterové rotace z letiště České Budějovice do destinací Antalya, Rhodos, Kréta. Tyto lety budou operovány na týdenní bázi. V rámci příprav se letiště testuje po kapacitní stránce. Tohoto testu se účastnili studenti střední odborné školy cestovního ruchu v Českých Budějovicích. Simulovali pasažéry, kteří se odbavovali do své dovolenkové destinace.

8.1.5 SWOT Analýza Jihočeského letiště České Budějovice a.s.

V rámci této analýzy se pokusím identifikovat a ohodnotit silné a slabé stránky letiště v Českých Budějovicích a také příležitosti a hrozby pro toto letiště. Vycházím z teoretické části mé práce.

Silné stránky:**➤ Geografická poloha letiště**

Výhodná lokace letiště v Českých Budějovicích dává dobrý základ pro budoucí rozvoj. V současné době je neblíže fungujícím letiště s mezinárodním veřejným provozem Letiště Václava Havla v Praze. Toto letiště je vzdálené necelých 170 km s dojezdovou vzdáleností 2,5 hodiny. Trasa však vede přes úsek hlavního tahu z Brna na Prahu – dálnici D1, která bývá často před hlavním městem zaplněná kamiony a je potřeba počítat se zdržením. Cestující z Českých Budějovic, Jindřichova Hradce, Krumlova a Prachatic a okolí, musí vyrážet zhruba 4 hodiny před plánovaným otevřením odbavovacích přepážek. To jim dovolenou značně komplikuje. Řešením bude otevření letů z Českých Budějovic.

➤ Nízké poplatky

Regionální letiště mají často parkování před odletovou halou zdarma, stejně tomu bude také pro odlety z Českých Budějovic, což ušetří cestujícím nemalé výdaje. Další úsporou budou ceny jídla na letišti a dalšího občerstvení.

➤ Orientace na letišti

Jelikož se jedná o menší letiště s regionálním provozem, je zde pouze jeden terminál. Lidé se nemusí bát dlouhých front a hledání své odletové brány.

➤ Silný management

Do pozice ředitele byl jmenovaný bývalý ředitel letiště v Bratislavě, který má spoustu zkušeností s vedením letiště. Letiště je majetkem Jihočeského kraje, což dodává stabilitu a finanční garance.

Slabé stránky:**➤ Historie veřejného mezinárodního letiště**

Letiště nedisponuje historií a zkušenostmi z provozu veřejného mezinárodního letiště. Rok 2023 bude pro toto letiště prvním milníkem v mezinárodním veřejném provozu.

➤ Absence pravidelných letů

Cestovní kancelář uzavřela smlouvu na 3 charterové lety v letní sezoně. Letiště zatím nemá žádnou pravidelnou linku a s ukončením sezony, skončí také provoz na letišti do další letní sezony 2024.

➤ **Absence investora do nákladní dopravy**

Regionální letiště využívají často kargo společnosti, které vidí výhodu v nižší poplatcích. V Českých Budějovicích se zatím nenašel investor, který by byl schopný nákladní lety obhospodařit a který by vystavil pro kargo dopravu důležité překladiště.

➤ **Image vojenského letiště.**

Letiště sloužilo do 20 let 19. století výhradě vojákům a získat punc osobního veřejného letiště s mezinárodní leteckou dopravou bude obtížné.

Příležitosti:

➤ **Evropské fondy**

V současné době je možné čerpat z fondů EU prostředky na rozvoj dopravní infrastruktury. Letiště potřebuje všechny kompletní certifikace, aby mohlo o prostředky požádat.

➤ **Cestovní ruch a obchod**

Jihočeský kraj nabízí spoustu atraktivních míst k navštívení a nejedná s pouze o Český Krumlov, Hlubkou či Třeboň. Díky dostupnosti Šumavy, Boubína, Lipna je zde nespočet možností pro trávení své dovolené. Otevření pravidelné linky by nalákalo zahraniční klientelu, která by se nemusela soustředit pouze na Prahu.

➤ **Soukromé lety**

Rozvoj soukromých letů je nedílnou součástí výdělků regionálních letišť, rozvojem těchto letů by docházelo k rozvoji celého letiště.

➤ **Prohlídky a exkurze**

Stejně jako Pražské letiště je možnost v Českých Budějovicích pořádat prohlídky útrob letiště, hasičskou techniku, runway, zavazadlové dopravníky a podobně.

Hrozby:

➤ **Finanční nebo epidemická krize**

Cestovní ruch je turbulentní odvětví, které má provázanost s ekonomickou situací země. Pokud lidé nebudou mít peníze, nebudou cestovat. Stejná hrozba pro letiště je, pokud by se opakoval rok 2020, kdy jsme nemohli z důvodu epidemiologické situace cestovat.

➤ **Životní prostředí**

Zvyšující se požadavky na ochranu životního prostředí stojí nemalé peníze všechny subjekty, které se podílí na znečišťování prostředí. Jakýkoli problém se životním prostředím kazí image letiště.

➤ **Teroristický útok**

Útoky 11. září paralyzovaly celou leteckou síť. Pokud by došlo k únosu letadla z Českých Budějovic, poukázalo by to na slabé zabezpečení tohoto letiště.

➤ **Záporný hospodářský výsledek**

Pokud se letiště nebude pohybovat v kladných číslech bude to znamenat obtíže při investicích, či následný bankrot.

8.2 Produktový útvar

V rámci produktového útvaru je nutné nastavit novou organizaci pro odletové letiště. V první řadě je nutné navýšení stávajícího produktu pro kapacitu z jihočeského letiště. Dle použité analýzy poptávky po regionálních letištích bylo zjištěno, že by Jihočeši nejvíce uvítali přímá spojení do Turecké Antalye, ostrov Rhodos a Kréta. Kapacita v rámci těchto destinací byla vytvořena pro jeden charter na každou destinaci. Výsledná kapacita je tedy 567 sedaček každý týden, které je potřeba zasmluvnit produktem v destinaci. Na každou z výše uvedených destinací přichází kapacita 189 míst, což je kapacita stroje B737-800, kterým disponuje výhradní dopravce cestovní kanceláře Čedok – Smart Wings. V rámci marketingového mixu, bylo zjištěno, že by dovolenou s odletem z Českých Budějovic nejvíce uvítaly rodiny s dětmi. Je tedy nutné nastavení sedačkové kapacity na objednávkovou kapacitu pokojů v destinaci. Expertním odhadem byl tento koeficient nastaven 2,5 u Turecka, 2,4 Kréty a 2,6 Rhodosu – sedačky na jednotku ubytování.

Tabulka 27 Expertní odhady koeficientu sedaček vs. hotelové pokoje

Destinace	IATA kód	Kapacita letadla	Expertní odhad koef.	Počet ubytovacích jednotek
Turecko	AYT	189	2,5	76
Kréta	HER	189	2,4	79
Rhodos	RHO	189	2,6	73

Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat z interních zdrojů cestovní kanceláře

Je tedy potřeba zasmluvnit garantované pokoje ve výši 76 u Turecka, 79 u Kréty a 73 u Rhodosu. Není však dáno, že všechny pokojové jednotky musí být garantované a tím pádem

předplaceny před zahájením sezony. U Turecka na základě expertního odhadu bude garantováno 80 % pokojů, což je v případě odletů z Českých Budějovic 61 pokojů a zbylých 15 pokojů bude v rámci nabízených allotmentů. Turecká riviéra disponuje vysokým počtem lůžek a není potřeba vždy spoléhat pouze na garantované pokoje. U Kréty a Rhodosu je situace jiná, jelikož se v těchto destinacích nelze spoléhat na volnou kapacitu allotmentových pokojů. Je vždy potřeba garantovat všechny pokoje pro pokrytí sedačkové kapacity. V opačném případě by se mohlo stát, že nám hotely po naplnění jejich vlastní kapacity zašlou cestovní kanceláři stop prodeje (STOP SALE) a ta nebude schopna pokrýt sedačkovou kapacitu produktem v destinaci.

Tabulka 28 Plán operace pro odlety z Českých Budějovic 2023

Carrier	Destination 2023	Route S2023	Day oper.	From	To	Season length (days)	Seats/RT flight	Weekly terms (7 nights)
QS	Turkey	JCL-AYT-JCL	3	02.08.2023	27.09.2023	56	189	8
QS	Greece	JCL-HER-JCL	7	13.08.2023	01.10.2023	49	190	7
QS	Greece	JCL-RHO-JCL	1	07.08.2023	02.10.2023	56	189	8

Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat z interních zdrojů cestovní kanceláře

Na základě zformování těchto předpokladů a technické přípravy projektu, je produktový manažer schopný přistoupit k realizaci a zahájení smluvní dokumentace a kalkulace.

8.3 Prodejní útvar

Před zahájením realizace projektu je potřeba posílit prodejní útvar. Vznikem nové kapacity bude kladen větší důraz na pobočky v dané oblasti. Cestovní kancelář v současné době disponuje v Jihočeském kraji třemi pobočkami. Největší prodej je realizován na pobočce v Českých Budějovicích, která disponuje obratem v roce 2022 přes 96 milionu korun. Pobočka **České Budějovice** je umístěna v obchodním domě v centru města. Otevírací doba pobočky je každý den od 9:00 do 21:00 hod. Na základě dohody s obchodním centrem bylo domluveno, že cestovní kancelář ČEDOK převezme prostor i vedlejší provozovny směnárny. Tento prostor byl dlouhodobě v pronájmu. Velikost prostoru směnárny je 9 m², což umožňuje rozšíření pobočky cestovní kanceláře od další obslužný pult. Touto změnou se podařilo navýšit kapacitu obsluhovaných zákazníků, ze dvou zaměstnanců na směně byla pobočka rozšířena na tři. Investiční náklady na renovaci pobočky dosáhly částky 176 311 korun. Režijní náklady se zvýší o 360 000 korun ročně.

