

Univerzita Palackého v Olomouci

Fakulta tělesné kultury

VZTAH ČESKÉ GENERACE Z K UDRŽITELNÉMU CESTOVÁNÍ V RÁMCI SPORTOVNÍCH AKTIVIT

Diplomová práce

(Bakalářská)

Autor: Markéta Mrázová, Rekreologie

Vedoucí práce: Mgr. Miroslav Rončák

Olomouc 2021

## Bibliografická identifikace

Jméno a příjmení autora: Markéta Mrázová

Název bakalářské práce: Vztah starší generace Z k udržitelnému cestování v rámci sportovních aktivit

Pracoviště: Katedra rekreologie

Vedoucí bakalářské práce: Mgr. Miroslav Rončák

Rok obhajoby bakalářské práce: 2021

### Abstrakt:

Cílem této bakalářské práce je posoudit vztah mladých lidí, označených také jako generace Z, k udržitelnému cestování v rámci sportovních aktivit a k udržitelnosti obecně. Některé z charakteristik této generace jsou digitální závislost, vysoká sociální zodpovědnost, proaktivní přístup k životnímu prostředí a obecně velká propojenost a informovanost, což se promítá do problémů, se kterými se v životě potýká. Tato generace je narozena zhruba v roce 1995-2010, ale z hlediska relevantnosti tématu se výzkumu zúčastnili pouze lidé ve věku 18-26 let, kterým byl rozeslán online kvantitativní dotazník.

Sportovními aktivitami jsou v této práci myšleny většinou neorganizované aktivity jedinců, párů či menších skupin a často jsou spojené s přírodou, jindy také označované jako například outdoorové. Dle výsledků této práce za těmito aktivitami vyjíždí zhruba polovina z dotázaných zástupců generace Z, nejčastěji za turistikou. V moderní době zahrnuté nadměrou stresu a civilizačních chorob se potenciál výjezdů za aktivním sportovním turismem zvyšuje a tyto aktivity přinášejí turistům i jeho okolí nespočet benefitů. Mnoho zemí na celém světě si je těchto přínosů, ať ekonomických nebo jiných dalších vědoma, a zahrnují sportovní turismus do svých udržitelných politik. Práce zároveň upozorňuje i na negativní dopady, z těchto aktivit vzniklých. Teoretická část se také dotýká pandemické krize a jejích způsobených důsledků v cestovním ruchu. Nejen mladí Češi mohli zhodnotit svůj vztah k cestování obecně a došli k závěru, že pro většinu z nich má cestování stále velice důležitou roli.

klíčová slova: aktivní turismus, sportovní turismus, udržitelnost, outdoorové aktivity, lifestyle sporty, restart turismu, covid-19

Souhlasím s půjčováním diplomové práce v rámci knihovních služeb.

## Bibliographical identification

Author's first name and surname: Markéta Mrázová

Title of bachelors thesis: The generation Zs attitude towards responsible travel as a part of sport activities

Department: Department of Recreation and Leisure Studies

Supervisor: Mgr. Miroslav Rončák

The year of presentation: 2021

### Abstract:

The aim of this thesis is qualify attitude of young people, also named as generation Z, towards sustainable travel and sustainability in context of sport activities. Some of generation Zs characteristics are digital addiction, high social responsibility, proactive attitude towards the environment, high level of connection and information. This generation was born roughly between 1995-2010, but because of the relevancy for this quantitative research only, people at the age of 18-26 participated.

In this paper, sport activities are usually meant as unorganized activities usually connected with nature, done by individuals, couples or small groups, sometimes called for example as outdoor activities. According to this research half of the respondents travel because of these activities and the most common one is hiking. In this modern age covered by lot of stress and civilization diseases is the potential of active sport tourism growing and they bring to tourist and their surroundings lot of benefits. Many countries in the world are aware of these benefits, economical or any others, and they include sport tourism into their sustainable politics. This thesis also bring out the negative impacts caused by these activities. The theoretical part also includes the covid-19 pandemics and its impacts in tourism. Not only the young Czechs could rething their attitude towards travelling in general and the results shows that most of them still considers travelling as very important in their lives.

keywords: active tourism, sport tourism, sustainability, outdoor activities, lifestyle sports, tourism restart, covid-19

I agree the thesis to be lent within the library service.

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci zpracovala samostatně pod vedením Mgr. Miroslava Rončáka, uvedla jsem všechny použité literární a odborné zdroje a dodržovala zásady vědecké etiky.

V Olomouci dne 26. 06. 2021

Markéta Mrázová

Děkuji Mgr. Miroslavu Rončákovi za věcné rady a připomínky a také za jeho trpělivost a ochotu.  
Dále chci poděkovat mé rodině a kamarádům, kteří to se mnou během psaní této práce vydrželi.

# Obsah

|       |   |    |
|-------|---|----|
| 1     | Úvod .....  | 8  |
| 2     | Přehled poznatků .....  | 9  |
| 2.1   | Cestovní ruch.....  | 9  |
| 2.2   | Dopady cestovního ruchu .....                                   | 10 |
| 2.2.1 | Ekonomické dopady .....   | 12 |
| 2.2.2 | Kulturně-společenské dopady.....                                | 13 |
| 2.2.3 | Environmentální dopady .....                                    | 13 |
| 2.2.4 | Efekt turistické pasti.....                                     | 15 |
| 2.2.5 | Odpovědný cestovní ruch.....                                    | 15 |
| 2.3   | Udržitelnost.....   | 16 |
| 2.4   | Udržitelný cestovní ruch.....                                   | 17 |
| 2.5   | Aktivní cestovní ruch .....                                     | 20 |
| 2.6   | Sportovní aktivity .....  | 21 |
| 2.6.1 | Pohybová aktivita .....   | 22 |
| 2.7   | Dopady aktivního cestovního ruchu na udržitelné cestování ..... | 23 |
| 2.8   | Generace Z .....  | 26 |
| 2.9   | Aktuální stav CR – koronavirová pandemie .....                  | 29 |
| 3     | Cíle.....   | 31 |
| 3.1   | Hlavní cíl .....  | 31 |
| 3.2   | Výzkumné otázky .....   | 31 |
| 4     | Metodika .....  | 32 |
| 5     | Výsledky.....   | 34 |
| 6     | Diskuze .....   | 45 |
| 7     | Závěry .....  | 47 |
| 8     | Souhrn .....  | 48 |
| 9     | Summary .....   | 49 |

|    |                         |    |
|----|-------------------------|----|
| 10 | Referenční seznam ..... | 50 |
| 11 | Přílohy .....           | 53 |

# 1 Úvod

Udržitelnost je aktuálně velké téma v různých oblastech života a není tomu jinak u cestovního ruchu. Se změnami životního stylu celosvětové populace, který zahrnuje více stresu a méně pohybu, roste zároveň popularita aktivně strávených dovolených, včetně provozovaných sportovních aktivit, často spojených s přírodou.

V této bakalářské práci jsem se zaměřila na mladé Čechy, označované také jako příslušníky generace Z, s přívlastkem odpovědní, neustále on-line propojení a velmi informovaní. Jelikož je ale věkový rozptyl této generace poměrně vysoký, 11-26 let, a mladiství do zhruba 18 let jsou pro mou práci nerelevantní, zaměřila jsem se na generaci Z ve věku 18-26 let, které jsem označila jako „starší“ generace Z.

Pro získání potřebných dat byl zvolen kvantitativní výzkum složený z otázek týkajících se cestování v obecných rovinách, cestování v kontextu udržitelnosti a sportovních aktivit a také udržitelného života mladistvých obecně. V neposlední řadě zkoumám jejich vnímání a případné změny v cestovatelských návycích po celosvětové pandemii covid-19.

Teoretická část práce seznamuje s důležitými pojmy potřebnými k uchopení tématu, obsahuje souhrnný popis dopadů cestovního ruchu – jak ekonomických, socio-kulturních, tak environmentálních, pozitivních i negativních a na základě textů od celosvětových autorit zabývajících se tímto tématem, jako je například UNWTO, navrhuje způsoby, jak některým z negativních dopadů předcházet. Speciální kapitolou jsou dopady sportovních aktivit, nebo také aktivního cestovního ruchu, v rámci udržitelného cestování.

Zároveň se naskytlo aktuální téma pandemické krize, která vedla k celosvětovému pozastavení turismu, a k následné tvorbě nové iniciativy – restart turismu. Restart turismu se snaží o znovuoživení sil cestovního ruchu a všech jeho odvětví v udržitelnějším, inkluzivnějším a odolnějším duchu. Díky pozastavené možnosti vycestovat jsme si mohli uvědomit, popřípadě přehodnotit náš vztah k cestování a ukotvit jeho roli v našich životech.



## 2 Přehled poznatků

### 2.1 Cestovní ruch

Cestovní ruch (CR) nebo také turismus má mezioborový charakter, a proto je pro zjednodušení účelově či oborově vymezován. (Pásková, 2009). Je to velice obsáhlý společenský jev, který zahrnuje cestování, rekreaci, volný čas, a také nelze opomenout aktivity subjektů poskytujících služby a produkty právě turistům, které do cestovního ruchu také spadají. (Kotíková & Schhwartzhoffová, 2017)

Na konferenci Světové organizace cestovního ruchu (dnešní UNWTO) v roce 1991 byla formulována definice cestovního ruchu, která byla přijata za oficiální v roce 1993 (Kotíková & Schhwartzhoffová, 2017) a zní: „Cestovní ruch představuje činnost lidí spočívající v cestování a pobytu v místo mimo jejich obvyklého pobytu po dobu kratší jednoho roku za účelem využití volného času, obchodu a jinými účely.“ (Čech, 1998, p. 69). Oborová vymezení cestovního ruchu jsou hlavně vymezení ekonomické, geografické, sociologické a ekologické. (Pásková, 2009)

V České republice rozlišujeme druhy a formy cestovního ruchu. Druhy CR se vymezují na základě motivu účasti (kulturně poznávací, lázeňsko-léčebný, sportovně turistický, ...) a formy dle konkrétních podmínek, ve kterých se cestovní ruch odehrává (krátkodobý, organizovaný, neorganizovaný, ...). V poslední době se od tohoto dělení ale postupně upouští (Hesková, 2006; Kotíková & Schhwartzhoffová, 2017).

Dělení cestovního ruchu, které respektuje geografické hledisko, je na domácí a zahraniční, který se dále dělí na příjezdový a výjezdový (Kotíková & Schhwartzhoffová, 2017).

Dalšími děleními dle Kotíkové & Schhwartzhoffové (2017) může být na:

- dělení podle dopadu na platební bilanci státu
  - aktivní cestovní ruch
  - pasivní cestovní ruch
- dělení podle účelu cesty
  - volný čas
  - obchod, služební cesty
  - návštěvy příbuzných a známých
- dělení podle způsobu zajištění služeb

- organizovaný
- neorganizovaný
- dělení podle délky trvání
  - jednodenní
  - delší cesty (které se dále dělí na krátkodobé a dlouhodobé)
- dělení podle ročního období
  - CR sezónní
  - CR mimosezónní
  - CR celoroční
- dělení podle věku účastníků
  - CR dětí (0-14 let)
  - CR mládeže (15-24 let)
  - CR dospělých (25-44 let) a (45-64 let)
  - CR seniorů (nad 65 let)
- dělení podle způsobu financování
  - volný
  - vázaný
- dělení podle místa (městský, venkovský, horský, přímořský, ...).

Vymezení základních přístupů k cestovnímu ruchu mají Inskon & Minnaert (2012):

1. koncepční přístup – popisuje komplexní teoretický rámec, definuje všechny prvky CR a reflektuje tak jeho multidisciplinární povahu
2. technický přístup – určuje kdo je účastníkem cestovního ruchu a říká co je jeho průmysl.

## 2.2 Dopady cestovního ruchu

Dopady CR nejsou jednoznačně negativní nebo pozitivní, i když do popředí většinou vystupují ty negativní. V různých zdrojích se uvádí, že problematika dopadů cestovního ruchu se začala řešit již v 70-90. letech minulého století (Kotíková & Schhwartzhoffová, 2017; Pásková, 2009). Tematiku

ze začátku řešili hlavně geografové, ekonomové a sociologové. Dnes je to velice komplexní jev – cestovní ruch ovlivňuje oblast psychologickou, sociální, kulturní, ekonomickou a urbanistickou, materiálně i nemateriálně (Skočiková, 2015).

Nežádoucí dopady cestovního ruchu jsou zpravidla typické pro destinace, kde má cestovní ruch zásadní roli, pro destinace s křehčími ekosystémy a také tam, kde se životní styl místních komunit liší od životního stylu návštěvníků a je zranitelný (Pásková, 2009).

Chen a kolektiv (2018) také uvádí, že turismus a jeho antropogenní složky jsou jedním z hlavních příčin globálního oteplování, u kterého lze předpovídat podíl zhruba 7,5 % celosvětových CO<sub>2</sub> emisí v roce 2035.

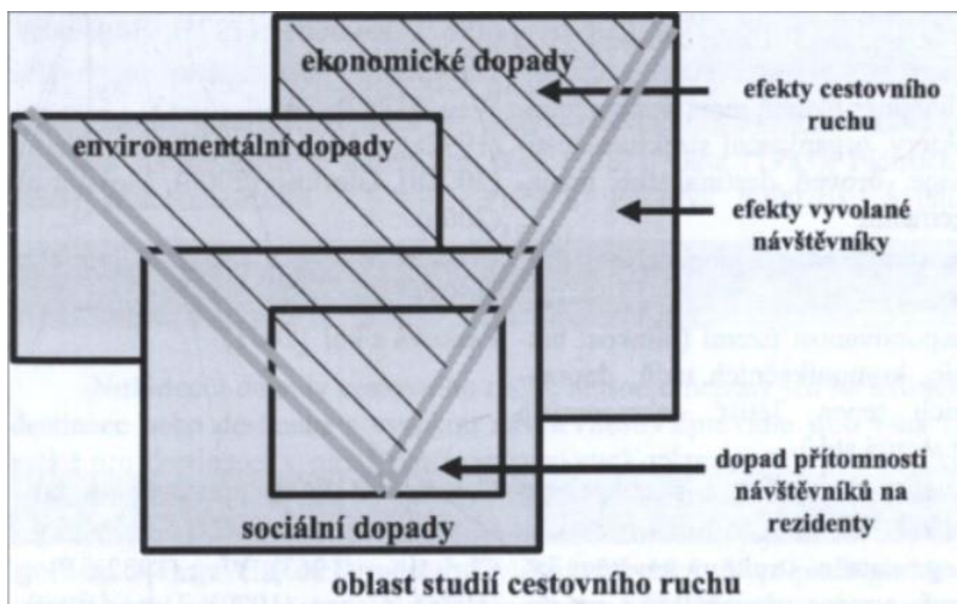
Pásková (2009) vlivy CR na geografické prostředí dělí:

- podle geografického měřítka (globální, národní, regionální a lokální)
- podle časového měřítka (krátkodobě a dlouhodobě působící)
- podle charakteru změny (vratné/dočasné a nevratné/trvalé).

Dále také rozlišuje 6 základních dimenzí, ve kterých CR působí: fyzická, ekologická, ekonomická, institucionální, socio-kulturní a psychologická.

Jiné dělení dopadů cestovního ruchu je dle Kotíkové a Schwartzhoffové (2017) na:

- ekonomické
- kulturně-společenské
- environmentální.



