

Otázka: Cestovní kanceláře a cestovní agentury

Předmět: Cestovní ruch a průvodcovství

Přidal(a): gugugu

Historie

- počátek 19. století: **Thomas Cook**
 - Angličan
 - zakladatel první moderní cestovní kanceláře

Zrod organizovaného cestovního ruchu

- Thomas Cook
- 1841: první hromadný organizovaný výlet vlakem
- 1845: zřízení první cestovní kanceláře
- 1851: organizace návštěvy Velké průmyslové výstavy (Liverpool, 165 000 návštěvníků)
- 1855: první zahraniční zájezd (Světová výstava Paříž)
- 1865: cestovní kancelář v Londýně
- 1877: cestovní kanceláře - Evropa, Amerika, Austrálie, Střední východ, Indie

Prvky převzaté od Thomase Cooka

- **Voucher** – oprávnění pro držitele k ubytování, stravování a dalším službám v hotelech smluvních partnerů
- **rooming list** – list dostává hotel před příjezdem hosta, rezervace předem zaplaceného ubytování
- **popisy** – trasy, časové harmonogramy, programy včetně služeb
- **dohody s železničními společnostmi** – jízdenky na určité tratě za smluvní ceny
- **katalog** – 31. 5. 1851, produkt CK

Současnost

hlavní funkce cestovní kanceláře (CK) a cestovní agentury (CA)

- obstarávání a zprostředkovávání služeb cestovního ruchu k uspokojování potřeb účastníků

rozdíly mezi CK a CA:

- CK: živnost koncesovaná
- CA: živnost ohlašovací volná
- CK: **musí** mít pojistnou smlouvu proti úpadku
- CA: **nemusí** mít pojistnou smlouvu proti úpadku
- CK: organizace zájezdů
- CA: neorganizuje zájezdy
- CK: prodej vlastních zájezdů (cestovní smlouva pod vlastním jménem) a zprostředkování prodeje zájezdů pro jiné CK (pod jejich jménem)
- CA: zprostředkování prodeje zájezdů pro CK (cestovní smlouva uzavřena jménem CK ne CA)
- CK: nabídka, prodej, zprostředkování prodeje jednotlivých služeb CR
- CA: nabídka, prodej, zprostředkování prodeje jednotlivých služeb CR
- CK: organizace, nabídka, prodej a zprostředkování prodeje kombinací jednotlivých služeb CR
- CA: organizace, nabídka, prodej a zprostředkování prodeje kombinací jednotlivých služeb CR
- CK: prodej věcí, které souvisejí s CR
- CA: prodej věcí, které souvisejí s CR

Dělení cestovních kanceláří a cestovních agentur

- podle předmětu činnosti a postavení v distribučním procesu
- podle zaměření nabízených zájezdů
- podle klientely
- podle územní působnosti
- podle velikosti
- podle doby provozu
- podle formy vlastnictví
- podle systému prodeje zájezdů a pobytů

CK a CA podle předmětu činnosti a postavení v distribučním procesu

- organizátoři cest, nebo služeb CR
 - pouze CK
 - v praxi tzv. touroperátoři
- zprostředkovatelé
 - v praxi tzv. prodejci
 - prodej a zprostředkování služeb CR
 - prodej produktu touroperátorů

CK a CA podle zaměření nabízených zájezdů

- základní (všeobecné) – poskytování služeb v plném rozsahu
- specializované – specializace na určitý druh a rozsah služeb nebo na určitou klientelu, sport, vodní turistiku, dobrodružný cestovní ruch, Chorvatsko, Řecko, ...

