

EKONOMICKÁ UNIVERZITA V BRATISLAVE
OBCHODNÁ FAKULTA

Evidenčné číslo: 102004/I/2024/36122176491321604

TVORBA PRODUKTU CESTOVNEJ KANCELÁRIE VO
VYBRANEJ DESTINÁCIÍ

Diplomová práca

EKONOMICKÁ UNIVERZITA V BRATISLAVE
OBCHODNÁ FAKULTA

**TVORBA PRODUKTU CESTOVNEJ KANCELÁRIE VO
VYBRANEJ DESTINÁCIÍ**

Diplomová práca

Študijný program: Manažment cestovného ruchu

Študijný odbor: Ekonómia a manažment

Školiace pracovisko: Katedra cestovného ruchu

Vedúci záverečnej práce: Ing. Alexander Frasch, PhD.

Čestné vyhlásenie

Čestne vyhlasujem, že som diplomovú prácu na tému Tvorba produktu cestovnej kancelárie vo vybranej destinácii vypracovala samostatne, s využitím odbornej literatúry a vedomostí získaných počas štúdia, a uviedla všetku použitú literatúru.

V Bratislave, dňa 24.04.2024

Podpis študenta:

Pod'akovanie

Touto cestou by som chcela pod'akovať svojmu školiteľovi Ing. Alexandrovi Fraschovi, PhD., za pomoc a spoluprácu, ktorú mi poskytoval počas celej tvorby práce. Taktiež by som sa rada pod'akovala vedeniu cestovnej kancelárie Hydrotour za poskytnutie informácií potrebných pre vypracovanie analytickej časti práce. Špeciálne a veľké ďakujem smerujem rodine, kamarátom a mojej Domi, bez ktorých podpory a pomoci by som sa k písaniu diplomovej práce pravdepodobne ani nedostala.

ABSTRAKT

STANKOVIČOVÁ, Romana: *Tvorba produktu cestovnej kancelárie vo vybranej destinácii*. – Ekonomická univerzita v Bratislave, Obchodná fakulta; Katedra cestovného ruchu. – Vedúci záverečnej práce: Ing. Alexander Frasch, PhD. – Bratislava: OF, 2024, 78 s.

Diplomová práca je písaná na tému „*Tvorba produktu cestovnej kancelárie vo vybranej destinácii*“. Hlavným cieľom diplomovej práce je na základe analýzy ponuky outgoingových cestovných kancelárií na slovenskom trhu zostaviť sériu pobytových zájazdov do zahraničnej prímorskej destinácie, ktorá v súčasnosti na trhu absentuje. Práca je rozdelená na štyri hlavné kapitoly, obsahujúce podkapitoly pre bližšie špecifikovanie problematiky. Prvá kapitola práce je zameraná na vymedzenie a objasnenie pojmov spojených s tvorbou produktu v cestovnom ruchu. Pri jej kompletizácii sme údaje získavali z knižných i internetových zdrojov a na ich spracovanie boli využité metódy analýzy, syntézy, komparácie, dedukcie a indukcie. Druhá kapitola práce obsahuje vymedzený hlavný cieľ práce spoločne s čiastkovými cieľmi, ktoré bolo nutné stanoviť pre dosiahnutie hlavného cieľa. V tretej kapitole sa venujeme metodike práce a metódam využitým v priebehu jej písania. Štvrtá kapitola je nosnou kapitolou záverečnej práce. V jej podkapitolách krok po kroku vytvárame produkt cestovnej kancelárie – zájazd do destinácie Maroko, vrátane kompletného návrhu transferov, personálneho zabezpečenia, ubytovacích kapacít, fakultatívnych výletov, marketingovej propagácie a konečnej kalkulácie cien. Výsledkom riešenej problematiky je vytvorená séria pobytových zájazdov do destinácie Maroko s priamymi letmi z Bratislavy. Vybranými ubytovacími zariadeniami sú Radisson Blu Resort Saidia Beach 5* a Radisson Blu Resort Al Hoceima 5*. Konečná cena za zájazd v hoteli Radisson Blu Resort Saidia Beach 5* v prepočte na jednu dospelú osobu začína na cenovej úrovni 1045€, zatiaľ čo konečná cena za zájazd v hoteli Radisson Blu Resort Al Hoceima 5* na cenovej úrovni 904€. Celkové výsledky diplomovej práce sú zhrnuté v závere.

Kľúčové slová: cestovná kancelária, destinácia, zájazd, kalkulácia

ABSTRACT

STANKOVIČOVÁ, Romana: *Creation of a travel agency product in selected destination*. - The University of Economics in Bratislava. Faculty of Commerce; Department of Tourism. - Thesis supervisor: Ing. Alexander Frasch, PhD. – Bratislava: OF, 2024, 78 p.

The diploma thesis is written on the topic "Creation of a travel agency product in a selected destination". The main objective of the diploma thesis is to create a series of holiday tours to a foreign seaside destination, which is currently absent on the market, based on an analysis of the offer of outgoing travel agencies on the Slovak market. The thesis is divided into four main chapters, containing subchapters for further specification of the issue. The first chapter of the thesis focuses on the definition and clarification of the concepts related to the creation of a product in tourism. In its completion, data were collected from book and internet sources and the methods of analysis, synthesis, comparison, deduction and induction were used for their processing. The second chapter of the thesis contains the defined main objective of the thesis together with the sub-objectives that had to be set to achieve the main objective. The third chapter deals with the methodology of the thesis and the methods used in the writing process. The fourth chapter is the carrying chapter of the thesis. In its eight subchapters we create step by step the product of a travel agency - a tour to the destination Morocco, including the complete design of transfers, staffing, accommodation, optional excursions, marketing promotion and final pricing. As a result of the problem solution, a series of tours to Morocco with direct flights from Bratislava were created. The selected accommodation facilities are Radisson Blu Resort Saidia Beach 5* and Radisson Blu Resort Al Hoceima 5*. The final price for a trip in Radisson Blu Resort Saidia Beach 5* per adult starts at the price level of 1045€, while the final price for a trip in Radisson Blu Resort Al Hoceima 5* starts at the price level of 904€. The overall results of the diploma thesis are summarized in the conclusion.

Keywords: travel agency, destination, tour, calculation

Obsah

Zoznam grafov, tabuliek a obrázkov.....	9
Úvod	11
1. Súčasný stav riešenej problematiky doma a v zahraničí.....	12
1.1 Produkt v cestovnom ruchu.....	12
1.2 Zájazd ako produkt cestovnej kancelárie	16
1.2.1 Kontraktácia ubytovacích a dopravných služieb vstupujúcich do tvorby zájazdu... 18	
1.2.2 Význam zahraničného partnera v destinácií	22
1.2.3 Kalkulácia zájazdu.....	24
1.3 Cestovné kancelárie a cestovné agentúry v zmysle zákona o zájazdoch	25
1.4 Cestovné kancelárie pôsobiace na slovenskom trhu outgoingu	27
2. Cieľ práce	30
3. Metodika práce a metódy skúmania	31
3.1 Charakteristika objektu skúmania	32
4. Výsledky práce	33
4.1 Analýza ponuky outgoingových cestovných kancelárií na slovenskom trhu.....	33
4.2 Charterová letecká doprava	34
4.3 Zahraničný partner	37
4.4 Ubytovanie	38
4.4.1 Hotel Radisson Blu Resort Saidia Beach 5*	39
4.4.2 Hotel Radisson Blu Resort Al Hoceima 5*	45
4.4.3 Kontrahované objemy garančných a allotmentových kapacít.....	50
4.5 Personálne zabezpečenie v destinácií.....	52
4.6 Ponuka fakultatívnych výletov v rámci destinácie.....	55
4.7 Kalkulácia zájazdu	56
4.7.1 Hotel Radisson Blu Resort Saidia Beach 5*	58
4.7.2 Hotel Radisson Blu Resort Al Hoceima 5*	63
4.8 Propagačné materiály a využitie online platforiem.....	67
Záver	72
Zoznam použitej literatúry	74
Prílohy.....	78

Zoznam grafov, tabuliek a obrázkov

Tabuľka č. 1: Prehľad charakteristických vlastností produktu v cestovnom ruchu	13
Tabuľka č. 2: Fázy životného cyklu destinácie	15
Tabuľka č. 3: Prehľad leteckých spoločností poskytujúcich charterové lety a ich cieľových destinácií	19
Tabuľka č. 4: Prehľad charterových letov na sezónu 2024 (vrátane cien).....	35
Tabuľka č. 5: Položky vstupujúce do celkovej ceny letenky	36
Tabuľka č. 6: Náklady plánovaných obojsmerných transferov.....	38
Tabuľka č. 7: Možnosti ubytovania a prehľad nákladových cien pri celkovom počte 2 dospelé osoby v hoteli Radisson Blu Resort Saidia Beach 5*	40
Tabuľka č. 8: Možnosti ubytovania a prehľad nákladových cien pri celkovom počte 3 dospelé osoby v hoteli Radisson Blu Resort Saidia Beach 5*	42
Tabuľka č. 9: Možnosti ubytovania a prehľad nákladových cien pri celkovom počte 2 dospelé osoby a 1 dieťa v hoteli Radisson Blu Resort Saidia Beach 5*	43
Tabuľka č. 10: Možnosti ubytovania a prehľad nákladových cien pri celkovom počte 2 dospelé osoby a 2 deti v hoteli Radisson Blu Resort Saidia Beach 5*	44
Tabuľka č. 11: Možnosti ubytovania a prehľad nákladových cien pri celkovom počte 2 dospelé osoby v hoteli Radisson Blu Resort Al Hoceima 5*	45
Tabuľka č. 12: Možnosti ubytovania a prehľad nákladových cien pri celkovom počte 3 dospelé osoby v hoteli Radisson Blu Resort Al Hoceima 5*	46
Tabuľka č. 13: Možnosti ubytovania a prehľad nákladových cien pri celkovom počte 2 dospelé osoby a 1 dieťa v hoteli Radisson Blu Resort Al Hoceima 5*	48
Tabuľka č. 14: Možnosti ubytovania a prehľad nákladových cien pri celkovom počte 2 dospelé osoby a 2 deti v hoteli Radisson Blu Resort Al Hoceima 5*	49
Tabuľka č. 15: Formy ubytovania a počet kontrahovaných izieb na jeden zájazdový turnus	50
Tabuľka č. 16: Prehľad mesačných mzdových nákladov na personálne zabezpečenie destinácie	53
Tabuľka č. 17: Prehľad celkových nákladov na personálne zabezpečenie destinácie počas sezóny	54

Tabuľka č. 18: Kalkulácia konečnej ceny zájazdu.....	57
Tabuľka č. 19: Konečná cena za zájazd pre 2 dospelé osoby v hoteli Radisson Blu Resort Saidia Beach 5*	58
Tabuľka č. 20: Konečná cena za zájazd pre 3 dospelé osoby v hoteli Radisson Blu Resort Saidia Beach 5*	60
Tabuľka č. 21: Konečná cena za zájazd pre 2 dospelé osoby a 1 dieťa v hoteli Radisson Blu Resort Saidia Beach 5*	61
Tabuľka č. 22: Konečná cena za zájazd pre 2 dospelé osoby a 2 deti v hoteli Radisson Blu Resort Saidia Beach 5*	62
Tabuľka č. 23: Konečná cena za zájazd pre 2 dospelé osoby v hoteli Radisson Blu Resort Al Hoceima 5*	63
Tabuľka č. 24: Konečná cena za zájazd pre 3 dospelé osoby v hoteli Radisson Blu Resort Al Hoceima 5*	64
Tabuľka č. 25: Konečná cena za zájazd pre 2 dospelé osoby a 1 dieťa v hoteli Radisson Blu Resort Al Hoceima 5*	65
Tabuľka č. 26: Konečná cena za zájazd pre 2 dospelé osoby a 2 deti v hoteli Radisson Blu Resort Al Hoceima 5*	66
Obrázok č. 1: Návrh propagačného materiálu pre platformu Instagram.....	69
Obrázok č. 2: Návrh propagačného materiálu pre e-mailový newsletter.....	70
Obrázok č. 3: Návrh propagačného materiálu pre e-mailový newsletter – ponuka výletov....	71
Graf č. 1: Grafické znázornenie životného cyklu destinácie.....	16

Úvod

Cestovný ruch je dôležitou súčasťou každodenného života obyvateľov ktorejkoľvek krajiny, a to vďaka mnohým aspektom. Pozitívne ovplyvňuje hrubý domáci produkt pomocou generovania pridanej hodnoty, tvorbu pracovných pozícií, mobilitu pracovných síl či celkovú mobilitu obyvateľstva. Podporuje rozvoj infraštruktúry, kultúry, vzdelávania či medzinárodných vzťahov. Podľa Svetovej turistickej organizácie je najdynamickejším a najrýchlejšie sa rozvíjajúcim ekonomickým odvetvím a túto pozíciu si uchováva už niekoľko rokov po sebe, napriek krízam, ktoré ho veľmi priamo zasiahli. Nie je pre to prekvapením, že práve v tomto odvetví dlhoročne pôsobí a taktiež neustále vzniká množstvo nových podnikateľských subjektov, pre ktoré sa stal cestovný ruch kľúčom úspechu na neustále rastúcom trhu.

Cestovné kancelárie, ako primárni tvorcovia ponuky v cestovnom ruchu a cestovné agentúry, ako sprostredkovatelia predaja tejto ponuky, sú úzko späté vzájomnou snahou poskytnúť účastníkom cestovného ruchu zážitok, ktorý bude natoľko komplexný a jedinečný, že im zabezpečí stabilnú pozíciu a zotrvanie na veľmi súťaživom trhu. V súčasných podmienkach sú všetky subjekty pôsobiace vo sfére cestovného ruchu vystavené tlaku z rôznych smerov, no najmä zo strany konečného spotrebiteľa.

Hlavným cieľom záverečnej práce je na základe analýzy ponuky outgoingových cestovných kancelárií na slovenskom trhu zostaviť sériu pobytových zájazdov do zahraničnej prímorskej destinácie, ktorá v súčasnosti na trhu absentuje. Neustále sa vyvíjajúce a meniace preferencie spotrebiteľov nútia cestovné kancelárie neustále dopĺňať a inovovať produkty tak, aby udržali záujem zo strany svojej pravidelnej klientely a rovnako tak upútali pozornosť tej stávajúcej. Práve voľba destinácie pre umiestnenie produktu spoločne s jeho kvalitatívnou úrovňou a celkovým komplexným prevedením je v konkurenčnom prostredí to, čím sa cestovná kancelária vie odlíšiť od svojich trhových konkurentov a vytvára si tak predpoklad úspechu.

1. Súčasný stav riešenej problematiky doma a v zahraničí

1.1 Produkt v cestovnom ruchu

Produkt ako taký vieme definovať rôznymi spôsobmi. V odbornej terminológii pod pojmom produkt rozumieme všetko, čo vieme ponúknuť na trhu s cieľom uspokojiť potreby a želania zo strany dopytu. Produkt z hľadiska jeho hmotnej podstaty vieme rozdeliť na hmotný (ten, ktorý vieme otestovať zmyslami ako chuť, hmat či zrak) a nehmotný (ten, ktorý je výsledkom duševnej aktivity). Môže ísť napríklad o materiálne statky a služby, no taktiež o myšlienky, osoby či miesta, prípadne ich kombinácie, ktoré sú charakteristické ich využiteľnosťou a dosiahnuteľnosťou (Borovský, Smolková, Niňajová, 2008).

Definícia produktu cestovného ruchu je však modifikovaná rôznymi špecifikami, ktoré so sebou tento produkt prináša. United Nations World Tourism Organisation (ďalej len UNWTO) definuje produkt cestovného ruchu ako *kombináciu hmotných a nehmotných prvkov, ako napríklad prírodné, kultúrne a človekom vytvorené zdroje, atrakcie, zariadenia a služby, ktoré spoločne vytvárajú celkový zážitok pre návštevníka v destinácií vrátane rôznych emocionálnych aspektov*. V trhovej ekonomike môžeme produkt cestovného ruchu definovať napríklad aj ako komplex hmotných a abstraktných hodnôt, ktoré účastník cestovného ruchu spotrebovávajú (Beránek a kol., 2013). Ide však o veľmi nepresnú špecifikáciu a v súčasnosti existuje mnoho rôznych pohľadov na to, čo všetko by mal tento produkt spĺňať, a teda aj na to, čo všetko by mala jeho definícia zahŕňať. Ďalší autori charakterizujú produkt v cestovnom ruchu napríklad ako „*súbor heterogénnych statkov a služieb, ktorých cieľom je uspokojiť potreby návštevníkov a vytvoriť komplexný zážitok*“, alebo „*komplexný súbor zážitkov, respektíve uspokojenie potreby po súbornom spektre skúseností v cieľovom mieste*“ (Gúčik a kol., 2011).

Napriek definíciám, ktoré sa rôznia od autora k autorovi, vo všeobecnosti vieme stanoviť základné charakteristiky, ktorú sú produktu v cestovnom ruchu vlastné. Ich prehľad môžeme vidieť v nasledujúcej tabuľke.

Tabuľka č. 1: Prehľad charakteristických vlastností produktu v cestovnom ruchu

Vlastnosť	Charakteristika
heterogénnosť	Produkt cestovného ruchu nevie byť štandardizovaný a líši sa v závislosti od požiadaviek klienta.
nehmotnosť	Zákazník si vopred daný produkt nevie pozrieť ani vyskúšať. Kľúčové pri rozhodovaní o kúpe sú pre neho informácie získané zo strany predávajúceho (cestovnej kancelárie alebo sprostredkovateľa – cestovnej agentúry), ktoré by mali byť poskytované v najširšom možnom rozsahu, prípadne zo strany IKT (webstránky a sociálne médiá).
neoddeliteľnosť	Tento typ produktu nie je možné prevážať, nakoľko jeho existencia je viazaná na miesto, kde bol vyrobený (jeho súčasťou je ubytovacie zariadenie v danej lokalite, služby poskytované lokálnymi zamestnancami, kultúra či príroda).
pominuteľnosť	Produkt cestovného ruchu je neskladovateľný a rozhodujúcim faktorom jeho úspešnosti je súlad ponuky a dopytu v čase a priestore.
komplexnosť	Produkt v cestovnom ruchu pozostáva z viacerých čiastkových produktov, ktoré spolu tvoria komplexný zážitok pre jeho užívateľa.
nestálosť	Trh cestovného ruchu je veľmi dynamický a od toho sa odráža neopakovateľnosť každého produktu. Celkový zážitok ovplyvňuje množstvo faktorov, ktoré robia každý produkt cestovného ruchu unikátnym.
sezónnosť	Sezónnosť produktu je ovplyvnená sezónnosťou dopytu po ňom. Ovplyvňuje ho napr. striedanie ročných období, klimatické podmienky, školské prázdniny, obdobie čerpania dovoleniek, a ďalšie mnohé prírodné i sociálne činitele.
substituovateľnosť	Celkový produkt cestovného ruchu sa skladá z viacerých čiastkových produktov (ako bolo spomenuté vyššie). Tie sa dajú medzi sebou zamieňať v závislosti na ich konkrétnych vlastnostiach (napr. cena, úroveň kvality).

Zdroj: vlastné spracovanie podľa Gúčík (2011), Karkalíková (2017), Stabler et al. (2009)

Tvorba produktu cestovného ruchu (a jeho čiastkových produktov) patria podľa Palatkovej (2011) ku kľúčovým a zásadným činnostiam cestovných kancelárií. Proces tvorby je veľmi komplexný a zahŕňa množstvo krokov nevyhnutných k jeho neskoršiemu úspešnému zaradeniu medzi už existujúcu ponuku na trhu. Kroky pri jeho tvorbe sa však líšia na základe toho, o aký konkrétny druh produktu ide. Postup však podľa dostupných zdrojov vieme štandardizovať nasledovne:

- **identifikácia potenciálu destinácie** – základným krokom pri voľbe destinácie je identifikovanie základných predpokladov pre jej ďalší úspech (patrí sem prieskum atraktivít, možných zážitkov a atmosféra miesta) a taktiež zmapovanie pripravenosti destinácie (dopravná dostupnosť, stav ubytovacích zariadení, ponuky gastronomických služieb, podmienky na vytváranie ďalších čiastkových produktov CK v destinácií a pod.);
- **návrh projektového zámeru** – dôkladný popis základnej myšlienky, ktorá je podnetom na tvorbu produktu, súčasného a plánovaného cieľového stavu po realizácii;
- **identifikácia cieľových skupín** – tento krok je dôležitým najmä z marketingového hľadiska (na koho cieľiť pri ponuke a predaji daného produktu), rovnako je dobré poznať očakávania vybranej cieľovej skupiny a snaha o ich naplnenie;
- **analýza konkurencie na trhu** – prieskum konkurenčných ponúk a produktov na našom cieľovom trhu je predpokladom na vytvorenie inovatívneho a silného produktu cestovného ruchu, nakoľko vieme objektívnejšie zhodnotiť kvality a atraktivitu nami novovytvoreného produktu);
- **analýza rizík** – zhodnotenie rizík, ktoré môžu ovplyvniť daný produkt cestovného ruchu (napr. politická situácia, pandémie, výkyvy počasia) a vytvorenie opatrení, ktoré môže tieto riziká minimalizovať;
- **nadviazanie spolupráce s participujúcimi subjektmi** – oslovenie partnerov vo vybranej destinácií, ako sú rôzne destination management companies (ďalej len DMC), hotely či letecké spoločnosti (vyjasnenie charakteru spolupráce, pravidlá komunikácie, zmluvné kontrakty a pod.).

Úspešnosť produktu v cestovnom ruchu po jeho uvedení na trh závisí najmä od dopytu, ktorý po ňom dokáže vytvoriť účastníci trhu. Rovnako ako pri iných produktoch, jeho životnosť však nie je neobmedzená a súvisí s rôznymi zmenami, ktorými si dynamický

cestovný ruch prechádza. Teória životného cyklu produktu v cestovnom ruchu sa však odvíja najmä od destinácie, ktorá je jeho neoddeliteľnou súčasťou, je dôvodom, pre ktorý cestovný ruch vzniká a bez ktorej ani produkt ako taký nemôže existovať. Životný cyklus destinácie vieme rozdeliť do jednotlivých fáz, ktorých prehľad nájdeme v nasledujúcej tabuľke.

