

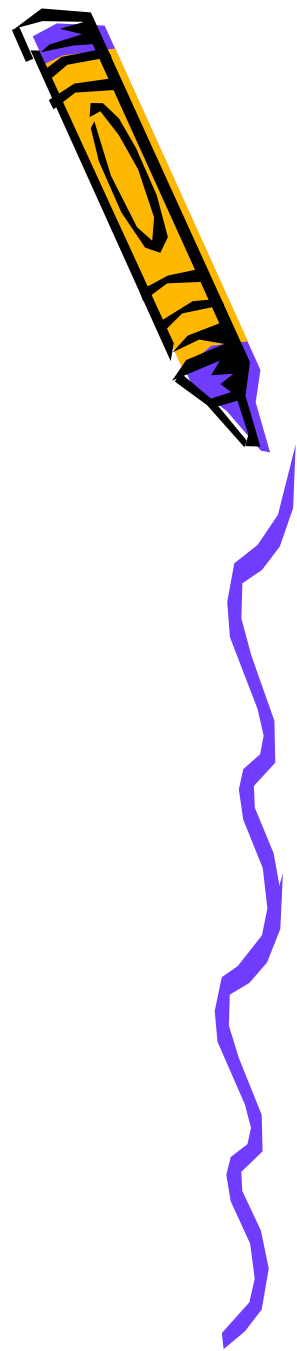


Tvorba obchodního záměru a strategie prodeje produktu CK, CA. Průvodcovské služby



Struktura přednášky

- ✓ vytvoření základního tržního produktu,
- ✓ tvorba obchodního záměru,
- ✓ podnikatelský plán činnosti.



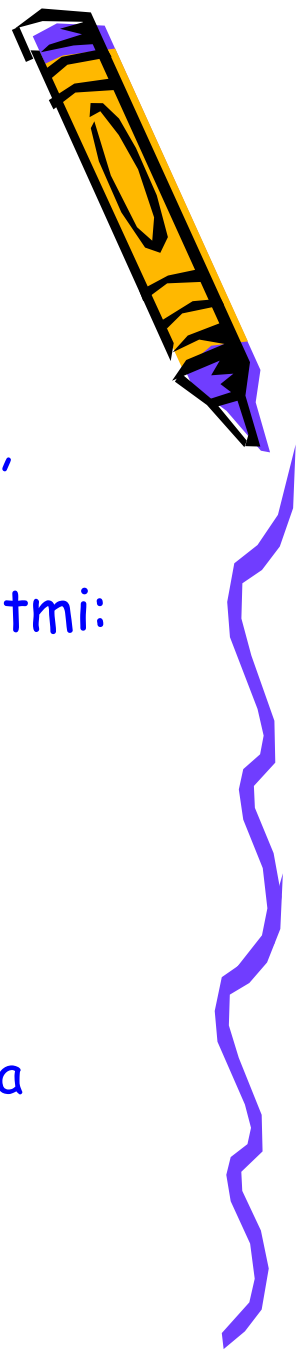
Vytvoření základního tržního produktu



- podnikatelský subjekt vychází vždy ze svého podnikatelského záměru - určuje obchodní zaměření činnosti,
- Firma se může zaměřit na produkty pro:
 - domácí cestovní ruch,
 - aktivní zahraniční cestovní ruch (incoming),
 - pasivní zahraniční cestovní ruch (outgoing),
 - tranzitní cestovní ruch,
 - kombinuje více druhů CR.



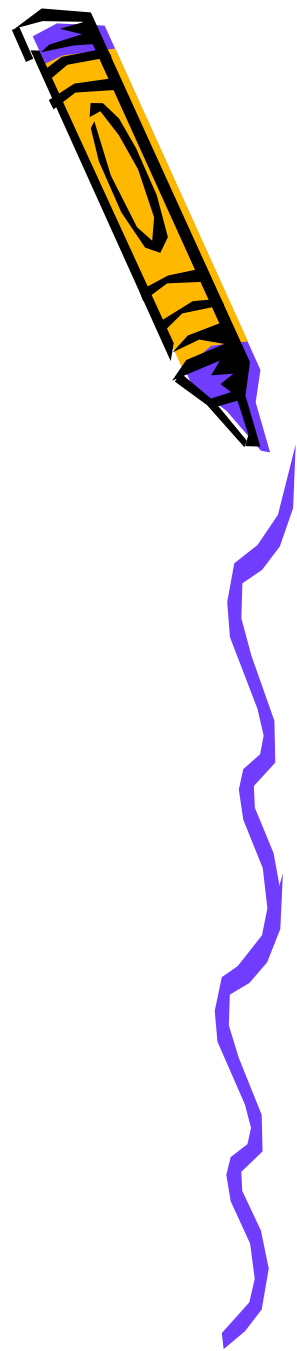
Vytvoření základního tržního produktu



- volí převládající časové zaměření na:
 - Krátkodobé pobyty a zájezdy (do 3 dnů trvání),
 - Dlouhodobé pobyty nebo zájezdy (nad 3 dny),
- z hlediska tematického zaměření volí mezi možnostmi:
 - Pobyty rekreačního charakteru,
 - Kulturně-poznávací pobyty a zájezdy,
 - Sportovní a turistické pobyty a zájezdy,
 - Wellness a lázeňské pobyty a zájezdy,
 - Incentivní a kongresová turistika,
 - Speciální nabídka (např. lovecká turistika, veletrhy a výstavy, náboženská tematika).



Vytvoření základního tržního produktu



- Podle časového rozlišení:
 - Zájezdy a pobyty v hlavní sezoně (letní, zemní),
 - Mimosezonní zájezdy a pobyty,
- Podle zvoleného způsobu dopravy účastníků:
 - Letecké zájezdy a pobyty,
 - Autobusové zájezdy a pobyty,
 - Vlakové zájezdy a pobyty.
 - Zájezdy a pobyty s lodní dopravou.
 - Zájezdy a pobyty s využitím kombinací přepravy.
 - Zájezdy a pobyty s vlastní dopravou účastníků.



Vytvoření základního tržního produktu



Další fáze tvorby pobytu nebo zájezdu určuje způsob, jakým způsobem bude klientům nabízen:

- Standardní typ - předem vytvořený kombinací balíčku služeb,
- Forfaitový typ - sestavený na základě požadavku klienta na termín a služby v určené kvalitě,
- Zájezdy a pobyty sestavené na míru - přesně specifikované služby s určenou tématikou a plánem navštívených míst, zvoleným časovým obdobím a obvykle i cenovou hladinou.

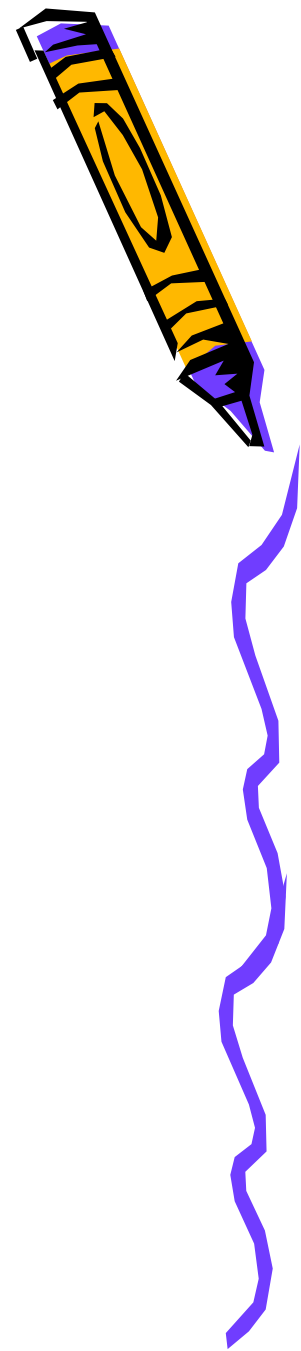
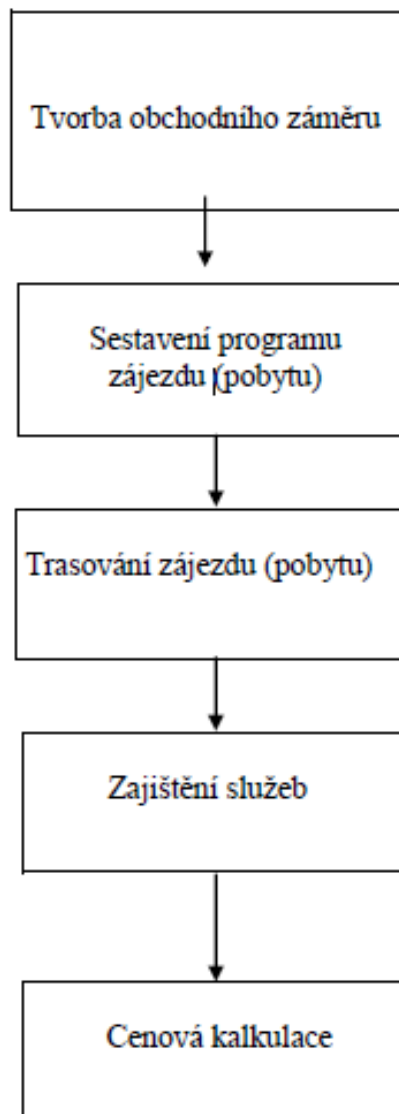


Vytvoření základního tržního produktu

- produkt CK tvoří tedy obvykle kombinace jednotlivých služeb (tzv. package služeb),
- **konečný produkt** - si může sestavit zákazník sám - volbou mezi jednotl. typy služeb, kvalitou a cen.hladinou nabízených služeb,
- zákazník volí mezi způsobem dopravy, kvalitou ubytování, způsobem stravování a dalšími doplňkovými službami.