Další pobočkou v Jihočeském kraji je pobočka v **Táboře**, jedná se o pobočku s jedním zaměstnancem a díky analýze sledování front, byla klasifikována jako dostačující. Tato pobočka je umístěna v samém centru města a nachází se na frekventované třídě, která prostupuje k centrálnímu náměstí. Otevírací doba této pobočky je od pondělí do pátku v čase 9:00 do 17:00 hod.

Poslední existujícím prodejním útvarem v Jihočeském kraji je pobočka v **Písku**, která se nachází přímo na hlavním náměstí města. Pobočka disponuje 2 obslužnými místy a stejným počtem zaměstnanců. Bylo analyzováno, že tento počet na základě poptávky je dostačující. Toto prodejní místo je otevřeno od pondělí do pátku v čase 9:00 – 17:00 hod.

V rámci rozšiřování prodejní sítě a důrazu na prodeje dovolenkových balíčků s odletem z Jihočeského kraje, byla zmapována poptávka v rámci měst tohoto kraje. Jako nejrelevantnější místo pro rozšíření pobočky vyšlo zjištění pro Domažlice, Jindřichův Hradec a Strakonice.

Po konzultaci s manažery prodejní sítě byla formována poptávka komerčních prostor v městě **Jindřichův Hradec**, kde bude otevřena nová pobočka 1. 5. 2023. Osloveným makléřům se podařilo nalézt prostory na hlavním náměstí v centru města. Cestovní kancelář bude mít pobočku v pronájmu. Náklad bez energií na tuto pobočku je 16 000 korun a bude disponovat jedním prodejním pultem a stejným počtem zaměstnanců. Celkové investiční náklady na rekonstrukci provozovny činí 114 000 korun.

Na pobočkách cestovní kanceláře Čedok se již nepoužívají žádné tištěné nabídky produktu, ale vše je soustředěno do online přenosu v rámci TV, které jsou umístěny ve výlohách poboček. V těchto TV bylo nově definováno okno pro nabídky s odlety z Českých Budějovic pro destinace Turecko, Kréta a Rhodos.

Dalším nezbytným požadavkem je navýšení počtu provizních prodejců, kteří pomohou optimalizovat svými prodeji lety z Českých Budějovic. Prodejní úsek navýšil počet provizních prodejců z počtu 341 na 382 s podmínkou nenavyšování prodejců ve městech, kde cestovní kancelář disponuje vlastní pobočkovou sítí. Především z toho důvodu, aby nedocházelo k odlivu klientů pobočkové sítě k provizním prodejcům a tím pak nutností vyplacení provize za prodané zájezdy externími partnery.

9 TECHNICKÁ REALIZACE PROJEKTU

Před zahájením prodeje je potřeba udělat několik úkonů, které jsou nezbytnou součástí, každého nového projektu cestovní kanceláře. Před započítáním kalkulace produktu, je potřeba uzavřít smlouvy se všemi dodavateli a externími partnery. Připravit kalkulační zásady, kterými se budou řídit jednotliví produktový manažeři.

9.1 Harmonogram projektu

Harmonogram projektu udává přesně dané termíny realizace jednotlivých úkolů. Rozhodnutí o přípravě je základním bodem pro začátek technické realizace projektu. Následuje plán destinací, produktového portfolia a letových rotací, na základě sestavení těchto procesů budeme schopni odhadnout délku realizace a termíny pro další následné procesy viz. tabulka níže

Tabulka 29 Harmonogram projektu

Harmonogram projektu	01.05.2022	01.06.2022	01.07.2022	01.08.2022	01.09.2022	01.10.2022	01.11.2022	01.12.2022	01.01.2023
ROZHODNUTÍ O PŘÍPRAVĚ	X								
PLÁNOVÁNÍ DESTINACÍ	X	X							
PLÁNOVÁNÍ PRODUKTOVÉHO PORFOLIA		X							
ROZŠÍŘENÍ DISTRIBUČNÍ SÍTĚ			X	X	X				
PLÁNOVÁNÍ LETOVÝCH ROTACÍ			X	X					
ZASMLUVNĚNÍ DODAVATELŮ			X	X					
KALKULACE				X					
POPIS JEDNOTLIVÝCH PRODUKTŮ				X					
MARKETINGOVÁ PŘÍPRAVA					X				
HODNOCENÍ RIZIK					X				
START PRODEJE						X			
HODNOCENÍ PŘEDPRODEJNÍCH VÝSLEDKŮ							X	X	X

Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat z interních zdrojů cestovní kanceláře

9.2 Plán letů z letiště České Budějovice

Předtím než bude možné zahájit lety z letiště v Českých Budějovicích, je potřeba usazení rotace do letového plánu. Cestovní kancelář Čedok bude disponovat pronájemem 4 letadel pro letní sezonu 2023. Tři z těchto letadel budou umístěna pro lety z Prahy a také nasazeny na rotace z Karlových Varů a Pardubic. Jedno letadlo bude umístěno v Brně a bude odtud obsluhovat klienty z Tuřan a Mošnova. Po pečlivém zkoumání bylo rozhodnuto, že se lety z Českých Budějovic vloží do letadel umístěných v Praze. Je to z důvodu toho, aby cestovní kancelář neplatila neobsazené přelety mezi Prahou a Českými Budějovicemi.

Pro úspěšnou realizaci je nutné popat rotaci do destinace ve stejný den, jako je operován z Prahy. V případě letů do Turecka byl zvolen historicky úspěšný den 5. – pátek. Letadlo bude rotováno následovně:

Tabulka 30 Rotace letadla D5

DAY OF OPERATION	ROTATION 1.				ROTATION 2.				ROTATION 3.			
5 - FRIDAY	PRG	AYT	AYT	JCL	JCL	AYT	AYT	PRG	PRG	BOJ	BOJ	PRG
LOCAL TIME SCHEDULE	3:55	7:55	8:55	10:55	11:55	15:55	16:55	18:55	19:55	21:55	22:55	23:55

Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat z interních zdrojů cestovní kanceláře

Letadlo ráno odletí v z letiště v Praze, kde je umístěno do Turecka, kde má plánovaný přilet v 07:55 hod. Letadlo se dotankuje vyčistí a po hodině odletí s klienty z Turecka do Českých Budějovic s přiletem v 10:55 hod. Do letadla nastoupí klienti, kteří vyráží z Jihočeského kraje na dovolenou do Turecka. Letadlo odletí v 11:55 hod zpět do Antalye. Po dotankování se letadlo vrací do Prahy s klienty, kteří svou dovolenou končí. Letadlo poté pokračuje ve svém plánu s letem do Bulharska. Jedná se o vloženou rotaci. Letadlo nebude nikdy začínat svou cestu v Českých Budějovicích, ale vždy v destinaci, která je pro klienty cílová.

Stejný systém rotací je nutný naplánovat také pro lety operované z Českých Budějovic na Krétu a Rhodos.

Tabulka 31 Rotace letadla D1, D3

DAY OF OPERATION	ROTATION 1.				ROTATION 2.				ROTATION 3.			
3 - WEDNESDAY	PRG	HER	HER	JCL	JCL	HER	HER	PRG	CFU	CFU	PRG	
LOCAL TIME SCHEDULE	3:55	7:55	8:55	10:55	11:55	15:55	16:55	18:55	21:55	22:55	23:55	
1 - MONDAY	PRG	CFU	CFU	PRG	PRG	RHO	RHO	JCL	RHO	RHO	PRG	
LOCAL TIME SCHEDULE	3:55	7:55	8:55	10:55	11:55	15:55	16:55	18:55	21:55	22:55	23:55	

Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat z interních zdrojů cestovní kanceláře

Dále je nutné všechny hotely popsat v redakčním systému, který je součástí interního kalkulačního systému společnosti Čedok. Tento systém díky kódům provádí kalkulace s jednotlivými hotely a ty se následně zobrazují na webu cestovní kanceláře.

9.3 Zaslavnění produktu a tvorba interních postupů

Po uzavření strategie počtu kontraktovaných pokojů je potřeba tyto pokoje zaslavnit. Pokoje se zaslavní v délce plánované operace. Smlouva obsahuje základní náležitosti mezi stranami, které smlouvu uzavírají. Počet kontraktovaných pokojů a jejich typů. Pro operaci letů do Turecka je nutné zaslavnit 76 garančních pokojů. Jak již bylo popsáno výše, jedná se o koeficient 2,5 sedačky na garanční pokoj. Tímto počtem bude zastřešeno 100%

seadačkové kapacity. Produktový manažer připraví kostru destinace, ze které bude zřetelné, které hotely budou kontraktovány pro lety z Českých Budějovic. Kostra zobrazuje všechny hotely dostupné v prodeji pro odlety z Českých Budějovic. Manažer strategicky rozdělí hotely, dle středisek a klasifikace hotelů tak, aby nabídka kapacit zaujala a byla atraktivní pro budoucí zákazníky. Klienti odlétající z Českých Budějovic budou schopni vybírat z 28 hotelů napříč destinací. Z toho 13 hotelů bude garančně zasmluvněno a není zde možné obdržet zastavení prodeje ze strany hotelu. Dalších 15 hotelů bude zasmluvněno na základě allotmentové smlouvy, která umožňuje hotelu při naplnění kapacity zastavit prodej.