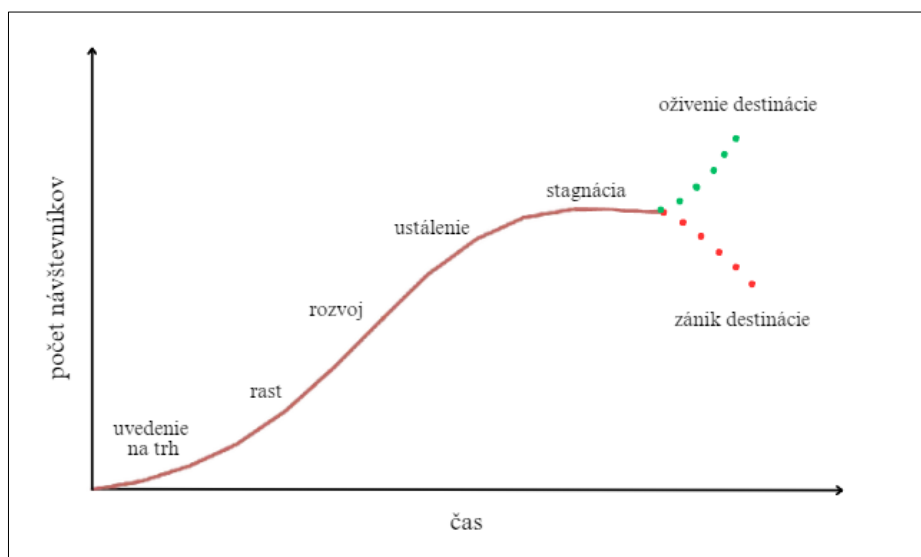
Tabuľka č. 2: Fázy životného cyklu destinácie

Fáza	Charakteristika
uviedenie na trh	Po uvedení na trh sa destinácia stáva atraktívnou vďaka marketingu, ktorý ho sprevádza. Prvými účastníkmi cestovného ruchu ktorých nová destinácia zaujme sú tí, ktorých láka neprebádané miesto a nové zážitky.
rast	Počet ľudí, ktorým sa daná destinácia dostala do povedomia narastá. Rovnako sa zvyšuje počet návštevníkov v destinácii a miestne komunity si zvykajú na prílev turistov. Destinácii vzniká stabilnejšia pozícia na trhu.
rozvoj	Počet účastníkov cestovného ruchu stále stabilne rastie. Destinácia sa na trhu stáva stále žiadanejšou a vzhľadom na ekonomické benefity, ktoré so sebou návštevníci prinášajú, sa prispôsobuje požiadavkám a preferenciám turistov. V tejto fáze do destinácie preniká konkurencia z domáceho aj zahraničného trhu.
ustálenie	Bol dosiahnutý vrchol návštevnosti. Miestna ekonomika je prispôbená turistom a všetky zdroje sú plne kapacitne využité.
stagnácia	Destinácia stráca svoje čaro, nakoľko turistom nevie v súčasnosti ponúknuť nič nové. Počet návštevníkov pomaly klesá, nakoľko už viac necítia autenticitu a jedinečnosť daného miesta.
zánik/oživenie	Posledná fáza životného cyklu destinácie. Od bodu stagnácie záleží od vlastností produktov poskytovaných v destinácii, či príde k jej zániku alebo obnoveniu záujmu návštevníkov (nové možnosti, objavenie nových zdrojov, investície).

Zdroj: vlastné spracovanie podľa Butler (2006)

Jednotlivé fázy životného cyklu destinácie možno znázorniť graficky, a to z dôvodu zjednodušenia pochopenia ich následnosti a nadväznosti (na základe vizualizácie ich predpokladaného vývoja v čase). Ukážkou grafického znázornenia je Graf č.1.

Graf č. 1: Grafické znázornenie životného cyklu destinácie



Zdroj: vlastné spracovanie podľa Butler (2006)

1.2 Zájazd ako produkt cestovnej kancelárie

Pre zadefinovanie pojmu zájazd je dôležité si najprv priblížiť služby v cestovnom ruchu. Za službu cestovného ruchu sa podľa Zákona č. 170/2018 z. z. o zájazdoch považuje *samostatná služba cestovného ruchu, tzn. taká, ktorá vzhľadom na svoju podstatu nie je prirodzenou súčasťou inej služby cestovného ruchu*. Zákon ďalej delí služby cestovného ruchu nasledovne:

- preprava (napr. preprava cestujúcich lietadlom, autobusom, vlakom alebo loďou; preprava batožiny sa taktiež pokladá za prirodzenú súčasť prepravy cestujúcich);
- ubytovanie, ktoré nie je prirodzenou súčasťou prepravy a nie je určené na účel bývania;
- prenájom motorových vozidiel alebo dvojkolesových motorových vozidiel, ktoré si vyžadujú vodičský preukaz skupiny A;
- iné služby cestovného ruchu, ktoré nie sú prirodzenou súčasťou prepravy, ubytovania alebo prenájmu motorových vozidiel (napr. vstupenky do zábavných parkov, skipasy, prenájom športového výstroja a pod.).

Pojmom zájazd označujeme komplexný produkt cestovnej kancelárie vytvorený za účelom uspokojenia potrieb a požiadaviek klientov na trhu cestovného ruchu. Zákon č. 170/2018 z. z. o zájazdoch definuje zájazd ako „kombináciu najmenej dvoch rôznych druhov služieb cestovného ruchu zakúpených na účel tej istej cesty, ak služby cestovného ruchu skombinoval jeden obchodník, prípadne išlo o uzavretie samostatných zmlúv s jednotlivými poskytovateľmi služieb, tvoriacich jeden zájazd.“ Novacká a kol. (2014) uvádzajú vo svojej publikácii jeho nasledovné charakteristické prvky:

- kombinácia najmenej dvoch základných služieb a doplnkových služieb
- trvanie viac ako 24 hodín (resp. s ubytovaním cez noc)
- vopred pripravená kombinácia služieb do momentu uzatvorenia zmluvy o zájazde
- zájazd predáva cestovná kancelária; cestovná agentúra vždy v mene producenta

Patúš a kol. (2011) klasifikujú zájazdy a pobytové zájazdy podľa základných kritérií kritérií:

- **z geografického hľadiska** (domáce a zahraničné);
- **zo sociologického hľadiska** (podľa cieľovej skupiny);
- **podľa spôsobu prípravy** (pripravené vopred alebo pripravené na mieru podľa požiadaviek zákazníka);
- **podľa využitého dopravného prostriedku** (autokarové, letecké, lodné, vlakové, s vlastnou prepravou, s kombinovanou prepravou);
- **podľa ročného obdobia** (letné, zimné, mimosezónne);
- **podľa dĺžky trvania** (krátkodobé s dĺžkou trvania do troch dní a vrátane, dlhodobé s dĺžkou trvania viac ako tri dni);
- **podľa tematického zamerania** (kultúrno-poznávacie, rekreačno-pobytové, kúpeľné, pútnické, a pod.).

Novacká a kol. (2014) uvádzajú aj ďalšie možné doplnkové členenia, medzi ktoré patria nasledovné: spôsob organizácie (štandardné, na objednávku), segment klientely (biznis klientela, dovolenkári) a vzdialenosť do cieľovej destinácie (short – haul, medium – haul, long – haul). Hlavný význam zájazdovej činnosti spočíva v účelnom využití času klientov cestovnej kancelárie na rekreáciu, oddych či poznávanie.

1.2.1 Kontraktácia ubytovacích a dopravných služieb vstupujúcich do tvorby zájazdu

Ako sme uviedli v prechádzajúcej kapitole, pre tvorbu zájazdu je kľúčové spojenie minimálne dvoch rôznych služieb cestovného ruchu. Medzi najdôležitejšie služby poskytované klientom cestovných kancelárií patrí doprava do destinácie a ubytovanie v destináciách, a práve nim bude venovaná táto podkapitola.

Doprava do destinácie patrí medzi základné podmienky realizácie cestovného ruchu v akejkoľvek forme, a je taktiež prvou službou poskytovanou cestovnou kanceláriou (sprostredkovateľom, ktorého zabezpečila cestovná kancelária), s ktorou príde klient v najväčšej pravdepodobnosti do kontaktu (výnimku tvoria zájazdy s individuálnou dopravou). Voľba dopravného prostriedku závisí od rôznych faktorov, ktoré cestovná kancelária musí zohľadňovať v snahe poskytnúť klientovi čo najväčší komfort, či napr. úsporu času stráveného pri cestovaní do destinácie (Page, Connel, 2014). Na slovenskom trhu sú najrozšírenejšími druhmi dopravy v rámci výjazdového zájazdového cestovného ruchu autokarová a letecká doprava. Na dynamickom vzostupe leteckej dopravy v poslednom desaťročí má podiel najmä faktor času, ku ktorého výraznej úspore dochádza v porovnaní s autokarovými zájazdmi (za predpokladu vzdialenejšej destinácie). Kontraktácia autobusovej dopravy spočíva zo strany cestovnej kancelárie v prenájme celej kapacity dopravného prostriedku, tzn. cestovná kancelária sa snaží zaplniť všetky miesta svojimi klientmi, aby optimalizovala náklady vynaložené na prenájom tohto prostriedku (O'Connell, Williams, 2011).

Čo sa týka leteckej dopravy, cestovné kancelárie zvyčajne uzatvárajú zmluvy s leteckými dopravcami poskytujúcimi charterové lety. Osobných leteckých prepravcov členíme podľa dvoch základných kritérií:

- podľa charakteru ponuky a predaja služieb (pravidelní dopravcovia, nepravidelní dopravcovia, „A.C.M.I.“ dopravcovia);
- podľa charakteru služieb a obchodného modelu (klasickí dopravcovia, nízkonákladoví dopravcovia).

Možnosti kontraktácie medzi cestovnou kanceláriou a leteckými spoločnosťami sú rôzne. Patrí medzi ne prenájom celej kapacity lietadla (charter), podiel na prenájme kapacity

lietadla (charter-subcharter), alebo nákup dopravy pre daný počet cestujúcich v rámci pravidelnej dopravy (Novacká a kol., 2014).

Charterový let je linka, ktorá nelieťa podľa pravidelného letového poriadku, ale podľa potrieb klienta, ktorý si daný let prenájíma. Cestovná kancelária zvyčajne nakupuje buď celú kapacitu lietadla (ak si je istá, že s vysokou pravdepodobnosťou obsadí všetky sedadlá svojimi klientmi), alebo určitý podiel kapacity a zvyšok dopĺňa iná cestovná kancelária (už spomenutý charter-subcharter). V prípade zostatkových leteniek, ktoré nezakúpila na daný charterový let žiadna cestovná kancelária, púšťajú sa dané letenky do voľného predaja súkromným osobám. (Doganis, 2013) Medzi letecké spoločnosti poskytujúce charterové lety z letiska Milana Rastislava Štefánika v Bratislave do cieľových destinácií patria nasledovné, uvedené v tabuľke.

Tabuľka č. 3: Prehľad leteckých spoločností poskytujúcich charterové lety a ich cieľových destinácií

Letecká spoločnosť	Destinácia
Aegean	Athens, Thessaloniki, Heraklion
Air Cairo	Hurghada, Marsa Alam, Mersa Matruh
Air Explore	Athens, Thessaloniki
Air Horizont	Barcelona, Corfu, Rhodos, Olbia, Heraklion, Zakynthos, Lamezia Terme, Palma De Mallorca, Thessaloniki
Air Montenegro	Podgorica, Tirana
Bulgaria Air	Bourgas
Bulgarian Air Charter	Bourgas
Corendon	Antalya, Tel Aviv

Letecká spoločnosť	Destinácia
Cyprus Airways	Larnaca
FlyEgypt	Hurghada
FlyLAL	Tel Aviv
Freebird Airlines	Antalya
Mavi Gok Airlines	Antalya
Nouvelair	Monastir
Sky Alps	Brač, Dubrovnik
Smartwings	Zanzibar, Salalah, Bahrain, Blaise Diagne, Dubai, Hurghada, Tarbes-Lourdes, Lamezia Terme, Taba, Sal, Antalya, Monastir, Marsa Alam, Aqaba, Izmir, Kavala, Olbia, Araxos / Patras, Kos, Menorca, Almeria, Kefalonia, Djerba, Larnaca, Rhodos, Preveza / Lefkas, Tirana, Porto, Palma De Mallorca, Corfu, Larnaca, Zakynthos, Bourgas, Heraklion, Boa Vista
Tailwind Airlines	Antalya
Tus Airways	Larnaca
World 2 Fly	Santa Clara, Punta Cana, Phu Quoc

Zdroj: vlastné spracovanie podľa letiska M. R. Štefánika v Bratislave (2024)

Na základe údajov získaných v spolupráci s letiskom Milana Rastislava Štefánika v Bratislave môžeme povedať, že väčšina uvedených leteckých dopravcov poskytuje charterové lety výhradne v období letnej leteckej sezóny (od mája do októbra), okrem leteckej

spoločnosti World 2 Fly a Smartwings, a taktiež ojedinelých ad-hoc charterových letov spoločností Aegan a Air Explore.

Počas výberu leteckého dopravcu cestovná kancelária prehodnocuje rôzne riziká, ktoré môžu počas zazmluvneného obdobia nastať a dôsledne vyberá podľa dôležitých kritérií. Ide najmä o stabilitu danej leteckej spoločnosti, veľkosť flotily (v prípade, že by bolo treba použiť náhradné lietadlo), či majú bázu na letisku v krajine, z ktorej bude charterový let vzlietať a pod.

Pri poskytovaní ubytovacích služieb a voľbe konkrétneho ubytovacieho zariadenia berie cestovná kancelária do úvahy viaceré aspekty, ktoré ovplyvňujú toto rozhodnutie. Patria sem najmä očakávania a požiadavky klienta na kvalitu, čistotu, pohodlie a rozsah služieb poskytovaných ubytovacím zariadením v destinácií. Podľa Tomáša Lazarova, obchodného riaditeľa CK Hydrotour, sa cestovné kancelárie so zameraním na pobytový cestovný ruch pôsobiace na slovenskom trhu zameriavajú najmä na výber ubytovacích zariadení klasifikovaných ako hotely, s úrovňou kvality poskytovaných služieb 3* a viac. Každá krajina uplatňuje svoj spôsob klasifikácie či hodnotenia hotelových ubytovacích zariadení a má stanovený maximálny počet hviezdíčiek, ktoré môže zariadenie dosiahnuť. Na stanovení fixných štandardov aspoň v rámci Európskej únie sa podieľa nezisková organizácia HOTREC, za pomoci ktorej niektoré hotelové asociácie štátov Európy založili spoločnú úniu Hotelstars Union (Rašovská, Ryglová, 2017).

Kontraktácia izieb vo vybranom hotelovom ubytovacom zariadení v destinácií zo strany cestovných kancelárií prebieha na základe uzatvorenia rôznych typov zmlúv. Získanie dostatočného počtu izieb na zabezpečenie ubytovania (rovnako ako zabezpečenie miest v dopravnom prostriedku) pre všetkých hostí, ktorí sa do destinácie rozhodnú vycestovať je rozhodujúcim faktorom pri hodnotení úspešnosti zájazdu ako produktu cestovného ruchu. Podľa Ivanova (2014) sú najbežnejšími typmi kontraktov uzatvorenými medzi cestovnou kanceláriou a hotelom nasledovné:

- **commitment** (garancia) – v tomto prípade cestovná kancelária sumu za zvolený počet hotelových izieb uhradí vopred a tým ich má isté; hotel nemôže dané izby ďalej predávať a sú rezervované pre klientov danej cestovnej kancelárie;

- **allotment** – pojem „allotment“ sa používa na označenie bloku izieb v hoteli, ktoré sú pre danú cestovnú kanceláriu na základe zmluvy rezervované do určitej doby (napr. 10 dní pred plánovaným začiatkom turnusu); ak cestovná kancelária do danej doby sumu za izby neuhradí, hotel viac nie je povinný ich držať rezervované a môže spustiť ich voľný predaj;
- **on request** (na požiadanie) – všetky izby, ktoré neboli vopred dohodnuté medzi cestovnou kanceláriou a hotelom; v prípade predaja klientovi musí byť najskôr dostupnosť tejto izby overená zo strany cestovnej kancelárie a potvrdená dodávateľom, až potom môže byť potvrdená klientovi.

1.2.2 Význam zahraničného partnera v destinácií

Ako vyplýva zo samotného názvu podkapitoly, táto časť záverečnej práce je venovaná zahraničným partnerom (tzv. destination management company/companies, ďalej len DMC) ktorí úzko spolupracujú a mnohokrát konajú v mene partnerskej cestovnej kancelárie v konkrétnej destinácií. Napriek tomu, že väčšina cestovných kancelárií do destinácií, ktoré ponúkajú na trhu vysielajú počas trvania sezóny svojich zástupcov (delegáti a animátori), je pre nich nemožné dlhodobo zastrešiť každý jeden aspekt zájazdu vo vlastnej réžii. Preto je pre nich dôležité získať niekoho, kto danú destináciu pozná, pohybuje sa na lokálnom trhu cestovného ruchu, je k dispozícii priamo na mieste v prípade akejkolvek krízovej situácie a dopomáha tak činnostiam samotnej cestovnej kancelárie – či už v prvej fáze, ktorou je nadväzovanie vzťahov a získavanie kontraktov v destinácií, alebo v neskorších fázach existencie ich produktu vo vybranej destinácií (Stewart et al., 2016). Vo všeobecnosti vieme DMC charakterizovať ako sprostredkovateľov medzi sieťou miestnych dodávateľov a cestovnými kanceláriami, ktoré tieto služby ďalej predávajú ich klientom. Pôsobia v rámci distribučného reťazca produktov a služieb cestovného ruchu. Ich úlohou po nadviazaní spolupráce s cestovnou kanceláriou je konať tak, aby neohrozili dobré meno cestovnej kancelárie a prebrať časť zodpovednosti za klientov cestovnej kancelárie po ich príchode do destinácie. DMC sú väčšinou malými miestnymi organizáciami s dlhoročnými skúsenosťami, vďaka čomu vedú cestovným kanceláriám ako ich zahraničným partnerom priniesť množstvo kľúčových znalostí a odporúčaní na to, aby vytvorili a zastrešovali kvalitné produkty cestovného ruchu (Ryan, 2020). Poznáme aj väčšie, medzinárodné organizácie, ktoré operujú

v rôznych destináciách. Medzi také patria napr. Global DMC Partners, Meeting Point, Travelive, a pod. Pri výbere zahraničného partnera však počet zastrešených trhov nie je hlavným rozhodujúcim faktorom. Sú nimi najmä stabilita, spoľahlivosť a dôveryhodnosť organizácie, počet rokov skúseností, podmienky spolupráce či výška provízie.

Schaumann (2005) radí medzi činnosti, ktoré sú najčastejšie zastrešované pomocou zahraničného partnera v destinácií nasledovné:

Kontraktácia hotelov a komunikácia s nimi. DMC sú nielen spôsobom na to, ako pri prieskume trhu zúžiť výber ubytovacích zariadení na tie, ktoré majú najlepší predpoklad splňať požiadavky na kvalitu poskytovaných služieb, ale taktiež nástrojom komunikácie na získanie zmlúv či rôznych benefitov. Zahraničný partner má vo väčšine prípadov na starosti priamu komunikáciu s vedením hotelov v mene cestovnej kancelárie, vyjednávanie podmienok a uzatváranie dohôd. Najväčšou výhodou DMC v tejto oblasti je ovládanie jazyka danej destinácie a taktiež vzťahy, ktoré má vytvorené za obdobie pôsobenia na lokálnom trhu.

Letiskový transfer. Presun klientov cestovnej kancelárie z letiska do hotela a z hotela späť na letisko je jedna z kľúčových služieb, ktoré zahraničný partner poskytuje. V destináciách majú právo na prevádzku daného servisu a disponujú dostatočným počtom zamestnancov na zvládnutie viacerých transferov pri príletoch/odletoch aj v kratších časových úsekoch.

Prenájom vozidiel v destinácií. Táto doplnková služba je jednou z najvyhľadávanejších služieb v súčasnosti. Stále väčšie množstvo účastníkov cestovného ruchu obľubuje vypožičanie áut, skútrov či štvorkoliek na poznávanie okolia a prostredia, v ktorom sa rozhodnú stráviť dovolenku. Cestovné kancelárie využívajú služby DMC na sprostredkovanie týchto prenájmov tak, aby boli bezpečné, pohodlné a prístupné ich klientom.

Plánovanie a realizácia fakultatívnych výletov. Vyhľadanie a zabezpečenie rôznych poznávacích či zážitkových výletov pre klientov cestovnej kancelárie v destinácií taktiež patrí pod záštitu zahraničného partnera, a to z mnohých dôvodov. Nielen, že turistické atrakcie a podmienky na vstup poznajú lepšie, ako cestovná kancelária, vedia zabezpečiť i transfery a certifikovaných lokálnych sprievodcov.

Kontraktácia zahraničného partnera je pre cestovnú kanceláriu dôležitým prvkom v skladaní a tvorbe finálneho produktu (zájazdu), ktorý budú ponúkať svojim klientom. DMC pomáhajú zaplňať všetky logistické medzery, ktoré by mohli ovplyvniť plynulý chod činnosti cestovnej kancelárie a sú taktiež ideálnym spôsobom na to, ako získať informácie a zazmluvnenia dodávateľov v destináciách v prípade, že je hlavným cieľom vytvoriť pre domáci trh úplne nový a originálny produkt (Morrison, 2018).

