

Univerzita Palackého v Olomouci
Fakulta tělesné kultury

TENDENCE V CESTOVÁNÍ U MLADÝCH LIDÍ
Bakalářská práce

Autor: Simona Štipčáková
Katedra rekreologie
Vedoucí práce: Ing. Halina Kotíková, Ph.D.
Olomouc 2022

Bibliografická identifikace

Jméno autora: Simona Štipčáková
Název práce: Tendence v cestování u mladých lidí
Vedoucí práce: Ing. Halina Kotíková, Ph.D.
Pracoviště: Katedra rekreologie
Rok obhajoby: 2022

Abstrakt:

Tato bakalářská práce se zabývá cestováním českých studentů tuzemských vysokých škol, konkrétně se zaměřením na bakalářské a magisterské obory. Hlavním cílem je analyzovat preference studentů při cestování. Přehled poznatků se zabývá cestovním ruchem obecně, mládežnickým cestovním ruchem a vlivem covid-19 na toto odvětví. Praktická část práce se věnuje dotazníkovému šetření, kterého se zúčastnilo 148 respondentů. Výsledky ukazují preference i rozmanitost studentů při cestování a také porovnání s jinými studii. Studenti rádi cestují jak do zahraničí, tak i v rámci České republiky. Nejčastější formou přepravy na dovolené je vlak, poté auto a letadlo. Někteří studenti do zahraničí cestující v rámci studijních či pracovních pobytů, avšak většina cestuje za účelem dovolené či návštěvy příbuzných a známých. Rozhodující při volbě ubytování je pro studenty cena. Ani pandemie covid-19 nezastavila cestování studentů, ale 50 % z nich v roce 2020 nevycestovalo za hranice České republiky. Co se týče aktivní dovolené, někteří respondenti na svých cestách vyzkoušeli adrenalinové sporty, převažuje však pěší turistika. O udržitelné cestování se aktivně zajímá jen 4,1 % respondentů.

Klíčová slova: cestovní ruch, cestování, mládežnický cestovní ruch, koronavirus

Souhlasím s půjčováním bakalářské práce v rámci knihovních služeb.

Bibliographical identification

Author: Simona Štipčáková
Title: Tendence v cestování u mladých lidí

Supervisor: Ing. Halina Kotíková, Ph.D.
Department: Katedra rekreologie
Year: 2022

Abstract:

This bachelor's thesis is about travelling of czech university students, specifically with a focus on bachelor's and master's degrees. The main goal is to analyze travel preferences of students. The overview of knowledge deals with tourism in general, youth tourism and the impact of covid-19 on this sector. The practical part of the thesis is devoted to a questionnaire survey, which was attended by 148 respondents. The results shows the preferences and diversity of czech students when traveling. In the end of the theses we compare our results with results of other studies. Students like to travel both abroad and within the Czech Republic. The most common form of transport on holiday is the train, then the car and the plane. Some students travel abroad as part of study or work stays, but most of them travel for vacation or to visit relatives and friends. The decisive factor for choosing accommodation is the price for students. The covid-19 pandemic did not stop students from traveling, but 50 % of them did not travel outside of Czech Republic in 2020. Some respondents tried adrenaline sports on their travels, but most of them do hiking. Only 4,1 % of respondents are actively interested in sustainable travel.

Keywords: tourism, travelling, youth tourism, coronavirus

I agree with lending the thesis within the library services.

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci zpracovala samostatně, s odbornou pomocí Ing. Haliny Kotíkové, Ph.D., uvedla všechny použité literární zdroje a řídila se zásadami vědecké etiky.

V Olomouci dne

.....

Děkuji Ing. Halině Kotíkové, Ph.D. za odborné vedení mé bakalářské práce, pomoc při specifikaci tématu, cenné rady, ochotu a čas, který mi při společných konzultacích věnovala.

OBSAH

1	ÚVOD	7
2	PŘEHLED POZNATKŮ	9
2.1	<i>Cestovní ruch</i>	9
2.1.1	Pojem cestovní ruch	9
2.1.2	Členění cestovního ruchu	10
2.1.3	Účastníci cestovního ruchu a jejich typologie	12
2.1.4	Motivace účastníků cestovního ruchu	14
2.1.5	Trendy v cestovním ruchu	15
2.1.6	Covid-19 a cestovní ruch	18
2.2	<i>Mládežnický cestovní ruch</i>	24
2.2.1	Pojmy a typy trhu v mládežnickém cestovním ruchu	25
2.2.2	Studie zaměřené na mládežnický cestovní ruch	28
2.2.3	Covid-19 a mládežnický cestovní ruch	30
3	CÍL	32
4	METODIKA	33
5	VÝSLEDKY	36
6	DISKUZE A ZÁVĚRY	55
6.1	<i>Diskuze</i>	55
6.2	<i>Závěry</i>	60
7	SOUHRN	61
8	SUMMARY	62
9	REFERENČNÍ SEZNAM	63
	SEZNAM TABULEK	68
	SEZNAM OBRÁZKŮ	69
	SEZNAM ZKRATEK	71
	SEZNAM PŘÍLOH	72
	PŘÍLOHY	73

1 ÚVOD

Cestování je součástí životů mnoha z nás, tvoří nám vzpomínky na celý život, obohacuje nás v mnoha směrech, například setkáváním se s jinými kulturami a styly života, nutností dorozumět se v cizí řeči, schopnost orientovat se a spolehnout se sám/sama na sebe a také poznáváním nových lidí. Mnohokrát při cestování vyjdeme ze své každodenní „bubliny“, opustíme svou komfortní zónu a jsme mnohem otevřenější. Tím se učíme o sobě, pozorujeme naše reakce při nekomfortních situacích, a díky tomu můžeme mentálně růst. Cestování bourá naše předsudky o jiných lidech i domněnkách a utvrzuje nás v tom, že není jen jedna správná životní cesta a jen jediný správný pohled na život.

Díky vzniku Evropské unie a schengenskému prostoru je v mnoha ohledech cestování jednodušší, než bylo v minulosti. Zatímco mnozí nejčastěji odjíždí za turistikou, u mladých lidí se rozvíjí nové formy cestování. V minulosti bylo typické, že studenti odcestovali ze země několikrát do roka. Tato bakalářská práce mimo jiné pojednává i o tom, do jaké míry cestovali v letech 2020 a 2021, kdy se celosvětově objevila nová nemoc, covid-19.

Téma jsem si vybrala i proto, že sama ráda cestuji a zkouším různé formy cestování, například dobrovolnictví, nízkonákladové cestování, často zůstávám v hostelech, vyzkoušela jsem tzv. „gap year“, pracovala jsem několikrát v zahraničí a vydala se v rámci programu Erasmus+ do Kanady. Bohužel však na svých cestách mnoho mladých Čechů nepotkávám, většinou jsou to Němci, Nizozemci a další západní země. Zajímalo mě proto, jak cestují ostatní mladí Češi, co je v jejich preferencích a podobně. Zároveň si myslím, že by školy a stát měly být více angažovaní v této oblasti a studentům předkládat možnosti, které tu pro ně jsou. Jelikož i já jsem se o spoustě forem cestování dozvěděla náhodou na internetu. Mnoho možností nevyžaduje velký finanční obnos. A když poté porovnáím studenty či mladé lidi z jiných zemí, kteří se těchto forem cestování účastní mnohem znatelněji, vidím velký rozdíl. Ať už v jazykové vybavenosti, otevřenosti novým věcem a zkušenostem, méně předsudků, a hlavně i zdravé sebevědomí a kuráž stát si za svým vlastním názorem.

Téma bakalářské práce nese název „Tendence v cestování u mladých lidí“. Téma však bylo velmi široké a těžko uchopitelné. Proto jsme se po domluvě s vedoucí mé bakalářské práce, Ing. Halinou Kotíkovou, Ph.D., rozhodli téma zúžit a věnovat se pouze cestování českých studentů tuzemských vysokých škol se zaměřením na bakalářské a magisterské obory.

V teoretické části bakalářské práce se budu věnovat vymezení základních pojmů jako je cestovní ruch obecně, cestování a covid-19 či mládežnický cestovní ruch.

V analytické části se budu věnovat metodice a převážně pak svému dotazníkovému šetření. Zpracuji výsledky šetření a pokusím se zodpovědět na výzkumné otázky mé práce.

2 PŘEHLED POZNATKŮ

2.1 Cestovní ruch

Snaha poznat víc než jen vlastní zahrádku, se jmenuje zvědavost. Je to krásná lidská vlastnost. Všichni lidi ji nemají, ale všechny děti ji mají. Proto říkám, že bych udělal cestování povinné pro děti ve školách. Aby viděly jiné mravy, jiné zvyky, jiné kultury. A naučily se respektovat rozmanitost světa a lidí.

(Rozhovory s Janem Werichem, Janoušek, 1986, str. 235)

2.1.1 Pojem cestovní ruch

Při pojmu cestovní ruch nás napadají především lidé, kteří cestují na určité místo za účelem dovolené, návštěvy přátel či příbuzných, prohlížením památek a aby si celkově užili volno. Svůj volný čas tráví různými aktivitami jako opalování, povídání, sport, čtení, výlety a podobně. Pokud se zamyslíme hlouběji, můžeme do cestovního ruchu zahrnout také osoby, které se účastní pracovních aktivit jako například kongresů či konferencí, nebo ty, kteří odjíždí na studijní cesty či za prací na vědeckých výzkumech (Goeldner & Ritchie, 2014).

Cestovní ruch se stal již neodmyslitelnou součástí dnešní moderní společnosti. V rámci cestovního ruchu se každoročně dává na celém světě do pohybu obrovské množství lidí, kteří zpravidla ve svém volném čase opouštějí dočasně místa svého stálého bydliště za účelem rekreace, poznání, styku s lidmi a z celé řady dalších důvodů (Indrová, 2004, str. 7).

Cestovní ruch je společensko-ekonomický fenomén, který patří společně s automobilovým průmyslem a obchodem s ropou ke třem největším exportním odvětvím. Dále Hesková a kolektiv (2006, str. 9) v knize píše: „Každoročně představuje největší pohyb lidské populace za rekreací, poznáváním a naplněním vlastních snů z příjemné dovolené. Je součástí spotřeby a způsobů života obyvatel zejména ekonomicky vyspělých zemí.“

Podle Drobnej a Morávkové (2019) je pojem cestovní ruch obtížné vymezit a definovat, jelikož se jedná o složitý a mnohostranný jev, který se vměšuje do mnoha odvětví. Je součástí národní ekonomiky, má vliv na životní úroveň lidí i vztahy ve společnosti a zasahuje do životního prostředí. Podobně smýšlí i Ryglová, Burian a Vajčnerová (2011), kteří tvrdí, že se cestovní ruch projevuje v ekonomice, vytváří nové pracovní příležitosti a je tzv. průřezovým odvětvím, jež zasahuje do dalších hospodářských odvětví, které pro něj pracují (doprava, stavebnictví, potravinářství, překladatelské služby a další).

O složitosti přesného vymezení pojmu „cestovní ruch“ a jeho mnohostrannosti píšou i další autoři. „Jinak pohlížíjí na toto odvětví cestovní kanceláře, jinak hotely, svůj pohled mají obce a podnikatelé v nich a úplně z jiného úhlu na cestovní ruch pohlížíjí ti, kteří jeho služby konzumují“ (Ryglová, 2009, s. 9). Podle Indrové (2004) je nutné jej chápat v jednotě jeho dvou stránek – v oblasti spotřeby, tedy jako způsob uspokojování potřeb, a v oblasti podnikatelských příležitostí.

Například pro Goeldnera a Ritchieho (2014, s. 5) představuje cestovní ruch „souhrn aktivit, služeb, hospodářských a společenských odvětví, která poskytují a zajišťují cestovní zážitky, mezi něž patří přeprava, ubytování, stravování, nakupování, zábava, nabídky zájmových aktivit a další hostitelské služby, jež jsou k dispozici pro cestující jednotlivce i skupiny“.

Na cestovní ruch můžeme nahlížet také z pohledu nabídky a poptávky. Na straně poptávky stojí zejména spotřeba v cestovním ruchu a také charakteristika jejich účastníků. Strana nabídky míří na organizace, nabídku produktů pro turisty, podniky a instituce (Kotíková & Schwartzhoffová, 2017).

2.1.2 Členění cestovního ruchu

Cestovní ruch je rozmanité odvětví a pro lepší uchopení jej můžeme rozčlenit dle různých kritérií. V české odborné literatuře se cestovní ruch nejčastěji člení na formy a druhy cestovního ruchu.

Indrová (2004) popisuje členění jako:

- formy cestovního ruchu, kde hlavním kritériem je motivace účastníka na cestovním ruchu,
- druhy cestovního ruchu, kde se zohledňuje zejména jevový průběh cestovního ruchu, způsob realizace a jeho účinky.

Formy cestovního ruchu

Drobná a Morávková (2019) do základních forem cestovního ruchu řadí:

- rekreační cestovní ruch – regenerace duševních a fyzických sil člověka (pasivní odpočinek, aktivní pobyt v přírodě),
- kulturně poznávací cestovní ruch – poznávání kultury, historie (památky, galerie, muzea),
- sportovně turistický cestovní ruch – sportovní činnost (cykloturistika, pěší turistika) i účast na sportovních akcích jako divák (mistrovství světa, olympiáda),

- zdravotně orientovaný – cesty za účelem zlepšení zdravotního stavu (rekreační centra, lázně),
- přírodní – pobyt a poznávání přírody (národní parky, pralesy, pouště), ekoturismus,
- venkovský – několikadenní pobyt na venkově spojený s aktivitami (jízda na koni či kole), agroturismus, ekoagroturismus,
- vzdělávací – účastníci získávají dovednosti a znalosti (jazykové pobyty),
- kongresový – setkání odborníků z oboru (konference, kongresy),
- společensky motivovaný – získání nových přátel, navázání nových kontaktů.

