

**Univerzita Hradec Králové**  
**Fakulta informatiky a managementu**  
**Katedra rekreologie a cestovního ruchu**

**Moderní pojetí fitness programu jako produkt CR**

Analýza nabídek cestovních kanceláří

Bakalářská práce

Autor: Kristýna Tomášková  
Studijní obor: Management cestovního ruchu

Vedoucí práce: Ing. Veronika Židová, Ph.D.  
Odborný konzultant: Ing. Veronika Židová, Ph.D.

Hradec Králové

Srpen 2021

Prohlášení:

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci zpracovala samostatně a s použitím uvedené literatury.

V Hradci Králové dne 16.8.2021

Kristýna Tomášková

**Poděkování:**

Ráda bych tímto poděkovala vedoucí bakalářské práce, Ing. Veronice Židové, Ph.D., za metodické vedení práce, cenné rady a připomínky poskytnuté v průběhu tvorby práce. Dále bych chtěla poděkovat své rodině za psychickou podporu.

## **Anotace**

Bakalářská práce se zabývá možnostmi využití fitness programů jako produktu cestovního ruchu, kdy jsou fitness programy pojety široce a chápány jako provozování sportovně rekreačních aktivit v průběhu rekreace. V další řadě jsou zkoumány typy zájezdů, které respondenti vyhledávají a provozované sportovně rekreační aktivity během ní. Teoretická část práce nejprve seznamuje se základními pojmy potřebné k porozumění práce, jako je produkt CR, rekreologie, zdravý životní styl, nebo sportovní turismus. Dále také definici wellness a fitness. V praktické části je nejprve představena analýza vybraných cestovních kanceláří a následně jsou představeny výsledky dotazníkového šetření. V závěru práce jsou výsledky a poznatky diskutovány a následně je celá práce shrnuta a doplněna o doporučení pro cestovní kanceláře.

**Klíčová slova:** fitness, sportovně rekreační aktivity, aktivní dovolená, sportovní turismus, cestovní kancelář

## **Annotation**

The Bachelor thesis explores the possibilities of using fitness programs as a product of tourism, when fitness programs are widely conceived and understood as performing sports recreational activities during recreation. The next series examines the types of tours that respondents seek and sport recreation activities run during it. The theoretical part of the work first introduces the basic concepts needed to understand the work, such as CR product, recreation, healthy lifestyle, or sports tourism. Also the definition of wellness and fitness. In practical terms, an analysis of selected travel agents is first presented and the results of the questionnaire investigation are then presented. At the end of the work, the results and findings are discussed and then the whole work is summarised and supplemented with recommendations for travel agencies.

**Key word:** fitness, sports and recreational activities, healthy lifestyle, sport tourism, travel agency

## Obsah

|       |   |    |
|-------|---|----|
| 1     | Úvod.....   | 1  |
| 2     | Cíl práce.....                                      | 3  |
| 2.1   | Výzkumné otázky .....                               | 3  |
| 3     | Metodika zpracování.....                            | 4  |
| 3.1   | Metody výzkumu .....                                | 4  |
| 3.1.1 | Dotazník .....                                      | 5  |
| 3.2   | Výběr respondentů.....                              | 8  |
| 4     | Teoretická část .....                               | 9  |
| 4.1   | Produkt CR.....                                     | 9  |
| 4.2   | Rekreologie .....                                   | 10 |
| 4.3   | Zdravý životní styl.....                            | 11 |
| 4.4   | Sportovní turismus.....                             | 13 |
| 4.4.1 | Sportovně rekreační aktivity .....                  | 17 |
| 4.5   | Wellness.....                                       | 18 |
| 4.5.1 | Pojem wellness .....                                | 18 |
| 4.6   | Fitness.....  | 20 |
| 4.6.1 | Fitness – pojem, historie .....                     | 21 |
| 4.6.2 | Fitness program .....                               | 23 |
| 5     | Praktická část.....                                 | 24 |
| 5.1   | Analýza nabídek vybraných cestovních kancelářů..... | 24 |
| 5.1.1 | CK Kudrna.....                                      | 24 |
| 5.1.2 | CK Adventura .....                                  | 26 |
| 5.1.3 | CK frčíme.....                                      | 28 |
| 5.1.4 | Shrnutí analýzy vybraných CK.....                   | 29 |
| 5.2   | Vyhodnocení jednotlivých otázek dotazníku .....     | 31 |

|       |                                    |    |
|-------|------------------------------------|----|
| 5.2.1 | Shrnutí dotazníkového šetření..... | 49 |
| 6     | Shrnutí a diskuse výsledků.....    | 50 |
| 7     | Závěr a doporučení.....            | 53 |
| 8     | Seznam použitých zdrojů.....       | 55 |
| 9     | Přílohy.....                       | 59 |

## **Seznam obrázků**

|  |    |
|--|----|
| Obr. 1 Součásti zdravého životního stylu ..... | 12 |
| Obr. 2 Úvodní stránka webu CK Kudrna .....     | 24 |
| Obr. 3 Úvodní stránka webu CK Adventura.....   | 26 |
| Obr. 4 Úvodní stránka webu CK frčíme .....     | 28 |

## Seznam grafů

|  |    |
|--|----|
| Graf 1 Věkové rozložení respondentů .....                                    | 31 |
| Graf 2 Zájem respondentů o zdravý životní styl.....                          | 32 |
| Graf 3 Názor respondentů na zdravý životní styl.....                         | 33 |
| Graf 4 Četnost provozování sportovně rekreační aktivity.....                 | 34 |
| Graf 5 Možnosti cestování .....  | 36 |
| Graf 6 Preferovaný typ dovolené .....  | 37 |
| Graf 7 Preferovaný typ zájezdů .....   | 40 |
| Graf 8 Preferované roční období pro aktivní dovolenou.....                   | 41 |
| Graf 9 Vyhledávání prostor a vybavení pro sportovně rekreační aktivity ..... | 44 |
| Graf 10 Možnost dostupnosti vybavení.....                                    | 45 |
| Graf 11 Nově vyzkoušené sportovní aktivity na dovolené .....                 | 47 |



## **Seznam tabulek**

|   |    |
|---|----|
| Tabulka 1 Porovnání obecných informací CK.....                            | 30 |
| Tabulka 2 Nejčastěji provozované typy aktivit na dovolené .....           | 42 |
| Tabulka 3 Nejčastěji vyhledávané typy prostor a sportovního vybavení..... | 46 |
| Tabulka 4 Sportovně rekreační aktivity na dovolené.....                   | 48 |

# 1 Úvod

Každý si pod pojmem aktivní dovolená představí něco jiného. Pro někoho je aktivní dovolená skvělou regenerací a odpočinkem, zatímco jiní si myslí, že aktivní dovolená je za trest. Každý odpočívá jinak, někdo se celý den relaxuje a odpočívá a jiní aktivně sportují nebo vyhledávají aktivity a pohyb. Hlavním tématem této bakalářské práce jsou rekreačně sportovní aktivity provozované v průběhu dovolené jako součást moderního pojetí fitness programu, který je v práci chápán jako sportovně aktivní odpočinek s využitím nastaveného programu. Zkoumány jsou typy zájezdů, které účastník nejvíce vyhledává, dále také jakým sportovně rekreačním aktivitám se během dovolené věnuje a v neposlední řadě je zkoumána problematika zapůjčování vybavení pro již zmíněné sportovně rekreační aktivity.

Cílem celé práce je charakterizovat, jak respondenti využívají možnosti fitness programu, který je chápán jako provozování sportovně rekreační aktivity v rámci sportovně aktivní dovolené. Jaký je vztah respondentů k fitness programům a zároveň vnuknout myšlenku o možnosti aktivního odpočinku respondentům, kteří se účastní pouze odpočinku pasivního, protože sportovně rekreační aktivity v průběhu dovolené nebo zájezdu mohou účastníka nadchnout a motivovat k následnému provozování sportovních aktivit i ve svém volném čase. Dalším cílem je vymezení základních pojmů spojené s řešenou tematikou v propojení s cestovním ruchem.

Teoretická část práce bude definovat nejen zdravý životní styl, sportovní turismus, sportovně rekreační aktivity a produkt cestovního ruchu, ale i obor rekreologie, která znázorňuje trávení volného času aktivně. Ve zbylé části budou představeny pojmy wellness, fitness a fitness program.

V počátku praktické části bude analýza třech vybraných cestovních kanceláří, které se zaměřují na sportovní turismus, tato analýza bude shrnuta a zhodnocena. Následně bude navazovat rozbor dotazníku a jeho jednotlivých otázek. Z důvodu pandemie nebude umožněn osobní kontakt s tázanými, tudíž bude praktická část

ořizena o rozhovory a papírové verze dotazníků. Avšak otázky budou rozeslány pomocí internetového odkazu na sociální síti, nebo vyplněny po e-mailech pomocí wordového souboru. V práci bude využit kvantitativní výzkum, podložený dotazníkovým šetřením, které proběhne převážně mezi veřejností pomocí facebookové skupiny (Spolu)cestování a také bude distribuován v okruhu přátel a známých.

Informace získané z průběhu šetření budou zaznamenány v závěru práce. Dále bude také zmíněno doporučení, jak by mohly dané cestovní kanceláře nebo přímo daná střediska motivovat pasivně odpočívající účastníky k výběru aktivnější dovolené. V neposlední řadě upozornit účastníky dovolené na atraktivnost aktivního odpočinku.

## 2 Cíl práce

Podstata části teoretické je upozornit na důležitost pohybu, odpočinku, zdravé mysli a těla v každodenním životě. Dále také seznámit se základními pojmy spojené s bakalářskou prací. Ale cílem bakalářské práce je charakterizovat, jak jsou v rámci cestovního ruchu využívány možnosti fitness programů v průběhu rekreace, a to v širokém pojetí, kdy je fitness program chápán jako sportovně rekreační vyžití při aktivní dovolené. Praktická část má dále za cíl zjistit jaké typy zájezdů jsou respondenty vyhledávány a poměr respondentů, kteří využívají služby cestovních kanceláří a naopak těch, kteří cestují individuálně. V návaznosti také zjistit, jaký mají respondenti vztah k aktivní dovolené a jaké aktivity – jaký druh aktivního odpočinku si na svých cestách nejraději dopřávají.

K dosažení stanovených cílů této bakalářské práce bude využita kvantitativní metoda. Jsou vybrány 4 výzkumné otázky a odpovědi na ně budou hledány pomocí dotazníkového šetření. Respondenti budou tázáni na využití fitness programu – aktivního odpočinku propojeným se sportovně rekreačními aktivitami v různých destinacích v rámci cestovního ruchu (v přímořských oblastech, horských střediscích, ale například i v rámci sportovních pobytů a zájezdů).

### 2.1 Výzkumné otázky

V souladu se zaměřením výzkumu, který byl zaměřen na fitness programy v průběhu sportovně aktivní dovolené, byly zvoleny následující výzkumné otázky:

1. Má veřejnost větší zájem o aktivní nebo pasivní formu odpočinku?
2. Jaký typ zájezdů účastníci preferují?
3. Jaké sportovní aktivity účastníci nejčastěji provozují během své dovolené?
4. Je dostupnost sportovního vybavení v místě pobytu dovolené podmínkou?

Ke splnění cíle práce byla vybrána kvantitativní metoda výzkumu, a to formou dotazníkového šetření. Samotný dotazník se skládá ze 17 povinných otázek, z toho tři otázky jsou otevřené, kde mohl respondent rozepsat svůj názor, odůvodnění

odpovědi nebo zaznamenat požadovanou odpověď. Dotazník je z větší části tvořen uzavřenými otázkami s jednou možnou odpovědí, u čtyř otázek je možné vybrat více jak jednu odpověď.

Otázky jsou rozděleny do pěti kategorií, a to podle čtyřech zvolených výzkumných otázek plus úvodní identifikace. První kategorie je úvodní analýza (pohlaví, věk), druhá kategorie se zaměřuje na volbu respondenta pro aktivní nebo pasivní odpočinek, třetí kategorie se dotazuje na typ aktivní dovolené, čtvrtá na nejčastěji provozované aktivity během dovolené a pátá kategorie zjišťuje, zda respondenti požadují dostupnost sportovního vybavení v místě pobytu dovolené.

## **3 Metodika zpracování**

### **3.1 Metody výzkumu**

Teoretická část bakalářské práce je zpracována na základě odborné literatury a internetových zdrojů tak, aby byly předány jasné informace a seznámení o dané problematice tématu bakalářské práce.

Praktická část práce zprvu obsahuje analýzu tří vybraných cestovních kanceláří se zaměřením na sportovní turismus, která má potvrdit či vyvrátit odpovědi respondentů z dotazníkového šetření, a to porovnáním nabídek jednotlivých zájezdů. Cestovní kanceláře jsou vybrány náhodně pomocí Google vyhledávače, jako by je hledal obyčejný spotřebitel (do vyhledávače bylo zadáno spojení „aktivní dovolená“), ale musely splňovat kritérium nabídky aktivní dovolené propojenou se sportovně rekreačními aktivitami, které by mohly následně tvořit daný fitness program a podmínku aktivního odpočinku. Další podmínkou byla různorodost nabídky zájezdů, aby se daly dané kanceláře porovnávat. Byla porovnána atraktivnost nabídky zájezdů, které byly zmíněny v dotazníkovém šetření v otázce číslo 11 a vedlejších služeb dané cestovní kanceláře. Analýza je zhodnocena v odstavci v kapitole 5.1.4 a vypíchnuta nejlepší a nejatraktivnější cestovní kancelář na zprostředkování zájezdu. Dále praktická část obsahuje podrobný rozbor

jednotlivých otázek z dotazníkového šetření pomocí grafického a tabulkového znázornění a v návaznosti jsou výsledky šetření shrnuty a rozebrány. V posledních bodech je shrnuta a prodiskutována práce jako celek a doplněna o doporučení.

### **3.1.1 Dotazník**

Dotazník vytvořený pro účely této bakalářské práce (viz. Příloha č. 1), byl zpracován na webových stránkách [www.surveio.com](http://www.surveio.com), na kterých je umožněno bezplatně vytvořit nejen dotazníkový výzkum. Dotazník byl distribuován elektronickou formou, a to zveřejněním odkazu na sociální síti Facebook ve skupině (Spolu)cestování, ale také pomocí vyplněním v dokumentu Word, který byl rozeslán v příloze emailu.

Dotazník byl anonymní a respondentům bylo položeno celkem sedmáct otázek. V dotazníku byly použity otázky uzavřené, polouzavřené s možností jedné a více odpovědí, ale i otázky otevřené. Otázky byly rozděleny do pěti kategorií.

Otázky číslo 1 a 2 jsou úvodní a věnují identifikaci respondenta, otázky číslo 3–5 pak zjišťují zájem a názor na zdravotní životní styl v souvislosti jak s konzumováním zdravých potravin, tak i sportu. Otázky 6–10 jsou zaměřeny na typy dovolených a zájezdů, které si respondent pro svou aktivní dovolenou vybírá. Zbytek dotazníku doplňují otázky číslo 11–16, které se zabývají sportovně rekreačními aktivitami v průběhu rekreace a dostupností vybavení pro dané sportovní aktivity. Poslední otázka číslo 17 je určena pro poznámky, doplnění a připomínky.

#### **Otázky 1–2**

První otázka rozděluje respondenty na muže a ženy, otázka číslo 2 se věnuje věkové kategorii. Pro účely práce bylo zvoleno 5 věkových kategorií populace. První kategorie je zaměřena na školní věk 0-16 let, druhá kategorie na dospívající a částečně dospělé 17-26 let, třetí (27-40 let) a čtvrtá (41-55 let) kategorie na dospělé a poslední pátá kategorie na staré 55 let a více.

### **Otázky 3-5**

Otázky číslo 3 a 4 byly zvoleny, aby zjistily pohled respondenta na zdravý životní styl a proč zdravě žijí nebo alespoň sportují. Otázka číslo 5 pak zjišťuje, jak moc se respondent zabývá sportovně rekreačními aktivitami ve svém volném čase. Otázka číslo 3 je rozdělovací - „Zajímáte se o zdravý životní styl?“ nabízí 3 základní odpovědi – „ano“, „ne“, „tyto dvě fáze se mi střídají“. Pokud respondent odpověděl „ne“, jeho vyplňování dotazníku bylo u konce. Pokud odpověděl zbylé dvě možnosti, mohl ve vyplňování dotazníku pokračovat. Otázka číslo 4 „Jaký máte názor na zdravý životní styl?“ měla na výběr z šesti odpovědí a pouze jedna byla možná. Na výběr byly odpovědi například: „zdravý životní styl je pro mě dobrou prevencí proti stresu a nemocím“, „žiji zdravě, protože to je v módě“, „pouze zdravě jím“, „nehlídám si jídelníček, ale sportuji“. Otázka číslo 5 – „Jak často se věnujete sportu a pohybovým aktivitám?“ nabízí možnosti „příležitostně“, „1x za týden“, „2x – 3x za týden“, „4x – 6x za týden“ nebo „denně“. Dotazník byl zaměřen převážně na sportovce a aktivně žijící jedince, proto byly vybrány takovéto možnosti odpovědí.

### **Otázka 6-10**

Tyto otázky jsou klíčové pro 1. a 2. výzkumnou otázku. Z výsledků bude tvořena podstata práce. Otázka číslo 6 se ptala na to, jakým směrem se respondent ubírá, když si vybírá dovolenou, zda raději cestuje po své ose/ na vlastní pěst, nebo si raději vybírá zájezdy připravené od CK nebo CA. Tato otázka byla zvolena z důvodu výše zmíněné analýzy vybraných cestovních kanceláří a agentur. Otázka číslo 7 zjišťuje „Jaký typ dovolené preferujete?“ a nabízí odpověď „aktivní“ (tato odpověď je určena pro ty, kteří na dovolené přímo vyhledávají sportovně rekreační aktivity), dále „spíše aktivní“ (vztahuje se k aktivní dovolené, kde nejsou sportovní aktivity účelem cesty, ale účastník se jim nebrání, protože ví, že následuje odpočinek), další nabízená odpověď byla „spíše pasivní“ (účastník si jede odpočinout na pláž, do termálních lázní, nebo do hor, ale nebrání se procházkám) a poslední možnost „pasivní“ (pro případ, že respondent jede na dovolenou pouze za účelem pasivní relaxace). Otázka 8 je otevřená a zjišťuje důvod odpovědi na předešlou otázku. Otázka číslo 9 uzavírá část dotazníku věnovanou průzkumu druhů aktivních dovolených – respondenti budou tázáni na typy vyhledávaných zájezdů

pro svou aktivní dovolenou. Nabízeny jsou možnosti – pobytové, pobytově – poznávací, pouze poznávací, sportovně založené a adventure zájezdy. Tyto skupiny jsou zvoleny v návaznosti na analýzu cestovních kanceláří v praktické části. Otázka číslo 10 je přechodná k následujícím otázkám. Táže se respondenta „Jaké roční období vyhovuje nejvíce pro Vaši aktivní dovolenou?“ a nabízí odpovědi „jaro/podzim“, „léto“ nebo „zimu“. Odpovídající má možnost zvolit až dvě roční období.