Postup tvorby obchod.záměru



1. tvorba obchodního záměru



- vypracování standardní nabídky s předem stanoveným typem zájezdu, danými variantami služeb, rozsahem programu a cenovou nabídkou,
- produkt bude tvořit předem vypsanou základní katalogovou nabídku,
- pro vypracování platí pravidla - dodržet - úspěšný a komplexní produkt:
 - správné zařazení produktu podle jeho charakteru.,
 - přesné uvedení cílové destinace, trasy nebo navštíveného místa.,
 - krátký a výstižný popis nabídky,
 - přesné uvedení programu podle dnů a navštívených míst.



1. tvorba obchodního záměru

Přesný popis poskytnutých služeb a jejich kvality zahrnuje:

- přesný popis služeb, zahrnutých do nabídnuté základní ceny,
- datum konání zájezdu nebo pobytu podle dnů,
- základní cenová nabídka na osobu s uvedením zaplacených služeb,
- možnosti příplatků ke kvalitě služeb nebo programu.



1. tvorba obchodního záměru



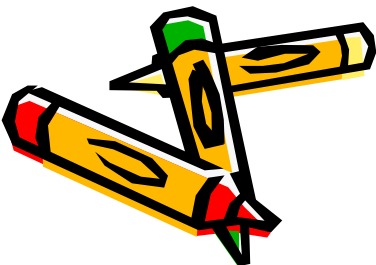
- ❖ Zařazení produktu podle charakteru nabídky:
 - úvod katalogové nabídky - celkový a přehledný popis nabízených produktů,
 - členění nabídky podle:
 - ✓ názvů a abecedního pořadí nabízených destinací (zemí),
 - ✓ data konání zájezdů nebo pobytů během roku,
 - ✓ tematické náplně pobytů nebo zájezdů;
- ❖ Přesné uvedení cílové destinace - ovládat zeměpisné údaje a řídit se odbornými prameny;



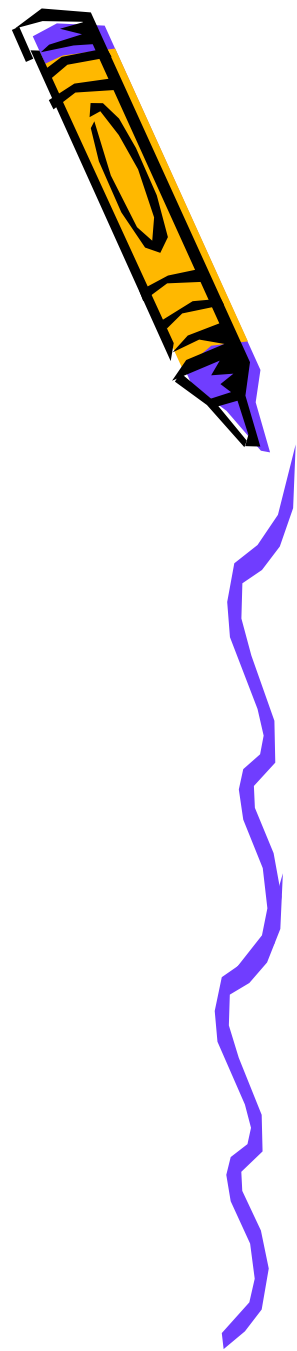
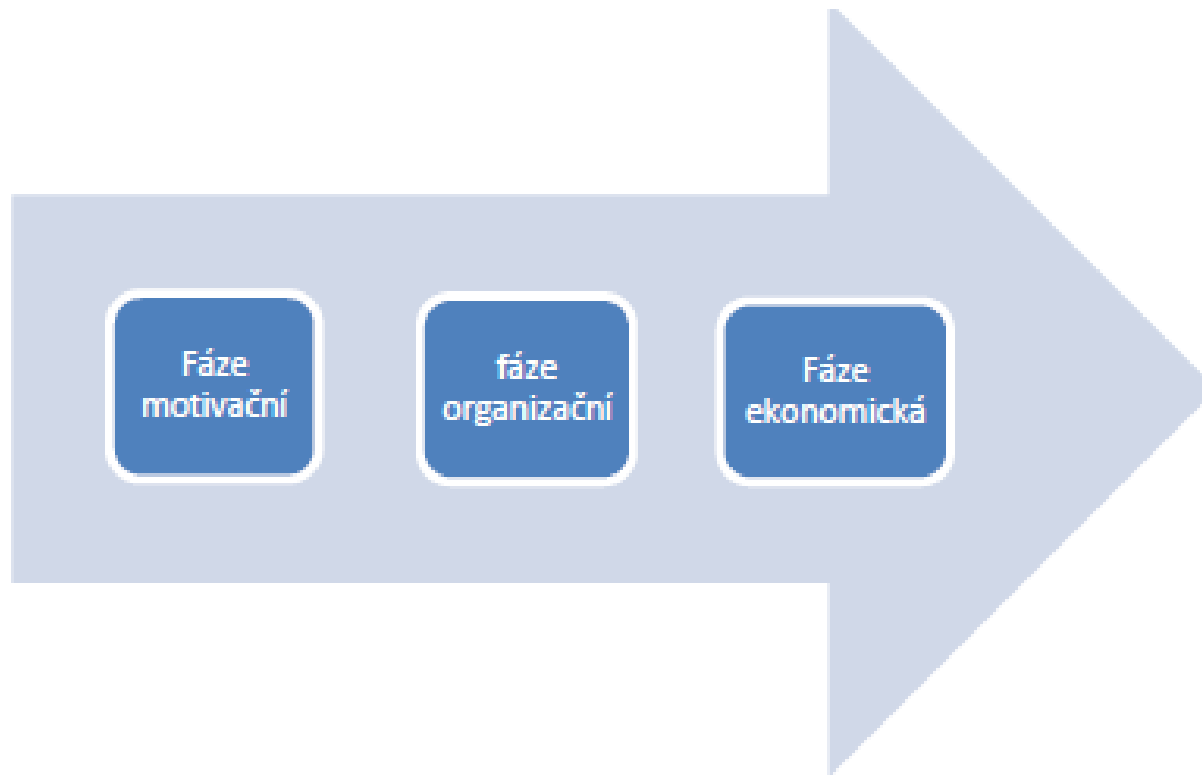
1. tvorba obchodního záměru



- ❖ Krátký a výstižný popis nabídky - stručně a přehledně informovat klienta o charakteru nabídky a textem co nejvíce zapůsobit na emoční stránku nákupu právě této destinace,
- ❖ Přesné uvedení programu pobytu nebo zájezdu - navazují poslední pokyny účastníkům zájezdu nebo pobytu - CK musí odeslat v zákonné lhůtě (7 dnů před odjezdem) účastníkům,
- ❖ Přesný popis služeb, zahrnutých do ceny - vylučuje možnost pozdější reklamace za nedodržení vypsané kvality služeb, klient má možnost dokoupit služby.



2. Sestavení programu zájezdu - postup



2. Sestavení programu zájezdu - motivační fáze



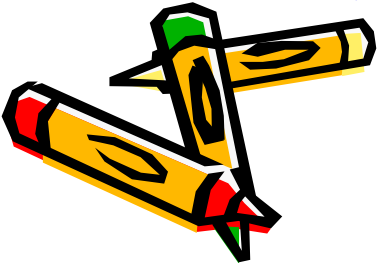
- Cíl - najít nový produkt CK, který by vhodně doplnil programovou nabídku, zaujal na trhu a rozšířil klientelu,
- základní krok při tvorbě výsledného balíčku, je výsledkem: intuitivního myšlenkového jednání, nutností provedení změn v nabídce, vyhodnocení podnětů od klientů, výsledek marketingového výzkumu,
- motivovat mohou i podněty od samotných klientů, ohlasy, ...
- používají se marketingové nástroje tzv. 4 P (produkt, cena, propagace a prodejní cesta) nebo jejich sestavení do marketingového mixu,
- lze se zaměřit se na úplně novou tematiku v naší nabídce, nebo doplnit nebo rozšířit naši stávající nabídku nebo vypustit stávající nabídku.



2. Sestavení programu zájezdu - organizační fáze



- všeobecný postup:
 - a) stanovení trasy zájezdu a způsobu přepravy,
 - b) zajištění ubytovacích služeb,- vybavení pokojů,
 - c) stanovení rozsahu stravovacích služeb - polopenze, ...
 - d) možnosti doplňkových služeb na místě,
 - e) zajištění služeb průvodců, animátorů nebo delegátů;
- u poznávacích zájezdů - důl. použitý dopravní prostředek: autobus.zájezdy, letecké zájezdy, želez. doprava, lodní doprava, kombinovaná doprava, individuální doprava, zvláštní dopravní zařízení v CR,
- denní harmonogram zájezdu- prohlídka optimálně 2 objektů CR denně a ujetou vzdáleností přibližně 200 - 300 km u vícedenních zájezdů denně.