CK a CA podle klientely

- příjezdové – služby zahraničním návštěvníkům
 - umístěny hlavně ve střediscích CR, zde jsou nakupovány služby a prodávány do zahraničí touroperátorům (ubytování, stravování, ...)
 - výjezdové – služby našim občanům zabezpečovány v jiném místě než v místě bydliště
 - zaměřené na domácí CR

CK a CA podle územní působnosti

- mezinárodní
- celostátní
- regionální
- místní

CK a CA podle velikosti

- počet pracovníků, objem služeb, počet odbavených osob
 - velké: nad 50 zaměstnanců
 - střední: 6-50 zaměstnanců
 - malé: do 5 zaměstnanců
- největší CK: Čedok, EXIM TOURS, FIRO-tour
- největší CA: Asiana, INVIA, EURO Agentur Hotels & Travel

CK a CA podle doby provozu

- celoroční
- sezónní: zima nebo léto

CK a CA podle formy vlastnictví

- soukromé – OSVČ nebo s.r.o. či a.s.,

- podnikové – např. CK ČD
- města nebo obce (municipální vlastnictví)
 - některé turistické informační kanceláře
 - zřizovatelem je město nebo obec

CK a CA podle systému prodeje zájezdů a pobytů

- klasické – kamenné pobočky
- virtuální – komunikace prostřednictvím počítačových technologií

Organizační struktura podnikatelského subjektu v CR

- slouží k vyjádření dělby práce v řízení podniku CK
- určována organizačním řádem (zásady, pravidla, členění podniku, odpovědnost pracovníků)
- **závisí:**
 - na velikosti podnikatelského subjektu (velikost odpovídá rozsahu jeho činnosti)
 - na charakteru podnikatelského subjektu (samostatná provozní jednotka nebo součást větší organizační struktury)

Požadavky na pracovníky

- zvýšené nároky na vystupování ve vztahu k zákazníkům
- odborná kvalifikace
- jazykové schopnosti
- morálně-volní vlastnosti
- úprava zevnějšku
- přiměřené oblečení
- pro vedoucí funkce: výrazné manažerské, odborné, jazykové předpoklady
- pro provozní funkce: schopnost komunikace se zákazníkem v různých jazycích

Kontrolní otázky:

- Kdo je považován za zakladatele první moderní cestovní kanceláře?
 - Thomas Cook, polovina 19. stol.
- Které prvky převzaté od Thomase Cooka se dodnes využívají?
 - voucher, rooming list, popisy, bezhotovostní platby, využití cestovních šeků, dohody s železničními společnostmi, katalog
- Jaká je hlavní funkce CK a CA?
 - obstarávání a zprostředkovávání služeb cestovního ruchu k uspokojování potřeb účastníků
- Jaká živnost je činnost CK a CA?
 - CK: živnost koncesovaná
 - CA: živnost ohlašovací volná
- Jmenujte hlavní rozdíly mezi CK a CA.
 - CK: pojistná smlouva proti úpadku, organizace zájezdů, prodej vlastních zájezdů
- Vysvětlete pojem specializované CK a CA.
 - specializace na určitý druh a rozsah služeb nebo na určitou klientelu
- Popište rozdíl mezi organizátorem cest a zprostředkovatelem.
 - organizátoři cest, nebo služeb CR (pouze CK), v praxi tzv. touroperátoři
 - zprostředkovatelé, v praxi tzv. prodejci, prodej a zprostředkování služeb CR a prodej produktu touroperátorů
- Jak se dělí CK a CA podle doby provozu?
 - Celoroční nebo sezónní: zima nebo léto
- Popište virtuální CA.
 - komunikace prostřednictvím počítačových technologií
- Jak se dělí CK a CA podle klientely?
 - **příjezdové:** služby zahraničním návštěvníkům, umístěny hlavně ve střediscích CR, zde nakupují služby a prodávají je do zahraničí především touroperátorům (ubytování, stravování, ...)
 - **výjezdové:** služby našim občanům zabezpečují v jiném místě než v místě bydliště

zaměřené na domácí CR

- Popište střední CK.
- 6–50 zaměstnanců

Cestovní kanceláře a agentury, jejich organizační uspořádání

- cestovní kancelář – organizátor zájezdů
- cestovní agentura – zprostředkovatel zájezdů

Podnik CK je základní organizační a ekonomicky samostatná jednotka cestovního ruchu.

Předmětem je zejména organizování rekreačních, turistických, tematických a jiných zájezdů a pobytů, zprostředkování přepravy, ubytování, stravování a zabezpečování průvodcovské činnosti.