Obrázek 1. Průřezovost problematiky dopadů cestovního ruchu (Bryon, 2002)

### 2.2.1 Ekonomické dopady

Ekonomické dopady rozvoje CR jsou povětšinou vnímány pozitivně (na rozdíl od dopadů v oblasti environmentální). „Cestovní ruch je jedním z nejvýznamnějších hospodářských odvětví a má velký vliv na celosvětovou ekonomiku a hospodářství jednotlivých zemí.“ (Skočíková, 2015, p. 14). Pozitivní ekonomické dopady se mohou projevovat v oblastech vzniku nových pracovních míst, rozvoje podnikatelských aktivit a dalších činností, podílu na HDP nebo rozvoji infrastruktury, kdežto naopak negativními ekonomickými jevy mohou být navyšování cen a zvyšování nákladů, které ale ovlivňují všechny rezidenty lokality, nejen ty, kteří se účastní na CR (Kotíková & Schwanzhoffová, 2017), a to může vést např. k sociální nerovnosti mezi místním obyvatelstvem (Pásková, 2009).

Inskon & Minnaert, (2012) ekonomické dopady rozvoje CR dělí na:

- přímé (činnost ubytovacích zařízení, cestovních kanceláří, ...)
- nepřímé – projevují se v činnosti jiných ekonomických subjektů (např. místní farmáři, rybáři, kteří dodávají maso, ovoce a zeleninu do hotelů, ...)

- vyvolané – způsobují ekonomický rozvoj dané destinace, jelikož lidé, kteří zde žijí, mají vyšší příjmy pocházející z CR, a tím se zvyšuje jejich spotřeba (zároveň odvádějí vyšší daně, apod...).

### 2.2.2 Kulturně-společenské dopady

Kulturně společenské dopady CR se projevují v zachování kulturního dědictví, péči o kulturní památky, zlepšením vybavenosti a úrovně veřejných služeb nebo oživením folklóru místních tradic.

Existuje zde ale vznik falešných kultur, kdy místní obyvatelé přetvářejí svou původní kulturu do podoby, která je pozitivně přijímána u turistů a má za cíl získat co největší profit z cestovního ruchu (Křížek & Neufus, 2014). Tento proces se nazývá inscenizace, jinak také komerční uchopení kulturních tradic.

Střet dvou kultur může být oboustranně obohacující (Kotíková & Schhwartzhoffová, 2017) na druhou stranu může docházet k procesu akulturace, kdy v důsledku opakovaného či dlouhodobého setkávání odlišných kultur či společností, dochází k transformaci kultury původní. Nejčastěji jde o případy změn vlivem západních vyspělejších zemí působících na kultury zemí méně vyspělých. Změny vzniklé akulturací mohou být, ale vnímány i pozitivně a mohou vést například ke zvýšení životní úrovně původního obyvatelstva (Křížek & Neufus, 2014).

Dvěma dalšími problematickými jevy kulturně-společenských dopadů jsou komercializace a komodifikace cestovního ruchu (Křížek & Neufus, 2014) a za negativní jsou rozhodně vnímány jevy jako zvýšená kriminalita, prostituce, distribuce a šíření drog, nemoci, aj. (Kotíková & Schhwartzhoffová, 2017).

V neposlední řadě je důležité zmínit pojem „overtourism“ nebo také přelidnění turisty v konkrétní destinaci či předimenzovaná turistika, kdy je nadměrným přílivem turistů narušena kvalita života původního obyvatelstva a v negativním slova smyslu jsou ovlivněni turisté sami (Koens et al., 2018).

### 2.2.3 Environmentální dopady

Vlivy cestovního ruchu na životní prostředí jsou zřejmé (Kotíková & Schhwartzhoffová, 2017) a jsou často a poměrně dlouho analyzovány (Pásková, 2009). Jak už bylo napsáno v části

„Ekonomické dopady rozvoje cestovního ruchu“, v tomto případě jsou dopady vnímány spíše v negativním slova smyslu, ač tomu není pouze tak.

Jeden z fenomenálních jevů, ke kterému ale vedou environmentální dopady cestovního ruchu, jako je například letecká doprava a s ní spojované emise CO<sub>2</sub> a NO<sub>2</sub>, je globální oteplování a vliv na ozonovou vrstvu (Pásková & Zelenka, 2018).

Dle Páskové (2015) se negativní dopady v environmentální oblasti projevují v:

- turistické znečištění – souhrn dopadů změn vyvolaných ve významné míře CR
- emise – emise jsou proces uvolňování látek nebo energií, ať přímo (např. dopravou) nebo nepřímo, do životního prostředí
- eroze – eroze je proces narušování povrchu přírodnin, kdy zde mají svou roli povětrnostní vlivy, ale i živé organismy včetně člověka. Eroze je jevem přírodním, ale působením člověka může být urychlena, a v tom případě hovoříme o antropogenní erozi.

Antropogenní eroze způsobené aktivitami v rámci CR:

- o rozšiřování a prohlubování cest
  - o prošlapávání paralelních a nových cest
  - o dopady horolezecké činnosti
  - o výstavba infrastruktury cestovního ruchu
  - o sešlapy půdy a vegetačního krytu jako důsledek pěší turistiky a trekkingu
  - o poškozování horninového podloží i vegetace dna vodních toků v důsledku vodní turistiky
  - o poškozování vegetačního krytu na lyžařských svazích.
- působení na ekosystémy
    - o hluchost – v místech s vysokou návštěvností (letišť, velká rekreační, sportovní a kulturní centra, ...)
    - o znečišťování vody a půdy
    - o spotřeba vody a energie – cestovní ruch zvyšuje spotřebu pitné vody a energie, velký problém a zátěž pro životní prostředí to představuje především v oblastech, kde je pitné vody nedostatek
    - o zavlečení nepůvodních druhů například rostlin
  - záměrné poškozování přírodního prostředí – např. vandalismus

- nezáměrné poškozování přírodního prostředí – způsobené v důsledku neznalosti, náhody či nezodpovědného chování
- infrastruktura, která nevratně mění ráz krajiny.

Pozitivní dopady v environmentální oblasti dle Kotíkové & Schwardzhoffové (2017):

- ekonomická podpora pro ochranu přírody, přírodních zdrojů, ochranu biodiverzity, ...
- prosazování mezinárodních, regionálních a národních norem, směřujících k environmentálnímu odpovědnému jednání a ochraně zdrojů
- vytváření a prohlubování pochopení, úcty, vazeb a vztahu k přírodě, kultuře a kulturnímu dědictví, jiným národům a národnostem.

Pozitivním jevem v environmentální oblasti je zabezpečení stability životního prostředí (Skočková, 2015). Další pozitivní dopady budou popsány v kapitole „Dopady aktivního cestovního ruchu na udržitelné cestování“.

#### 2.2.4 Efekt turistické pasti

Efekt turistické pasti je neregulované sebedestruktivní chování cestovního ruchu, kdy zpravidla nadměrnou intenzitou a nadměrným tempem svého rozvoje dochází k spotřebování jedinečných a neobnovitelných zdrojů a také kdy cestovní ruch svými aktivitami znehodnocuje svůj kapitál jako například kulturní a přírodní hodnoty destinace, a tím také může výrazně ovlivňovat životní cyklus a rozvoj destinace – ekonomický, ekologický i společensky udržitelný (Kotíková & Schwardzhoffová, 2017; Pásková, 2009).

#### 2.2.5 Odpovědný cestovní ruch

V návaznosti na dopady cestovního ruchu se také hovoří o tzv. odpovědném a komunitním cestovním ruchu. Jedná se spíše o přístup či postoj, kde organizátoři cestovního ruchu, poskytovatelé služeb a účastníci respektují svou zodpovědnost vůči kulturnímu a přírodnímu dědictví, místní komunitě i k ostatním účastníkům cestovního ruchu (Zelenka & Pásková, 2012). Odpovědný přístup se může projevat při volbě destinace, způsobu dopravy, ubytování, při získávání znalostí o místní kultuře, při nákupu suvenýrů nebo při kontaktu s místním obyvatelstvem (Kotíková & Schwardzhoffová, 2017). Pod pojmem komunitní cestovní ruch si dále můžeme představit takový cestovní ruch, který se rozvíjí za účasti místní komunity ve prospěch místní komunity (Robinson & Wiltshier, 2011). Pásková a Zelenka (2018) na základě dohledaných

výzkumů zároveň uvádějí, že i vysoká společenská odpovědnost může vést k negativním psychologickým dopadům (např. stres) na jedince, a tak upozorňují na důležitost holistického pojetí problému a neupnutí se pouze na jeden pilíř dopadů cestovního ruchu.

Americká společnost cestovních poradců (ASTA) uvádí 10 kroků šetrného cestování, zmiňují alespoň některé z nich:

- aby bylo cestování smysluplnější, vzdělej se o geografii daného místa a zjisti si informace o dané kultuře a jejich zvycích
- respektuj soukromí a důstojnost ostatních
- nekupuj produkty vyrobené z ohrožených druhů rostlin nebo zvířat
- vždy chod' po vyznačených stezkách.

### 2.3 Udržitelnost

Pojem udržitelnost se protíná s dalšími sociálními fenomény, jako jsou pružnost, životnost, adaptace, inovace a sladěnost jakožto základní aspekty pozitivního sociálního života. V rozsáhlejší kontextu udržitelnost znamená vytrvalost systémů a procesů, jehož principem je udržitelný rozvoj, který zahrnuje 4 oblasti, a to: ekologii, ekonomii, politiku a kulturu (James, 2015).

Udržitelnost souvisí s lidmi a časem – s minulostí, přítomností a budoucností. Minulost proto, že se z ní můžeme ponaučit, v přítomnosti vnímáme svou morální povinnost k tomu, abychom jakožto lidstvo měli co nejlepší možnou kvalitu života a budoucnost proto, že to, co bylo uděláno v minulosti a přítomnosti, by nemělo omezovat budoucí generace a jejich životní úroveň (Morse, 2012).

Kritickou roli v udržitelnosti hraje záležitost lidského přelidnění. Populace Země je aktuálně přes 7,8 miliard a dle odhadů by měla v roce 2055 překročit hranici 10 miliard (*Current World Population*, 2021).

Věda nám popisuje jádro udržitelnosti, ale praktická část je velmi závislá na ekonomice a také na politice (Morse, 2012).





Obrázek 2: Udržitelnost (Morse, 2012)

## 2.4 Udržitelný cestovní ruch

Udržitelný cestovní ruch se odvíjí z teorie udržitelného rozvoje. Udržitelný rozvoj má kořeny již z roku 1968 v rámci Římského klubu. Iniciativa vznikla hlavně z obav o neomezené spotřeby zdrojů ve světě (Mladjenović, 2021). S postupem času vznikaly organizace jako např. UNWTO (Světová organizace cestovního ruchu) nebo OECD (Organizace pro hospodářskou spolupráci a rozvoj) a tématem udržitelného rozvoje a udržitelného cestovního ruchu se zabývalo a dnes zabývá mnoho institucí a organizací.

Dle UNWTO zní definice udržitelného cestovního ruchu následovně: „Cestovní ruch, který plně zohledňuje své současné a budoucí ekonomické, sociální a environmentální důsledky, řešení potřeb návštěvníků, průmyslu cestovního ruchu, životního prostředí a hostitelské komunity.“ (WTO, 2005).

Udržitelný cestovní ruch by měl také vést k dlouhodobé prosperitě a rozvoji oblastí, kterých se týká, a to v souladu s životním prostředím. Měl by být schopný si udržet nové i stávající turisty, zamezit chudobě v rozvojových zemích a také by měl rozvíjet ekonomiku a sociální sféru, za účelem udržení hodnot a kvality života pro další generace.

S aktuálně 156 členskými zeměmi se UNWTO snaží o zavedení „Globálního Etického Kodexu v Cestovním ruchu“ za účelem zmaximalizovat turisticky socio-ekonomický příspěvek zároveň s minimalizací možných negativních dopadů.

Cíle udržitelného rozvoje (SDGs) – program rozvoje na následujících 15 let dle UNWTO (*Tourism 4 SDGS*, 2019.):



Obrázek 3. Cíle udržitelného rozvoje dle UNWTO (UNWTO, 2019)

1. eliminace chudoby
2. konec hladu
3. dobré zdraví & blahobyt
4. kvalitní vzdělání
5. rovnost mužů a žen
6. pitná voda, kanalizace

7. dostupná a „čistá energie“
8. důstojná práce a ekonomický růst
9. průmysl, inovace a infrastruktura
10. méně nerovností
11. udržitelná města a obce
12. odpovědná výroba a spotřeba
13. klimatická opatření
14. život ve vodě
15. život na souši
16. mír, spravedlnost a silné instituce
17. partnerství ke splnění cílů

Také se k iniciativám připojují další magnáti jako např. Booking.com, což je jedna z největších ubytovacích agentur na světě. Je si vědoma své zodpovědnosti vůči planetě a v rámci svých možností se snaží svým zákazníkům nabízet udržitelnější varianty jejich cestování. Jakožto firma se např. zavázali k redukci uhlíkové emise od roku 2020 a také k redukci odpadu v jejich kancelářích napříč celým světem. Dle jejich výzkumu z roku 2020 82 % z dotázaných cestovatelů vnímají udržitelnost jako důležité téma, ale pouze 50 % si myslí, že je dostatek na výběr, co se ubytování týká, a 38 % z nich si ani není jistá, kde mají udržitelné ubytování hledat.

Dále také výzkum provedený ve španělské Andalusii ukázal, že většina turistů (97,8 %) s vysokým povědomím o „udržitelné inteligenci“ jsou ochotni si zaplatit více pro to, aby navštívili udržitelnou turistickou destinaci (Đorđević & Kostić, 2019). Nicméně pouze 26,6 % všech turistů odpověděli, že by zaplatili více peněz za navštívení udržitelné turistické destinace a velká většina z těchto dotázaných by nezaplatila více, než 10 % nad cenu původní - neudržitelné (*The Case for Responsible Travel: Trends and Statistics*, 2016). Výzkum z TUI Global Research z roku 2017 k udržitelnému turismu dodává, že 1 z 10 evropských turistů rezervuje „eco-friendly“ dovolené. Obecně jsou tyto turisté vyššího vzdělání, zcestovalí, různého věku a z vyšších socioekonomických skupin (*Is There Demand from European Tour Operators for Sustainable Tourism Suppliers in Developing Countries?*, 2017).

Udržitelný rozvoj turismu je čím dál tím více považován za jedinou možnou formu turistického rozvoje v destinaci. Také se zvyšuje povědomí o nutnosti ochrany životního prostředí, což vede ke zvyšování popularity ekoturismu a ekoturistických destinací (Đorđević & Kostić, 2019).

Buhalis (2000) považuje marketing destinace za jeden z klíčových prostředků k dosažení udržitelnosti.

Pilíře udržitelného cestovního ruchu dle Ministerstva pro místní rozvoj (*Cestovní Ruch a Udržitelný Rozvoj, 2007*):

- environmentální pilíř
  - zahrnuje ochranu životního prostředí a šetrné využívání přírodních zdrojů
- socio – ekonomický pilíř
  - týká se vazby místního obyvatelstva na průmysl cestovního ruchu, dopadu na změny v hodnotách a chování, které pak mohou ohrožovat místní identitu
  - snaha o to, aby co nejvíce finančních prostředků zůstávalo v regionu, ve kterém byly vygenerovány
  - citlivé využívání místních zdrojů, růst spotřeby lokálních produktů a zaměstnání místního obyvatelstva
- kulturní pilíř
  - udržitelné využívání kulturně-historických aktivit, zachování tradic lokálních produktů, gastronomie a dalších regionálních specifik.

## 2.5 Aktivní cestovní ruch

Aktivní/sportovní turismus je jeden z největších a nejrychleji rostoucích sektorů v turismu. Čím dál více turistů je zainteresováno ve sportovních aktivitách během jejich cestování, ať už jde o hlavní důvod jejich cesty, nebo ne (Rojo-Ramos et al., 2020). Sportování v jakékoliv podobě může zpestřit cestu téměř komukoliv, ačkoliv je vyžadována alespoň určitá míra dovedností (Schwartzhoffová, 2010). Tento typ turismu může být tedy i turismem masovým.