2. Sestavení programu zájezdu - organizační fáze



e) zajištění služeb průvodců, animátorů nebo delegátů - služby jsou nejčastěji tvořeny:

- vstupy do památkových objektů.
- vstupy na společenské a zábavné akce, koncerty,
- zajištěním exkurzí a prohlídek měst,
- organizací transferů a zvláštních druhů přepravy,
- zajištění lázeňských a wellness služeb,
- organizaci volnočasových a turistických aktivit;
- ❖ Průvodce vybíráme s ohledem na typ zájezdu nebo pobytu, způsob dopravy a rozsah služeb, dobu konání a délka trvání, složení klientů, náročnost organizace průběhu na organizační schopnosti, znalost navštíveného místa nebo trasy průvodcem. jazykové znalosti u zahraničních akcí nebo klientů.



2. Sestavení programu zájezdu - ekonomická fáze

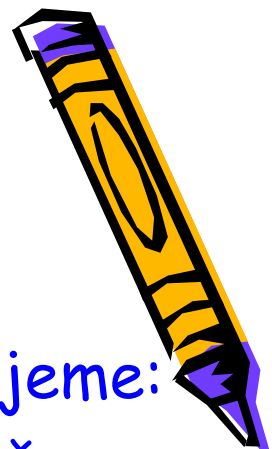


Zahrnuje tvorbu cenové kalkulace, která zohledňuje:

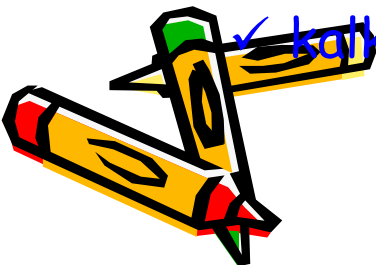
- správnost kalkulace pro pokrytí všech nákladů a vytvoření přiměřeného zisku,
- přizpůsobení výsledné ceny poptávce,
- riziko zpochybnění kvality produktu při příliš nízké ceně,
- správnost kalkulace při akceptaci možných rizik úpravy cen dodavatelských služeb, nízké obsazenosti klienty a průběžných kursových výkyvů české měny,
- srovnání s cenami konkurence při stejné kvalitě služeb.



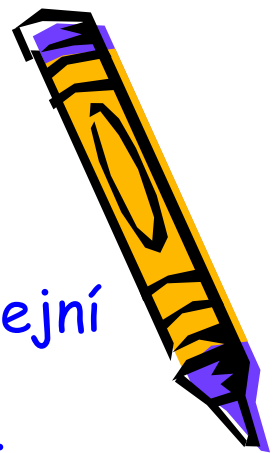
2. Sestavení programu zájezdu - ekonomická fáze



- podle doby zpracování kalkulačních listů rozlišujeme:
 - ✓ předběžné cenové kalkulace (používaná hlavně u forfaitových zájezdů s možností doúčtování skutečně vzniklých nákladů objednavateli),
 - ✓ plánované kalkulace (používané u standardních, předem vypsanych akcí),
 - ✓ výsledné cenové kalkulace;
- kalkulační listy podle jednotlivých forem CR:
 - ✓ kalkulace pro akce domácího cestovního ruchu.
 - ✓ kalkulace pro akce aktivního (tranzitního) zahr. CR,
 - ✓ kalkulace pro akce pasivního zahraničního CR.



2. Sestavení programu zájezdu - ekonomická fáze



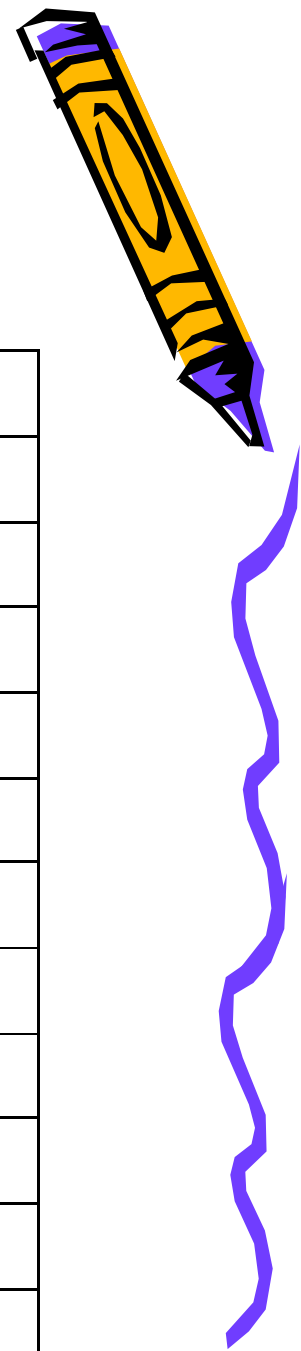
- Kalkulační list - základní formulář pro výpočet prodejní ceny pobytu nebo zájezdu,
- cena je propočítána na osobu, pro kolektivy na skupinu,
- CK mají obvykle vlastní kalkulační listy,
- funkce kalkulač. listu:
 - Kontrolní - interní kontrolní doklad kalkulace ceny zájezdu (plán - skutečnost),
 - podkladová - slouží pro novou kalkulaci stejného zájezdu na další sezonu, zohledňující cenové změny,
 - přehledová - poskytuje okamžitý přehled dodavatelských služeb a jejich cen,
- kalkulační list má svou úvodní hlavičkovou část - přesně určuje jeho adresné použití pro každý konkrétní pobyt.



2. Sestavení programu zájezdu - ekonomická fáze - NE - P7

schéma předběžné (plánované) cenové kalkulace v domácím CR

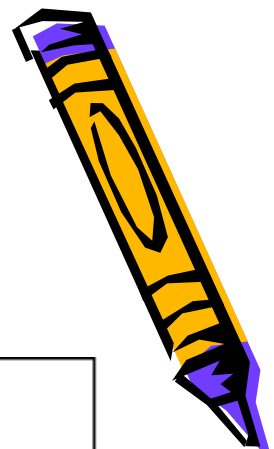
	Součet	Na osobu	DPH ³²
Doprava			20%
Ubytování			14%
Stravování			20%
Program			14 – 20%
Pojištění			-
Mezisoučet I.			
Průvodce			20%
Mezisoučet II.			
Nákladová cena			20%
Přirážka CK			20%
Cena prodejní			20%



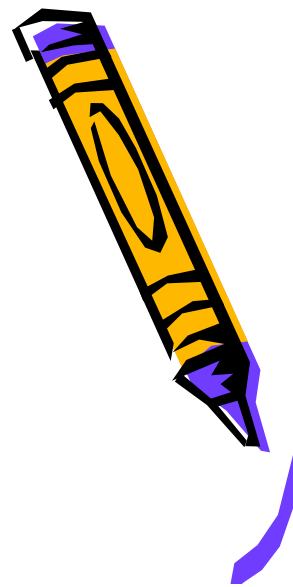
2. Sestavení programu zájezdu - ekonomická fáze - NE - P7

kalkulace dopravy v domácím CR

	výkon	Sazba	Počet	Celkem
Bus	počet km			
	čekání			
	parkovné			
	jiné náhrady			
Řidič	nocleh			
	jiné náhrady			
součet				
celkem na osobu				