### **Otázky 11-16**

V návaznosti na otázku číslo 10 je respondentům položena otázka číslo 11 „Jaké typy aktivit na Vaší dovolené nejraději provozujete?“, která zároveň zajišťuje i zodpovězení výzkumné otázky číslo 3. Na výběr měl respondent z 9 možností jako například turistika, zimní sporty, cyklistika, adrenalinové sporty, vodní sporty, míčové hry, fitness, účast při animačních programech nebo odpověď jiné. V této otázce mohou respondenti vybírat až 4 odpovědi. Otázkou číslo 12 - „Vyhledáváte při dovolené prostory a vybavení pro sportovně rekreační aktivity?“ (myšleno bylo vybavení jako koloběžky, trekingové hole, míčové vybavení a prostory jako multifunkční sály, volejbalové hřiště, ...) se dostáváme do poslední části dotazníku, kde je zkoumána 4. výzkumná otázka této práce. Nabízené odpovědi k otázce byly následující: „ano“, „spíše ano“, „spíše ne“, „ne“. Otázka číslo 13 byla doplňující a zkoumá, zda si respondent do daného místa doveze vybavení své, či si raději vybírá ubytování s možností pronájmu, zapůjčením zdarma nebo vybavení nevyhledávají/nepotřebují ke svému aktivnímu odpočinku vůbec. Následující otázka číslo 14 je rozvíjející na otázku předešlou a zkoumá konkrétní vybavení a prostory, které účastník při dovolené vyhledává - „Pokud vyhledáváte vybavení a sportovní prostory pro rekreační aktivity, jaké to jsou?“. Respondent má možnost zvolit více následujících odpovědí: „Fitness centrum-posilovna“, „multifunkční sál“, „kola/koloběžky“, „lyže/běžky“, „hřiště na týmové sporty“, „vybavení na míčové hry“ nebo možnost „jiné“. Otázka 15 zkoumá, zda respondent vyzkoušel nějakou nevěšdní sportovní aktivitu, která není v naší zemi možná, nebo ji běžně na dovolené neprovozují. A otázka číslo 16 je otevřená, kde je požadováno uvést o jakou sportovní aktivitu jde a podělit se o zkušenost a popřípadě doporučení.



## **Otázka 17**

Otázka číslo 17 „Místo pro Vaše připomínky, poznámky a doplnění odpovědí“ je otevřená a dá respondentovi možnost komentovat dotazník jako takový, jeho nedostatky nebo kvality, ale převážně poslouží jako doplnění odpovědí k předešlým otázkám.

### **3.2 Výběr respondentů**

Dotazníkové šetření a následné vyhodnocení závěrů je provedeno na základě distribuce dotazníku v okruhu přátel a známých pomocí wordového souboru, který byl rozeslán pomocí emailu, tuto část dotazovaných však tvoří pouze malý počet (18 dotazovaných). Zbytek dotazovaných (132 respondentů) tvoří členové facebookové skupiny (Spolu)cestování, kde autorka na základě příspěvků od členů přepokládala, že nalezne respondenty vhodné pro výzkum. Předpokládané požadavky na respondenta byly: pozitivní přístup ke zdravému životnímu stylu, zájem o pohybové aktivity, kladný vztah k cestování a poznávání nových míst, také volba aktivního odpočinku v rámci dovolené, ale i zájem o duševní pohodu, relaxaci a vyrovnanost. V souladu s těmito požadavky byl také dotazník sestaven. U sdíleného odkazu na sociální síti byl přiložen komentář, o jakou práci a zaměření se jedná a pro koho byl dotazník určen.

Výzkum probíhal od února do konce března 2021. Všichni respondenti byli osloveni najednou pomocí sdíleného odkazu na sociální síti nebo pomocí emailu. Celkový počet oslovených není úplně známý, protože vyplnění dotazníku probíhalo ve větší míře online a anonymně, avšak výše zmíněná facebooková skupina obsahuje kolem 5 tisíc členů, jenomže ne každý člen byl ochoten vyplnit dotazník. Celkem dotazník vyplnilo 165 respondentů, pouhých 150 z nich bylo možné do výzkumu použít, protože zbylých patnáct nespĺňovalo kritéria pro pokračování ve vyplňování dotazníku (viz otázka č. 3 v kapitole 3.1.1. Dotazník).

## **4 Teoretická část**

V rámci teoretické části jsou představeny pojmy, které seznamují a charakterizují problematiku práce. Body 4.1 až 4.4 se zaměřují na produkt CR, zdravý životní styl, který je součástí fitness programů, rekreologii, sportovní turismus – v návaznosti jsou zmíněny také sportovně rekreační aktivity. Bod 4.5 se soustřeďuje na pojem wellness, který je spjat s tématem práce a je nutné jej představit. Následně jsou uvedeny definice fitness, také jeho historie a vývoj a uvedena je i charakteristika fitness programu.

### **4.1 Produkt CR**

Produktem cestovního ruchu se rozumí vše, co je nabízeno organizacemi na trhu cestovního ruchu. Daný produkt má schopnost uspokojit potřeby návštěvníků a poskytnout tak například zážitky a zkušenosti. Produkt cestovního ruchu nezahrnuje pouze hmotné nebo nehmotné produkty, ale i služby cestovního ruchu. Stejně jako obecná definice cestovního ruchu, i definice produktu je pojata široce.

Zelenka a Pásková (2012) uvádějí, že se jedná o rozsáhlou nabídku veřejných a soukromých subjektů podnikajících v cestovním ruchu a oborech, které koordinují cestovní ruch, a že z této nabídky subjektů cestovního ruchu a oborů s ním propojených jde převážně o nabídku zboží a služeb. Autoři upozorňují také na hrozby při pořizování produktu, jako například častá platba předem za produkt, který si nemůže účastník vyzkoušet, dále také faktory, které nejdou ovlivnit, jako je počasí, politická situace nebo například velká návštěvnost, z důvodu velké medializace.

Palatková (2011) definuje ve své publikaci produkt cestovního ruchu z širšího hlediska. Označuje produkt cestovního ruchu z pohledu návštěvníka za komplexní zážitek. V návaznosti na to podotýká, že tento komplexní zážitek na účastníka působí již před čerpáním produktu, také při pobytu v daném místě, ale i po návratu do jeho místa bydliště.

Obecně se dá konstatovat, že za produkt se může označit téměř cokoliv, co je spojené s cestovním ruchem v dané oblasti.

## **4.2 Rekreologie**

Rekreologie je poměrně mladým oborem vznikajícím se stoupající duševní i fyzickou zátěží našich povolání v dnešním uspěchaném světě. S tímto životním stylem se pojí i požadavky na kvalitní odpočinek, odreagování nebo plné využití volného času. Zaměření oboru není úzce specializované, naopak specializací se nabízí více, neboť i volnočasových aktivit je pestrá nabídka. Většinou se pak soustředí na aktivity sportovní – tradiční i netradiční. Co je pro obor velmi podstatné a nezbytné, je komunikace s lidmi – právě o práci s lidmi – klienty je to, o čem tu běží (Teplá, VysokéSkoly.cz, 2009).

Na tuto teorii navazuje Jandová a kol. (2014), která pojem rekreologie uvádí jako obor, který se zabývá formami rekreace, rekreačními programy a jejich organizováním v oblasti tělovýchovy, sportu a cestovního ruchu.

Rekreologie je teoretická či vědní disciplína, která navazuje na dřívější teorii rekreace a dle Zelenky a Páskové (2012) je definována jako *„vědní obor zabývající se formami rekreace, jejím průběhem, zákonitostmi, společenskou podmíněností, efektivitou obnovy fyzických a duševních sil apod. Poznatky rekreologie jsou využívány v cestovním ruchu při vzdělávání studentů, animátorů a specializovaných průvodců, při vytváření produktů cestovního ruchu a rekreační infrastruktury“* (Zelenka, Pásková, 2012, s. 487).

Štýrský a Šípek (2011) zase uvádí, že volný čas je psychologickým prostorem, ve kterém se člověk sám se sebou sblíží a svobodně se rodí, utváří, modifikuje si jasnou představu o tom, kdo je, co chce, co bude, kam půjde apod. Tvrdí, že taková představa je důležitá pro psychickou stabilitu člověka.

### 4.3 Zdravý životní styl

Pojem zdraví a zdravý životní styl je fenomén dnešní doby, každý se chce cítit fit a být zdrav. Ve všech médiích, reklamách a sociálních sítích je to velice známé téma. Ale ví člověk, kdy se opravdu cítí zdrav a fit? Dnešní společnost je plná nezdravého životního stylu a často se tento způsob života považuje za normu.

Zdraví se týká nás všech. Zdravý životní styl není jen o stravě a pohybu, ale je to celkový způsob života. Pod tento pojem se vztahuje jak fyzická, tak psychická část člověka. Křivohlavý (2001) uvádí, že WHO definovala v roce 1948 pojem zdraví jako celkový (tělesný, psychický, sociální a duchovní) stav člověka, který mu umožňuje dosahovat optimální kvality života.

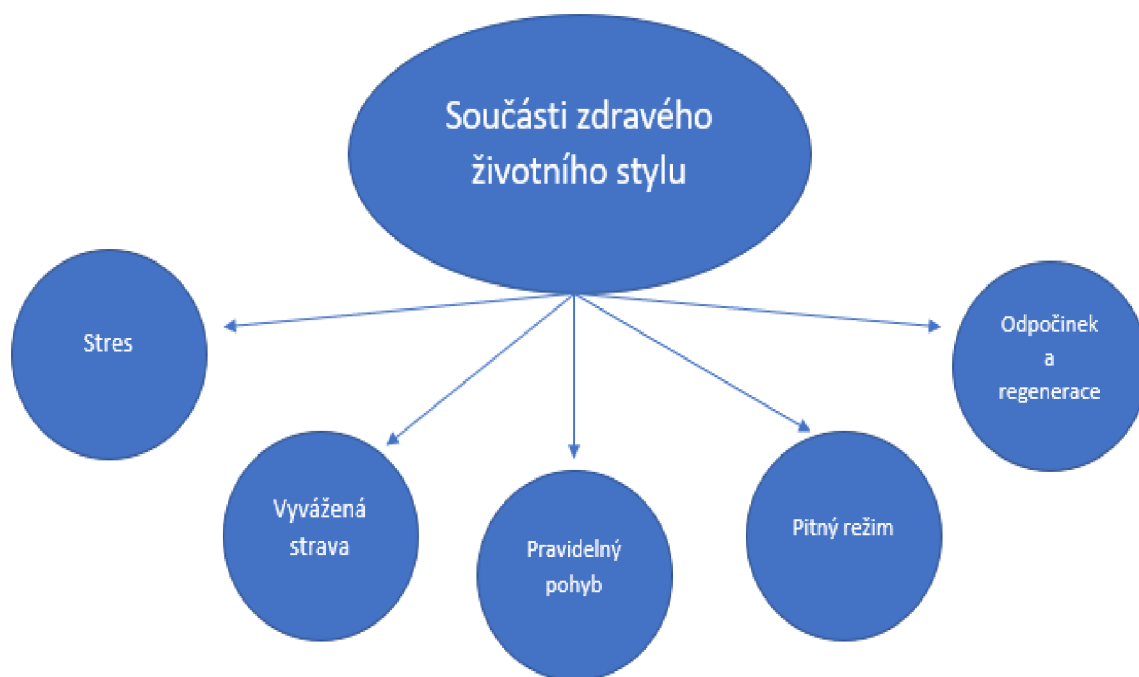
Zásady zdravého životního stylu se začínají utvářet u jedince už od narození. Dle Kotulána (2012) existuje 5 pilířů zdravého života – výživa, obrana proti stresu, fyzická zdatnost, odpočinek a regenerace a ochrana proti škodlivým návykům. Dále uvádí, že velký vliv na zdravý rozvoj člověka má rodinné prostředí, vzájemná úcta a tolerance, přátelské vztahy, pravidelný pohyb, správná vyvážená strava a dostatek pobytu v přírodě.

Životní styl jsou všechny naše zájmy, činnosti, názory či vztahy, také jaké máme hodnoty v životě a jak k nim přistupujeme. Záleží na tom, s kým trávíme svůj volný čas, jak ho trávíme a co si myslíme o okolním světě. Ale hlavně tedy jak přistupujeme k sobě samému a co je pro nás důležité. (Krch a Drábková, 1999)

*„Životní styl je založen na souhrě voleb a možností, s výběrem jako nejdůležitější proměnou. Rozhodnutí o kouření, pití alkoholu a tělesném cvičení záleží především na jedinci, i když společenské normy, socioekonomické zdroje a skupinové tlaky jsou velmi důležité. Zdraví se stává předností – něčím, co vytváří jedinec“ (Krch a Drábková, 1999, s. 1).*

Důležité je zmínit lhostejnost jedinců v pohledu na zdravou stravu a žití. Lidé konzumují nadměrné množství nezdravých potravin a opomíjejí kvalitní potraviny s dostatkem živin. Jelikož je nynější svět hodně uspěchaný, lidé volí alternativu rychlého občerstvení. Konzumují v různých fastfoodech, bufetech téměř za pochodu. Nebo v horších případech svůj výživový deficit dohání večer před spaním, kdy doplňují pocit hladu a žízně.

Krch a Drábková (1999) konstatují, že široká společnost nepomáhá v kvalitním a zdravém žití. Ve své publikaci zmiňují zvyšující se intenzitu dopravy, stále rostoucí komerční výstavby, nebo průmyslovou výrobu, která přispívá ke zhoršení kvality životního prostředí. Také dávají vinu rostoucímu hluku a prašnosti.



**Obr. 1 Součásti zdravého životního stylu**  
Zdroj: Vlastní zpracování dle Blahušové (2005)

Na zdravý životní styl se vážou i nějaké jeho součásti. Naštěstí ne každý člověk se ubírá negativním směrem a lidé se začínají zajímat, co je a není dobré. Uvědomují si zdravotní rizika spojená s nezdravou životosprávou. Dle Blahušové

(2005) zdravý životní styl obsahuje zvládnání stresu výše zmíněné uspěchané doby, dodržování vyvážené stravy, dostatek pohybu, správný pitný režim, a hlavně optimální odpočinek a regenerace těla, jak je znázorněno na obrázku 1. Uvádí, že v dnešní době je žádoucí nekouřit, snažit se vyhnout velkému množství alkoholu a vyhýbat se drogám a zbytečným lékům.

#### **4.4 Sportovní turismus**

Sportovní turismus představuje jednu ze specifických forem cestování a může v jakékoliv podobě zpestřit pobyt kdekoliv a komukoliv. Fišerová (2008) uvádí stejnou definici jako Ryglová (2011), kdy obě autorky zmiňují, že sportovní turismus je forma cestovního ruchu, při kterém je účastník jak aktivním, tak pasivním sportovcem, účastní se různých venkovních, či vnitřních sportů nebo akcí v jakoukoliv roční dobu. Fišerová (2008) také uvádí, že na společnost má sportovní turismus čtyři různé vlivy: sociálně-kulturní, zdravotní, environmentální a v neposlední řadě hlavně ekonomický. Na ekonomický vliv navazuje myšlenkou, že v ekonomicky prosperujících zemích je sport důvodem k cestování nejen při dovolené, ale i při volném čase účastníků, takže například i ve všedních dnech.

Sportovní cestovní ruch představuje jednu ze specifických forem cestování, zároveň podstatnou aktivitu a významný soubor produktů cestovního ruchu. Jedná se o současný fenomén či trend ve využívání volného času. Sportovní cestovní ruch lze považovat za sociální, ekonomický a společenský fenomén vycházející z unikátní interakce nejrůznějších sportovních a pohybových aktivit, lidí a míst. Sportovní cestovní ruch se stal jedním z největších byznysů ve světě sportu. Je jedním z nejrychleji rostoucích sektorů průmyslu cestovního ruchu. (Schwartzhoffová, 2010)

Ryglová (2009) označuje sportovní turismus jako perspektivní produkt využitelný pro rozvoj regionálního cestovního ruchu a sport označuje jako neustále rostoucí součást životního stylu v moderní společnosti.

Bereme-li sportovní turismus jako aktivitu, která se vyznačuje tím, že lidé cestují na jiná místa, aby mohli aktivně trávit svůj volný čas, aby zdokonalili své

sportovní dovednosti, nebo aby se prostřednictvím sportu pobavili, a odpočívali, pak nám různí autoři nabízí různé možnosti členění.

Schwartzhoffová (2010) zmiňuje dělení:

- **Výkonnostní a závodní turismus** – do této oblasti spadají lidé, jejichž hlavním zaměstnáním je sport (atleti, trenéři, ...) a cestují, aby se zúčastnili závodů apod. Čas mimo závody tráví provozováním aktivit spadajících do oblasti cestovního ruchu.
- **Rekreační a relaxační sportovní turismus** – tento turismus je občas označován jako aktivní, je zároveň „masovým turismem“ a jak je výše zmíněno, je jedním ze specifických forem cestovního ruchu. Typickými rekreačními sportovními aktivitami během dovolených a volného času jako například: golf, rafting, horolezectví aj. Při těchto aktivitách je vyžadována určitá míra sportovních dovedností a nabízejí možnost soustředění a zážitků. Někdy mají pouze doplňkovou povahu, jako například vodní lyžování během dovolené u moře. Avšak součástí aktivní dovolené je sport a sportování, při kterém se může nejen relaxovat, ale i zlepšovat fyzickou kondici a své výsledky.
- **Jednotlivé druhy sportů** – vodní sporty, mořské sporty, pobřežní sporty, vzdušné sporty, letní sportovní disciplíny a zimní sportovní disciplíny.

Další dělení (Sekot, 2003) uvádí z hlediska charakteru:

- **kulturně poznávací** – zaměřené převážně na poznání historie a tradic vlastního i jiného národa, tyto zájezdy mají vzdělávací funkci, zahrnují návštěvy kulturně historických objektů, ale i kulturních akcí apod.,
- **rekreační (pobytové)** – tento typ zájezdu je zaměřen na fyzickou a duševní relaxaci a odpočinek po delší dobu mimo místo trvalého pobytu,
- **pobytově – poznávací (kombinované)** – jsou kombinací dvou výše uvedených – jedná se o duševní a fyzický odpočinek spojený s nenáročnými výlety v místě pobytu, se zaměřením na poznání kultury a historie,
- **sportovní** – jsou zaměřené na zdokonalování nebo udržování fyzické kondice a specifických sportovních dovedností, jsou často spojeny s dobrodružstvím – sjezd divoké řeky nebo horská kola,
- **sportovně – poznávací** – zájezdy, které jsou krátkodobé, ale i dlouhodobé se sportovní náplní například cykloturistika, vodní turistika, lov zvěře, ryb a lze sem zařadit i sportovní diváctví.