Vymezení předmětu činnosti CK potvrzuje, že její hlavní funkcí je **poskytování služeb**. Soubor nabízených služeb se přitom vzájemně doplňuje a podmiňuje

Funkce CK:

- **překlenování prostoru a času** – souvisí s prostorovým a časovým odlišením nabídky a poptávky – zjišťuje poptávku – zpracuje nabídku – katalog
- **kontaktní** – dojedná dohody, smlouvy – cílem je navazování spojení podniku s partnery
- **informační** – poskytuje informace – uskutečňuje se ve spojitosti s kontaktní funkcí v předrealizační fázi účasti na CR ve vztahu k obchodním partnerům (dodavatelům a odběratelům).
- **kontrolní** – zjišťuje kvalitu poskytovaných služeb – souvisí s uplatňováním požadavků ve vztahu k dodavatelům (zkvalitňování služeb, vyřizování stížností, řešení problémů, atd.)
- **realizační** – realizuje takové akce, aby byly prodejné sice se ziskem, ale ne na úkor kvality služeb – vyplývá z obchodní činnosti cestovní kanceláře s cílem dosáhnout zisku.
- **výchovná** – snaží se vhodným přístupem přispět k rozhledu účastníků
- **Funkce zkoumání spotřebitelské poptávky** – vytváří předpoklad pro operativní řízení nabídky v závislosti na efektivnosti poptávky.

Provozovatel Cestovní kanceláře je podnikatel, který je na základě koncese oprávněn nabízet a prodávat zájezdy a může rovněž

- Nabízet a prodávat jednotlivé služby CR a na základě individuální objednávky prodávat jejich kombinace
- Organizovat kombinace služeb CR a nabízet je a prodávat jiné CK za účelem jejího dalšího podnikání
- Zprostředkovávat prodej jednotlivých služeb CR pro jinou CK nebo CA, popřípadě pro jiné osoby (dopravce, pořadatele kulturních, společenských a sportovních akcí apod.)
- Zprostředkovávat prodej zájezdu pro jinou CK - cestovní smlouva v těchto případech musí být uzavřena jménem CK, pro kterou je zájezd zprostředkován
- Prodávat věci související s CR, zejména vstupenky, mapy, plány, jízdní řády, tištěné průvodce a upomínkové předměty

Provozovatel cestovní agentury je podnikatel, který je oprávněn na základě ohlášení volné živnosti provozovat činnost

- CA je povinna označit provozovnu a propagační a jiné materiály určené zákazníkovi slovy „cestovní agentura“, pokud toto označení neobsahuje již obchodní jméno
- používá tiskopisy, prodejní materiály příslušné CK, spolupracuje na tvorbě „goodwillu“ CK
- nese odpovědnost za zájezdy
- dokáže nabídnout a srovnávat stejné zájezdy od různých CK včetně zahraničních
- **České CK** se podílejí také na **činnosti mezinárodních organizací CR**. Své členství využívají k získávání nejnovějších informací o rozvoji CK, k propagaci své činnosti i k propagaci ČR, k získávání různých druhů slev u služeb cestovního ruchu atd.

Jde o tyto organizace:

- UFTAA - Universal Federation of Travel Agents Associations _ Světová federace národních asociací cestovních kanceláří
- WATA - World Association of Travel Agents - Světová asociace cestovních kanceláří
- ICCA - International Congress and Convention Association - Mezinárodní sdružení kongresů a shromáždění
- BITEJ - Bureau International pour le Tourisme et les Échanges de la Jeunesse - Mezinárodní úřad pro cestovní ruch a výměny mládeže

- IYTHF – International Youth Hostel Federation – Mezinárodní federace mládežnických ubytoven a další...

Přehled našich orgánů a organizací cestovního ruchu, kde CK mohou hledat pomoc:

- Ministerstvo pro místní rozvoj – odbor cestovního ruchu
- Česká centrála cestovního ruchu – Czech Tourism
- Asociace cest. kanceláří ČR (ACK ČR) a Asociace českých soukromých CK a CA
- Národní federace hotelů a restaurací (NFHR)
- Sdružení podnikatelů v pohostinství a cestovním ruchu (HOTREC)
- Pražská asociace kongresové turistiky (PAKT) a další...