Tabulka 32 Hotelová kostra – Turecká riviéra, odlety z Českých Budějovic

KLASIFIK.	TURECKÁ RIVÉRA	KEMER	LARA	BELEK	SIDE	ALANYE
5*	PHASILIS ROSE	5				
5*	SHERWOOD GREENWOOD	ALLOTMENT				
5*	BARUT KEMER	5				
4*	AMBASADOR	ALLOTMENT				
4*	KILIKIA BEACH	5				
5*	LIMAK LIMRA	ALLOTMENT				
5*	BARUT LARA		5			
5*	TITANIC LARA		5			
5*	ASKA LARA		5			
5*	ROYAL WINGS		ALLOTMENT			
5*	LIMAK LARA		5			
5*	LIMAK ATLANTIS			10		
5*	LIMAK ARCADIA			ALLOTMENT		
5*	TITANIC BELEK			ALLOTMENT		
5*	MARITIM BELEK PINE BEACH			5		
4*	PALOMA GRIDA				ALLOTMENT	
5*	TRENDY ASPENDOS				ALLOTMENT	
4*	TRENDY PALM BEACH				10	
4*	SIDE RAGA				ALLOTMENT	
4*	AKALIA CLUB				ALLOTMENT	
4*	SIDE AMOUR				ALLOTMENT	
5*	JADORE DELUXE				6	
5*	MERYAN					5
4*	PREMIER TAC					5
3*	KLEOPATRA BEACH					ALLOTMENT
3*	KLEOPATRA ROYAL PALM					ALLOTMENT
5*	MY HOME					ALLOTMENT
5*	KASTALIA CLUB					ALLOTMENT

Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat z interních zdrojů cestovní kanceláře

V rámci destinace Rhodos, která má omezený počet hotelových kapacit, je nutné dle výše uvedených informací zasmluvnit 73 garančních pokojů. Produktový manažer propojí odlety z Českých Budějovic s 16 hotely napříč destinací. Rhodos disponuje nízkým počtem 5* hotelů a operace je soustředěna především do 4* kapacit. V porovnání s Tureckem jsou resorty

menší a je zde nutné z důvodu vysoké poptávky uzavírat smlouvy garanční. Z celkového počtu 16 hotelů je uzavřena garanční smlouva s 12 hotely a 4 smlouvy jsou allotmentové.

Tabulka 33 hotelová kostra – Rhodos, odlety z Českých Budějovic

KLASIFIK.	RHODOS	IXIA	FALIRAKI	KOLYMBIA	LINDOS	LARDOS
5*	RODOS PALACE	5				
5*	ESPERIDES RESORT		10			
5*	MITSIS FALIRAKI		5			
4*	BLUE SEA RESORT		5			
4*	PEGASOS BEACH		5			
3*	RELAX			5		
4*	MYRINA BEACH			10		
3*	KOLYMBIA SUN			5		
3*	KOLYMBIA SKI			5		
4*	KOLYMBIA BEACH			ALLOTMENT		
4*	LINDOS WHITE				5	
4*	LINDOS ROYAL				5	
4*	LINDOS PRINCESS					8
5*	ANDRIANA PRINCESS					ALLOTMENT
5*	GENNADI GRAND					ALLOTMENT
5*	MAYA EXCLUSIVE					ALLOTMENT

Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat z interních zdrojů cestovní kanceláře

Poslední operovanou destinací s odlety z Českých Budějovic je řecký ostrov Kréta. Pro tuto destinaci je nutné garančně zasmluvnit 79 garančních pokojů. Kréta je největší ostrov v Řecku a je zde dlouhá historie cestovního ruchu, z toho důvodu není obtížné najít hotelové kapacity. Na ostrov Kréta lze létat na 2 mezinárodní letiště, Heraklion a Chania. Odlety z Českých Budějovic budou operovány do Heraklionu, proto je nutné propojit hotely v oblasti Heraklionu. Celkově bude nabízeno 21 hotelů, z tohoto počtu je uzavřena garanční smlouva se 14 hotely a se 7 hotely je spolupráce na základě allotmentu.

Tabulka 34 hotelová kostra – Kréta, odlety z Českých Budějovic

KLASIFIK.	KRÉTA	HERAKLION	MALIA	IERAPETRA	RETHYMNO	BALI
4*	ARINA BEACH	5				
5*	LYTTOS MARE	ALLOTMENT				
5*	CRETA MARIS	ALLOTMENT				
4*	KALIMERA KRITI		ALLOTMENT			
5*	IKAROS BEACH RESORT		ALLOTMENT			
4*	STAR BEACH VILLAGE		5			
4*	PALMERA BEACH		5			
5*	KAKKOS BEACH			10		
5*	KAKKOS BAY			ALLOTMENT		
5*	OSTRIA RESORT			ALLOTMENT		
4*	PETRA MARE			10		
5*	ANEMOS LUXURY				5	
4*	HYDRAMIS PALACE				5	
4*	LA MER RESORT				ALLOTMENT	
4*	MARE MONTE BEACH				10	
5*	PILOT BEACH				5	
4*	VANTARIS PALACE				5	
4*	CRETA STAR				3	
4*	MINOS MARE				5	
4*	BALI BEACH					3
3*	BALI STAR					3

Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat z interních zdrojů cestovní kanceláře

Smluvní vztah se Smart Wings je uzavřen smlouvou z roku 2021 na období 3 let. Na jednotlivé rotace se zasílá pouze dodatek, který vychází ze smluvních podmínek uzavřených ve smlouvě z roku 2021.

9.4 Kalkulace

Po zasmluvnění hotelové kapacity je nutné zadat náklady do kalkulačního souboru. Produktový manažer dodržuje kalkulační zásady, které jsou vydány vedením společnosti na následující sezonu. Tyto zásady pro odlety z Českých Budějovic obsahují následující:

➤ Kurz

Kurz je dán strategickým rozhodnutím firmy a je platný vždy pro definovaný katalog v záhlaví. Plánuje ho finanční oddělení. Finanční ředitel dále posílá vždy na konci měsíce kalkulační kurzy na další kalendářní měsíc pro účely individuálních kalkulací a kalkulací speciální nabídek.

Kurzové zadání kalkulací České Budějovice 2023

Tabulka 35 Kurzové zásady kalkulací JCL

MĚNA	LÉTO 2023
USD	23,0 CZK
EUR	26,0 CZK

Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat z interních zdrojů cestovní kanceláře

➤ **Ceny letenek, letištních tax a palivových příplatků**

Tato pravidla platí pro charterové lety se smluvní doložkou o palivovém příplatku, který je odvozen od výchozí ceny leteckého paliva **650 USD/MT**.

➤ **Riziko neobsazenosti**

Riziko neobsazenosti na charterových letech z Českých Budějovic je nastaveno na **10%**. Tento faktor je řízené riziko neobsazení všech míst a je nutné ho rozpočítat do nákladu na leteckou dopravu.

➤ **Sazby za odměny průvodců a delegátů**

Paušální nákladová položka nákladů na delegáta na osobu u pobytových zájezdů a zájezdů vlastní dopravou. Tento náklad se rozpočítává na osobu a v nákladu je zahrnuta mzda, ubytování, pronájem a jiné věci spojené s delegátskou činností. Pro odlety z Českých Budějovic bude kalkulován poplatek **270 Kč** na osobu.

➤ **Pojištění proti insolvenční a garanční fond**

Uvedená sazba je vždy na osoby a zahrnuje zákonné pojištění proti insolvenční v součtu s garančním fondem a vztahuje se na všechny typy zájezdů mimo zájezdy vlastní dopravou. Pro všechny klienty je stanoven na **150 Kč/osoba**.

➤ **Náklady na distribuci**

Náklady na distribuci jsou uváděny průměrem a zohledňují všechny distribuční kanály, tzn. náklady za prodej v pobočkové síti, online, call centra a prostřednictvím provizních prodejců, a je ve výši **8%**. Tento náklad je nutné vždy uvést do kalkulačních souborů a je neměnný pro všechny produktové řady.

➤ **Náklady na marketing**

Náklady na marketing a propagaci **2%**. Jedná se o náklady spojené s marketingem, katalogy, reklama, propagace daného produktu, náklady dětského klubu a jiné. Tento náklad je nutné vždy uvést do kalkulačních souborů a je neměnný pro všechny produktové řady.

➤ **DPH sazba**

MIMO EU nepočítáme DPH – zájezdy do Turecka nebudou obsahovat 21% DPH z plánované marže, u zemí v EU se musí vždy započítat **21% DPH z marže**.

Do kalkulačního souboru se zanesou data, která jsou popsána výše. V dalším kroku se zanesou hotelové náklady a náklady na leteckou dopravu.

Kalkulační soubor – interního systému cestovní kanceláře Čedok.

Obrázek 12 Výřez z kalkulačního systému cestovní kanceláře

EXCHANGE RATES		SALES		FLIGHT	
EUR	26,000	Agency commission		8,00%	
USD	23,000	Empty seats		10,00%	
MAD	-	Promotion cost		2,00%	
TND	-	Insurance and other costs		420	
THB	-				
-	-				
-	-				
-	-				
-	-				
-	-				
-	-				
-	-				
CZK	1,000				

CALCULATION TYPE	

Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat z interních zdrojů cestovní kanceláře

Marže je nastavena dle několika kritérií, oblast hotelu, počet garančních pokojů a období operace. Předprodej je tradičně nejsilnější v termínech letních prázdnin. Z toho důvodu se přidává nejvyšší maržová přírážka – 20%, ve zbytku odletových termínů se přírážka pohybuje v rozmezí 8 – 15%. Specifické jsou pak červencové a zářijové svátky, kdy se

kumuluje poptávka především z důvodu prodloužených víkendů a bez nutnosti vybírat více dní dovolené v zaměstnání.

Léto 2023 – přírážka marže k nákladu

Tabulka 36 plán marží cestovních balíčků 2023

květen	8%
červen	9%
červenec	20%
srpen	20%
září	15%
říjen	9%

Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat z interních zdrojů cestovní kanceláře

Další nutností je zadat do kalkulačního souboru slevy za předčasný nákup, které poskytují hotely jako zvýhodnění pro klienty, kteří nakupují v předstihu. Z toho vyplývá, že klient, který nakupuje v předstihu, má vždy nejlepší podmínky. Tyto slevy se pohybují v rozmezí 5 – 25 % z ceny ubytování. Finální ceny se vždy zaokrouhlují na devadesátky. Z toho důvodu se ceny zobrazují na webových stránkách ve znění, „již od 13990 Kč“.