Dalším typem a poněkud zvláštním, je turismus dobrodružný. Jedná se o rychle stoupající produkt na trhu turismu, který se řadí mezi nové trendy v nabídce. Avšak jen určitá část spadá do kategorie sportovního turismu. Dobrodružný turismus lze rozdělit na aktivní a pasivní. Typické je pro něj pocit nebezpečí, určitá míra rizika, které je kontrolovatelné, také jedinečnost a nepředvídatelnost. Hlavním



motivem cesty v rámci dobrodružného turismu je tedy získat prožitek za cenu překonání určitého strachu a nekomfortnosti. (Kotíková, 2013)

Dobrodružný turismus, spadající pod sportovní turismus, zahrnuje zejména rizikové nebo také extrémní sporty. Mezi aktivní formy extrémních sportů patří např. horolezectví, skialpinismus, extrémní formy lyžování a snowboardingu, windsurfing, padákové sporty, rafting a hloubkové potápění. Pasivní formy extrémních sportů zahrnují např. bungee jumping a tandemové seskoky padákem. (Kotíková, 2013)

Jednotlivé druhy sportovních a sportovně – poznávacích zájezdů lze rozdělit také podle charakteru sportu a obsahu zájezdu, kdy rozeznáváme:

- **expedice** – zájezdy do vzdálených zemí, které jsou zpravidla delší dobou trvání, rozsahem a náročností akce,
- **horská a vysokohorská turistika** – zájezdy do hor, které vyžadují určitou fyzickou zdatnost, a to dle náročnosti programu, jedná se o poznávání přírody jak v nižších horách, tak o náročnější trekking až po výstupy na jištěné cesty tzv. ferraty,
- **cykloturistika a horská kola** – zájezdy, které využívají kolo jako dopravní prostředek, jde o etapové putování, nebo expediční výlety po terénu,
- **rafting a vodní turistika** – jde o splouvání klidných, ale i peřejnatých horských řek na větších nafukovacích člunech (raftech) nebo kánoích,

- **lyžování** – zájezdy na ledovce a do hor v zimním období za účelem sjezdového lyžování, nebo také skialpinismu a běžkování,
- **kondiční programy** – při tomto programu se účastník podívá k moři či do přírody se sportovními programy za účelem udržování a zdokonalování fyzické kondice,
- **jiné** – méně časté zájezdy jako třeba rybolov, jachting, lov zvěře apod.

Rekreace je podle Zelenky a Páskové (2012) v užším pojetí forma cestovního ruchu, shrnující odpočinkové činnosti provozované ve volném čase. „*Cílem je regenerace fyzických i duševních sil účastníků. (...) Za nejúčinnější pro regeneraci je považována aktivní outdoorová rekreace mimo obvyklé prostředí*“ (Zelenka, Pásková, 2012, s. 485). Autoři dále uvádějí, že jednou z možností rekreačního ruchu mohou být i tzv. rekondiční pobyty, kdy je definují jako pobyty s relaxační a sportovní náplní za účelem zlepšení nebo navrácení lidské kondice a jsou součástí lázeňských pobytů.

#### 4.4.1 Sportovně rekreační aktivity

Pod sportovně rekreačními aktivitami si každý představí nenáročnou aktivitu, nebo pohybem strávený volný čas, takže například turistika, ale Půža a Komeščík (2012) ve své publikaci uvádí, že turistika není jediná možnost, jak může člověk trávit svůj volný čas. Volný čas lze aktivně trávit i při rekreačních pobytech nebo zájezdech. Jako další možnost trávení volného času uvádí aktivní pobyt v přírodě, nebo i pomocí her a sportů, při kterých si účastník sám upraví zátěž, aby vyhovovala rekreačním účelům – mezi takové sporty patří třeba volejbal, fotbal, ale i lyžování nebo adrenalinové sporty. Existují ale i další rekreačně pojaté aktivní možnosti trávení volného času – například vodní gymnastika, animační programy, nebo dovednostní hry.

Sekot (2008) označuje sportovně rekreační aktivity jako subsystém moderního sportu, zahrnujícího veškeré druhy sportovních aktivit, u nichž nejsou

primární ambice vítězství, rekordů a materiálních odměn. I v rekreačním sportu může být pro některé sportovce výkon (úspěch, vítězství) důležitou součástí dané aktivity, neměl by se však stát primárním motivem k pohybové aktivitě. Znaky soutěživosti v zájmovém rekreačním sportu z pochopitelných důvodů také existují, primární je však zaměření na pozitivní mezilidské kontakty a osobně vyjádřenou radost z pohybových sportovních aktivit.

Rekreační sport je podle Sekota (2008) protiváhou pasivního odpočinku a vytváří tak vhodnou kompenzaci pracovního vypětí, které bývá jednostranné. I mezi sportovně rekreačními aktivitami najdeme činnosti s širokou škálou intenzity a různými fyzickými nároky uvádí autor. Také zmiňuje, že k nesoutěžnímu sportování a tělesnému cvičení jsou lidé přiváděni vidinou trvale udržitelného zdraví.

*„Růst zájmu o tělesnou kondici, související i se sílícím akceptováním osobní zodpovědnosti jedince za své zdraví, přináší rostoucí popularitu fitness center a programů wellness. Jde o cílenou snahu osobní aktivitou předcházet zdravotním problémům, cítit se v dobré fyzické a psychické kondici a být tak schopen čelit výkonovým nárokům dynamiky soudobého světa“ (Sekot, 2008, s. 62).*

## **4.5 Wellness**

V následující kapitole je krátce představen pojem wellness. V návaznosti představeny wellness služby, protože součástí wellness služeb je fitness, které je podstatou práce. Samotný pojem fitness je představen v samostatné kapitole 4.6.

### **4.5.1 Pojem wellness**

Pojem wellness je v dnešní době velmi aktuální téma a veřejností dobře známo. Ne však každý tomuto pojmu rozumí. Jako „komplexní životní styl představující preventivní snahu o udržení vysoké úrovně fyzického i duševního zdraví, a tím i životní pohody“ definuje pojem wellness autor Klescht (2008, s. 11). Za velmi důležité v dané definici autor zdůrazňuje slovo preventivní, protože je prokázáno, že náklady na udržení zdraví a na prevenci proti nemocem jsou dlouhodobě nižší než jejich léčení.

Poděbradský (2008) popisuje wellness jako synonymum zdravého životního stylu, které vzniklo spojením slov: well-being a fitness a jeho volný překlad znamená „být v pohodě a fit“ nebo „dobré zdraví“. Uvádí, že snaha o kompenzaci každodenní zátěže, nalezení harmonie těla a duše prospívá nejen zdraví, ale celkově zvyšuje kvalitu života.

S touto definicí souhlasí i Cathala (2007), která představuje wellness jako:

- stav, kdy se člověk cítí dobře, vyrovnaně a harmonicky
- cestu (tedy postupy, metody, principy), která člověka vede k hledanému stavu;
- program, techniku, metodu, proceduru, které navozují tento stav;
- filozofii, která vytyčuje cestu, záměr a dává smysl tomuto stavu;
- jako označení struktury, zařízení či provozu, kde je realizován program s touto filozofií;
- činnosti působící příjemně, zdravě a pozitivně na jednotu těla, mysli, duše a energie.

Dle Müllerové (2008, s. 9) „*k wellness patří všechny pozitivní vjemy z požitků jakéhokoli druhu*“: pohyb, relaxace, příjemná hudba, uklidnění, regenerace, jídlo a pití v rozumné míře a v poměru k aktivitám, racionální strava a v neposlední řadě také dostatečná duševní činnost. Pod pojmem wellness si lze tedy představit vše, co vede k souladu těla, mysli a ducha. Jak dále uvádí Müllerová (2008), wellness je nejčastěji spojováno s termíny celkové zdraví (duševní, fyzické, mentální), dostatek energie, zpomalení stárnutí, správná kondice, kvalitní cílená výživa, kontrola a regulace hmotnosti, tělesná pohoda, mladistvý vzhled, péče o pleť a vlasy, ideální kvalita životního stylu.

Wellness si lze tedy představit podle výše zmíněných definic jako příjemné aktivity psychického i fyzického charakteru, které člověku poskytují uspokojení a pohodu.

## **Wellness služby**

Mezi wellness služby řadíme bazény, sauny, vířivky, koupele a zábaly, masáže, solária, solné jeskyně, kosmetiku a kadeřnictví, služby fyzioterapeutů, ale také pohybové aktivity a fitness, které jsou pro práci podstatné. V dnešní době není wellness pouze o využívání dané služby, ale také o prožitku dané aktivity.

Dle Křížka a Neufuse (2014) do wellness služeb patří tyto komponenty:

- péče o tělo
- zdravá výživa
- kontakt s přírodou
- komunikace, emoce, city a vztahy
- mentální a duchovní rozvoj
- pohybové aktivity

Křížek a Neufus (2014) uvádí, že mezi pohybové aktivity lze zahrnout všechny aerobní, strečinkové a vytrvalostní sportovní aktivity a pohybové činnosti, jako jsou například pilates, jóga, spinning, plavání, běh i taneční cvičení. Obecně známé o pohybových aktivitách je, že mají protektivní účinek. Například proti onemocněním, obezitě, ale mají také vliv na psychickou činnost, kdy snižují stres a zvyšují sebevědomí.

Jako další komponent wellness služeb je fitness, které je představeno v následující samostatné kapitole.

### **4.6 Fitness**

Nejenom pohyb, ale i psychické zdraví, vnitřní odpočinek a vyrovnanost je pro život velice důležitou složkou, je základním projevem života a životně důležitou potřebou. Fitness označuje pohybové aktivity, či jiná samotná sportovní odvětví a je také dost často zaměňováno s pojmem posilovna. Proto jsou v této kapitole vytyčeny převážně definice, které jsou spojeny s psychickým zdravím.

Kapitola fitness popisuje nejen fitness pojem jako takový, ale obsahuje i krátký popis historie a vývoje. Dále je představen fitness program.

#### **4.6.1 Fitness – pojem, historie**

V posledních letech stále roste počet příznivců trendu fitness. Lidé si chtějí zlepšit svůj životní styl, svou postavu, ale i psychiku, chtějí snížit riziko nemocí a úrazů, a proto se snaží dělat něco pro své zdraví. Uvědomují si, že není důležité být zdrav jen fyzicky, ale i psychicky, a proto vyhledávají fitness centra, jezdí na dovolené, které tráví aktivně, nebo se například věnují pilates, józe nebo meditacím, které člověku přidají nejen na fyzické zdatnosti, ale pomohou i po psychické stránce.

Definice pojmu fitness není jednoznačná a není ani jednoduché jej definovat. Dnešní moderní doba nabízí opravdu široké pojetí. Někteří autoři ji definují jako všeobecnou tělesnou kondici, celkovou zdatnost, nebo koncept postavy, jiní zase v neširším pojetí jako celkový zdravý životní styl.

Fořt (2004) uvádí, že fitness je označení aktuálního dobrého zdravotního stavu, a především o relativně vysoké rovně fyzické zdatnosti. K samotné definici ale také autor dodává, že základní filozofií fitness je snaha dosažení stavu, kdy je tělo v souladu fyzické i duševní krásy.

Na Fořtovu definici navazuje i autorka Stackeová (2008), která konstatuje, že pokud mluvíme o fitness jako o životním stylu, nemáme na mysli jen dané lidské činnosti směřující ke zdraví fyzickému, ale i psychickému.

Blahušová (2009) značí fitness neboli fyzickou zdatnost za nejdůležitější součást wellness životního stylu. Uvádí, že člověk nemůže být fyzicky fit, když není fyzicky aktivní. Za fyzickou aktivitu autorka označuje vše, co člověk dělá během dne: chůze, jogging, zvedání činek, ale i vaření a oblékání.

Fitness jako takové, je součástí wellness, proto dle následující definice autorky Müllerové lze v moderním pojetí fitness chápat jako rovnováhu psychiky a fyzické zdatnosti.

Müllerová (2008) uvádí, že fitness aktivity, které byly na počátku charakteristické spíše vytrvalostním pohybem se střední zátěží, se časem v důsledku komercializace a soutěživosti v podstatě změnil v profesionální vrcholový sport, který spíše, než ke zdraví vedl často k zdravotním problémům. Jak dále autorka uvádí, řada odborníků byla s tímto vývojem nespokojena, což vedlo ke vzniku stylu wellness: *„jehož součástí jsou méně náročné fyzické a sportovní aktivity, doplněné činnostmi přinášejícími pocit spokojenosti, duševní a fyzické rovnováhy a zdraví“* Müllerová (2008, s. 17). Autorka uvádí, že wellness aktivity by měly být pestré, na rekreační úrovni, není nutné se jim věnovat každodenně a patří mezi ně například jízda na kole a na bruslích, běhání, tanec, volejbal a další sportovní aktivity, včetně delších procházek anebo turistiky.

S touto definicí se ztotožňuje i autorka Stackeová (2004), která zmiňuje, že pojem „fitness“ je v posledních letech propojován s pojmem „wellness“, který jeho obsah rozšířil o psychickou stránku, čímž je myšleno posilování a regenerace psychické kondice a navozování pocitu životní pohody. Autorka uvádí, že původní fit centra se skládala pouze z posilovacích strojů a činek, dnes už začala být doplňována o „aerobní zóny“, kde je možné konání skupinových lekcí. V publikaci také zmiňuje nově vznikající wellness centra, která obsahují nejen zónu relaxační a aerobní, ale i zónu určenou pro regeneraci (sauny, solária, vodní procedury, ...).

Z výše uvedeného vyplývá závěr a definice podstatná pro tuto práci, že fitness aktivita má člověku kromě zlepšení fyzické kondice přinést také určité rozptýlení a uklidnění. Osoba se má věnovat daným aktivitám s chutí a bez ohledu na výkon. Ať už to jsou aktivity ve fitness centru, multifunkčních sálech, relaxační cvičení, nebo pouze sportovně rekreační aktivita, člověk by se jí měl věnovat pravidelně, a k tomu je nutné, aby mu přinášela určitou míru radosti a aby se cítil při cvičení dobře.

## **Historie a vývoj**

Vznik tohoto pojmu dalo až 20. století, přesto si lidé od počátku naší existence udržovali, i když nevědomky, kondici. Každodenní situace a činnosti, které podmiňovaly přežití, byly dostatečnou zátěží. Fyzickou aktivitu spojovaly starověké civilizace s myšlenkou dobrého pocitu. Tu prosazoval i Čínský Konfucius ve svém učení a upozorňoval na prevenci různých onemocnění (Brooks, 2003).

Autor Thorne a kol. (1998) se také ohlíží za minulostí a uvádí, že je fitness relativně mladé odvětví, ale jeho historie se táhne už od starověkého Řecka v podobě olympijských her a starověkého Říma v podobě gladiátorských zápasů.

Jako důležitý milník v oboru fitness označuje Brooks (2003) moderního fitness lékaře K. H. Coopera, který zasahoval svými publikacemi do odvětví fitness, a především do skupinových cvičení, ale hlavně doplnil silové tréninky o pohybové činnosti střední intenzity (aerobní aktivity), které dnešním dnem můžeme označovat za již zmíněné wellness aktivity.

### **4.6.2 Fitness program**

Spojení fitness program pro sportovce a lidé s kladným vztahem pohybu ve většině případů znamená plán, podle kterého se řídí určitá činnost. V propojení fitness to jsou komponenty: strava, pohyb a psychická a fyzická stránka člověka. Někteří si mohou představit fitness program jako sestavení dietního a cvičícího plánu, jiní si představí skupinové lekce v multifunkčních sálech (zumba, spinning, jumping, tabata a další...). Z důvodu nedostatečného množství zdrojů a literatury pro definice „fitness programu“ si na základě analýzy zmíněných definic fitness a wellness autorka vymezila pro potřeby této bakalářské práce vlastní definici.

V případě této práce je fitness program definován jako provozování sportovně rekreačních aktivit v průběhu aktivní dovolené. Podrobněji chápáno jako několika denní aktivní odpočinek strávený provozováním sportů, sportovně rekreačních aktivit a nových zážitků spojený s poznáním vybrané destinace, ať už v rámci letní nebo zimní dovolené, v resortu, či při individuálním cestování.



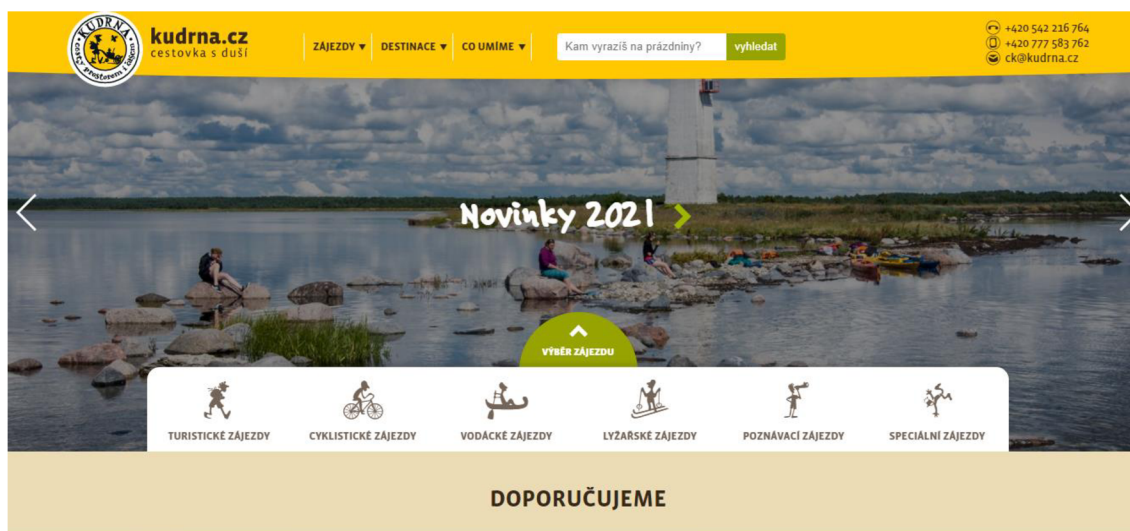
## 5 Praktická část

V praktické části je nejprve znázorněna analýza vybraných cestovních kanceláří, které se zaměřují na sportovní zážitky a aktivní dovolené, následně je analýza zhodnocena. Dále je zpracován podrobný rozbor odpovědí na otázky z dotazníkového šetření v podobě grafů a tabulek. Poté už následuje shrnutí dosažených výsledků šetření, doporučení a samotný závěr práce.