Mimo toto základní řazení existují i další, specifické formy. Ryglová (2009) do nich řadí mládežnický cestovní ruch, gastronomický, karavanový, nákupní, chatařský, městský, mototuristiku, rodinný a seniorský cestovní ruch, sportovní lov a další.

Můžeme se setkat také s pojmy jako „dark tourism“, kdy účastníci navštěvují místa dřívějších konfliktů a bojišť či koncentračních táborů. Pojem „medical tourism“ zase označuje účastníky, kteří se vydávají do zahraničí za účelem levnějších operací, klasických i kosmetických (Smith & Stewart, 2014).

Druhy cestovního ruchu

Druhy cestovního ruchu Drobná a Morávková (2019) rozlišují:

- z hlediska území na kterém probíhá – domácí; zahraniční (výjezdový, příjezdový, tranzitní),
- podle délky pobytu – krátkodobý; dlouhodobý,
- podle vlivu na platební bilanci státu – aktivní; pasivní,
- podle způsobu zabezpečení cesty a pobytu – organizovaný; neorganizovaný,
- podle příslušnosti účastníků ke skupině – individuální; skupinový,
- podle způsobu financování – komerční (volný – výdaje z vlastních zdrojů); sociální (vázaný – částečně hrazeno příslušnou organizací),
- podle dopadu na životní prostředí – měkký (ekoturismus, agroturismus); tvrdý (např. okružní plavby velkokapacitních lodí).

Mezi další hlediska členění zařazují například věk účastníků, způsob ubytování, roční období, použitý dopravní prostředek.

Členění cestovního ruchu na formy a druhy se ale používá zejména v české a slovenské odborné literatuře. Zahraniční literatura tato členění nepoužívá. I když se můžeme setkat s pojmy jako *types of tourism*, *forms of tourism*, *kinds of tourism*, jsou mezi sebou rovnocenné a jsou stejného obsahu. V poslední době i čeští autoři upouští od členění na formy a druhy (Kotíková, 2013).

2.1.3 Účastníci cestovního ruchu a jejich typologie

Zelenka a Pásková (2012, str. 590) účastníka cestovního ruchu definují takto: „Každá osoba, která pobývá přechodně mimo místo svého běžného pobytu, přičemž motivací pro cestu není výdělečná činnost v tomto místě, a účastní se tedy některého druhu a formy cestovního ruchu.“

Do mezinárodního rozdělení účastníků podle Světové organizace cestovního ruchu, zkráceně (UN)WTO, z roku 1991 patří:

- *stálý obyvatel (resident)* – je to osoba, která na jednom místě žije alespoň šest po sobě následujících měsíců předtím, než přijede do jiného místa na dobu kratší než šest měsíců (u domácího cestovního ruchu); v mezinárodním cestovním ruchu se jedná o osobu (rezident), která žije v dané zemi alespoň rok předtím, než přijede do jiné země na dobu kratší jednoho roku.
- *návštěvník (visitor)* – zde se jedná o osobu, která cestuje do jiné země nebo do jiného místa ve své zemi, mimo své trvalé bydliště, a to na dobu kratší než 1 rok, hlavním účelem cesty ale není vykonávání výdělečné činnosti
- *turista (tourist)* – „návštěvník, který cestuje na dobu zahrnující alespoň jedno přenocování“.
- *výletník, jednodenní návštěvník (excursionist, same-day visitor)* – „návštěvník, který cestuje na dobu kratší 24 hodin, aniž by v navštíveném místě přenocoval“.

(Beránek & kolektiv, 2013, str. 17)

K účastníkům cestovního ruchu Beránek a kolektiv (2013) dále řadí i tranzitního návštěvníka, který se v dané zemi či lokalitě zastaví při své cestě do jiného cíle cesty. Může se jednat jak o turistu, tak i o jednodenního návštěvníka. Návštěvníky rozlišuje i dle míst jejich bydliště, a to na domácí turisty (rezidenty) a zahraniční turisty.

„Vznik typologií turisty postupně ovlivňovaly různé výzkumné perspektivy a badatelské osobnosti, které stanovily jejich základní typy.... Jednotlivé typy se mohou vzájemně prolínat, vstupovat do vzájemné interakce či konfliktu a také do interakce s lokálním prostředím a jeho

aktéry“ (Půtová, 2019, str. 70). Znalost účastníků, jejich nákupního chování i rozhodování, je na trhu cestovního ruchu důležité pro úspěšné podnikání (Hesková, 2011).

Jedna z prvních typologií od Graye (1970) v knize Antropologie turismu účastníky rozděluje na *sunlust* a *wanderlust*. *Sunlust* turistu charakterizuje relaxační, klidná nebo aktivní dovolená, často také s lepším zařízením a vybavením, než jaké jsou dostupné v jeho domovině. „Vyhledává teplé podnebí a slunečné pláže v destinacích, které se výrazně neodlišují od kultury jejich domácího prostředí.“ Kdežto touha objevovat cizí kultury a poznávat jejich místní obyvatele je příznačná pro turistu *wanderlust*. Ti vyhledávají neznámo a autenticitu a odprošťují se od věcí, které znají (Půtová, 2019, str. 72).

V sedmdesátých letech 20. století vypracoval typologii účastníků i sociolog Cohen (1972). Rozdělil je do čtyř kategorií:

- *Organizovaný masový turista* je turista, který kupuje dovolenou jako balík služeb, volí některou populární destinaci, většinou jede společně se skupinou přátel a často tráví většinu dovolené v hotelu nebo v jeho bezprostředním okolí.
- *Individuální masový turista* je člověk, který kupuje volnější balíček umožňující větší svobodu pohybu, například letecký zájezd s použitím pronajatého automobilu. Obvykle se drží vyjetých cest, ale příležitostně se pustí i do odvážnějších akcí.
- *Turista objevitel* si plánuje své cesty sám, záměrně se vyhýbá kontaktům s jinými turisty a pokouší se seznamovat s místními obyvateli. Nicméně chce přitom mít určitou úroveň komfortu a bezpečnosti.
- *Turista tulák* se chce stát součástí místní komunity, i když jen dočasně. Tento turista nemá žádný předem nachystaný itinerář a snaží se distancovat od jakékoliv formy cestovního ruchu.

(Kotíková & Schwartzhoffová, 2014, str. 82)

Plog (1974) uvádí tuto typologii:

- *Allocentric* – individuální, nezávislí cestovatelé; nadprůměrný příjem; více vyhledávají zážitky, dojmy; mají zkušenosti,
- *Mid-centric* – majorita; vyhledávají známé stabilizované destinace; mohou jezdit do destinací, které jsou populární pro allocentriky,

- *Psychocentric* – méně jistí, spíše nejistí cestovatelé; vyhledávají destinace podobné domovu; mají rádi familiárnost; mohou být opakovanými návštěvníky.

(Jakubíková, 2012, str. 50)

2.1.4 Motivace účastníků cestovního ruchu

Nejprve je důležité si vymezit, co pojem motivace znamená. Je to soubor vnitřních a vnějších faktorů, které ovlivňují naše jednání. Tyto faktory nám mohou dodávat energii, navozují určitá očekávání (např. k výsledkům naší práce, k sobě samým), ovlivňují naše jednání určitým směrem či k určitému cíli a také v nás vyvolávají prožívání neúspěchů i úspěchů (Mareš, 2013).

Motivace je v cestovním ruchu důležitá z více důvodů. Odráží potřeby účastníků cestovního ruchu, což je základ pro úspěšný marketing a aplikaci efektivních marketingových nástrojů. Rovněž je důležitá i z hlediska rozvoje cestovního ruchu a hledání jeho dalších směrů a své místo má i v oblasti výzkumů v cestovním ruchu. Je důležité upozornit, že motivace se liší od účelu cesty. Účelem cesty může být rekreace nebo obchodní cesta. Kdežto motivace může zůstat skrytá. Motiv k cestování se odvíjí od potřeb a přání účastníků cestovního ruchu a u každého účastníka může být rozdílný. Motivace je rovněž úzce spojena s potřebami a ty se odvíjejí od hierarchie potřeb, kterou vytvořil psycholog Abraham Maslow. V cestovním ruchu například stravovací zařízení uspokojují naše fyziologické potřeby, pocit bezpečnosti pociťujeme skrze ubytování, společenské potřeby jsou naplněny prostřednictvím kontaktů s místními obyvateli či jinými účastníky cestovního ruchu. Do potřeb uznání můžeme zařadit „cestovatelskou prestiž“ a potřeba seberealizace je uskutečňována především službami v programové oblasti (Kotíková & Schwartzhoffová 2014). Dále Kotíková a Schwartzhoffová (2014, str. 88) uvádějí čtyři základní kategorie motivace v cestovním ruchu podle Mc Intoshe (1995):

- fyzické motivy – zahrnují fyzickou aktivitu, sport, ale také zdraví a rekreaci ve volném čase,
- kulturní motivy – zahrnují snahu po poznání, seznámení se s historií, architekturou, kulturou a také kulturní zážitky,
- Interpersonální motivy – zahrnují snahu seznámit se s novými lidmi, poznat nové lidi, navštívit přátele, příbuzné, a také „být“ ve společnosti lidí,
- motivy „statusu a prestiže“ – zahrnují snahu získání pozornosti, uznání, obdivu od ostatních, s cílem zvýšit svoje osobní „ego“.

Beránek a kolektiv (2013) jako motivy k cestovnímu ruchu chápou všechny fyzické i psychologické potřeby, kvůli kterým si člověk volí destinaci vhodnou k jejich uspokojení. Potřeby těch, kteří cestují za zábavou a odpočinkem logicky budou jiné než potřeby cestujících byznysmenů. Motivы cestujících se mohou lišit, obvykle však ale existuje jedna příčina, kterou je možné označit jako hlavní cíl cesty. Mezi nejčastější patří:

- přírodní a klimatické motivy – patří k biologickým a psychologickým potřebám obyvatelstva; do přírodních motivů se řadí voda, slunce, vzduch a další,
- kulturní motivy – historické a kulturní dědictví země; řadí se sem památky, historická místa, obrazárny; ke kulturním motivům patří i společenské motivy, potřeba komunikace s lidmi aj.,
- ekonomické motivy – cena cestování, levné zájezdové balíčky,
- psychologické motivy – vnitřní motivace účastníků, psychologické potřeby.

Ve studii zaměřené na spokojenost s cestováním výzkumníci Loker a Perdue zkoumali návštěvníky Severní Karolíny a na základě analýzy vyvodili, že existuje šest tržních segmentů a každý z nich čerpá uspokojení z jiného aspektu dovolené. Patří tam: návštěvníci kladoucí důraz na dobrodružství a únik ze všedního života; vyznavači čirého adrenalinu a vzrušení; skupina orientovaná na rodinu a přátele; naturalisté (lidé nacházející uspokojení v přírodě a krajině); návštěvníci hledající především samotný únik ze všedního života; skupina, která stejným dílem vychutnává všechny tyto aspekty dovolené (Goeldner & Ritchie, 2012, str. 229).

Například Horner a Swarbrooke (2003, str. 64) uvádějí tyto motivační faktory:

- fyzické (relaxace, klima, zdraví, sportovní aktivity, sex),
- emocionální (nostalgie, estetika, milostný vztah, únik, fantazie),
- kulturní (gastronomie, prohlídky památek, poznávání historie),
- postavení (exkluzivita, módnost),
- osobní (návštěva přátel a příbuzných),
- osobní rozvoj (učení cizím jazykům nebo získávání jiných nových znalostí).

2.1.5 Trendy v cestovním ruchu

Cestovní ruch je rozmanitě odvětví, které se neustále mění a vyvíjí. S tím souvisí i trendy, které jsou níže shrnuty. Tato část pojednává zejména o situaci, která byla před nástupem pandemie covid-19. Dopady pandemie a z ní vyplývající rozdílné trendy budou shrnuty v další části okruhu témat.

Zelenka a Pásková (2012, str. 576) charakterizují trend jako „jev, projev, znak, charakteristiku, které se v rostoucí míře v souvislosti s různými typy příčin projevují v současnosti a v budoucnosti ve společnosti“.

V mezinárodním cestovním ruchu lze pozorovat rostoucí zájem o sebevzdělávací pobyty (kurzy potápění, jazykové kurzy, ...) i řešení otázek souvisejících s ekologií a životním prostředím. Zvyšuje se i zájem o zdravý životní styl a s ním spjaté lázeňské a rehabilitační pobyty a rovněž vzrůstá počet žen, které jsou nezávislé a cestují samy. V České republice můžeme po roce 2000 pozorovat rozvoj specifických forem turistiky (cykloturistika a další), zvyšující se podíl letecké dopravy, snižují se počty cestovních kanceláří. Roste tlak na kvalitu služeb a mnohem častěji se organizují zájezdy za účelem aktivní turistiky (lyžování, horská turistika atd.) (Ryglová, 2009).