Různé sportovní aktivity či akce během cestování mohou přinést jedinečný zážitek, přidat na autentičnosti daného místa, a pokud jsou dostatečně propagované a infrastrukturálně dostupné, mohou přinést ekonomické a sociální benefity. Jsou také označovány za tzv. multiplikátory cestovního ruchu, kdy zesilují účinek v dané destinaci (Schwartzhoffová, 2010).

Je mnoho definic aktivního cestovního ruchu. Patří mezi ně například dobrodružný turismus, sportovní aktivity v přírodním prostředí nebo rekreační turismus (Rojo-Ramos & Gal, 2020).

Nesmíme ho v tomto případě ale zaměňovat s aktivním turismem jakožto s turismem příjezdovým, jak se v některých odborných zdrojích uvádí a definuje, nebo s definicí sportovního turismu, jakožto vycestováním za pasivním sledováním sportu. V mé bakalářské práci se na základě hierarchie dle Gibsona (2006) zaměřuji na nespportovní akce obsahující sportování.

Dle Schwartzhoffové (2010) lze dále sportovní cestovní ruch zařadit do specifických forem (druhů) cestovního ruchu a popsat jako „sociální, ekonomický a společenský fenomén vycházející z interakce pohybových aktivit, lidí a místa“ (p. 97), podobně jako Weed (2008). Korvas (2007) popisuje sportovní turismus jako „široký rozsah činností spojených s pohybem a zároveň s kulturně poznávací činností“ a také se dle něj jedná především o pohyb a pobyt v přírodě (p. 5).

Sportovní turismus pokrývá 2 % celkového světového turismu. Z důvodu změny populace v životním stylu, narůstající potřeby uniknout z urbanního prostředí, rozbití každodenní rutiny a z potřeby zažít risk a adrenalin v přírodě vzniká větší poptávka po aktivním sportovním turismu, což zároveň zvyšuje i turismus v přírodě. Mnoho zdrojů uvádí velmi pozitivní vztah mezi účastníkem sportovní aktivity a přírodním prostředím, na které se právě díky provozované aktivitě cítí napojený (Brymer et al., 2009; Schultz, 2002). Turisty tedy také láká emocionální přesah těchto aktivit (Olivera, 2013).

## 2.6 Sportovní aktivity

Sport a jeho aktivity jsou celosvětovým fenoménem. Sportovní aktivity jsou jednou z forem volnočasových aktivit a mají charakter dobrovolnosti (Linduška, 2016)(Sekot, 2003) a také jsou specifickým druhem pohybové aktivity. V této práci se soustředím hlavně na sportovní aktivity propojené s přírodou a aktivity, na kterých se účastníci přímo podílejí. Jsou to aktivity většinou považovány za atraktivní, akční, dobrodružné, a tak pro mladého člověka velice lákavé. Kirchner (2007). Definice těchto aktivit je mnoho různých a mohou být lehce zavádějící. Některými z nich mohou být ale například lifestyle sporty, outdoorové aktivity a v určitých případech extrémní sporty (Hodaň et al., 2013; Kirchner, 2007).

Sport a jeho aktivity v dnešní době svým způsobem ovlivňují velkou část kultury a zastávají mnoho funkcí, jako například zdravotně, fyzicky a duševně rozvíjející, socializační nebo seberealizační. Tyto aktivity mají tedy pozitivní vliv na náš všestranný rozvoj a společně s dalšími činnostmi kompenzují jednotvárné pracovní zatížení a dávají nám prostor pro odpočinek. (Linduška, 2016) Dle Říčana (2010) nelze opomenout vliv sportu a jeho dalších odvětví na mezinárodní úrovni, kdy přispívá k tvorbě vztahů a zahájení dialogů.

Výčet outdoorových, survival a orientačních sportů dle (Mikoška, 2006):

cyklistika (cross, bikross, downhill, biketrail)

lezení, alpinismus (bouldering, stěny, speleologie, canyoning)

vodáctví (turistické, sjezdové, rafting)

lyžování (běžecké, vytrvalostní, snowboarding, extrémní lyžování, freeriding, freeskiing)

vysokohorské (VHT, ferraty resp. klettery)

orientační (klasické a parkové soutěže, MTBO a LOB, rogaining, mountaining, orienteering, bike adventure)

adrenalinové (bungee, dumping, high jump).

Dále například dělení sportů dle Schwartzhoffové (2010) dělí na:

vodní sporty – rafting, sjíždění řek na lodích, plavby, veslování

mořské sporty – potápění, jachtaření, kiteboarding

pobřežní sporty – vodní lyžování, potápění, windsurfing, plavání

vzdušné sporty – parašutismus, let na rogallu, lety horkovzdušným balónem

letní sportovní disciplíny – golf, tenis, beachvolejbal

zimní sportovní disciplíny – lyžování, snowboarding a bruslení.

Dále také dělí sporty dle jednotlivých druhů sportů na kategorie: pěší turistika, horská turistika, cykloturistika, jízda na koni a horolezectví.

### 2.6.1 Pohybová aktivita

WHO definuje pohybovou aktivitu jako jakýkoliv pohyb těla, za využití kosterního svalstva, který způsobuje výdej energie, a díky ní předcházíme nejen nepřenositelným onemocněním, jako jsou například kardiovaskulární onemocnění, obezita nebo rakovina. Doporučená pohybová aktivita pro populaci ve věku 18-64 let je 150-300 minut mírné vytrvalostní aktivity nebo nejméně 75-150 minut velice vysoké intenzity týdně, nebo jejich kombinace. 28 % populace z celého světa (muži 23 % a ženy 32 %) starší 18 let nesplňuje tuto hranici a 42 % z dospělých trpí nadváhou nebo je obezních (WHO,2016).

Na nepřenositelná onemocnění zemře každoročně 71 % lidí, z čehož je 85 % úmrtí předčasných, ve věku 30-69 let a k těmto onemocněním přispívá fyzická inaktivita, užívání tabákových výrobků, nadměrné užívání alkoholu a nezdravé stravování (WHO, 2016).

## 2.7 Dopady aktivního cestovního ruchu na udržitelné cestování

Životaschopná alternativa pro dnešní udržitelné modely turismu jsou sportovně založené turistické destinace (Harjo & Susanti, 2018). Tento model turismu nesměřuje pouze k finančnímu zisku, ale zároveň k rovnováze mezi sociálními a environmentálními aspekty. Mnoho zemí už zavedlo práci se sportovně založeným udržitelným turismem v rámci různých typů sportů.

Například Papua Nová Guinea úspěšně postavila svůj udržitelný plán cestovního ruchu na surfing. Místní vláda a její angažovanost má v tomto případě klíčovou roli (O'Brien & Ponting, 2013). Malajsie k dosažení udržitelného cestovního ruchu zase využívá mountain bikingu a motocrossu.

Rajo-Ramos a kolektiv (2020) uvádějí, že aktivní turismus, kam spadá například trekking, dokáže ekonomicky využívat různé oblasti, parky nebo přírodní parky a zároveň je kompatibilní s přírodou. Je to i díky tomu, že lidé, kteří se v rozvoji těchto oblastí pohybují, jsou na dané téma velice vzdělaní.

Cater (1993) naopak tvrdí, že aby tyto aktivity, jako například trekking, mohly být považovány za udržitelný produkt turismu, musí respektovat přírodní zdroje environmentálního prostředí a nekontaminovat nebo neprodukovat sociální napětí nebo ztrátu kulturní identity. Upozorňuje na jeden z druhů eroze, o které jsem psala již v kapitole negativních dopadů cestovního ruchu na environmentální prostředí, což je sešlap, pohyb lidí po nezpevněných nebo jen částečně zpevněných komunikacích ve volné přírodě. Poukazuje například na oblast Annapurny v Nepálu, kde dochází k částečné destrukci přirozeného vegetačního krytu a téměř úplnému vymizení mnoha živočišných druhů. Míra sešlapu vegetačního krytu se využívá jako jeden z indikátorů při monitorování dopadů cestovního ruchu ve vztahu zejména k pěší turistice (Pásková, 2009).

Dalším z druhů antropogenní eroze jsou například dopady horolezecké činnosti ve formě zářezů od lan (Pásková, 2009), a také vodáctví, které poškozují horninové podloží i vegetaci dna vodních toků, půdy a hornin břehů vodních toků a ploch. Cater (1993) upozorňuje také na potápění,

jakožto jednu z turistických aktivit, která poškozují přírodní hodnoty a biodiverzitu, v tomto případě zejména korálové útesy.

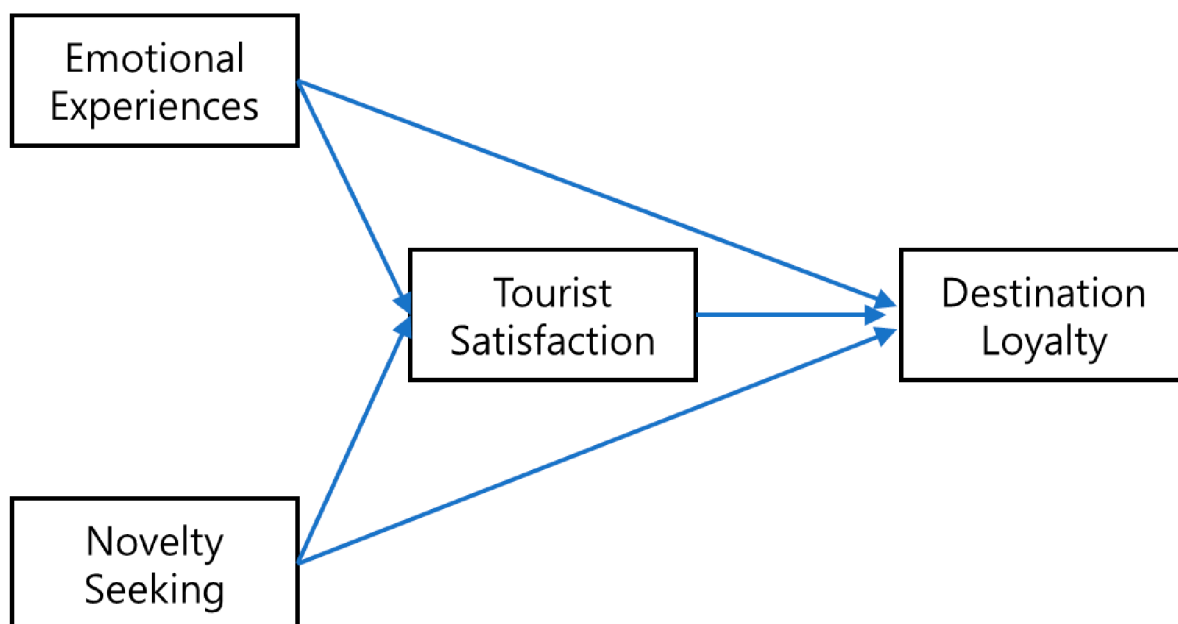
Lze také poukázat na odlesňování pro zřizování například golfových hřišť nebo zpeňování přírodních povrchů a tím cestovní ruch také přispívá ke globálnímu oteplování. Extrémní sporty a oblasti s nimi spjaté – například v oblasti Mt. Everestu, jsou známé množstvím odpadků, které na vrcholu každý rok zůstávají. Dokonce i ve výšce nad 8000 m zůstávají použité oxygenové láhve (Brymer et al., 2009).

Dle výzkumu Kaplanidou & Vogt (2010) aktivní sportovní turismus dopřává turistům emocionální zkušenosti jako vzrušení, relaxace, potěšení, sebezplnění a hrdost. Vnímají účast na sportovních aktivitách jako zadostiučinění a velkou zábavu. Aktivní turisté dále také zažívají radost z dosažení jejich osobních cílů, zlepšují své mentální i fyzické zdraví, rozvíjí své sebevědomí, zbavují se stresu, učí se novým dovednostem a odnáší si unikátní zkušenost (Yang & Kang, 2011).

Dále dle Jeonga a kolektivu (2020) turisté, kteří během dovolené surfují, potápějí se, hrají golf, jezdí na kole, lezou po skalách nebo lyžují, rozvíjejí svou lásku k městu s touto aktivitou spjaté. Také doplním Vyškovského (1997), který uvádí zejména u cykloturistiky, že tyto aktivity rozšiřují kulturní rozhled a znalosti, a dle něj dodávají poznatky a vědomosti z mnoha oborů lidské činnosti.

Na následujícím schématu vidíme propojenost mezi emocionální zkušeností, určitou atraktivitou a inovací cílové destinace, vedoucími k turistovu uspokojení, a také společně vedoucí k loajalitě místa, které navštívili. Vše je to v kontextu aktivního sportovního cestovního turismu.





Obrázek 4. Loajalita k destinaci (Jeong et al., 2020)

Dle UNWTO se takto může sportovní turismus podílet na cílech udržitelného rozvoje (*Sport Tourism and the Sustainable Development Goals (SDGs)*, 2019):

- sportovní turismus, jako další odvětví turismu generuje nová pracovní místa a zdroje příjmů
- sportovní turisté mají tendenci utrácet více peněz
- díky sportovnímu turismu se v dané destinaci zvyšuje atraktivita
- sportovní turismus vede k blahobytu turistů
- blahobyt domorodců
- vede ke genderové rovnosti a povzbuzuje ženy a dívky
- zlepšení dostupnosti pro lidi se speciálními potřebami a tím vedoucí k inkluzivitě
- zlepšit povědomí turistů, domorodců a turismu obecně o životním prostředí a podporovat jeho hodnoty
- zlepšovat vzájemné porozumění.

## 2.8 Generace Z

Do generace Z spadají lidé narozeni v rozmezí zhruba od roku 1995 do roku 2010 a často pocházejí z méně početných rodin (Rothman, 2014). V ČR představuje generace Z 19,6 % populace.

Vyznačují se tendencí přirozeně se pohybovat v digitálním prostředí, rychlým rozhodováním a obecně se označují za vysoce propojené a schopné multitaskingu. („Consumers of Tomorrow,“ 2011). Také má užší spojení s rodiči z generace X z řady důvodů, např. mají podobnější životní hodnoty, narozdíl od generace Y s generací mileniálů (Rothman, 2014). S generací Y, která jí předchází, se například liší v pohledu na život – generace Z má tendence obávat se budoucnosti v porovnání s optimismem generace Y (Żarczyńska-Dobiesz & Chomałowska, 2014).

Generace Z je první generace narozená do doby internetu. Neradi čekají na odpovědi a vyžadují se okamžitých informací a komunikace (Rothman D., 2014). Některé výzkumy ukazují, že mozek generace Z je strukturálně rozdílný než mozek předchozích generací, ne jako genetický výsledek ale jako vliv prostředí a odpovědi mozku na něj. Mozek generace Z se stal spíše sofistikovaným a má komplexní vizuální představivost. Více rozvinutá vizuální představivost zde má za důsledek efektivnější učení (Rothman, 2014).

Zároveň se označují za více sociálně zodpovědné díky dobrému přístupu k informacím a řeší témata jako terorismus nebo globální oteplování. Mají proaktivní přístup k environmentálnímu prostředí a jsou charakterizováni jako tolerantní k rozdílným kulturám („Consumers of Tomorrow,“ 2011). Greenpeace za pomoci platformy Habbo udělalo v roce 2007 výzkum, kde zjistili, že 74 % teenagerů z generace Z považuje změnu klimatu a globální oteplování za větší hrozbu než drogy, násilí nebo válku. Zkoumali 50 000 teenagerů napříč 18ti zemí. Obecně se generace Z považuje za environmentálně zodpovědnější („Consumers of Tomorrow,“ 2011).