### 5.1 Analýza nabídek vybraných cestovních kanceláří

Tato část práce se věnuje analýze třech vybraných cestovních kanceláří na základě výběru a kritérií, které byly zmíněny v metodice práce. Analýza slouží k porovnání atraktivnosti nabízených zájezdů cestovními kancelářemi na základě zmíněných dělení v kapitole 4.4 Sportovní turismus teoretické části a výsledky dotazníků. Porovnání bude uvedeno v kapitole 5.1.4 Shrnutí analýzy vybraných CK, které je doplněno o tabulku obecného porovnání.

#### 5.1.1 CK Kudrna



Obr. 2 Úvodní stránka webu CK Kudrna

Zdroj: kudrna.cz, 2021

Cestovní kancelář Kudrna nabízí široký výběr sportovně zaměřených zájezdů a své zákazníky vezme do celého světa. Na obrázku 2 je uvedena úvodní strana webu

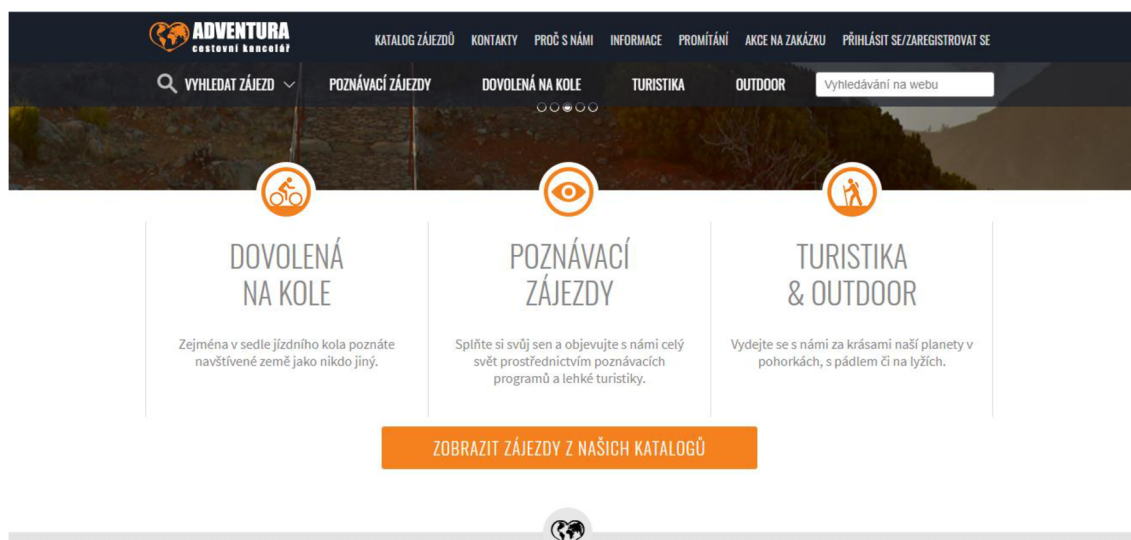
CK Kudrna. Prvním pohledem je viditelná přehlednost a pilíře na které se cestovní kancelář zaměřuje.

Následující odstavec čerpá z webových stránek CK Kudrna (kudrna.cz, 2021), kdy cestovní kancelář nabízí zájezdy turistické, cyklistické, vodácké, lyžařské, ale i poznávací a zájezdy speciální. V rámci turistického zájezdu Vás jsou schopni vyvést od pohodové túry, přes via ferraty, po vysokohorské výstupy s průvodcem. Mezi cyklistickými zájezdy je možno si vybrat pohodovou cykloturistiku, výjezd na silničních kolech do prudkých kopců, ale i zájezdy na horském kole, kdy se pohybujete převážně terénními cestami. Pokud jste milovníky vodáckých zájezdů, tato cestovní kancelář nabízí vodácké kurzy, sjezdy na kánoích nebo dokonce jachting. Pro zimní nadšence mají připravené výlety za sjezdovým lyžováním, běžkami, ale nabízí i zájezdy plné skialpinismu, který se v dnešní době škrábe na vrchol žebříčku mezi zimními sporty. Jako poslední nabídka ze zimních radovánek a v celku neobvyklá je přechod na sněžnicích po hřebenech hor. Dále CK Kudrna nabízí poznávací zájezdy, kdy se specializují na exotiku po celém světě, tyto zájezdy spojují převážně s turistikou. Pokud si zákazník přeje při poznání nových míst také trochu odpočívat, CK Kudrna má připravení zájezdy pohodové. Jako poslední odvětví, které nabízí jsou speciální zájezdy a v této sekci se skrývají například zájezdy pro rodiče s dětmi, adventure zájezdy, prodloužené víkendy, kurzy, nebo například silvestrovské zájezdy.

CK Kudrna (kudrna.cz,2021) nabízí zájezdy do všemožných koutů světa, zákazníci se s touto společností podívají jak do Evropy – například: Albánie, Andorra, Černá Hora, Dánsko, Estonsko, Kosovo, ale i země jako je Francie, Řecko, Španělsko, Švýcarsko, Severní Makedonie, ... tak do Asie, Afriky, Ameriky (severní, jižní i střední), ale i Austrálie a Oceánie. Jako doplňkové služby společnost nabízí zájezdy na zakázku, možnost absolvování kurzu pro horské průvodce, pronájem chalup, ale také nabízí netradiční a recesistické akce jako například Kudrnovo koulení kola z Lednice do Brna, cesta Za posledním puchýřem nebo Jede kudrna okolo Brna.

Avšak nutno cestovní kanceláři vytknout, že v ceně zájezdů není možnost zapůjčení vybavení zdarma. A proto jako doplňkovou službu nabízejí půjčování vybavení, které nejsou vůbec vysoké. Jako standard ke každému zájezdu je průvodce nebo lektor k dané aktivitě, pojištění, ubytování a strava. Naopak ve většině případů v ceně zájezdu není doprava, poplatky na letišti, vstupy.

### 5.1.2 CK Adventura



**Obr. 3 Úvodní stránka webu CK Adventura**

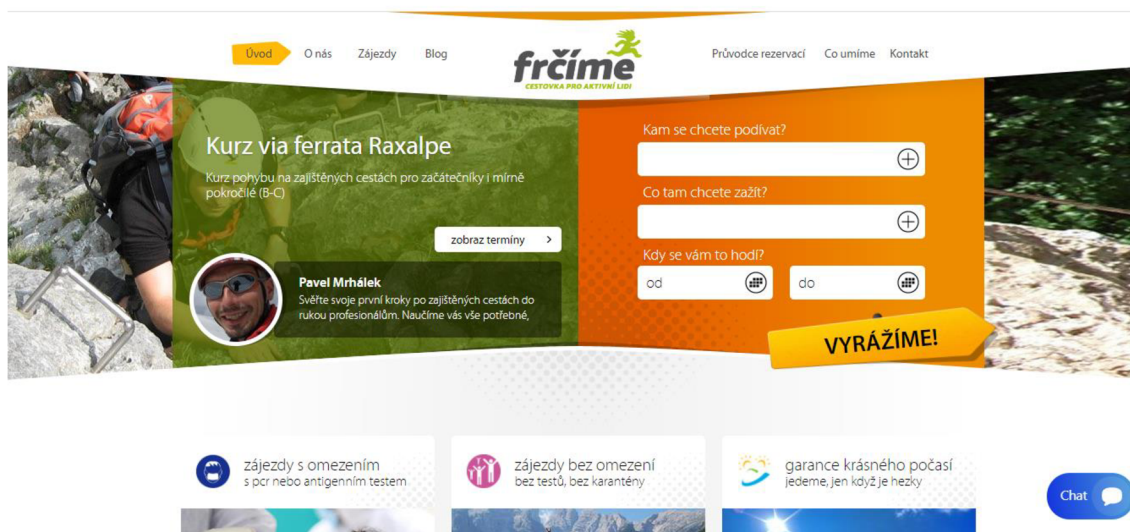
Zdroj: aventura.cz, 2021

Cestovní kancelář Adventura má k dispozici základní typy sportovních zájezdů. Na obrázku 3 lze vidět úvodní stranu webu CK Adventura a její dělení poskytovaných zájezdů. Nabídka cestovní kanceláře se skládá ze tří pilířů. Specializuje se převážně na zájezdy poznávací, dovolenou na kole a turistiku a outdoorové aktivity. Společnost nabízí zájezdy mířící do všech kontinentů a více než 138 zemí celého světa. V jednotlivých destinacích na zákazníka čekají buď podrobné programy nebo průřezové cesty danými regiony. Díky dceřiné společnosti China Tours, která se specializuje na cyklo výlety na Asijském kontinentu, mají rozsáhlou nabídku těchto zájezdů. Stejně jako v CK Kudrna, má zákazník možnost si vybrat z nabídky podle různorodé cestovatelské náročnosti a úrovně své fyzické kondice.

Následující odstavec je čerpán z webové stránky CK Adventura (adventura.cz, 2021) kdy mezi *zájezdy poznávací* řadí CK převážně letecké zájezdy pro menší skupiny, jako například turisticko-poznávací zájezdy, gurmánské zájezdy, nebo dovolené na jachtě. Při poznávacím zájezdu se může zákazník podívat do destinací jako Francie, USA, Peru, Tanzanie, Maroko, Izrael, Japonsko nebo Nový Zéland. Jako druhý pilíř, na který se CK zaměřuje jsou *cyklistické zájezdy*, při kterých si může zákazník vybrat náročnost a úroveň služby. Zájezdy mohou mít až čtyři stupně: nenáročný cyklistický program, středně náročný cyklistický program, náročný cyklistický program a velmi náročný cyklistický program. S cyklistickým zájezdem se zákazník podívá po Evropě, za exotikou, ale i do hor. Jako třetí pilíř je *turistika a outdoor*, kdy turistika se stejně jako cykloturistika dělí do 4 obtížností a každý zákazník si může vybrat tu obtížnost, odpovídající jeho fyzické zdatnosti. Outdoor cestovní kancelář rozděluje ještě na lyžování a skialpinismus a rafting a vodní turistiku. Klasické lyžařské zájezdy nabízí tato společnost v menší míře než CK Kudrna. Zbytek lyžařské nabídky má spíše turistický charakter. S lyžařským zájezdem se zákazník může podívat do destinací jako je Gruzie, Rakousko, Itálie, Kazachstán nebo dokonce Island a Švédsko. Zájezdy vodáckého typu skrývají rafting na rozbouřených řekách, dvoumístné kánoe a kajaky.

Stejně jako výše představená kancelář CK Kudrna umí CK Adventura sestavit zájezd na zakázku a nabízí dovolené pro rodiny s dětmi a pro školy, ale nenabízí službu možnosti zapůjčení vybavení pro sportovní zájezdy. Společnost má pouze nasmlouvané partnery, u kterých zákazníkům vybavení pronajme.

### 5.1.3 CK frčíme



**Obr. 4 Úvodní stránka webu CK frčíme**

Zdroj: frčíme.cz, 2021

CK frčíme poskytuje zájezdy s pohybem a do přírody, které jsou plné zážitků ale i pohody. Specifickou nabídku u této kanceláře naleznou rodiny s dětmi, aktivní senioři, ale i milovníci poznání a expedic. CK frčíme se zaměřuje především na zájezdy se cvičením u moře, expedice, cyklistické zájezdy, poznávací zájezdy do hor, ale i vysokohorskou turistiku a vodácké akce. Na obrázku 4 je znázorněna úvodní stránka webu CK frčíme, kde je hned viditelné, že CK zvolila jiný typ vyhledávání zájezdů oproti výše zmíněné CK Kudrna a CK Adventura. Zde si může účastník navolit o co má zájem a hned je mu nabídnut daný zájezd. Kdežto u CK Kudrna a CK Adventura se zákazník probírá celou nabídkou.

Následující odstavec je čerpán z webu CK frčíme (frčíme.cz, 2021) kdy zájezdy se cvičením u moře nabízí zákazníkovi nejlepší aktivní formu odpočinku. Na těchto zájezdech si každý užije koupání, opalování, a program je obohacen o každodenní pohyb a společné hodiny různých forem cvičení pod vedením profesionálního instruktora. Během zájezdu se pořádají hodiny tanečního aerobiku, posilování a různé pomalé formy pohybu. Během pobytu se typy lekcí střídají. Cvičení není povinné a je možné si vybrat jen některé typy lekcí. S tímto typem zájezdu se zákazník podívá do oblastí jako Umag, Korsika, Elba, ale také Maďarsko,

Turecko nebo Itálie. Z expedic může cestovní kancelář nabídnout například Treking srdcem po Kavkazu – Gruzie, výstup na Mera Peak – Nepál, do Afriky nejen na safari, můžete prozkoumat ostrov Bali, nebo projet Jižní Vietnam nejen na kole. CK frčíme nabízí i cyklo zájezdy a turistické, ale je odlišná od výše zmíněných nabídkou sportovně aktivní dovolené u moře formou animačních programů a také tím, že poskytuje zájezdy na inline bruslích. Na tento zájezd se zákazník vydá buď po České republice, nebo pak do Rakouské Vídně, do Německa, ale i Chorvatska. Cestovní kancelář frčíme nabízí i školní výlety, zájezdy pro kolektivy a firmy, nebo teambuildingy. I cestovní kancelář CK frčíme poskytuje možnost zapůjčení potřebného vybavení k absolvování zájezdu.

#### **5.1.4 Shrnutí analýzy vybraných CK**

Z výše uvedené analýzy je zřejmé, že největší, nejlákavější a nejpřehlednější nabídku má CK Kudrna. Zaměřuje se na nejvíce odvětví sportovního turismu a díky své rozmanitosti zájezdů je z této analýzy hodnocena jako nejlepší cestovní kancelář pro zprostředkování zájezdu. Jako jediná nabízí nejvíce doplňkových služeb. Také má nejdelší tradici a podle článků na webu nejvíce zkušeností a vyveze zákazníka do nejvíce destinací. Všechny tři zmíněné cestovní kanceláře nabízí převážně zájezdy poznávací propojené s turistikou a cyklovýlety, až poté jsou zimní zájezdy, nebo zájezdy expediční či adrenalinové. Analýza tvoří úvod do dotazníkového šetření, kde se zkoumají nejčastěji provozované sportovně rekreační aktivity v průběhu aktivní dovolené. A následně jako porovnání nejvíce provozovaných sportovně rekreačních aktivit a nabízených zájezdů CK Kudrna, CK Adventura a CK frčíme.

Pro shrnutí obecných informací o datu založení, počtu destinací, poboček věrnostních programech, katalozích a doplňkových službách cestovních kanceláří je sestavena následující tabulka.

**Tabulka 1 Porovnání obecných informací CK**

|                             | <b>CK Kudrna</b>  | <b>CK Adventura</b>   | <b>CK frčíme</b>   |
|-----------------------------|---|---|--|
| <b>Rok založení</b>         | Vznik CK – 1993<br>Historie klubu Kudrna -1979  | Vznik CK 1990   | Vznik CK neuvedeno                                       |
| <b>Počet poboček</b>        | 1 pobočka (Brno) + 3 Kudrpointy (Praha, Ostrava, Mladá Boleslav)  | 1 pobočka (Praha) + 2 prodejní místa (České Budějovice + Brno) + dceřiná CK China Tours | 1 pobočka (Kroměříž)                                     |
| <b>Počet zaměstnanců</b>    | 12 stálých zaměstnanců + 46 průvodců a instruktorů  | 26 stálých zaměstnanců + několik průvodců a instruktorů                                 | 3 stálý zaměstnanci + 38 průvodců a instruktorů          |
| <b>Počet destinací</b>      | 97 destinací (Evropa, Asie, Afrika, S a J Amerika, Střední Amerika, Austrálie a oceánie)                  | 65 destinací (Evropa, Rusko, Asie, Afrika, S a J Amerika, Austrálie a Nový Zéland)      | 33 destinací (Evropa, Amerika, Asie, J Afrika)           |
| <b>Vybavení pro zájezdy</b> | Vlastní   | Nasmlouvaní partneři  | Vlastní + nasmlouvaní partneři                           |
| <b>Věrnostní program</b>    | Ano   | Ano   | Ne   |
| <b>Katalog</b>              | Ke stažení na stránkách   | Ke stažení na stránkách   | Ne   |
| <b>Doplňkové služby</b>     | Pronájem chalup, zájezdy na zakázku, netradiční a recesistické akce, kurzy pro horské průvodce, Promítání | Zájezdy na zakázku, promítání, vydávání cestopisů,                                      | Zájezdy na zakázku, Alpenverein členství (pro horolezce) |

Zdroj: Vlastní zpracování dle (kudrna.cz, adventure.cz, frčíme.cz)

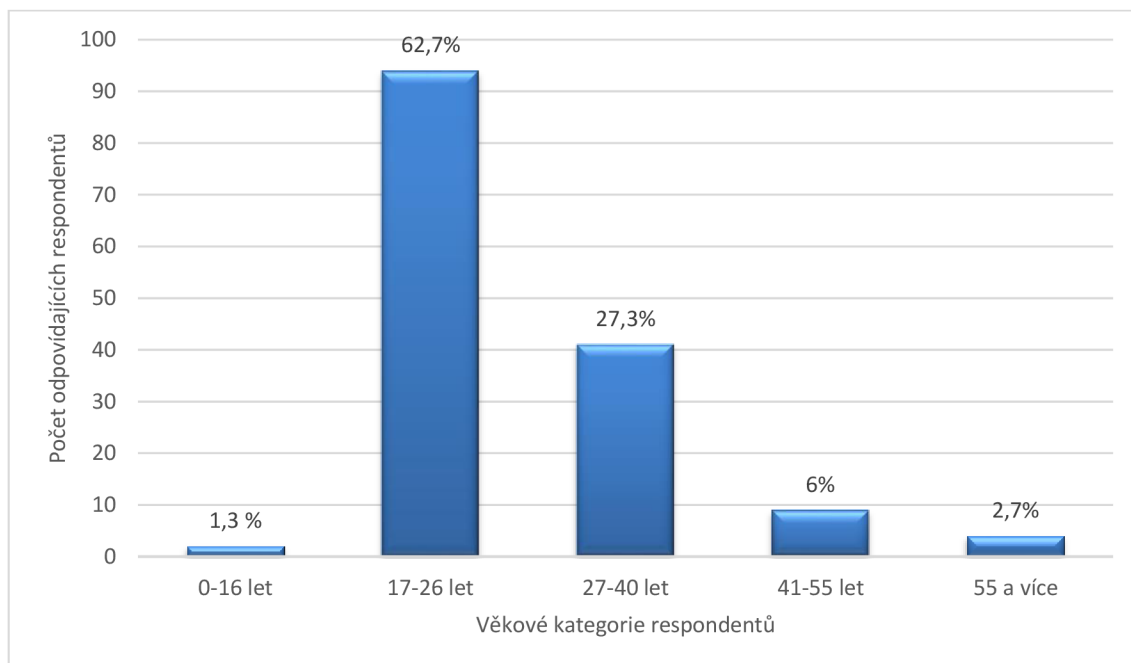
## 5.2 Vyhodnocení jednotlivých otázek dotazníku

Následující část práce se věnuje podrobnému znázornění a komentování výsledků dotazníkového šetření. Šetření bylo provedeno v březnu roku 2021. Tázáno bylo 165 respondentů, z toho 150 z nich se buď žíví sportem, aktivně žije, nebo se alespoň zajímají o zdravý životní styl. Výzkum vychází ze 150 výše zmíněných tázaných. Otázky se dostaly i k pár jedincům (15 respondentů), pro které byl dotazník u 3. otázky u konce – tyto respondenti jsou znázorněni pouze v grafu 3 a jeho popisu šetření. Dotazník byl sdílen přes sociální síť Facebook, ve facebookové skupině (Spolu)cestování a vytvořen na webové stránce Survio.cz. Pro respondenty byl dostupný od února do konce března 2021. Předloha dotazníku znázorněna v příloze č. 1.