2. Sestavení programu zájezdu - ekonomická fáze - NE - P7

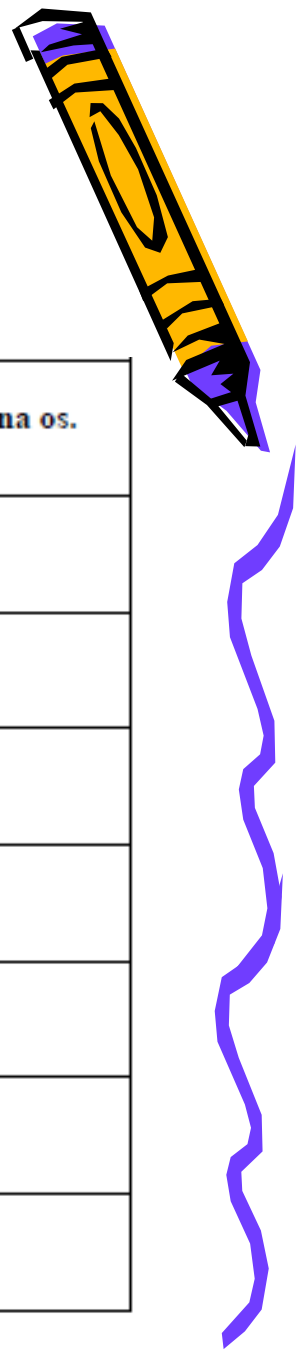


Výpočet ceny za ubytování v kalkulačním listu

Typ pokoje	Cena za pokoj	Cena na osobu	Počet nocí	Celkem za osobu

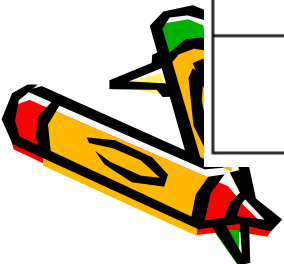


2. Sestavení programu zájezdu - ekonomická fáze - NE - P7

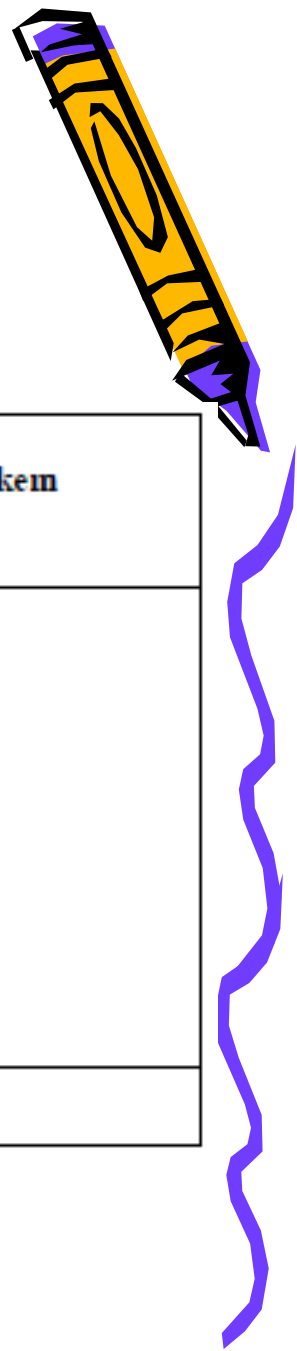


Kalkulace stravovacích služeb

Typ stravování	Cena na osobu	Počet	Celkem cena na os.
snídaně			
oběd			
večeře			
polopenze			
plná penze			
All inclusive			
příplatky			



2. Sestavení programu zájezdu - ekonomická fáze



Výpočet průvodcovských služeb

	Cena za služby	Počet	Celkem
Odměna průvodce			
Daň ze mzdy			
Sociální pojištění			
Zdravotní pojištění			
Ubytování			
Stravování (S,O,V)			
Pojištění			
Cestovné			
Ostatní náklady			
Celkem náklady			



2. Sestavení programu zájezdu - ekonomická fáze

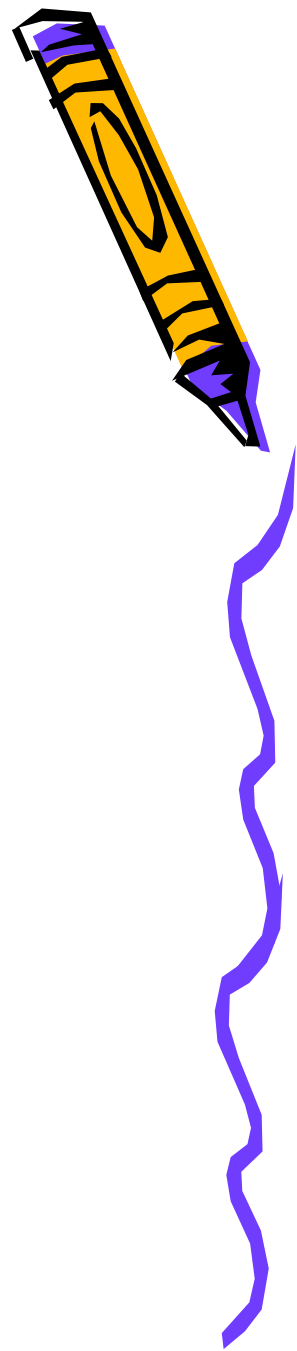


- Pojištění účastníků - má pro klienty CK a CA zabezpečit před nahodilými a nepředvídatelnými událostmi během pobytů a zájezdů, rozlišujeme:
 - pojištění osob,
 - pojištění majetku,
 - pojištění odpovědnosti za škody třetí osobě;
- Kalkulace obsahuje: povinné pojištění CK proti úpadku v určité rozpočítané výši, jednotlivé typy pojištění podle nabídky pojišťoven pro určitý typ zájezdu nebo pobytu,



2. Sestavení programu zájezdu - ekonomická fáze

- pojištění účastníků - nejčastější složky komplexního pojištění patří:
 - ✓ pojištění léčebných výloh,
 - ✓ úrazové pojištění,
 - ✓ pojištění zavazadel,
 - ✓ pojištění odpovědnosti za škodu,
 - ✓ pojištění storna zájezdu.



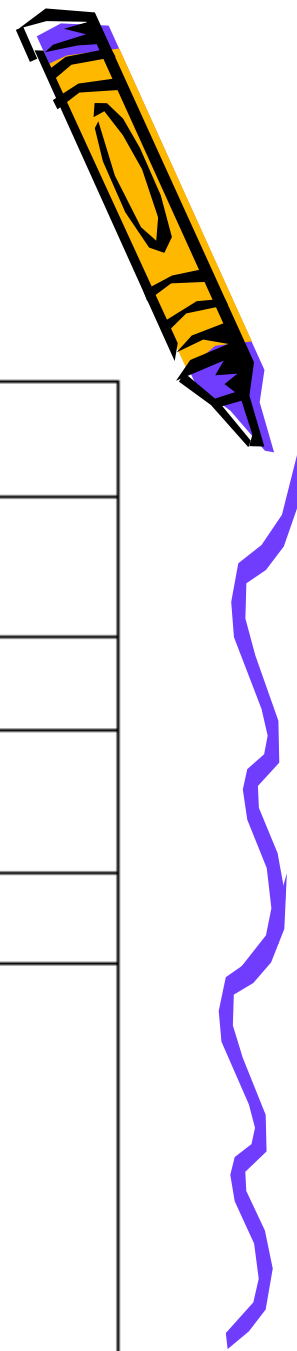
2. Sestavení programu zájezdu - ekonomická fáze - NE - P7



- Výsledná kalkulace:
 - ✓ porovnání příjmové stránky prodeje, kdy jsou doplněny výsledky prodeje podle jednotl. vypsanych možností nákupu klientem (cena zájezdu na osobu může mít několik variant podle rozsahu a kvality služeb) nebo provedených doplatků, včetně plánované marže,
 - ✓ porovnání skutečných nákladů na akci podle došlých dodavatelských faktur a dokladů, představujících nákladovou položku akce,
 - ✓ závěrečné porovnání příjmové a výdajové stránky nám určí zisk (ztrátu) z pořádané akce a je výchozím materiálem vyhodnocení managementem CK.



2. Sestavení programu zájezdu - ekonomická fáze - NE - P7



Výsledná cenová kalkulace

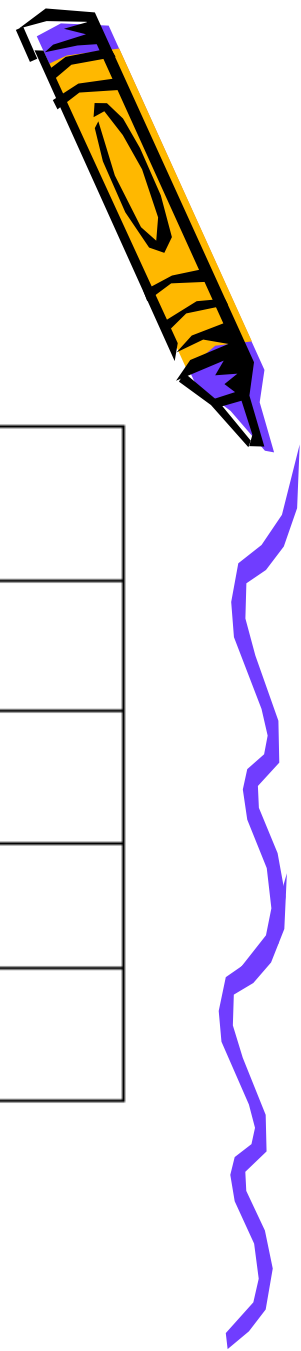
Číslo akce:	Příjmy	Náklady
Cena zájezdu (skutečné příjmy podle prodeje osob)		X
Celkem		X
Marže (podle prodeje osob)		X
Celkem příjmy		X
Skutečně účtované náklady:		
Doprava /fa. č./		
Ubytování /fa. č./		
Stravování /fa. č./		
Program /fa. č./	X	
Pojištění /fa. č., doklady/		
Ostatní nutné náklady /fa. č./		
Průvodce /fa. č., doklady/		
Jiné náklady (vratky)		



2. Sestavení programu zájezdu - ekonomická fáze - NE - P7

Výsledovka akce

Celkem náklady	X	
Jiné příjmy (storna, doplatky služeb)		X
Porovnání - příjmy / náklady		
Mezisoučet (hrubý zisk)		
Porovnání: ZISK - ZTRÁTA		



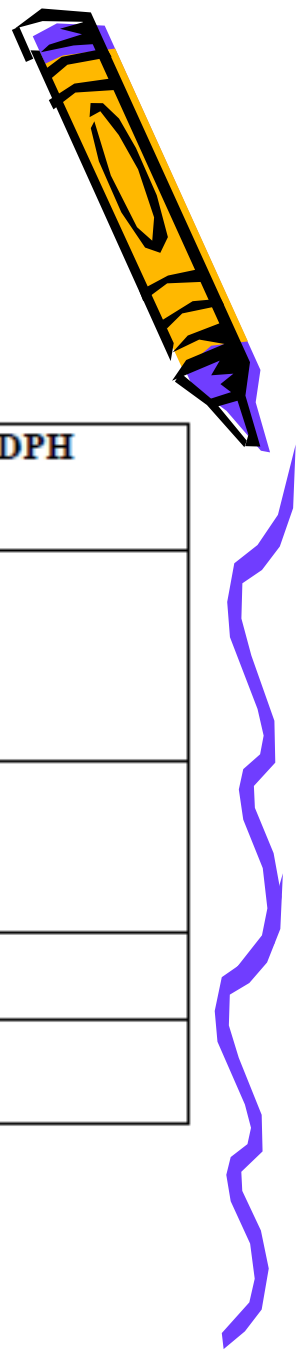
2. Sestavení programu zájezdu - ekonomická fáze - NE - P7

Výpočet ceny zájezdu na osobu u plátce DPH

	Cena bez DPH (základ daně)	DPH	Cena s DPH
Celkové náklady na osobu			
Přirážka CK v %			
Hrubá cena akce			
Prodejní cena na osobu (příklad)	50 000,-	10 000,-	60 000,-
Zaokrouhlení			
Přirážka CK na os.			