Výzkum z aktualne.cz uvádí, že generaci Z už příliš nelákají cesty do ciziny. Dle sociologa Stanislava Holubce za to může právě rozvoj technologií, a s tím spojená snadná dohledatelnost na internetu (*Zatracená Generace*, 2020).

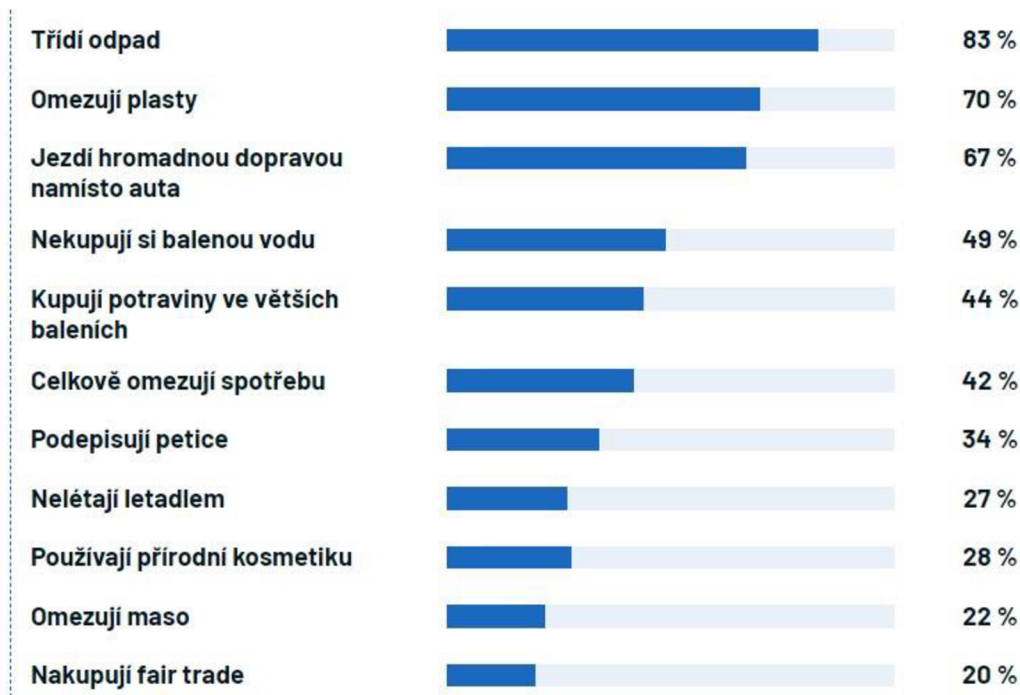
# Hodnoty

Nejdůležitější pro mladé Čechy jsou rodina, partner, přátelé, ale i vzdělání a osobní rozvoj.

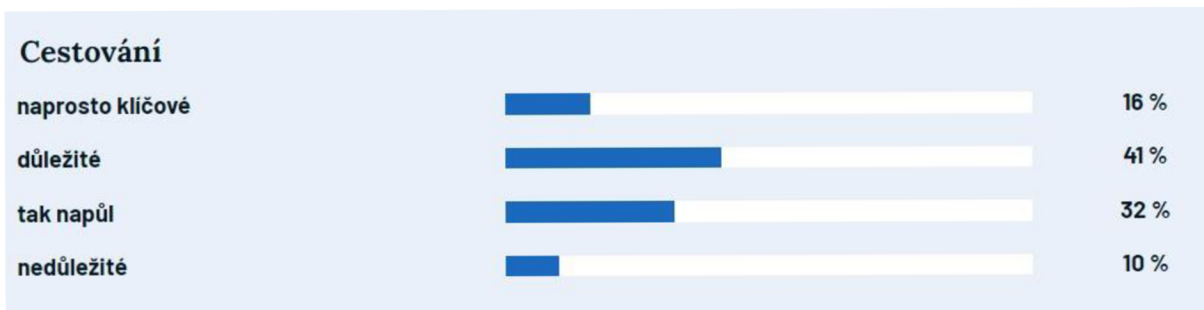


Obrázek 5. Hodnotový systém české generace Z (aktualne.cz, 2020)

Pro ochranu životního prostředí deklarují, že dělají poměrně hodně:



Obrázek 6. Vztah české generace Z k životnímu prostředí (aktualne.cz, 2020)



Obrázek 7. Česká generace Z a cestování (aktualne.cz, 2020)

## 2.9 Aktuální stav CR – koronavirová pandemie

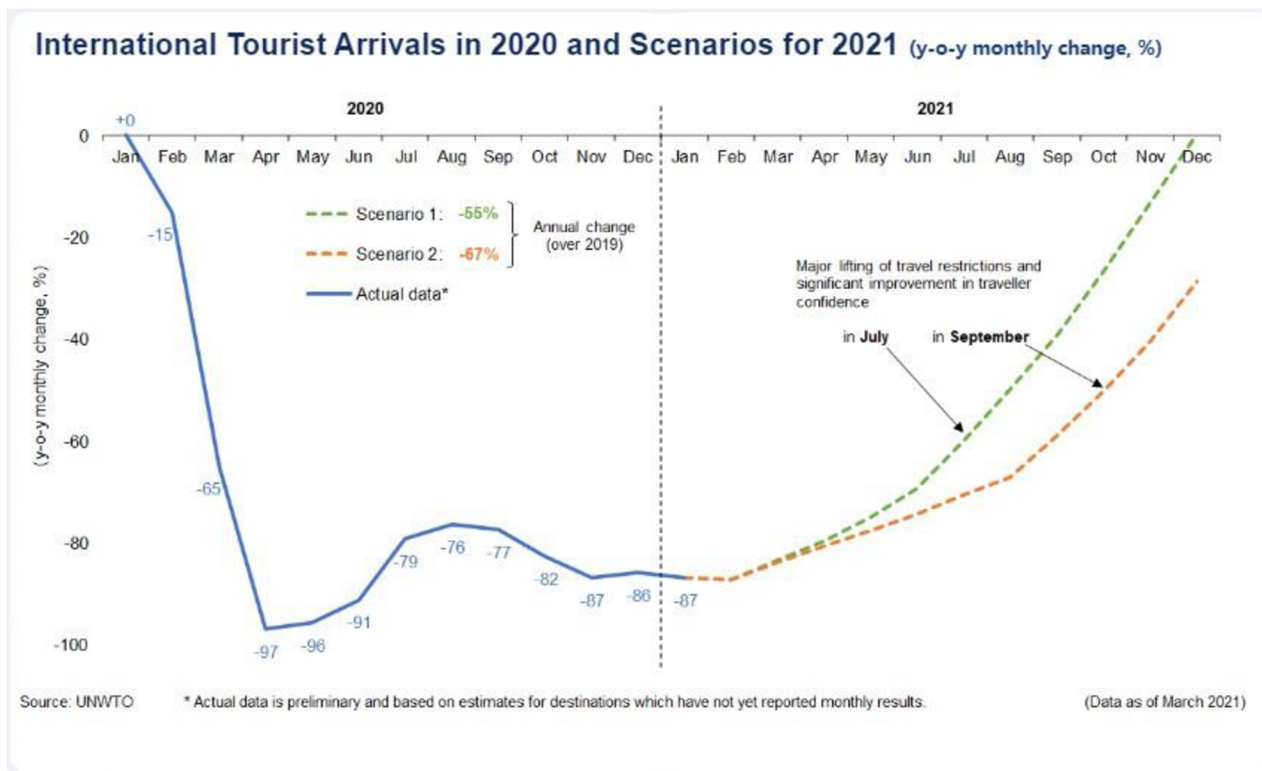
V prosinci roku 2019 byla poprvé identifikována přítomnost virové choroby covid-19 v čínském Wu-chanu, ze kterého se postupně rozšířila téměř do celého světa. Do Evropy se dostal koncem ledna 2020, nejprve do Francie, Německa, a poté i do ostatních států. WHO (Světová zdravotnická organizace) vyhlásila propuknutí globálního stavu zdravotní nouze v lednu 2020 a pandemie v březnu 2020. Reakce na pandemii vyústila v globální sociální a ekonomické narušení.

Zurab Pololikashvili, generální tajemník UNWTO, říká, že pandemická krize je příležitostí k přehodnocení situace cestovního ruchu a jeho přispívání lidem a planetě a také příležitostí k vybudování udržitelnějšího, inkluzivnějšího a odolnějšího turistického sektoru. Mluví se o tzv. restartu turismu. UNWTO za priority restartu turismu pokládá (UNWTO, 2020):

- zajištění likvidity a ochrana práce
- více jistoty v oblasti bezpečnosti
- spolupráce veřejného a soukromého sektoru pro efektivní znovuootevření hranic
- odpovědné otevírání hranic
- harmonizace a koordinace protokolů a procedur
- přivedení smysluplných prací využitím nových technologií
- zavedení inovace a udržitelnost jako samozřejmost.

Dle výzkumu z dat UNWTO za rok 2020 je 73% globální pokles mezinárodních turistických příjezdů. V Asii a Pacifiku se odhaduje pokles více než 80 % díky velice striktním opatřením. Za leden-březen v roce 2021 je pokles mezinárodních turistických příjezdů 83% a největší dopad to má opět na Asii a Pacifik.

UNWTO uvádí statistiku z forwardkeys.com ke květnu 2021, která ukazuje, že pokles rezervací letů byl celosvětově o 89 %. Dále také, za spolupráce se společností Sojern, uvádí 27 % pokles v hotelových rezervacích.



Obrázek 8. Globální turistické příjezdy za rok 2020 a predikce na rok 2021. (UNWTO,2020)

## 3 Cíle

### 3.1 Hlavní cíl

Zjistit vztah starší generace Z k udržitelnému cestování v rámci sportovních aktivit.

### 3.2 Výzkumné otázky

Zjistit vztah starší české generace Z k udržitelnosti a k cestování.

Zjistit, zda-li se změny cestovní návyky starší generace Z po pandemii covid-19.

Zjistit nejčtenější sportovní aktivitu, za kterou česká generace Z vyjíždí.

## 4 Metodika

Vzhledem k charakteru problému této práce jsem pro sběr dat zvolila kvantitativní dotazníkové šetření prostřednictvím webové platformy survio.com. Dotazníkové šetření se skládalo z 20 otázek, otevřených i uzavřených a probíhal v dubnu-červnu 2021. Dotazník přikládám v příloze této práce.

Před začátkem celého výzkumu jsem si určila jeho oblast a téma, vymezila jsem problém a na základě dostupných bibliografických zdrojů jsem stanovila výzkumné cíle.

Před začátkem celého výzkumu jsem provedla neoficiální pilotní studii, která se provádí na malé skupině z populace, kterou hodláme studovat. V mém případě to byli blízcí přátelé z mého okolí. „Cílem pilotní studie je zjistit, zda informace, kterou požadujeme, v naší populaci vůbec existuje a zda je dosažitelná.“ (Disman, 2011, p. 121).

K vytvoření a analýze dotazníkového šetření jsem využila webové platformy survio.com. Tyto online dotazníky jsou primárně určeny pro kvantitativní sběr dat a jeho používání je dle mého názoru velice přehledné a jednoduché. Dotazník byl anonymní, s čímž byli respondenti seznámeni v jeho úvodu.

Před rozesláním dotazníků jsem zařadila předvýzkum, což je podstatný způsob kontroly otázek v dotazníku. Zjistíme díky němu srozumitelnost, jednoznačnost nebo správnost otázek a také díky němu můžeme zjistit jejich validitu. (Kubátová, 2013)

Základní získaná data pro dotazník za mě z části zanalyzovalo survio.com. Rozhodla jsem se najít další souvislosti, a tak jsem dále některá data zpracovala a vyhodnotila za pomoci Microsoft Excel.

### VÝZKUMNÝ SOUBOR

Dotazníkové šetření bylo zodpovězeno 117 respondenty, z čehož jsem jich 5 musela vyřadit. 2 respondenti uvedli nerelevantní sportovní aktivitu, čímž se jejich odpovědi staly nevalidními, a další 2 nezapadali do míněné věkové kategorie starší generace Z. Jeden respondent byl ze Slovenska.

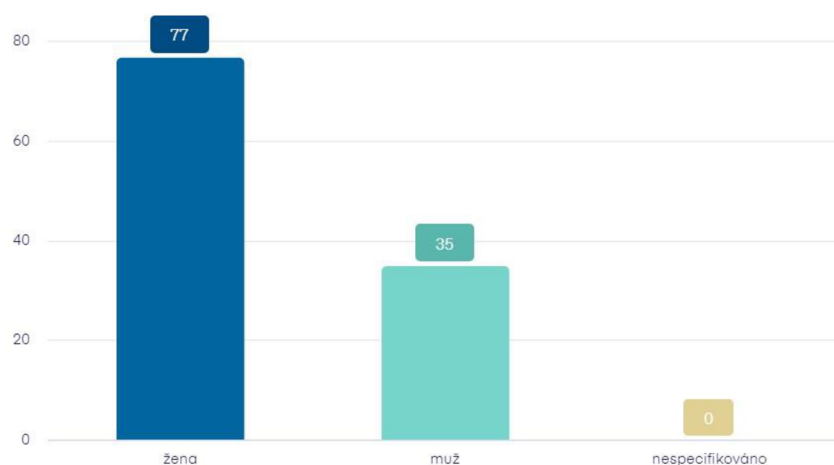
Při rozesílání dotazníku jsem se snažila pokrýt co nejširší spektrum respondentů – zahrnout lidi ze všech krajů, pokud možno z různých sociálních skupin či z různých studijních oborů. Zároveň



jsem se snažila získat co nejvyšší počet vyplněných dotazníků. Čím větší máme velikost vzorku, tím se zmenšuje rozdíl mezi strukturou populace a vzorku (Disman, 2011).

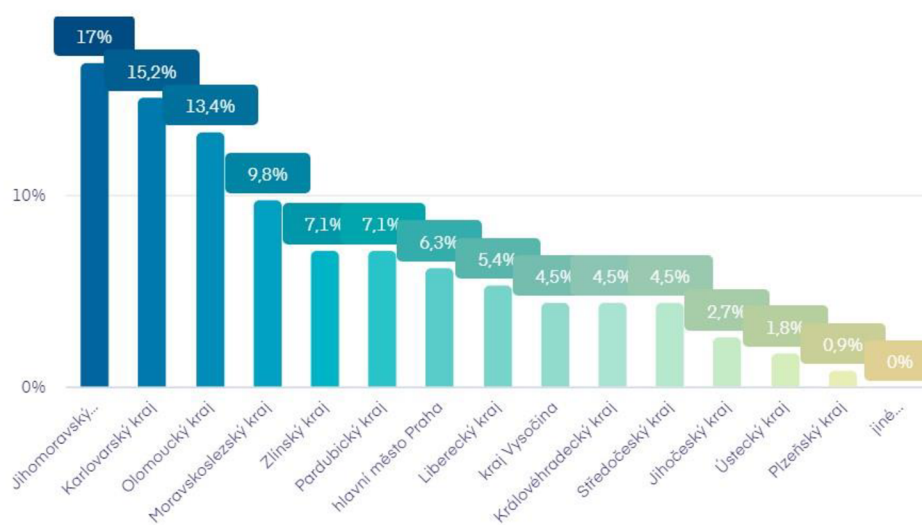
Dotazník platně zodpovědělo 77 žen a 35 mužů, přičemž největší zastoupení měly Jihomoravský a Karlovarský kraj, v těsném zastoupení byl kraj Olomoucký. Čechy, Morava a Slezsko byly tedy reprezentovány poměrně vyrovnaně.