9.5 Uvedení produktu do ostrého prodeje

Produktový ředitel schvaluje jednotlivé kalkulační soubory a popisky hotelů. Po finálním schválení následuje nahrání kalkulací do systému, které se do 12 hodin od nahrání propíší do testovací verze webu, kde lze zkontrolovat vizuál fotek, popisků a jednotlivé ceny hotelových nabídek. Po finálním schválení následuje transfer dat na ostrý web a rezervačního systému. Tímto krokem je možné odlety z Českých Budějovic rezervovat jak prostřednictvím webu koncovými zákazníky, tak prodejci a provizními prodejci v rezervačním systému Resabee.

9.6 Marketingová podpora

Marketingová podpora je nedílnou součástí spuštění nového projektu odletů z Českých Budějovic. V rámci propagace odletů z Českých Budějovic byl vyčleněn marketingový budget v částce 1 milion korun na propagaci tohoto nového odletového místa. Propagace byla rozdělena na interní a externí komunikaci.

9.6.1 Interní komunikace

Interní komunikace v rámci cestovní kanceláře je velice důležitá. Se spuštěním prodeje byl vydán interní newsletter, který vychází v pravidelném měsíčním cyklu. V rámci tohoto newsletteru bylo upozorněno na nové odletové letiště a také nabízené destinace. Destinace byly představeny jak po všeobecné, tak produktové stránce.

Pro podporu prodeje byla vyhlášena soutěž, která měla upozornit na toto letiště. Oddělení produktu dodalo zdarma balíček pro dvě osoby s odletem do Turecka. Prodejci byli informováni svým nadřízeným o podmínkách zařazení do soutěže. úkolem bylo prodat co nejvíce osob v období září – říjen 2022 s odletem z Českých Budějovic.

Dalším nástrojem interní komunikace jsou firemní video prezentace, které upozorňují na produktové informace a kladou důraz na jednotlivá letiště a garanční hotely v nabízených destinacích. Dříve se využívaly také interní letáky upozorňující zaměstnance na novinky. Tyto letáky byly zrušeny, jelikož se snaží cestovní kancelář minimalizovat jakékoli tisky. Poslední součástí interní komunikace je pravidelná konference zaměstnanců v zahraničí. Pro předprodej sezony 2023, proběhla v egyptské Tabě. V rámci této konference vyjíždí 180 zaměstnanců na týdenní soustředění, kde je připraven program, který pomáhá zvýšit podvědomí o nabízených službách cestovní kanceláře, především produktu. Druhý den pobytu v Tabě, následovala dvoudenní konference, kdy produktoví manažeři představovali destinace a produkty, které jsou v nabídce pro letní sezonu 2023. Tato konference probíhá v hotelových konferenčních sálech a součástí je doprovodný program. Další 2 dny konference soužili ke stmelování týmu, odpovědím na otázky, výletům a průzkumu hotelových kapacit v Tabě.

9.6.2 Externí komunikační kanály

V rámci externí komunikace se využívá několik kanálů. Prvním krokem se zahájením prodeje byla vydána tisková zpráva, která se zasílá novinářům a ČTK. Tyto kanály nám pomáhají s propagací a témata v cestovním ruchu jsou pro ně zajímavým materiálem pro čtenáře (viz. Příloha č.3)

Dalším komunikačním kanálem jsou webové stránky, kde lze využívat několik ploch. Hlavní použitou plochou byla sekce caruselů – kde bylo upozorněno na nové odletové letiště a destinace, které jsou z Českých Budějovic nabízeny. Po kliknutí na banner se otevře kompletní nabídka hotelových kapacit s odletem z tohoto letiště.

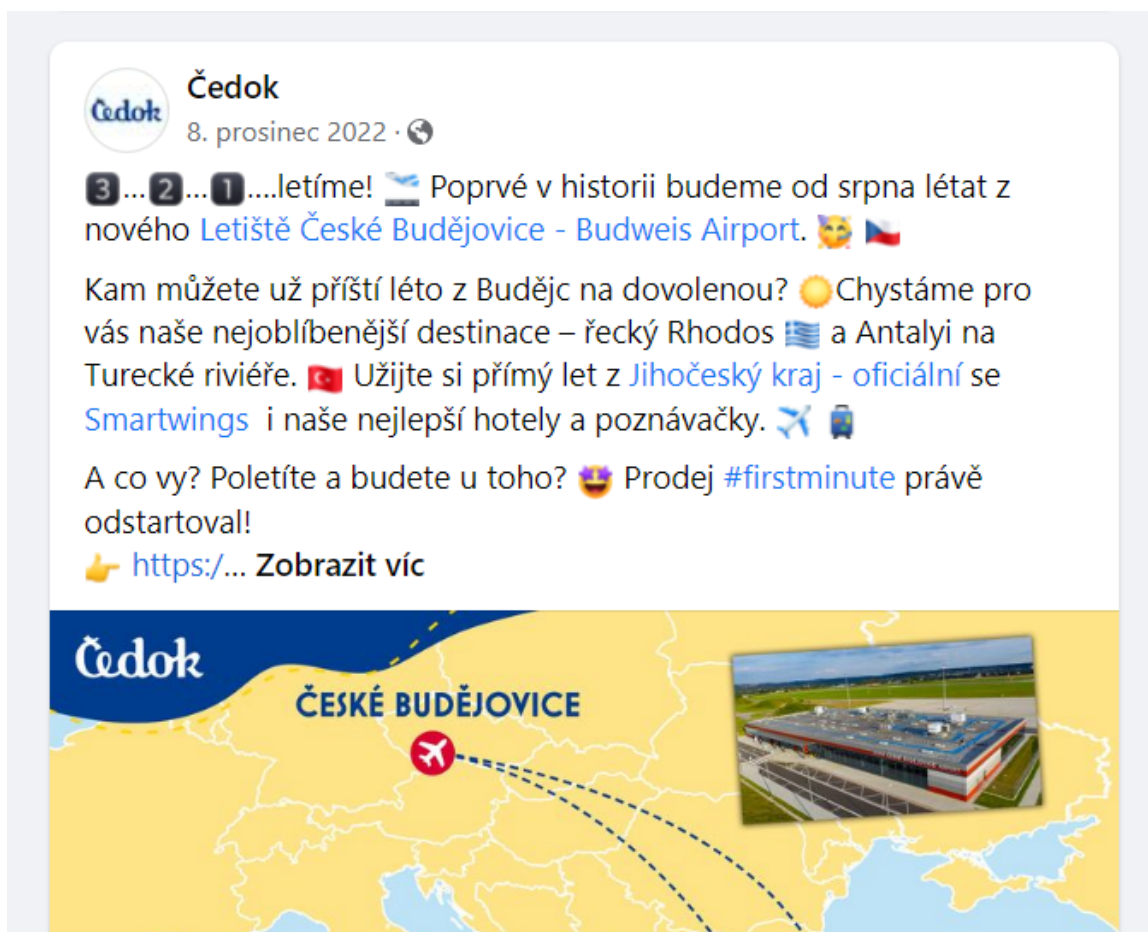
Obrázek 13 Propagační mapa odletů z Českých Budějovic



Zdroj: webové stránky cestovní kanceláře Čedok

Pro propagaci byly využity také placené kanály. Především příspěvky na sociálních mediích Facebooku a Instagramu cestovní kanceláře. Počet sledujících uživatelů je přes 80 000.

Obrázek 14 Výstřižek propagačního příspěvku k odletům z Českých Budějovic



Zdroj: Facebooková stránka cestovní kanceláře Čedok

Pro propagaci byly využity také externí plochy online medií seznam.cz, idnes.cz, kde byl využit proklikový vizuál, který propaguje odlety z Českých Budějovic do Antalye, Rhodosu a Kréty.

Obrázek 15 Carousel propagující odlety z Českých Budějovic



Zdroj: webové stránky cestovní kanceláře Čedok

V rámci týdenního newsletteru byl zaslán na 150 000 odběratelů samostatný email propagující odlety z Českých Budějovic

10 ZHODNOCENÍ PŘEDPRODEJNÍCH VÝSLEDKŮ A EFEKTIVNOST PROJEKTU

Projekt lze na základě předprodejních výsledků hodnotit jako velice úspěšný. Celková obsazenost kapacity z letiště České Budějovice činí 67,53% (2.4.2023), jedná se o nejvyšší obsazenost v porovnání s ostatními regionálními letišti. Ve stejný den byla obsazenost z letiště Brno na úrovni 51,23%, Ostravy 57,11%, Pardubic 49,84% a Karlových Varů 62,98%. Z tohoto lze soudit, že zájem o pobyty s odletem z Českých Budějovic je vysoký. Nejvyšší obsazenost je u letů na Rhodos – 79,63%. Celkově je prodáno 1204 osob z kapacity 1512 sedaček. Zbývá prodat 308 míst k 100% obsazenosti tohoto letu.

Tabulka 37 Obsazenost charteru JCL – RHO 2. 4. 2023

Month	Country	From	To	Flight	Date	Capacity	Booked	Occup.	Free
August	Řecko	JCL	RHO	TVS2332	07.08.2023	189	188	99,47 %	1
August	Řecko	JCL	RHO	TVS2332	14.08.2023	189	188	99,47 %	1
August	Řecko	JCL	RHO	TVS2332	21.08.2023	189	189	100,00 %	0
August	Řecko	JCL	RHO	TVS2332	28.08.2023	189	98	51,85 %	91
September	Řecko	JCL	RHO	TVS2332	04.09.2023	189	160	84,66 %	29
September	Řecko	JCL	RHO	TVS2332	11.09.2023	189	158	83,60 %	31
September	Řecko	JCL	RHO	TVS2332	18.09.2023	189	176	93,12 %	13
September	Řecko	JCL	RHO	TVS2332	25.09.2023	189	47	24,87 %	142
Total						1 512	1 204	79,63 %	308

Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat z interních zdrojů cestovní kanceláře.