2. Sestavení programu zájezdu - ekonomická fáze - NE - P7

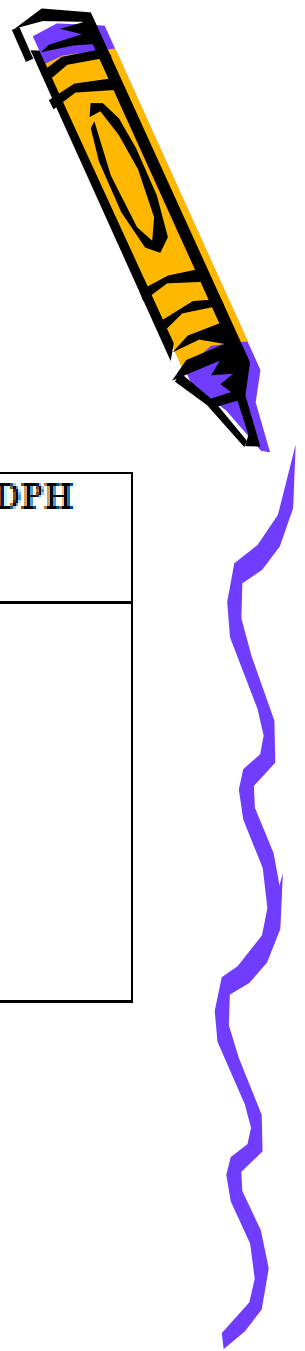


Vzor rekapitulace zájezdu CK s DPH

	Cena bez DPH	DPH	Cena s DPH
Zvláštní režim			
Přímé náklady na os. Nepřímé nákl. na os. Přirážka CK			
Běžný režim			
Nepřímé nákl. na os. Přirážka CK			
Náklady celkem			
Prodejní cena			



2. Sestavení programu zájezdu - ekonomická fáze - NE - P7

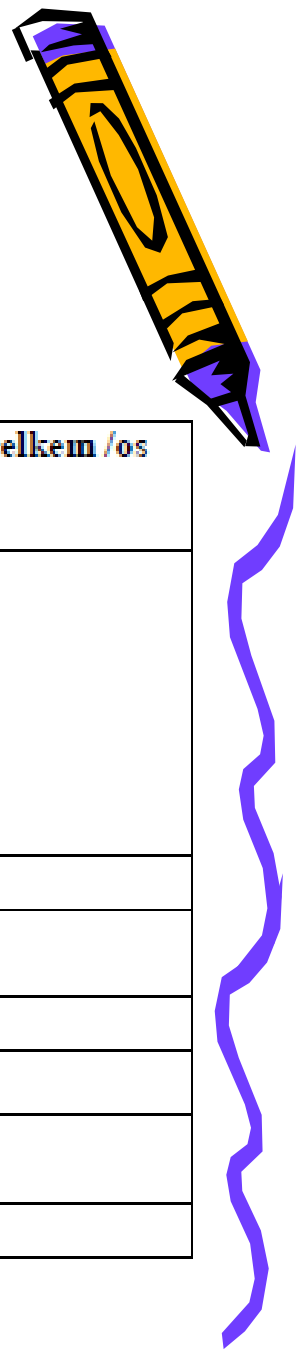


Pomocný mezisoučet dopravních nákladů při akcích PZCR

	cena bez DPH	DPH	Cena včetně DPH
Cena vlastní dopravy			
Zdanění dopravy			
Náklady bus			
Rozdíl spotřeby PHM			
Náklady řidič			
Celkem náklady			
Kurzovní riziko v %			



2. Sestavení programu zájezdu - ekonomická fáze - NE - P7



Výpočet ceny akce PZCR (možné řešení bez DPH)

	Cena v měně	Cena na osobu	Počet služeb	Cena celkem /os
Ubytování (ČR-zahraničí)				
Stravování (ČR-zahraničí)				
Doprava (ČR-zahraničí)				
Pojištění				
Mezisosoučet I				
Průvodce (ČR-cizina)				
Mezisosoučet II				
Marže CK v %				
Kurzovní riziko				
Bank. poplatky				
Prodejní cena				



2. Sestavení programu zájezdu - ekonomická fáze - NE - P7

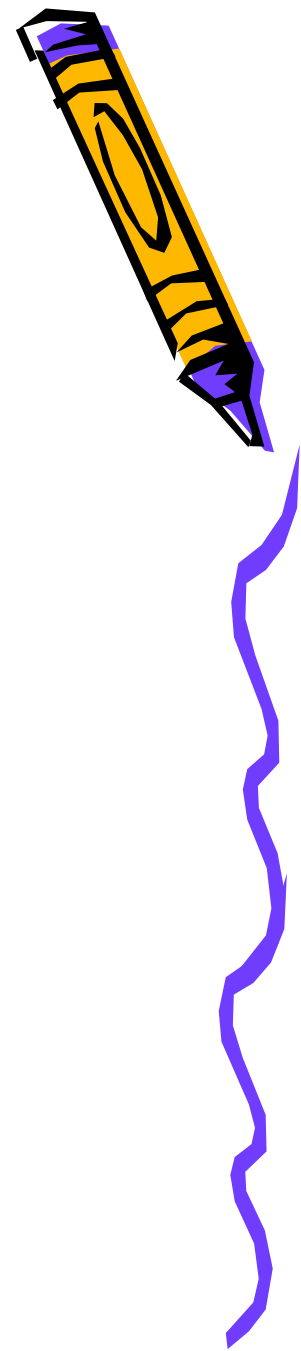


Srovnávací tabulka pro průběžné sledování prodeje

Název akce:			Období:			
Počet osob plán	Počet osob skutečnost	Výnos plánovaný	Výnos skutečnost	% obsazení plán	% obsazení skutečnost	Výsledek celkově



Podnikatelský plán činnosti CK



Podnikatelský plán

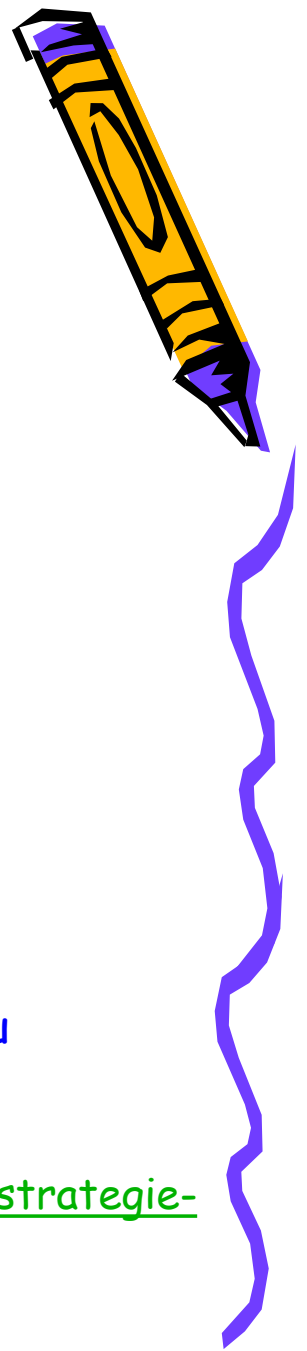
základní body podnikatelského plánu:

- Titulní list
- Obsah
- Úvod, účel a pozice dokumentu
- Shrnutí
- Popis podnikatelské příležitosti
- Cíle firmy a vlastníků
- Potenciální trhy
- Analýza konkurence
- Marketingová a obchodní strategie
- Realizační projektový plán
- Finanční plán
- Hlavní předpoklady úspěšnosti projektu, rizika projektu
- Přílohy



<http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/podnikatelsky-plan-a-strategie-23349.html#!&chapter=1>

SRPOVÁ, J., SVOBODOVÁ, I., SKOPAL, P. a T. ORLÍK, 2011.
Podnikatelský plán a strategie. ...