Cestovní kanceláře a agentury lze klasifikovat podle řady kritérií:

- **předmět činnosti**
- **Touroperátoři** = velkoobchod – organizátoři zájezdů (v distribučním procesu jim odpovídá pozice velkoobchodu), kteří kontrahují služby od různých dodavatelů, vzájemně je kombinují a publikují je buď samostatně nebo jako celé balíky služeb – „package“, jež prodávají prostřednictvím sítě zprostředkovatelů zpravidla za jednu cenu. Dnes se prezentují širokou nabídkou cest a pobytů do velkého množství destinací ve všech ročních obdobích. Jsou významnými obchodními partnery leteckých společností a ubytovacích zařízení, přes něž se realizují podstatné objemy výkonů těchto dodavatelů služeb.

Služby touroperátorů:

- nákup ubytovacích služeb
- nákup dopravních služeb
- nákup dalších služeb CR (stravovací, tlumočnické, průvodcovské ...)
- vytváření kombinací služeb a jejich balíčků
- nabídka služeb, jejich kombinací a balíčků
- monitorování realizace těchto služeb

- informační a propagační činnost

Zprostředkovatelé = maloobchod - cestovní agentury (zajišťují přímou distribuci prodeje produktu cestovního ruchu), nenakupují zboží na vlastní účet a do zásoby, ale jsou odměňováni dodavateli služeb formou provize, zpravidla stanovené v procentech za zprostředkování prodeje služeb.. V činnosti cestovní agentury má dominantní úlohu služba informační, což je dáno charakterem služeb CR, které jsou nehmotné a jsou poskytovány na vzdáleném místě a s časovým odstupem.

Tyto informace zahrnují:

- přírodní předpoklady a klimatické podmínky cílové země a místa pobytu
- ubytovací zařízení a jejich služby
- infrastruktura CR v místě a středisku pobytu
- sportovní, kulturní a společenské možnosti v místě pobytu
- vízové, pasové a devizové předpisy
- podmínky účasti na zájezdu a pojištění
- případná zdravotní rizika a zdravotní požadavky

Služby zprostředkovatelů:

- obstarávání a prodej dopravních cenin
- obstarávání a prodej ubytování
- prodej standardních zájezdů touroperátorů
- obstarávání a prodej lázeňských léčebných pobytů
- prodej výletů, exkurzí a transferů
- obstarávání a prodej vstupenek na společenské, kulturní a sportovní akce
- směnářské služby
- prodej map, turistických plánů a turistické literatury, informační servis (viz výše)

územní hledisko

- **Vysílající cestovní kanceláře** - týká se výjezdového cestovního ruchu - outgoingu a domácího cestovního ruchu, kdy CK obsluhují domácí trh, zákazníky. Jsou nejviditelnější -

prezentují se v médiích, formují cestovní návyky a vytvářejí kulturu cestování občanů ČR. Hrají výraznou roli při tvorbě image celého turismu ve veřejnosti.

- **Přijímající cestovní kanceláře** – týká se příjezdového cestovního ruchu – incomingu, kdy CK zajišťují služby zahraničním návštěvníkům, CK se zde zabývají tvorbou a prodejem produktu do zahraničí. Podstatou jejich činnosti je nákup služeb v místě nebo regionu (ubytování, doprava apod.) a následný prodej do zahraničí, kdy odběratelem není konečný zákazník a většinou ani maloobchodce, ale zahraniční velkoobchodník – touroperátor. Pracují zpravidla na základě konkrétních objednávek zahraničních partnerů a jejich produkt je jen částí konečného zájezdu. Nejpřesnější označení pro tyto subjekty by bylo „místní dodavatel služeb“. Organizují tedy i kongresovou turistiku, incentivní turistiku. Příkladem incomingové firmy je DMC – viz kongresová turistika.