Společnost Skift, která se zabývá výzkumy, marketingem a novinkami v oblasti cestovního ruchu, definovala pro rok 2014 tyto trendy: větší množství tichých cestovatelů, pokračující růst turistů z Číny, převaha nízkonákladových aerolinií, zmírnění vízových nařízení a předpisů po celém světě, narůst „metavyhledávacích“ systémů (např. Trivago, Kayak atd.). Dále nárůst samoobslužných zařízení (např. kiosky) na letištích při „check-in“ a vliv vizuálních médií (např. Instagram) na marketingový vývoj značek či společností.

Pro rok 2019 Skift (2019) uvedla následující trendy:

- nadále rostoucí rozmach wellness turistiky,
- nízkonákladové aerolinie ztrácí na „lesku“ (zejména z hlediska ziskovosti),
- značky cestovatelům dávají více kontroly nad jejich vlastními zážitky (inovace v aplikacích a službách,
 - např. Google, který poskytuje rezervace hotelů i letenek a zároveň na něm mohou uživatelé pozorovat své itineráře,
 - Tripadvisor spustil platformu, která uživatelům umožňuje ukládat a poté i rezervovat prvky dovolené, jakmile jsou připraveni na cestu. Umožňují cestovatelům si nabídky vybrat sami, namísto aby je tlačili do něčeho, co nechtějí),
- lepší zacházení a podmínky pro pracovníky v cestovním ruchu (např. oblast hotelnictví) – to je způsobeno nedostatkem pracovních sil v tomto odvětví.

Kotíková (2013) v cestovním ruchu definovala nastupující trendy z hlediska motivace účastníků:

- Gastronomický (kulinářský) cestovní ruch – tzv. „cestování za jídlem“, hlavní motivací jsou kulinářské zážitky, ať už jako součást tradic v dané destinaci, zážitky spojené s jídlem a jeho konzumací nebo i účast na akcích zaměřených na gastronomii. Nelze jej ale chápat pouze z hlediska cestování do exkluzivních restaurací, ale spíše jako návštěvu jakéhokoliv stravovacího zařízení, které nám přináší určitý požitek;
- Zdravotní (léčebný) cestovní ruch – cestování do zahraničí za účelem lékařského zákroku či léčebné péče, jedná se o velký mezinárodní byznys (plastické operace, oční chirurgie, ...);
- Dobrodružný cestovní ruch – hlavní motivací je dobrodružství, je zde určitá forma neznáma a kontrolovaného rizika, překonávání výzev, vzbuzuje silné emoce (extrémní sporty, polární cestovní ruch apod.);
- Temný cestovní ruch – účastníci tohoto cestovního ruchu navštěvují aktivity a místa spojená se smrtí, strachem, utrpením či smutkem (mučírny, strašidelné hrady a zámky, místa válečných konfliktů či koncentrační tábory a další);
- Event turismus – cestování za účelem návštěv určitých akcí a událostí aneb „tam, kde se něco děje“ (festivaly, sportovní události atd.);
- Dobrovolnický cestovní ruch – osoby, které cestují za účelem dobrovolné pomoci, snížení materiálních nedostatků některých společenských skupin, bez nároku na odměnu (čištění přírody od odpadků, práce na farmách, a jiné);
- Svatební cestovní ruch – motiv je účast na svatebních obřadech, svatební cesta, oddávky;
- Filmový cestovní ruch – návštěva míst či událostí, které jsou spjaty s filmy, seriály a podobně (filmové festivaly, udílení filmových cen, atd.);
- Vesmírný cestovní ruch – cestování do vesmíru za specializované účasti odborníků a organizací v této činnosti disponujících prvotřídním vybavením.

Dále Kotíková z hlediska potřeb cílových účastníků uvádí nové produkty, do nichž řadí cestovní ruch seniorů a handicapovaných osob, cestovní ruch orientovaný na segment LOHAS (= účastníci, pro které je při cestování prioritou zdraví, udržitelnost a ekologie), cestovní ruch sexuálních menšin – LGBT (= lesby, gayové, bisexuálové a transgender účastníci).

Jako poslední sem řadí cestovní ruch „košer“ a „halal“, kam patří účastníci islámského a židovského vyznání.

2.1.6 Covid-19 a cestovní ruch

Pandemie Covid-19 zasáhla celý svět a jedním z nejméně zasažených odvětví byl právě cestovní ruch. V následující oblasti je prvně shrnuta situace a vývoj před pandemií, nástup a dopady pandemie Covid-19, a poté vývoj cestovního ruchu do budoucna.

V této části se budou objevovat různá data a statistiky. Výsledky se od sebe mohou lišit. Považuji tedy za vhodné upozornit, že například Světová organizace cestovního ruchu, zkráceně UNWTO (n. d.), upřednostňuje a do svých výsledků světových příjezdů převážně započítává tzv. „overnight visitors“, neboli turisty, kteří v navštívené zemi zůstávají alespoň přes noc. V jiných statistikách mohou být výsledky příjezdů rozdílné z toho důvodu, že do svých dat započítávají i „same-day visitors“, tedy jednodenní návštěvníky, kteří danou zemi navštíví v rámci jednoho dne a nezůstávají v ní přes noc.

2.1.6.1 Situace a vývoj cestovního ruchu před pandemií Covid-19

V původních prognózách UNWTO z let 2001 a 2006 se uvádělo, že v roce 2010 mezinárodní návštěvnost přesáhne 1 miliardu osob. Předpokládalo se, že v roce 2020 to bude 1,6 miliardy, a že Evropa nadále bude na první příčce jako příjemce návštěvníků v cestovním ruchu (na rok 2010 odhady byly 527 mil., pro rok 2020 717 mil.). Rovněž tyto výzkumy ukázaly, že do roku 2020 by měl cestovní ruch vytvářet kolem 303 milionů pracovních příležitostí (Goeldner & Ritchie, 2014).

V každoročním shrnutí Světové organizace cestovního ruchu (UNWTO) zvaném „Tourism Highlights“ můžeme pro rok 2010 sledovat, že světové příjezdy dosáhly 940 milionů. To je o 60 milionů méně, než ve svých prognózách UNWTO původně odhadovalo. Vliv na toto číslo měla hlavně světová finanční krize z roku 2009 (tehdy světové příjezdy činily 882 milionů, v roce 2008 to bylo 917 milionů). Shrnutí Tourism Highlights pro rok 2019 ukazuje, že to byl další silný rok růstu s mezinárodními příjezdy 1,460 miliardy. Oproti roku 2018 příjezdy ale vzrostly jen o 4 %. Tento nízký růst ovlivnilo několik faktorů, a to zejména nejistota kolem brexitu a zpomalení globální ekonomiky. Došlo také ke zhroucení několika nízkonákladových aerolinií v Evropě a ke krachu cestovní kanceláře Thomas Cook. Evropa ale i nadále zůstala nejnavštěvovanější a její příjezdy činily přes 744 milionů (hranici 700 milionů světových příjezdů Evropa překročila již o rok dříve, v roce 2018), nejnavštěvovanější zemí byla Francie (UNWTO, 2011, 2020).

Podle UNWTO (2020) v České republice světové příjezdy v roce 2010 činily přes 8,6 milionů. V roce 2018 to bylo cca 14,3 milionů a v roce 2019 příjezdy stouply o 3 % na 14,7 milionů. Celkový počet příjezdů, včetně jednodenních návštěvníků byl však v roce 2019 kolem 37,2 milionů, o rok dříve cca 36,2 milionů. V roce 2010 to bylo téměř 22 milionů. Mezi roky 2010 a 2019 lze tedy pozorovat takřka 70% růst. V hromadných ubytovacích zařízeních se ubytovalo skoro 22 milionů hostů (ČSÚ, 2022).

Co se týče domácího cestovního ruchu, tuzemských turistů bylo v roce 2019 celkem 85 milionů. Z toho 53 milionů bylo jednodenních návštěvníků. 32 milionů se týkalo turistů s přenocováním, z nichž cca 26,7 mil bylo starších 15 let. Mezi nejoblíbenější kraje pro dovolenou patřily Středočeský, Jihočeský a Jihomoravský (ČSÚ, 2020 a 2022).

Do zahraničí v roce 2019 vyrazilo cca 9,6 mil. českých turistů (s přenocováním), z nichž kolem 6,8 mil. bylo starších 15 let. Na dovolenou do zahraničí nejvíce Čechů dlouhodobě cestuje do Chorvatska, které je volbou číslo jedna (s výjimkou roku 2015), na druhém a třetím místě jej doplňují Slovensko a Itálie. Od roku 2011 těmito zemím vždy připadá medailová pozice. Do pětice je ještě doplňují Rakousko a Řecko (ČSÚ, 2020).

I díky výše zmíněným datům se dalo předpokládat, že čísla v rámci cestovního ruchu porostou i v následujících letech. O silné budoucnosti cestovního ruchu a optimistických prognózách psali i Goeldner a Ritchie (2014). I přesto autoři vyslovili varování. Jak šlo pozorovat v minulých letech (např. ekonomická krize 2009), i silné dynamické ekonomiky se mohou zhroutit na pozadí různých, často katastrofických událostí. Jmenují teroristické atentáty z 11. září 2001, japonské tsunami v roce 2011 (jež zasáhlo i jaderné reaktory), epidemii SARS. Je zde i realita válek, terorismu a také může dojít k obrovským rozkolům, pokud se teorie ohledně klimatických změn přemění v realitu. Upozorňují, že tyto události dokážou změnit svět v jediném dni a taky na fakt, že se musíme naučit pracovat nejen v dobrých časech, ale i v těch špatných. Připravujme se na optimistickou budoucnost, ale ptejme se také „Co když...?“.

2.1.6.2 Nástup a dopady pandemie Covid-19

To, že se svět dokáže změnit v podstatě v jediný den nám potvrdila i pandemie viru SARS-CoV-2 (Covid-19), která vypukla v prvním čtvrtletí roku 2020 a přinesla s sebou řadu změn, omezení, zákazů atd.

Dne 12. března 2020 byl v České republice vyhlášen nouzový stav, který zakázal sportovní a kulturní akcí, zavření restauračních zařízení, obchodů a služeb (s výjimkou těch nejdůležitějších, např. potravinové řetězce atd.), uzavření škol a jiné. Od 16. března byly uzavřeny hranice.

Během léta 2020 se víceméně rozvolnilo, mohlo se i cestovat (nejvíce v rámci EU), na konci léta/začátkem podzimu však přišla další vlna a během října se vše, včetně škol, uzavřelo. V prosinci 2020 se na několik týdnů rozvolnilo, kromě tohoto rozvolnění však různá omezení a uzavření trvala dlouhodobě. V březnu 2021 začal platit zákaz pohybu mimo svůj okres (mimo výjimky) a trval přes měsíc. Rozvolňování nastalo během května.

Během těchto období vzniklo i členění zemí dle míry rizika nákazy (nízké, střední, vysoké a velmi vysoké riziko). Bylo možné omezené cestovat, mezi podmínky pro vstup do zemí například patřilo (požadavky zemí se v průběhu měnily): předložení negativního výsledku PCR či antigenního testu, karanténa po příjezdu, vyplnění příjezdového formuláře, certifikát o prodělání covid-19 či potvrzení o očkování (zdroj: covid.gov.cz).

Pro usnadnění cestování se od 1. července zavedl tzv. digitální certifikát EU COVID.

Tento certifikát je platný v rámci celé EU a prokazují se jím občané, kteří byli očkovaní, mají negativní výsledek testu, anebo se zotavili z Covid-19. Součástí je QR kód, který slouží pro ověření platnosti certifikátu. (Evropská rada, n. d.)

K lednu a únoru 2022 se několik zemí EU rozhodlo zrušit téměř všechna opatření a zkoušejí s covidem žít. Země argumentují vysokou proočkovaností či méně vážnými průběhy onemocnění. Mezi tyto země patří Irsko, Velká Británie, Dánsko, Švédsko a Norsko (Drake, 2022). Lze očekávat, že je budou následovat i další státy. Například Švýcarsko, kde se v polovině února začíná také výrazně rozvolňovat (Drake, 2022).

Světová zdravotnická organizace (WHO) již k říjnu roku 2020 shrnula do té doby dosavadní dopady této pandemie. Pandemie způsobila ničující hospodářské a sociální oslabení. Extrémní chudobou byly ohroženy desítky milionů lidí (k říjnu 2020 se odhadovalo téměř 690 mil.), podniky čelily existenčním hrozbám a více než miliardě světových pracovních sil hrozila ztráta obživy. Ohrožení utrpěl i potravinový průmysl, jelikož obchodní restrikce i uzavření hranic omezovaly zemědělce (prodej produktů, sklizeň plodin) a bránilo v přístupu k bezpečné a zdravé stravě. Největšímu ohrožení však čelili obyvatelé zemí s nízkými příjmy a rozvojové země, kde je nedostatek sociální i zdravotní podpory. Mimo pandemii Organizace upozorňuje i na boj proti změně klimatu a zhoršování životního prostředí, jedině pokud budeme

naléhavě řešit i tyto problémy, může být naše budoucnost a „nové normální“ lepší (WHO, 2020).