Podnikatelský plán činnosti CK



- Pro banku i investora, pro sebe...,
- Zaznamenat potenciální rizika,
- Různé varianty podnikání
 - optimistická - jak to bude vypadat, když všechno pobežší hladce,
 - Pesimistická - co všechno se může pokazit, kde můžete narazit, co nebo kdo vás může ohrozit,



Podnikatelský plán činnosti CK

1. **Titulní strana** - jméno společnosti, sídlo, jména společníků, kontakty a IČO.
2. **Shrnutí** - jasně, stručně a výstižně shrnutý celý podnik.plán (PP), vyzdvihnuta hlavní myšlenku, přínosy podnikání; nejdůl. část, investor se rozhoduje, zda projekt bude číst celý; PP zahrnuje popis produktu nebo služby, jakým zákazníkům, faktory úspěchu (proč fy uspěje) a podnikové cíle (kde chcete fy vidět za rok i 10).
3. **Profesní a osobní údaje o vlastnících firmy** - představit všechny osoby, které za projektem/firmou stojí, uvést zkušenosti z oboru. Banky a investoři posuzují podle osob, které jsou zodpovědné za vedení projektu.



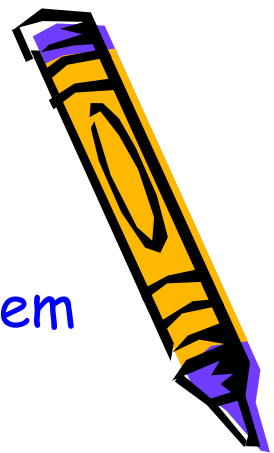
Podnikatelský plán činnosti CK



4. **Popis podniku** - vyberte právní formu podnikání (poradit se s daňovými poradci, právníky), organizační strukturu, oblasti podnikání, počet zaměstnanců, jaká je představa o vedení fy, rozdělení pravomocí; adresa hraje roli, místní konkurence, nabídka doplňkových služeb, zamyslete se nad tím, zda se v uvedené lokalitě pohybuje/bydlí/pracuje vaše cílová skupina zákazníků.
- Při výběru objektu je důležitá výše měsíčního nájmu, výše kauce, kolik budete muset do provozovny investovat před otevřením. V PP se uvádí sídlo fy, adresa provozovny, popis lokality, kde se nachází, a důvody, které vedly k výběru daného místa.



Podnikatelský plán činnosti CK



5. **Popis podnikatelské příležitosti** - jaký výrobek či službu chcete poskytovat, jak velký je váš trh, v čem vidíte přidanou hodnotu pro zákazníka, investora a především čím se odlišíte od konkurence.
6. **Popis výrobku, služby** - vlastnosti, technické parametry, náročnost výroby a materiály, u služby specifikujte, co budete k jejímu poskytování potřebovat, kde se bude poskytovat. Definujte svou konkurenční výhodu.
7. **Při vstupu na trh je vždycky důležité nabídnout zákazníkovi „něco navíc“** - může být z oblasti kvality, dostupnosti, šíře doplňkových služeb, nemusí to být a neměla by to být pouze nižší cena (tvrzení podložte průzkumem).



Podnikatelský plán činnosti CK



- 8. Časový harmonogram** - Co musíte zajistit od této chvíle do doby, než první výrobek/službu koupí zákazník? Sestavte harmonogram činností a jak dlouho asi budou trvat. Užitečné je stanovit si kontrolní milníky, podle kterých poznáte, že vše běží podle plánu nebo ne.
- 9. Konkurence** - Zmapujte trh, sledujte trendy ve sledované oblasti, nároky zákazníků, jak silné konkurenci budete čelit, v čem je vaše konkurence dobrá, jaké má mezery? Pomůže vám to vymezit se vůči ní a posílit svou hodnotu směrem k zákazníkovi. Podívejte se na způsob propagace a na jakou cílovou skupinu se zaměřuje. Srovnejte ceny s konkurencí.



Podnikatelský plán činnosti CK



10. **Marketing** - Bez propagace to nepůjde, rozmyslete si vhodnou formu, množství investovaných peněz a cíle, kterých chcete dosáhnout (ať už to bude tržní podíl nebo třeba procento zákazníků, kteří vás budou znát).
11. **Stanovení ceny** - Správné nastavení cen je jeden z klíčových faktorů úspěchu. Nejdříve sečtete všechny náklady, pak si stanovte minimální a průměrnou marži, aby byl váš projekt ziskový.



Podnikatelský plán činnosti CK



12. **Personální zdroje** - pokud ve vašem projektu figurujete vy, vlastníci a několik málo zaměstnanců, popište jejich kompetence, odpovědnosti a organizační strukturu v sekci „Představení podniku“.
13. **Finanční plán** - má dvě části: zakladatelský a provozní rozpočet. V zakladatelském rozpočtu shrňte výdaje potřebné k rozjezdu projektu a výdaje/příjmy, náklady a výnosy v prvním roce. Provozní rozpočet - stanovte na začátku každého účetního období. Průběžně sledujte skutečné výdaje a příjmy v průběhu roku. Nákladovou a výnosovou stránku hospodaření vám bude sledovat systém nebo účetní.



Podnikatelský plán činnosti CK



14. **Rizika projektu** - musíte zhodnotit i rizika, čím detailněji, podrobněji a kvalitněji sestavíte PP, tím spíše se vám podaří riziko snížit. Ptejte se, co se může pokazit, jaká je pravděpodobnost, že se to stane, jakou budete mít ztrátu? Co můžete udělat, abyste se riziku vyhnuli? Co budete dělat, pokud riziko nastane? Kdo zajistí preventivní opatření a přípravu krizových scénářů? Nakonec si stanovte termín, kdy po vlastníkovu budete vyžadovat uskutečnění odsouhlasených kroků.



Podnikatelský plán činnosti CK



15. Každý rok znovu - PP je „živý dokument“, pomůže vám průběžně kontrolovat, jak své vize a plány naplňujete. Aktualizujte proto svůj podnikatelský plán aspoň jednou za rok.

<http://www.jobs.cz/poradna/15-kroku-jak-sepsat-podnikatelsky-plan/>



Průvodcovské služby-Terminologie evropské normy

asistence během cesty

vedoucí zájezdu

doprovod zájezdu

místní zástupce

průvodce CR

animátor, koordinátor

hosteska

horský průvodce

sportovní instruktor

vedoucí okružní plavby

Asistence během cesty

informace a pomoc klientům v průběhu smluvně stanovených částí cesty

podmínka: k dispozici – kontaktní číslo
pro zavolání po 24 hodin denně a po 365 dní v roce

Vedoucí zájezdu

fyzická osoba

zástupce touroperátora – cestovní agentury nebo cestovní kanceláře

řízení a kontrola itineráře

zajištění plnění programu popsaného v katalogu

poskytování praktických místních informací

Doprovod zájezdu

zástupce touroperátora – cestovní agentury nebo
cestovní kanceláře

poskytování základních informací

Místní zástupce

fyzická osoba nebo agentura v místě destinace

pověřená touroperátorem

poskytování praktické pomoci klientům

vyřizování administrativy

Průvodce CR

fyzická osoba

provázení klientů v jazyce podle jejich výběru

poskytování výkladu o kulturním a přírodním dědictví oblasti

specializace na příslušnou oblast vydaná a uznávaná příslušným úřadem (oblastí může být i území celého státu)

kvalifikační příprava průvodce zaměřena na domácí teritorium

Animátor, koordinátor

fyzická osoba

plánování programů volného času a sportovních programů

odpovědnost za program

povzbuzování klientů k účasti na programu

využití jazyka většiny klientů

Hosteska

fyzická osoba

vítání návštěvníků letišť, nádraží, hotelů

výstavy, veletrhy, různé programy

podávání informací

obsluha v dopravních prostředcích

Horský průvodce

fyzická osoba

horské oblasti

vhodná kvalifikace

příslušné znalosti

Sportovní instruktor

fyzická osoba

výuka konkrétního sportu

vhodná kvalifikace získaná na základě příslušného školení a zkoušky

Vedoucí okružní plavby

fyzická osoba

lod' pro okružní plavbu

odpovědnost za program

odpovědnost za exkurze po vnitrozemí

Vedoucí zájezdu x průvodce

terminologická norma vyřešila spory mezi:

Evropskou federací asociací průvodců CR
a Mezinárodní asociací vedoucích zájezdů

o profesi průvodce CR a vedoucího zájezdu

podle normy jde při vycestování do zahraničí
ve většině případů o vedoucího zájezdu nebo
doprovod zájezdu, ne o průvodce

Vývoj průvodcovské činnosti v CR

vznik průvodcovské činnosti je spojen se vznikem a vývojem cestování a cestovního ruchu

původní důvody cestování:

- existenční, obchodní, zdravotní, kulturní

pozdější důvody cestování:

- přidává se zábava, rozptýlení, odpočinek

cestování má tedy funkci poznávací a společenskou

Vývoj průvodcovské činnosti

Vznik a vývoj průvodcovské činnosti úzce **souvisí se vznikem a vývojem cestovního ruchu**. Na jeho charakter a význam měly vliv společensko-ekonomické podmínky, což se projevovalo na důvodech, které vedly lidi k cestování.