1.2.3 Kalkulácia zájazdu

Kalkuláciou z ekonomického hľadiska vo všeobecnosti rozumieme zistenie alebo určenie nákladov na jednotku výkonu (kalkulačnú jednotku), ktorá je realizovaná mimo podniku, alebo v rámci podniku. Vypracovanie kalkulácií je pre každý podnik dôležitou činnosťou, a to najmä z dvoch základných hľadísk. Prvým hľadiskom je **hľadisko zostavenia kalkulácie vlastných nákladov**. Ktorékoľvek úspešné podnikanie stojí na základe kvalitne a dôsledne vypracovaných kalkulácií vlastných nákladov, nakoľko iba podnik, ktorý má dôkladné informácie o výške vopred stanovených skutočných nákladov sa vie správne orientovať v priestoroch trhu. Druhým hľadiskom je **hľadisko cenotvorby**. Bez vopred pripravenej kalkulácie nie je možné stanoviť predajnú cenu akéhokoľvek produktu/služby (Michalová, Sniščák, 2001).

Kalkulácie sa využívajú na kontrolu hospodárnosti. Sú internou informáciou, ktorá nie je prístupná verejnosti a slúži ako nástroj vnútropodnikového riadenia. Kalkulácia zájazdu slúži cestovnej kancelárii na preddefinovanie cien všetkých služieb, ktoré vstupujú do ceny zájazdu, rovnako ako zliav a možných príplatkov stanovených cestovnou kanceláriou (Synek, 2003). Pri tvorbe kalkulácie zájazdu (ako hlavnej jednotky výkonu cestovnej kancelárie), sa berie do úvahy nasledovné:

- náklady nakupovaných služieb (ubytovacie služby, stravovacie služby, doprava, víza, ďalšie doplnkové služby);
- vlastné náklady (náklady na sprievodcu v destinácií, náklady vyplývajúce z rizika neobsadenia zájazdu);
- prirážka cestovnej kancelárie (hodnota vyjadrená percentuálne z celkovej ceny zájazdu).

Kalkulácie sa zostavujú podľa kalkulačných vzorcov a vstupujú do nich priame i nepriame náklady cestovnej kancelárie. Priame náklady sú tie, ktoré možno vyjadriť na jedného účastníka, ako napr. cena za ubytovanie, stravovanie a rôzne povinné príplatky. Medzi nepriame náklady patria tie, ktoré cestovná kancelária musí uhradiť bez ohľadu na konečný počet účastníkov. Sú nimi najmä doprava, náklady na sprievodcu v destinácií, či poistenie proti insolventnosti (poistenie proti úpadku cestovnej kancelárie), ktoré je stanovené zákonom. Kalkulácie, ktoré sú základom cenotvorby sú pre cestovnú kanceláriu orientačné a predstavujú sumu, za ktorú by sa daný zájazd mal na cieľovom trhu predávať tak, aby boli jeho tvorba a predaj pre cestovnú kanceláriu rentabilné (netvorili pre cestovnú kanceláriu stratu). Finálna predajná cena zájazdu je však ovplyvnená množstvom faktorov, ktoré na ňu zvonku vplývajú. Sú nimi najmä sezónnosť, zmena dopytu a konkurencia (Petrů, 2007). Cestovné kancelárie sa pri stanovení predajnej ceny riadia dynamickou situáciou na trhu, nakoľko práve cena slúži cestovnej kancelárii aj ako nástroj marketingu. Efektívnym nástrojom pre zvýšenie predaja konkrétneho zájazdu ako produktu cestovnej kancelárie na trhu presýtenom konkurenciou je napr. nastavovanie zliav (medzi najpopulárnejšie patria first minute a last minute ponuky). Kamra (2001) poukazuje na to, že cenotvorba v cestovnom ruchu je veľmi flexibilná a práve schopnosť rýchleho prispôsobenia sa novovzniknutým podmienkam trhu je kľúčovým faktorom pre tvorbu správnych cenových stratégií.

1.3 Cestovné kancelárie a cestovné agentúry v zmysle zákona o zájazdoch

Na trhu cestovného ruchu pôsobia rôzne typy predajcov – cestovné kancelárie a cestovné agentúry. V súčasných podmienkach na slovenskom trhu cestovného ruchu aktívne pôsobia niekoľko stoviek cestovných kancelárií a agentúr, čo poskytuje zákazníkovi široké spektrum výberu pri voľbe predajcu/sprostredkovateľa dovolenky. Prevádzkovanie cestovnej kancelárie i cestovnej agentúry je možné na základe živnostenského oprávnenia (viazaná živnosť). Činnosť cestovných kancelárií a agentúr však nie je totožná a bližšie ju špecifikuje Zákon č. 170/2018 Z. z. o zájazdoch. Podnikateľské subjekty zákon vymedzuje nasledovne:

Cestovnou kanceláriou sa rozumie obchodník, ktorý kombinuje služby cestovného ruchu na účely zostavenia zájazdu, predáva alebo ponúka na predaj zájazdy a uzatvára zmluvu

o zájazde alebo sprostredkúva spojené služby cestovného ruchu. Cestovná kancelária ako tvorca produktu cestovného ruchu má výlučné právo:

- o uzatvárať zmluvy o zájazde vo vlastnom mene, prostredníctvom iného obchodníka alebo spolu s iným obchodníkom;
- o zasielať údaje, ktoré sa týkajú cestujúceho, inému obchodníkovi (podľa §3, ods. 1, písm. b piateho bodu Zákona č. 170/2018 Z. z. o zájazdoch);
- o sprostredkovať spojené služby cestovného ruchu.

Cestovná kancelária ako podnikateľský subjekt cestovného ruchu vytvára kombinácie služieb cestovného ruchu, ponúka a predáva tieto služby, sprostredkúva predaj služieb cestovného ruchu pre inú cestovnú kanceláriu, cestovnú agentúru alebo iné osoby.

Cestovnou agentúrou je obchodník, ktorý v rozsahu predmetu svojho podnikania:

- o vytvára kombinácie služieb cestovného ruchu, ktoré nie sú zájazdom, ponúka a predáva ich inej cestovnej kancelárii alebo cestovnej agentúre na účel ďalšieho predaja;
- o ponúka a predáva služby cestovného ruchu;
- o sprostredkúva predaj služieb cestovného ruchu pre inú cestovnú kanceláriu (zmluva o zájazde sa musí uzatvoriť v mene cestovnej kancelárie, pre ktorú sa zájazd sprostredkúva, a táto zodpovedá za plnenie zmluvy o zájazde), cestovnú agentúru alebo iné osoby, najmä dopravcov alebo prevádzkovateľov ubytovacích zariadení.

Ako vyplýva zo znenia Zákona č. 170/2018 Z. z. o zájazdoch, najväčším rozdielom medzi činnosťou cestovnej kancelárie a cestovnej agentúry je tvorba zájazdu, na ktorú má oprávnenie iba cestovná kancelária. Z toho pre cestovnú kanceláriu plyní zákonom daná povinnosť **poistenia proti insolventnosti**, ktoré zabezpečuje ochranu spotrebiteľa (klienta cestovnej kancelárie) v prípade úpadku danej cestovnej kancelárie. Cestovná kancelária je pri uzatváraní zmluvy s poisťovňou povinná dohodnúť sumu zabezpečujúcu ochranu pre prípad úpadku minimálne vo výške 30% ročných plánovaných tržieb z predaja zájazdov či spojených služieb cestovného ruchu.

Vo vzťahu k zákazníkovi cestovná kancelária vystupuje ako tvorca zájazdov. Vyberá zájazd zo svojej ponuky a vypracúva klientom cenovú ponuku svojich produktov. Všetky poskytnuté služby sú kryté menom cestovnej kancelárie a je kompetentná na prijímanie reklamácií v prípade nespokojnosti. Rovnako je z právneho hľadiska zodpovedná za

odškodnenie klienta za nesplnenie podmienok vyplývajúcich zo zmluvy o zájazde. Cestovné agentúry sú subjekty úzko spolupracujúce s viacerými cestovnými kanceláriami a zastrešujú sprostredkovaný predaj vopred dohodnutého množstva zájazdov za určitú percentuálnu províziu z predaja. Sú prostredníkom medzi cestovnou kanceláriou a klientom. Svojim zákazníkom predávajú produkt vybraný z ponuky viacerých cestovných kancelárií a približujú im ich ponuku. Nenesú však riziko odškodňovania klientov pri úpadku a rovnako nie sú zodpovedné za vybavovanie reklamácií od klientov v prípade porušenia zmluvných podmienok zo strany cestovnej kancelárie (Singh, 2008).

Hoci sa v bežnom živote pojmy „cestovná kancelária“ a „cestovná agentúra“ často zamieňajú a niektoré z ich činností sa prekrývajú, nie sú totožné. Poznanie odlišností medzi nimi je pre klienta výhodou pri výbere najvhodnejšieho poskytovateľa služieb podľa ich preferencií a potrieb. Práve tie môžu mať vplyv na celkovú skúsenosť klienta a rozdiely v rozsahu služieb či úrovne podpory sú dôležité faktory, ktoré by mal klient zvážiť v prípade výberu medzi danými subjektmi.

1.4 Cestovné kancelárie pôsobiace na slovenskom trhu outgoingu

Pasívnym cestovným ruchom (outgoing tourism) rozumieme cestovný ruch rezidentov určitého štátu cestujúcich do cieľovej krajiny. Podľa WTO ide o cestovanie rezidentov štátu do zahraničia na dobu nepresahujúcu jeden rok, s cieľom využitia voľného času na rekreáciu, poznávanie či obchod (Gúčik M. a kol., 2006). Ako sme spomenuli v predchádzajúcej kapitole, na slovenskom outgoingovom trhu v súčasnosti pôsobí množstvo cestovných kancelárií, napriek tomu, že ich počet bol vplyvom pandémie Covid-19 zredukovaný. Svojim klientom poskytujú široké spektrum služieb, no ich postavenie na trhu podlieha výraznej konkurencii.

Historicky prvú cestovnú kanceláriu na svete založil v roku 1841 Thomas Cook. Na československom trhu sa prvá cestovná kancelária objavila takmer o osemdesiat rokov neskôr, a to v roku 1920 s názvom Československá cestovní a dopravní kancelář (dnes známa ako Čedok, a.s.). O čosi neskôr ju nasledovali ďalšie, ako Tatratur či CK Slovakotourist. Skutočný boom však nastal až v období roku 1990, po tom, čo bol prijatý zákon o súkromnom

a živnostenskom podnikaní. V roku 1991 bola založená Slovenská asociácia cestovných kancelárií, neskôr vplyvom rozdelenia živností pre cestovné kancelárie a cestovné agentúry premenovaná na Slovenskú asociáciu cestovných kancelárií a cestovných agentúr (SACKA). Hlavným poslaním asociácie je prispievať k rozvoju cestovného ruchu, presadzovať a ochraňovať záujmy svojich členov a taktiež zvyšovať ich prestíž a profesionalitu. V súčasnosti združuje najstabilnejšie cestovné kancelárie a agentúry pôsobiace na našom trhu. Medzi najväčšie a najznámejšie **cestovné kancelárie** pôsobiace na slovenskom trhu outgoingového cestovného ruchu patria:

Satur Travel, a. s.

Cestovná kancelária Satur ako samostatný podnikateľský subjekt vznikla v roku 1993. Po rozpade Československej republiky sa oddelila od spoločnosti Čedok a hoci sa spočiatku špecializovala na zájazdy v rámci Slovenskej republiky, v snahe konkurovať ďalším vznikajúcim subjektom začala budovať svoje zázemie práve na outgoingovom trhu. Spočiatku stavala svoj úspech na krátkodobých zájazdoch do krajín západnej Európy, no pod nátlakom dopytu začala vytvárať zájazdy do dodnes žiadaných krajín ako Chorvátsko, Taliansko a Grécko. V súčasnosti svojim klientom poskytuje zájazdy do krajín celého sveta, počas letnej i zimnej sezóny a je cestovnou kanceláriou s najväčším počtom kamenných pobočiek po celom Slovensku (Satur, 2024).

Hydrotour CK, a. s.

Cestovná kancelária Hydrotour vznikla v roku 1994 a na trhu prerazila najmä inováciami, ktoré cestovnému ruchu priniesla. Vo svojich začiatkoch ponúkala svojim klientom autobusové zájazdy na sever Grécka – polostrov Chalkidiki, no onedlho nasledoval ich prvý letecký zájazd do taktiež gréckeho Tolo. Na slovenský trh ako prví priniesli letecké zájazdy na ostrov Rodos, a pár rokov na to prerazili aj do vtedy nepreskúmaného Egyptu. Neskôr nasledovalo množstvo európskych prímorských destinácií, no najmä prestavenie exotiky - Kapverdy, Omán, Gambia a Senegal. Rokmi vybudovali na slovenskom trhu dopyt po dovtedy neznámych destináciách a stali sa jednou z najsilnejších cestovných kancelárií domáceho trhu (Hydrotour, 2024).

Tip Travel, a. s.

Tip Travel patrí spoločne s vyššie spomenutými cestovnými kancelárkami medzi stálice slovenského trhu cestovného ruchu, hoci vznikol až o dekádu neskôr (rok 2002). Patrí do spoločenstva štyroch cestovných kancelárií – spoločne s ním ho tvoria Seneca tour, Koala Tours a Tatra tour. Hoci prvou krajinou, do ktorej umiestnili svoje zájazdy bolo Chorvátsko, v súčasnosti ponúkajú viac ako dvadsať destinácií a najviac zazmluvnených hotelov majú v Turecku. Klientom sú k dispozícii rovnako v kamenných pobočkách ako aj online, v podobe ich webstránky (TIP Travel, 2024).

Kartago tours, a. s.

Cestovná kancelária Kartago tours je súčasťou REWE Group a jej devízie DERTOUR Group, ktoré sú najväčším zoskupením cestovných kancelárií v strednej Európe. Vznik cestovnej kancelárie sa datuje do roku 1994 a svojim klientom prináša nielen prímorské destinácie, ale aj lyžovačky a zimné dovolenky na Slovensku a v jeho susedných krajinách. Celkovo majú v ponuke viac ako tridsať krajín po celom svete a napriek silnej konkurencii ich ročný objem klientov stále rastie (Kartago tours, 2024).

Konkurenciu na súťaživom trhu dopĺňajú stálice obľúbené tisíckami Slovákov, ako sú Fischer, a. s. (súčasť medzinárodného zoskupenia Der Touristik), Koala Tours, a. s., Solvex, s.r.o., Cestovná kancelária Fifo, s.r.o., Turancar Travel, s.r.o., TUI ReiseCenter Slovensko, s.r.o., alebo už spomínaný Čedok, a. s., ktorý opätovne prenikol aj na Slovensko. Napriek veľkému počtu subjektov je pre nich vďaka vzrastajúcemu medziročnému dopytu po cestovaní a rozdielnej špecializácií na typy zájazdov možné udržiavať si stabilnú pozíciu medzi svojou klientelou. V súčasnosti dané cestovné kancelárie poskytujú svojim klientom zájazdy za účelom relaxácie i poznávania do všetkých známych i menej známych destinácií po celom svete a neustále ponúkajú novinky a „neznámo“, po ktorom dopyt stále narastá.

2. Cieľ práce

Hlavným cieľom diplomovej práce je na základe analýzy ponuky outgoingových cestovných kancelárií na slovenskom trhu zostaviť sériu pobytových zájazdov do zahraničnej prímorskej destinácie, ktorá v súčasnosti na trhu absentuje.

So zameraním na dosiahnutie hlavného cieľa diplomovej práce boli pre jej teoretickú a praktickú časť stanovené nasledovné **čiasťkové ciele**:

- definovať produkt v cestovnom ruchu a priblížiť jeho charakteristické vlastnosti a špecifiká s akcentom na vymedzenie zájazdu;
- priblížiť problematiku kontraktácie ubytovacích a dopravných služieb priamo vstupujúcich do tvorby zájazdu, ako aj význam zahraničného partnera v destinácií;
- vymedziť dĺžku trvania sezóny v stanovenej destinácií a nastaviť frekvenciu charterových letov s odletmi zo Slovenska;
- identifikovať ťažiskové ubytovacie zariadenia s následným prerozdelením garančných/allotmentových kapacít vzhľadom k jednotlivým typom izieb;
- na základe konkrétne definovaných nákladových položiek vytvoriť kalkuláciu zájazdov s akcentom na stanovenie ich predajnej ceny;
- vytvoriť propagačné materiály vo vzťahu k novo uvedenej destinácií na slovenský trh.

Vzhľadom na stanovené ciele diplomovej práce boli naformulované nasledovné výskumné otázky:

VO1: Aké sú termíny nami vytvorených zájazdov a frekvencie realizácie charterových letov?

VO2: Ako sú prerozdelené plánované kontrahované garančné/allotmentové kapacity v jednotlivých hoteloch podľa konkrétnych typov izieb?

VO3: Akým spôsobom je diferencovaná marža pri nami vytvorenom zájazde ?

3. Metodika práce a metódy skúmania

Samotnému spracovaniu záverečnej práce predchádzala realizácia informačnej prípravy zameraná na zber a analýzu dostupných bibliografických a internetových zdrojov. Počas prvej fázy spracovania záverečnej práce bola využitá literárna rešerš (slovenská i zahraničná). Následne boli všetky relevantné teoretické poznatky z odbornej a vedeckej literatúry k riešenej problematike zosumarizované v teoretickej časti práce.

Praktická časť záverečnej práce je zameraná na tvorbu konkrétneho produktu cestovného ruchu. V jednotlivých krokoch sme zostavili zájazd do destinácie Maroko určený pre viacero cieľových skupín. Ďalej sme sa venovali výpočtom konečnej sumy zájazdu pre rôzne kombinácie počtu osôb a rôzne typy izieb pre jednotlivé turnusy počas trvania sezóny.

V teoretickej časti práce boli využité tieto metódy:

- analýza – pomocou analýzy sme rozložili väčšie celky na jednotlivé časti, čím sme vytvorili podmienky pre jednoduchšie definovanie jednotlivých pojmov a ich vysvetlenie;
- syntéza – vďaka syntéze sme neskôr boli schopní opätovne pospájať vzájomné vzťahy a súvislosti do jednotného celku;
- komparácia – metóda komparácie bola využitá na porovnanie myšlienok a stanovísk jednotlivých autorov;
- abstrakcia – pomocou abstrakcie sme zo všeobecných informácií k našej problematike vyčlenili tie najdôležitejšie pre ďalšie skúmanie realizované v analytickej časti práce.

Metódy skúmania pre praktickú časť práce boli nasledovné:

- metóda rozhovorov – metóda rozhovorov bola použitá pri mailovej komunikácii s jednotlivými subjektmi vstupujúcimi do tvorby zájazdu a rovnako pri zbere informácií od odborníkov z praxe, najmä pri rozhovoroch s obchodným riaditeľom cestovnej kancelárie Hydrotour, ktoré boli dôležitým zdrojom informácií pri tvorbe praktickej časti práce;
- kalkulačná metóda – jej využitie bolo kľúčové pri tvorbe kalkulačného vzorca pre výpočet konečných cien zájazdu pre rôzne kombinácie počtu osôb a rôzne typy izieb pre jednotlivé turnusy počas trvania sezóny;

- matematicko – štatistická metóda – príkladom využitia danej metódy je kalkulácia potrebného počtu kontrahovaných izieb vzhľadom na celkový objem klientov cestujúcich do destinácie. Vzorec použitý pre daný výpočet bol nasledovný:

Kontrahovaný počet izieb = počet sedadiel v lietadle / koeficient priemernej obsadenosti izby

Údaj o priemernej obsadenosti izby pre destináciu Maroko sme získali na základe rozhovoru s vrcholovým manažmentom cestovnej kancelárie Hydrotour.

3.1 Charakteristika objektu skúmania

Objektom skúmania záverečnej práce je nami zvolená destinácia Maroko. Maroko patrí v zahraničí medzi obľúbené dovolenkové destinácie najmä kvôli svojej geografickej polohe, podnebiu, prírode a kultúre. Rozprestiera sa na severe afrického kontinentu a obmýva ho Atlantický oceán spolu so Stredozemným morom. Práve jeho severná časť ležiaca pri Stredozemnom mori má veľký, trvalo sa rozvíjajúci turistický potenciál kvôli stabilnému teplému počasiu, dlhotrvajúcej letnej sezóne (v období od mája do októbra) a taktiež vyššej teplote vody, než je tá, ktorú ponúka Atlantický oceán na západe. Oblasťami, v ktorých je umiestnený náš produkt sú Saidia a Al Hoceima, ktoré ležia práve na pobreží Stredozemného mora. Návštevníkom vedia ponúknuť nie len dobrú infraštruktúru, novovybudované letoviská a kvalitné služby, ale aj dlhé pieskové pláže, zátoky s tyrkysovou vodou a možnosť spoznávania prírodných i kultúrnych krás krajiny. Dostupnosť destinácie pre slovenskú klientelu je ideálna, nakoľko dĺžka letu je porovnateľná s letom do ďalšej obľúbenej africkej krajiny – dlhodobo žiadaného Egypta. Medzinárodné letisko Nador – Al Aaroui a jeho výhodná poloha taktiež napomáhajú rozvoju menovaných, nami zvolených oblastí a zabezpečujú každoročný prílev klientely z európskych krajín.

4. Výsledky práce

4.1 Analýza ponuky outgoingových cestovných kancelárií na slovenskom trhu

Cestovné kancelárie pôsobiace na slovenskom trhu cestovného ruchu poskytujú svojim klientom široké spektrum cieľových destinácií s rôznorodým mixom služieb. Komplexne zostavené produkty cestovných kancelárií sú navrhnuté tak, aby si každý účastník cestovného ruchu mohol zvoliť ten najviac vyhovujúci jeho preferenciám, a mnohé z nich spĺňajú požiadavky aj tej najnáročnejšej klientely.