### Otázka č. 1 – Pohlaví

Otázky byly položeny 150 respondentům, z toho bylo 89 žen (59,3 % procent z celkového počtu tázaných) a 61 mužů (40,7 % z celkového počtu tázaných).

### Otázka č. 2 – Věková kategorie



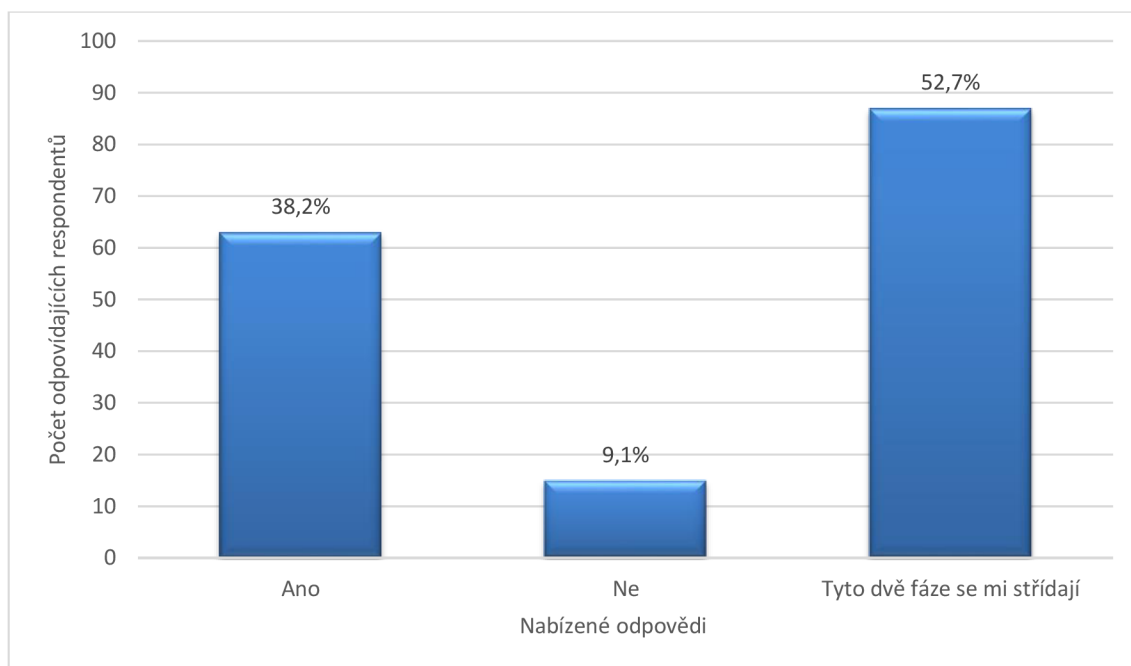
**Graf 1 Věkové rozložení respondentů**

Zdroj: Vlastní zpracování na základě šetření



Respondenti byli rozděleni do pěti věkových kategorií, aby bylo porovnatelné, jaká věková kategorie se nejvíce zajímá o zdravý životní styl a sportovně rekreační aktivity při dovolené. Z kategorie nejmladší vyplnili dotazník pouze dva, je značné, že děti a dorostenci, nemají možnost samostatné volby ohledně aktivní dovolené, pouze ohledně zdravého životního stylu. Z druhé kategorie 17-26 let vyplnilo dotazník 94 jedinců, ze třetí pak 41 jedinců. Na tyto dvě kategorie byl dotazník převážně zaměřen, a to z důvodu nejvyšší produktivity a možnosti tělesného rozvoje pro nadcházející přibývajících léta. A také kvůli dostupnosti internetového připojení a ochotnosti vyplnit online dotazník. Ve čtvrté a páté věkové kategorii odpovědělo pouze 13 lidí, a to v důsledku toho, že nevlastní sociální sítě ani internet, proto byli tázáni papírovou a telefonickou formou.

### Otázka č. 3 – Zajímáte se o zdravý životní styl?



**Graf 2 Zájem respondentů o zdravý životní styl**

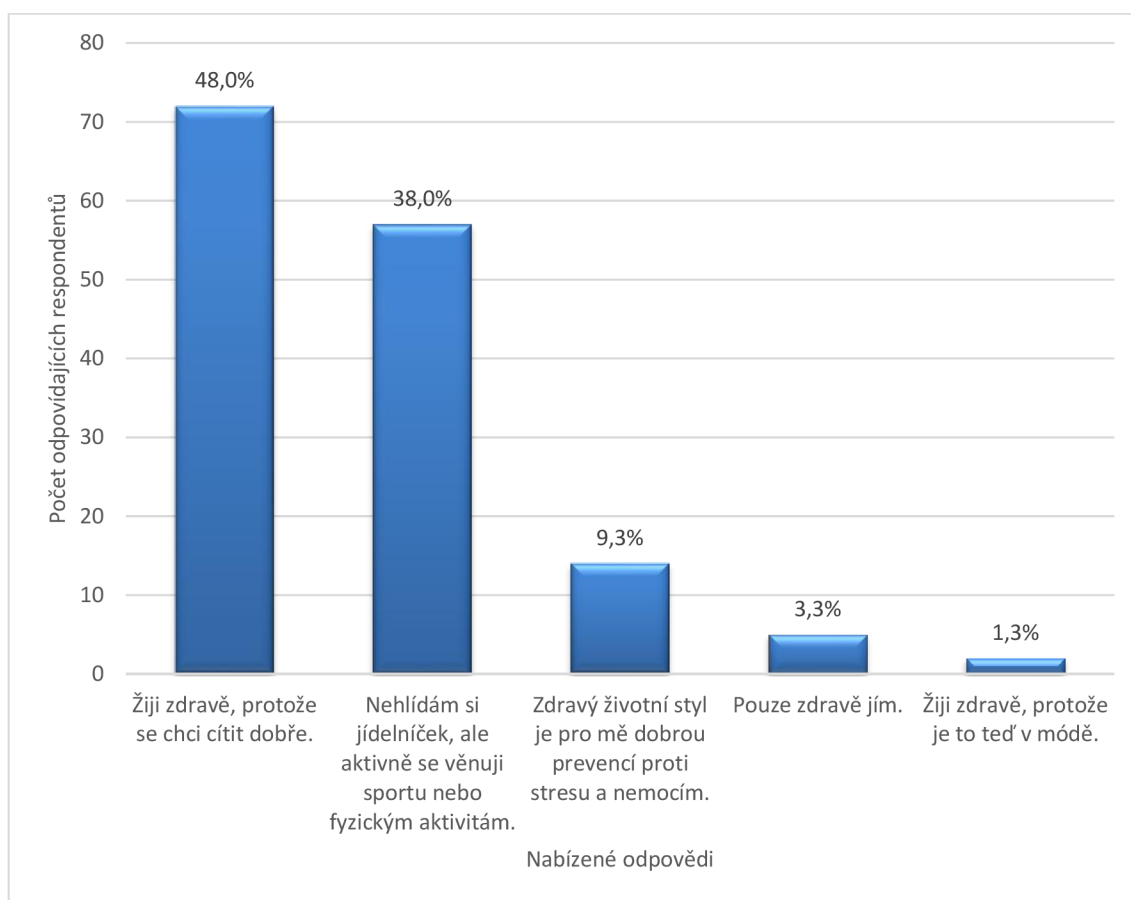
Zdroj: Vlastní zpracování na základě šetření

V této otázce bylo cílem rozdělit tázané na sportující/aktivně žijící a na lidi s pasivním postojem k pohybu. Výsledkem je odpověď „Ne“ od 15 respondentů, kteří ve vyplňování dotazníku dále nepokračovali. Odpověď „Ano“ od 63 respondentů a více než polovina tázaných odpovědělo „Tyto dvě fáze se mi střídají“.

Tato odpověď byla předem považována za „vítěznou“ z důvodu současné situace koronavirové krize, kdy jsou obyvatelé této země nuceni zůstat doma, nemohou se věnovat svým koníčkům, protože jsou zavřena fitness centra, zrušené hromadné lekce, jsou zavřena i plavecké bazény, sauny, wellness centra, veřejná hřiště, tudíž je možné se věnovat sportu pouze doma nebo venku, kde jsme taktéž ale omezeni.

#### Otázka č. 4 – Jaký máte názor na zdravý životní styl?

Otázka číslo čtyři má respondenta dovést k myšlence, proč svému tělu dopřává pohyb a kvalitní zdravé potraviny. Bylo možné zvolit pouze jednu odpověď.



**Graf 3 Názor respondentů na zdravý životní styl**

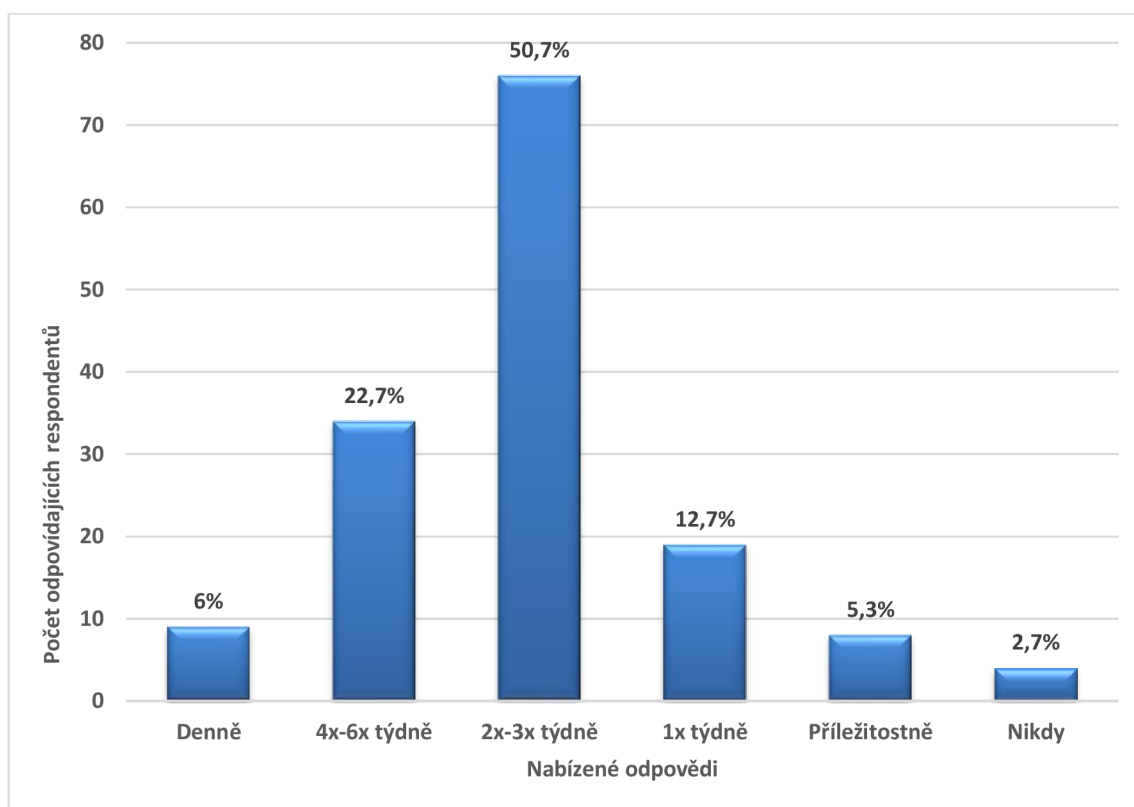
Zdroj: Vlastní zpracování na základě šetření

Cílem otázky číslo čtyři bylo zjistit, z jakého důvodu žijí respondenti zdravě a zda to berou jako součást života, nebo protože je to „trendy“. Téměř polovina tázaných, konkrétně 48 % vybralo možnost „Žiji zdravě, protože se chci cítit dobře“.

Dalších 9,3 % se přiklonilo k tomu, že je zdravý životní styl pro ně prevencí proti stresu a nemocím – shodou okolností takto odpovídali respondenti ve věkové kategorii 27-40 let. 38 % tázaných se nestarají o to, jak se stravují, ale sportují. A pouze 3,3 % odpovědělo, že se naopak zajímají pouze o zdravou stravu, ale mají minimální pohyb – tuto odpověď zvolili všichni z věkové kategorie 55 a více. 1 % z tázaných se řídí tím, co je v dané době v módě. Jak je zmíněno v teoretické části, dnešní život je uspěchaný a lidé se stravují rychle. Z těchto výsledků je značné, že lidé nedávají velkou váhu zdravé stravě, ale spíše pohybu.

### Otázka č. 5 – Jak často se věnujete sportu a pohybovým aktivitám?

V této otázce měli respondenti na výběr z šesti možností a mohli zvolit pouze jednu odpověď.



**Graf 4 Četnost provozování sportovně rekreační aktivity**

Zdroj: Vlastní zpracování na základě šetření

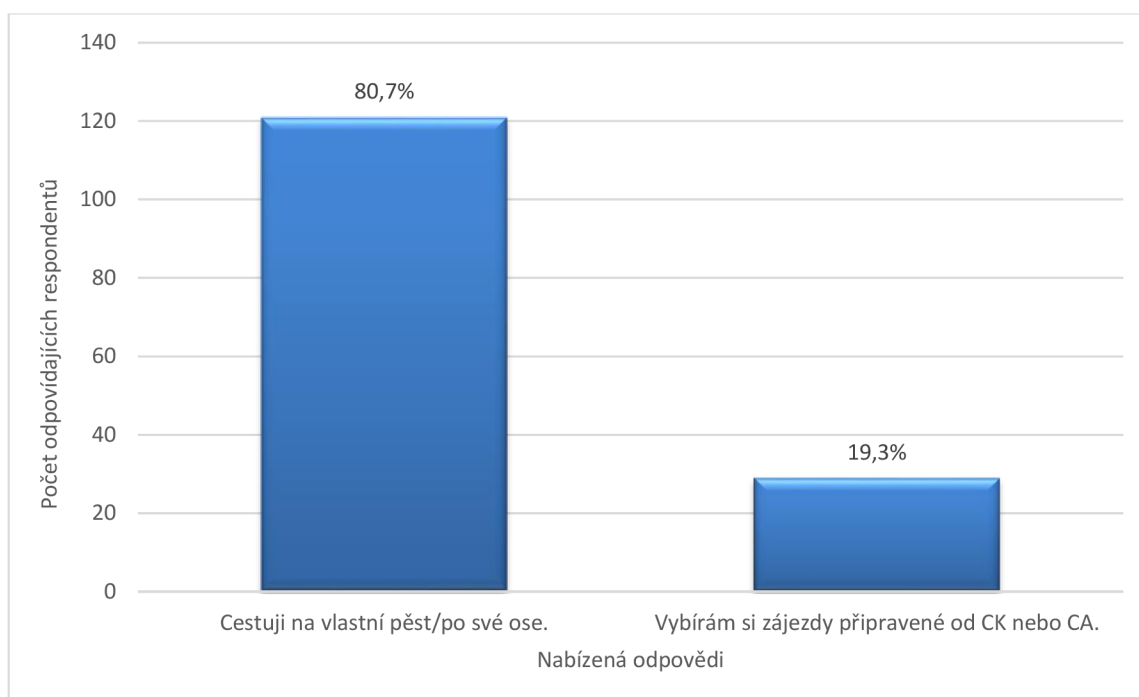
Denně se sportovním aktivitám věnují převážně sportovci s povoláním. „Denně“ zvolilo devět dotazovaných, mezi kterými bylo pár vrcholových sportovců.

Překvapivý je výsledek odpovědi „4x-6x krát týdně“, který je od 34 respondentů. Internetové zdroje uvádí „*Ideální je chodit cvičit čtyřikrát až šestkrát týdně.*“ (mojezdрави.cz,2018), což většina lidí z časového hlediska nestíhá, proto předvídatelnou a zároveň i nejčastější odpovědí bylo 2x-3x týdně. Tuto možnost zvolilo celkem 76 respondentů. 85 % této odpovědi tvořila věková kategorie 17-26 let.

Lidé v tomto věku se hodně zajímají o svůj vzhled, a proto dbají na správnou životosprávu, což ukazuje i hodnota znázorněná v grafu. Jedenkrát týdně se pohybové aktivitě věnuje 19 respondentů, příležitostně osm a téměř nikdy necvičí čtyři dotazovaní – tito čtyři odpověděli v předešlé otázce možností „Pouze zdravě jím“.

### Otázka č. 6 – Pokud cestujete, jakým směrem se ubíráte?

V této otázce měli respondenti na výběr mezi odpovědí „cestuji na vlastní pěst/po své ose“ čímž bylo myšleno, že si svou aktivní dovolenou naplánují sami, přespávají na více místech, a ne pouze v jednom resortu, pohybují se po okolí bez pomoci delegátů a vše si obstarávají a zařizují sami. Druhou možnou odpovědí bylo „vybírám si zájezdy připravené od CK nebo CA“. Tato odpověď skrývá možnou „pohodlnost“, to že není účastník nápaditý, nebo zkrátka si chce užít dovolenou bez stresů, na jednom místě, nebo už je to respondent ve vyšším věku.