I v turismu byly v roce 2020 dopady pandemie obrovské. UNWTO (2021) řadí rok 2020 mezi nejhorší v globálním cestovním ruchu s poklesem mezinárodních příjezdů o 74 %, tedy o 1 miliardu méně návštěvníků než předchozí rok 2019. Bylo ohroženo přes 100 milionů pracovních pozic v cestovním ruchu. Odhadované ztráty na příjmech z exportu jsou ve výši 1,3 bilionu USD, což je víc než 11násobek ztrát, které byly zaznamenány během světové hospodářské krize v roce 2009. Podle UNWTO oživení cestovního ruchu závisí na několika faktorech, kterými jsou úspěšné očkovací programy, zrušení cestovních omezení, protokoly (např. osvědčení EU, které bude obsahovat informace o očkování či prodělaném covidu).

Také v České republice turismus v roce 2020 zaznamenal výrazný pokles. Příjezdový cestovní ruch týkající se zahraničních turistů klesl (s přenocováním) o 74,4 %. O 51 % méně bylo ubytovaných v hromadných ubytovacích zařízeních. Nejvíce zahraničních turistů do Česka v roce 2020 zamířilo z Německa (pokles o 60,6 % oproti 2019), dále z Polska a třetí příčku obsadilo Slovensko (ČSÚ, 2021). Finanční spotřeba spojená s cestovním ruchem na území ČR se propadla o 161 mld. Kč, pracovních míst ubylo o 111 tisíc (Tourdata, 2021).

V mezinárodním cestovním ruchu vykázal rok 2021 4% nárůst v porovnání s předchozím rokem (415 mil. oproti 400 mil.). Podle předběžných odhadů UNWTO byl však stále o 72 % nižší než před pandemickým rokem 2019. Organizace naznačuje, že nárůstu pomohla rostoucí míra očkování v kombinaci s uvolňováním cestovních omezení. Situace se zlepšila i ekonomicky (UNWTO, 2022).

I Česká republika v roce 2021 zaznamenala 5% oživení. Cestovní ruch podrželi zejména domácí turisté, chybí zde ti zahraniční. V hromadných ubytovacích zařízeních se Česko dostalo na 80 % roku 2019, a to v počtu domácích hostů (Czechtourism, 2022). Z průzkumu společnosti Kiwi (Brnáková, 2021), který analyzoval cestovatelské a dovolenkové plány Čechů na rok 2021, vyplynulo, že zájem o cestování neztratilo 69 % Čechů, 11 % Čechů dokonce plánuje cestovat více než před pandemií. Ačkoliv zájem neopadl, zhruba 62 % má z cestování stále obavy. Negativní vliv na cestování měla pandemie asi na pětinu dotazovaných.

Z předchozích dat můžeme soudit, že cestovní ruch je jedním z nejvíce zasažených odvětví pandemií Covidu-19. To si uvědomuje i Ministerstvo pro místní rozvoj (2021), které pro zmírnění následků pandemie využilo k červnu 2021 8,5 miliardy korun na dotační tituly

a chystalo se prosadit podporu cestovního ruchu z evropských fondů, odkud chtělo využít 1,417 miliardy korun. Spustilo také kampaň #světovéČesko, jejímž cílem je motivovat Čechy k objevování krás v Česku, prodloužit zájem o cestování mimo hlavní sezónu a rozptýlit cestovní ruch do všech regionů.

Dohodu o společném postupu při obnově a rozvoji příjezdového ruchu do Česka uzavřeli zástupci Letiště Praha, agentury Prague City Tourism a CzechTourism. Jedním z cílů této spolupráce je i podpora udržitelného turismu, který bude vést k pozitivnímu rozvoji Prahy a ostatních českých regionů, zároveň ale nebude negativně zasahovat do běžného života v turistických místech jako je centrum Prahy (CzechTourism, 2021).

2.1.6.3 Vývoj cestovního ruchu do budoucna

Podle UNWTO (2022) většina odborníků v oblasti cestovního ruchu (61 %) předpokládá lepší vyhlídky pro rok 2022. Zatímco 58 % z nich očekává oživení již v roce 2022, 42 % poukazuje na oživení až v roce 2023. 64 % expertů očekává, že mezinárodní příjezdy se na úroveň z roku 2019 vrátí až v roce 2024 nebo později. Podle Evropské komise pro cestovní ruch se turismus vrátí na předpandemickou úroveň až kolem roku 2024 (ETC, 2021). Dále podle UNWTO mezi hlavní trendy, které budou v roce 2022 utvářet cestovní ruch, odborníci řadí domácí cestovní ruch, aktivity pod širým nebem, produkty spojené s přírodou a venkovskou turistiku.

Jedním z trendů, který velmi pravděpodobně bude přetrvávat i do budoucna, je udržitelnost v cestovním ruchu. Článek od Miroslava Rončáka pro COT (2021), který se z části opírá o výzkum „Sustainable Travel Report“ od společnosti Booking (2021), uvádí, že pandemie měla vliv na změnu myšlení turistů, co se týče udržitelného a společensky odpovědného cestování. Mnoho cestovatelů během pandemie změnilo postoj ke svým dosavadním cestovatelským návykům ohledně udržitelnosti a mělo to dopad i na jejich každodenní život, kdy se 49 % z nich v této oblasti začalo chovat odpovědněji. Zároveň až 82 % respondentů výzkumu očekává udržitelnost a společenskou odpovědnost i od destinací, do kterých cestují. Mnoho z nich se destinacím, které se tomuto trendu nepřizpůsobí, plánuje vyhnout. Také upřednostní méně známé země, kde plánují podpořit místní komunity. Hlavními iniciátory v tomto směru jsou především mileniálové. I ETC (2022) uvádí, že cestovatelé obecně akceptují ekologičtější varianty a pozornost věnují i jejich dopadu na životní prostředí a místní komunity. Na druhou stranu je však méně pravděpodobné, že cestující zvolí alternativní způsob dopravy, zvažují i ekologické služby. Důvodem jsou finanční a časová

omezení, která mají vliv na přijetí udržitelnějších způsobů cestování. Malý posun vpřed v tomto směru značí i to, že předpandemické, současné i předpokládané cestovní chování respondentů studie je téměř totožné.

Společnost Skift (2022) definovala cestování (+ trendy) v roce 2022:

- *Nejistota je novou jistotou* aneb budoucnost se mozaikou nejistot. Cestovní ruch se neustále potýká s krizemi (změna klimatu, epidemie SARS, teroristické útoky, covid-19 a s ním související různé mutace) a je třeba se na neznámé co nejlépe připravit. Důležité je zůstat flexibilní a rychle reagovat podle toho, jak se věci vyvíjejí.
- *Klimatická odolnost je novou návratností investic*, cestovatelé chtějí být ekologičtější a tlak vyvíjejí i investoři v cestovním ruchu. Odvětví letectví, cestovního ruchu a další si uvědomují, že jejich rozhodnutí musí zohledňovat změnu klimatu a životní prostředí. Vzniká trend „zeleného financování“, populárnější jsou produkty šetrné k planetě, hotely využívají ekologické stavební metody, investuje se do udržitelného leteckého paliva atd.
- *Fintech (finanční technologie) budou klíčem v budoucnosti cestování*. Funkce fintech se stávají nezbytnou součástí mnoha cestovních společností, které fintech využívají k převzetí rolí v oblasti plateb, bankovníctví a pojištění. Finanční technologie, po kterých je v současnosti poptávka, jsou například kup teď – zaplat později, zmrazení cen, pojištění, výhodné směnné kurzy, přijímání plateb v kryptoměnách u online cestovních kanceláří a podobně.
- *Zvyšování kvalifikace práce*, tzv. upskilling – učení zaměstnanců novým dovednostem, které jim umožní pracovat na jiné pozici. Mnoho společností v cestovním ruchu čelí nedostatku zaměstnanců, upskilling je jediný způsob, jak překonat krizi nedostatku pracovních sil.
- *Venkovská turistika je novou fází pro overtourism*, touha po přírodě a útocích na venkov způsobila, že se přelidnění z měst přesunulo do chráněných oblastí a méně navštěvovaných koutů venkova.
- A další.

Dále pak společnost Skift v roce 2021 namísto každoroční předpovědi trendů a cestování zpracovala přehled toho, jak může cestování (a trendy) vypadat v roce 2025, s pandemií

„za námi“. Skift do trendů zahrnul vědomější, oduševnělejší cestovatele, kterým záleží na zmenšení dopadu jejich cest na životní prostředí i místní komunity. Tuzemský turismus zůstane stále pevným trendem, oživí se i mezinárodní cestovní ruch a turisté budou upřednostňovat pomalé cestování. Práce odkudkoliv je novým druhem business cestování (firemní schůzky, povinnost účastnit se celofiremních schůzek za účelem budování týmu atd.) a například Asiaté se více rozcestují mimo Asii. Budoucností budou značky, které jsou flexibilní a přizpůsobují se za chodu poptávce zákazníků. Vzroste také trend globálních mobilních peněženek jako hlavní platební metody při cestování. Mezi „vítěze“ pandemie Skift řadí společnosti Booking Holdings a Airbnb, avšak i tyto společnosti čelí v mnoha částech světa přísnějším regulacím, které omezí jejich růst.

2.2 Mládežnický cestovní ruch

Pojem „youth tourism“, v češtině mládežnický cestovní ruch nebo mládežnický turismus, je ve specifické literatuře široce definován, avšak neexistuje žádná konkrétní definice, která by byla univerzálně stanovena a přijata (Demeter & Bratucu, 2014).

Podle organizace World Youth Student & Educational Travel Confederation (n. d.), zkratka WYSETC, můžeme většinu současných mladých cestovatelů ve věku od 15 do 29 let zařadit do dvou generací. Mezi tyto generace se řadí generace Y (nazývaná také jako „mileniálové“), která je narozená mezi začátkem 80. let až rokem 2000, a generace Z narozená po roce 2000. Zhruba polovina cestovatelů těchto dvou generací cestuje za účelem dovolené a druhá polovina se vydává za zážitkovým cestováním, jehož náplní je studium jazyků, práce v zahraničí, dobrovolnictví, au-pair, vysokoškolské vzdělání a dále.

Cestovní ruch mládeže je uznáván díky pozitivním sociálním a ekonomickým dopadům. Mladí cestovatelé preferují cestovat déle, netráví mnoho času ve velkých městech, prozkoumávají cizí kultury a navazují užší kontakty s místními. Jsou dobrodružnější a potřeba hledat nové a jedinečné zážitky je zavede na místa „mimo vyšlapané cesty“ či do venkovských oblastí. Často jsou také finančně chudí, ale bohatí na čas, a tak v destinaci mohou zůstat delší dobu než typický turista. I právě proto, že podnikají delší cesty, ve finále utratí více než běžný turista. Mnohdy si také přímo na cestách přivydělávají prací. Segment mládežnického cestovního ruchu je jedním z nejrychleji rostoucích a představuje více než 23 % z jedné miliardy každoročních turistů (UNWTO & WYSETC, 2016).

Mezi další charakteristické rysy mládežnického turismu patří například individuální turistika a preference služeb pro jednotlivce namísto skupinových zájezdů. U skupinové

turistiky však upřednostňují animační a programové služby, jako jsou dobrodružné sporty (např. surfování, horolezectví, rafting), netradiční sporty (např. longboarding, airsoft), vzdělávací zájezdy, meditační či hudební (festivaly) aktivity. Podstatnou součástí těchto cestovatelů je i potřeba kontaktů s podobně orientovanými lidmi (Drobná & Morávková, 2019).

Ryglová, Burian a Vajčnerová (2011) mládežnický cestovní ruch dělí do tří věkových kategorií:

- děti pod 10 let: na děti dohlíží rodiče, jsou na nich finančně závislé,
- děti a mládež ve věku 10 až 19 let (tzv. teens): děti mají určitou míru svobody, co se týče utrácení, rozhodování atd.,
- mladí lidé ve věku od 20 do 29 let (tzv. twens): rozhodují sami za sebe, velmi často finančně nezávislí, avšak obvykle s nižším finančním rozpočtem.

2.2.1 Pojmy a typy trhu v mládežnickém cestovním ruchu

Organizace WYSETC (2019) popisuje pojmy, se kterými se můžeme v rámci mládežnického turismu setkat:

- au pair: mladý dospělý člověk, který žije s hostitelskou rodinou v cizí zemi a pomáhá s péčí o děti. Výměnou za to mu rodina poskytne ubytování, stravu a malé stipendium,
- tzv. „backpacking/batůžkářství“: nízkonákladové cestování, cestovatelé jsou nezávislí a flexibilní, obvykle tento styl cestování zahrnuje cestu do více destinací,
- digitální nomád: cestovatelé, kteří využívají digitální technologie k práci,
- tzv. „flashpacker“: flashpacker cestuje podobně jako „backpacker“, ale je ochoten utratit více za komfort při cestování či za různé vymoženosti,
- tzv. „gap year“: můžeme jej nazývat i jako „rok pauzy/přestávky“, obvykle mezi střední a vysokou školou, kdy mladí lidé cestují a poznávají svět,
- glamping: venkovní kempování s určitou úrovní komfortu a vybavením (postel, elektrina atd.),
- jazykové cestování: studenti a mladí lidé cestují s cílem naučit se v zahraničí jazyk,
- studium v zahraničí: vzdělávací program, studenti navštěvují školu v zahraničí a získají zde akademický titul,

- dobrovolnictví: mladí lidé cestují za dobrovolnickou prací (neplacená práce), v mnoha případech zajištěna neziskovou organizací,
- práce v zahraničí/pracovní zkušenost: mladí lidé cestují s úmyslem placené práce a zkušenosti s cizí kulturou a životem v zahraničí. Tento sektor zahrnuje programy jako Work and Travel, Work & Study, Au pair, Working Holidays, ale není těmito programy limitován,
- ubytování pro mládež (YTA): řadí se sem například hostely, které jsou cenově výhodné,
- sdílená ekonomika: systémy, které koordinují distribuci a získávání cestovních zdrojů za poplatek či jinou kompenzaci. Je to např. Airbnb, Couchsurfing, Blablacar atd.,
- OTA.