Podľa prieskumov vykonaných slovenskými cestovnými kancelárkami a cestovateľskými portálmi sa medzi najobľúbenejšie destinácie za rok 2023 radia krajiny, ktoré prvé priečky tohto rebríčka obsadzujú už niekoľko rokov po sebe, a to Grécko, Turecko, Cyprus, Chorvátsko a Egypt. Hoci práve tieto krajiny sú stálicami ponuky cestovných kancelárií, dopĺňa ich mnoho ďalších, ktoré si svoju popularitu už zažili, alebo naopak, ešte len budujú. Slovenská klientela má na výber z celkovo dvadsiatich krajín, do ktorých sa lieta v priebehu letnej a zimnej dovolenkovej sezóny priamo, z letiska M. R. Štefánika v Bratislave alebo medzinárodného letiska v Košiciach. Sú nimi nasledovné:

- Albánsko;
- Bahrajn;
- Bulharsko;
- Cyprus;
- Dominikánska republika;
- Egypt;
- Grécko;
- Chorvátsko;
- Jordánsko;
- Kapverdské ostrovy;
- Kuba;
- Omán;
- Senegal;

- Spojené Arabské Emiráty;
- Španielsko;
- Taliansko;
- Tunisko;
- Turecko;
- Vietnam;
- Zanzibar.

V zozname možno nájsť množstvo exotických, neeurópskych krajín, ktoré návštevníkov lákajú na jedinečnosť ich kultúry, prostredia a kvalitu poskytovaných služieb. Hoci je záber krajín skutočne široký a cestovné kancelárie ho každoročne dopĺňajú, stále existuje množstvo destinácií, ktoré tvoria na našom trhu cestovného ruchu medzeru a v ponuke pre slovenskú klientelu sa s priamym pravidelným letom zo žiadneho z našich letísk nenachádzajú. Jednou z krajín, ktorá na slovenskom trhu nie je ponúkaná žiadnou cestovnou kanceláriou (priamymi charterovými letmi zo Slovenska) je Maroko, ktoré sme si zvolili ako destináciu na umiestnenie nami vytvoreného produktu.

4.2 Charterová letecká doprava

Letecká doprava do cieľovej destinácie z domovskej krajiny (a vice versa) a zároveň transfer v rámci destinácie je spoločne s ubytovaním jednou z najklúčovejších oblastí, ktoré cestovná kancelária pokrýva v rámci zastrešenia organizácie zájazdu a umožňuje tak klientom bezproblémový a jednoduchý presun, kdekoľvek sa rozhodnú cestovať. Väčšina cestovných kancelárií v súčasnosti ponúka letecké transfery, ako v rámci Európy, tak mimo nej, nakoľko sú najrýchlejším a najefektívnejším spôsobom prepravy účastníkov cestovného ruchu do a z destinácie. V rámci nášho produktu sme, pochopiteľne, s ohľadom na vzdialenosť a dostupnosť destinácie zvolili leteckú dopravu.

Výber leteckého dopravcu závisel od viacerých faktorov, ktoré boli spomenuté i v teoretickej časti práce. Vzhľadom na stabilitu spoločnosti, veľkosť jej flotily, možnosti kontraktácie a poskytované služby sme ako prevádzkovateľa našich charterových letov zvolili leteckú spoločnosť Smartwings. Práve Smartwings je najväčším a najrýchlejšie rastúcim

leteckým dopravcom v rámci strednej Európy a gro ich činnosti na Slovensku spočíva v poskytovaní charterových letov klientom rôznych cestovných kancelárií. V súčasnosti spoločnosť bázuje svoje lietadlá v rámci Slovenskej republiky na Letisku M. R. Štefánika v Bratislave, čím spoločne s ďalšími kritériami tvoria ideálneho dopravcu pre nami organizovaný transfer na trase Bratislava – Nador (dĺžka tohto letu je približne 3:40h).

V nasledujúcom odseku a Tabuľke č.4 s prehľadom charterových letov je zodpovedaná výskumná otázka č.1: „*Aké sú termíny nami vytvorených zájazdov a frekvencie realizácie charterových letov?*“

Nami zazmluvnené charterové lety budú prebiehať v týždňových intervaloch, v dátumoch od soboty 08.06.2024, kedy do destinácie odletia prví klienti, do soboty 21.09.2024, kedy je plánované ukončenie posledného turnusu. Prehľad plánovaných termínov letov je uvedený v Tabuľke č. 4, spoločne s dohodnutou cenou za prenájom lietadla s posádkou a zahrnutými letiskovými poplatkami na obojsmerný prelet. V spodnej časti tabuľky vidíme prepočet nákladov na jednu osobu. Pri prepočte bolo potrebné brať do úvahy fakt, že prvý spiatočný let na trase Nador – Bratislava bude bez cestujúcich, rovnako ako posledný let Bratislava – Nador.

Tabuľka č. 4: Prehľad charterových letov na sezónu 2024 (vrátane cien)

Tam	Späť	Cena za prenájom lietadla (s poplatkami)
8.6.2024	8.6.2024	60 000,00
15.6.2024	15.6.2024	60 000,00
22.6.2024	22.6.2024	60 000,00
29.6.2024	29.6.2024	60 000,00
6.7.2024	6.7.2024	60 000,00
13.7.2024	13.7.2024	60 000,00
20.7.2024	20.7.2024	60 000,00
27.7.2024	27.7.2024	60 000,00
3.8.2024	3.8.2024	60 000,00
10.8.2024	10.8.2024	60 000,00
17.8.2024	17.8.2024	60 000,00
24.8.2024	24.8.2024	60 000,00
31.8.2024	31.8.2024	60 000,00
7.9.2024	7.9.2024	60 000,00
14.9.2024	14.9.2024	60 000,00

Tam	Spät'	Cena za prenájom lietadla (s poplatkami)
21.9.2024	21.9.2024	60 000,00
SPOLU		960 000,00
Cena za osobu		338,62

Zdroj: vlastné spracovanie

Prepravná kapacita, ktorú kontrahujeme s leteckou spoločnosťou na obojsmernom lete na už spomenutej trase je 2835 prepravených pasažierov za nami určené obdobie od júna 2024 do septembra 2024. Zvoleným lietadlom na daný typ letu je Boeing 737-800 s kapacitou 189 pasažierov na jednom lete. Ide o prenájom celého lietadla a jeho celkovej kapacity našou cestovnou kanceláriou. Na palube sú klientom poskytnuté základné občerstvovacie služby, hmotnosť podpalubnej batožiny je do max. 23kg/osoba a príručná batožina musí spĺňať veľkostné rozmery 55x45x25cm a hmotnostnú kapacitu do max. 8kg/osoba.

Cena transferu (letenky) na osobu bola pre ďalšie výpočty zaokrúhlená na celé eurá nahor. Môžeme teda povedať, že nákladová cena spätočnej letenky na osobu je 339€, so zahrnutými poplatkami. Jednotlivé položky, z ktorých sa cena za letenku skladá sme špecifikovali v Tabuľke č. 5.

Tabuľka č. 5: Položky vstupujúce do celkovej ceny letenky

Celková cena za letenku	339	€/os
z toho		
Servisné poplatky	219	€/os
Emisné poplatky	30	€/os

Zdroj: vlastné spracovanie

Transfery v rámci destinácie, ktoré sú primárne tvorené presunom klientov cestovnej kancelárie tesne po prilete z letiska do hotela a späť na konci ich pobytu, sú zastrešované pomocou spolupráce so zahraničným partnerom (destination management company). Viac o nich nájdeme v nasledujúcej kapitole.

4.3 Zahraničný partner

Dôležitosť zahraničného partnera v destináciách je pre cestovnú kanceláriu nespochybniteľná z viacerých dôvodov. Ako sme si spomenuli v teoretickej časti záverečnej práce, ide najmä o benefity, ktoré cestovná kancelária pomocou spolupráce s lokálnymi destination management companies (ďalej len DMC) získa a vie vďaka nim prosperovať. Ide najmä o zjednodušenie komunikácie s ubytovacími zariadeniami, získavanie kontraktov a taktiež zabezpečenie plynulého chodu jednotlivých turnusov zájazdu od momentu, keď do destinácie pricestujú prví klienti. DMC sa priamo podieľa na starostlivosti o klientov, ich bezpečnosti, napomáha zamestnancom partnerskej cestovnej kancelárie priamo v destináciách, spolupodieľa sa na tvorbe, celkovej logistike a sprevádzaní výletov po lokálnych atrakciách a taktiež zabezpečuje organizované transfery priamo v mieste destinácie. V spojitosti s problematikou DMC možno tieto činnosti zhrnúť pojmom „*handling*“.

Pre potreby nášho zájazdu umiestneného v destináciách Al Hoceima a Saidia sme vybrali zastrešujúcu partnerskú spoločnosť Meeting Point International. Ide o medzinárodnú spoločnosť s dcérskymi pobočkami naprieč svetom. Ich služby možno využiť v 18 krajinách a viac ako 40 destináciách, čím tvoria jednu z najväčších globálnych sietí partnerských organizácií. Cestovným kanceláriám ponúkajú profesionálne vyškolený tím zamestnancov hovoriacich lokálnym jazykom destinácie spoločne s ďalšími dvoma svetovými jazykmi, ktorí sú v prípade potreby k dispozícii nonstop.

Jedným z najdôležitejších aspektov zájazdu, ktoré nám Meeting Point International pomôže zabezpečiť je lokálny transfer. Preprava klientov po prilete do destinácie z letiska do miesta ubytovania (a následne na konci pobytu späť), a jej hladký, organizovaný priebeh je jedným z prvých faktorov, podľa ktorých klient môže hodnotiť kvalitu poskytovaných služieb. Vzhľadom na stanovené počty izieb (ktorých prehľad nájdeme v ďalšej kapitole) v oblastiach Saidia a Al Hoceima je transfer naplánovaný nasledovne:

Tabuľka č. 6: Náklady plánovaných obojsmerných transferov

Trasa	Vozidlo	Počet miest	Cena v €
Nador International Airport - Al Hoceima	autobus 1	57	2 280,00
Nador International Airport - Al Hoceima	autobus 2	57	2 280,00
Nador International Airport - Saidia	autobus 3	46	1 840,00
Nador International Airport - Saidia	autobus 4	46	1 840,00
CELKOVÁ CENA V €			8 240,00

Zdroj: vlastné spracovanie

Tabuľka č. 6 obsahuje prehľad trás, počtu autobusov, celkovej možnej kapacity prepravených osôb a ceny dohodnutej s DMC. Ceny zostávajú stabilné počas celého trvania nami stanoveného obdobia a v tabuľke. Napriek neúplnej obsadenosti autobusov bolo dané rozloženie počtov prepravených osôb najvhodnejšie pre nami zadané podmienky. V prepočte na jedného klienta je cena za spätočný transfer stanovená na **43,60 €** (výpočtom 8 240 €/189 osôb). Dĺžka jednosmerného transferu je v trvaní približne 2 hodiny a celková vzdialenosť Nador – Saidia predstavuje 91km, zatiaľ čo vzdialenosť Nador – Al Hoceima je 115km.

Spoločnosť Meeting Point International má stanovenú hodnotu handlinku 1,20€/osoba na jeden deň. Vzhľadom na nami stanovenú dĺžku turnusov v počte 8 dní/7 nocí je jeho celková hodnota **9,60€/osoba** na celkovú dĺžku pobytu.

4.4 Ubytovanie

Hoci je Maroko vyhľadávanou dovolenkovou destináciou a cestovný ruch spoločne s infraštruktúrou sa neustále rozvíjajú, posúvajú ho tým na popredné priečky v obľúbenosti medzi klientelou, nie všetky ubytovacie zariadenia v nami vybraných oblastiach Saidia a Al Hoceima spĺňali požiadavky na kvalitu, dostupnosť a balíky poskytovaných služieb. Pre potreby nášho zájazdu bolo nevyhnutné zvoliť ubytovacie zariadenie s hygienickými štandardmi na vysokej úrovni, poskytujúce stravovacie služby na úrovni all inclusive, s dobrou dostupnosťou k medzinárodnému letisku v meste Nador a taktiež cenovou úrovňou korešpondujúcou s tým, koľko sú naši klienti v priemere ochotní za dovolenku zaplatiť. Vzhľadom na kritériá sme vybrali dve ubytovacie zariadenia, jedno v destinácii Saidia a jedno v destinácii Al Hoceima.

Obe nami vybrané ubytovacie zariadenia patria pod medzinárodnú hotelovú sieť Radisson Blu Hotels & Resorts 5*. Ide o luxusné, novootvorené hotelové rezorty poskytujúce ubytovanie v rôznych typoch izieb, s nadštandardnou kvalitou poskytovaných služieb a priamym prístupom na pláž. Klientom garantujú pohodlie v spojení s možnosťou rôznych typov aktivít, vrátane vodných športov. Hotelový rezort Radisson Blu Resort Saidia Beach 5* je situovaný v blízkosti prístavu Marina Med-Saidia, ktorý hosťom otvára možnosti na trávenie voľného času aj mimo hotelového rezortu. Nájdu tu promenádu, rôzne lokálne obchodíky a taktiež miesta na relaxáciu. Hotelový rezort Radisson Blu Resort Al Hoceima 5* leží v desať kilometrovej vzdialenosti od centra mesta, v zálive Al Hoceima, čím poskytuje ideálne prostredie pre strávenie pokojnej a tichej dovolenky. Rovnako ako Radisson Blu Resort Saidia Beach 5*, aj tento rezort poskytuje ubytovaným hosťom rôzne možnosti na trávenie voľného času (fitness centrum, spa centrum, tenis, volejbal, vodné športy v blízkosti). Oba hotely sa nachádzajú v bezprostrednej vzdialenosti k rozľahlej, viac ako dva kilometre dlhej pláži a v termíne od 29.06.2024 do 07.09.2024 v nich budú umiestnení kluboví, slovensky hovoriaci animátori.

*4.4.1 Hotel Radisson Blu Resort Saidia Beach 5**

Ubytovacie kapacity jednotlivých hotelov a typov izieb sa rôznia. Pre hotel Radisson Blu Resort Saidia Beach 5* sú možnosti ubytovania z pohľadu obsadenia izby dospelými osobami a deťmi nasledovné:

- 2 dospelé osoby;
- 3 dospelé osoby;
- 4 dospelé osoby;
- 2 dospelé osoby + 1 dieťa;
- 2 dospelé osoby + 2 deti;
- 3 dospelé osoby + 1 dieťa;
- 1 dospelá osoba.

Hotel Radisson Blu Resort Saidia Beach 5* považuje za dieťa osobu od 2 do 11,99 rokov veku. Vzťahujú sa na neho iné poplatky ako na dospelú osobu. Batol'a (od 0 do 1,99

rokov veku) môže byť ubytované bez nároku na lôžko spolu s rodičmi v akomkoľvek type izby. V tomto prípade rezort poskytuje bezplatne tzv. baby bed (prenosnú detskú posteľku).

Prax nám preukazuje najčastejšie obsadenie izby 2, resp. 3 dospelými osobami ako aj 2 osobami s 1 alebo 2 deťmi. Práve k takémuto rozloženiu osôb na izbách uvádzame v nasledujúcej časti našej práce možnosti ubytovania v jednotlivých typoch izieb aj s príslušnou obstarávacou (nákladovou) cenou pre nás, ako cestovnú kanceláriu. Nákladová cena zahŕňa ubytovanie a stravovací režim all inclusive pre uvedený počet ubytovaných osôb v danom termíne. Ostatné možnosti rozloženia osôb na izbách uvádzame v prílohách práce.

Ceny uvedené v nasledujúcej tabuľke a rovnako aj vo všetkých ďalších tabuľkách vyobrazujúcich nákladové ceny za ubytovanie a stravovanie boli získané z oficiálnej webovej stránky hotelovej siete pre každý termín samostatne. Vzhľadom na nemožnosť komunikácie priamo s manažmentom hotela boli upravené po konzultácií s obchodným riaditeľom spoločnosti Hydrotour na cenovú hladinu relevantnú pre cestovnú kanceláriu, tzn. znížené o 35%.

Tabuľka č. 7: Možnosti ubytovania a prehľad nákladových cien pri celkovom počte 2 dospelé osoby v hoteli Radisson Blu Resort Saidia Beach 5*

TERMÍN		TYP IZBY					
Príchod	Odchod	Superior Room	Premium Room	Executive Room 1	Executive Room 2	Junior Suite 1	Junior Suite 2
8.6.2024	15.6.2024	871,69	923,29	957,68	992,08	1 112,52	1 231,18
15.6.2024	22.6.2024	877,83	929,43	963,83	998,22	1 118,66	1 237,33
22.6.2024	29.6.2024	914,69	966,28	1 000,68	1 035,08	1 155,52	1 274,23
29.6.2024	6.7.2024	914,69	966,28	1 000,68	1 035,08	1 155,52	1 274,23
6.7.2024	13.7.2024	914,69	966,28	1 000,68	1 035,08	1 155,52	1 274,23
13.7.2024	20.7.2024	914,69	966,28	1 000,68	1 035,08	1 155,52	1 274,23
20.7.2024	27.7.2024	983,48	1 035,08	1 069,52	1 103,92	1 224,31	1 343,02
27.7.2024	3.8.2024	983,48	1 035,08	1 069,52	1 103,92	1 224,31	1 343,02
3.8.2024	10.8.2024	983,48	1 035,08	1 069,52	1 103,92	1 224,31	1 343,02
10.8.2024	17.8.2024	983,48	1 035,08	1 069,52	1 103,92	1 224,31	1 343,02
17.8.2024	24.8.2024	983,48	1 035,08	1 069,52	1 103,92	1 224,31	1 343,02
24.8.2024	31.8.2024	909,77	961,37	995,77	1 030,17	1 150,60	1 269,27
31.8.2024	7.9.2024	814,54	862,32	894,12	925,97	1 037,40	1 147,24

TERMÍN		TYP IZBY					
Príchod	Odchod	Superior Room	Premium Room	Executive Room 1	Executive Room 2	Junior Suite 1	Junior Suite 2
7.9.2024	14.9.2024	814,54	862,32	894,12	925,97	1 037,40	1 147,24
14.9.2024	21.9.2024	814,54	862,32	894,12	925,97	1 037,40	1 147,24

Zdroj: vlastné spracovanie

V Tabuľke č. 7 sú uvedené nákladové ceny za ubytovanie a stravovanie pre 2 dospelé osoby v rôznych termínoch a rôznych typoch izieb. Spektrum možností ubytovania pre dve osoby je široké, nakoľko dvojlôžkové izby sú v hoteli Radisson Blu Resort Saidia Beach 5* v najvyššom zastúpení. Nákladové ceny sa pohybujú v rozmedzí od 871€/izba v prvom nami ponúkanom termíne zájazdu pri výbere izby Superior až po 1 343€/izba v prípade výberu izby Junior Suite 2 v termínoch na vrchole sezóny, tzn. od obdobia na prelome júla a augusta až po predposledný augustový týždeň.

Ako sme už spomenuli, izbou s najnižšou nákladovou cenou je izba Superior. Ide o základne vybavenú dvojlôžkovú izbu s balkónom, klimatizáciou, televíziou a výhľadom do záhrady. Lôžkové možnosti danej izby sú dve samostatné jednolôžkové postele alebo jedna dvojlôžková posteľ. V prípade potreby je možné umiestnenie jednej prístelky pre dieťa ale aj dospelú osobu. Izby Premium 1 a Premium 2 vo vyššej nákladovej kategórii sa od nej odlišujú výhľadom, nakoľko sú situované smerom ku pláži (izba Premium 1 ponúka bočný výhľad na more, zatiaľ čo Premium 2 poskytuje otvorený pohľad na more). Izbou s najvyššou nákladovou cenou spomedzi izieb uvedených v tabuľke je izba Junior Suite 2. Tá ponúka klientom až dve samostatné miestnosti (spálňu a obývačku), terasu a priamy prístup k pláži. Napriek tomu, že je možné obsadiť ju dvoma osobami, jej kapacitné možnosti sú tri fixné lôžka a jedna prístelka.

Tabuľka č. 8: Možnosti ubytovania a prehľad nákladových cien pri celkovom počte 3 dospelé osoby v hoteli Radisson Blu Resort Saidia Beach 5*

TERMÍN		TYP IZBY					
Príchod	Odchod	Superior Room	Premium Room	Executive Room 1	Executive Room 2	Junior Suite 1	Junior Suite 2
8.6.2024	15.6.2024	1 148,65	1 180,45	1 212,21	1 212,21	1 323,41	1 433,02
15.6.2024	22.6.2024	1 128,54	1 154,34	1 186,14	1 217,90	1 329,10	1 438,71
22.6.2024	29.6.2024	1 165,03	1 188,37	1 220,17	1 251,93	1 363,13	1 472,74
29.6.2024	6.7.2024	1 165,03	1 188,37	1 220,17	1 251,93	1 363,13	1 472,74
6.7.2024	13.7.2024	1 165,03	1 188,37	1 220,17	1 251,93	1 363,13	1 472,74
13.7.2024	20.7.2024	1 165,03	1 188,37	1 220,17	1 251,93	1 363,13	1 472,74
20.7.2024	27.7.2024	1 227,36	1 251,93	1 283,69	1 315,45	1 426,70	1 536,31
27.7.2024	3.8.2024	1 227,36	1 251,93	1 283,69	1 315,45	1 426,70	1 536,31
3.8.2024	10.8.2024	1 227,36	1 251,93	1 283,69	1 315,45	1 426,70	1 536,31
10.8.2024	17.8.2024	1 227,36	1 251,93	1 283,69	1 315,45	1 426,70	1 536,31
17.8.2024	24.8.2024	1 227,36	1 251,93	1 283,69	1 315,45	1 426,70	1 536,31
24.8.2024	31.8.2024	1 160,61	1 183,86	1 215,62	1 247,38	1 358,63	1 468,24
31.8.2024	7.9.2024	1 133,91	1 156,61	1 188,37	1 220,17	1 331,38	1 440,99
7.9.2024	14.9.2024	1 133,91	1 156,61	1 188,37	1 220,17	1 331,38	1 440,99
14.9.2024	21.9.2024	1 133,91	1 156,61	1 188,37	1 220,17	1 331,38	1 440,99

Zdroj: vlastné spracovanie

Rovnako ako v predchádzajúcej tabuľke, aj v Tabuľke č. 8 môžeme vidieť prehľad nákladových cien v konkrétnych termínoch a pre rôzne typy izieb. V prípade ubytovania troch osôb sa cena pohybuje v celkovom rozmedzí od 1 148€ za ubytovanie v izbe Superior na začiatku sezóny až po 1 536€ za ubytovanie v izbe Junior Suite 2 na jej vrchole. Pri porovnaní nákladových cien izieb v rámci jedného turnusu treba brať do úvahy fakt, kedy je tretia dospelá osoba ubytovaná na fixnom lôžku a kedy na prístelke. Možnosť tretieho pevného lôžka ponúkajú iba izby Junior Suite 1 a Junior Suite 2. Rovnako ako v prípade izieb Executive Room 1 a Executive Room 2, hlavným rozdielom medzi nimi zostáva situovanie izby v rámci hotelového komplexu. Junior Suite 1 je svojim vybavením a priestorovým rozložením totožná s izbou Junior Suite 2, no klientom ponúka výhľad a priamy prístup k bazénu a do záhrady.