Druhou nejlépe prodávanou destinací je Antalye s obsazeností 69,04% Celkově je prodáno 1171 osob z kapacity 1696 sedaček. Zbývá prodat 525 míst, aby byla obsazenost 100%

Tabulka 38 Obsazenost charteru JCL – AYT 2. 4. 2023

Month	Country	From	To	Flight	Date	Capacity	Booked	Occup.	Free
August	Turecko	JCL	AYT	TVS3824	02.08.2023	184	176	95,65 %	8
August	Turecko	JCL	AYT	TVS3824	09.08.2023	189	140	74,07 %	49
August	Turecko	JCL	AYT	TVS3824	16.08.2023	189	99	52,38 %	90
August	Turecko	JCL	AYT	TVS3824	23.08.2023	189	144	76,19 %	45
August	Turecko	JCL	AYT	TVS3824	30.08.2023	189	38	20,11 %	151
September	Turecko	JCL	AYT	TVS3824	06.09.2023	189	182	96,30 %	7
September	Turecko	JCL	AYT	TVS3824	13.09.2023	189	146	77,25 %	43
September	Turecko	JCL	AYT	TVS3824	20.09.2023	189	136	71,96 %	53
September	Turecko	JCL	AYT	TVS3824	27.09.2023	189	110	58,20 %	79
Total						1 696	1 171	69,04 %	525

Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat z interních zdrojů cestovní kanceláře

Poslední destinací nabízenou s odlety z Českých Budějovic je Kréta, která je obsazena z 51,78% z celkové kapacity 1323 sedaček je obsazeno 685 míst, zbývá tedy doprodat 638 míst k 100% obsazenosti tohoto charteru.

Tabulka 39 Obsazenost charteru JCL – HER 2. 4. 2023

Month	Country	From	To	Flight	Date	Capacity	Booked	Occup.	Free
August	Řecko	JCL	HER	TVS2283	13.08.2023	189	112	59,26 %	77
August	Řecko	JCL	HER	TVS2334	20.08.2023	189	52	27,51 %	137
August	Řecko	JCL	HER	TVS2334	27.08.2023	189	56	29,63 %	133
September	Řecko	JCL	HER	TVS2334	03.09.2023	189	129	68,25 %	60
September	Řecko	JCL	HER	TVS2334	10.09.2023	189	130	68,78 %	59
September	Řecko	JCL	HER	TVS2334	17.09.2023	189	149	78,84 %	40
September	Řecko	JCL	HER	TVS2334	24.09.2023	189	57	30,16 %	132
Total						1 323	685	51,78 %	638

Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat z interních zdrojů cestovní kanceláře

Celkový obrat, který připadá na toto odletové letiště je k 2. 4. 2023 částka 79 milionů korun, průměrná marže činí 17%, což v tuto chvíli generuje zisk 13 430 000 korun. Dle expertního odhadu se odhaduje po vyprodání všech dostupných míst obrat 93 milionů korun s průměrnou marží 15,7%, což odpovídá 14 601 000 korun (EBITDA).

11 ZHODNOCENÍ RIZIK PROJEKTU

Na základě poznatků z analytické části diplomové práce je zřejmé, že riziko může nastat s určitou pravděpodobností a má určitý dopad na komplexní dopravní projekt. V rámci analýzy rizik jsou využity jednotlivé poznatky z analytické části. Rizika jsou rozdělena dle pravděpodobnosti a průměru dopadu na celý projekt. Je nutné zdůraznit, že pravděpodobnost výskytu rizik a významnosti je dána individuálním pocitem a expertním odhadem.

Tabulka 40 hodnocení rizik dopravního projektu

RIZIKO	OZNAČENÍ	PRAVDĚPODOBNOST	DOPAD
ZMĚNA POŽADAVKU ZÁKAZNÍKA	R1	1,4	2,7
ZMĚNA POSTOJE DODAVATELE	R2	1,2	1,8
LEGISLATIVNÍ A CERTIFIKAČNÍ PROBLÉM	R3	2	4
PROJEKT NEDOSÁHNE ZISKU	R4	2	3,2
ODHAD NÁKLADU BUDE CHYBNÝ	R5	1,2	2,8
MARKETINGOVÉ AKTIVITY NEBUDOU SPRÁVNĚ CÍLENÉ	R6	2,3	1,2
STAGNACE POPTÁVKY	R7	2	2,4
NEDOSTATEČNÝ PLÁN DISTRIBUCE	R8	1,2	2
NEADEKVÁTNÍ VÝBĚR PRODUKTU	R9	1,7	1,7
CHYBNĚ PLÁNOVÁNÍ PROJEKTU	R10	1,3	2,8

Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat z interních zdrojů cestovní kanceláře.

Popis jednotlivých rizik projektu a jejich eliminace:

Změna požadavku zákazníka – klient může preferovat ve svém rozhodování jiné destinace, případně zvolit jiné odletové letiště z důvodu komfortnějšího cestování, lepších odletových časů. Toto riziko by zapříčinilo stagnaci doprodeje volných kapacit. Eliminace tohoto rizika lze provádět cenovou pobídkou a marketingovými aktivitami.

Změna postoje dodavatele – letecká společnost, případně hotel může změnit své stanovisko a rozvázat smlouvu. V tomto případě je nutné hledat alternativy, které nejsou obtížné v podobě hotelových kapacit. U leteckých společností je nutné hledat alternativního přepravce.

Legislativní a certifikační problém – může nastat v případě neuskutečnění plné certifikace letiště. To by pak nemohlo přijímat mezinárodní veřejné lety a projekt by nešel realizovat. Alternativou by mohl být let s mezipřistáním na jiném veřejném mezinárodním letišti. Let by byl operován jako vnitrostátní a po mezipřistání například v Karlových Varech by došlo k překnihování na let mezinárodní.

Projekt nedosáhne zisku – cestovní kancelář se soustředí na dlouhodobou strategii a přesto, že by první rok nebyl ziskový, je možnost pokračovat a první rok vyhodnotit jako řízené riziko. V dalších letech je nutné přenastavit procesy tak, aby se projekt přehoupl do černých čísel.

Odhad nákladu bude chybný – jelikož se kalkulace vytváří pomocí kalkulačního systému, je zde omezena chybovost produktového manažera. Pokud by došlo k chybě na vstupu nákladu do projektu, systém sám v rámci měsíčního analyzování dat chybu vyhodnotí a je nutné ji upravit.

Marketingové aktivity budou chybně cílené – marketingová komunikace může být špatně směřována k cílovému klientovi. Jedná se o riziko, které lze během časového prostoru v předprodeji změnit.

Stagnace poptávky – v případě stagnace poptávky, dané vnějšími vlivy je nutné zoptimalizovat kapacity tak, aby byl projekt konkurenceschopný a plně odpovídal poptávce na trhu.

Nedostatečný plán distribuce – v případě nízkého plánu distribučních míst, je nutné oslovit další provizní prodejce, kteří by prodávali balíčky z daného odletového letiště.

Neadekvátní výběr produktu – produktový manažer může chybně odhadnout typ nabízeného produktu, může se jednat o špatný výběr hotelových kapacit či destinací. Toto riziko lze eliminovat v průběhu předprodejů a nastavit nový produkt.

Chybné plánování projektu – toto riziko může celý projekt zpomalit a zahájení předprodeje v plánovaném termínu nemusí být dodrženo. V tomto případě lze projekt zastavit a odložit, případně zoptimalizovat kapacitu tak, aby se v daném období prodala.

ZÁVĚR

Tématem diplomové práce bylo představení cestovní kanceláře Čedok a Jihočeského letiště v Českých Budějovicích. V rámci analytické části práce jsem se snažil získat důkazy pro implementaci dopravního projektu. V rámci analýzy bylo zjištěno, že je projekt efektivní jak z ekonomického hlediska a konkurenční výhody pro cestovní kancelář, tak pro obyvatele Jihočeského kraje. Bylo zjištěno, že se obyvatelům tohoto kraje podstatně zjednoduší cestování. Letiště nabízí soustavu služeb, které plně konkurují jiným regionálním letišťům s mezinárodním provozem.

Pomocí analýzy konkurence bylo prokázáno, že cestovní kancelář Čedok bude jako jediná operovat lety z letiště v Českých Budějovicích a bude mít tak nejširší nabídku možností odkud letět. Obyvatelé Jihočeského kraje často využívali pro své cesty letiště v Rakousku, které byly časově lépe dostupná než odlety z Prahy, ale docházelo zde k nutnosti využívat cestovní kanceláře, které se nesespecializují na českou klientelu. Otevřením odletů z Českých Budějovic získal Čedok možnost obhospodařovat dovolenou pro více než 700 000 obyvatel tohoto kraje. V rámci implementace projektu byl kladen důraz na rozšíření distribuční sítě a tím byla splněna podmínka efektivního prodeje produktu z Jihočeského letiště. Dalším pilířem zahájení odletů z Českých Budějovic, byla marketingová podpora. V rámci marketingového mixu byly zanalyzovány všechny marketingové komunikační kanály a následně byly propojeny s komunikací ohledně nového odletového místa. Komunikace byla rozdělena na interní v rámci společnosti a také externí, která komunikovala tento projekt směrem ke koncovým klientům.

V produktové části, byly nastaveny koeficienty obsazenosti letadel a následný výběr hotelových kapacit v destinacích v Řecku a Turecku. Hotelové kapacity byly navázány, dle expertních odhadů a následně byla analyzována rizika.

V rámci výše popsaných faktů, mohu konstatovat, že práce splnila svůj cíl a smysl. Projekt lze na základě předprodejních výsledků hodnotit jako úspěšný. Celková obsazenost kapacity v průběhu předprodeje dosahuje 67,5 %. Což je s porovnáním s ostatními odletovými letišti nadprůměrné.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

BERÁNEK, Jaromír et al., 2013. Ekonomika cestovního ruchu. 1. vyd. Praha: Mag Consulting, 295 s. ISBN 978-80-8672

COOPER, Chris, 2012. Essentials of Tourism. 1st ed. Harlow: Pearson Education Limited, 363 s. ISBN 978-0-273-72438-4.