## 19. Pohlaví:



Obrázek 9

## 18. Kde máte trvalé bydliště?



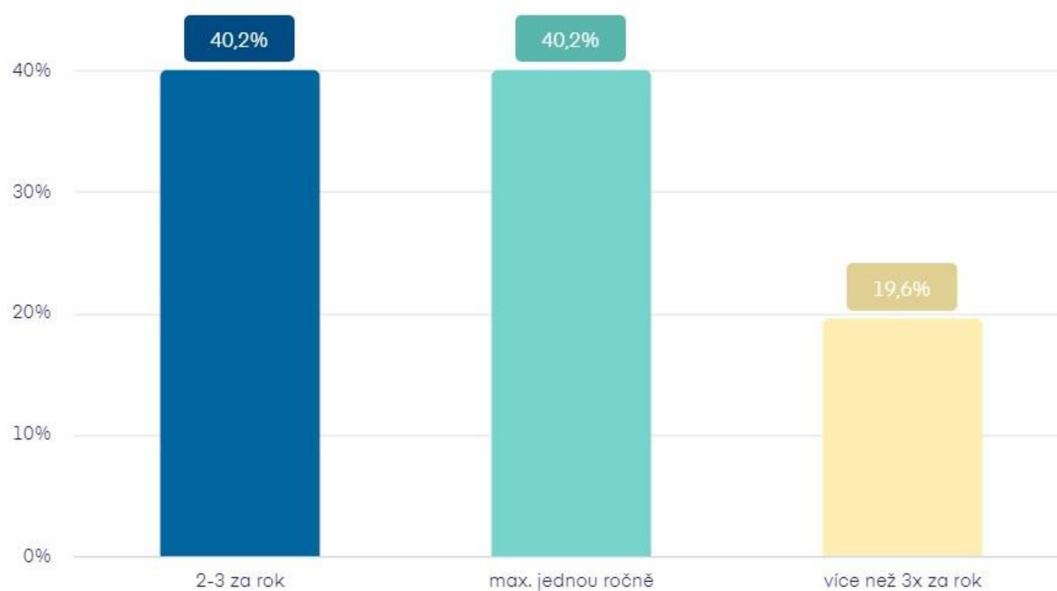
Obrázek 10

## 5 Výsledky

V první části jsou prezentovány výsledky získané z online dotazníku. Dotazník obsahoval 20 uzavřených a otevřených otázek a pracujeme zde se 112 platnými odpověďmi týkajícími se cestování, sportování v rámci cestování, udržitelnosti, a to vše ve vztahu generace Z k těmto hodnotám. Demografické informace byly uvedeny v metodice výzkumu v části „výzkumný soubor“.

Druhá část obsahuje výsledky ze stejného dotazníku, pouze podrobeny hlubší analýze.

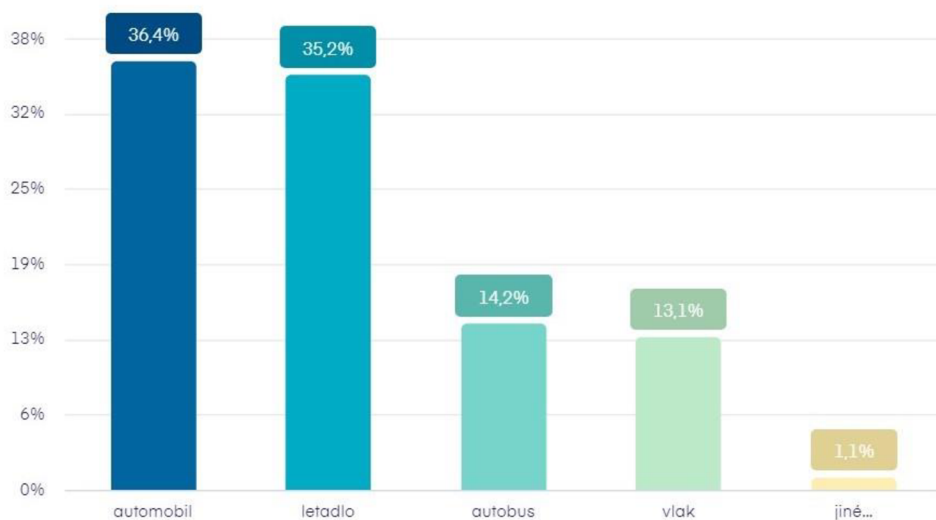
### 1. Četnost výjezdů do zahraničí



Obrázek 11.

Stejně početná skupina z dotázaných vyjíždí do zahraničí maximálně jednou ročně, tak jako 2-3 za rok. Pouze necelých 20 % vyjíždí do zahraničí více než 3x za rok.

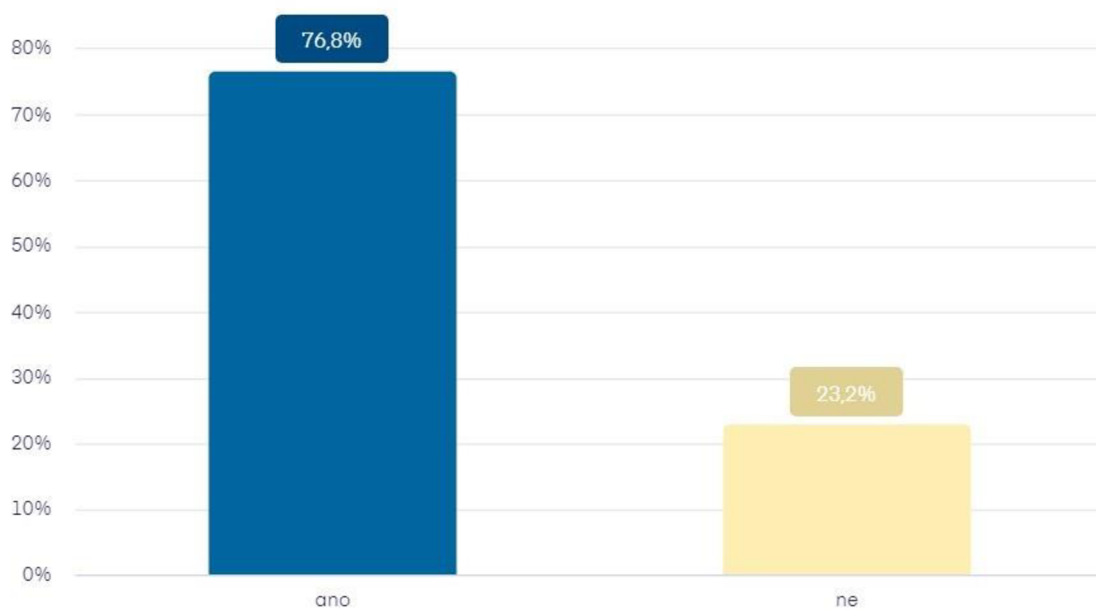
## 2. Nejčastější způsob dopravy



Obrázek 12.

Nejčastějším způsobem dopravy byl pro dotázané automobil (36,4 %), těsně za ním následovala letecká doprava (35,2 %) a potom méně čtenější cesty autobusem (14,2 %) a vlakem (13,1 %). U dopravy „jiné“ byl uveden autostop.

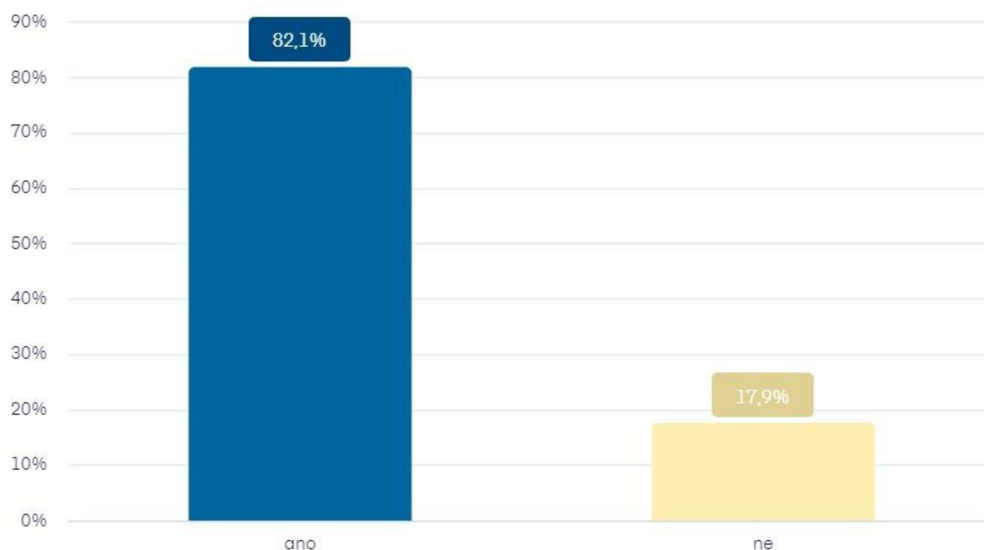
## 3. Uvědomování si negativních dopadů z cestování



Obrázek 13.

76,8 % si uvědomuje negativní dopady vzniklé z vlastního cestování. Zbýlých 23,2 % ne.

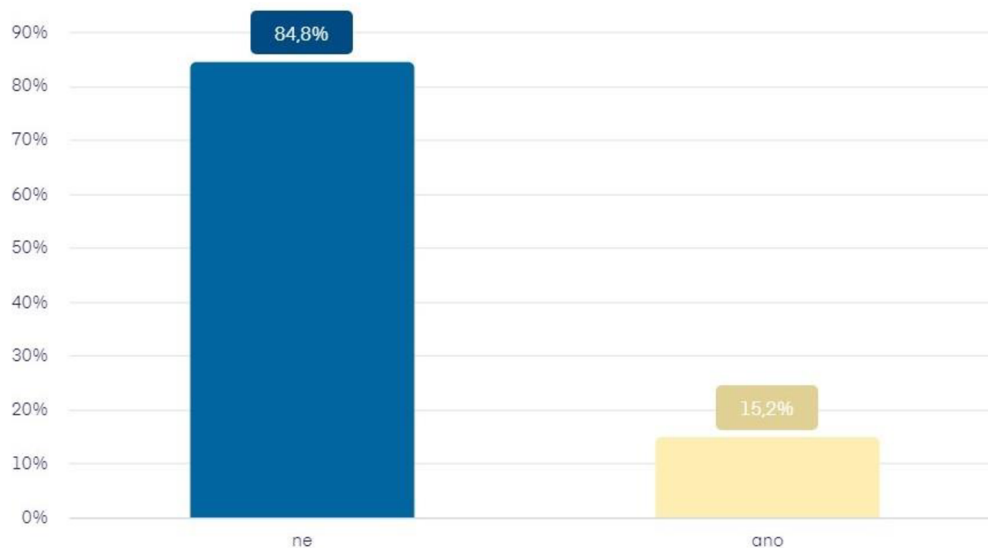
#### 4. Ochota kompenzace negativních dopadů cestování



Obrázek 14.

82,1 % z respondentů by bylo ochotno negativní dopady způsobené cestováním kompenzovat a 17,9 % ne.

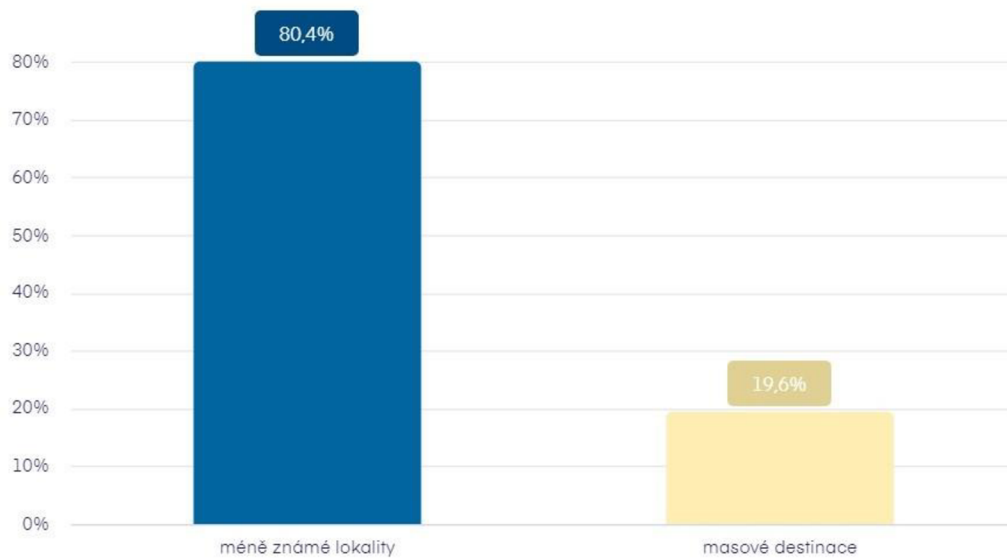
#### 5. Účast na humanitní/ekologické akci v rámci cestování



Obrázek 15.

84,8 % se v rámci svých cest nikdy neúčastnilo na humanitní či ekologické akci. 15,2 % ano.

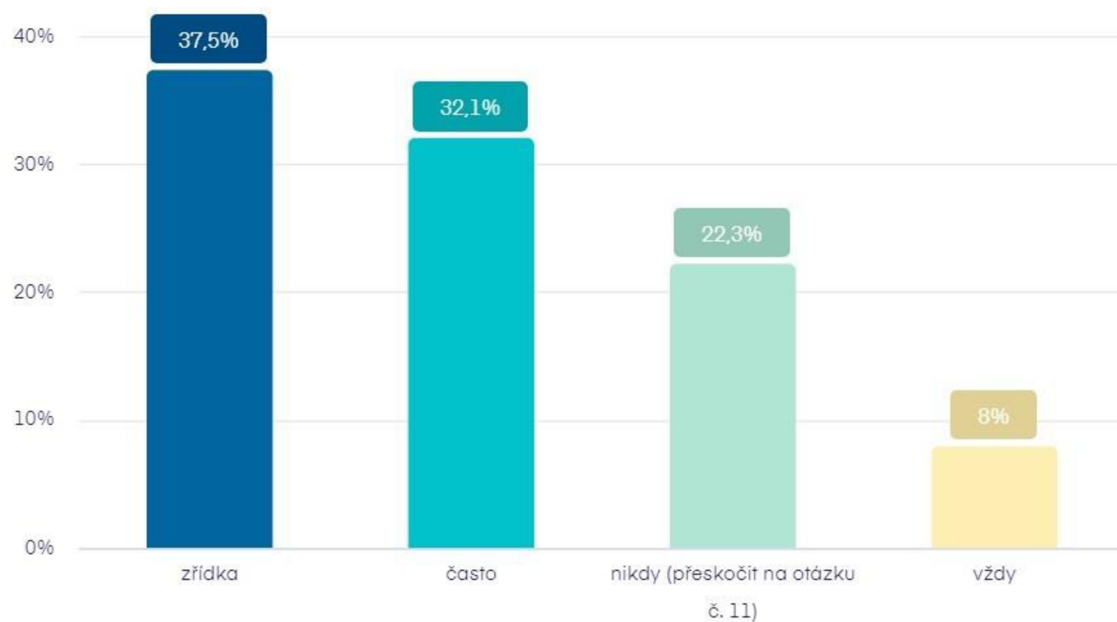
## 6. Preference destinace



Obrázek 16.

80,4 % preferuje u svých cest méně známé lokality a 19,6 % naopak masové destinace.