Tabuľka č. 9: Možnosti ubytovania a prehľad nákladových cien pri celkovom počte 2 dospelé osoby a 1 dieťa v hoteli Radisson Blu Resort Saidia Beach 5*

TERMÍN		TYP IZBY					
Príchod	Odchod	Superior Room	Premium Room	Executive Room 1	Executive Room 2	Junior Suite 1	Junior Suite 2
8.6.2024	15.6.2024	944,81	992,45	1 024,21	1 056,01	1 167,21	1 276,82
15.6.2024	22.6.2024	950,50	998,13	1 029,89	1 061,70	1 172,90	1 282,51
22.6.2024	29.6.2024	984,48	1 032,17	1 063,93	1 095,69	1 206,89	1 316,54
29.6.2024	6.7.2024	984,48	1 032,17	1 063,93	1 095,69	1 206,89	1 316,54
6.7.2024	13.7.2024	984,48	1 032,17	1 063,93	1 095,69	1 206,89	1 316,54
13.7.2024	20.7.2024	984,48	1 032,17	1 063,93	1 095,69	1 206,89	1 316,54
20.7.2024	27.7.2024	1 048,05	1 095,69	1 127,49	1 159,25	1 270,45	1 380,06
27.7.2024	3.8.2024	1 048,05	1 095,69	1 127,49	1 159,25	1 270,45	1 380,06
3.8.2024	10.8.2024	1 048,05	1 095,69	1 127,49	1 159,25	1 270,45	1 380,06
10.8.2024	17.8.2024	1 048,05	1 095,69	1 127,49	1 159,25	1 270,45	1 380,06
17.8.2024	24.8.2024	1 048,05	1 095,69	1 127,49	1 159,25	1 270,45	1 380,06
24.8.2024	31.8.2024	979,98	1 027,62	1 059,42	1 091,18	1 202,38	1 311,99
31.8.2024	7.9.2024	952,72	1 000,41	1 032,17	1 063,93	1 175,13	1 284,74
7.9.2024	14.9.2024	952,72	1 000,41	1 032,17	1 063,93	1 175,13	1 284,74
14.9.2024	21.9.2024	952,72	1 000,41	1 032,17	1 063,93	1 175,13	1 284,74

Zdroj: vlastné spracovanie

Možnosti ubytovania rodiny s jedným dieťaťom zostávajú v rovnakom zastúpení ako v predchádzajúcich tabuľkách, nakoľko maximálna kapacita izieb (okrem izieb Junior Suite 1 a Junior Suite 2) sú dve pevné lôžka a jedna prístelka. Na základe informácií z praxe môžeme povedať, že zloženie dvoch dospelých osôb a jedného dieťaťa (prípadne dvoch detí) je jedným z najčastejších v priebehu obdobia letných prázdnin, tzn. od 01.07. do 31.08. Práve toto obdobie sa označuje za hlavnú dovolenkovú sezónu a od toho sa odvíja i výška nákladovej ceny izieb v danom období a prislúchajúcich turnusoch. V porovnaní s Tabuľkou č. 8 však môžeme vidieť, ako hotel prispôsobuje nákladovú cenu podľa veku osoby na treťom lôžku. Napriek tomu, že hotel neuvádza presnú percentuálnu zľavu na pobyt dieťaťa (ako sme uviedli vyššie, za dieťa sa považuje osoba od 2 do 11,99 rokov veku), rozdiel v nákladovej cene za izbu sa pohybuje v niekoľkých stovkách eur smerom nadol, ak je treťou ubytovanou osobou práve dieťa v sprievode dvoch dospelých osôb.

Tabuľka č. 10: Možnosti ubytovania a prehľad nákladových cien pri celkovom počte 2 dospelé osoby a 2 deti v hoteli Radisson Blu Resort Saidia Beach 5*

TERMÍN		TYP IZBY		
Príchod	Odchod	Junior Suite 1	Junior Suite 2	Connected Room
8.6.2024	15.6.2024	1 306,99	1 416,60	2 110,06
15.6.2024	22.6.2024	1 312,68	1 422,28	2 121,98
22.6.2024	29.6.2024	1 346,71	1 456,32	2 193,46
29.6.2024	6.7.2024	1 346,71	1 456,32	2 193,46
6.7.2024	13.7.2024	1 346,71	1 456,32	2 193,46
13.7.2024	20.7.2024	1 346,71	1 456,32	2 193,46
20.7.2024	27.7.2024	1 410,27	1 519,88	2 326,92
27.7.2024	3.8.2024	1 410,27	1 519,88	2 326,92
3.8.2024	10.8.2024	1 410,27	1 519,88	2 326,92
10.8.2024	17.8.2024	1 410,27	1 519,88	2 326,92
17.8.2024	24.8.2024	1 410,27	1 519,88	2 326,92
24.8.2024	31.8.2024	1 342,20	1 451,81	2 183,91
31.8.2024	7.9.2024	1 314,95	1 424,56	2 126,72
7.9.2024	14.9.2024	1 314,95	1 424,56	2 126,72
14.9.2024	21.9.2024	1 314,95	1 424,56	2 126,72

Zdroj: vlastné spracovanie

V prípade ubytovania štvorčlennej rodiny v zložení dvaja dospelí a dve deti hotel Radisson Blu Resort Saidia Beach 5* ponúka tri typy izieb. Dôvodom je umiestnenie tretieho pevného lôžka, ktoré zvyšné izby neponúkajú, a taktiež nemožnosť umiestniť viac ako jednu prístelku do jednej izby. K dispozícii zostávajú izby typu Junior Suite 1 a Junior Suite 2, avšak dodatočne je k dispozícii aj typ izby Connected Room. Ide o typ izby, kedy sú dve samostatné dvojlôžkové izby navzájom prepojené a umožňujú ubytovanie s kapacitou až 4 dospelé osoby. Tento typ izby je využívaný v prípade rodín s deťmi najmä vtedy, ak klient uprednostňuje pevné lôžko pred prístelkou. Hotel disponuje nízkym počtom izieb tohto druhu a preto je daný typ izby klientom ponúkaný vtedy, ak bude jej kapacita plne využitá.

4.4.2 Hotel Radisson Blu Resort Al Hoceima 5*

Ďalším nami vybraným hotelovým rezortom je už vyššie spomenutý Radisson Blu Resort Al Hoceima 5*. Ako sme konštatovali vyššie, spoločne s hotelom Radisson Blu Resort Saidia Beach 5* patria pod rovnakú hotelovú sieť a služby ponúkané klientom sú v oboch hoteloch vysokej kvality. Čo sa týka ubytovacích možností, hotely sa líšia najmä v typoch izieb, ktoré klientovi vedia ponúknuť. Pre hotel Radisson Blu Resort Al Hoceima 5* sú možnosti ubytovania z pohľadu obsadenia izby dospelými osobami totožné ako pre hotel Radisson Blu Resort Saidia Beach 5*, a to:

- 2 dospelé osoby;
- 3 dospelé osoby;
- 4 dospelé osoby;
- 2 dospelé osoby + 1 dieťa;
- 2 dospelé osoby + 2 deti;
- 3 dospelé osoby + 1 dieťa;
- 1 dospelá osoba.

Za dieťa sa rovnako ako v prvom nami vybranom hoteli považuje osoba od 2 do 11,99 rokov veku. Deti mladšie ako 2 roky môžu byť ubytované bez nároku na lôžko a je im poskytnutá detská postieľka.

Prehľad nákladových cien pre jednotlivé typy izieb nájdeme v nasledujúcich tabuľkách. Tabuľky s nákladovými cenami pre obsadenie izieb 1 dospelou osobou, 4 dospelými osobami a 3 dospelými osobami a 1 dieťaťom uvádzame v prílohách záverečnej práce.

Tabuľka č. 11: Možnosti ubytovania a prehľad nákladových cien pri celkovom počte 2 dospelé osoby v hoteli Radisson Blu Resort Al Hoceima 5*

TERMÍN		TYP IZBY					
Príchod	Odchod	Standard room	Superior Room	Premium Room	Executive Room	Junior Suite	Suite
8.6.2024	15.6.2024	646,60	700,61	724,63	754,62	814,63	844,66
15.6.2024	22.6.2024	783,78	827,51	851,49	881,52	941,53	971,52

TERMÍN		TYP IZBY					
Príchod	Odchod	Standard room	Superior Room	Premium Room	Executive Room	Junior Suite	Suite
22.6.2024	29.6.2024	886,66	940,67	964,65	994,68	1 054,69	1 084,67
29.6.2024	6.7.2024	886,66	940,67	964,65	994,68	1 054,69	1 084,67
6.7.2024	13.7.2024	886,66	940,67	964,65	994,68	1 054,69	1 084,67
13.7.2024	20.7.2024	1 122,39	1 369,32	1 440,48	1 539,08	1 663,43	1 693,42
20.7.2024	27.7.2024	1 216,72	1 533,94	1 623,99	1 756,85	1 906,91	1 936,89
27.7.2024	3.8.2024	1 216,72	1 533,94	1 623,99	1 756,85	1 906,91	1 936,89
3.8.2024	10.8.2024	1 216,72	1 533,94	1 623,99	1 756,85	1 906,91	1 936,89
10.8.2024	17.8.2024	1 216,72	1 533,94	1 623,99	1 756,85	1 906,91	1 936,89
17.8.2024	24.8.2024	1 216,72	1 533,94	1 623,99	1 756,85	1 906,91	1 936,89
24.8.2024	31.8.2024	1 045,23	1 211,16	1 263,44	1 338,47	1 437,07	1 467,06
31.8.2024	7.9.2024	916,64	970,65	994,68	1 024,66	1 084,67	1 114,70
7.9.2024	14.9.2024	916,64	970,65	994,68	1 024,66	1 084,67	1 114,70
14.9.2024	21.9.2024	916,64	970,65	994,68	1 024,66	1 084,67	1 114,70

Zdroj: vlastné spracovanie

Hotel Radisson Blu Resort Al Hoceima 5* ponúka klientom ubytovaných v dvojici šesť typov izieb. Izbou s najnižšou nákladovou cenou v priebehu všetkých turnusov je izba Standard. Ide o izbu s rozlohou 40m² s balkónom alebo terasou (podľa toho, na ktorom podlaží je izba umiestnená) a kompletným vybavením. Nákladové ceny pre túto izbu sa pohybujú v rozmedzí od 646€ v nami prvom ponúkanom termíne, až po 1216€ na vrchole sezóny. V porovnaní s hotelom Radisson Blu Resort Saidia Beach 5* sa nákladové ceny pohybujú v nižšom cenovom rozpätí pre podobný typ izby na začiatku sezóny, no na jej vrchole ho presahujú. Najdrahším typom izby pri obsadení dvoma dospelými je izba Suite. Ide rozlohovo a kapacitne najväčší typ izby ponúkaný hotelom a od toho sa odvíja práve i nákladová cena.

Tabuľka č. 12: Možnosti ubytovania a prehľad nákladových cien pri celkovom počte 3 dospelé osoby v hoteli Radisson Blu Resort Al Hoceima 5*

TERMÍN		TYP IZBY				
Príchod	Odchod	Superior Room	Premium Room	Executive Room	Junior Suite	Suite
8.6.2024	15.6.2024	1 038,95	1 062,93	1 105,44	1 152,97	1 182,95
15.6.2024	22.6.2024	1 165,80	1 189,83	1 237,42	1 279,87	1 309,85
22.6.2024	29.6.2024	1 278,96	1 302,98	1 355,10	1 393,03	1 423,01

TERMÍN		TYP IZBY				
Príchod	Odchod	Superior Room	Premium Room	Executive Room	Junior Suite	Suite
29.6.2024	6.7.2024	1 278,96	1 302,98	1 355,10	1 393,03	1 423,01
6.7.2024	13.7.2024	1 278,96	1 302,98	1 355,10	1 393,03	1 423,01
13.7.2024	20.7.2024	1 707,66	1 778,82	1 849,98	2 001,77	2 031,76
20.7.2024	27.7.2024	1 872,28	1 962,28	2 040,77	2 245,24	2 275,23
27.7.2024	3.8.2024	1 872,28	1 962,28	2 040,77	2 245,24	2 275,23
3.8.2024	10.8.2024	1 872,28	1 962,28	2 040,77	2 245,24	2 275,23
10.8.2024	17.8.2024	1 872,28	1 962,28	2 040,77	2 245,24	2 275,23
17.8.2024	24.8.2024	1 872,28	1 962,28	2 040,77	2 245,24	2 275,23
24.8.2024	31.8.2024	1 549,46	1 601,78	1 665,85	1 775,41	1 805,39
31.8.2024	7.9.2024	1 308,99	1 333,01	1 386,33	1 423,01	1 453,04
7.9.2024	14.9.2024	1 308,99	1 333,01	1 386,33	1 423,01	1 453,04
14.9.2024	21.9.2024	1 308,99	1 333,01	1 386,33	1 423,01	1 453,04

Zdroj: vlastné spracovanie

Ako vyplýva z Tabuľky č.12, tri dospelé osoby nemožno ubytovať na izbe „Standard“, nakoľko sú v nej dve stále lôžka. Do tohto typu izby nie je možné v danom hoteli umiestniť ani prístelku. Prvým typom izby, ktorý je možné obsadiť tromi osobami je izba Superior. Izba disponuje dvoma pevnými lôžkami vo forme dvojlôžkovej postele a nachádza sa v nej rozkladacia pohovka, ktorá slúži ako prístelka pre tretiu osobu. Rozpätie nákladových cien izieb obsadených tromi dospelými osobami počas sezóny je veľmi široké, nakoľko začína na sume 1038€ pre základný typ izby v prvom nami ponúkanom termíne, až po 2275€ za izbu Suite na vrchole sezóny (v termíne od 20.07.2024 až po 24.08.2024). Vzhľadom na nákladové ceny izieb a neskôr i konečné ceny zájazdu sa predpokladá, že najviac obsadenými typmi izieb tromi dospelými osobami budú izby Superior a Premium. Izba Premium sa od izby Superior odlišuje rozlohou, ktorá o 5m² presahuje veľkosť izby Superior a taktiež bočným výhľadom na more, nakoľko izba Superior poskytuje výhľad do záhrady.

Tabuľka č. 13: Možnosti ubytovania a prehľad nákladových cien pri celkovom počte 2 dospelé osoby a 1 dieťa v hoteli Radisson Blu Resort Al Hoceima 5*

TERMÍN		TYP IZBY				
Príchod	Odchod	Superior Room	Premium Room	Executive Room	Junior Suite	Suite
8.6.2024	15.6.2024	708,84	898,03	822,87	1 017,93	1 047,96
15.6.2024	22.6.2024	835,74	885,16	984,03	1 057,69	1 087,68
22.6.2024	29.6.2024	948,90	972,93	1 062,93	1 122,94	1 152,97
29.6.2024	6.7.2024	948,90	972,93	1 062,93	1 122,94	1 152,97
6.7.2024	13.7.2024	948,90	972,93	1 062,93	1 122,94	1 152,97
13.7.2024	20.7.2024	1 377,56	1 545,18	1 660,93	1 688,78	1 815,27
20.7.2024	27.7.2024	1 542,18	1 767,27	1 900,13	1 915,14	2 080,17
27.7.2024	3.8.2024	1 542,18	1 767,27	1 900,13	1 915,14	2 080,17
3.8.2024	10.8.2024	1 542,18	1 767,27	1 900,13	1 915,14	2 080,17
10.8.2024	17.8.2024	1 542,18	1 767,27	1 900,13	1 915,14	2 080,17
17.8.2024	24.8.2024	1 542,18	1 767,27	1 900,13	1 915,14	2 080,17
24.8.2024	31.8.2024	1 219,40	1 329,56	1 438,89	1 479,61	1 567,48
31.8.2024	7.9.2024	978,89	1 002,91	1 092,96	1 152,97	1 182,95
7.9.2024	14.9.2024	978,89	1 002,91	1 092,96	1 152,97	1 182,95
14.9.2024	21.9.2024	978,89	1 002,91	1 092,96	1 152,97	1 182,95

Zdroj: vlastné spracovanie

Vzhľadom na kapacitné možnosti je ponuka typov izieb v prípade obsadenia 2 dospelými osobami a jedným dieťaťom rovnaká ako pri obsadení izby tromi dospelými osobami. V porovnaní s Tabuľkou č. 12 však môžeme vidieť pomerne markantné cenové rozdiely v nákladoch na izbu, ak je osobou na treťom lôžku dieťa a keď dospelá osoba. Ide o cenové rozdiely pohybujúce sa v rozmedzí od 200€ do 400€. Rovnako ako hotel Radisson Blu Resort Saidia Beach 5*, ani hotel Radisson Blu Resort Al Hoceima 5* neposkytuje presné údaje o zľavách pri ubytovaní dieťaťa, avšak vzhľadom na vývoj nákladových cien v priebehu sezóny môžeme povedať, že nejde o fixné percento.

Tabuľka č. 14: Možnosti ubytovania a prehľad nákladových cien pri celkovom počte 2 dospelé osoby a 2 deti v hoteli Radisson Blu Resort Al Hoceima 5*

TERMÍN		TYP IZBY		
Príchod	Odchod	Junior Suite	Suite	Family Room
8.6.2024	15.6.2024	951,13	981,16	1 413,28
15.6.2024	22.6.2024	1 146,60	1 176,63	1 255,71
22.6.2024	29.6.2024	1 188,37	1 221,22	1 323,23
29.6.2024	6.7.2024	1 188,37	1 221,22	1 323,23
6.7.2024	13.7.2024	1 188,37	1 221,22	1 323,23
13.7.2024	20.7.2024	1 714,17	1 937,12	1 944,81
20.7.2024	27.7.2024	1 923,38	2 223,45	2 320,55
27.7.2024	3.8.2024	1 923,38	2 223,45	2 320,55
3.8.2024	10.8.2024	1 923,38	2 223,45	2 320,55
10.8.2024	17.8.2024	1 923,38	2 223,45	2 320,55
17.8.2024	24.8.2024	1 923,38	2 223,45	2 320,55
24.8.2024	31.8.2024	1 522,16	1 667,89	1 713,35
31.8.2024	7.9.2024	1 221,22	1 251,20	1 353,26
7.9.2024	14.9.2024	1 221,22	1 251,20	1 353,26
14.9.2024	21.9.2024	1 221,22	1 251,20	1 353,26

Zdroj: vlastné spracovanie

Obsadenie izby dvomi dospelými osobami a dvomi deťmi je možné iba pri troch typoch izieb – Junior Suit, Suite a Family Room. Dôvodom je lôžková kapacita ostatných typov izieb, nakoľko ani jedna z nich neobsahuje tri pevné lôžka a hotel neumožňuje umiestnenie dvoch prísteliek do jednej izby. Nákladovo najvýhodnejším typom izby v priebehu sezóny je izba Junior Suite, ktorá ponúka tri pevné lôžka a jedno lôžko vo forme prístelky (pohovka). Rovnakú lôžkovú kapacitu poskytuje i izba Suite s rozdielom v situovaní izby, nakoľko táto izba klientom ponúka výhľad na more. Obe izby pozostávajú z dvoch samostatných miestností, zatiaľ čo jedna je zariadená ako spálňa s tromi lôžkami a druhá slúži ako obývací izba s pohovkou (prístelka).

Izba Family Room je izbou rovnakého typu ako izba Connected Room v hoteli Radisson Blu Resort Saidia Beach 5*. Ide o dve prepojené dvojlôžkové izby, ktoré klientom ponúkajú štyri pevné lôžka. Vzhľadom na nízky počet daného typu izby je rovnako ako

v predchádzajúcom hoteli izba ponúkaná pri využití jej plnej kapacity a nákladová cena za izbu sa pohybuje v najvyššej cenovej relácii, t.j. od 1 400€ na začiatku sezóny až po 2 320€ na jej vrchole.

4.4.3 Kontrahované objemy garančných a allotmentových kapacít

Pre potreby nami zostaveného zájazdu bolo nutné kontrahovať celkovo 73 izieb. K danému počtu izieb sme sa dostali pomocou aplikovania koeficientu priemernej obsadenosti na celkový počet klientov za jeden turnus (resp. počet sedadiel v nami kontrahovanom type lietadla). Hodnota koeficientu priemernej obsadenosti izby bola po konzultácii s odborníkom z praxe pre Maroko stanovená na 2,6. Po porovnaní kvalít a nákladových cien oboch hotelov sme dospeli k záveru, že izby budú rozdelené nasledovne:

- Radisson Blu Resort Saidia Beach – 31 izieb;
- Radisson Blu Resort Al Hoceima – 42 izieb.