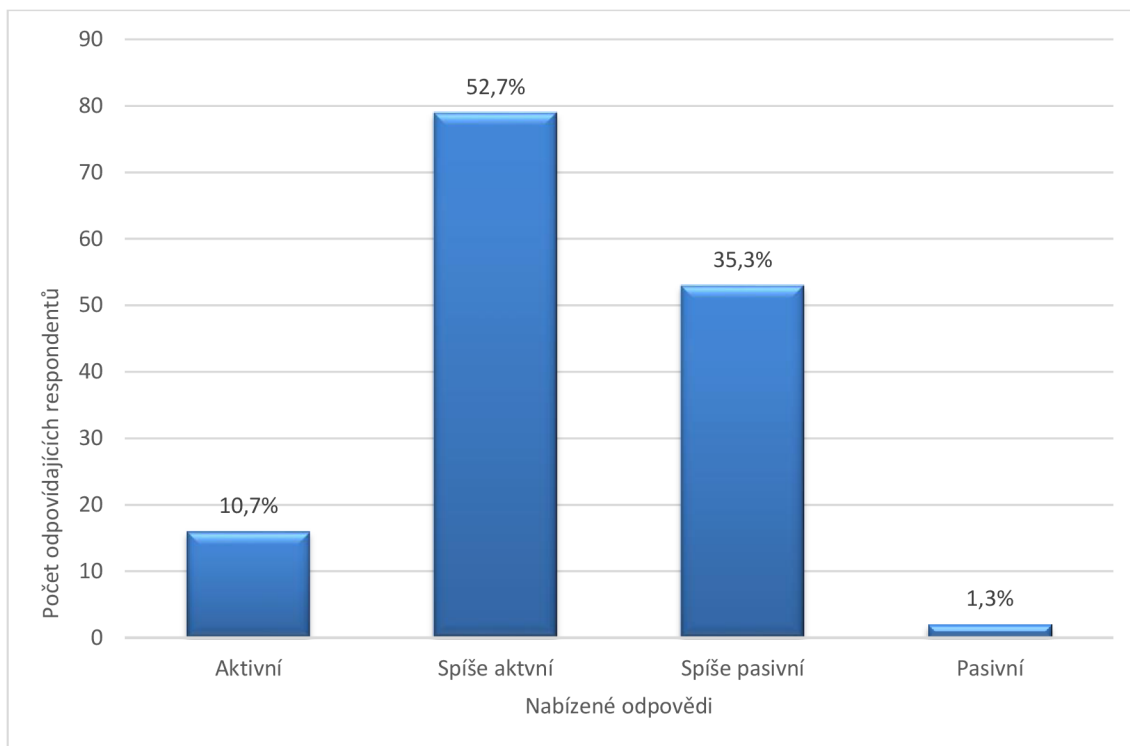
### Graf 5 Možnosti cestování

Zdroj: Vlastní zpracování na základě šetření

Výsledek této otázky byl předvídatelný, a to z důvodu „dnešního“ trendu cestovat individuálně a low cost. Dnešní mládež ráda cestuje po vlastní ose a poznává nová neprobádaná místa. Nebo naopak čerpají inspiraci z médií a sociálních sítí a navštěvují medializovaná místa nebo atrakce po celém světě. Odpověď „Vybírám si zájezdy připravené od CK nebo CA“ zvolilo pouze 29 respondentů. 90 % z nich bylo ve věku 40 let a výše a pouze 10 % věku studentského nebo nižšího než 40 let. Výsledek této otázky potvrdil předpověď autorky.

### Otázka č. 7 – Jaký typ dovolené preferujete?

Tato otázka je první, která přímo zobrazuje odpověď na naši jednu z výzkumných otázek, které jsou rozebrány ve shrnutí.



**Graf 6 Preferovaný typ dovolené**

Zdroj: Vlastní zpracování na základě šetření

Sedmá otázka dotazníku byla uzavřená a dotazovala se na preferovaný typ dovolené. Z výše znázorněného grafu je zřejmé, že větší část tázaných se raději přiklání k aktivní formě odpočinku, ať už plně aktivní dovolenou (odpověď „Aktivní“) nebo rekreaci doplněnou o sportovně rekreační aktivity (odpověď „Spíše aktivní“). Volbu „Spíše pasivní“ zvolila přibližně 1/3 respondentů. Pod touto odpovědí se skrývá definice: „rád většinu své dovolené relaxuji na pláži, ve wellness centru, ale obohatím ji o příležitostnou procházku po okolí. A dva tázaní odpověděli, že volí pouze pasivní formu odpočinku“.

Zajímavá skutečnost je, že z 95 respondentů, kteří v otázce o preferovaném typu dovolené zvolili možnost „Aktivní“ nebo „Spíše aktivní“ následně u otázky číslo 12 (Vyhledáváte při dovolené prostory a vybavení pro sportovně rekreační

aktivitu?) zvolilo možnost „Ano“ nebo „Spíše ano“ pouze 66 dotazovaných. Zájem o aktivní dovolenou nelze tak přímo rovnat se zájmem o provozování sportovně rekreačních aktivit v průběhu dovolené.

Avšak celkový závěr je uspokojivý, že téměř 2/3 zúčastněných se aktivně rekreuje a zbylá 1/3 není pro plně pasivní odpočinek.

### **Otázka č. 8 – Uved'te důvod Vaší předešlé odpovědi?**

Otázka číslo osm byla otevřená a povinná, prosila respondenta o vyjádření k odpovědi na předešlou otázku, a to proto, aby informovala autora práce k následnému závěrečnému hodnocení.

Příklady odpovědí od účastníků, kteří v předešlé otázce odpověděli „spíše aktivní“ nebo „aktivní“:

- „Nemám ráda nekonečné ležení na pláži, ale raději cokoliv objevuji, u toho si odpočinu.“
- „Nerada se jen tak poflakuji, takže mám ráda jakékoliv aktivity, kde se zabavím a nemusím jen ležet. I ve svém volném čase odpočívám aktivně.“
- „Jak kdy, u moře se ráda rozvalím, ale na horách probádám, co můžu.“
- Na dovolenou si jedu odpočinout, ale všeho moc škodí, takže menší túra je dobrá změna.“
- „Pohyb je pro mě odpočinek, proto si ho na dovolené užívám co nejvíc.“

Příklady odpovědí od účastníků, kteří v předešlé otázce odpověděli „spíše pasivní“ nebo „pasivní“:

- „Být na dovolené a jen pasivně relaxovat je to, co mě naplňuje a baví, nejedu tam honit figuru.“
- „Rád poznávám nová místa, ale nechodím žádné delší túry.“
- „Dovolená pro mě znamená válení se u moře a zároveň poznání nového místa, ale pláž mě táhne více.“

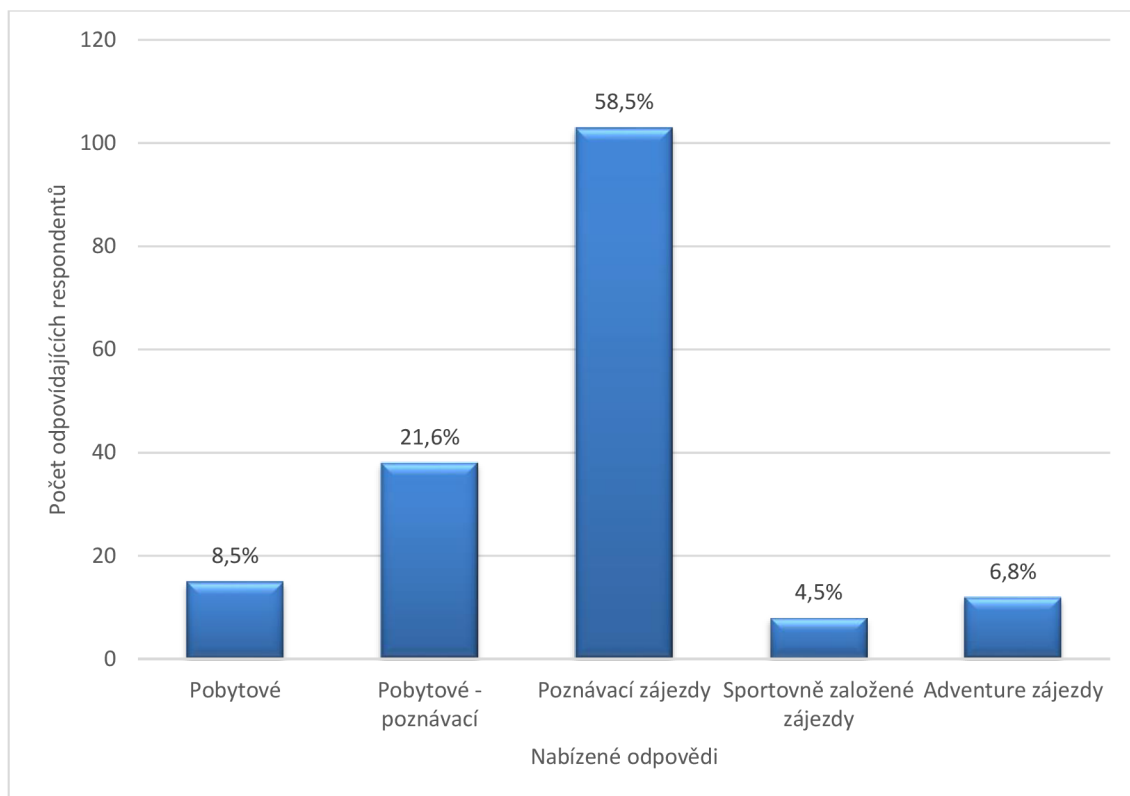
- „Sport a aktivita je super, ale když dovolená, tak rád nedělám nic.“

Z uvedených a zbylých odpovědí v dotazníku vyplývá, že většina respondentů aplikuje formu spíše aktivního odpočinku. Záleží však na prostředí a typu. Někteří volí za odpočinek relax na pláži a oproti tomu vyrazí na další dovolenou do hor, kterou stráví objevováním krás přírody, spojenou s aktivitami jako třeba lyžování, běžkování, skialpinismus, lezení po skalách nebo lezou via ferraty. Jiní zase dovolenou u moře berou jako příležitost ke zkoušení nových adrenalinových sportů jako například šnorchlování, windsurfing, paddleboarding nebo v odpovědích zmíněný surfing.



### Otázka č. 9 – Jaké typy zájezdů preferujete?

Otázka číslo devět odpovídá na další z výzkumných otázek, a to jaký typ aktivní dovolené respondenti vyhledávají. Otázka je úzce propojena s otázkou číslo šest, která říká, že respondenti cestují raději na vlastní pěst, než aby si vybrali zájezd nebo pobyt od cestovní kanceláře nebo agentury.



**Graf 7 Preferovaný typ zájezdů**

Zdroj: Vlastní zpracování na základě šetření

Otázka číslo devět nabízela možnosti libovolného výběru kombinací preferovaných typů zájezdů, bylo tak možné zvolit až dvě varianty z výše pěti uvedených. Celkem bylo 176 odpovědí od 150 respondentů.

Nejčastější odpovědí byly zájezdy označené jako „Poznávací zájezdy“, zvolené ve 103 případech což je více jak polovina respondentů. Největší procento odpovědí „Poznávací zájezdy“ tvořila věková kategorie mezi 17-26 lety, a to z důvodu provázanosti s otázkou číslo šest, kdy také většina respondentů v tomto

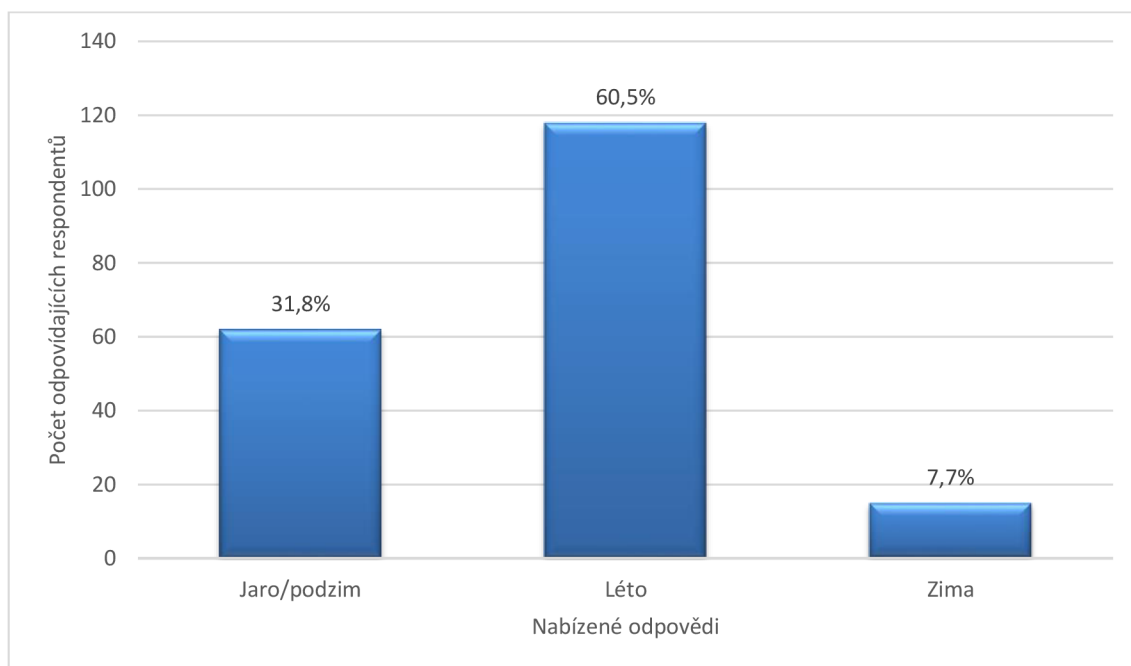
věku volila odpověď „Cestuji po vlastní ose“, tudíž sami rádi objevují svět a užívají si dobrodružství, než aby nudně odpočívali na jednom místě,

Odpověď „Pobytové – poznávací“ pak volila věková kategorie 27-40 let. A volili je respondenti, kteří označili jako preferovaný typ dovolené „Spíše aktivní“. V těchto případech je na místě zmínit význam sportovně rekreačních aktivit, které mohou účastníkům cestovního ruchu pomoci s výběrem aktivit, o které mají během své dovolené zájem (viz následující otázka číslo 11)

Respondenty označující preferovaný typ dovolené jako „Spíše pasivní“ byly u této otázky voleny „Pobytové“ zájezdy, a to v 29 případech. A ti, kteří označili odpověď „Pasivní“ (2 respondenti) u otázky číslo sedm volili taktéž odpověď „Pouze pobytové“. Zbylých 7 odpovědí bylo od skupiny „Spíše aktivní“.

#### **Otázka č. 10 – Jaké roční období vyhovuje nejvíce pro Vaši aktivní dovolenou?**

U otázky číslo 10 byly možné až dvě odpovědi. Celkem bylo 195 odpovědí. Otázka zkoumá, jaké roční období vyhledávají respondenti pro svůj aktivní odpočinek. Zároveň je to rozřazovací otázka pro otázku následující, kde se zkoumají konkrétní provozované aktivity.



**Graf 8 Preferované roční období pro aktivní dovolenou**

Zdroj: Vlastní zpracování na základě šetření

Většina účastníků volila odpověď „Léto“ (118 respondentů) o polovinu méně účastníků volilo odpověď „Jaro/podzim“ (62 respondentů) a pouhých 15 zvolilo zimu.

Z výše uvedeného grafu je značné, že zimní sporty a dovolené v zimním období vyhledává opravdu minimální procento tázaných. Tuto odpověď volili respondenti ve věkové kategorii 27-40 let. Naopak kategorie 17-26 volila buď podzim nebo jaro a léto, a to proto, že je nejpříjemnější počasí na objevování nových míst, nebo možnost utéct za slunkem. V létě se dá vyrazit jak na aktivní dovolenou k moři, tak i do hor.

### **Otázka č. 11 – Jaké typy aktivit na Vaší dovolené nejraději provozujete?**

U otázky číslo 11 bylo možné zvolit až tři odpovědi. A to v návaznosti na otázku předešlou, kde respondent mohl zvolit až dvě roční období, kdy rád jezdí na aktivní dovolenou. Někteří rádi cestují v létě, jiní volí trochu chladnější měsíce pro objevování světa a ti další preferují dovolenou na sněhu.

**Tabulka 2 Nejčastěji provozované typy aktivit na dovolené**

| <b>Název provozované aktivity</b> | <b>Počet</b> |
|-----------------------------------|--------------|
| Turistika                         | <b>98</b>    |
| Vodní sporty                      | <b>46</b>    |
| Cyklistika                        | <b>26</b>    |
| Adrenalinové sporty               | <b>23</b>    |
| Míčové hry                        | <b>18</b>    |
| Zimní sporty                      | <b>15</b>    |
| Fitness                           | <b>10</b>    |
| Doprovodné animační programy      | <b>9</b>     |
| Jiné...                           | <b>8</b>     |

Zdroj: Vlastní zpracování na základě šetření

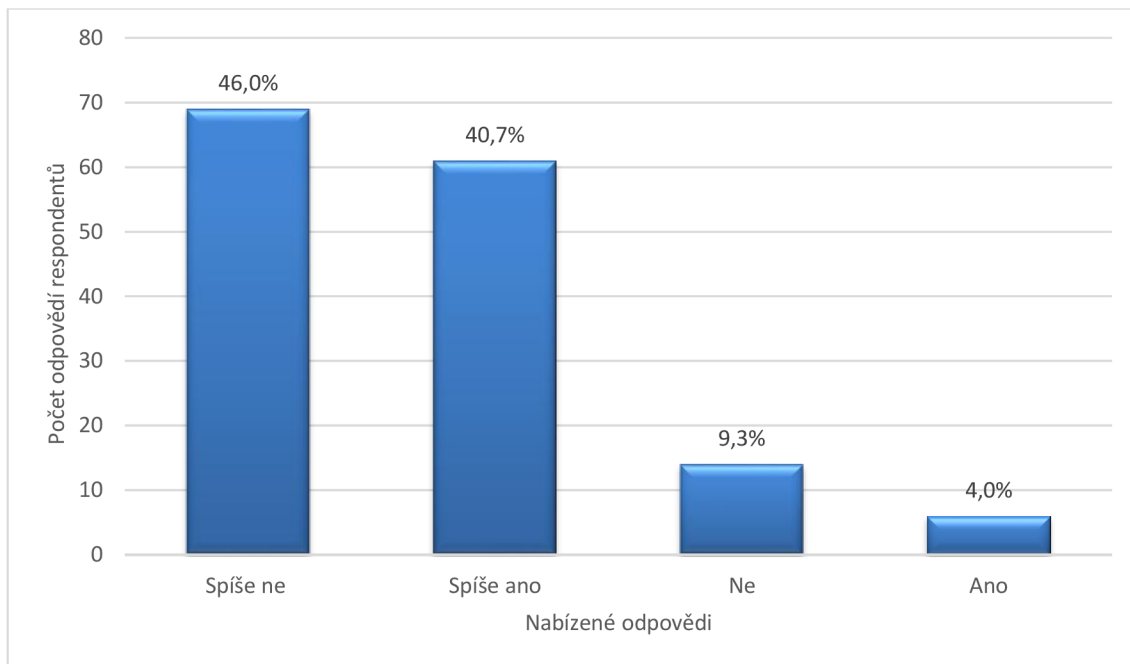
Největší zastoupení provozované aktivity na dovolené tvoří jednoznačně turistika, a to přes polovinu odpovědí (65,3 %), tuto možnost zvolili všechny věkové

kategorie až na kategorii 0–16 let. Hned za turistikou jsou zastoupeny vodní sporty, které odpovědělo 46 respondentů (30 % celkového počtu). Cyklistiku preferuje 26 respondentů (17,3 %) a všichni tito odpovídající volili i poznávací zájezdy v otázce číslo devět. Adrenalinové sporty pak zvolilo 23 respondentů ve věkové kategorii 17-26 let a míčové hry pouhých 18 odpovídajících. Zimní sporty a fitness zvolilo 16,6 % celkově dotazovaných. Doprovodné animační programy pak vyhledávají spíše rodiny s dětmi nebo starší lidé ve věkové kategorii 55 let a více.