V současné situaci na trhu cestovního ruchu v ČR se řada cestovních kanceláří souběžně zabývá aktivitami v příjezdovém, výjezdovém i domácím cestovním ruchu.

hledisko zpracovaného segmentu trhu – trh CR segmentujeme do těchto kritérií:

- **demografické** – věk, příjem, profese, velikost rodiny, vzdělání
- **geografické** – klima, země – region, město/venkov
- **psychografické** – hodnoty, postoje, životní styl, zájmy, aktivity
- **behavioristické** – zvyky a preference, účel, důvod cesty, očekávaný prospěch, je nejpoužívanější metoda segmentace, zejména účel a důvod cesty

Trh je takto segmentován na cestovatele a cesty:

- pracovní a obchodní – „**business travel**“
- ve volném čase – „**leisure travel**“ za odpočinkem, poznáním, zábavou a dobrodružstvím

CK a agentury se tedy kategorizují na ty, které se zabývají:

- obchodními cestami, kongresy, incentivní turistikou apod., tedy převážně službami pro korporace (firmy a společnosti)
- cestami na dovolenou, za poznáním a vzděláním, za sportem a dobrodružstvím apod., tedy převážně službami cestovního ruchu pro veřejnost

hledisko velikosti – určuje se podle počtu zákazníků, objemu tržeb anebo počtu zaměstnanců pracujících v hlavním pracovním poměru na:

- **malá CK** – do 5 zaměstnanců, místní nebo regionální působnost, jednoduchá struktura, specializace na určité segmenty nebo produkty
- **střední CK** – od 5 do 50 zaměstnanců, regionální a krajská působnost, složitější struktura – rozdělení pracovníků do specializované funkce většinou podle rozsahu služeb CK, specializované i standardní produkty, předpoklad více zákazníků
- **velká CK** – více než 50 zaměstnanců, jsou touroperátory, mohou mít vlastní distribuční síť, univerzálnější činnost (územní hledisko), širší spektrum tržních segmentů, několikastupňová organizační struktura, organizační a kapitálová účast na území celého státu a často i v zahraničí.

charakter produktu – rozsah a kvalita poskytovaných služeb:

- **základní CK** (generální) – poskytují služby v plném rozsahu, musí mít potřebný pracovní aparát a přiměřené materiální vybavení, důležitá je vysoká kvalita
- **specializovaná CK** – dosahuje vyšší kvality služeb tím, že se zaměřuje jen na určitý druh a rozsah služeb, případně na určitou klientelu

doba provozu – rozlišujeme CK:

- **s celoročním provozem** – je jich většina
- **se sezónním provozem** – rozdělené většinou na letní a zimní sezónu

forma vlastnictví – jedná se velikostí o malé CK:

- **soukromé** – na základě koncesované nebo ohlašovací vázané živnosti
- **organizací** – jsou součástí struktury organizace většinou související s cestovním ruchem, pro své členy
- **podniků** – příprava zájezdů pro zaměstnance, podnikové rekreace a lázeňské pobyty
- **akciových společností apod.** – široká nabídka služeb a pobytů pro akcionáře, zvýhodněné pobyty pro členy představenstva, valné hromady a dozorčí rady společnosti
- **družstevní** – jsou na ústupu, zaměřují se i na širokou veřejnost v místě sídla družstva,

zvýhodněné pobyty, kdy přispívají členům a jejich rodinám

Sortiment služeb cestovních kanceláří

Produktem cestovních kanceláří jsou služby

- **zprostředkované** – CK je nakupují od jiných dodavatelů
- **vlastní** – organizování zájezdů a pobytů
- **placené a neplacené**

Druhy služeb:

- Poskytování informací související s účastí na CR
- Rezervování míst v dopravních prostředcích
- Zajišťování tuzemských a zahraničních dopravních cenin
- Obstarávání ubytování
- Organizování a prodej standardních a forfaitových zájezdů a pobytů
- Obstarávání a prodej lázeňských léčebných pobytů
- Služby průvodců a animátorů cestovního ruchu
- Služby účastníkům akcí kongresového cestovního ruchu(školení, seminářů, sympozií, konferencí, kongresů)
- Výlety, garantované trasy a transfery
- Pojištění osob a zavazadel
- Směnárenské služby
- Služby spojené s obstaráním víz do států s vízovou povinností
- služby účastníkům náboženských akcí
- obstarávání, případně předprodej vstupenek na společenské, kulturní, sportovní a další akce
- obstarávání taxislužby, případně osobního vozidla bez řidiče
- prodej cenin, kolků, map, cestovních pomůcek apod.