Prehľad kapacít vybraných izieb a spôsob ich kontraktácie nájdeme v Tabuľke č. 15, spoločne s odpoveďou na výskumnú otázku č.2: „Ako sú prerozdelené plánované kontrahované garančné/allotmentové kapacity v jednotlivých hoteloch podľa konkrétnych typov izieb?“

Tabuľka č. 15: Formy ubytovania a počet kontrahovaných izieb na jeden zájazdový turnus

Názov hotela	Typ izby	Počet ubytovaných osôb	Počet izieb na 1 turnus	Spôsob kontraktácie	Celkový počet izieb
Radisson Blu Resort Saidia Beach 5*	Superior Room (garden view)	1 - 3	12	garančný	31
	Premium Room (lateral sea view)	1 - 3	6	allotment	
	Junior Suite 1 (garden view)	1 - 4	10	garančný	
	Connected room (family stay)	2 - 4	3	allotment	
Radisson Blu Resort Al Hoceima 5*	Standard Room (garden view)	1 - 2	10	garančný	42
	Standard Room (garden view)	1 - 2	5	allotment	

Názov hotela	Typ izby	Počet ubytovaných osôb	Počet izieb na 1 turnus	Spôsob kontraktácie	Celkový počet izieb
	Superior Room (garden view)	1 - 3	12	garančný	
	Executive Room (sea view)	1 - 3	5	allotment	
	Junior Suite (sea view)	1 - 4	7	garančný	
	Family Room	1 - 4	3	allotment	

Zdroj: vlastné spracovanie

Pre hotel Radisson Blu Resort Saidia Beach 5* sme zvolili kontrahovanie garančným spôsobom pri izbách Superior a Junior Suite 1. Ide o izby, ktoré z kapacitných dôvodov a skúseností z praxe z hľadiska rozloženia osôb na izbe pokladáme za tie, ktoré budú v priebehu sezóny v danom hoteli najvyťaženejšie. Zároveň spôsobom allotment kontrahujeme izby Premium v prípade klientov so záujmom v situovaní izby smerom k pláži a výhľadom na more, jej cenovej kategórií (ide o upgrade izby Superior s minimálnym rozdielom v nákladovej cene) a rovnako tak pre prípad zvýšeného záujmu o izby obsadené len dvomi dospelými osobami v období júna a septembra. Spôsobom allotment kontrahujeme aj typ izby Connected Room pre prípady obsadenia izby štyrmi osobami s požiadavkou fixne umiestneného lôžka. Vzhľadom na predpoklad, že daná situácia nastane je pre nás dôležité izbu kontrahovať týmto spôsobom a nie len na vyžiadanie klienta, nakoľko hotel disponuje nízkym množstvom tohto typu izby.

Pre hotel Radisson Blu Resort Al Hoceima 5* sme zvolili garančný typ kontrahovania izieb pri typoch izieb Standard, Superior a Junior Suite. Dôvody korešponujú s dôvodmi uvedenými pri garančných kapacitách pre hotel Radisson Blu Resort Saidia Beach 5*. Zároveň sme typ izby Standard kontrahovali aj spôsobom allotment v dodatočnom množstve, ktoré nám poskytne potrebné kapacity v turnusoch, keď bude dopyt po dvojlôžkových izbách vyšší (rovnako ako pri predchádzajúcom hoteli v období júna a septembra). Spôsobom allotment sme kontrahovali aj izbu Executive v prípade požiadavky klientov na typ izby s výhľadom na more. Typ izby Family Room je kontrahovaný spôsobom allotment taktiež z kapacitných dôvodov daného typu izby v hoteli, čím sa opäť vraciame k odôvodneniu

uvedenému pri kontrahovaných kapacitách uvedených pri hoteli Radisson Blu Resort Saidia Beach 5*.

Vo všeobecnosti môžeme uviesť, že garančný spôsob kontrahácie izieb bol pri daných typoch izieb zvolený najmä kvôli cenovej hladine a očakávanej obsadenosti vzhľadom na možnosť ubytovania daného počtu osôb. Typ kontrahácie allotment bol zvolený najmä kvôli dostatku kapacít v prípade, že koeficient obsadenosti bude v určitých termínoch nižší. Tento stav je očakávaný najmä v júnových a septembrových turnusoch, kde býva koeficient priemernej obsadenosti izby nižší ako počas júla a augusta.

Izby, ktoré nie sú uvedené v tabuľke bude pre klienta možné kontrahovať spôsobom „na vyžiadanie“, pričom s hotelom budeme mať zmluvne podložené náklady na tieto kapacity. Na hotel sa s konkrétnym dopytom obrátíme iba v prípade požiadaviek konkrétnych klientov, ktorí budú mať o dané kapacity záujem. Hotel nám však túto požiadavku môže schváliť, ale z kapacitných dôvodov ju môže rovnako zamietnuť.

4.5 Personálne zabezpečenie v destinácií

Personálne zabezpečenie zájazdu v destinácií je neodmysliteľné ako pre cestovnú kanceláriu, tak pre jej klientelu, a to nie len z dôvodu, že práve vďaka nemu cestovná kancelária najviac odlišuje svoj produkt od nekomplexných zájazdov, ktoré si ľudia v súčasnosti organizujú sami po vlastnej osi. Zamestnanci cestovnej kancelárie v zahraničí ju reprezentujú, podieľajú sa na tvorbe a udržaní jej dobrého mena, poskytujú pomoc klientom v akejkoľvek situácii a zároveň zabezpečujú plynulý chod celého zájazdu. Sú klientom k dispozícii 24/7 v prípade núdze a sú prvými kontaktnými osobami, na ktoré sa vie klient obrátiť s požiadavkami, dôvodmi nespokojnosti alebo žiadosťou o radu.

Z pohľadu nášho zájazdu budú priamo do destinácie vyslané dva typy zamestnancov cestovnej kancelárie:

- delegát;
- animátor.

Hlavnou úlohou delegáta v destinácií je vykonávať organizačné činnosti tak, aby zabezpečil plynulý chod destinácie a spokojnosť klientov s účelom udržania dobrého mena danej cestovnej kancelárie. Do jeho pracovnej náplne ďalej spadá predaj a sprevádzanie výletov, krízový manažment v prípade neočakávanej udalosti a dohľad nad animátormi pôsobiacimi v hoteli, ktorý spadá pod jeho kontrolu. Úlohy animátora v destinácií zvyčajne zahŕňajú organizovanie a vedenie zábavných aktivít a programov pre hostí v hoteloch, interakcia s klientmi cestovnej kancelárie na pravidelnej báze a vykonávanie pomocných činností stanovených delegátom.

Do destinácie Saidia bude v priebehu letnej sezóny umiestnený 1 delegát a dvaja animátori. Rovnaký počet delegátov a animátorov bude umiestnený i v destinácií Al Hoceima. Oba hotelové rezorty sú klubovými hotelmi, tzn. v oboch hotelových rezortoch bude spustený klubový animačný program pre deti a dospelých v termíne od 29.06.2024 do 07.09.2024. Delegáti sa v destináciách budú nachádzať od úplného začiatku do úplného konca sezóny, tzn. že klientom budú k dispozícii od 08.06.2024 do 21.09.2024.

Prehľad mesačných mzdových nákladov na personálne zabezpečenie destinácie sa nachádza v nasledujúcej tabuľke.

Tabuľka č. 16: Prehľad mesačných mzdových nákladov na personálne zabezpečenie destinácie

Zamestnanec		Počet	Celkový náklad
Delegát			
hrubá mzda	1 257,60	2	3001,66
čistá mzda	1 036,27		
náklad pre zamestnávateľa	1 500,83		
Animátor			
hrubá mzda	936,00	4	4396,12
čistá mzda	790,86		
náklad pre zamestnávateľa	1 099,03		

Zdroj: vlastné spracovanie

Mzdy boli vypočítané na základe predpokladu, že typom kontraktu medzi zamestnancami a cestovnou kanceláriou bude Dohoda o brigádnickej práci študenta. Diéty nie sú zahrnuté. Delegáti budú v destinácií ubytovaní v apartmánoch v blízkosti hotelového

rezortu, v ktorom budú počas leta pôsobiť. Animátorom bude ubytovanie zabezpečené hotelom, v ktorom budú umiestnení. Obom delegátom bude k dispozícii auto pre prípad potreby, prenajaté na celé obdobie ich pobytu v destinácií. Stravu bude mať každý zamestnanec zabezpečenú v prislúchajúcom hotelovom rezorte. Prehľad celkových nákladov na personálne zabezpečenie destinácie počas celého trvania sezóny nájdeme v Tabuľke č. 17.

Tabuľka č. 17: Prehľad celkových nákladov na personálne zabezpečenie destinácie počas sezóny

Položka	Celková suma
Celkové mzdové náklady - delegáti	11 256,26
Celkové mzdové náklady - animátori	10 990,30
Ubytovanie Saidia	2 185,00
Ubytovanie Al Hoceima	2 690,00
Prenájom áut	5 614,34
SPOLU	32 735,90

Zdroj: vlastné spracovanie

Celková výška nákladov za služby animátorov zodpovedá ich dĺžke pôsobenia v destinácii (t. j. 10 týždňov). Cena za služby delegáta v prepočte na osobu je v sume 7,67€ (po rozpočítaní medzi celkový objem klientov), zatiaľ čo cena za služby animátorov bola po prepočte stanovená na 5,81€/osoba (po rozpočítaní medzi objem klientov cestujúcich do destinácie v období ich pôsobenia).

Suma vzťahujúca sa na služby delegáta bude prirátaná ku konečnej hodnote nami vytvoreného zájazdu všetkým klientom. Suma za služby animátorov pri kalkulácii konečnej ceny zájazdu bude prirátaná ku konečnej hodnote zájazdu klientom cestujúcich do destinácie Maroko v období, keď majú možnosť využívať ich služby, tzn. medzi 29.06.2024 a 07.09.2024.

4.6 Ponuka fakultatívnych výletov v rámci destinácie

V oblasti poskytovania komplexného zážitku klientom cestovnej kancelárie zohráva ponuka fakultatívnych výletov ďalšiu z dôležitých úloh. Ich cieľom je zvýšiť celkový zážitok klientely z danej destinácie a poskytnúť jej náhľad na krajinu ako takú i mimo hotelový rezort, v ktorom sa účastníci cestovného ruchu rozhodnú stráviť svoju dovolenku. Hoci spadajú medzi doplnkové služby cestovnej kancelárie a klient nie je nútený ich využiť, sú príjemným spestrením pobytu v destinácií a sú ďalšou z možností, ako klient môže využiť svoj čas na poznávanie a rekreáciu s cieľom maximalizovať svoj zážitok z destinácie. Pre potreby nášho produktu umiestneného v destinácií Maroko boli vybrané nasledovné možnosti fakultatívnych výletov:

- nákupy na lokálnom trhu;
- návšteva mesta Melilla;
- pláž Cala Bonita;
- národný park Al Hoceima.

Menované fakultatívne výlety boli zvolené s ohľadom na vzdialenosť od hotelov, možnosti, ktoré klientom ponúkajú a rozmanitosť daných miest. V ponuke sa nachádzajú miesta oddychového, kultúrno-vzdelávacieho, poznávacieho i prírodného charakteru, s dôrazom na to, aby boli plne prístupné klientom ktorejkoľvek vekovej či záujmovej kategórie.

Fakultatívny výlet zameraný na nákupy na lokálnom trhu svojím charakterom poskytuje zúčastneným možnosť spoznať zákutia mesta Nador, poprechádzať sa marockými uličkami a okrem tradičného zjednávania cien s predajcami v rôznych obchodíkoch a butikoch nahliadnuť do marockej kultúry aj pomocou návštevy rôznych lokálnych reštaurácií a podnikov. Maroko je známe najmä predajom a vývozom korenín, ktoré sú známe po celom svete a práve návšteva trhu s koreninami je nosným bodom programu výletu.

Návšteva mesta Melilla je určená najmä milovníkom histórie. Hoci je mesto situované v Maroku, v skutočnosti je nezávislým územím Španielska a to je to, čo ho robí výnimočným. Okrem mixu rôznych kultúr a neustále živej atmosféry ponúka návštevníkom množstvo

pamiatok, ktorých prehliadka ponúka prierez ako španielskou, tak i marockou históriou. Patria sem stavby a miesta ako napríklad pevnosť Melilla la Vieja, mestská radnica Palacio de Asamblea či námestie Plaza de España.

Celodenný výlet na pláž Cala Bonita je určený každej klientele, bez nutnosti rozdeľovania na segmenty. Ide o výlet za jednou z najkrajších pláží, ktoré Maroko ponúka. Svojim umiestnením medzi útesmi, tyrkysovou vodou a jemným pieskom konkuruje jednej z celosvetovo najznámejších a najobľúbenejších pláží – gréckej Navagio. Podmorský svet v okolí útesov robí z pláže Cala Bonita v prípade záujmu ideálne miesto na šnorchlovanie.

Posledným výletom z ponuky je návšteva a prehliadka národného parku Al Hoceima. Ide o prírodnú rezerváciu rozprestierajúcu sa na viac ako 480 km², ktorá v sebe ukrýva množstvo kaňonov, útesov, pláží a lokálnu endemitnú faunu i flóru. Na svoje si príde každý, kto má záujem zistiť, že Maroko nie je len more a púšť, ale aj neopakovateľné očarujúce prírodné scenérie a výhľady.

4.7 Kalkulácia zájazdu

Predposlednou kapitolou záverečnej práce je kalkulácia zájazdu. Finálna kalkulácia zahŕňa všetky poplatky, ktoré pre klienta vyplývajú po podpise Zmluvy o zájazde, a teda tvorí konečnú sumu, ktorú klient musí cestovnej kancelárii uhradiť pred vycestovaním do destinácie. Kalkulácia obsahuje nasledovné položky:

- letecká doprava do destinácie;
- transfer v rámci destinácie;
- ubytovanie so stravovaním all inclusive;
- handling;
- náklad na delegáta a animátorov;
- provízia pre cestovnú agentúru;
- prirážka cestovnej kancelárie.

Kalkulácie boli vypracované pre každý hotel a typ izby, v každom termíne samostatne, podľa nasledovného kalkulačného vzorca:

*Cena za zájazd = náklady na ubytovanie a stravovanie + (počet ubytovaných osôb*cena za leteckú dopravu) + (počet ubytovaných osôb*transfer v destinácii) + (počet ubytovaných osôb*handling) + (počet ubytovaných osôb*náklady na delegáta a animátorov) + % provízia pre CA + % prirážka CK*

Uplatnenie kalkulačného vzorca v praxi môžeme vidieť na príklade:

Štvorčlenná rodina (dvaja rodičia a dve deti vo veku 8 a 11 rokov) sa rozhodla pre dovolenku v Maroku, v oblasti Al Hoceima. Nimi zvolený termín dovolenky je 06.07.2024 – 13.7.2024. Majú záujem o izbu s balkónom a výhľadom do záhrady (cenovo najdostupnejší variant).

Kalkulácia zájazdu spĺňajúceho ich požiadavky vyzerá nasledovne:

Tabuľka č. 18: Kalkulácia konečnej ceny zájazdu

Kalkulačná položka	Spôsob výpočtu	Suma
Náklady na ubytovanie a stravovanie	-	1 188,37
Letecká doprava so zahrnutými poplatkami	4*339	1 356,00
Transfer v destinácii	4*43,60	174,40
Handling	4*9,60	38,40
Náklady na delegáta	4*7,67	30,68
Náklady na animátorov	4*5,81	23,24
Nákladová cena		2811,09
Prirážka CK (18%)	2811,09*0,18	505,99
Provízia pre CA (10%)	2811,09*0,10	281,11
Konečná predajná cena zájazdu		3598,19

Zdroj: vlastné spracovanie

Províziu pre cestovnú agentúru sme stanovili ako 10% z nákladovej ceny zájazdu, pričom jej výška bola stanovená na základe súčasnej situácie na trhu. Provízia predstavuje sumu vyplatenú cestovnej agentúre v prípade sprostredkovania predaja zájazdu pre cestovnú kanceláriu.

Percentuálna prirážka cestovnej kancelárie sa mení situačne a je prispôbená podmienkam trhu. Pre potreby nášho zájazdu sme stanovili tri základné výšky prirážky – 15% v júnových a septembrových termínoch, keď je záujem o vycestovanie porovnateľne najnižší, 18% pre obdobia na prelomoch mesiacov (jún/júl, august/september), keď záujem rastie/klesá, a najvyššiu prirážku 23% z celkovej sumy pre mesiace júl a august, kedy je záujem klientov vycestovať najvyšší.

4.7.1 Hotel Radisson Blu Resort Saidia Beach 5*

V nasledujúcich tabuľkách nájdeme prehľad konečných cien zájazdov v hoteli Radisson Blu Resort Saidia Beach 5*, podľa konkrétneho typu izby a počtu ubytovaných osôb. Izby sú farebne rozlíšené na základe % výšky prirážky CK, ktorá na nich bola uplatnená (legendu nájdeme pod každou z tabuliek). V tejto časti diplomovej práce zároveň dochádza k zodpovedaniu výskumnej otázky č.3: „Akým spôsobom je diferencovaná marža pri nami vytvorenom zájazde?“

Tabuľka č. 19: Konečná cena za zájazd pre 2 dospelé osoby v hoteli Radisson Blu Resort Saidia Beach 5*

TERMÍN		KONEČNÁ CENA ZA IZBU					
Príchod	Odchod	Superior Room	Premium Room	Executive Room 1	Executive Room 2	Junior Suite 1	Junior Suite 2
8.6.2024	15.6.2024	2 089,29	2 153,78	2 196,78	2 239,78	2 390,33	2 538,66
15.6.2024	22.6.2024	2 096,96	2 161,46	2 204,46	2 247,46	2 398,00	2 546,33
22.6.2024	29.6.2024	2 194,47	2 260,51	2 304,54	2 348,57	2 502,73	2 654,68
29.6.2024	6.7.2024	2 209,34	2 275,38	2 319,41	2 363,44	2 517,60	2 669,55
6.7.2024	13.7.2024	2 209,34	2 275,38	2 319,41	2 363,44	2 517,60	2 669,55
13.7.2024	20.7.2024	2 209,34	2 275,38	2 319,41	2 363,44	2 517,60	2 669,55
20.7.2024	27.7.2024	2 387,14	2 455,76	2 501,57	2 547,32	2 707,45	2 865,33
27.7.2024	3.8.2024	2 387,14	2 455,76	2 501,57	2 547,32	2 707,45	2 865,33

TERMÍN		KONEČNÁ CENA ZA IZBU					
Príchod	Odchod	Superior Room	Premium Room	Executive Room 1	Executive Room 2	Junior Suite 1	Junior Suite 2
3.8.2024	10.8.2024	2 387,14	2 455,76	2 501,57	2 547,32	2 707,45	2 865,33
10.8.2024	17.8.2024	2 387,14	2 455,76	2 501,57	2 547,32	2 707,45	2 865,33
17.8.2024	24.8.2024	2 387,14	2 455,76	2 501,57	2 547,32	2 707,45	2 865,33
24.8.2024	31.8.2024	2 203,05	2 269,09	2 313,12	2 357,15	2 511,31	2 663,20
31.8.2024	7.9.2024	2 032,38	2 092,10	2 131,85	2 171,66	2 310,95	2 448,25
7.9.2024	14.9.2024	2 017,85	2 077,57	2 117,33	2 157,14	2 296,43	2 433,72
14.9.2024	21.9.2024	2 017,85	2 077,57	2 117,33	2 157,14	2 296,43	2 433,72

Zdroj: vlastné spracovanie

% prirážka CK
 15%
 18%
 23%

Po pohľade na Tabuľku č. 19 a analýze v nej uvedených konečných cien zájazdov s ubytovaním v hoteli Radisson Blu Resort Saidia Beach 5* môžeme povedať, že cenovo najvýhodnejším obdobím pre vycestovanie dvoch dospelých osôb do destinácie Maroko sú mesiace jún a september. Z praxe nám vyplýva, že práve toto obdobie v skutočnosti aj je najčastejšie využívané na cestovanie dvojíc dospelých osôb, resp. párov, nakoľko rodiny s deťmi preferujú cestovanie v čase letných prázdnin. Cestovanie v období mimo hlavnú sezónu so sebou prináša nie len úsporu finančných prostriedkov ale taktiež menej preplnené letoviská a v prípade Maroka aj prijateľnejšie teploty vzduchu, nakoľko ide o krajinu ležiacu na severe afrického kontinentu a v období hlavnej sezóny teploty dosahujú viac ako 37°C.

Cenovo najvýhodnejším variantom pre ubytovanie dvoch dospelých osôb je izba Superior. Konečná cena pre dve osoby na vrchole sezóny so všetkými zahrnutými poplatkami, províziami a prirážkami je stanovená na 2 387,14€. V prepočte na jednu dospelú osobu je konečná cena 1 193,57€. V porovnaní s cestovnou kanceláriou Satur (2024), ktorá v rovnakom termíne svojim klientom ponúka pobytový zájazd do Maroka, konkrétne jeho letoviska Agadir, s odletom z viedenského letiska Schwechat, je cena nižšia o 729,43€.

Tabuľka č. 20: Konečná cena za zájazd pre 3 dospelé osoby v hoteli Radisson Blu Resort Saidia Beach 5*

TERMÍN		KONEČNÁ CENA ZA IZBU					
Príchod	Odchod	Superior Room	Premium Room	Executive Room 1	Executive Room 2	Junior Suite 1	Junior Suite 2
8.6.2024	15.6.2024	2 935,32	2 975,08	3 014,78	3 014,78	3 153,78	3 290,79
15.6.2024	22.6.2024	2 910,18	2 942,43	2 982,19	3 021,89	3 160,89	3 297,90
22.6.2024	29.6.2024	3 026,74	3 056,61	3 097,32	3 137,97	3 280,31	3 420,61
29.6.2024	6.7.2024	3 049,05	3 078,92	3 119,63	3 160,28	3 302,62	3 442,92
6.7.2024	13.7.2024	3 049,05	3 078,92	3 119,63	3 160,28	3 302,62	3 442,92
13.7.2024	20.7.2024	3 049,05	3 078,92	3 119,63	3 160,28	3 302,62	3 442,92
20.7.2024	27.7.2024	3 251,06	3 283,73	3 325,97	3 368,21	3 516,17	3 661,95
27.7.2024	3.8.2024	3 251,06	3 283,73	3 325,97	3 368,21	3 516,17	3 661,95
3.8.2024	10.8.2024	3 251,06	3 283,73	3 325,97	3 368,21	3 516,17	3 661,95
10.8.2024	17.8.2024	3 251,06	3 283,73	3 325,97	3 368,21	3 516,17	3 661,95
17.8.2024	24.8.2024	3 251,06	3 283,73	3 325,97	3 368,21	3 516,17	3 661,95
24.8.2024	31.8.2024	3 043,40	3 073,16	3 113,81	3 154,46	3 296,86	3 437,16
31.8.2024	7.9.2024	2 938,68	2 967,06	3 006,76	3 046,52	3 185,52	3 322,53
7.9.2024	14.9.2024	2 916,89	2 945,28	2 984,97	3 024,73	3 163,73	3 300,74
14.9.2024	21.9.2024	2 916,89	2 945,28	2 984,97	3 024,73	3 163,73	3 300,74

Zdroj: vlastné spracovanie

% prirážka CK
 15%
 18%
 23%

Konečná cena za zájazd pre tri dospelé osoby ubytované v nami vybranom hoteli začína na sume 2 935,32€. V prepočte na jednu dospelú osobu je výška konečnej sumy v prvom nami ponúkanom turnuse stanovená na 978,44€. Cena za ubytovanie troch dospelých osôb v rovnakej izbe na vrchole sezóny je stanovená na 3 251,06€. Rozdiel v celkovej cene zájazdu predstavuje približne 100€ na osobu a vzhľadom na tento fakt si dovoľujeme povedať, že zakúpenie zájazdu v ktoromkoľvek termíne je pre ubytovanie troch dospelých osôb v prijateľnej cene v porovnaní so súčasnou ponukou trhu. Vzhľadom na cenové relácie izieb však klientom odporúčame ubytovanie v izbe Superior napriek skutočnosti, že tretia osoba je umiestnená na prístelke. Cena za izbu s tromi pevnými lôžkami sa pohybuje vo vyššej cenovej relácii a je pre klienta menej výhodná.