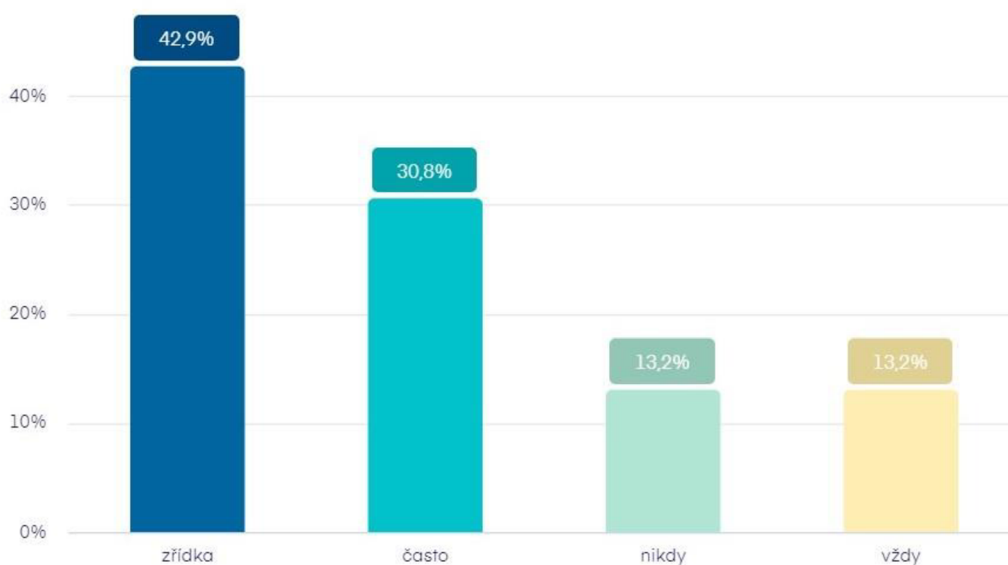
## 7. Sportovní aktivita jako hlavním motiv k výjezdu



Obrázek 17.

Pro 8 % ze všech dotázaných je sportovní aktivita hlavním motivem k výjezdu vždy a pro 32,1 % často. 37,5 % uvedlo, že zřídka a 22,3 % nikdy.

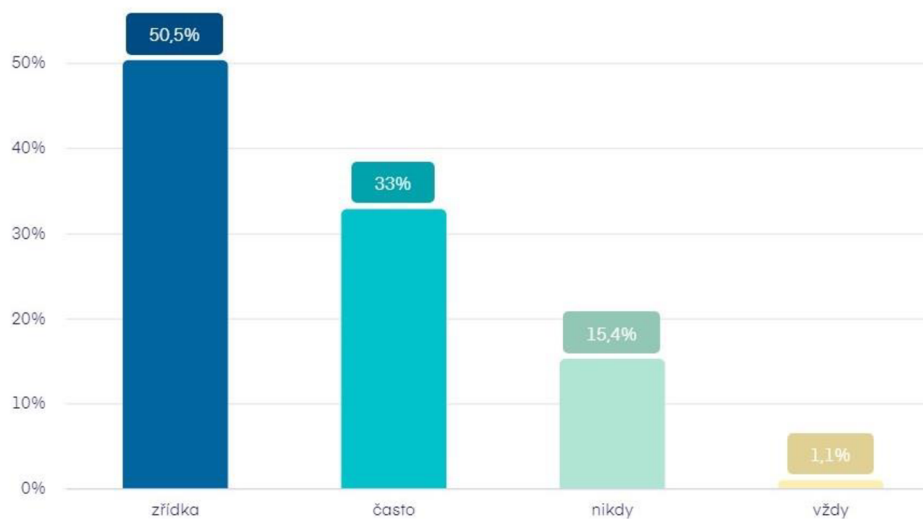
## 8. Uvědomování si negativních dopadů sportovních aktivit



Obrázek 18.

Z dotázaných, kteří alespoň jednou za posledních 5 let vycestovali za sportovní aktivitou, si 42,9 % zřídka uvědomuje dopady těchto činností, 30,8 % naopak často. 13,2 % uvedlo že nikdy a stejné procento uvedlo, že vždy.

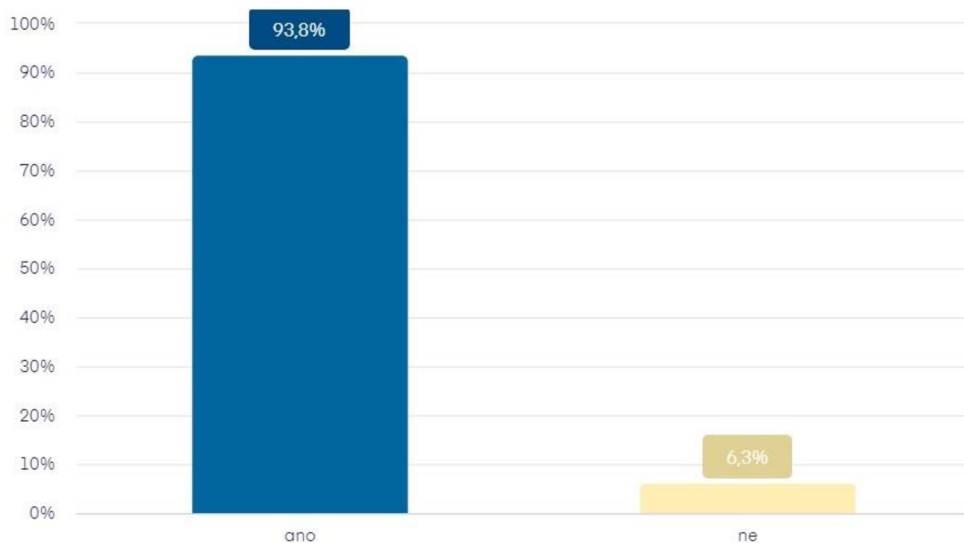
## 9. Zájem o to, zda-li v destinaci svou činností respondent přispívá



Obrázek 19.

Zhruba polovina (50,5 %) uvedlo že se zřídka zajímá o to, zda-li v cílové destinaci svou činností přispívá, 33% často, 15,4 % uvedlo že nikdy a 1,1 % vždy.

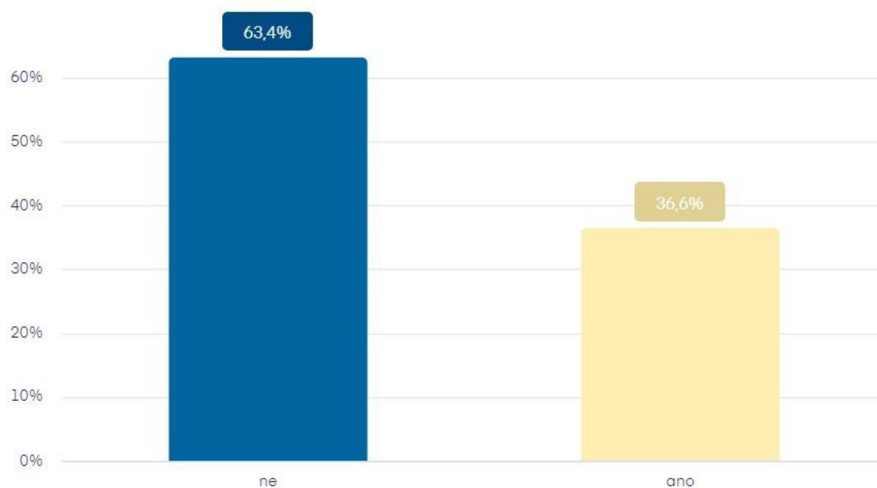
## 10. Uvědomování si možnosti ztráty kulturní identity v důsledku velkého přílivu turistů



Obrázek 20.

93,8 % respondentů si je vědoma možnosti ztráty kulturní identity v důsledku velkého přílivu turistů. Pouze 6,3 % si toho vědomých není.

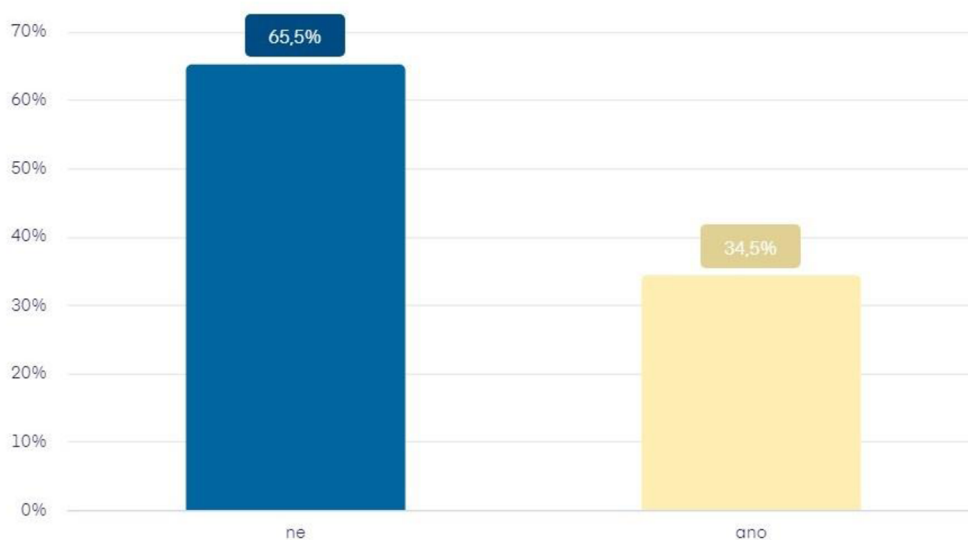
## 11. Povědomí o iniciativě „restart turismu“



Obrázek 21.

63,4 % o tomto konceptu nikdy neslyšelo a 36,6 % ano.

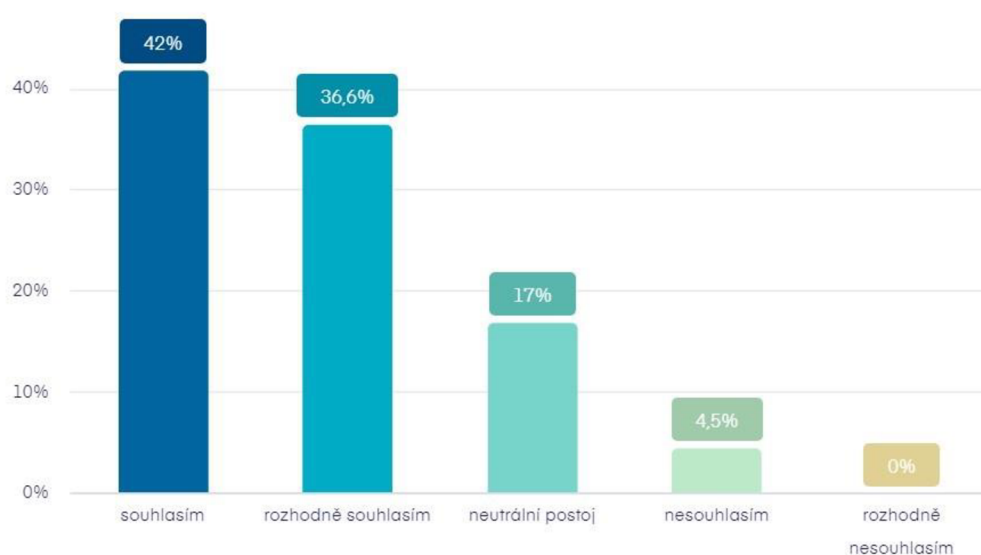
## 12. Změna cestovních návyků v kontextu sportovních aktivit po pandemické krizi



Obrázek 22.

65,5 % se domnívá, že se jejich cestovní návyky v rámci sportovních aktivit po pandemické krizi nijak nezmění, a 34,5 % se naopak domnívá, že ano.

## 13. Uvědomění si důležitosti cestování pro kvalitu života a osobní štěstí v návaznosti na pandemickou krizi

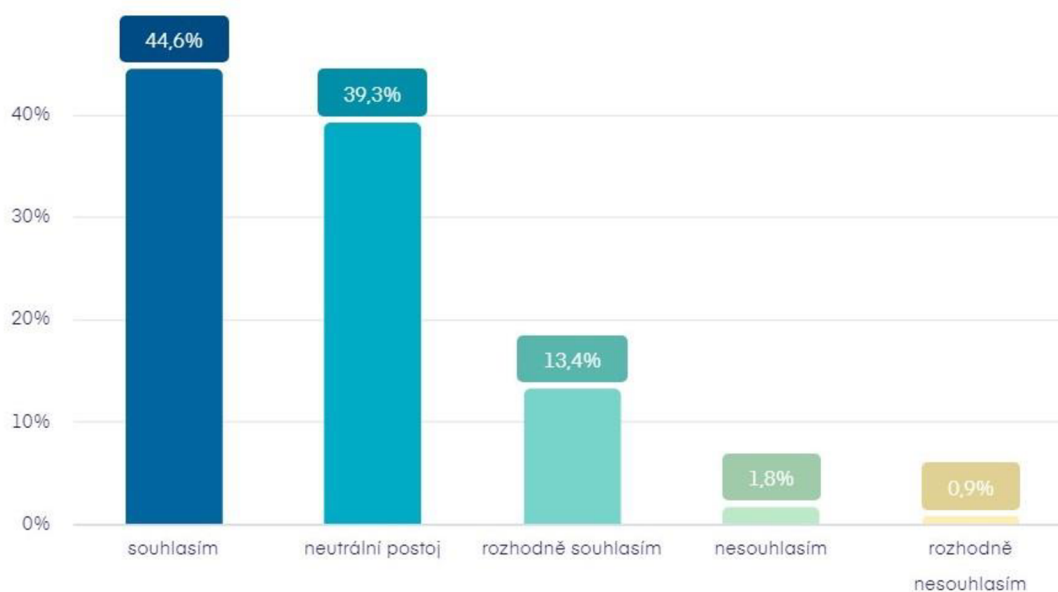


Obrázek 23.

36,6 % s tímto tvrzením rozhodně souhlasí a 42 % souhlasí. 17 % zastává neutrální postoj a 4,5 % nesouhlasí. Rozhodně nesouhlasí nikdo.



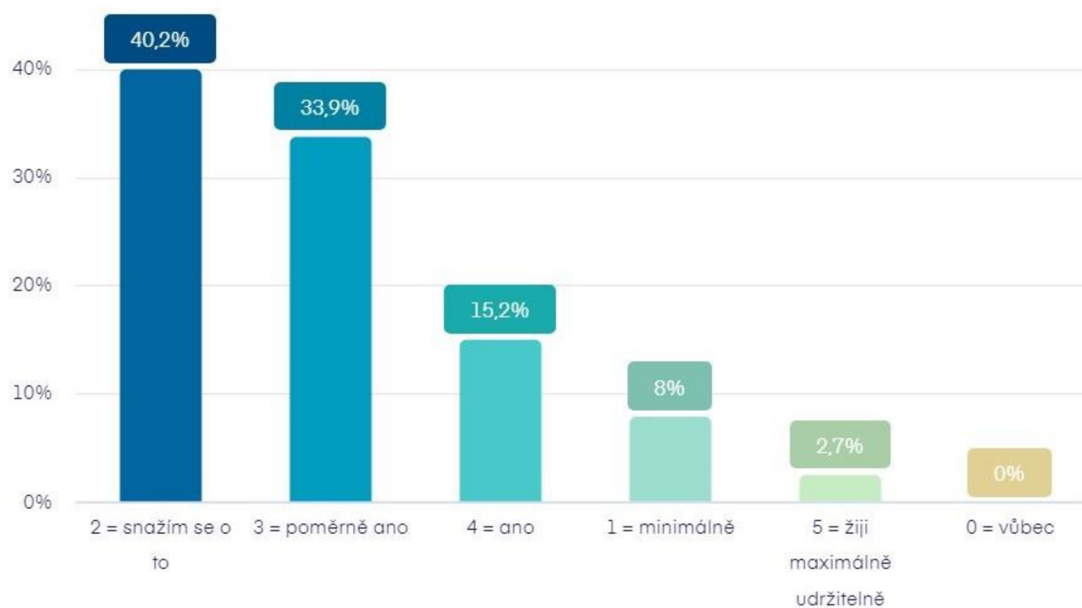
#### 14. Preference destinací zaměřených na dlouhodobě udržitelný rozvoj



Obrázek 24.