DVOŘÁČEK, Jiří., SLUNČÍK, Peter. Podnik a jeho okolí. Jak přežít v konkurenčním prostředí. Praha. C.H. Beck, 2012, 192 s. ISBN 978-80-247- 2690-8

FLETCHER, John. Tourism: principles and practice. 5. ed. Harlow: Pearson, 2013, 643 p. ISBN 978-0-273-75827-3.

FRANKE, Antonín et al, 2012. Zmírňování regionálních disparit prostřednictvím rozvoje cestovního ruchu. 1. vyd. Praha: Wolters Kluwer, 301 s. ISBN 978-80-251-2595- 3.

HAMARNEHOVÁ, Iveta, 2014. Mezinárodní cestovní ruch: vybrané kapitoly. 1. vyd. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 128 s. ISBN 978-80-7452-040-2.

HESKOVÁ, Marie, 2006. Cestovní ruch. Praha: Fortuna Praha, 223 s. ISBN 8071689483.

HESKOVÁ, Marie, 2006. Cestovní ruch: pro vyšší odborné školy a vysoké školy. 1. vyd. Praha: Fortuna, 224 s. ISBN 80-7168-948-3.

HOLEČEK, Milan, Peter MARIOT a Miroslav STRÍDA, 2005. Zeměpis cestovního ruchu: učebnice pro hotelové a jiné střední školy: příručka pro průvodce cestovního ruchu. 2. upr. a rozš. vyd. Praha: Nakladatelství České geografické společnosti, 131 s. ISBN 80-86034-64-X

HOLEŠINSKÁ, Andrea, 2012. Destinační management jako nástroj regionální politiky cestovního ruchu. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita, 151 s. ISBN 978-80-210- 5847-7.

INDROVÁ, Jarmila, 2009. Cestovní ruch: (základy). Vyd. 2., přeprac. V Praze: Oeconomica, 122 s. ISBN 978-80-245-1569-4.

JAKUBÍKOVÁ, Dagmar, Strategický marketing. Strategie a trendy. Praha GRADA Publishing a.s., 2008, 272 s. ISBN 978-80-247-2690-8.

KOTÍKOVÁ, Halina a Eva SCHWARTZHOFFOVÁ, 2008. Nové trendy v pořádání akcí a událostí (events) v cestovním ruchu. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR. ISBN 978-80-87147-05-4.

KOTÍKOVÁ, Halina a Eva SCHWARTZHOFFOVÁ. Cestovní ruch. 1. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2017, 154 s. ISBN 9788024451893.

KOZEL, Roman., MYNAŘOVÁ, Lenka., SVOBODOVÁ, Hana. Moderní metody a techniky marketingového výzkumu. Praha. GRADA Publishing a.s., 2011, 304 s. ISBN 978-80-247-3527-6.

KRÁLÍČEK, Miroslav., KRÁL, Petr. Marketingová komunikace. Praha GRADA Publishing, a.s. 2011, 224 s. ISBN 978-80247-3541-2

KRAUS, Václav, *Model rozvoje regionálního letiště*. Diplomová práce na FSI VUT Brno, 2001. Vedoucí diplomové práce Ing. Drahošlav Kolář.

KULČÁK, Lukáš, *Air Traffic Management*. Uspořádání letového provozu. Brno: CERM, 2002, 314s. ISBN 80-720-4229-7.

LINDEROVÁ, Ivica, 2013. Cestovní ruch: Základy a právní úprava. 1. vyd. Jihlava: Vysoká škola polytechnická Jihlava, 265 s. ISBN 978-80-87035-82-5.

MALÁ, Vlasta, 1999. Cestovní ruch: (vybrané kapitoly). Praha: Vysoká škola ekonomická, 83 s. ISBN 8070794437.

MULAČOVÁ, Dana., MULAČ, Petr. Obchodní podnikání ve 21.století. GRADA Publishing, a.s., 2013, 520 s. ISBN 978-80-247-8639-4.

NEJDL, Karel, 2011. Management destinace cestovního ruchu. Praha: Wolters Kluwer ČR, 204 s. ISBN 978-80-7357-673-8.

ORIEŠKA, Ján, *Technika služeb cestovního ruchu*, 2. vydání, IDEA SERVIS, Praha 1994, ISBN 1866-OB-94.

PALATKOVÁ, Monika a Jitka ZICHOVÁ, 2014. *Ekonomika turismu: turismus České republiky*. 2., aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada, 264 s. ISBN 978-80-247-3643-3.

PETRŮ, Zdenka, 2007. *Základy ekonomiky cestovního ruchu*. 2., upr. vyd. Praha: Idea servis, 124 s. ISBN 978-80-85970-55-5.

RYGLOVÁ, Kateřina, 2009. *Cestovní ruch: soubor studijních materiálů*. Vyd. 3., rozš. Ostrava: Key Publishing, Management (Key Publishing). ISBN 978-80-7418-028-6.

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

SYROVÁTKOVÁ, Jaroslava, 2013. Specifické formy cestovního ruchu. 1. vyd. Liberec: Technická univerzita v Liberci, 84 s. ISBN 978-80-7372-927-1.

ŠAUER, Martin, VYSTOUPIL, Jiří, HOLEŠINSKÁ, Andrea, 2015. Cestovní ruch. Učební text. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita, s. 477.

TITTELBACHOVÁ, Šárka, 2011. Turismus a veřejná správa: průniky, dysfunkce, problémy, šance: státní politika turismu České republiky: systémový přístup k řešení problémů. 1.vyd. Praha: Grada, 196 s. ISBN 978-80-247-3842-0.

VYSTOUPIL, Jiří a Martin ŠAUER, 2011. Geografie cestovního ruchu České republiky. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, 318 s. ISBN 978-80-7380-340-7.

VYSTOUPIL, Jiří. Atlas cestovního ruchu České republiky. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2006. ISBN 80-239-7256-1.

WAHLA, Arnošt, 2011. Obecná geografie cestovního ruchu. 2. nezměn. vyd. Brno: Mendelova univerzita, 103 s. ISBN 978-80-7375-497-6.

ZELENKA, Josef a Martina PÁSKOVÁ, 2012. Výkladový slovník cestovního ruchu. Kompletně přeprac. a dopl. 2. vyd. Praha: Linde Praha, 768 s. ISBN 978-80-7201-880-2.

ŽEMLIČKA Zdeněk a Jaroslav MYNAŘÍK, 2008. Doprava a přeprava. Praha: Nadatur. ISBN 80-7270-030-8.

INTERNETOVÉ ZDROJE

HOLUBOVÁ-ADVOKÁTI. [online]. © 2019 [cit. 2019-02-07]. Dostupné z: <https://holubova.cz/en/>

CZECHTOURISM. O CzechTourism. Základní informace [online]. © 2005-2017 [cit. 2019-02-07]. Dostupné z: <https://www.czechtourism.cz/o-czechtourism/zakladni-informace/>

MINISTERSTVO PRO MÍSTNÍ ROZVOJ ČR. Ministerstvo. Cestovní ruch [online]. © 2019a [cit. 2019-02-07]. Dostupné z: <https://www.mmr.cz/cs/Ministerstvo/Cestovni-ruch>

MINISTERSTVO DOPRAVY ČR. *Výroční zpráva 2020*, [online] 2020 [cit. 2020. 02. 02]. Dostupné na WWW: <http://www.mdcr.cz/cs/Statistika+dopravy/>

SMART WINGS. *Letový řád 2023*, [online] Dostupné z: <https://www.smartwings.com/letovy-rad>

LETIŠTĚ BRNO, *Statistiky 2022*, [online] 2022 [cit. 2023. 11. 02]. Dostupné na WWW: <https://www.brno-airport.cz/letiste/statistiky/>

LETIŠTĚ KARLOVY VARY, *Statistika výkonu 2022* [online] 2023 [cit. 2023. 06. 01]. Dostupné na WWW: <https://www.airport-k-vary.cz/cs/statistika-vykonu>

LETIŠTĚ OSTRAVA, *Výroční zpráva 2021*, [online] 2022. Dostupné na WWW: <https://www.airport-ostrava.cz/vyrocní-zpravy>

AIRWAYS, *Pardubické letiště* [online] 2022, Dostupné na WWW: <https://www.airways.cz/zprava/pardubicke-letiste-odbavilo-v-prvnim-pololetí-necelych-25-tisic-cestujících/>

ZDOPRAVY, *Z Pardubice se bude do Alicante létat celoročně* [online] 2022, Dostupné na WWW: <https://zdopravy.cz/z-pardubice-se-bude-do-alicante-letat-celoročne-137789/>

LETIŠTĚ PARDUBICE, *O letišti* [online] 2019, Dostupné na WWW: <https://www.airport-pardubice.cz/>

MINISTERSTVO PRO MÍSTNÍ ROZVOJ ČR. *Národní dotace. Cestovní ruch. Národní program podpory cestovního ruchu v regionech 2016-2020* [online]. © 2019c [cit. 2019-02-09]. Dostupné z: <https://www.mmr.cz/cs/Narodni-dotace/Cestovni-ruch/Narodni-programpodpory-cestovniho-ruchu-v-regione>

ČEDOK, *historie* [online] 2019, Dostupné na WWW: <https://www.cedok.cz/cedok/historie/>

ČEDOK, *výroční zpráva* [online] 2022, Dostupné na WWW <https://www.cedok.cz/informace-pro-akcionare/>

BLUE STYLE, *vyhledávání zájezdů* [online] 2023, Dostupné na WWW [Výsledky vyhledávání • CK Blue Style \(blue-style.cz\)](#)