Tabuľka č. 21: Konečná cena za zájazd pre 2 dospelé osoby a 1 dieťa v hoteli Radisson Blu Resort Saidia Beach 5*

TERMÍN		KONEČNÁ CENA ZA IZBU					
Príchod	Odchod	Superior Room	Premium Room	Executive Room 1	Executive Room 2	Junior Suite 1	Junior Suite 2
8.6.2024	15.6.2024	2 680,52	2 740,07	2 779,77	2 819,52	2 958,53	3 095,54
15.6.2024	22.6.2024	2 687,63	2 747,18	2 786,88	2 826,63	2 965,64	3 102,65
22.6.2024	29.6.2024	2 795,64	2 856,68	2 897,33	2 937,98	3 080,32	3 220,68
29.6.2024	6.7.2024	2 817,95	2 878,99	2 919,64	2 960,29	3 102,63	3 242,99
6.7.2024	13.7.2024	2 817,95	2 878,99	2 919,64	2 960,29	3 102,63	3 242,99
13.7.2024	20.7.2024	2 817,95	2 878,99	2 919,64	2 960,29	3 102,63	3 242,99
20.7.2024	27.7.2024	3 012,57	3 075,92	3 118,22	3 160,46	3 308,36	3 454,14
27.7.2024	3.8.2024	3 012,57	3 075,92	3 118,22	3 160,46	3 308,36	3 454,14
3.8.2024	10.8.2024	3 012,57	3 075,92	3 118,22	3 160,46	3 308,36	3 454,14
10.8.2024	17.8.2024	3 012,57	3 075,92	3 118,22	3 160,46	3 308,36	3 454,14
17.8.2024	24.8.2024	3 012,57	3 075,92	3 118,22	3 160,46	3 308,36	3 454,14
24.8.2024	31.8.2024	2 812,18	2 873,16	2 913,87	2 954,52	3 096,86	3 237,16
31.8.2024	7.9.2024	2 712,21	2 771,81	2 811,51	2 851,21	2 990,21	3 127,22
7.9.2024	14.9.2024	2 690,42	2 750,02	2 789,72	2 829,42	2 968,42	3 105,44
14.9.2024	21.9.2024	2 690,42	2 750,02	2 789,72	2 829,42	2 968,42	3 105,44

Zdroj: vlastné spracovanie

% prirážka CK
 15%
 18%
 23%

Na rozdiel od Tabuľky č. 20, pri analýze konečných cien pri obsadení izby dvoma dospelými osobami a jedným dieťaťom sa budeme zameriavať na termíny začínajúce od 29.06.2024 do 31.08.2024. Ako sme spomenuli už i v predchádzajúcich častiach záverečnej práce, vzhľadom na rozloženie našich turnusov je práve toto obdobie z hľadiska cestovania s deťmi najvyťaženejším, a to práve z dôvodu dátumového ohraničenia letných prázdnin. Rovnako ako pri obsadení izby tromi dospelými osobami, najvýhodnejšou izbou z hľadiska konečnej ceny z pohľadu klienta zostáva izba Superior. Umiestnenie dieťaťa na prístelku je bežnou praxou. Konečné ceny za danú izbu sa vo vybranom období pohybujú v rozmedzí od 2 812,18€ do 3 012,57€ a vzhľadom na súčasné podmienky trhu si dovoľíme povedať, že sú adekvátnymi a pre klienta atraktívnymi.

Tabuľka č. 22: Konečná cena za zájazd pre 2 dospelé osoby a 2 deti v hoteli Radisson Blu Resort Saidia Beach 5*

TERMÍN		KONEČNÁ CENA ZA IZBU		
Príchod	Odchod	Junior Suite 1	Junior Suite 2	Connected Room
8.6.2024	15.6.2024	3 633,08	3 770,10	4 636,93
15.6.2024	22.6.2024	3 640,19	3 777,21	4 651,83
22.6.2024	29.6.2024	3 771,12	3 911,42	4 854,97
29.6.2024	6.7.2024	3 800,87	3 941,17	4 884,72
6.7.2024	13.7.2024	3 800,87	3 941,17	4 884,72
13.7.2024	20.7.2024	3 800,87	3 941,17	4 884,72
20.7.2024	27.7.2024	4 033,88	4 179,66	5 253,02
27.7.2024	3.8.2024	4 033,88	4 179,66	5 253,02
3.8.2024	10.8.2024	4 033,88	4 179,66	5 253,02
10.8.2024	17.8.2024	4 033,88	4 179,66	5 253,02
17.8.2024	24.8.2024	4 033,88	4 179,66	5 253,02
24.8.2024	31.8.2024	3 795,10	3 935,40	4 872,49
31.8.2024	7.9.2024	3 672,09	3 809,10	4 686,79
7.9.2024	14.9.2024	3 643,04	3 780,05	4 657,74
14.9.2024	21.9.2024	3 643,04	3 780,05	4 657,74

Zdroj: vlastné spracovanie

% prirážka CK

15% 18% 23%

Cestovanie štvorčlenných rodín je z hľadiska pobytu v spoločnej izbe náročnejšie, nakoľko štvorlôžkové izby sú v hoteloch umiestnené skôr raritne a v nízkych počtoch, ak vôbec. Najpriateľnejším variantom z hľadiska konečnej ceny v rámci obdobia školských letných prázdnin (z dôvodu, ktorý sme uviedli vyššie) pre dve dospelé osoby a dve deti je ubytovanie v izbe Junior Suite 1 (s výhľadom do záhrady) - konečná cena v termínoch v období od 29.06.2024 –do 20.07.2024 je v sume 3 800,87€, zatiaľ čo posledný augustový týždeň je nacený na 3 795,10€. Opätovne môžeme podotknúť, že v rámci súčasnej ponuky na trhu (napr. už spomenutá ponuka CK Satur, prípadne CK Fisher) ide o atraktívnu a pre klienta výhodnú cenu vzhľadom na balík ponúkaných služieb.

Priemerná konečná cena za zájazd v hoteli Radisson Blu Resort Saidia Beach 5* neprekračuje 1 200€/osoba na vrchole sezóny v mesiacoch júl a august (pri ubytovaní

v základnej kategórii izieb), preto predpokladáme, že našimi klientmi by bol hodnotený ako dostupný.

4.7.2 Hotel Radisson Blu Resort Al Hoceima 5*

Napriek priaznivej cenovej relácii, v ktorej sa pohybujú konečné ceny za zájazd v hotelom rezorte Radisson Blu Resort Saidia Beach 5*, kontrahované kapacity izieb sú v porovnaní s hotelovým rezortom Radisson Blu Resort Al Hoceima 5* nižšie. Hlavným dôvodom sú poznateľne nižšie ceny za zájazd v hoteli Radisson Blu Resort Al Hoceima 5* na začiatku a na konci sezóny. Kalkulácie konečných cien pre hotelový rezort v letovisku Al Hoceima (pre vybrané typy izieb) nájdeme v nasledujúcich tabuľkách.

Tabuľka č. 23: Konečná cena za zájazd pre 2 dospelé osoby v hoteli Radisson Blu Resort Al Hoceima 5*

TERMÍN		KONEČNÁ CENA ZA IZBU					
Príchod	Odchod	Standard room	Superior Room	Premium Room	Executive Room	Junior Suite	Suite
8.6.2024	15.6.2024	1 807,93	1 875,44	1 905,47	1 942,95	2 017,97	2 055,50
15.6.2024	22.6.2024	1 979,40	2 034,06	2 064,03	2 101,57	2 176,59	2 214,07
22.6.2024	29.6.2024	2 158,59	2 227,72	2 258,41	2 296,85	2 373,67	2 412,05
29.6.2024	6.7.2024	2 173,46	2 242,59	2 273,29	2 311,73	2 388,54	2 426,92
6.7.2024	13.7.2024	2 173,46	2 242,59	2 273,29	2 311,73	2 388,54	2 426,92
13.7.2024	20.7.2024	2 475,21	2 791,27	2 882,36	3 008,57	3 167,74	3 206,12
20.7.2024	27.7.2024	2 697,34	3 119,25	3 239,01	3 415,71	3 615,29	3 655,17
27.7.2024	3.8.2024	2 697,34	3 119,25	3 239,01	3 415,71	3 615,29	3 655,17
3.8.2024	10.8.2024	2 697,34	3 119,25	3 239,01	3 415,71	3 615,29	3 655,17
10.8.2024	17.8.2024	2 697,34	3 119,25	3 239,01	3 415,71	3 615,29	3 655,17
17.8.2024	24.8.2024	2 697,34	3 119,25	3 239,01	3 415,71	3 615,29	3 655,17
24.8.2024	31.8.2024	2 376,43	2 588,83	2 655,75	2 751,79	2 877,99	2 916,37
31.8.2024	7.9.2024	2 160,00	2 227,51	2 257,54	2 295,03	2 370,04	2 407,58
7.9.2024	14.9.2024	2 145,48	2 212,99	2 243,02	2 280,50	2 355,52	2 393,06
14.9.2024	21.9.2024	2 145,48	2 212,99	2 243,02	2 280,50	2 355,52	2 393,06

Zdroj: vlastné spracovanie

% prirážka CK
 15%
 18%
 23%

Ako sme uviedli pri konečnej kalkulácii zájazdu s ubytovaním pri predchádzajúcom hoteli Radisson Blu Resort Saidia Beach 5*, najvhodnejším, odporúčaným a cenovo najdostupnejším obdobím na cestovanie pre dve dospelé osoby sú termíny zájazdu v júni a v septembri. Prirážka cestovnej kancelárie je v danom období najnižšia. Konečná cena za zájazd v hoteli Radisson Blu Resort Al Hoceima 5* (v izbe Standard) sa v týchto termínoch pohybuje v cenovej relácii od 1 807,93€ do 2 145,48€. Pri prepočte na osobu môžeme hovoriť o konečnej cene v rozmedzí 903,96€ – 1 072,74€. V porovnaní s hotelom Radisson Blu Resort Saidia Beach 5* ide o nižšiu úroveň cien. Avšak, pri analýze cien na vrchole sezóny hodnotíme prvý menovaný hotel ako výhodnejší, nakoľko konečná cena za zájazd na osobu je pri ubytovaní v základnom type dvojlôžkovej izby o 155,10€ na osobu nižšia než v hoteli Radisson Blu Resort Al Hoceima 5*.

Tabuľka č. 24: Konečná cena za zájazd pre 3 dospelé osoby v hoteli Radisson Blu Resort Al Hoceima 5*

TERMÍN		KONEČNÁ CENA ZA IZBU				
Príchod	Odchod	Superior Room	Premium Room	Executive Room	Junior Suite	Suite
8.6.2024	15.6.2024	2 798,20	2 828,17	2 881,32	2 940,73	2 978,21
15.6.2024	22.6.2024	2 956,76	2 986,79	3 046,29	3 099,35	3 136,83
22.6.2024	29.6.2024	3 172,57	3 203,32	3 270,03	3 318,58	3 356,96
29.6.2024	6.7.2024	3 194,88	3 225,63	3 292,34	3 340,89	3 379,27
6.7.2024	13.7.2024	3 194,88	3 225,63	3 292,34	3 340,89	3 379,27
13.7.2024	20.7.2024	3 743,62	3 834,70	3 925,78	4 120,08	4 158,46
20.7.2024	27.7.2024	4 108,79	4 228,49	4 332,89	4 604,84	4 644,72
27.7.2024	3.8.2024	4 108,79	4 228,49	4 332,89	4 604,84	4 644,72
3.8.2024	10.8.2024	4 108,79	4 228,49	4 332,89	4 604,84	4 644,72
10.8.2024	17.8.2024	4 108,79	4 228,49	4 332,89	4 604,84	4 644,72
17.8.2024	24.8.2024	4 108,79	4 228,49	4 332,89	4 604,84	4 644,72
24.8.2024	31.8.2024	3 541,12	3 608,09	3 690,10	3 830,34	3 868,72
31.8.2024	7.9.2024	3 157,54	3 187,57	3 254,22	3 300,07	3 337,60
7.9.2024	14.9.2024	3 135,75	3 165,78	3 232,43	3 278,28	3 315,82
14.9.2024	21.9.2024	3 135,75	3 165,78	3 232,43	3 278,28	3 315,82

Zdroj: vlastné spracovanie

% prirážka CK
 15%
 18%
 23%

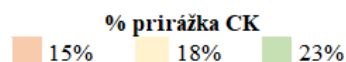
V prípade ubytovania 3 dospelých osôb je porovnanie konečných cien nami zvolených hotelov o niečo zaujímavejšie ako v predošlých tabuľkách, nakoľko rozdiely v cenách za jednotlivé turnusy sú veľmi výrazné. Pri júnových a septembrových termínoch opätovne hotel Radisson Blu Resort Al Hoceima 5* poskytuje nižšie konečné ceny za zájazd ako hotel Radisson Blu Resort Saidia Beach 5*. Pri podrobnejšej analýze cien na vrchole sezóny si však môžeme všimnúť ten istý trend ako v predchádzajúcej tabuľke, a teda, že v porovnaní s predchádzajúcim hotelom, konečné ceny pre hotel Radisson Blu Resort Al Hoceima 5* sú o niekoľko stoviek eur vyššie. Rovnakú zaujímavosť sme mohli registrovať už pri analýze nákladových cien, nakoľko pri súčasne skúmanom hoteli bol skok v cenách pred, cez, a po sezóne oveľa dramatickejší.

Najvýhodnejšími možnosťami zakúpenia zájazdu pre tri dospelé osoby zostávajú prvé dva júnové termíny, v rozmedzí od 08.06.2024 do 22.06.2024, nakoľko konečná cena sa v danom období pohybuje v rozmedzí 2 798,20€ - 2 956,76€ za izbu Superior.

Tabuľka č. 25: Konečná cena za zájazd pre 2 dospelé osoby a 1 dieťa v hoteli Radisson Blu Resort Al Hoceima 5*

TERMÍN		KONEČNÁ CENA ZA IZBU				
Príchod	Odchod	Superior Room	Premium Room	Executive Room	Junior Suite	Suite
8.6.2024	15.6.2024	2 385,57	2 622,05	2 528,10	2 771,92	2 809,46
15.6.2024	22.6.2024	2 544,19	2 605,96	2 729,55	2 821,63	2 859,11
22.6.2024	29.6.2024	2 750,10	2 780,85	2 896,05	2 972,86	3 011,30
29.6.2024	6.7.2024	2 772,41	2 803,16	2 918,36	2 995,17	3 033,61
6.7.2024	13.7.2024	2 772,41	2 803,16	2 918,36	2 995,17	3 033,61
13.7.2024	20.7.2024	3 321,09	3 535,64	3 683,80	3 719,45	3 881,35
20.7.2024	27.7.2024	3 669,76	3 969,13	4 145,83	4 165,80	4 385,29
27.7.2024	3.8.2024	3 669,76	3 969,13	4 145,83	4 165,80	4 385,29
3.8.2024	10.8.2024	3 669,76	3 969,13	4 145,83	4 165,80	4 385,29
10.8.2024	17.8.2024	3 669,76	3 969,13	4 145,83	4 165,80	4 385,29
17.8.2024	24.8.2024	3 669,76	3 969,13	4 145,83	4 165,80	4 385,29
24.8.2024	31.8.2024	3 118,64	3 259,64	3 399,59	3 451,72	3 564,18
31.8.2024	7.9.2024	2 744,91	2 774,94	2 887,49	2 962,51	2 999,99
7.9.2024	14.9.2024	2 723,12	2 753,15	2 865,71	2 940,73	2 978,21
14.9.2024	21.9.2024	2 723,12	2 753,15	2 865,71	2 940,73	2 978,21

Zdroj: vlastné spracovanie



Rovnako ako pri hoteli Radisson Blu Resort Saidia Beach 5*, aj teraz sa pri porovnaní cien a výbere najvhodnejšieho termínu zameriame na obdobie letných prázdnin, t. j. na turnusy od 29.06.2024 do 31.8.2024. Cestovanie s dieťaťom, ktoré je školopovinné, so sebou často prináša riziko kúpy zájazdu za oveľa vyššiu cenu ako pri cestovaní s dieťaťom, pri ktorom nie je nutné prispôbovať dovolenkové termíny koncu a začiatku školského roka.

Najvýhodnejšou možnosťou vzhľadom na konečnú cenu v nami vybranom období sú termíny 29.06.2024 - 06.07.2024 a 06.07.2024 - 13.07.2024, kedy je cena zájazdu pre dvoch dospelých a jedno dieťa stanovená na 2 772,41€. Pri porovnaní s Tabuľkou č. 24 je veľmi jasne vidieť rozdiel v cene pri obsadení izby tromi dospelými osobami a dvomi dospelými osobami a dieťaťom. V prípade konkrétneho termínu (29.06.2024 – 06.07.2024) je tento cenový rozdiel vo výške 422,47€.

Tabuľka č. 26: Konečná cena za zájazd pre 2 dospelé osoby a 2 deti v hoteli Radisson Blu Resort Al Hoceima 5*

TERMÍN		KONEČNÁ CENA ZA IZBU		
Príchod	Odchod	Junior Suite	Suite	Family Room
8.6.2024	15.6.2024	3 525,88	3 571,67	3 972,23
15.6.2024	22.6.2024	3 727,33	3 779,17	3 930,03
22.6.2024	29.6.2024	3 917,77	3 973,88	4 163,54
29.6.2024	6.7.2024	3 947,52	4 003,63	4 193,29
6.7.2024	13.7.2024	3 947,52	4 003,63	4 193,29
13.7.2024	20.7.2024	4 671,79	4 749,63	4 988,91
20.7.2024	27.7.2024	5 155,34	5 245,26	5 514,50
27.7.2024	3.8.2024	5 155,34	5 245,26	5 514,50
3.8.2024	10.8.2024	5 155,34	5 245,26	5 514,50
10.8.2024	17.8.2024	5 155,34	5 245,26	5 514,50
17.8.2024	24.8.2024	5 155,34	5 245,26	5 514,50
24.8.2024	31.8.2024	4 404,00	4 473,81	4 692,64
31.8.2024	7.9.2024	3 892,48	3 948,40	4 132,55
7.9.2024	14.9.2024	3 863,43	3 919,35	4 103,50
14.9.2024	21.9.2024	3 863,43	3 919,35	4 103,50

Zdroj: vlastné spracovanie

% prirážka CK
 15%
 18%
 23%

Ponuka izieb v prípade kúpy zájazdu štvorčlennou rodinou v zložení dvaja dospelí a dve deti zostáva rovnako ako pri hoteli Radisson Blu Resort Saidia Beach 5* výrazne užšia pri porovnaní s možnosťami pre tri osoby. Rozpätie konečných cien za zájazd je veľmi široké, nakoľko v tabuľke môžeme vidieť ceny pohybujúce sa v rozmedzí od 3 525€ až po 5 514€ na izbu. Najdrahšou izbou v ponuke zostáva izba typu Family Room, od čoho sme odvíjali aj množstvo izieb tohto druhu pri kontrahovaní kapacít. Najvýhodnejšou možnosťou pre klientov na základe konečnej ceny zostáva izba typu Junior Suite, a to napriek dramatickému nárastu ceny medzi termínmi na začiatku sezóny a jej vrcholom.

Do konečnej kalkulácie cien nie je zahrnuté cestovné poistenie, ktoré je voliteľnou položkou ale cestovná kancelária ho vie zabezpečiť. V prípade klientov, ktorí nemajú vlastné cestovné poistenie, je možné pripoistiť sa pri kúpe zájazdu. Nami zvolenou poisťovňou pre tento prípad je poisťovňa Union, ktorá ponúka neobmedzené krytie liečebných nákladov, a poistenie od nej ďalej zahŕňa okrem úrazového a zdravotného poistenia taktiež poistenie v prípade pandémie a pripoistenie vodných športov. Cena tohto poistenia je 17,60€/osoba na celkovú dĺžku pobytu.

4.8 Propagačné materiály a využitie online platforiem

Propagačné materiály sú pri uvedení nového produktu na trh nevyhnutnou súčasťou marketingovej stratégie, ktorou sa cestovná kancelária snaží zaujať klientelu a vybudovať dopyt. Slúžia ako nástroj vizuálneho predstavenia destinácie klientom, ktorí na základe prvotného pocitu v blízkej budúcnosti určia, či produkt bude úspešný alebo sa pre cestovnú kanceláriu stane nevýnosným a nepredajným.