44,6 % z dotázaných bude preferovat destinaci zaměřenou na udržitelný rozvoj. 39,3 % má k tomuto stanovisku neutrální postoj. 13,4 % rozhodně souhlasí, 1,8 % nesouhlasí a 0,9 % rozhodně nesouhlasí.

#### 15. Subjektivní vnímání vlastního udržitelného způsobu života

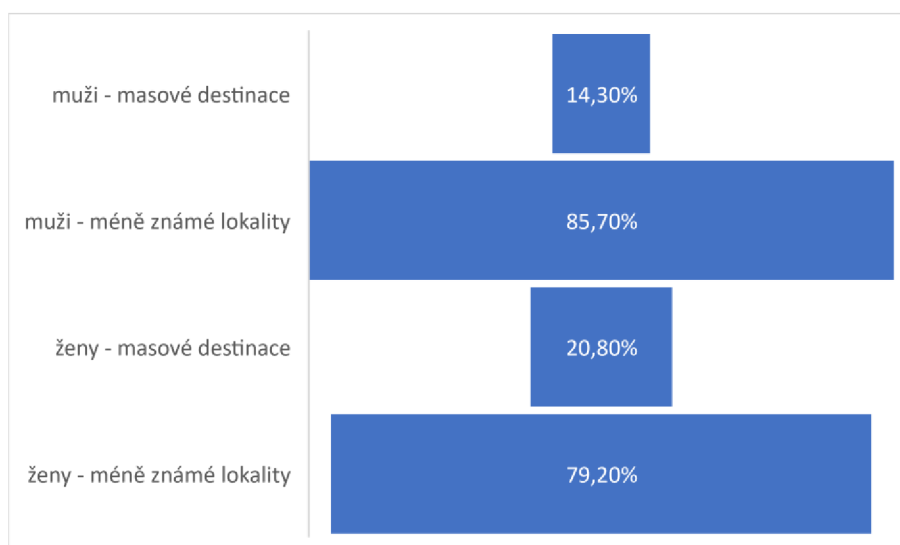


Obrázek 25.

Největší procento dotázaných (40,2 %) uvedlo, že se snaží žít udržitelně. 33,9 % se považuje za poměrně udržitelně žijící a 15,2 % tvrdí, že žijí udržitelně. 8 % uvedlo, že žije minimálně udržitelně a 2,7 % naopak uvádí, že žijí maximálně udržitelně. Nikdo z dotázaných neuvedl, že by vůbec nežil udržitelně.

Na základě hledání hlubších souvislostí bylo zjištěno:

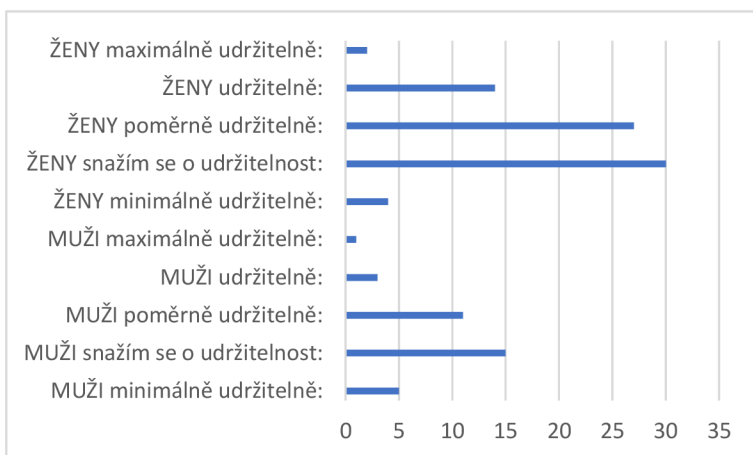
### 1. Preference destinace dle pohlaví



Obrázek 26.

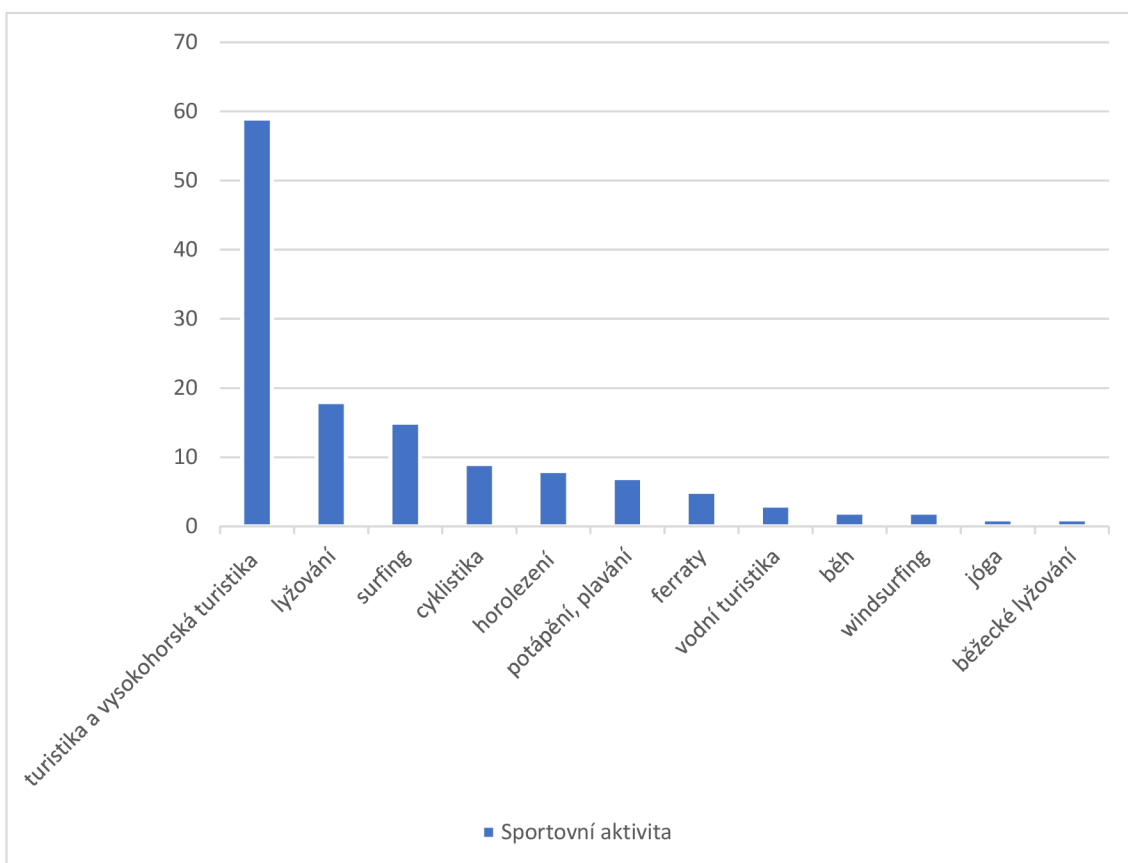
14,3 % z dotázaných mužů preferuje masové destinace a 85,7 % méně známé lokality. Podobně je tomu u žen, kdy 20,8 % preferuje masové destinace oproti 79,2 %, která preferují lokality méně známé.

## 2. Subjektivní vnímání udržitelnosti dle pohlaví



Obrázek 27.

## 3. Nejčastější sportovní aktivita provozovaná v rámci cestování



Obrázek 28.

Nejčastějším sportem, který mladí sportovní cestovatelé uvedli, je turistika a vysokohorská turistika, následovalo lyžování a surfing. Dále se často vyskytoval snowboarding, cyklistika, horolezení nebo potápění, plavání a ferraty. Méně čtená byla vodní turistika, běh, windsurfing, jóga nebo běžecké lyžování.

## 6 Diskuze

Zhruba polovina dotázaných mladých Čechů alespoň jednou za posledních 5 let vycestovala za určitou sportovní aktivitou, a dokonce pro zhruba 40 % bývá sportovní aktivita hlavním motivem k výjezdu. Dle výzkumu CzechTourism (2004) převažují 4 základní motivující produkty, mezi které patří rekreační sport s 12 % na 2. místě (1. místo kulturní památky 34 %). Komosná (2021) ve své bakalářské práci, kde typický respondent byl ve věku 18-34 let a měl bydliště v Jihomoravském kraji, dle jejího výzkumu uvádí, že za sportem a turistikou, jakožto nejčastějším důvodem k dovolené, vyjíždí 37,7 % z dotázaných a v roce 2020 byl sport a turistika 2. nejčastější motiv k výjezdu, což je téměř shodný výsledek.

Schwartzhoffová (2010) ve své publikaci uvádí, že v případě zimní rekreace je sportování dokonce hlavním motivem k výjezdu. Většina respondentů, kteří v mém výzkumu uvedli, že vyjeli za některou ze zimních sportovních aktivit, zároveň uvedli, že tato aktivita byla jejich hlavním motivem. Zde se generace Z od zbytku populace nijak neliší.

Pouze 19,6 % respondentů tohoto výzkumu (z toho 14,3 % mužů a 20,8 % žen) preferuje masové destinace. Jelikož je masový cestovní ruch spojován právě s velkými zásahy do životního prostředí a jeho narušováním (Kotíková & Schchwartzhoffová, 2017), výsledky korelují se subjektivním vnímáním vlastního udržitelného života respondentů, kde žádný z nich neodpověděl, že by žil neudržitelně a naopak více než polovina se za udržitelné považuje a zbylých 40, % se o to snaží. Také to odpovídá obecným charakteristikám generace Z, kdy se uvádí, že její zástupci jsou velice zodpovědní, jak vůči environmentálnímu prostředí, tak i vůči jiným sociálním oblastem. Také můžeme vidět souvislost s jejich velice dobrou informovaností a propojeností (Consumers of Tomorrow, 2011), kdy odpovědný účastník cestovního ruchu znamená informovaný a informace vyhledávající (Pásková & Zelenka, 2018).

Nejčastěji se vycestovalo za vysokohorskou turistikou a turistikou. Už dle Neumana a kolektivu (2000) byla turistika jedním z nejvíce se rozvíjejících sportů a pohybových činností vůbec a ve výzkumu týkajícího se studentů Univerzity Palackého z roku 2016 (Linduška, 2016) a jejich sportovních preferencí, se turistika také umístila, společně s dalšími 2 aktivitami, na prvním místě. Dále Korvas (2007) uvádí, že nejrozšířenější druhy aktivních forem cestovního ruchu jsou turistika pěší, vodní, zimní, vysokohorská a cykloturistika, což s výsledky tohoto výzkumu také souhlasí.

V porovnání s výzkumem Rončáka (2020), který zkoumal cestování po pandemii koronaviru, kde zkoumaným vzorkem byli obyvatelé ČR všech věkových skupin, přičemž největší zastoupení měla věková kategorie 24-44 let, jsme na otázku důležitosti cestování na kvalitu života, došli také k velice podobným závěrům. Věková kategorie 15-24 let tvořila 12 %. U otázky budoucí preference destinací zaměřených na udržitelný rozvoj se ani v tomto případě generace Z neliší od zbytku populace.

Výzkum z aktualne.cz (2020) také uvádí, že generaci Z už příliš nelákají cesty do ciziny, například právě z důvodu rozvoje technologií, nebo také, dle Buchtíka (2020), z finančních důvodů. Pořád je dle nich ale více než 50 %, kteří považují cestování za důležité, dokonce až klíčové. Dle mého výzkumu si většina z respondentů po pandemické krizi uvědomila nebo se ujistila ve stanovisku, že pro ně cestování hraje důležitou roli v životě a v jejich štěstí.

## 7 Závěry

Hlavním cílem práce bylo posouzení vztahu české generace Z k udržitelnému cestování v rámci sportovních aktivit. Data byla získávána v období od dubna do června 2021 a bylo získáno 112 platných odpovědí.

Bylo zjištěno, že polovina z dotázaných, která alespoň jednou v posledních 5ti letech vycestovala za sportovní aktivitou nejeví veliký zájem o to, zda-li v navštěvované destinaci svou sportovní i jinou činností napomáhá k rozvoji místní komunity. Nemůžeme ale říci, že druhá polovina se o danou tematiku naopak zajímá. Pouze něco málo přes čtvrtinu z dotázaných považuje toto téma za důležité. O trochu pozitivnější je to v případě dopadů způsobené sportovní aktivitou, kde jsou mladí cestovatelé ohleduplnější a uvědomělejší. Pro zhruba 40 % ze všech dotázaných bývá sportovní aktivita hlavním motivem k rekreační cestě.

Výzkum také ukázal, že většina zástupců starší generace Z se považuje za udržitelně žijící, což je sice subjektivní vnímání, zato velice pozitivní.

Díličními cíli bylo zjistit nejčastější sportovní aktivitu, za kterou mladí Češi vyjíždějí, zhodnotit jejich vztah k udržitelnosti a cestování, a také zjistit, zda-li pandemická krize covid-19 nějakým způsobem změnila jejich postoj k cestování.

Nejčastější sportovní aktivitou byla jednoznačně vysokohorská turistika s turistikou. Následovaly zimní sporty jako lyžování a snowboarding, a také surfing. Celkem bylo uvedeno 13 nezávisle na sobě se opakujících sportů a aktivit.

Jak již bylo řečeno, zástupci generace Z se považují za udržitelně žijící. V kontextu cestování si je většina z nich vědoma negativních dopadů, které mohou sami způsobovat a také jsou z veliké většiny ochotni tyto dopady nějakým způsobem kompenzovat. To je poměrně příhodné, protože nejčastěji uváděný způsob dopravy byl automobil a letadlo, oproti například hromadným dopravním prostředkům. Více než 3x za rok vyjede zhruba 20 % z dotázaných.

Výzkum také potvrdil, že díky pandemické krizi si většina z respondentů uvědomila a utvrdila se, že cestování pro ně stále hraje důležitou roli, ať pro kvalitu jejich života či osobní štěstí. Z výzkumu také vyplývá, že mladí Češi budou preferovat dlouhodobě udržitelné lokality.

## 8 Souhrn

Tato práce se zabývá tématem vztahu mladých Čechů k udržitelnému cestování v rámci sportovních aktivit a jejich vztahu k udržitelnosti obecně. Je rozdělena na teoretickou a praktickou část, kdy část teoretická nás seznamuje s pojmy jako cestovní ruch, jeho dopady, udržitelnost a udržitelný turismus, aktivní turismus a sportovní aktivity a nakonec generace Z a změny v cestovním ruchu po pandemické krizi. Praktickou částí je kvantitativní výzkum zkoumající mladé lidi ve věku zhruba od 18-26 let s trvalým bydlištěm na území České republiky.

Z teoretické části a jejích poznatků vyplývá komplexnost a také aktuálnost daných témat. Jedny z globálních fenoménů jsou udržitelnost a udržitelný cestovní ruch a s nimi spojené dopady cestovního ruchu, přičemž generace Z je právě ta, která považuje například téma klimatické změny za stěžejní. Z důvodů změn populace v životním stylu, vysokým číslem předčasného úmrtí v důsledku civilizačních chorob a nedostatku pohybové aktivity, a také vzhledem k oboru studia autorky, bylo relevantní se na dané téma podívat z kontextu sportovních aktivit.

Část praktická zkoumala 112 zástupců ze starší generace Z, přičemž v ČR tuto generaci tvoří necelých dvacet procent populace. 68,8 % z dotázaných byly ženy. Výzkum probíhal online od dubna do června 2021, dotazník obsahoval 20 otázek a největšímu procentu z respondentů zabral 2-5 minut. Dotazovaní byli ze všech krajů České republiky, nejpočetnější skupina byla z Jihomoravského kraje, a naopak nejméně zastoupený byl kraj Plzeňský. Mezi respondenty byla nejpočetnější skupina studentů, ať z univerzit a vysokých škol různých oborů a ročníků, nebo z gymnázií a středních škol.