V odpovědi „jiné“ se vyskytovaly aktivity jako: surfing, via ferraty, jedna respondentka tráví svou aktivní dovolenou na inline bruslích, a další zase preferuje pronájem lodi a plaví se po moři nebo potápění.

**Otázka č. 12 – Vyhledáváte při dovolené prostory a vybavení pro sportovně rekreační aktivity?**

Otázkou číslo 12 začíná zkoumání poslední výzkumné otázky této práce. Byla možná pouze jedna odpověď a otázka měla rozdělit respondenty na dvě skupiny, a to na ty, kteří vyhledávají a potřebují pro užití své aktivní dovolené prostory a vybavení pro sportovně rekreační aktivity a na ty, co jej nevyhledávají vůbec, nebo v minimální výši.



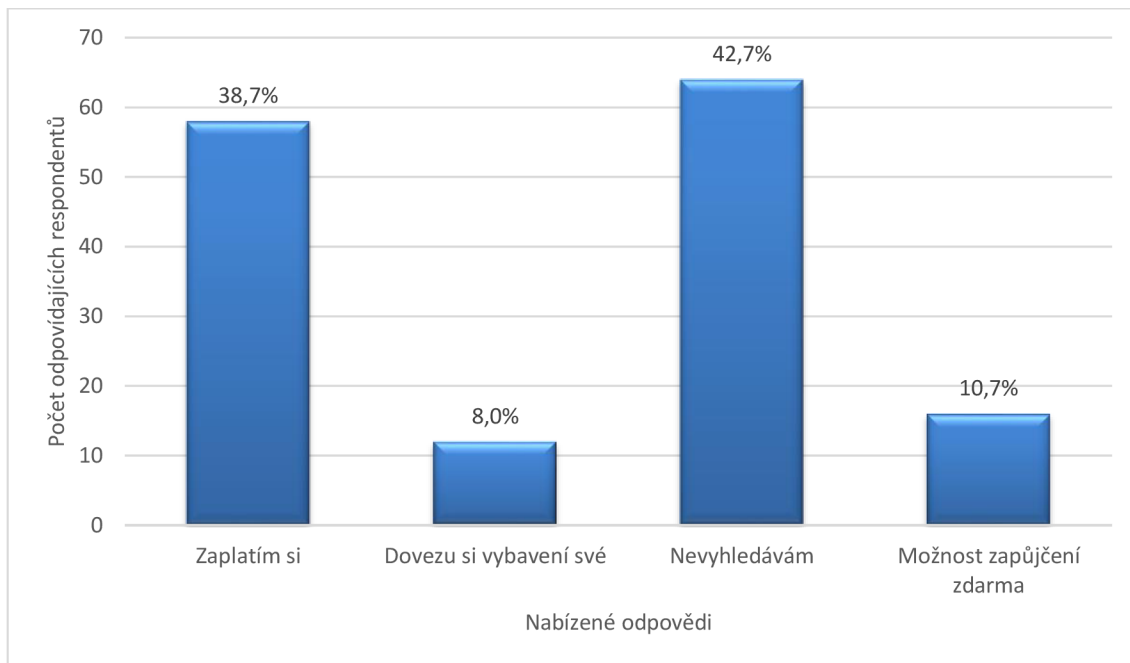
**Graf 9 Vyhledávání prostor a vybavení pro sportovně rekreační aktivity**

Zdroj: Vlastní zpracování na základě šetření

Dle znázorněného grafu kapacity s prostory a vybavením pro sportovně rekreační aktivity 6 odpovídajících zvolilo „Ano“, 61 „Spíše ano“. Pozitivně se tak vyjádřilo pouze 44,7 % celkového počtu respondentů. Mezi zbývajících procenta se pak rozdělily možnosti „Spíše ne“ – 69 odpovědí (čili 46 %) což je větší část, než celá skupina pozitivně odpovídajících a 14 respondentů – čili 9,3 % odpovědělo „Ne“.

**Otázka č. 13 – Pokud vybavení vyhledáváte, jakou odpověď z níže nabízených nejraději zvolíte?**

Tato otázka je navazující na otázku předešlou a zkoumá, zda je účastník dovolené ochoten si vybavení dovést sám nebo si za vybavení zaplatit, nebo jej požaduje zdarma od ubytovací služby (v ceně zájezdu). Možnost odpovědi „Nevyhledávám“ je v nabídce, aby mohli respondenti dotazník dokončit.



**Graf 10 Možnost dostupnosti vybavení**

Zdroj: Vlastní zpracování na základě šetření

Odpověď, která si získala nejvíce respondentů - 64 odpovědí, byla „Nevyhledávám“, což kopíruje i odpovědi v otázce předešlé, kde více jak polovina účastníků dotazníku odpovídala negativně. Věková kategorie 27–40 let volila nejvíce odpověď „Zaplatím si“. A „Možnost zapůjčení zdarma“ volila kategorie 41-55 let a 55 let a více. „Dovezu si vybavení své“ pak zvolilo pouze 12 respondentů převážně ve věku 16-26 let a kategorie 55 let a více.

**Otázka č. 14 – Pokud vyhledáváte vybavení a sportovní prostory, jaké to jsou?**

Tato otázka doplňuje odpovědi respondentů z otázky předešlé. Byly možné až tři odpovědi.

**Tabulka 3 Nejčastěji vyhledávané typy prostor a sportovního vybavení**

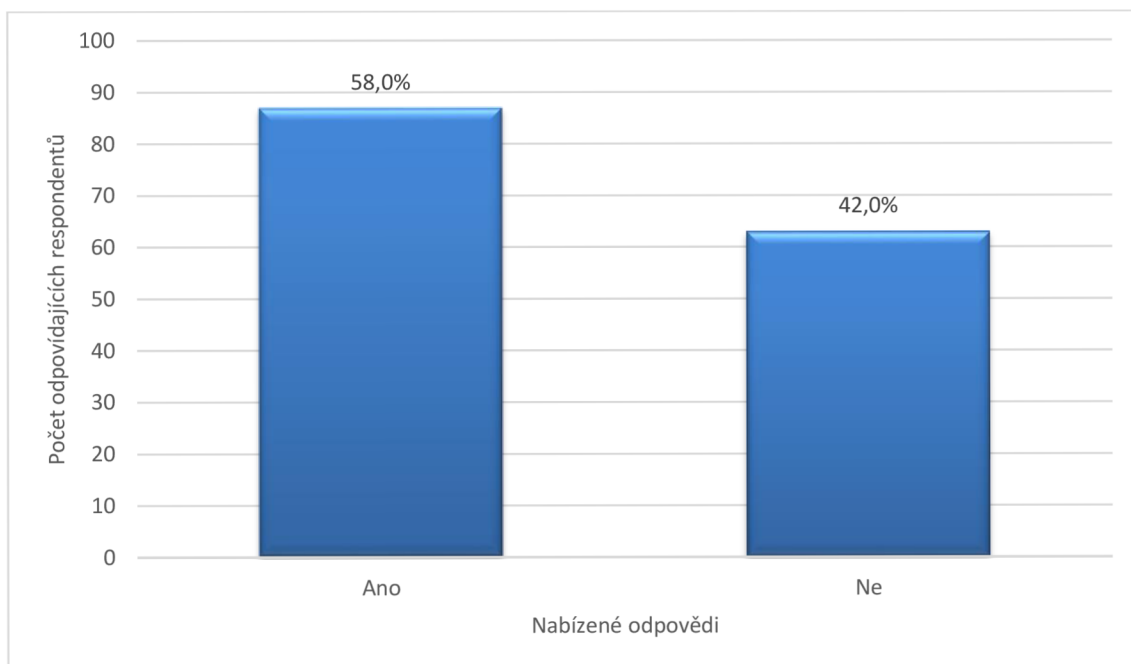
| Název vybavení nebo prostoru | Počet |
|------------------------------|-------|
| Kola/koloběžky               | 54    |
| Hřiště na týmové sporty      | 23    |
| Vybavení na míčové hry       | 21    |
| Multifunkční sál             | 15    |
| Lyže/běžky                   | 11    |
| Posilovna                    | 8     |
| Trekingové hole              | 5     |
| Jiné...                      | 9     |

Zdroj: Vlastní zpracování na základě šetření

Z tabulky je zřejmé, že respondenti, kteří vyžadují k aktivnímu odpočinku nějaké vybavení či prostory, nejčastěji užívají kola nebo koloběžky. Jako další vyhledávají hřiště na týmové sporty – tuto odpověď zvolilo nejvíce mladých respondentů ve věku 17-26 let společně s odpovědí následující, a to „vybavení na míčové hry“. Jako další je vyhledávaný multifunkční sál, který je součástí fitness center a konají se v něm buď skupinové lekce, nebo je respondent může využít k soukromí při cvičení. Až na dalším místě je vybavení na zimní sporty, které zvolilo 11 odpovídajících. Posilovnu vyhledává pouze 8 respondentů a trekingové hole zvolili všichni účastníci věkové kategorie 55 a více let a jeden odpovídající z kategorie 41-55 let.

Mezi odpověďmi „jiné“ byly použity odpovědi jako paddleboard, surf, vybavení na lezení, vybavení na sjíždění řek, venkovní workout hřiště a vybavení na potápění.

**Otázka č. 15 – Vyzkoušeli jste někdy na dovolené novou sportovní aktivitu, kterou běžně neprovozujete, nebo není v naší zemi možná?**



**Graf 11 Nově vyzkoušené sportovní aktivity na dovolené**

Zdroj: Vlastní zpracování na základě šetření

S novými sportovními aktivitami se na dovolené seznámilo 87 z celkového počtu respondentů (58 %). A zbylých 42 % žádnou novou sportovní aktivitu nevyzkoušelo, nebo si nevzpomínají. Druhy vyzkoušených aktivit jsou dotazovány v nadcházející otázce a zobrazeny v tabulce.



**Otázka č. 16 – V případě, že jste novou sportovní aktivitu zkusili, uveďte jakou.**

Otázka 16 byla otevřená, navazuje na otázku číslo 15 a doplňuje odpovědi respondentů, kteří v předešlé otázce odpověděli „Ano“. Aktivita, které respondenti na dovolené vyzkoušely a byly zmíněny více než jedenkrát, jsou vypsané v tabulce.

**Tabulka 4 Sportovně rekreační aktivity na dovolené**

| Název sportovně rekreační aktivity       | Počet |
|--|-------|
| Šlapadla a paddleboardy                  | 15    |
| Aqua aerobic                             | 10    |
| Vodní lyže, jízda na banánu, vodní skútr | 8     |
| Potápění                                 | 8     |
| Rafting, vodáctví                        | 7     |
| Snowtubing                               | 6     |
| Parasailing                              | 6     |
| Surfing                                  | 6     |
| Lanové centrum, horolezectví             | 6     |
| Ferraty, slaňování                       | 3     |
| Petanque, kriket                         | 2     |

Zdroj: Vlastní zpracování na základě šetření

Seznam aktivit, které byly zmíněny v dotazníku pouze jedenkrát: čtyřkolky/motokáry, canyoning, skluzavka, caving, lukostřelba, bungee jumping, jóga, americký fotbal a tenis.

**Otázka č. 17 – Místo pro Vaše připomínky, poznámky, popřípadě doplnění odpovědi.**

Poslední otevřená otázka dotazníku byla označena jako nepovinná, odpověď na ni zanechalo pouze 7 respondentů, kdy byla připomínkována struktura dotazníku nebo jej naopak respondenti označili za povedený. Také se v odpovědi objevilo přání štěstí k získání titulu. A pouze jeden respondent přidal užitečné doplnění k práci, a to z pohledu rodiny s dětmi.

„Ještě před pár lety jsem vyhledávala co nejaktivnější dovolenou spojenou s adrenalinovými sporty – nejčastěji vodními, nebo dlouhými túrami, různými seskoky a prozkoumávání zapadlých uliček a měst. Dnes už mám 4letou dceru a styl dovolených jsme museli s manželem přehodnotit. Nezmizel nám aktivní odpočinek, ale už spíše volíme pouze procházky po okolí, horách a vyhledáváme převážně animační programy. Zkrátka cestujeme pohodlněji a volíme bezpečnější aktivity, které jsou vhodné pro dceru i pro nás. Samozřejmě až dcera/děti odrostou, chceme se vrátit ke stylu cestování, jaký jsme vedli předtím.“

Toto doplnění přidala k dotazníku respondentka ve věkové skupině 27-40 let. Z názoru vyplývá, že mladí lidé raději vyhledávají individuální cestování a s přibývajícím věkem a dětmi tento názor přehodnocují a míří za klidnějšími a pohodlnějšími pobyty, které jsou obohaceny o animační doprovodné programy, nebo výlety.

### **5.2.1 Shrnutí dotazníkového šetření**

Výsledek dotazníkového šetření dopadl dle očekávání autorky. Největší zájem je o spíše aktivní dovolenou, kdy respondent pomocí turistiky objevuje nová místa, regiony, kulturu, poznává nové lidi a obohacuje se o zážitky. Tudíž jsou nejvíce vyhledávány zájezdy poznávací. Tyto zájezdy vyhledává nejvíce mladých lidí. Překvapující byly odpovědi aktivně žijících lidí nad 55 let, kdy bylo předpokládáno, že tato věková kategorie bude vybírat zájezdy spíše pobytové s velkým množstvím odpočinku, ale tito respondenti i ve svých letech vyhledávají zájezdy poznávací jako mladí lidé. Avšak oproti věkovým kategoriím 17-26 let a 27-40 let ke své aktivní dovolené požadují vybavení, které si sami na místo dovezou. Překvapením bylo, že velká část respondentů nevyzkoušela na dovolené nové sportovní aktivity a ti, co je vyzkoušeli, nevolili aktivity dle představ autorky – nejvíce respondentů vyzkoušelo šlapadla, či paddleboarding, pouze malá část vyzkoušela sporty jako surfing nebo parasailing.

## 6 Shrnutí a diskuse výsledků

Dotazníkového šetření se zúčastnilo 150 respondentů. Lidé si v dnešní době začínají uvědomovat hektický způsob života. Chtějí najít zklidnění a cestu pro zkvalitnění jejich zdraví, a proto se věnují sportu, zajímají se o zdravou vyváženou stravu nebo alespoň aktivně odpočívají.

Z dotazníkového šetření vyplynulo, že lidem význam fitness a pohybu s ním spojený není cizí. Také to, že je důležité se nejen o své tělo, ale i duši dobře starat a odpočívat. Více než polovina dotazovaných uvedla, že žijí zdravě, protože se chtějí cítit dobře a pohyb a zdravý životní styl berou jako prevenci proti stresu a nemocím. Celých 73 % z celkového počtu dotazovaných se věnuje ve svém volném čase sportu a aktivnímu odpočinku minimálně 2krát týdně, 22 % až 6krát týdně.

Pro výzkum byly zvoleny čtyři výzkumné otázky zaměřené na aktivní odpočinek propojené s cestovním ruchem. Výzkumnou otázku číslo jedna (*Má veřejnost větší zájem o aktivní nebo pasivní formu odpočinku?*) zodpovídají otázky číslo 6-8 v dotazníku, kdy více než polovina dotazovaných volí aktivní formu odpočinku. K tomuto výsledku přispěl výsledek odpovědí otázky číslo 6, kde 121 respondentů cestuje na vlastní pěst nebo po své ose a nevyhledávají zájezdy od cestovních kancelářích. Nyní je trend mezi studenty a mladými jedinci hledat nejlevnější ubytování jako třeba přes Airbnb, Booking apod. Pohybovat se po okolí pomocí sdílených kol, koloběžek nebo pěšky, a tak objevit co nejvíce z dané země nebo regionu, a hlavně za nízké ceny, což vám cestovní kancelář v takovéto výši nenabídne, a pokud ano cestující nemá svou svobodu a je omezen právě programem dané cestovní kanceláře, časem ale také dalšími účastníky zájezdu. V důsledku toho, že si lidé raději cestují po své ose, je i malá znalost cestovních kancelářích, které poskytují aktivní zájezdy. Oproti aktivní možnosti odpočinku pouze 29 respondentů volilo spíše pasivní nebo úplně pasivní formu odpočinku v průběhu rekreace, tyto odpovídající volili v otázce číslo 6 „Vybírám si zájezdy připravené od CK nebo CA“.

*Jaký typ zájezdů účastníci preferují?* – je druhá výzkumná otázka, na kterou odpovídá otázka číslo 9 a také navazuje na výsledek výzkumné otázky předešlé. Z výše uvedeného grafu vyplývá, že skoro 67 % - čili více jak polovina účastníků nejraději volí zájezdy poznávací, tudíž aktivní formu odpočinku, při kterých se praktikují sportovně rekreační aktivity jako turistika, cykloturistika nebo například výšlapy hor. Další 35 % se účastní zájezdů pobytových (15 respondentů) nebo pobytově – poznávací (38 respondentů). Při těchto zájezdech už se neprovozuje tolik sportovních aktivit, protože dovolená je založena podle odpovědí respondentů na odpočinku a například provozování aktivit spojených s doprovodným animačním programem, nebo výjezdem na zorganizovaný výlet od delegáta, nebo nějaké výletní společnosti v dané destinaci. Sportovně založené zájezdy vyhledává pouze 8 respondentů.

Odpověď na výzkumnou otázku číslo 3 (*Jaké sportovní aktivity účastníci nejčastěji provozují během své dovolené?*) byla zkoumána z dotazníkové otázky číslo 11. Předešlé výzkumné otázky, ve kterých je zmíněno, že respondenti volí spíše aktivní formu dovolené a preferují poznávací zájezdy, při kterých se nejčastěji provozuje turistika a cyklistika, nám potvrzuje výsledek dotazníkové otázky číslo 11, ve které byla turistika jako nejvíce volenou možností – 98 respondentů volí turistiku za nejlepší možnost, jak strávit aktivní dovolenou. Jako další celkem početnou odpovědí byly vodní sporty a cyklistika. Turistiku a cyklistiku volili respondenti, kteří preferují poznávací zájezdy. Ti, co preferují zájezdy pobytové nebo pobytově – poznávací, volili spíše vodní sporty, animační programy nebo míčové hry.