Drobná a Morávková (2019) ve své knize píšou i o pojmu „low cost travelling“, neboli nízkonákladové cestování. Je to možnost, jak procestovat svět skoro zadarmo. Autorky sem řadí již zmíněný couchsurfing (bezplatné ubytování), Airbnb (služba zprostředkující pronájem ubytování) i spolujízdu (např. Blablacar). Průvodce nízkonákladovým cestovním sem zahrnuje i stopování, dopravu autobusem nebo vlakem, využívání služeb nízkonákladových aerolinií, přespávání na letišti, ubytování v hostelech a již zmíněný couchsurfing, Airbnb, spolujízda a dobrovolnictví (Mladiinfo, n. d.).

Studie z rumunské univerzity vymezila tyto typy mládežnického turismu:

- Vzdělávací/Edukační cestovní ruch: je to pojem, ve kterém účastníci cestují na místo jako skupina s hlavním účelem zapojit se do vzdělávacích zkušeností, které přímo souvisí s místem. Má několik podtypů, například ekoturistika, studentské výměny, kulturní dědictví, farmářská turistika a podobně. Zahrnuje: jazykové kurzy, tábory, letní školy, školení v různých oborech a jednou z nejběžnějších metod je také Erasmus.
- Dobrovolnictví: k této činnosti se přiřazují jedinci, kteří organizovaným způsobem dobrovolně pracují pro důstojné účely v domácím nebo mezinárodním prostředí (početnou skupinou jsou vysokoškoláci). Vykonnávají činnosti jako pomoc, obnova určitých specifických prostředí, zmírnění materiální chudoby určitých skupin společnosti a vedle toho se zároveň účastní i turistických aktivit.

Jejich motivací může být vzdělávání, karierní posílení, navázání nových kamarádství, kulturní ponoření a podobně.

- Work and travel/Práce a cestování: jedná se o oblíbený typ cestování mezi mladými lidmi. Účastníci tohoto programu obvykle tráví letní měsíce prací v hostitelské zemi. Kromě práce mají možnost cestovat, naučit se jazyk a seznámit se s místními zvyky. Program začal v USA a rozšířil se do Kanady, Austrálie, Francie, Španělska atd. Až 7 % trhu mládežnického turismu je nějakým způsobem spjato s prací v zahraničí.
- Kulturní výměna: jedná se o výměnu jednotlivců mezi dvěma a více zeměmi. Obvykle probíhá mezi studenty, sportovci či umělci. Tyto programy sdružují studenty z různých socioekonomických, kulturních, geografických prostředí. Účelem je rozvíjet pozitivní vztahy s ostatními, získávat nové zkušenosti mimo vlastní komunity, porozumět širšímu spektru perspektiv, setkat se s jinou kulturou, učit se od ostatních a další. Tyto výměnné programy mohou trvat týden až rok.
- Sportovní a dobrodružná/zážitková turistika: sportovní a pohybové aktivity jsou součástí stále většího rozmachu volného času. To vedlo k rozvoji sportovní turistiky, která se týká cestování a zahrnuje pozorování nebo účast na sportovních událostech a činnostech mimo své obvyklé prostředí. Sportovní cestovní ruch souvisí i s dobrodružným cestovním ruchem, který se pojí s adrenalinovými aktivitami, které člověk vnímá jako nebezpečné nebo fyzicky/duševně náročné. Jedná se o rychle rostoucí odvětví turistiky. Převážnou část tohoto trhu tvoří mladí lidé. Mezi hlavní typy sportovní a dobrodružné turistiky patří rafting, pěší turistika, paragliding, jízda na horském kole, canyoning, windsurfing, lyžování, snowboarding, alpinismus, potápění a další.
- Volnočasová turistika: tento trh volného času pro mládež lze definovat jako mladé, nezávislé a dobrodružné návštěvníky ve věku 15-29 let. Zařadit sem můžeme mladé lidi na dovolené či na návštěvě u přátel a příbuzných. Jedná se o dovolenou založenou na rekreačních aktivitách. Tito mladí cestovatelé jsou však omezeni nižšími příjmy.

(Demeter & Bratucu, 2014)

2.2.2 Studie zaměřené na mládežnický cestovní ruch

Studie UNWTO a WYSETC (2016)

Tento výzkum se věnoval síle mládežnického turismu. Jak již bylo psáno výše, cestovní ruch mládeže je jedním z nejvíce rostoucích segmentů a představuje více než 23 % všech každoročních mezinárodních cestujících. Ukazuje se, že mladí lidé jsou odolní a cestují i přesto, co se ve světě děje – ekonomické klima, politické situace či epidemie. I díky tomu se například v době krize během let 2009 a 2010 tento sektor zotavoval rychleji než jiné. Z ekonomického hlediska má mládežnický cestovní ruch vysokou hodnotu. Hodnota tohoto trhu v roce 2014 byla 286 miliard USD, pro rok 2020 bylo odhadováno 400 miliard USD. Mladí lidé v průměru utratí až o dvě třetiny více než ostatní cestovatelé, což je dáno i tím, že podnikají delší cesty. „Food tourism“ neboli gastronomický turismus je důležitým prvkem při definování značky i image destinace a přitahuje turisty. Jelikož mladí lidé hledají více než jen stereotypní zážitky, ale mají touhu zažít kulturu destinace, pozorovat místní zvyky a ochutnávat místní kuchyně, rostou i jejich výdaje za jedinečné gastronomické zážitky. To je příležitostí pro destinace a jejich sociálně-ekonomický rozvoj. Mezi oblíbené volby se řadí ochutnávky vín, kurzy vaření, stolování na farmách, gastronomické akce a veletrhy. Trendem je i blogování či online sdílení fotografií jídla na Instagramu a Facebooku. Mladí cestovatelé rádi zůstávají v hostelech a pro provozovatele hostelů je důležité vytvořit autentické prostředí, ve kterém se budou cítit výjimečně. Tímto se cestovatelé zapojí hlouběji do značky, sdílí zkušenost na sociálních médiích, což pomáhá k tvorbě značky. Cestování do zahraničí za účelem zlepšení jazykových dovedností je také důležitou součástí trhu cestovního ruchu. Existuje přes 3000 poskytovatelů jazykových zájezdů, 16 tisíc vzdělávacích agentur a asi 2 miliony studentů cestujících za účelem osvojení si jazyka. Dopad tohoto sektoru na cestování mládeže by se neměl podceňovat, je důležitý pro všechny účastníky trhu, od mezinárodních agentur až po poskytovatele jazykového vzdělávání. Dále se například zjistilo, že jeden výměnný student během svého pobytu v zahraničí v průměru přiláká 4,1 dalších návštěvníků. Celkově se ukazuje, že mládežnický cestovní ruch je odolný turistický trh, zmírňuje dopady sezónnosti, zvyšuje ekonomický dopad turismu a rozšiřuje jej do nových oblastí. A v neposlední řadě buduje cestovní ruch, který může přinést vysokou celoživotní hodnotu.

Studie od WYSETC

Organizace WYSETC zastupuje celý mládežnický, studentský a vzdělávací cestovní ruch, studie této organizace se ubírají primárně tímto směrem.

Globální studie o mládežnickém cestovním ruchu z roku 2017, které se zúčastnilo téměř 60 tisíc respondentů, ukázala, že mladí cestovatelé jsou obecně dobře vzdělaní, polovina z nich má bakalářský titul a 13 % má postgraduální titul. Studenti tvoří asi 60 % všech mladých cestovatelů. Hlavním účelem cestování pro respondenty studie byla dovolená a za důležité považovali i cestování za nějakým účelem, například jazykové vzdělání (23 %), studium (14 %) či pracovní zkušenost (13 %). Mnoho respondentů tvořili mileniálové, a kromě sbírání zkušeností a rozšiřování vzdělání při cestách, hledají také zážitky, zejména související s jídlem a pitím a festivaly. Obliba festivalového cestování je důležitá i pro mnohé nově vznikající destinace, jako je například Exit festival v Srbsku. Sbírat zážitky je pro mladé cestovatele důležitější než sbírat věci. Došlo k výraznému růstu v chůzi a pěší turistice. Častým trendem je „žít jako místní“. Zvýšil se také počet rezervací provedených online, zejména ve sdílené ekonomice. Základy cestování u mládeže však zůstávají stejné: mladí lidé cestují, aby poznali nové lidi, učili se, rozšířili si obzory. Je to prostředek k učení se nových jazyků, získání sociálních kontaktů či budování pracovních dovedností (WYSETC, 2017).

Ostatní studie

Cestovní asociace pro studenty a mladé, SYTA, ve své studii sledovala studentský cestovní trh. Co se týče sociálního dopadu studentského cestování, mezi top efekty patří zvýšená ochota znát/učit/zkoumat, touha více cestovat, větší intelektuální zvědavost, ohleduplnost k jiným kulturám a etnikům, zvýšená tolerance a respekt. V neposlední řadě větší sebevědomí, nezávislost a schopnost se přizpůsobit. Většina učitelů potvrzuje, že cestování ovlivňuje porozumění učebním osnovám a pozitivně ovlivňuje výkon žáka ve škole. Až 74 % učitelů se domnívá, že cestování má pozitivní dopad na osobní rozvoj studentů. Ohledně ekonomického dopadu mezinárodních cest, nejvíce studenti utratí za cestu do destinace (33 %), poté za ubytování (23 %), dále pak za jídlo (14 %). Jako poslední následuje doprava v rámci destinace (13 %) a vstupné (13 %). Největší bariérou, která brání dalšímu růstu studentského cestování, jsou finanční zdroje a prostředky (86 %) (SYTA, 2016).

Výzkum organizace Dům zahraniční spolupráce (2022) měl za cíl zjistit, zda jsou mladí Češi ochotni cestovat udržitelně a jaké mají povědomí o zahraničních výjezdech. Zúčastnilo se ho 1011 Čechů ve věku 15-30 let a vyplynulo, že jen 5 % se aktivně zajímá o problematiku udržitelného cestování. Překvapivých 61 % se o toto téma nezajímá, každopádně asi 36 % z nich by chtělo získat více informací. Skoro polovina respondentů uvedla, že by ráda snížila dopady svého cestování na životní prostředí, ale neví jak. Devět procent Čechů se většinou rozhodne pro nejekologičtější variantu, co se týče volby dopravního prostředku. O negativní

dopad cestování v rámci volby dopravního prostředku se nezajímá 30 % dotazovaných. Ukázalo se, že 71 % mladých Čechů znepokojuje změna klimatu. Vyjet do zahraničí v rámci studijního, pracovního či jazykového pobytu, plánují v budoucnu tři pětiny respondentů, jako největší přínos výjezdů vidí v nových zážitcích, zlepšení se v cizím jazyce a zkušenostech (DZS, 2022).

2.2.3 Covid-19 a mládežnický cestovní ruch

Studie od Richards a Morrill (2021), která analyzovala vliv Covidu-19 na mládežnický cestovní ruch v prvních sedmi měsících, ukázala, že počáteční pokles v březnu 2020 byl poměrně malý, o 26 % méně než v roce 2019. V dubnu byl pokles kolem 60 %, v květnu už 70 %. Během evropského léta panoval mírný optimismus, jelikož omezení v některých zemích byla zrušena, poměrně rychle však byla znovu zavedena s nástupem druhé vlny. Největší omezení byla pozorována v sektoru jazykového cestování (- 34 %), poté následovaly aktivity, zájezdy a atrakce (- 32 %) a ubytování (- 28 %). Jazykový sektor byl ovlivněn odlivem čínských turistů, protože čínský trh je pro mnoho jazykových destinací klíčový. Okamžité účinky poklesu byly méně zřejmé u vzdělávacích programů, dobrovolnictví a stáží, zejména kvůli sezónní povaze tohoto podnikání. Asi 30 % programů (například výuka jazyků), které běžně vyžadují cestování, bylo přesunuto online. Radikálně se pandemii musely přizpůsobit hostely, kde v jedné místnosti běžně spí 4 až 12 lidí. Hostely také mají prostory pro socializaci a společné kuchyně, takže zavedení sociálního odstupu bylo náročné. Požadavky na sociální odstup by podle provozovatelů ubytovacích zařízení způsobily průměrné snížení kapacity o více než polovinu, což by znamenalo 66% pokles příjmů. Trh, který v roce 2020 přitáhl pozornost, byli digitální nomádi. Mnoho podniků v cestovním průmyslu zaniklo a pandemie celkově způsobila velké problémy pro turistický průmysl mládeže, nejen kvůli obecným omezením, ale i kvůli specifické povaze cestování mládeže. Mladí lidé chtějí zažít místní kulturu a budovat sociální kontakty a toto bylo během covidu potlačeno.

Článek od WYSETC (2021) pojednává o zodpovědném cestování mládeže během Covidu-19. Smíšené názory se objevily při otázce, zda je zodpovědné cestovat do méně turistických míst vzhledem ke Covidu-19, 41 % respondentů odpovědělo ano, 26 % ne a zbytek si nebyl jistý. Pokud se jedná o rady ostatním cestovatelům, 44 % respondentů má v úmyslu doporučit ostatním cestovatelům navštívit méně turisticky navštěvované oblasti. Dalších 32 % uvedlo, že nehodlá radit ostatním a 24 % si není jistých.