Cestování bylo zpočátku neorganizované, postupně však získávalo organizovaný charakter a proto rostl význam organizátorů cest i specializovaných průvodců.

Doba antická

Již **staří Egyptané** měli svého boha cestování. Řekové konali objevné plavby ve stopách svých předchůdců – **Féničanů** a za prvou organizovanou akci turismu jsou **považovány první olympijské hry v roce 776 před naším** letopočtem. Na hry cestovali lidé z různých zemí jako účastníci nebo diváci. **Herodotos již v 5. stol. př. n. l.** popisuje země v oblasti Středoziemního moře, například Egypt, Mezopotámii a Libyi. Významné byly výpravy Alexandra Velikého. Na jeho rozkaz se jich zúčastnil celý vědecký sbor průvodců.

Staří Římané z vojenských důvodů věnovali velkou pozornost výstavbě cest a tím přispěli k rozvoji cestování. Rádi jezdili do termálních lázní severně od Alp a i tyto cesty všestranně zajišťoval štáb průvodců, často z řad vzdělaných otroků. Rovněž již existovaly první psané cestovní příručky.

Další významné rozšíření cestování znamenaly **Caesarovy výpravy** po Evropě. Byly zpracovány itineráře římských provincií, jež udávaly vzdálenost milníků a stanic. Značná pozornost byla věnována tvorbě map. V 6. stol. n. 1. sv. Šimon z Triéru působil jako průvodce turistů ve Svaté zemi.

Středověk

Nositelem vzdělanosti ve středověku byla **církev**, jež zprostředkovávala vymoženosti antické kultury. Významná byla činnost misionářů, kteří podnikali cesty do neprozkoumaných zemí. Cestopisná literatura je však nepatrná. Dědici řecké geografie byli Arabové, kteří vynikli nejen jako cestovatelé, ale i jako autoři vědecky správných popisů cest.

Znamé křižácké výpravy spolu s vynálezem kompasu znamenaly rozvoj kartografie. Existoval intenzivní cestovní ruch s náboženskou tematikou – **cesty na posvátná místa**. Slovo holiday má původ ve slovech holy day.

Hlavními organizátory a průvodci byli **kněží**. Součástí vzdělání šlechty a bohatých měšťanů byly **poznávací cesty**. Průvodci byli **vzdělanci nebo studenti**. O jejich služby byl značný zájem a také byli dobře placeni.

Doba velkých objevů

Již od 13. stol. evropští obchodníci s nelibostí platili vysoká cla na zboží dovážené z Indie přes arabské země. Hledání cesty do Indie se tedy dostalo všemožné podpory. A tak cesta Kryštofa Kolumba do Indie znamenala v roce 1492 objev nového světadílu – Ameriky (i když dnes víme, že dávno před ním tam dopluli Vikingové).

Novověk

V letech 1519 -- 1522 se uskutečnila první plavba kolem světa. Velitelem byl Portugalec ve španělských službách Fernando Magalhaes (1480 - 1521). Důsledkem úspěšné plavby byl (mimo jiné) rozvoj kartografie a spolu s vynálezem knihtisku i značné rozšíření map a tištěných popisů cest.

Devatenácté století

S rozvojem dopravy přestává být cestování výsadou příslušníků bohatších společenských vrstev, odvážných cestovatelů nebo potulných vandrovníků a stává se masovou záležitostí a dostupným zpestřením stereotypu všedního dne.

Angličané objevují Švýcarsko a vzniká cestovní ruch v dnešním slova smyslu. Alpy se stávají sportovištěm Evropy. Vznikají alpské spolky, jejichž řadu zahájil v r. 1857 anglický Alpine Club. **V roce 1841 zorganizoval Thomas Cook** první hromadný zájezd z Leicesteru do města Loughborough, kterého se zúčastnilo 570 lidí. Výlet se vydařil a Cook začal organizovat další. Při všech používal nedávný vynález – železniční dopravu.

V roce 1855 zorganizoval první zájezd na pevninu. Zájezd však skončil finanční ztrátou. V roce 1862 se mu podařilo vyjednat slevy na dopravu přes kanál pro skupiny a začal organizovat pravidelné zájezdy do Švýcarska a do Francie, které si rychle získaly velkou oblibu.

Thomas Cook (1808–1882)

novodobý cestovní ruch

Anglie 1841 – organizace prvního hromadného výletu pro 570 účastníků při příležitosti otevření železniční tratě

zakladatel první moderní cestovní kanceláře

postupně pobočky na dalších kontinentech

uplatnění prvků používaných dodnes

Karl Baedeker (1801–1895)

vydavatel knižních průvodců

pojem „bedekr“ i pro současné knižní průvodce

mapky, trasy

údaje o kulturních a historických památkách

údaje o obyvatelstvu

ubytovací zařízení

možnosti dopravního spojení

ceny

Ve Švýcarsku začali s výstavbou hotelů, aby uspokojili požadavky turistů. Po otevření Suezského průplavu v roce 1869 organizoval Cook úspěšné zájezdy do Egypta.

V roce 1870 podnikl prvou skupinovou turistickou cestu kolem světa, která trvala 222 dní. S jeho jménem je spojen objev **cestovního šeku a voucheru**.

Cestovatelé a turisté vyjíždějí do cizích krajů, do lázní a na letní byty. Vycházejí tištěné průvodce, vyniká Karl Baedeker, jehož tištěné průvodce prosluly pečlivým zpracováním a spolehlivostí údajů.

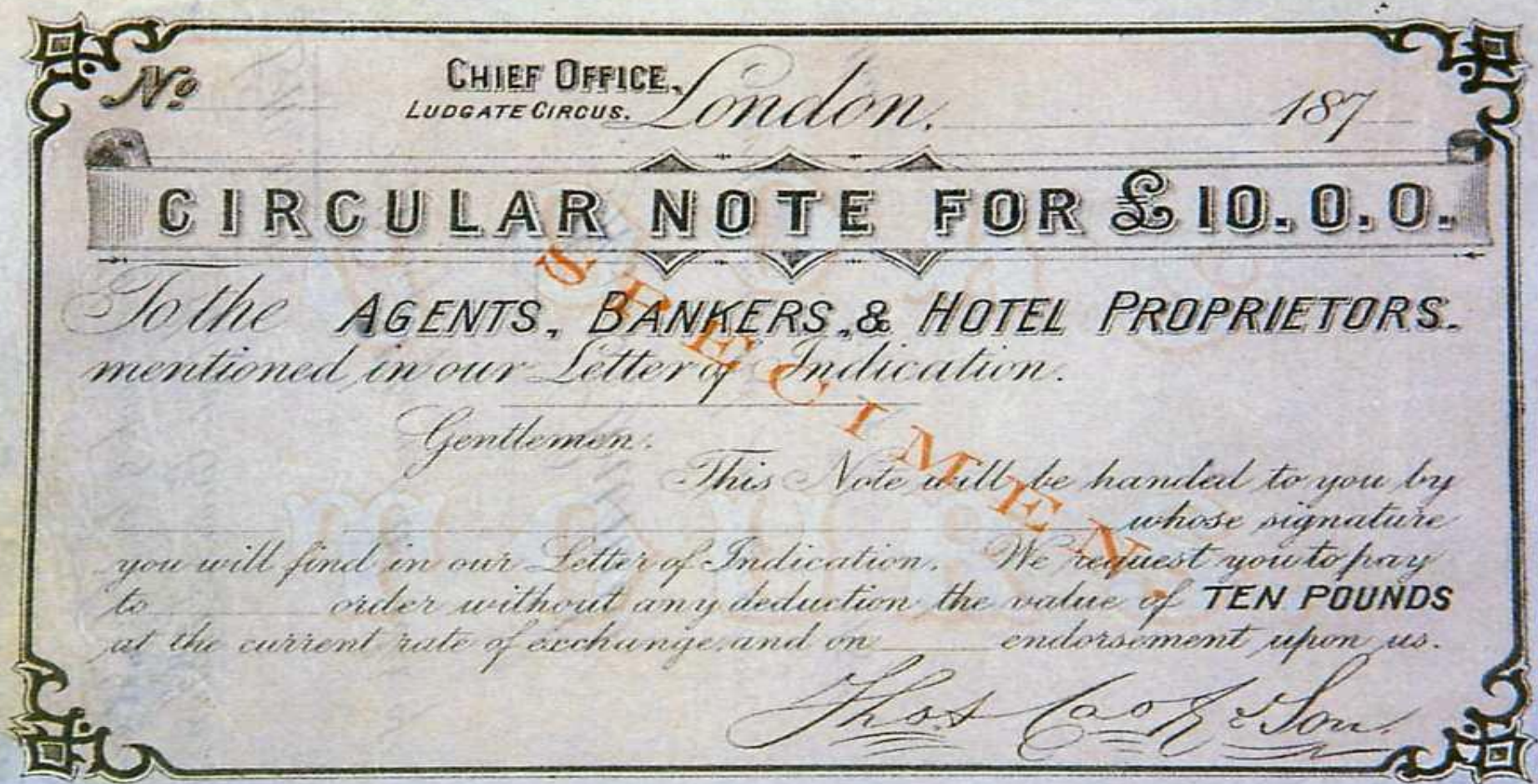
Jsou uváděny různé **praktické údaje** (např. výše spropitného nosičům a kočím, doporučená výše almužny pro žebráky, seznam věcí, které nemá turista zapomenout doma – například láhev koňaku atd.).