V súčasnom „digitálnom“ svete cestovné kancelárie na promovanie nových destinácií a produktov využívajú najmä propagačné materiály v online podobe na rôznych internetových platformách. Príspevky na sociálnych sieťach vo forme fotiek, plagátov či krátkych videí (tzv. reels) majú široký dosah naprieč všetkými (nie len cieľovými) skupinami používateľov a vedia za pomerne krátky čas zabezpečiť popularitu a povedomie nového produktu. Patria medzi ne platformy ako je Facebook, Instagram, TikTok či Youtube.

Ďalším spôsobom online propagácie, ktorá sa na rozdiel od sociálnych sietí využíva už viac ako desaťročie a cestovným kanceláriám zabezpečuje možnosť rozoslania novej ponuky najmä medzi stálu klientelu je e-mail a e-mailový newsletter. Ide o krátke charakteristiky destinácie s dôrazom na najpútavejšie pamiatky a miesta v nej, sprevádzané fotografiami daných lokalít. V tomto prípade môžeme povedať, že ide o ciele príťažlivé klientely, ktorá už služby cestovnej kancelárie využila a dôveruje v kvalitu ňou poskytovaných služieb.

V súčasnosti menej preferovanou, no medzi niektorými používateľmi stále obľúbenou možnosťou propagácie zostáva aj forma prezentovania nového produktu a destinácie pomocou blogu. Význam travel blogu spočíva v informovaní klienta o produkte pomocou krátkeho článku, predstavujúceho destináciu z uhl'a pohľadu osoby, ktorá dané miesto navštívila a vie dôverne a pútavo opísať to, čo na potenciálneho klienta čaká. Taktiež je sprevádzaný fotografiami a videami danej destinácie a zvyčajne je písaný a tvorený osobou vybranou cestovnou kanceláriou priamo pre tento účel.

Pre účely záverečnej práce a propagáciu nami vytvoreného produktu v destinácií Maroko, konkrétne jeho lokalitách Al Hoceima a Saidia boli vytvorené nasledovné ukážkové propagačné materiály.

Obrázok č. 1: Návrh propagačného materiálu pre platformu Instagram



Zdroj: vlastné spracovanie

Návrh propagačného materiálu pre platformu Instagram bol vytvorený tak, aby pôsobil pre klienta lákavo a vyobrazoval exotiku, ktorú práve Maroko ponúka. V zmysle propagácie destinácie pomocou neho predstavujeme Maroko potenciálnej klientele ako ideálne miesto pre strávenie letnej dovolenky v exotike bez nutnosti dlhého letu; zároveň poukazujeme na fakt, že

v rámci outgoingových cestovných kancelárií na slovenskom trhu ako jediní ponúkame pobytový zájazd v Maroku s odletom zo Slovenska.

Obrázok č. 2: Návrh propagačného materiálu pre e-mailový newsletter



RADISSON BLU RESORT SAIDIA BEACH 5*

all inclusive • piesočnatá pláž • pozvoľný vstup do mora • slnečníky a lehátko na pláži v cene • Wi-Fi pripojenie • 3 a la carte reštaurácie • miniklub • slovensky hovoriaci animátori

už od 1045 EUR / osoba

Vydajte sa spolu s nami spoznávať kultúrne i prírodné krásy nadčasového Maroka, kde sa starobylé tradície stretávajú s modernými prvkami a luxusom. Vytvorte si nezabudnuteľné spomienky. Exotické dobrodružstvo na Vás čaká iba 3:40h letu z Bratislavy.



RADISSON BLU RESORT AL HOCEIMA 5*

all inclusive • piesočnatá pláž • pozvoľný vstup do mora • slnečníky a lehátko na pláži v cene • fitness centrum • tenisový kurt • miniklub • slovensky hovoriaci animátori

už od 904 EUR / osoba

MAROKO 2024 | Saidia & Al Hoceima

Zdroj: vlastné spracovanie

Obrázok č. 3: Návrh propagačného materiálu pre e-mailový newsletter – ponuka výletov



Ponuka výletov

SHOPPING NA LOKÁLNOM TRHU

Prejdite sa malebnými farebnými uličkami mesta Saidia a nechajte sa uniesť do orientálnej rozprávky za sprievodu miestnej hudby a vône korenia.

CALA BONITA

Navštívte pláž Cala Bonita, pokrytú jemným pieskom a obmývanú krištáľovo čistou vodou. Je ideálna nie len na kúpanie, ale taktiež na šnorchlovanie, pozorovanie podmorského sveta či oddych s neopakovateľným výhľadom na Stredozemné more.

NÁRODNÝ PARK AL HOCEIMA

Objavte prírodné krásy, ktoré skrýva oblasť Al Hoceima. Národný park je známy svojou unikátnou faunou, flórou a dychberúcimi výhľadmi. Nenechajte si ujsť možnosť pozorovať delfíny a korytnačky, spoločne s množstvom ďalších tvorov z podmorského sveta.

MESTO MELLILA

Preskúmajte mesto Mellila, vzdialené iba pol hodinu cesty od Saidie, známe jedinečnou zmesou španielskej a marockej kultúry, neustálym ruchom a množstvom historických pamiatok.

MAROKO 2024 | Saidia & Al Hoceima

Zdroj: vlastné spracovanie

Návrhy propagačných materiálov pre e-mailový newsletter okrem atraktívneho vyobrazenia hotelov a prostredia poskytujú klientovi prehľad o tom, čo nami vybrané hotelové rezorty ponúkajú a v akej cenovej relácii sa pohybujú najnižšie konečné ceny za zájazd. Rovnako tak je graficky spracovaná ponuka fakultatívnych výletov, s cieľom vzbudiť záujem o novo predstavenú destináciu aj pomocou možnosti spoznávať jej prostredie mimo hotelové rezorty.

Záver

Problematika súťaživého trhu cestovného ruchu je rok čo rok aktuálnejšia najmä z dôvodu, že cestovné kancelárie pravidelne zavádzajú do svojej ponuky viac nových, nepoznaných a exotických destinácií s cieľom získať prvenstvo v počte klientov vyslaných do zahraničia, výške ziskov, kvalite poskytovaných služieb či šírke povedomia o ich existencii. Cieľom záverečnej práce bolo na základe analýzy ponuky outgoingových cestovných kancelárií na slovenskom trhu zostaviť sériu pobytových zájazdov do zahraničnej prímorskej destinácie, ktorá v súčasnosti na trhu absentuje.

Záverečná práca bola venovaná vytvoreniu komplexného produktu cestovného ruchu v destinácií Maroko, konkrétne v jeho oblastiach Al Hoceima a Saidia, ktoré sa v ponuke slovenských outgoingových cestovných kancelárií nenachádzajú. Na základe analýzy súčasnej ponuky destinácií slovenských cestovných kancelárií sme vymedzili medzeru na slovenskom trhu, ktorú tvorí práve Maroko, nakoľko v súčasnosti nie sú zavedené charterové lety do danej destinácie zo žiadneho zo slovenských letísk.

Na začiatok prípravy zájazdov sme vytvorili šnúru charterových letov s týždennou frekvenciou tak, aby boli v súlade s nami stanovenými termínmi turnusov. Všetky lety v rámci nami stanovenej sezóny boli zabezpečené leteckou spoločnosťou Smartwings, ktorej prepravné možnosti a kapacity plne korešpondovali s našimi potrebami. Objem pasažierov prepravených do a z destinácie je v počte 2835 cestujúcich v časovo ohraničenom úseku od júna 2024 do septembra 2024. Transfer klientov v rámci destinácie je zabezpečený v spolupráci s partnerskou DMC Meeting Point International.

Nosnou časťou záverečnej práce bola voľba ubytovacích zariadení, jednotlivých ubytovacích kapacít a kalkulácia finálnych cien za zájazd. Pre účely nášho produktu boli vybrané dva hotely, oba spadajúce pod prestížnu sieť Radisson Blu Resorts 5*. Počet kontrahovaných izieb v oboch hoteloch dohromady bol 73. S ohľadom na cenové relácie, rozloženie kontrahovaných izieb v jednotlivých hoteloch bolo nasledovné: Radisson Blu Resort Saidia Beach – 31 izieb, Radisson Blu Resort Al Hoceima – 42 izieb. Pomocou využitia kalkulačnej metódy sme boli schopní vypočítať celkovú cenu za zájazd, ktorá sa líši

v závislosti od termínu turnusu, lokality, typu vyžadanej izby či počtu osôb na izbe. Vo všeobecnosti však môžeme povedať, že priemerná cena za zájazd na dospelú osobu je v približnej hodnote 1 100€, so zahrnutými všetkými poplatkami, vrátene marže cestovnej kancelárie. Konečná cena za zájazd v hoteli Radisson Blu Resort Saidia Beach 5* v prepočte na jednu dospelú osobu začína na cenovej úrovni 1045€, zatiaľ čo konečná cena za zájazd v hoteli Radisson Blu Resort Al Hoceima 5* na cenovej úrovni 904€. Komplexná cena zájazdu v sebe zahŕňa služby delegáta ako aj slovensky hovoriacich animátorov v oboch garančných hoteloch.

Klientom, ktorí vycestujú do destinácie, je rovnako k dispozícii ponuka fakultatívnych výletov. Výlety v okolí boli zvolené s ohľadom na vzdialenosť od jednotlivých hotelov a taktiež zaujímavosti, ktoré sa v daných lokalitách nachádzajú. Patria sem nákupy na lokálnom trhu, prehliadka historického mesta Mellila, kúpanie na jednej z najkrajších marockých pláži Cala Bonita a návšteva národného parku Al Hoceima. S dôrazom na preferencie súčasných spotrebiteľov boli graficky navrhnuté dva spôsoby komunikácie nášho produktu – propagačný snímok pre platformu Instagram a propagačné materiály vo forme e-mailového newslettera.

Dovoľujeme si konštatovať, že sa nám podarilo vytvoriť atraktívny produkt plne uplatniteľný v podmienkach slovenského trhu, ktorý by si našiel svoju klientelu naprieč jej všetkými segmentami.

Zoznam použitej literatúry

1. BACHINGER, Monika - BIEGER, Thomas. *Managing Change in Tourism: Creating Opportunities - Overcoming Obstacles*. Nemecko: Erich Schmidt, 2010, 157 s. ISBN 9783503120666.
2. BAMMER, Otto. *Real Estat and Destination Development in Tourism: Successful Strategies and Instruments*. Nemecko: Erich Schmidt, 2008, 331 s. ISBN 9783503110889.
3. BERÁNEK, Jaromír a kol. *Ekonomika cestovního ruchu*. Praha: Mag Consulting, 2013, 296 s. ISBN 9788086724461.
4. BOROVSÝ, Juraj – SMOLKOVÁ, Eva – NIŇAJOVÁ, Iveta. *Cestovný ruch – trendy a perspektívy*. Bratislava: IURA Edition s. r. o., 2008, 280 s. ISBN 978-80-8078-215-3.
5. BUHALIS, Dimitrios – COSTA, Carlos. *Tourism business frontiers*. Spojené kráľovstvo: Routledge, 2006, 296 s. ISBN 9780750663779.
6. BUTLER, Richard. *The Tourism Area Life Cycle*. Spojené kráľovstvo: Channel View Publications, 2006, 385 s. ISBN 9781845410278.
7. BUTLER, Richard. *Tourism Area Life Cycle, Vol. 2: Conceptual And Theoretical Issues (Aspects of Tourism)*. Spojené kráľovstvo: Channel View Publications, 2006, 327 s. ISBN 978-1845410285.
8. DASGUPTA, Devanish. *Tourism Marketing*. Spojené kráľovstvo: Pearson, 2011, 280 s. ISBN 9788131731826.
9. DOGANIS, Rigas. *Flying Off Course: The Economics of International Airlines (2nd edition)*. Spojené kráľovstvo: Taylor & Francis, 2013, 384 s. ISBN 978113488778.
10. EUROEKONÓM. [online] 2018. [cit. 2023-06-12] Dostupné z: <https://www.euroekonom.sk/marketing/marketing-sluzieb-a-cestovneho-ruchu/>
11. EVANS, Nigel et al. *Strategic Management for Travel and Tourism*. Spojené kráľovstvo: Taylor & Francis, 2012, 420 s. ISBN 9781136362651.
12. GÚČIK, Marián – PATÚŠ, Peter – MARUŠKOVÁ, Jaroslava. *Manažment prevádzky pohostinského zariadenia*. Banská Bystrica: DALI-BB, 2011, 179 s. ISBN 9788089090846.
13. GÚČIK, Marián a kol. *Cestovný ruch – hotelierstvo – pohostinstvo*. Bratislava: Mladé letá, 2006, 216 s. ISBN 80-10-00360-3.

14. GÚČIK, Marián a kol. *Marketing cestovného ruchu*. Banská Bystrica: DALI-BB, 2011, 264 s. ISBN 9788089090853.
15. GÚČIK, Marián. *Cestovný ruch pre hotelové a obchodné akadémie*. Bratislava: Slovenské pedagogické nakladateľstvo, 2013, 111 s. ISBN 9788010025404.
16. HAJNÍKOVÁ, Tatiana. *Kalkulácia nákladov*. [online] 2011. [cit. 2023-20-12] Dostupné z: <https://www.danovecentrum.sk/cely/odborny-clanok/Kalkulacia-nakladov.htm>
17. HOTELSTARS UNION. *The System Of The Hotelstars Union*. [online] 2021. [cit. 2023-14-12] Dostupné z: <https://www.hotelstars.eu/system/description/>
18. HOTREC. *Ongoing improvements to meet guest expectations*. [online] 2021. [cit. 2023-14-12] Dostupné z: https://www.hotrec.eu/en/initiatives_amp_projects.html#spacer-0
19. HUDSON, Simon – HUDSON, Louise. *Marketing for Tourism, Hospitality & Events: A Global & Digital Approach*. Spojené kráľovstvo: SAGE Publications, 2017, 384 s. ISBN: 9781529672954.
20. HYDROTOUR. *O nás*. [online] 2024. [cit. 2024-18-02] Dostupné z: <https://www.hydrotour.sk/o-nas>
21. CHAKLADAR, AMIT. 2008. *Life Cycle of Tourism - The Product*. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1316821>
22. IVANOV, Stanislav. *Hotel Revenue Management: From Theory to Practice*. Bulharsko: Zangador, 2014, 205 s. ISBN 9789549278637.
23. KAMRA, Krishan. *Economics Of Tourism: Pricing, Impacts And Forecasting*. India: Kanishka Publishers, 2001, 242 s. ISBN 9788173913754.
24. KARKALÍKOVÁ, Marta. *Kvalita produktu v službách a v cestovnom ruchu*. Bratislava: Ekonóm, 2017, 227 s. ISBN 9788022544788.
25. KARTAGO TOURS. *O nás*. [online] 2024. [cit. 2024-16-02] Dostupné z: <https://www.kartago.sk/o-nas>
26. KHM Travel Group. *The Benefits Of Working With A Destination Management Company*. [online] 2015. [cit. 2023-12-12] Dostupné z: <https://khmtravel.com/travel-agent-resources/the-benefits-of-working-with-a-destination-management-company/>
27. MICHALOVÁ, Valéria a kol. *Služby a cestovný ruch: súvislosti, špecifiká, cesta rozvoja*. Bratislava: SPRINT vfra, 2001, 523 s. ISBN 80-88848-78-4.

28. MICHALOVÁ, Valéria – SNIŠČÁK, Vincent. *Služby a cestovný ruch: súvislosti, špecifiká, cesta rozvoja*. Bratislava: Sprint vfra, 2001, 523 s. ISBN 9788088848783.
29. Morrison, Alastair. *Marketing and Managing Tourism Destinations*. Spojené kráľovstvo: Taylor & Francis, 2019, 716 s. ISBN 9781351714808.
30. NOVACKÁ, Ľudmila a kol. *Cestovný ruch, technika služieb, delegát a sprievodca*. Bratislava: Ekonóm, 2014, 476 s. ISBN 9788022539487.
31. NOVOBILSKÝ, Jiří a kol. *Manuál produktů v cestovním ruchu*. [online] 2012. [cit. 2024-12-01] Dostupné z: <https://data.ois.cz/files/11235-manual-tvorby-produktu-cestovniho-ruchu.pdf>
32. O'CONNEL, John - WILLIAMS, George. *Transport in the 21st century*. USA: Ashgate Publishing Company, 2011, 457 s. ISBN 978-1-4094-0097-452.
33. ORIEŠKA, Ján. *Služby cestovného ruchu I.* Bratislava: Slovenské pedagogické nakladateľstvo, 2010, 150 s. ISBN 978-80-10-01831-4.
34. ORIEŠKA, Ján. *Služby cestovného ruchu II.* Bratislava: Slovenské pedagogické nakladateľstvo, 2011, 175 s. ISBN 978-80-10-02030-0.
35. PAGE, Stephen – CONNELL, Joanne. 2014. *Transport and tourism*. The Wiley Blackwell Companion to Tourism. <https://doi.org/10.1002/9781118474648.ch12>
36. PALATKOVÁ, Monika. *Marketingový management destinácií*. Praha: Grada, 2011, 207 s. ISBN 9788024737492.
37. PETRŮ, Zdenka. *Základy ekonomiky cestovního ruchu*. Praha: Idea Servis, 2007, 124 s.. ISBN 9788085970555.
38. Rašovská, Ida – Ryglová, Kateřina. *Management kvality služeb v cestovním ruchu: Jak zvýšit kvalitu služeb a spokojenost zákazníků*. Česko: Grada. 2017, 192 s. ISBN 978-80-247-5021-7.
39. RYAN, Chris. *Advanced Introduction to Tourism Destination Management*. Spojené kráľovstvo: Edward Elgar Publishing, 2020, 192 s. 978 1 83910 3919.
40. RYGLOVÁ, Kateřina – BURIAN, Michal – VAJČNEROVÁ, Ida. *Cestovní ruch – podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. Česko: Grada, 2011, 213 s. ISBN 9788024740393.
41. SATUR. *O CK Satur*. [online] 2024. [cit. 2024-18-02] Dostupné z: <https://www.satur.sk/stranky/o-ck-satur>

42. SCHAUMANN, Pat. *The Guide to Successful Destination Management*. Spojené kráľovstvo: Wiley, 2005, 288 s. ISBN 978-0471226253.
43. SINGH, Khwairakpam Loken. *Management Of Travel Agency*. India: Isha Books, 2008, 278 s. ISBN 978-8182054806.
44. STABLER, MIKE – PAPATHEDOROU, Andreas – SINCLAIR, Thea. *The economics of tourism*. London: Routledge, 2009. 536s. ISBN 9780415459396.
45. STEWARD, Sue – WARBURTON, Fiona – SMITH, John. *Cambridge International AS and A Level Travel and Tourism Coursebook*. Spojené kráľovstvo: Cambridge University Press, 2016, 244 s. ISBN 9781316600634.
46. SYNEK, Miroslav. *Ekonomická analýza: pro inženýrské studium na VŠE Praha*. Praha: Oeconomica, 2003, 79 s. ISBN 80-245-0603-3.
47. TIP TRAVEL. [online] 2024. [cit. 2024-18-04] Dostupné z: <https://tiptravel.sk/cs/>
48. UNWTO. Product development. [online] 2021. [cit. 2023-14-11] Dostupné z: <https://www.unwto.org/tourism-development-products>
49. Úvod do destinačného manažmentu - príručka pre samosprávy, podnikateľské a iné subjekty k zakladaniu a činnosti organizácií cestovného ruchu podľa Zákona č.91/2010 z.z. o podpore cestovného ruchu v znení neskorších predpisov.
50. Vyhláška č. 277/2008 Z.z., ktorou sa ustanovujú klasifikačné znaky na ubytovacie zariadenia pri ich zaradovaní do kategórií a tried, Ministerstva hospodárstva Slovenskej republiky.
51. Zákon č. 170/2018 Z. z. o zájazdoch, spojených službách cestovného ruchu, niektorých podmienkach podnikania v cestovnom ruchu a o zmene a doplnení niektorých zákonov – informácia pre spotrebiteľov.
52. ZVÄZ CESTOVNÉHO RUCHU SLOVENSKEJ REPUBLIKY. [online] 2024. [cit. 2023-12-12] Dostupné z: <http://www.zcrsr.sk/clenovia/sacka/>

Prílohy

Príloha č. 1: Možnosti ubytovania a prehľad nákladových cien pri celkovom počte 4 dospelé osoby v hoteli Radisson Blu Resort Saidia Beach 5*

Príloha č. 2: Možnosti ubytovania a prehľad nákladových cien pri celkovom počte 3 dospelé osoby a 1 dieťa v hoteli Radisson Blu Resort Saidia Beach 5*

Príloha č. 3: Možnosti ubytovania a prehľad nákladových cien pri celkovom počte 1 dospelá osoba v hoteli Radisson Blu Resort Saidia Beach 5*

Príloha č. 4: Možnosti ubytovania a prehľad nákladových cien pri celkovom počte 4 dospelé osoby v hoteli Radisson Blu Resort Al Hoceima 5*

Príloha č. 5: Možnosti ubytovania a prehľad nákladových cien pri celkovom počte 3 dospelé osoby a 1 dieťa v hoteli Radisson Blu Resort Al Hoceima 5*

Príloha č. 6: Možnosti ubytovania a prehľad nákladových cien pri celkovom počte 1 dospelá osoba v hoteli Radisson Blu Resort Al Hoceima 5*

Príloha č. 7: Konečná cena za zájazd pre 4 dospelé osoby v hoteli Radisson Blu Resort Saidia Beach 5*

Príloha č. 8: Konečná cena za zájazd pre 3 dospelé osoby a 1 dieťa v hoteli Radisson Blu Resort Saidia Beach 5*

Príloha č. 9: Konečná cena za zájazd pre 1 dospelú osobu v hoteli Radisson Blu Resort Saidia Beach 5*

Príloha č. 10: Konečná cena za zájazd pre 4 dospelé osoby v hoteli Radisson Blu Resort Al Hoceima 5*

Príloha č. 11: Konečná cena za zájazd pre 3 dospelé osoby a 1 dieťa v hoteli Radisson Blu Resort Al Hoceima 5*

Príloha č. 12: Konečná cena za zájazd pre 1 dospelú osobu v hoteli Radisson Blu Resort Al Hoceima 5*