*Je dostupnost sportovního vybavení v místě pobytu dovolené podmínkou?* Je poslední výzkumnou otázkou. Dle výše uvedeného grafu u otázky číslo 12 je zřejmé, že více jak polovina – 55 % dotázaných nevyhledává, nebo vůbec nepotřebuje vybavení a prostory k provozování sportovně rekreačních aktivit na dovolené. Naopak překvapivá byla hodnota odpovědí „Zaplatím si“. 58 respondentů ze 150 je ochotno si zaplatit za vypůjčení vybavení nebo pronájem prostor. A 16 respondentů

požaduje zapůjčení zdarma, buď od cestovní kanceláře, resortu, nebo aby vybavení bylo v ceně zájezdu.

Po shrnutí výsledků a zodpovězení výzkumných otázek se potvrdilo, že dotazovaní respondenti vyhledávají aktivní formu odpočinku v podobě poznávacích zájezdů, které tráví nejlépe procházkami, túrami, výlety na kole nebo koloběžkách a hraním vodních sportů. Také své dovolené podnikají nejraději v létě a poté na jaře nebo na podzim. Ze 150 dotázaných respondentů se o zimní aktivní odpočinek zajímá minimum účastníků. A pro velkou část respondentů není podmínkou, aby bylo sportovně rekreační vybavení v místě pobytu dostupné.

Analýza cestovních kanceláří potvrdila výsledek dotazníkového šetření a ukázala správnost poměru nabízených služeb a zájezdů zákazníkům. Všechny výše zmíněné cestovní kanceláře se zaměřením na sportovní turismus nabízejí převážně poznávací zájezdy s programem v podobě turistiky a cyklistiky. V menší míře pak zájezdy pobytové s mírnou aktivitou, přímo sportovní nebo adventure zájezdy, o které není dle výsledků šetření takový zájem. Je známé, že dnešním trendem mezi mladými je cestování individuálně a cestovními kanceláři nejsou nabízeny optimální zájezdy. To potvrdilo i dotazníkové šetření, kde většina respondentů volila cestování individuální cestou.

## 7 Závěr a doporučení

Bakalářská práce se zabývala moderním pojetím fitness programu jako produktu cestovního ruchu. Na základě sběru dat podle literatury a internetových zdrojů uvedených v kapitole 8 Seznam zdrojů byly v teoretické části práce vymezeny základní obecné pojmy jako produkt CR, rekreologie zdravý životní styl, sportovní turismus, pojem wellness a také samotný pojem fitness.

Na úvod praktické části byla provedena analýza třech vybraných cestovních kanceláří, které se zabývají zážitkovým a sportovním turismem. Byla porovnána jejich nabídka a následně nabídka sloužila jako inspirace pro průběh šetření a sestavení dotazníku. Významnou částí praktické části bylo dotazníkové šetření na téma sportovně rekreační aktivity během dovolené, které zkoumalo postoj vybraných respondentů na trávení aktivní dovolené. Výzkum ukázal, že většina dotázaných se věnuje sportovně rekreačním aktivitám nejen ve svém volném čase během normálního dne, ale i během své dovolené, tudíž rádi aktivně odpočívají. Pokud se chystají za aktivním dobrodružstvím, tak vyhledávají převážně poznávací zájezdy, při kterých se věnují turistice, cyklistice, vodním sportům, nebo procházkám a při těchto sportovních aktivitách buď nevyhledávají sportovní vybavení, nebo si jsou ochotni vybavení zapůjčit za poplatek či dopravit vlastní.

Cílem celé práce bylo charakterizovat, jak respondenti využívají možnosti fitness programu, který je chápán jako provozování sportovně rekreační aktivity v rámci sportovně aktivní dovolené respondenta. Také zhodnocení provozovaných sportovně rekreačních aktivit jako součást dovolené a v neposlední řadě vnuknout myšlenku o aktivním odpočinku účastníkům, kteří se účastní pouze pasivního odpočinku. Vymezené cíle byly splněny a práce může posloužit jako motivační nebo informační materiál pro cestovní kanceláře, neboť právě ony se snaží lidem poskytnout aktivní dovolenou a nezapomenutelné zážitky. Avšak v dnešních dnech je trend cestovat spíše individuálně, což potvrdilo i dotazníkové šetření. CK nenabízí dostatečně atraktivní zájezdy pro mladé vrstevníky, a proto se zde objevuje prostor

pro další odbornou práci, který by se věnoval tomuto výzkum, doporučení a návrhům.

Z dotazníkového šetření vyplynulo, že se nejvíce aktivního odpočinku účastní mladí lidé, a to převážně pomocí zážitkových pobytů, výletů nebo víkendů, ale velká většina z nich nezakoupila takový zážitek od cestovní kanceláře, protože chtějí cestovat za málo peněz a individuálně se svým naplánovaným programem (fitness programem).

Návrhem řešení pro CK by bylo zaplatit lepší marketingovou propagaci mířenou na mladší skupinu lidí a dostat se tak více do podvědomí. Pomoci by mohla reklama umístěná na sociálních sítích, kde se každý den pohybuje nespočet potenciálních zákazníků. Jako další možné řešení by bylo navázat například spolupráce se známými influencery, kteří by propagovali daný zážitek, zájezd, popřípadě lokalitu. Cestovní kanceláře s tímto zaměřením by se mohly také zviditelnit například vyhlašováním soutěží na sociálních sítích. Účastníkovi by pouze stačilo „olajkovat“ příspěvek nebo se „proklikat“ jejich webovými stránkami, popřípadě danou sociální sítí a sdílet jej. Jednalo by se o jednoduchý a velmi efektivní způsob reklamy, jak se dostat více do podvědomí mladé generace.

Nesmírnou rychlostí se svět posouvá dopředu a je až obdivuhodné, jak na to reaguje turismus. Za poslední roky vzniklo nespočet nových specifických netradičních forem cestovního ruchu, které jsou pro každého cestovatele jinak výjimečné a jinak zaujmou. Je krásné, a hlavně důležité cestovat a poznávat zvyky a kulturu jiných, nové lidi, nové kouty světa a také nové formy cestovního ruchu. Každý z cestovatelů si vybírá formu cestovního ruchu jinou, ale každý na ni pak vzpomíná celý život, protože si ji vybral právě podle toho, co ho naplňuje.

## 8 Seznam použitých zdrojů

1. BLAHUŠOVÁ, Eva. *Wellness: Fitness*. Praha: Karolinum, 2005. ISBN 80-246-0891-x.
2. BLAHUŠOVÁ, Eva. *Wellness: jak si udržet zdraví a pohodu*. Velké Bílovice: TeMi CZ, 2009. ISBN 9788087156339.
3. BROOKS, S. D. *The complete book of personal training*. Champaign: Human Kinetics Publishers, 2003. ISBN 0-7360-0013-5.
4. CATHALA, Hana. *Wellness od vnějšího pohybu k vnitřnímu klidu*. 1. vyd. Praha: Grada, 2007. 168 s. ISBN 978-80-247-2323-5.
5. Cestovní kancelář Adventura. *Adventura: cestovní kancelář* [online]. 2021 [cit. 2021-8-8]. Dostupné z: <https://www.adventura.cz/>
6. Cestovní kancelář Frčíme. *Frčíme: cestovka pro aktivní lidi* [online]. 2021 [cit. 2021-8-8]. Dostupné z: <https://www.frcime.cz/>
7. Cestovní kancelář Kudrna. *Kudrna.cz: cestovka s duší* [online]. 2021 [cit. 2021-8-8]. Dostupné z: <https://www.kudrna.cz/>
8. FIŠEROVÁ, Věra. *Volný čas a jeho animace v cestovním ruchu*. 1. vydání. Praha: Vysoká škola hotelová s.r.o., 2008. 92 s. ISBN 978-80-86578-87-3.
9. FOŘT, Petr. *Výživa pro dokonalou kondici a zdraví*. Ilustroval Monika WOLFOVÁ. Praha: Grada, 2004. ISBN 80-247-1057-9.
10. JANDOVÁ, Soňa, Piotr OLEŚNIEWICZ a Tomáš DOHNAL. *Vybrané aspekty rekreologie*. [Liberec]: TUL, 2014. ISBN 978-80-7494-168-9.



11. KLESCHT, Vladimír. *5 pilířů zdravého života*. 1. vyd. Brno: Computer Press, 2008. 176 s. ISBN 978-80-251-2149-8.
12. KOTÍKOVÁ, Halina. *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. Praha: Grada, 2013. ISBN 978-80-247-4603-6.
13. KOTULÁN, Jaroslav. *Zdravotní nauky pro pedagogy*. 3. vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2012. ISBN 9788021057630.
14. KRCH, F., DRÁBOVÁ H. (1999). *Současné změny životního stylu a duševní zdraví české mládeže*. Praha, Czechia: Virtus.
15. KŘIVOHLAVÝ, Jaro. *Psychologie zdraví*. Praha: Portál, 2001. ISBN 80-7178-551-2.
16. KRÍŽEK, Felix; NEUFUS, Josef. *Moderní hotelový management*. 2. vyd. Praha: Grada, 2014. 224 s. ISBN 978-80-247-4835-1.
17. MÜLLEROVÁ, Alena. *Wellness jako životní styl*. Brno: ERA, 2008. Zdravá rodina (ERA). ISBN isbn978-80-7366-134-2.
18. PALATKOVÁ, Monika a Jitka ZICHOVÁ. *Ekonomika turismu: turismus České republiky: vymezení a fungování trhu turismu, přístupy k hodnocení významu a vlivu turismu, charakteristika turismu České republiky*. Praha: Grada, 2011. ISBN isbn978-80-247-3748-5.
19. PODĚBRADSKÝ, Jiří. (2008). *Wellness v ČR*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj.
20. PŮŽA, Bohumil a Blahoslav KOMEŠTÍK. *Sportovně rekreační aktivity v cestovním ruchu: vybrané pedagogicko-psychologické, kinantropologické a*

- managerské aspekty*. Hradec Králové: Gaudeamus, 2012. Recenzované monografie. ISBN 978-80-7435-186-0.
21. RYGLOVÁ, Kateřina, Michal BURIAN a Ida VAJČNEROVÁ. *Cestovní ruch – podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. Praha: Grada, 2011. ISBN 978-80-247-4039-3.
22. RYGLOVÁ, Kateřina. *Cestovní ruch: Soubor studijních materiálů*. 3. rozšířené vydání. 187 s. Ostrava: Key Publishing, 2009. ISBN 978-80-7418-028-6.
23. SEKOT, Aleš. *Sociologické problémy sportu*. 1. vydání. Praha: Grada Publishing a.s., 2008. 224 s. ISBN 978-80-247-2562-8.
24. SEKOT, Aleš. *Sport a společnost*. Brno: Paido, 2003. ISBN 80-7315-047-6.
25. SCHWARTZHOFFOVÁ, E. *Sportovní turismus*. In *Tělesná kultura*, 2010, roč. 33, č. 2.
26. STACKEOVÁ, D. *Fitness programy – teorie a praxe: metodika cvičení ve fitness centrech*. 2., doplněné a přepracované vydání (1. vydání ve vydavatelství Galén). Praha: Galén, 2008. ISBN 978-80-7262-541-3.
27. STACKEOVÁ, Daniela. *Fitness: metodika cvičení ve fitness centrech*. Praha: Karolinum, 2004. ISBN 8024608405.
28. ŠTÝRSKÝ, Jiří a Jiří ŠÍPEK. *Geograficko psychologické souvislosti cestování, turistiky a rekreace: kapitoly z geopsychologie*. Hradec Králové: Gaudeamus, 2011. Recenzované monografie. ISBN 978-80-7435-114-3.
29. TEPLÁ, Lucie. Speciál O OBORECH: Rekreatologie. *Vysoké školy.cz* [online]. 015 [cit. 2021-03-10]. Dostupné z: <https://www.vysokeskoly.cz/clanek/special-o-oborech-rekreologie-2>.

30. THORNE, Gerard a Phil EMBLETON. *Encyklopedie kulturistiky: vše, co potřebujete vědět o budování svalů od A-Z!* Pardubice: Svět kulturistiky, 1998. Svět kulturistiky. ISBN 80-902589-05.
31. ZELENKA, Josef a Martina PÁSKOVÁ. *Výkladový slovník cestovního ruchu.* Kompletně přeprac. a dopl. 2. vyd. Praha: Linde Praha, 2012. ISBN 978-80-7201-880-2.

## 9 Přílohy

### Příloha č. 1 - Dotazník

**1) Jaké je Vaše pohlaví?**

- Muž
- Žena

**2) Do jaké věkové kategorie spadáte?**

- 0-16 let
- 17-26 let
- 27-40 let
- 41-55 let
- 55 a více let

**3) Zajímáte se o zdravý životní styl, jíte zdravě, sportujete?**

- Ano
- Ne
- Tyto dvě fáze střídám

**4) Jaký máte názor na zdravý životní styl (vztahuje se i na sport)?**

- Zdravý životní styl je pro mě dobrou prevencí proti stresu a nemocím.
- Žiji zdravě, protože se chci cítit dobře.
- Žiji zdravě a sportuji, protože je to v této době hodně v módě.
- Pouze zdravě jím.
- Nehlídám si jídelníček, ale aktivně se věnuji sportu nebo jiným fyzickým aktivitám.

**5) Jak často se věnujete sportu a pohybovým aktivitám?**

- Denně
- 4 – 6x týdně
- 2 – 3x týdně
- 1x týdně
- Příležitostně
- Nikdy

**6) Pokud cestujete, jakým směrem se ubíráte?**

- Cestuji na vlastní pěst
- Vybrám si zájezdy připravené od CK nebo CA

**7) Jaký typ dovolené preferujete?**

- Aktivní
- Spíše aktivní (rád sportuji i odpočívám)
- Spíše pasivní (hodně odpočívám, ale občas zajdu na procházku)
- Pasivní (jen se válím na pláži)

**8) Uveďte důvod Vaší odpovědi na předešlou otázku – pár slovy.**

- Prostor pro otevřenou odpověď

.....  
.....  
.....

**9) Jaké typy zájezdů preferujete?**

- Pobytové zájezdy
- Pobytové – poznávací zájezdy (pobytový s výlety)
- Poznávací – turistika

- Sportovně založené zájezdy
- Adventure zájezdy

**10) Jaké roční období vyhovuje nejvíce pro Vaši aktivní dovolenou?**

- Jaro/podzim
- Léto
- Zima

**11) Jaké typy aktivit na Vašich dovolených nejraději provozujete?**

- Turistika
- Zimní sporty
- Cyklistika
- Adrenalinové sporty
- Vodní sporty
- Míčové hry
- Účastním se pouze animačních/doprovodných programů
- Jiné .... Prostor pro otevřenou odpověď.

**12) Vyhledáváte při dovolené prostory a vybavení pro sportovně rekreační aktivity?**

- Ano
- Spíše ano
- Spíše ne
- Ne

**13) Pokud vybavení pro sport vyhledáváte, raději zvolíte alternativu:**

- Dovezu si své vybavení
- Požaduji možnost zapůjčení zdarma
- Klidně si za to zaplatím

**14) Pokud vyhledáváte vybavení a sportovní prostory pro rekreační aktivity, jaké to jsou?**

- Fitness centrum – posilovna
- Multifunkční sál
- Kola/koloběžky
- Lyže/běžky
- Trekingové hole
- Hřiště na kolektivní sporty
- Vybavení na míčové a kolektivní hry
- Jiné.... Prostor pro otevřenou odpověď.

**15) Vyzkoušeli jste někdy na dovolené novou sportovní aktivitu, kterou běžně neprovozujete, nebo není v naší zemi možná? (včetně adrenalinových sportů a vodních aktivit)**

- Ano
- Ne

**16) V případě, že jste zkusili novou sportovní aktivitu, prosím uveďte jakou.**

- Prostor pro otevřenou odpověď.

.....  
.....  
.....

**17) Místo pro poznámky, připomínky, doplnění odpovědí**

Prostor pro otevřenou odpověď.

.....  
.....  
.....



## Zadání bakalářské práce

**Autor:** Kristýna Tomášková

**Studium:** I1700245

**Studijní program:** B6208 Ekonomika a management

**Studijní obor:** Management cestovního ruchu

**Název bakalářské práce:** **Moderní pojetí fitness programu jako produkt CR**

**Název bakalářské práce AJ:** Modern concept of fitness program as a product CR

### Cíl, metody, literatura, předpoklady:

**Cíl práce:** Charakteristika a analýza možností využití fitness programů jako produktu cestovního ruchu, kdy jsou fitness programy chápány jako provozování sportovně rekreačních aktivit v průběhu rekreace.

### Osnova:

1. Úvod 2. Cíl práce 3. Metodika zpracování 3.1 Metody výzkumu 4. Teoretická část 4.1 Produkty CR 4.2 Rekreeologie 4.3 Zdravý životní styl 4.4 Sportovní turismus 4.4.1 Sportovně rekreační aktivity 4.5 Wellness 4.5.1 Pojem wellness 4.6 Fitness 4.6.1 Fitness - pojem, historie 4.6.2 Fitness program 5. Praktická část 5.1 Analýza nabídek vybraných cestovních kanceláří 5.2 Vyhodnocení jednotlivých otázek dotazníku 6. Shrnutí a diskuze výsledků 7. Závěr a doporučení 8. Seznam použitých zdrojů 9. Přílohy

BLAHUŠOVÁ, Eva. Wellness: Fitness. Praha: Karolinum, 2005. ISBN 80-246-0891-X. MÜLLEROVÁ, Alena. Wellness jako životní styl. 1. vyd. Brno: ERA group, 2008. 132 s. ISBN 978-80-7366-134-2. STACKEOVÁ, Daniela. Fitness: metodika cvičení ve fitness centrech. Praha: Karolinum, 2004. ISBN 8024608405. ZELENKA, Josef, PÁSKOVÁ, Martina. Výkladový slovník cestovního ruchu. Kompletně přeprac. a dopl. 2. vydání. Praha: Linde Praha, 2012. 768 s. ISBN 978-80-7201-880-2.

**Garantující pracoviště:** Katedra rekreologie a cestovního ruchu,  
Fakulta informatiky a managementu

**Vedoucí práce:** Ing. Veronika Židová, Ph.D., DiS.

**Oponent:** Mgr. Dagmar Hrušová, Ph.D.

**Datum zadání závěrečné práce:** 28.5.2021