Sortiment poskytovaných služeb závisí jak na druhu cestovního ruchu (domácí, příjezdový nebo výjezdový zahraniční cestovní ruch), tak i na charakteru (specializace, zaměření) cestovní kanceláře.

Zájezd = předem sestavená kombinace alespoň dvou z následujících služeb, je-li prodávána nebo nabízena k prodeji za souhrnnou cenu a je-li služba poskytována po dobu **přesahující 24 hodin**, nebo když zahrnuje ubytování přes noc

- doprava
- ubytování
- jiné služby CR, jež nejsou doplňkem dopravy nebo ubytování a tvoří významnou část zájezdu, nebo jejichž cena tvoří alespoň 20% souhrnné ceny zájezdu

Zájezdem není kombinace služeb CR:

- sestavená až na základě individuálního požadavku – „forfait“
- prodávaná jinému podnikateli za účelem jeho dalšího podnikání, nebo
- jejíž nabídka a prodej nespĺňuje znaky živnostenského podnikání

Zájezd – zpravidla se rozumí organizovaná účast skupiny osob na CR po určité trase, podle předem vypracovaného programu s určitým poznávacím, rekreačním, vzdělávacím nebo jiným cílem.

Pobytem – se rozumí organizovaná účast skupiny osob na CR, při níž jsou účastníci ubytováni na jednom místě.

Účastníkům zájezdu nebo pobytu CK zabezpečuje alespoň 3 druhy služeb (přeprava, ubytování, stravování atd.).

Zájezdy dělíme podle:

tematické náplně na:

- významné akce celostátního a místního významu (např. veletrhy a výstavy apod.)
- sportovní zájezdy (např. na sportovní utkání, mistrovství, olympiáda apod.)
- kulturní a poznávací zájezdy (závazný program + volný program)
- rekreační pobytové zájezdy (individuální nebo skupinové)
- zájezdy pro motoristy (s vlastní dopravou, zajímavým atraktivním programem)
- školní zájezdy (skupinová sleva, v doprovodu se školním dozorem)

- lyžařské zájezdy atd.

sezónního období na:

- v letní sezóně – červen, červenec, srpen, září
- v zimní sezóně – prosinec, leden, únor, březen
- mimosezónní – duben, květen, říjen, listopad

typu na :

- pobytové – volný program s možností fakultativních výletů
- poznávací – závazný program s prohlídkami, průvodcem
- pobytově-poznávací (kombinované) – oblíbené, odpočinek + poznávání

druhu přepravy na:

- autobusové – nejrozšířenější, s možností přizpůsobit program, rychlost, libovolné zastavení, možnost provádět výklad plynule po celé trase zájezdu
- vlakové – umožňují překonání značných vzdáleností s využitím lůžkových vozů i vozů restauračních, využití pohodlné dopravy i v nočních hodinách, zájezdy velkého množství účastníků...
- letecké – velká přepravní rychlost, pohodlí, oblíbené
- lodní – atraktivní forma přeprav, ale relativně pomalá, vhodná u zaoceánských parníků, příbřežních výletů ...
- kombinované – jsou výhodné atraktivností, např. letecká + lodní (trajekt) na ostrovy apod.

Druhy zájezdů organizovaných cestovní kanceláří:

- **Standardní zájezdy** – jsou zájezdy předem připravené a publikované v zájezdových kalendářích nebo ve zvláštních prospektech (s udáním místa, přesným programem, cenou apod.). U těchto zájezdů je při kalkulaci nutné počítat i s rizikem neobsazení.
- **Forfaitové zájezdy** – realizují se na základě objednávek zákazníků podle jejich

individuálních přání (program, délka, tematika, druh dopravy apod.). Při těchto zájezdech se nepočítá s rizikem neobsazení. Cestovní kancelář je povinna objednavateli oznámit předběžnou (informativní) cenu.