Studie ze Sinopské univerzity zkoumala InterRail Turkey, což je jedna z největších online platforem pro mladé cestovatele v Turecku. Cílem studie bylo porozumět vlivu pandemie Covid-19 na trh mládeže. Ukázalo se, že pandemie neměla zásadní dopad na cestovní postoje

a preference mladých turistů. Nezměnily se ani jejich bezpečnostní a hygienické postoje. Tato zjištění naznačují, že v postpandemickém období nedojde k velkému poklesu, co se týče cestovní mobility mladých lidí. Na druhou stranu se odhaduje, že cestovatelé budou na svých cestách relativně citlivější na hygienu a bezpečnost. Povinnosti jako očkování nebo test na covid mohou také ovlivnit mobilitu mladých lidí. Zejména pak může být ovlivněna mezinárodní mobilita mladých lidí z rozvojových zemí s omezeným přístupem k vakcínám. Může pro ně být obtížné se očkovat, jelikož patří do skupin s nízkým rizikem. Proto by vlády měly zavést bezplatná očkování a testy pro mladé lidi, kteří cestují za vzděláním, výukou jazyků a dále (Asan, 2021).

3 CÍL

Hlavním cílem bakalářské práce je zjistit a analyzovat preference studentů vysokých škol v ČR při cestování. Konkrétně se budu dotazovat studentů bakalářských a magisterských oborů.

Mezi dílčí cíle patří zjištění změn v souvislosti s pandemií Covid-19, postoje směrem k udržitelnému cestování a také, zda se studenti během svých cest věnují sportovním aktivitám.

Výzkumné otázky:

- Jaké jsou preference studentů vysokých škol v ČR při cestování?
- Jak se změnilo jejich cestovní chování od vypuknutí pandemie Covid-19?
- Jaké mají studenti postoje k udržitelnému cestování?
- Jakým sportovním aktivitám se studenti při cestování věnují?

4 METODIKA

Mezi základní techniky sběru dat vedle pozorování, studia dokumentů a experimentu patří také dotazování. Dotazování je specifické pro sociální výzkum. Jak dále Reichl (2009, str. 99) uvádí: „Jde o kontaktní zkoumání výhradně živých osob ... Podstatou dotazování je kladení otázek, ať už ve formě mluvené (rozhovor) nebo písemné (dotazník).“ Pro účely bakalářské práce jsem využila právě druhou zmíněnou formu dotazování, tedy písemnou, konkrétně dotazník.

Design studie

Dotazník byl vytvořen prostřednictvím webové stránky www.google.com, kde se pro tyto účely nachází formuláře pro tvorbu dotazníku. Tuto platformu jsem využila, jelikož je bezplatná a byla mi doporučena vedoucí mé bakalářské práce. Vyhovovalo mi také jednoduché uživatelské prostředí.

V dotazníku jsem se při tvorbě otázek inspirovala zahraniční studií od Eurobarometru s názvem *Attitudes of Europeans Towards Tourism* a také dotazníkem z tourdata.cz, který je na stránce k nalezení pod názvem „Metodika výzkumu“. Několik otázek jsem vymyslela sama a některé byly vyvozeny při konzultacích s vedoucí mé bakalářské práce Ing. Halinou Kotíkovou, Ph.D.

Dotazník obsahoval 25 otázek, z nichž 23 bylo povinných pro všechny a 2 otázky navazovaly na předchozí, tudíž je vyplnila pouze část respondentů. Některé otázky vyžadovaly pouze jednu odpověď, u některých byla možnost zaškrtnout více odpovědí. Pak také byly otevřené otázky, kde byla nutná psaná odpověď od respondentů. Dotazník byl anonymní. Většina otázek směřovala k cestování a 4 otázky byly segmentační, kde jsem zjistila věk, pohlaví, stupeň studia (bakalářský/magisterský) a rovněž jakou univerzitu respondenti studují. Respondenti rovněž měli po poslední otázce možnost vyjádřit se k dotazníku a jeho případným nedostatkům. Průměrná doba nutná k vyplnění dotazníku byla šest minut.

Sběr dat do dotazníku probíhal v období od 20. dubna do 03. května 2022. Dotazník byl distribuován na sociálních sítích. Využila jsem svůj osobní Instagram, kam jsem dotazník sdílela, a poté několik facebookových skupin, jedna sloužící pro studenty UPOL, a pak do skupin, které jsou zaměřeny na cestování.

K interpretaci výsledků jsem využila Excel, kde jsem si vytvořila grafickou podobu výsledků z Google. Některé výsledky z Google byly přesné a nebylo třeba je dále upravovat. U některých otázek, především s možností zaškrtnout více odpovědí, jsem však musela některé

respondenty vyřadit, jelikož zaškrtili více možností, než bylo v zadání. Poté bylo třeba výsledky přepočítat, aby byly správné. K tomu jsem využila matematický postup zvaný trojčlenka. Některé otázky musely být přepočítány ručně, týkalo se to zejména otevřených. U každé otázky je však jakákoliv změna (např. v počtu respondentů) vypsaná. Dvě byly vyřazeny a nebudou zahrnuty ve výsledkové části, jelikož odpovědi v nich byly špatně formulovány.

Charakteristika výzkumného vzorku

Výzkumu se zúčastnilo celkem 155 online respondentů. Možnost odpovědět na dotazník byla limitována pouze na studenty vysokých škol (bakalářského či magisterského oboru) v České republice. První tři respondenti byli pouze testovací, tudíž jejich odpovědi byly vyřazeny. Kromě testovací skupiny byly vyřazeny další 4 odpovědi, které nemohly být zahrnuty z důvodu studia na zahraniční univerzitě, střední škole či nepřesné a zavádějící názvy univerzit.

Validních respondentů pro výsledkovou část práce bylo tedy 148. Jak již bylo psáno, jednalo se o studenty vysokých škol v České republice. Dotazník vyplnilo 65 studentů bakalářského studia a 83 studentů magisterského studia. 133 respondentů bylo ve věkové kategorii do 26 let a 15 se řadilo do skupiny 27 let a více. Co se týče pohlaví, 129 bylo žen a zbylých 29 muži. V dotazníku měla prostor i jiná pohlaví, zvolena však nebyla nikým.

Studenti, kteří dotazník vyplnili, byli z 15 různých univerzit po České republice. Niže je uvedena tabulka, která obsahuje zkratky univerzit, počty zúčastněných studentů jednotlivých univerzit i procentuální výpočet.

Tabulka č. 1: Počty respondentů rozdělených dle navštěvovaných univerzit

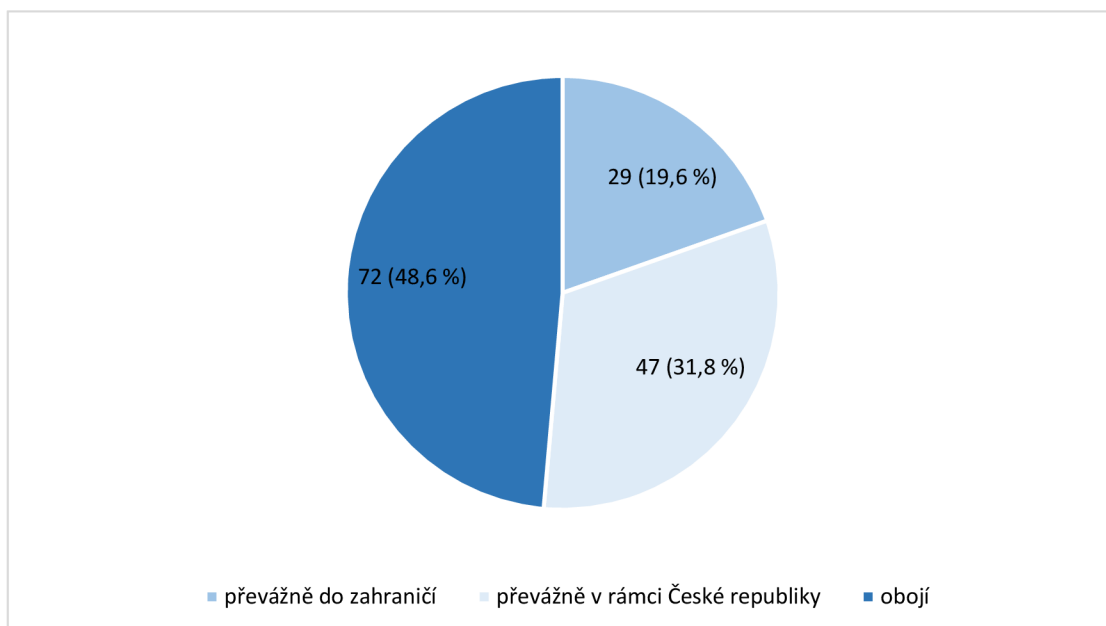
Univerzita	počet studentů	Počet studentů v %
UPOL	112	75,7 %
UTB	7	4,7 %
MUNI	6	4,1 %
ZČU	2	1,4 %
MENDELU	8	5,4 %
UPCE	1	0,7 %
OSU	1	0,7 %
SLU	1	0,7 %
AMBIS	1	0,7 %

UK	2	1,4 %
UHK	1	0,7 %
VŠB-TUO	1	0,7 %
VŠE	1	0,7 %
VUT	3	2,0 %
VFU	1	0,7 %

5 VÝSLEDKY

Na začátek bych poznamenala, že všechny doručené dotazníky byly ručně zkontrolovány.

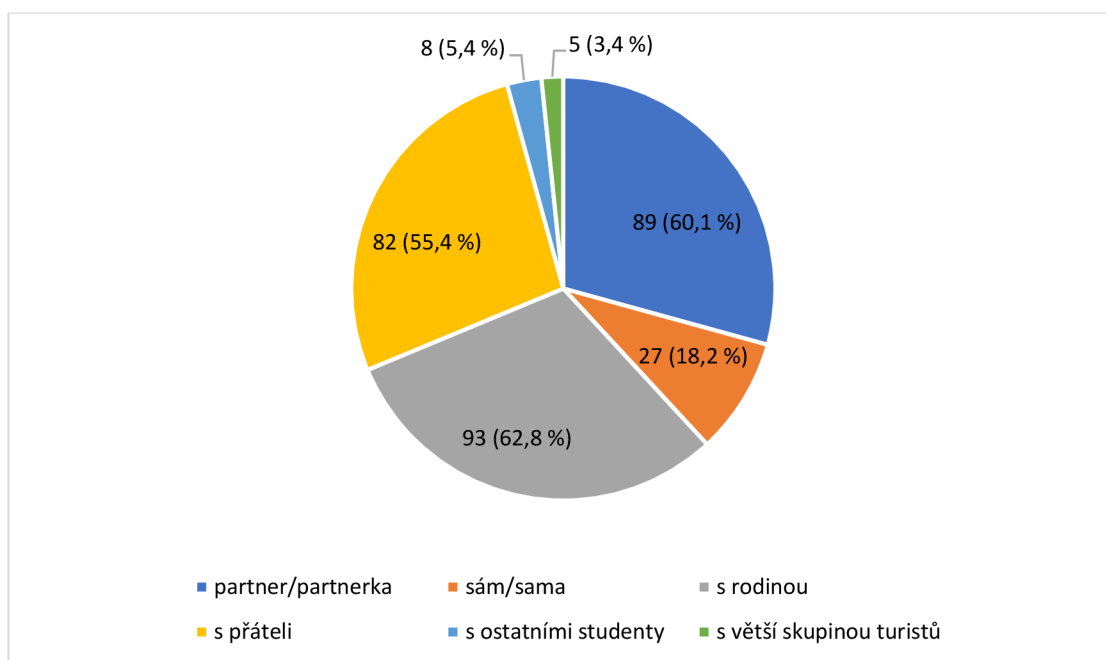
Otázka č. 1: Cestujete...?



Obrázek č. 1: Graf znázorňující počty respondentů a jejich odpovědi v otázce "Cestujete?"

Ukázalo se, že 48,6 %, tedy téměř polovina studentů vysokých škol v České republice, cestuje jak v rámci Česka, tak i do zahraničí. Cestovat převážně v rámci České republiky preferuje 47 dotazovaných, což je 31,8 %. Zbytek studentů cestuje preferuje cestovat do zahraničí (19,6 %).

Otázka č. 2: S kým obvykle cestujete?