ALEXANDRIA, *vyhledávání zájezdů zájezdů* [online] 2023, Dostupné na WWW https://www.alexandria.cz/dovolena?utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_campaign=cpc_Leto_2023

FISCHER, *vyhledávání zájezdů* [online] 2023, Dostupné na WWW <https://www.fischer.cz/leto>

EXIMTOURS, *vyhledávání zájezdů* [online] 2023, Dostupné na WWW <https://www.eximtours.cz/first-minute/leto>

ESO TRAVEL, *vyhledávání zájezdů*, [online] 2023, Dostupné na WWW <https://www.esotravel.cz/poznavaci/>

CK POZNÁNÍ, *vyhledávání zájezdů*, [online] 2023, Dostupné na WWW <https://www.poznani.cz/zajezdy/dovolena-v-exotice/>

HALPERN, N. & BRATHEN, S. *Impact of airports on regional accessibility and social development* [Online]. Journal of Transport Geography, 2011. Retrieved from Dostupné na WWW <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0966692310001882>

LETIŠTĚ KARLOVY VARY, *Statistika výkonů. International Airport Karlovy Vary* [online]. [cit. 2019-05-06]. Dostupné z <https://www.airport-k-vary.cz/cs/statistika-vykonu/>

ZDOPRAVY, *Jak se staví letiště v Budějovicích* [online]. 2021. Dostupné na WWW <https://zdopravy.cz/obrazem-jak-se-stavi-letiste-v-budejovicich-dokoncuji-novy-terminal-25624/>

DENÍK.CZ, *vzdálená věž letiště České Budějovice* [online]. 2022. Dostupné na WWW <https://www.denik.cz/ekonomika/letiste-ceske-budejovice-plana-vzdalena-vez.html>

LETIŠTĚ OSTRAVA. *Letecké společnosti. Leoš Janáček Ostrava Airport* [online]. [cit. 2019-03-26]. Dostupné z: <http://www.airport-ostrava.cz/cz/page-letecke-spolecnosti/>

SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK

UNWTO	Světová organizace cestovního ruchu
IATA	Asociace sdružující letecké dopravce
ČSU	Český statistický úřad
AYT	Identifikační kód letiště v Antalyi
JCL	Identifikační kód letiště v Českých Budějovicích
BRQ	Identifikační kód letiště v Brně
KLV	Identifikační kód letiště v Karlových Varech
PRG	Identifikační kód letiště v Praze
OSR	Identifikační kód letiště v Ostravě
PED	Identifikační kód letiště v Pardubicích
a.s.	Akciová společnost
s.r.o.	Společnost s ručením omezeným
MMR	Ministerstvo pro místní rozvoj
MDR	Ministerstvo dopravy

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obrázek 1 SWOT ANALÝZA	37
Obrázek 2 Warnerovo sociální členění	39
Obrázek 3 Historie Čedoku.....	43
Obrázek 4 Organizační struktura společnosti Čedok a.s.	44
Obrázek 5 produktové řady.....	45
Obrázek 6 souhrn roku 2022, Čedok	46
Obrázek 7 Plánované letecké charterové destinace v sezoně 2023-2024.....	49
Obrázek 8 Plánované letecké charterové destinace v sezoně 2023-2024 ze Slovenska	49
Obrázek 9 Demografie cílená na destinační deatail.....	51
Obrázek 11Výřez z kalkulačního systému cestovní kanceláře	84
Obrázek 12 Propagační mapa odletů z Českých Budějovic	87
Obrázek 13 Výstřižek propagačního příspěvků k odletům z Českých Budějovic.....	88
Obrázek 14 Carusel propagující odlety z Českých Budějovic	88

SEZNAM TABULEK

Tabulka 1 Kategorizace stravovacích zařízení	17
Tabulka 2 Typologie cestovního ruchu	19
Tabulka 3 Počet osob v rámci výjezdového cestovního ruchu	24
Tabulka 4 Počet odbavených cestujících Letiště Václava Havla	28
Tabulka 5 Počet odbavených cestujících z Letiště Brno Tuřany	29
Tabulka 6 Přehled pravidelných linek operovaných z letiště Brno Tuřany	29
Tabulka 7 Přehled charterových linek operovaných z letiště Brno Tuřany	30
Tabulka 8 Počet odbavených cestujících z letiště Leoše Janáčka v Ostravě	30
Tabulka 9 Přehled pravidelných leteckých linek z letiště Leoše Janáčka v Ostravě	31
Tabulka 10 Přehled charterových linek operovaných z letiště Leoše Janáčka v Ostravě	31
Tabulka 11 Počet odbavených cestujících z Letiště Pardubice	32
Tabulka 12 Přehled pravidelných linek operovaných z letiště J. Kašpara v Pardubicích	32
Tabulka 13 Přehled charterových letů operovaných z letiště Jana Kašpara v Pardubicích	33
Tabulka 14 Počet odbavených cestujících z letiště Karlovy Vary	33
Tabulka 15 Přehled charterových letů operovaných z letiště Karlovy Vary	34
Tabulka 16 Počet odbavených klientů	50
Tabulka 17 Demografie klientů cestovní kanceláře	51
Tabulka 18 Přehled předprodejních výsledků rotace KLV -AYT	53
Tabulka 19 celková obsazenost charteru TVS4362 KLV – AYT v sezoně 2022	54
Tabulka 20 Vzdálenosti nejbližších letišť včetně detailu Jihočeského kraje	55
Tabulka 21 Analýza CK BLUE STYLE	59
Tabulka 22 Analýza CK FISCHER	60
Tabulka 23 Analýza CK EXIM TOURS	60
Tabulka 24 Analýza CK ALEXANDRIA	61
Tabulka 25 Analýza CK ESO TRAVEL	62
Tabulka 26 Analýza CK POZNÁNÍ	62
Tabulka 27 Expertní odhady koeficientu sedaček vs. hotelové pokoje	75
Tabulka 28 Plán operace pro odlety z Českých Budějovic 2023	76
Tabulka 31 Harmonogram projektu	78
Tabulka 32 Rotace letadla D5	79
Tabulka 33 Rotace letadla D1, D3	79
Tabulka 34 Hotelová kostra – Turecká riviéra, odlety z Českých Budějovic	80
Tabulka 35 hotelová kostra – Rhodos, odlety z Českých Budějovic	81
Tabulka 36 hotelová kostra – Kréta, odlety z Českých Budějovic	82

Tabulka 37 Kurzové zásady kalkulací JCL	83
Tabulka 38 plán marží cestovních balíčků 2023	85
Tabulka 39 Obsazenost charteru JCL – RHO 2. 4. 2023.....	89
Tabulka 40 Obsazenost charteru JCL – AYT 2. 4. 2023	89
Tabulka 41 Obsazenost charteru JCL – HER 2. 4. 2023	90
Tabulka 42 hodnocení rizik dopravního projektu.....	91

SEZNAM PŘÍLOH

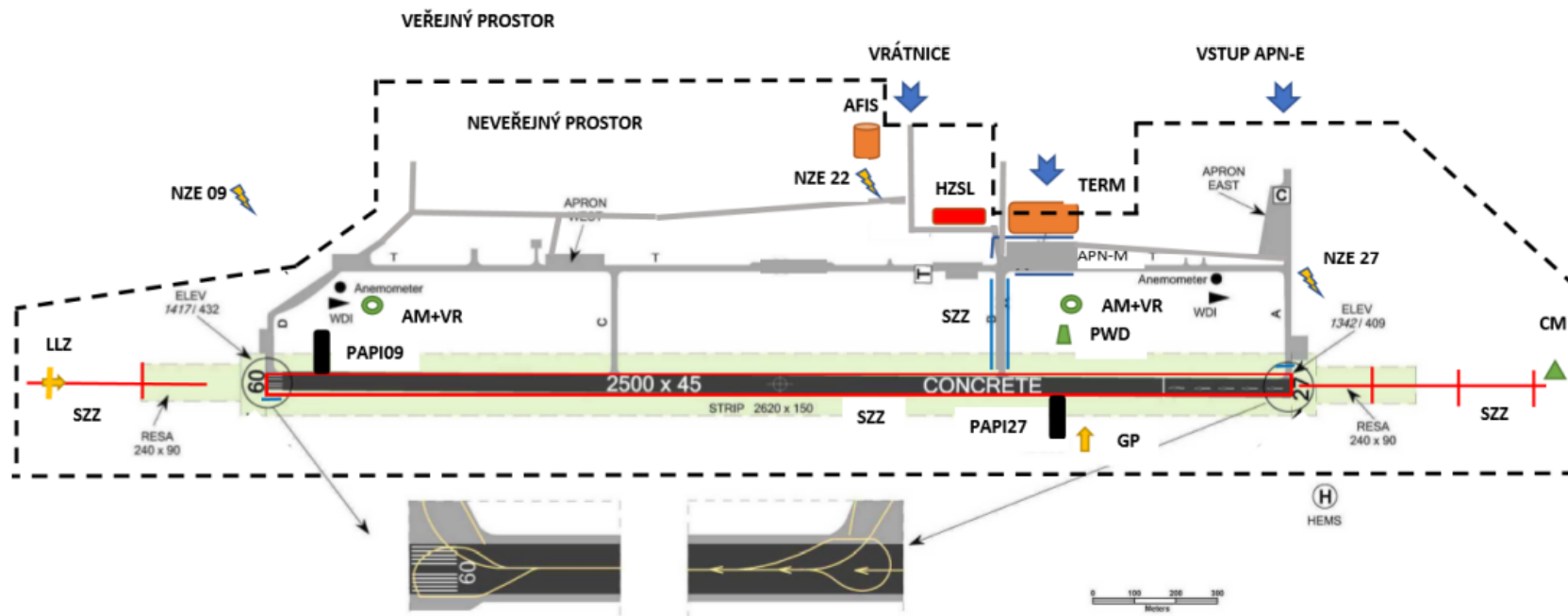
Příloha 1. Mapový podklad jihočeského letiště České Budějovice

Příloha 2. Tisková zpráva cestovní kanceláře Čedok a.s.