- **Incentivní turistika** (motivační) – podniky využívají tento druh turistiky jako moderní nástroj v oblasti péče o své pracovníky. Zájezd jako odměna může pracovníky často lépe povzbudit, lépe vyznamenat za dobré pracovní výsledky a dodat jim více energie pro nové činy než peněžitá odměna na výplatní pásce nebo nějaký dar.
- **Školní zájezdy** – mohou být standardní i forfaitové.
- **Odvozy** (transfery) jsou pouze zprostředkované přepravy bez ostatních služeb.

Nabídka a prodej zájezdů

Cestovní kanceláře mají vypracovanou nabídku zájezdů buď ve formě **katalogu**, nebo ve formě **letáků**, popř. **webové prezentace** a **interaktivní prohlídky**. Důležitá je propagace cestovní kanceláře, své nabídky patřičně zviditelnit.

Jakmile si klient vybere zájezd, vyplní **přihlášku**. Pracovník CK zapíše přihlášku do seznamu účastníků zájezdu. Pro CK je důležité mít **přehled o obsazenosti** zájezdů. Způsoby evidence obsazenosti jsou v jednotlivých CK různé a pro tyto účely mohou být vytvořeny speciální formuláře – tzv. **obsazovací diagramy**.

Jestliže se při standardních zájezdech **neobsadí plánovaný počet** míst, **zpřesňují** pracovníci CK služby pro skutečný počet osob. Vždy musí být stanoveno, při jakém nejnižším počtu klientů je možné zájezd realizovat, aby nedošlo k dílčí ztrátě, neboť častější dílčí ztráty by mohly vést k likvidaci firmy (bankrotu). Jakmile by CK nedodržela to, co bylo v původní nabídce, musí klienta neprodleně informovat. Pokud klient se změnami nesouhlasí, **má právo na odstoupení od smlouvy**, aniž by mu CK byla oprávněna účtovat stornopoplatky.

jedná se o závažné změny např.:

- zvýšení ceny o více než 10%
- posun termínu zájezdu o více než 1 den
- výrazná změna kvality ubytování – např. změna hotelu *** na ubytovnu, přestože došlo i k odpovídajícímu snížení ceny.
- Pokud dojde ke změně hotelu při zachování kategorie a třídy, není to důvodem ke stornu

ze strany zákazníka ani v případě, že klienti budou ubytováni např. v jiném nedalekém letovisku nebo městě.

- Pokud dojde ke zrušení účasti na zájezdu **ze strany klienta**, je postupováno podle všeobecných a stornovacích podmínek, které musí mít každá CK zveřejněny ve svém katalogu nebo na druhé straně závazné přihlášky. Ve všeobecných a stornovacích podmínkách je upraven i způsob rušení zájezdu – v naprosté většině případů je vyžadována **písemná forma** (stejně tak u reklamací). Podle počtu dnů do odjezdu se vypočítává výše stornopoplatku. Pro případ storna zájezdu je dobré, pokud se o stornopoplatky a jejich výši zajímá klient před zakoupením zájezdu. Stejně tak je dobré informovat se i o rozsahu pojištění, neboť obě věci spolu úzce souvisejí – v některých případech sjednávají CK pro účastníky pojištění, které se vztahuje i na rušení zájezdu z vážných důvodů – např. zdravotních nebo rodinných a v tomto případě hradí pojišťovna obvykle 80% stornopoplatků.

Tvorba produktu

OUTGOING- katalog + fixní cena

komponenty:

- **Ubytování a stravování**

Ubytování - smlouva ve 3 zákl. formách:

- kontrahovaná ubytovací kapacita je placena bez ohledu na její obsazenost
- kontrahovaná ubytovací kapacita je k dispozici do určitého data – „release date“ a je placena pouze v upřesněném objemu
- ubytovací kapacita je objednáвана předem v objemu, který odpovídá požadavkům klienta

CK nakupuje tyto služby přímo u ubytovacích zařízení nebo od místních operátorů; mohou být cenově výhodnější

- **Doprava** – 4 druhy:
- **Letecká** – smlouvy 3 druhy:

- **pravidelná přeprava** – na určitou kapacitu „allotment“ na pravidelné lince pro CK (placena kapacita bez ohledu na její obsazení nebo jako „release date“ v upřesněném rozsahu)
- **charterová přeprava** – CK nakupuje kapacitu celého letadla a platí ji bez ohledu na skutečnou vytíženost; kapacitu lze dále prodávat dalším CK
- **„konsolidátor“** – specializovaný operátor zabývající se redistribucí kapacit leteckých přepravců
- **Autobusová** – na jednu cestu nebo celý seriál cest celou kapacitu autobusu; plně hrazeno CK
- **Železniční** – CK objednává jednorázově a na konkrétní akce; smluvní podmínky a přesná pravidla pro spolupráci s externími objednavateli mají ČD
- **Individuální** – poradenství o silničních předpisech

Služby na místě

CK sjednává s místním dodavatelem „local operator“ a v některých případech přímo s dodavatelskými organizacemi - dopravci, organizátoři výletů apod.

Jedná se o služby:

- místní transfery
- výlety a exkurze v místě a regionu
- vstupenky na kulturní a sportovní akce
- společenské a tematické akce
- fakultativní výlety organizované místními agenturami

Služby delegáta nebo průvodce

Služby delegáta patří k běžným standardům kvality celého balíku a technicky spočívají v :

- permanentní informační činnosti
- asistenci při příjezdu a odjezdu
- organizování a rezervování místních výletů
- asistenci při mimořádných událostech

Delegát u pobytových zájezdů v místech a střediscích CR

Služby průvodce - vznikly historicky jako nedílná součást cest za poznáním; mají specifický charakter a technicky jde o:

- organizaci ubytování, stravování a dopravy
- kompletní organizaci času účastníků zájezdu
- poskytování odborného výkladu po celou dobu cesty
- poskytování specifických informací a dílčích služeb

Průvodce doprovází zájezd zpravidla po celou dobu jeho trvání a je trvale přítomen na všech akcích

Domácí CR

Hlavním produktem organizátorů působících v DCR je pobyt nebo zájezd, jehož hlavní a často i jedinou součástí je ubytování

Produkt bývá zpravidla nabízen v katalogu a má tyto hlavní komponenty:

- **Ubytování a stravování** – kontraktace probíhá přímo; do procesu nevstupují další zprostředkovatelé (viz outgoing)
- **Služby na místě** – výlety, exkurze apod. (nabízejí zpravidla ubytovací zařízení a místní operátoři; v prodejním katalogu bývají uváděny jen v obecné podobě)
- **Dopravní služby a služby průvodce** – pouze u **poznávacích zájezdů** DCR (stejná pravidla jako u outgoingu)

INCOMING

Produktem firem působících v příjezdovém CR je služba nebo kombinace služeb, která je nabízena zahraničnímu touroperátorovi.

Jedná se o služby:

- **Ubytování a stravování** (viz DCR,VCR; kontraktace probíhá přímo s ubytovacími zařízeními s využitím informačních technologií bez zprostředkovatele)
- **Místní doprava** - transfery z/na letiště, na kulturní a společenské akce apod.; místní operátor nakupuje dopravní prostředky za ceny, které dopravci již upravují na velikostní skupiny jako např. do 10 osob, 15-25 osob, více než 35 osob.
- **Místní služby** (výlety, exkurze)- v místech pobytu a jeho okolí; zpravidla jsou nakupovány od specializovaných organizátorů, anebo provozovány vlastními silami; patří sem i zajišťování vstupenek na kulturní a společenské akce, zajišťování slavnostních nebo tématických večerů, party apod.
- **Služby průvodce** - plní úlohu organizátora (transfery, ubytování) a odborného informátora o místě pobytu, regionu a celé zemi; často rozhoduje o spokojenosti klientů a obchodním úspěchu akce; u kongresové a incentivní turistiky jde o specifické služby

Podklady pro kalkulaci zájezdů tvoří cenové údaje, které jsou uvedené v kalkulačním listu:

- Platby dodavatelům služeb (ubytování, stravování, doprava)
- Služby delegáta nebo průvodce
- Ostatní zajištěné služby (vstupenky na sportovní a kulturní akce, společenské a tematické akce, výlety a exkurze v místě a regionu, místní transfery)
- Pojištění
- Režie, riziko, zisk.