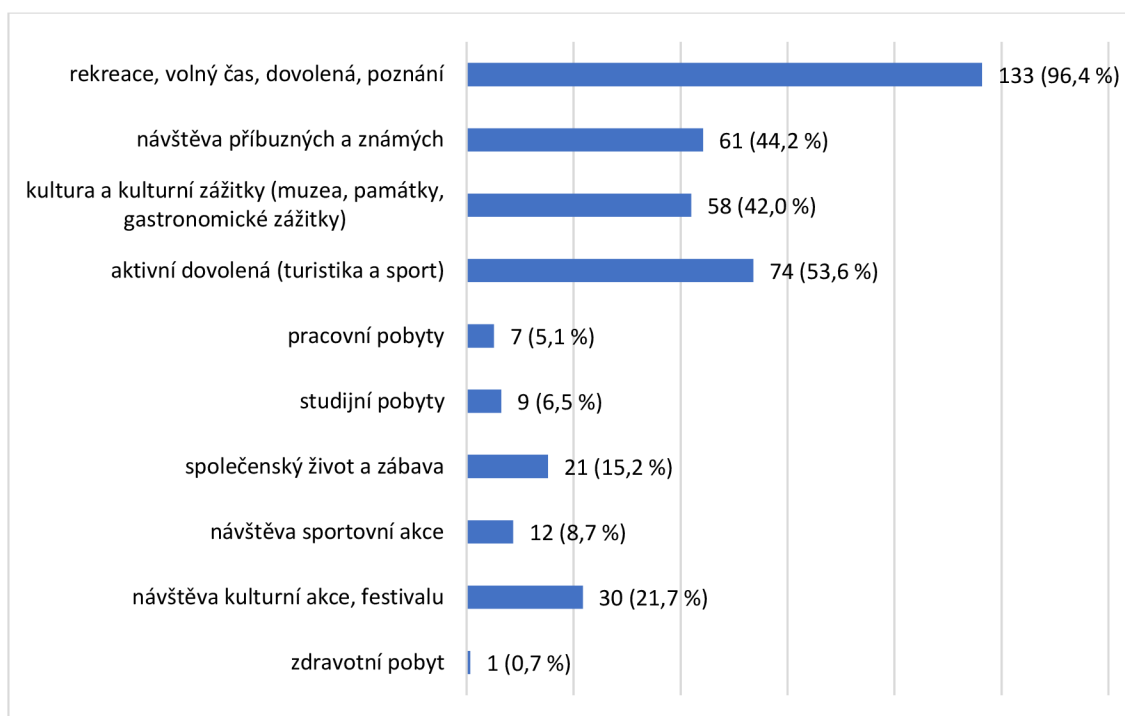
Obrázek č. 2: Graf znázorňující počty respondentů a jejich odpovědi v otázce "S kým obvykle cestujete?"

Respondenti zde měli neomezený počet odpovědí. V průměru každý respondent zvolil 2,1 možnosti.

Z výsledků můžeme pozorovat, že nejčastěji studenti cestují se svou rodinou (62,8 %). Cestování s partnerem/partnerkou je u respondentů druhé nejčastější (60,1 %) a pomyslnou třetici uzavírá cestování s přáteli, které zvolilo 86 respondentů (55,4 %).

Do minoritní části pak spadá například cestování sám/sama (18,2 %). Dále pak cestování s ostatními studenty, kdy takto cestuje 5,4 % dotazovaných. Dá se předpokládat, že toto cestování souvisí se školou a s ní spojenými programy, jako je například Erasmus, školní kurzy a podobně. S větší skupinou turistů (např. zájezd) cestuje 3,4 %. Zde se potvrzuje, co již bylo zmíněno v přehledu poznatků (viz str. 25), že mladí lidé preferují spíše individuální služby namísto skupinových zájezdů, které jsou v současné době atraktivnější pro starší generaci.

Otázka č. 3: Za jakým účelem nejčastěji cestujete?

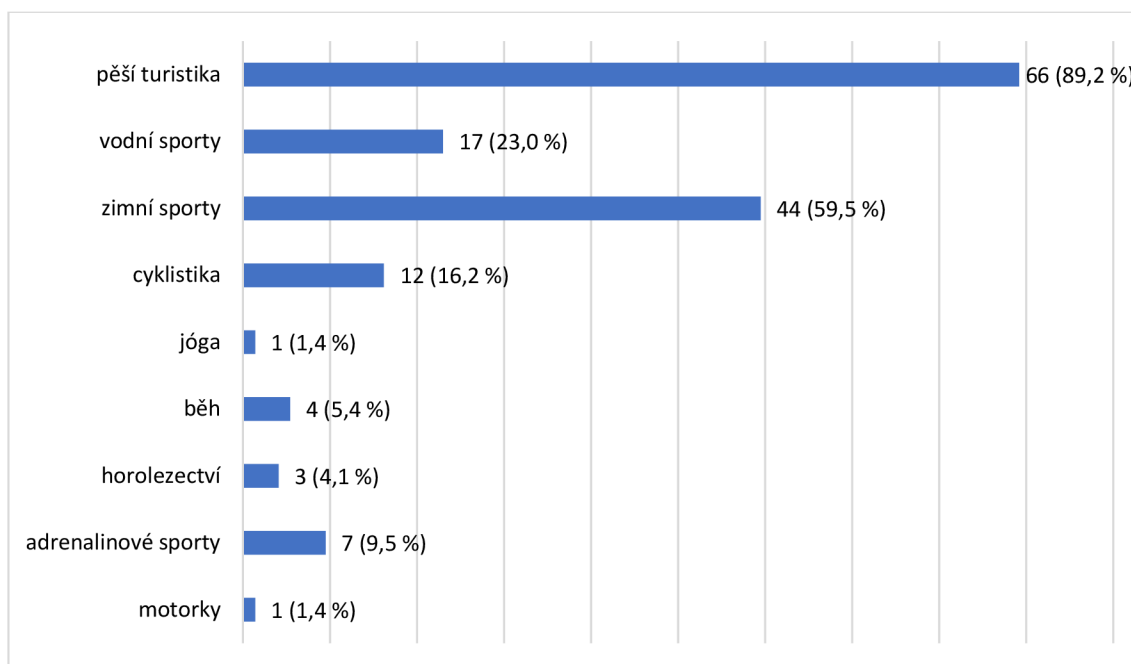


Obrázek č. 3: Graf znázorňující počty respondentů a jejich odpovědi v otázce "Za jakým účelem nejčastěji cestujete?"

U této otázky byl uveden maximální počet zvolených možností čtyři, 10 lidí tuto hranici překročilo, tudíž jejich odpovědi nebyly započítány. Základem pro zpracování otázky bylo tedy 138 dotazovaných.

Nejčastěji respondenti cestují za účelem rekreace, volného času, dovolené atd. (96,4 %). Druhou nejoblíbenější možností je aktivní dovolená, kterou zvolilo 74 respondentů (53,6 %), oproti tomu sportovních akcí se účastní pouze 8,7 %. Poměrně mnoho studentů navštěvuje v zahraničí své příbuzné a známé (44,2 %). Dále pak studenty láká kultura a kulturní zážitky (42 %) a také kulturní akce a festivaly (21,7 %). Za společenským životem a zábavou cestuje 15,2 %. Relativně málo dotazovaných pak cestuje za účelem studijního (6,5 %) či pracovního (5,1 %) pobytu. Kvůli zdravotními pobytu se do zahraničí vydal jeden člověk (0,7 %).

Otázka č. 4: Pokud jste zaškrtnuli možnost „aktivní dovolená“, vypište, jakým aktivitám se při dovolené či cestování věnujete.

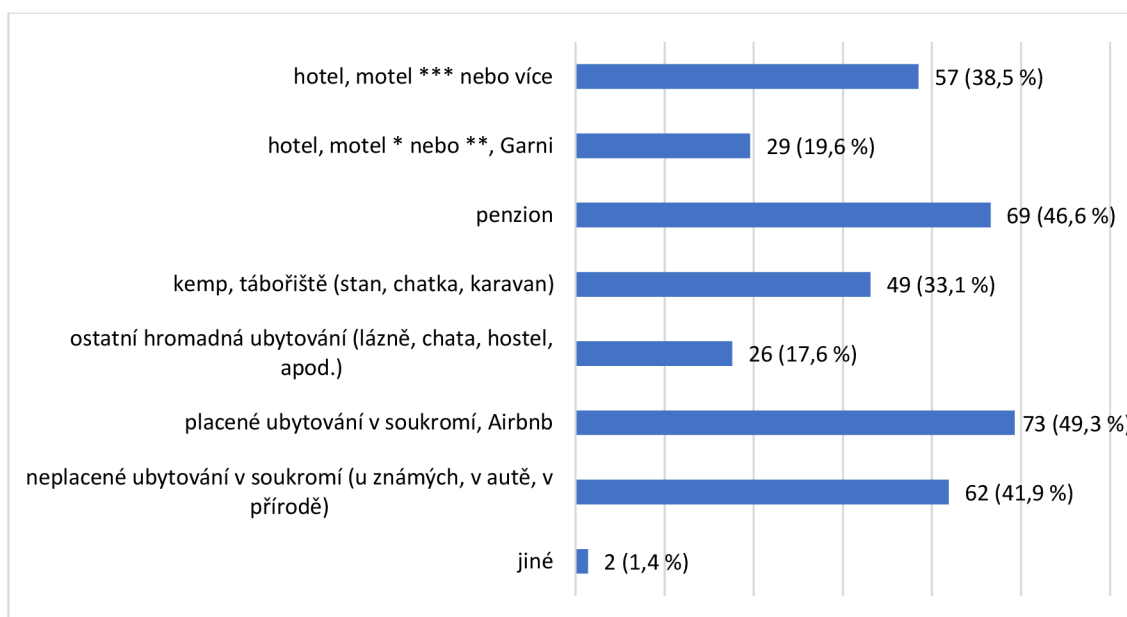


Obrázek č. 4: Graf znázorňující počty respondentů a jejich odpovědi v otázce „Pokud jste zaškrtnuli možnost „aktivní dovolená“, vypište, jakým aktivitám se při dovolené či cestování věnujete.“

K této otázce bylo původně 82 odpovědí. Ručně však byli vyřazeni respondenti, kteří v předchozí otázce odpověděli vícekrát, než měli, a zároveň označili možnost „aktivní dovolená“. Zůstalo tak 74 respondentů s celkovými 155 odpověďmi.

Jak znázorňuje graf, nejoblíbenější aktivitou studentů při dovolené či cestování je pěší turistika. (89,2 %). To může souviset i s tím, že studenti často cestují s menším finančním rozpočtem a tato aktivita většinou není finančně náročná. Do zahraničí také poměrně mnoho studentů cestuje za zimními sporty (59,5 %), kam se řadí lyžování, snowboarding, běžkování a skialpinismus. S třetím největším počtem skončily vodní sporty, kam patří plavání, potápění a paddleboard. Adrenalinové sporty (via ferrata, zipline) vyzkoušelo 9,5 % dotazovaných. Několik respondentů také označilo běh (5,4 %) a horolezectví (4,1 %) jako aktivity při dovolené či cestování. Jeden člověk (1,4 %) se pak věnoval józe a další se vydal do zahraničí na motorce.

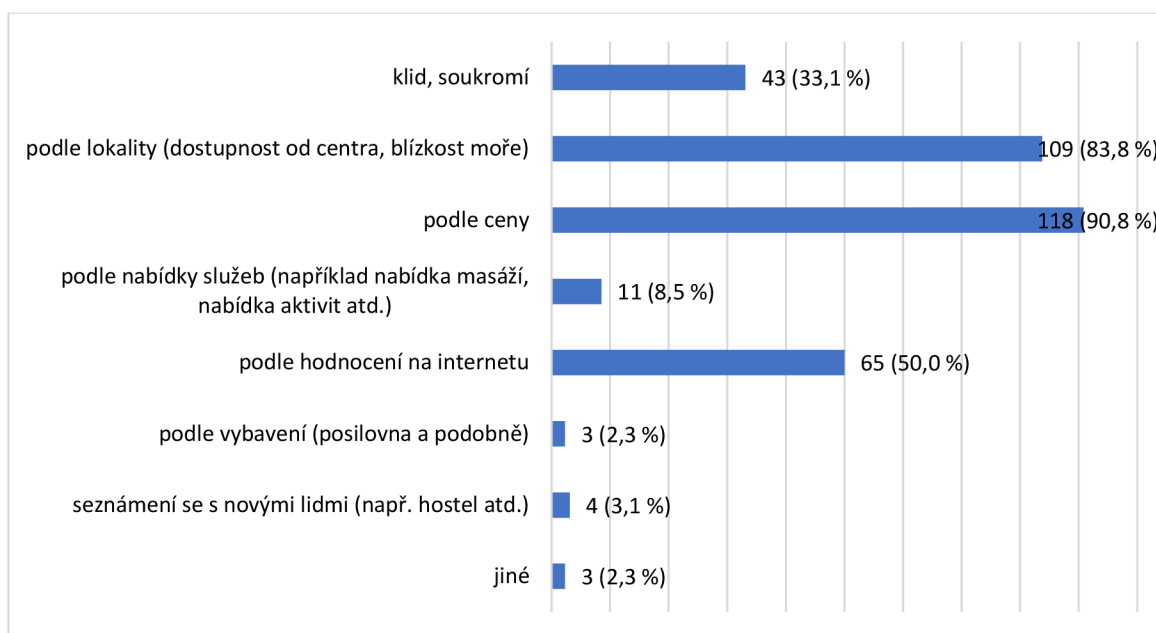
Otázka č. 5: Jaký typ ubytování si nejčastěji vybíráte?



Obrázek č. 5: Graf znázorňující počty respondentů a jejich odpovědi v otázce „Jaký typ ubytování si nejčastěji vybíráte?“

Výsledky ukázaly, že respondenti si nejčastěji pro ubytování v zahraničí vybírají placené ubytování v soukromí (např. Airbnb), bylo jich 52,9 %. Dalším častým typem ubytování byl penzion (50 %). Mnoho dotazovaných volí neplacené ubytování v soukromí (44,9 %) a také hotel, motel *** nebo více (41,3 %). Vcelku oblíbené je i ubytování v kempu, tábořišti (stan, chatka, karavan), kterého se účastní 35,5 % studentů. Do hotelu, motelu * nebo **, Garni se vydává 21 % dotazovaných. Ačkoliv jsou pro mládežnický cestovní ruch hromadná ubytování (zejména hostely) vcelku typická a častá, v tomto dotazníku se to u studentů nepotvrdilo – ubytovává se tam jen 18,8 % dotazovaných. Roli v tom může hrát i covid, kdy mnoho účastníků cestovního ruchu dbá více na hygienu a bezpečnost, a proto raději volí ubytování v soukromí. Možnost jiné zvolili dva studenti (1,4 %), kdy jedna osoba se při cestování neubytovává, jelikož většinou cestuje bez noclehu. Druhá osoba se vyjádřila tak, že cestuje „na bezdřáka ve městě“.