Průvodce tohoto nakladatelství vycházejí dodnes a pojem **bedekr** se stal synonymem pro tištěného průvodce.

Pokud 19. století bylo dobou zrodu turismu, pak 20. století bylo dobou jeho dospělosti.

Vouchery - opravňují držitele k ubytování a stravování
v hotelech smluvních partnerů

První cestovní šek Thomas Cook na 10 GBP z roku 1874



Již po první světové válce se začaly prodávat zájezdy, protože lidé měli více volných peněz, které mohli vydat na turismus.

Vznikají nejrůznější druhy ubytování **od campingů po luxusní hotely** a cestování se stává dostupné pro všechny. K rozvoji turismu přispívá televize, vynález proudového letadla, cestování je stále rychlejší a levnější.

Turismus se stává nejvýznamnějším hospodářským odvětvím.

Současnost

Začátek 21. století je charakterizován vlivem internetu, nahrazováním tištěných cestovních dokumentů jejich elektronickou verzí.

Moderní cestovní ruch si však bez práce průvodců cestovního ruchu nelze představit. Každá cestovní kancelář usiluje o co nejkvalitnější sbor průvodců. Bohužel právní podmínky pro výkon průvodcovské činnosti prodělávají neustálé (a ne vždy šťastné) změny.

Cestopisná literatura

nejstarší tradiční součást světové literatury

potřebná k práci průvodce

pomůcka při cestování

prostředek vzbuzení zájmu o cestování

Cestopisy

původní české cestopisy:

- od poloviny 15. století
- cesty do Palestiny (Jan Hasištejnský z Lobkovic)
- cesty na Západ (Václav Šašek z Bírkova)

16. století

- tištěné průvodce pro Francii, Španělsko, Itálii
- vznik na základě popisů cest obchodníků
- rady o chování na cestách

Cestovní šeky

- Speciální druh šeků, který vznikl pro potřeby mezinárodního cestovního ruchu
- Znějí na konkrétní částku a měnu
- Jsou vydávány v nejobvyklejších světových měnách (nejčastěji EUR a USD)
- Při vydávání se platí provize tomu, kdo je prodává (1 – 2 % z celkové částky)

Vývoj průvodcovské činnosti u nás

Historie vývoje průvodcovské činnosti v organizovaném cestovním ruchu u nás začíná vznikem cestovní kanceláře **ČEDOK v roce 1920**, který byl až do 60. let jedinou cestovní kancelář u nás.

Cestovní kanceláře, které začaly vznikat (**CKM, Sportturist, Rekrea, Autoturist, Slovakoturist a Tatratur**), se otázkou přípravy a výchovy průvodců zabývaly jednotlivě, jednotná pravidla neexistovala.

Teprve v 80. letech byl zaveden jednotný postup při výběru, přípravě a zkouškách průvodců cestovního ruchu, byla stanovena jednotná kritéria pro zájemce o zařazení do kvalifikačních kurzů (např. trestní bezúhonnost, organizační schopnosti, věk, zdravotní stav, ukončené střední vzdělání s maturitou a další).

Příprava v kvalifikačním kurzu probíhala podle jednotných osnov a byla ukončena kvalifikační zkouškou.

Příprava průvodců se uskutečňovala i v rámci školského systému.

V devadesátých letech byla organizací a pořádáním školení a kurzů pro průvodce pověřena řada institucí a organizací s právem provádět komisionální zkoušky průvodců.

Spolupráce průvodců
ve Světové a Evropské federaci
asociací průvodců CR

Světová federace asociací průvodců CR – WFTGA

World Federation of Tourist Guide Associations

federace profesních sdružení kvalifikovaných průvodců

registrace: 1987 ve Vídni

úřední jazyk: angličtina

sdužuje 70 asociací (Asociace průvodců ČR členem od roku 2003)

neúčast na politických, náboženských, rasově motivovaných aktivitách

Cíl WFTGA

vnímání profese průvodce jako plnohodnotného a náročného povolání

omezení činnosti nelegálních, nekvalifikovaných průvodců

Orgány WFTGA

valné shromáždění – nejvyšší orgán

výkonný výbor – prezident, sekretář, pokladník,
čtyři členové

kontrolní finanční komise – 3 členové

rozhodčí (arbitrážní) komise – řešení sporů mezi
členy

Úkoly WFTGA

navázání kontaktů s asociacemi průvodců CR

reprezentace průvodce, prosazování jeho zájmů

propagace univerzálního etického kodexu
a vzdělávání

stanovení, podpora a zlepšování nejvyšších
profesionálních standardů

rozvoj mezinárodní spolupráce v přípravě průvodců

umožnění výměny informací mezi členy WFTGA

Kodex průvodce CR

zaručuje klientům profesionální poskytování kvalitních průvodcovských služeb

poskytování profesionálních služeb

odborná péče o návštěvníky

poskytování výkladu bez předsudků a propagandy

při zpracování výkladu pracovat s pravdivými informacemi, zjišťovat rozdíly mezi fakty příběhy, legendami

Chování průvodce podle požadavků kodexu

čestnost, poctivost, racionalita

ochrana pověsti ČR

respektování okolního prostředí, přírody, pamětihodností, místních zvyklostí

reprezentace hostitelské země jako vhodné destinace ČR

Evropská federace asociací průvodců CR – FEG

Fédération européenne des Associations
de Guides Touristiques

European Federation of Tourist Guide Associations

registrace: 1986 v Paříži

úřední jazyk: angličtina, francouzština

nezisková organizace

reprezentuje přes 20 000 průvodců

Cíl FEG

sdružování asociací průvodců CR evropských zemí,
hlavně zemí EU

posilování profesionálních vztahů mezi členy

obhajování zájmů členů

reprezentace profese průvodce na evropské úrovni

propagace služeb průvodců

zlepšování kvality služeb průvodců

Listina kvality

napomáhá profesionalitě průvodcovské činnosti

obsahuje schválené standardy, jejichž cílem je:

respektování návštěvníků CR s ohledem

na jejich specifickou kulturu a tradice v rámci

společného evropského kulturního dědictví

Standardy listiny kvality

přátelské přivítání – zdvořilost, vhodné jednání, vhodné oblečení

komunikace – správné a aktuální informace podávané vhodným způsobem

vědomosti – studium zaměřené na teorii i praxi

profesionální rozvoj – kurzy, stálé rozšiřování vědomostí

organizace činnosti průvodce – harmonogram, itinerář a jejich dodržování

důvěryhodnost – bezúhonnost, takt, slušnost

etika

Česká profesní sdružení

- **Asociace průvodců ČR**

Asociace průvodců ČR je dobrovolným, nezávislým, nepolitickým, profesním občanským sdružením průvodců, které vzniklo na podzim roku 2001. Cíle asociace jsou podobné jako cíle WFTGA a FEG, kterých je členem. Chce především hájit své členy, společensky je sdružovat, propagovat a prezentovat jejich služby a také se podílet na jejich dalším vzdělávání a na kvalifikačních zkouškách.

Členem asociace se může stát kvalifikovaný průvodce, který doprovází české i zahraniční turisty v České republice nebo zahraniční zájezdy, místní odborný průvodce a průvodce v památkovém objektu. Průvodce musí prokázat svou odbornou kvalifikaci. Kromě členství ve světové a evropské federaci je Asociace průvodců ČR také členem Svazu obchodu a cestovního ruchu České republiky.

- **Sdružení průvodců ČR**

Sdružení průvodců ČR bylo založeno v roce 1990 jako „*dobrovolná, stavovská, nezávislá, národnostně otevřená a nepolitická organizace*“. Členy jsou především průvodci, pro které je průvodcovská činnost hlavním zdrojem příjmů. Sdružení průvodců ČR chce především hájit profesní a sociální zájmy svých členů. Jeho hlavní náplní je boj o změnu české legislativy tak, aby činnost mohli vykonávat pouze průvodci s odbornou a jazykovou kvalifikací.

• **Český spolek horských průvodců**

Český spolek horských průvodců (ČSHP) funguje od roku 2008. Je to dobrovolné, nepolitické, nezávislé, neziskové profesní občanské sdružení horských průvodců, které reprezentuje a chrání zájmy horských průvodců na národní a mezinárodní úrovni.

Na národní úrovni se snaží o vzdělávání průvodců, pořádá kurzy, semináře, ale i společenské akce nejen pro své členy, ale také pro širokou veřejnost. Je tvůrcem vzdělávacího programu, jehož absolventi mohou získat titul mezinárodního horského průvodce. Dbá na to, aby byli horští průvodci velmi kvalitně připraveni na svou práci a zajistili tak maximální bezpečí pro své klienty. Monitoruje nehody průvodců a poté uděluje disciplinární opatření nebo přijímá metodická doporučení.

V květnu 2012 se ČSHP stal členskou asociací UIMLA – Unie asociací mezinárodních horských průvodců. Je také členem International Mountaineering and Climbing Federation (UIAA)

DĚKUJI

ZA

POZORNOST