Příloha 3. Polostrukturovaný rozhovor

PŘÍLOHA 1. MAPOVÝ PODKLAD JIHOČESKÉHO LETIŠTĚ ČESKÉ BUDĚJOVICE

MAPOVÝ PODKLAD LETIŠTĚ S UMÍSTĚNÍM LPZ



PŘÍLOHA 2. TISKOVÁ ZPRÁVA CK ČEDOK



TISKOVÁ ZPRÁVA

První destinace pro Letiště České Budějovice jsou v prodeji, Čedok bude od srpna 2023 létat na Rhodos, Krétu a do turecké Antalye

Praha, 8. září 2022

Českobudějovické letiště vstupuje na scénu a obyvatelé Jihočeského kraje a okolí tak mohou už během příštího léta odletět přímo z Českých Budějovic na dovolenou do Řecka a Turecka. Jako první na českém trhu Čedok připravil zájezdy do dvou nejoblíbenějších prázdninových destinací, které odstartují už od začátku srpna 2023. V nabídce se objeví nejprodávanější a nejoblíbenější hotely na řeckém ostrově Rhodos a na Turecké riviéře, nejčastěji čtyřhvězdičkové a pěťhvězdičkové resorty s programem all inclusive. Charterové lety z Plané bude jako první dopravce zajišťovat letecká společnost Smartwings letadly typu Boeing 737. Kromě zájezdů k moři si mohou cestovatelé vybrat i z několika poznávacích zájezdů. Letiště v Českých Budějovicích tak splní potřebné požadavky pro pravidelný civilní letecký provoz a nově získá u mezinárodní organizace IATA kód letiště JCL. Zájezdy v rámci first minute předprodejů za nejnižší ceny spustí Čedok od čtvrtka 8. prosince 2022.

„Historicky první odlety z Českých Budějovic odstartujeme již příští rok a od začátku srpna budeme poprvé v historii létat z českobudějovického letiště na řecký Rhodos a na Tureckou riviéru. Nově nabídneme obyvatelům Jihočeského kraje a širší spádové oblasti odlety na dovolenou do dvou populárních letních destinací, které mohou rezervovat v předprodejích už od tohoto týdne. Čedok tak jako jediná cestovní kancelář na trhu bude během následující sezóny provozovat charterové lety ze všech českých regionálních letišť,“ oznámil Miroslav Kubáč, produktový ředitel Čedoku.

„Jsem rád, že můžu konečně po dlouhých letech, kdy se na letišti v Českých Budějovicích nic nedělo, říct: „tak letíme“! Spolu s Úřadem pro civilní letectví a Řízením letového provozu jsme poslední měsíce pracovali na tom, aby se letiště podařilo rozlétat. Chci všem poděkovat za přístup, protože bez koordinace všech těchto partnerů a jejich podpory bychom to nezvládli. Díky tomu jsme mohli zahájit spolupráci s cestovní kanceláří Čedok a ta již přinesla výsledky. Jihočeši tak budou už za nějakých osm měsíců létat z Českých Budějovic na dovolenou do Řecka a Turecka. Fakt, že Čedok již spustil prodej zájezdů, je pro všechny Jihočechy po všech těch letech klíčové sdělení,“ uvedl Martin Kuba, hejtman Jihočeského kraje.

Na populární řecký ostrov Rhodos a do turecké Antalye budou cestující létat v rámci letní sezóny od začátku srpna až do konce září na palubách letecké společnosti Smartwings. Největší tuzemský dopravce na chartery z Jihočeského kraje nasadí letadla typu Boeing 737 až pro 189 cestujících v ekonomické třídě. Do Antalye poletí klienti Čedoku z Českých Budějovic každý pátek od 4. srpna 2023, na Rhodos každé pondělí od 7. srpna 2023.

„Těší nás, že Smartwings budou prvním leteckým dopravcem, který ve spolupráci s Čedokem nabídne z letiště v Plané u Českých Budějovic přímá letecká spojení do oblíbených dovolenkových destinací v Turecku a Řecku již v příští letní sezóně. Věříme, že do budoucna počet letů i destinací, kam budou naše letadla z jihu Čech směřovat, ještě vzroste. Jihočeské letiště se tak stane již šestým českým letišťem, odkud budeme provozovat naše lety,“ doplnil Petr Šujan, obchodní ředitel Smartwings.

Kompletní nabídka zájezdů s odlety z Českých Budějovic je již v prodeji na webových stránkách www.cedok.cz, na infolince, pobočkách Čedoku po celé ČR nebo v široké síti provizních prodejců.

Kontakt pro média:

Kateřina Pavlíková
Tisková mluvčí Čedoku
Tel.: +420 731 688 674
E-mail: katerina.pavlikova@cedok.cz
www.cedok.cz

Příloha 3. Polostrukturovaný rozhovor

Rozhovor proběhl s Ing. Tomášem Kosařem, který pracuje na pozici finančního ředitele společnosti Čedok a.s.

MK = Miroslav Kubáč

TK = Tomáš Kosař

MK = Kdo je dnes typickým klientem Čedoku?

TK = U zájezdů k moři jsou to rodiny s dětmi, u exotiky nebo poznávacích pobytů hlavně páry. Česko v tomto ohledu úplně vybočuje z trendů, protože do tuzemských hotelů s námi jezdí hlavně prarodiče se svými vnoučaty.

MK = V letošním roce začíná Čedok létat i z Českých Budějovic, nedávno jsme zde přidali novou destinaci a prodloužili plánovanou sezonu. Jak se k operaci z Českých Budějovic stavíš?

TK = Přesně tak, je to z důvodu vysokého zájmu a já sem z pohledu čísel velice rád, že se snažíme expandovat právě z letiště v Českých Budějovicích. Snažíme se jít do projektů, na které konkurence nemá odvalu. A to jak u destinací, což je příklad severoegyptské Marsy Matrouh, kterou jsme otevřeli loni, tak u odletů z regionálních letišť. Dlouhodobě jsme se soustředili na letiště v Brně a Ostravě, v roce 2021 jsme přidali letiště Karlovy Vary a Pardubice. Budějovice jsou v rámci strategie určitě dobrý krok.

Hlad v regionech je – a je i příkladem toho, jak využíváme know-how Poláků, kde se létá pomalu z každého regionálního letiště a funguje to. Příkladem jsou i Karlovy Vary nebo právě České Budějovice, kde budeme první, a kde jsou teď na pobočkách dokonce fronty.

Navíc letiště v Budějovicích disponuje novým moderním terminálem, klienti zde budou profitovat ze služeb, které jinde nenaleznou – parkování zdarma, odlety bez front atp.

MK = Budějovice budou úplnou novinkou v produktovém portfoliu, jak jste na tuto novinku přišli?

TK = Tato otázka by měla směřovat spíš k Tobě.

MK = Klesá počet prodejů zájezdů přes pobočky ve srovnání s vyřizováním online?

TK = Ne. Online sice roste rychleji než pobočková síť, ale i prodeje v kamenných provozovnách rostou. Klienti se do nich vrátili a chtějí poradit. Snažíme se zlepšovat všechny naše prodejní kanály a letos otevřeme pět nových poboček.

MK = V loňském roce jsme vsadili kartu na přímé lety do exotických destinací. V čem jsou z pohledu cestovky rizikové přímé lety do vzdálených exotických destinací typu Dominikánská republika, Madagaskar či Thajsko?

TK = Je to obrovské finanční riziko. Jedna otočka letadla do Thajska stojí přibližně deset milionů korun, kdybychom neměli možnost plánovat lety společně s Itakou, tak by tady nebyly. Snažíme se skládáním dálkových letů co nejvíc snižovat cenu letecké přepravy. Náš charter například letí z Prahy na Zanzibar, tam ho převezme posádka z Varšavy, která měla povinný odpočinek z jiného letu, a vrátí se s ním do Evropy.

MK = Chystáte v dohledné době nějaké produktové novinky?

TK = Velkou novinkou je zmíněný sever Egypta a destinace Marsa Matrouh u Středozemního moře, která byla loni trefou do černého a provoz navyšujeme. Letos v létě se více soustředíme i na italský trh, vracíme se zpět do Kalábrie, otevíráme Sicílii, navýšili jsme kapacitu na Sardinii, vracíme se na španělskou Costa Bravu nebo tuniskou Djerbu. A za pár měsíců budeme dávat do prodeje příští zimní sezonu.

MK = V letošním roce jsme vstoupili na trh Slovenska, co si od tohoto trhu slibuješ?

TK = Věřím, že vstup na Slovensko byl dobře načasován a odpovídá kompletní strategii holdingu. V loňském roce jsme vstoupili na trh v Maďarsku, Slovensko byl tedy očekávaný krok.

MK = V čem myslíš, že je Čedok lepší než konkurenční CK?

TK = Je to především produktová nabídka. Myslím, že díky Tobě a tvého týmu máme jeden z nejlepších produktů na trhu. Daří se nám určovat trendy cestování a každoročně zavádíme operaci do nových destinací.

MK = Čedok je znám především u starší klientely, jaký mají pohled na cestovní kancelář mladší ročníky?

TK = Čedok je cestovní kancelář pro všechny, naopak naše skladba klientů meziročně mládne. Mladí lidé využívají služby cestovní kanceláře, roste ekonomická situace, a i mladí lidé si mohou dovolit přenechat plánování dovolené na experty. Navíc máme nové koncepty dovolené, které jsou pro tento typ klientů vhodné.

MK = Myslíš, že zde hraje roli jazyková bariéra mladších lidí?

TK = Myslím, že jste především o ekonomickou situaci a úsporu času mladých lidí.

MK = Děkuji za rozhovor

TK = Také děkuji a přeji mnoho cestovatelských zážitků.