Výsledky z výzkumu poukazují na vztah mladých lidí k cestování, sportování v rámci rekreačních cest a také, v návaznosti na to, vztah k udržitelnosti a životnímu prostředí. Dále zjišťuje nejpopulárnější sportovní aktivity, jakožto motiv k výjezdu mladých lidí z České republiky a změnu vztahu k cestování po celosvětové pandemické krizi covidu-19.



## 9 Summary

This thesis deals with the attitude of young Czechs to sustainable travel within the framework of sport activities and also their attitude towards sustainability in general. It is divided into theoretical and practical part, when the practical one defines the terms of tourism and its impacts, term of sustainability and sustainable tourism, active tourism and sport activities, and finally also the term of generation Z and changes in tourism after the pandemic of covid-19. The practical part presents a quantitative research, investigating young people at the age of 18-26, with residence in the Czech Republic.

The theoretical part shows the complexity and also topicality of the chosen issue. One of the global topics is sustainability and sustainable tourism, and generation Z is the one, which considers for example the climate change case as fundamental. Since people's lifestyle changes globally and the number of premature deaths caused by chronic diseases or lack of physical activity increases, also with regards to author's field of study, was relevant to consider this topic from the context of sport activities.

The practical part focuses on 112 representatives of generation Z, while in the Czech Republic makes generation Z twenty percent. 68,8 % of the respondents were women. The research took place online, from April until June 2021, the questionnaire included 20 questions and to most of the respondents took to answer 2-5 minutes. The respondents were from all of the regions in the Czech Republic, while the most answers were from Jihomoravsky kraj and the least from Plzensky kraj. Most of the respondents were students of different fields.

The research results show the attitude of young people to travelling, to doing sports and sport activities while travelling and in this context their relationship to sustainability and the environment. The results also point to the most popular sport activities as a motivator to travel, among young Czechs and also the change of perception of travelling after the global pandemic.

## 10 Referenční seznam

- Brymer, E., Downey, G., & Gray, T. (2009). Extreme Sports as a Precursor to Environmental Sustainability. *Journal of Sport & Tourism*.
- Bryon, J. (2002). *The Challenge of Measuring Tourist-Resident Impact*.
- Buhalis, D. (2000). *Marketing the Competitive Destination of the Future*.
- Cater, E. (1993). Ecotourism in the third world: problems for sustainable tourism development. *Tourism Management*, 14(2), 85–90. [https://doi.org/10.1016/0261-5177\(93\)90040-R](https://doi.org/10.1016/0261-5177(93)90040-R)
- Čech, J. (1998). *Malá encyklopedie cestovního ruchu*. Idea Servis.
- Cestovní ruch a udržitelný rozvoj*. (2007). Ministerstvo pro místní rozvoj ČR. [www.mmr.cz](http://www.mmr.cz)
- Chen, C.-C., Chen, C.-W., & Tung, Y.-C. (2018). Exploring the Consumer Behavior of Intention to Purchase Green Products in Belt and Road Countries: An Empirical Analysis. *Sustainability*, 10(3), 854. <https://doi.org/10.3390/su10030854>
- Current World Population*. (2021). <https://www.worldometers.info/world-population/>
- Disman, M. (2011). *Jak se vyrábí sociologická znalost - příručka pro uživatele*.
- Dorđević, N. (<https://orcid.org/000.-0002-3630-6867>), & Kostić, M. (<https://orcid.org/000.-0001-8105-8033>). (2019). Factors that affect the tourists perception about the destination ecological sustainability. *Sustainable Agriculture and Rural Development in Terms of the Republic of Serbia Strategic Goals Realization within the Danube Region : Sustainability and Multifunctionality : Thematic Proceedings*, 5, 572–588. [https://www.iep.bg.ac.rs/images/stories/izdanja/Tematski Zbornici/Thematic Proceedings\\_2019.pdf](https://www.iep.bg.ac.rs/images/stories/izdanja/Tematski_Zbornici/Thematic_Proceedings_2019.pdf)
- Gibson, H. (2006). *Sport tourism: concepts and theories*.
- Grail Research. (2011). *Consumers of Tomorrow November 2011 Executive Summary. November 2011*, 1–16.
- Harjo, I. W. W., & Susanti, A. (2018). Potentials and Sustainability Index of Small-Scale Sports Tourism in Batu City. *International Journal of Social Science Studies*, 6(2), 10. <https://doi.org/10.11114/ijsss.v6i2.2828>
- Hesková, M. (2006). *Cestovní ruch pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. Fortuna.
- Hodaň, B., Hoffmannová, J., Klimešová, I., Skoumal, J., Šebek, L., & Válková, H. (2013). *Fenomén X-sportů a aktivit*.
- Inskon, C., & Minnaert, L. (2012). *Tourism management: an introduction*.
- Is there demand from European tour operators for sustainable tourism suppliers in developing countries?* (2017). [www.cbi.eu/market-information/tourism/sustainable-suppliers/](http://www.cbi.eu/market-information/tourism/sustainable-suppliers/)
- Jeong, Y., Kim, S. K., & Yu, J. G. (2020). Sustaining sporting destinations through improving tourists' mental and physical health in the tourism environment: The case of Korea.

- International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(1).  
<https://doi.org/10.3390/ijerph17010122>
- Kaplanidou, K., & Vogt, C. (2010). The meaning and measurement of a sport event experience among active sport tourists. *Journal of Sport Management*, 24(5), 544–566.  
<https://doi.org/10.1123/jsm.24.5.544>
- Kirchner, J. (2007). *Emotivní pohybové aktivity jako součást kvality života*.
- Koens, K., Postma, A., Papp, B., & Yeoman, I. (2018). 'Overtourism'? – *Understanding and Managing Urban Tourism Growth beyond Perceptions*. World Tourism Organization (UNWTO). <https://doi.org/10.18111/9789284419999>
- Komosná, E. (2021). *Proměny cestovního ruchu v souvislosti s koronavirovou krizí*. Univerzita Palackého Olomouc.
- Korvas, P. (2007). *Aktivní formy cestovního ruchu*.
- Kotíková, H., & Schhwartzhoffová, E. (2017). *Cestovní ruch*.
- Křížek, F., & Neufus, J. (2014). *Moderní hotelový management - nejnovější poznatky a trendy v řízení hotelů: komplexní informace o hotelovém provozu a jeho organizaci: optimalizace provozu s ohledem na ekologii a etiku: případové studie a příklady (2.)*. Grada.
- Kubátová, H. (2013). *Sociologický výzkum pro andragogy: studijní text pro kombinované studium*.
- Linduška, P. (2016). *Pohybová aktivita a sportovní preference studentů Univerzity Palackého v Olomouci*. Palackého Univerzita.
- Mikoška, J. (2006). *Outdoroové sporty*. Computer Press.
- Mladjenović, D. (2021). *Udržitelný cestovní ruch*. Vysoká škola hotelová v Praze 8, spol. s. r. o.
- Morse, S. (2012). Sustainability: a word of our time. *Sustainability*, 1–18.  
<https://doi.org/10.1017/cbo9780511780288.002>
- Neuman, J., Brtník, J., Ďoubalík, P., Šafránek, J., Vomáčko, L., & Vomáčková, S. (2000). *Turistika a sporty v životě*. Portál.
- O'Brien, D., & Ponting, J. (2013). Sustainable surf tourism: A community centered approach in papua new Guinea. *Journal of Sport Management*, 27(2), 158–172.  
<https://doi.org/10.1123/jsm.27.2.158>
- Olivera, Javier; Olivera, Al. (2013). Las actividades físicas de aventura en la naturaleza: estudio sobre la oferta y la demanda en el sector empresarial. *Apunts: Educación Física y Deportes*, 57, 86–95.
- Pásková, M. (2009). *Udržitelnost rozvoje cestovního ruchu*.
- Pásková, M., & Zelenka, J. (2018). *Společensky odpovědný cestovní ruch*.
- Paul James. (2015). *Urban Sustainability in Theory and Practice: Circles of Sustainability*.
- Říčan, P. (2010). *Psychologie osobnosti, obor v pohybu*. Grada.
- Robinson, P., & Wiltshier, P. (2011). *Community Tourism*.

- Rojo-Ramos, J., Martín-Carmona, R., Galán-Arroyo, C., Manzano-Redondo, F., García-Gordillo, M. Á., & Adsuar, J. C. (2020a). Trekking tourism in Spain: Analysis of the sociodemographic profile of trekking tourists for the design of sustainable tourism services. *Sustainability (Switzerland)*, 12(21), 1–10. <https://doi.org/10.3390/su12219113>
- Rojo-Ramos, J., Martín-Carmona, R., Galán-Arroyo, C., Manzano-Redondo, F., García-Gordillo, M. Á., & Adsuar, J. C. (2020b). Trekking tourism in Spain: Analysis of the sociodemographic profile of trekking tourists for the design of sustainable tourism services. *Sustainability (Switzerland)*, 12(21), 1–10. <https://doi.org/10.3390/su12219113>
- Rothman, D. (2014). A Tsunami of Learners Called Generation Z. *Public Safety: A State of Mind*, 1, 1–5. [www.mdle.net/Journal/A\\_Tsunami\\_of\\_Learners\\_Called\\_Generation\\_Z.pdf](http://www.mdle.net/Journal/A_Tsunami_of_Learners_Called_Generation_Z.pdf)
- Schultz, P. W. (2002). Inclusion with nature: the psychology of human-nature relations. *Psychology of Sustainable Development*.
- Schwartzhoffová, E. (2010). Sportovní turismus. *Tělesná Kultura*, 33(2), 97–106. [https://telesnakultura.upol.cz/artkey/tek-201002-0006\\_SPOROVNI\\_TURISMUS.php](https://telesnakultura.upol.cz/artkey/tek-201002-0006_SPOROVNI_TURISMUS.php)
- Sekot, A. (2003). *Sport a společnost*. Paido.
- Skočková, L. (2015). *Trvalá udržitelnost cestovního ruchu v mikroregionu Hodonínsko*.
- Sport Tourism and the Sustainable Development Goals (SDGs)*. (2019).
- The Case for Responsible Travel: Trends and Statistics*. (2018). [www.responsibletravel.org/docs/The\\_Case\\_for\\_Responsible\\_Travel\\_2018\\_FINAL\\_FOR\\_WEB.pdf](http://www.responsibletravel.org/docs/The_Case_for_Responsible_Travel_2018_FINAL_FOR_WEB.pdf)
- Tourism 4 SDGs*. (n.d.). <https://www.unwto.org/tourism4sdgs>
- UNWTO. (2020). *the Unwto Global Guidelines To Restart Tourism*. May, 1–2.
- Weed, M. (2008). *Sport and tourism*.
- WTO. (2005). *Making Tourism More Sustainable - A Guide for Policy Makers*.
- Yang, G., & Kang, J. H. (2011). *The effect of sport event participating determinants on satisfaction and behavior intention*.
- Żarczyńska-Dobiesz, A., & Chomętowska, B. (2014). Pokolenie „Z” na rynku pracy – wyzwania dla zarządzania zasobami ludzkimi. *Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego We Wrocławiu*, 350. <https://doi.org/10.15611/pn.2014.350.36>
- Zatracená Generace*. (2020). <https://magazin.aktualne.cz/zatracena-generace-z/r~d1f1da48debd11e9926e0cc47ab5f122/#>
- Zelenka, J., & Pásková, M. (2012). *Výkladový slovník cestovního ruchu*.

## 11 Přílohy

### 1. Jak často cestuješ do zahraničí?\*

Vyberte jednu odpověď

max. jednou ročně

2-3 za rok

více než 3x za rok

### 2. Jaký způsob dopravy využíváš do cílové destinace nejčastěji?\*

Vyberte jednu nebo více odpovědí

letadlo

autobus

vlak

automobil

jiné...

### 3. Uvědomuješ si případné negativní dopady vzniklé z tvého cestování?\*

(doprava do destinace, pobyt v destinaci, forma provozované aktivity,...)

ano

ne

#### 4. Byl bys případně ochoten kompenzovat tyto negativní dopady?\*

(např. finanční poplatek za emise CO2, vysazování stromků, dary charitativního charakteru,...)

#### 5. Podílel ses ve Tvé cílové destinaci v rámci udržitelnosti na nějaké ekologické/humanitní akci?\*

(např. vyčištění pláže, sběr odpadků, vysazování stromků,...)

#### 6. Co preferuješ?\*

Vyberte jednu odpověď

#### 7. Bývá konkrétní sportovní aktivita hlavním motivem k Tvé rekreační cestě?\*

Vyberte jednu odpověď

## 8. Pokud ano, kvůli které sportovní aktivitě jsi v posledních 5ti letech vycestoval?

(surf, mountain biking, turistika,...)

Napište jedno nebo více slov...



500

## 9. Když vycestuješ, zajímáš se o to, zda-li svou sportovní aktivitou v dané destinaci nenarušuješ přírodu, kulturu, biodiverzitu,...?

Vyberte jednu odpověď

vždy

často

zřídka

nikdy

## 10. Zajímáš se při Tvé cestě o to, zda-li v dané destinaci Tvou sportovní aktivitou a další činností napomáháš místní komunitě v rozvoji a jestli svou činností podporuješ?

(např. ubytováním se u místní rodiny, zapůjčením vybavení u místních namísto od nadnárodní společnosti, nákup v lokálním obchodě,...)

vždy

často

zřídka

nikdy

**11. Uvědomuješ si, že velkým přílivem turistů může daná lokalita ztratit svou kulturní identitu?\***

ano

ne

**12. Slyšel jsi o restartu turismu v návaznosti na pandemii Covid-19?\***

ano

ne

**13. Domníváš se, že se změní Tvé cestovní návyky v cílové destinaci při provozování konkrétní sportovní aktivity po pandemické krizi?**

ano

ne

**14. Ještě víc jsem si uvědomil, že cestování po ČR a do zahraničí je nesmírně důležité pro mé osobní štěstí a významně zvyšuje kvalitu mého života.\***

Vyberte jednu odpověď

rozhodně souhlasím

souhlasím

neutrální postoj

nesouhlasím

rozhodně nesouhlasím



### 15. Budu preferovat návštěvu destinací zaměřených na dlouhodobě udržitelný rozvoj - ty, které zohledňují své obyvatele a okolní přírodu.\*

Vyberte jednu odpověď

rozhodně souhlasím

souhlasím

neutrální postoj

nesouhlasím

rozhodně nesouhlasím

### 16. Jak bys sám sebe označil za "udržitelně žijícího" člověka na stupnici od 0-5?\*

Vyberte jednu odpověď

0 = vůbec

1 = minimálně

2 = snažím se o to

3 = poměrně ano

4 = ano

5 = žiji maximálně udržitelně

### 17. Co aktuálně děláš?\*

Prosím, specifikuj - student: instituce/(fakulta)/obor/ročník; zaměstnanec: pozice; podnikatel: oblast podnikání; jiné.

Napište jedno nebo více slov...



## 18. Kde máte trvalé bydliště?\*

Vyberte jednu odpověď

hlavní město Praha

Středočeský kraj

Jihočeský kraj

Plzeňský kraj

Karlovarský kraj

Ústecký kraj

Liberecký kraj

Královéhradecký kraj

Pardubický kraj

kraj Vysočina

Jihomoravský kraj

Olomoucký kraj

Zlínský kraj

Moravskoslezský kraj

jiné...

## 19. Pohlaví:\*

Vyberte jednu odpověď

žena

muž

nespecifikováno

## 20. Rok narození?\*

Napište jedno nebo více slov...



500