Otázka č. 6: Podle čeho/kvůli čemu si dané ubytování nejčastěji vybíráte?

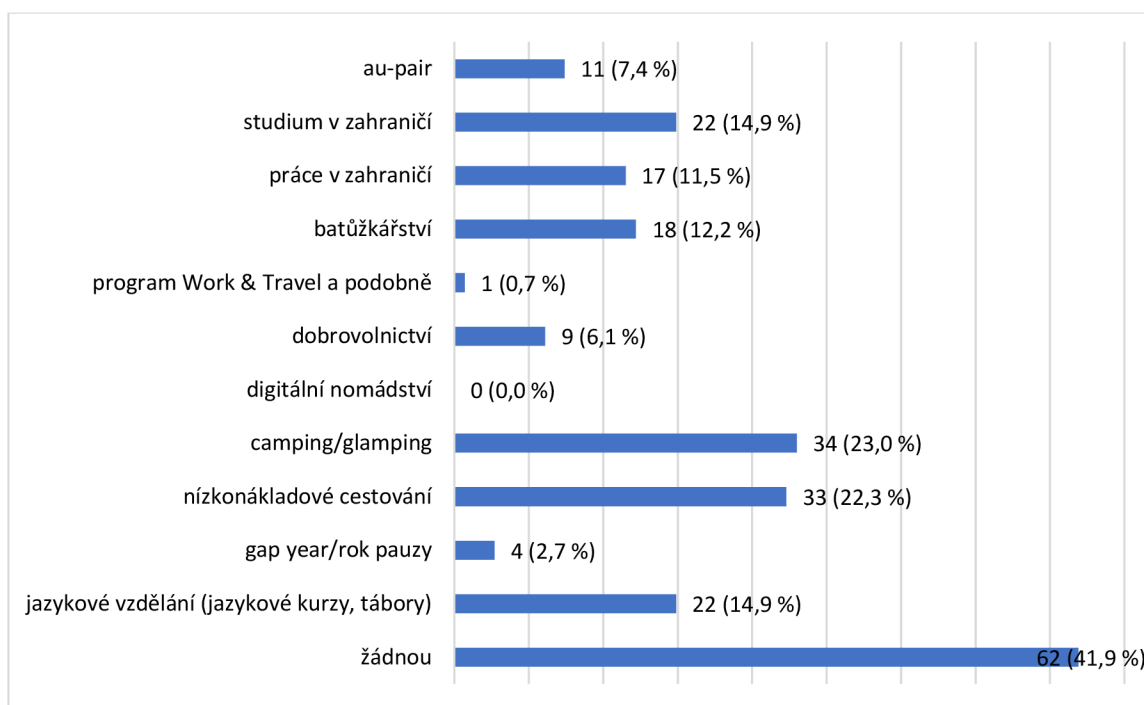


Obrázek č. 6: Graf znázorňující počty respondentů a jejich odpovědi v otázce „Podle čeho/kvůli čemu si dané ubytování nejčastěji vybíráte?“

U této otázky studenti měli zaškrtnout maximálně tři možnosti. Bylo vyřazeno celkem 18 respondentů, kteří odpověděli vícekrát. Základem pro tuto otázku tedy bylo 130 respondentů.

Studenti si ubytování vybírají nejčastěji podle ceny (90,8 %) a hned za ní následuje výběr podle lokality (83,8 %). Třetí nejčastější je pak výběr podle hodnocení na internetu, který zvolilo 50 % dotazovaných. Na klid a soukromí si potrpí zhruba třetina respondentů (33,1 %). Méně důležité jsou pro studenty služby, které dané ubytování nabízí. Zajímalo se o ně pouze 11 z nich (8,5 %). Důležité při výběru ubytování není ani seznámení se s novými lidmi (3,1 % respondentů) či vybavení, které dané ubytování poskytuje (2,3 % respondentů). Tři studenti zvolili možnost jiné, kde uvedli tyto požadavky: možnost bezlepkové stravy v restauraci daného zařízení, vlastní sociální zařízení či možnost přicestovat do ubytování s domácím mazlíčkem.

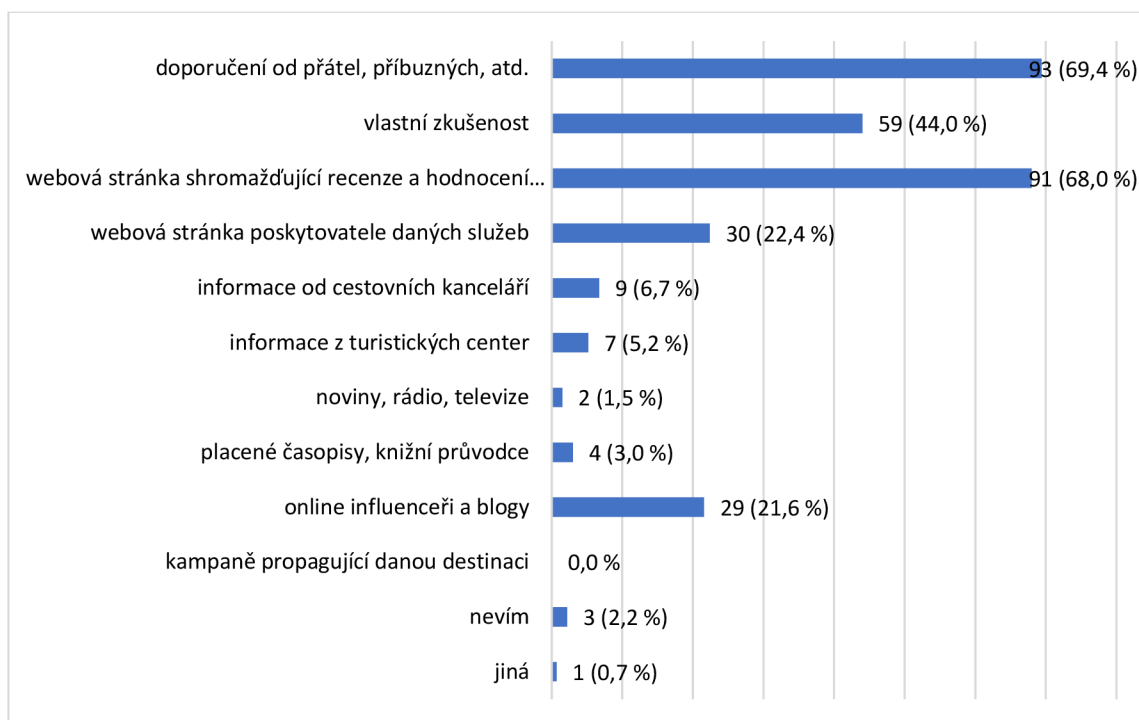
Otázka č. 7: Vyzkoušeli jste některou z těchto forem cestovního ruchu pro mládež?



Obrázek č. 7: Graf znázorňující počty respondentů a jejich odpovědi v otázce „Vyzkoušeli jste některou z těchto forem cestovního ruchu pro mládež?“

Můžeme sledovat, že ačkoliv se mládežnické formy cestovního ruchu stávají populárnější, tak 41,9 % českých studentů nevyzkoušelo žádnou z těchto forem. U nejvíce respondentů převažuje nízkonákladové cestování (22,3 %) a camping/glamping (23 %), což může značit to, že studenti k cestování mají nižší finanční rozpočet a nevdají jim menší pohodlí na cestách, pokud již zvolí některou z těchto forem. Studovat v zahraničí zkusilo 14,9 % respondentů, stejně jako jazykové vzdělání (jazykové kurzy, tábory), které rovněž zvolilo 14,9 % studentů. Dále pak studenti vyzkoušeli batůžkářství (12,2 %) a do zahraničí se vydali i za prací (11,5 %) a to i v rámci au-pair (7,4 %). Menší část respondentů (6,1 %) vyzkoušelo i práci výměnou za ubytování, tzv. dobrovolnictví. Ukazuje se, že gap year/rok pauzy není mezi českými studenty moc znám nebo využíván, je jen 2,7 % studentů, kteří jej vyzkoušeli. Ani programy typu Work and Travel a podobné, které jsou často velmi oblíbené, mnoho studentů nevyzkoušelo, konkrétně pouze jeden (0,7 %). Příčinou by ale mohla být i situace zapříčiněná covidem a snížená spojení a omezení při vstupu do jednotlivých zemí. Digitální nomádství z účastníků studie nevyzkoušel nikdo. Důvodů může být mnoho, například i to, že studenti více času věnují studiu či krátkodobým brigádám, případně nedostatečná znalost pro tuto práci či nezáměr o tuto možnost cestování.

Otázka č. 8: Které informační zdroje jsou pro vás při tvoření cestovních plánů nejdůležitější?

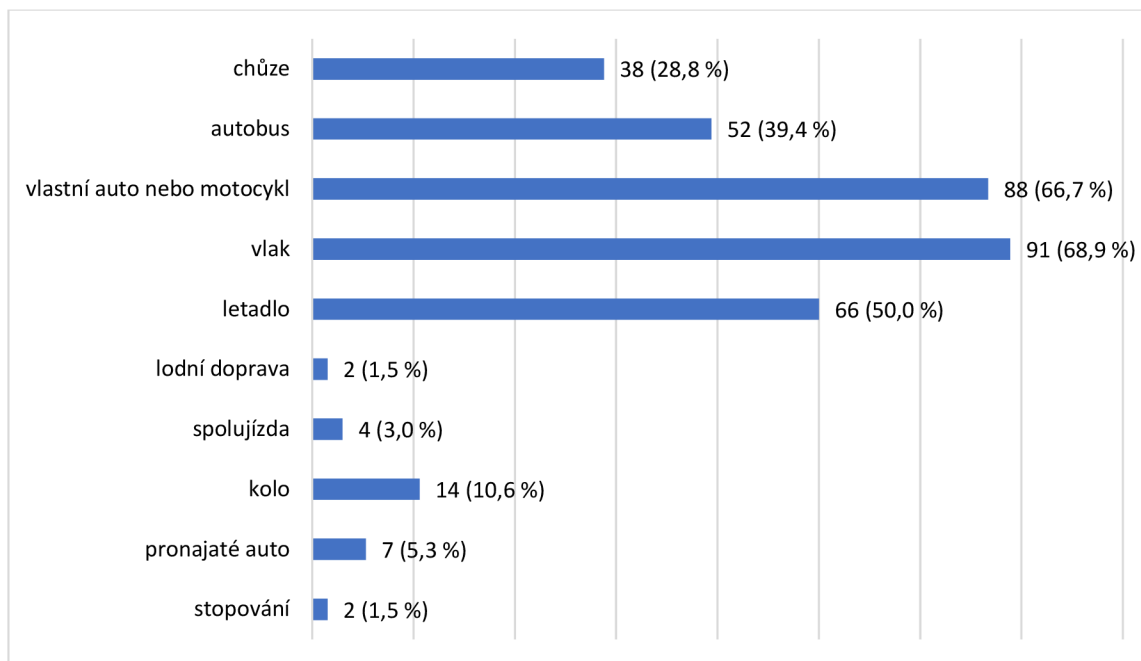


Obrázek č. 8: Graf znázorňující počty respondentů a jejich odpovědi v otázce „Které informační zdroje jsou pro vás při tvoření cestovních plánů nejdůležitější?“

Zde byla hranice maximálního počtu odpovědí 3. Bylo nutné odstranit 14 respondentů, kteří zaškrtnuli více možností, než bylo požadováno. Vyhodnotily se tedy odpovědi od 134 respondentů. Tato otázka byla inspirována Eurobarometrem.

Z průzkumu vyplynulo, že pro studenty je při tvoření cestovních plánů rozhodující osobní zkušenost, ať už vlastní nebo někoho jiného. Jako nejdůležitější informační zdroj při tvoření cestovních plánů jsou doporučení od přátel, příbuzných atd. (69,4 %). Skoro stejné oblíbenosti se však dočkaly i webové stránky shromažďující recenze a hodnocení od ostatních cestovatelů (68,2 %). Důležitá je pro studenty i vlastní zkušenost (44,0 %). Zhruba pětina se nechá ovlivnit webovými stránkami poskytovatele daných služeb (22,4 %) a online influencery a blogy (21,6 %). Můžeme pozorovat, že menší popularitě se dostávají zdroje, které jsou typičtější pro o něco starší turisty. Jsou to informace od cestovních kanceláří (6,7 %), informace z turistických center (5,2 %), placené časopisy a knižní průvodce (3,0 %). Z novin, rádií a televize mnoho studentů informace k cestování také nečerpá, byli jen dva (1,5 %). Tři studenti (2,2 %) zvolili, že neví, odkud čerpají a jeden student (0,7 %) zvolil možnost jiné, do které konkrétně uvedl mapy.

Otázka č. 9: Které možnosti přepravy na dovolenou/při cestování nejčastěji využíváte?



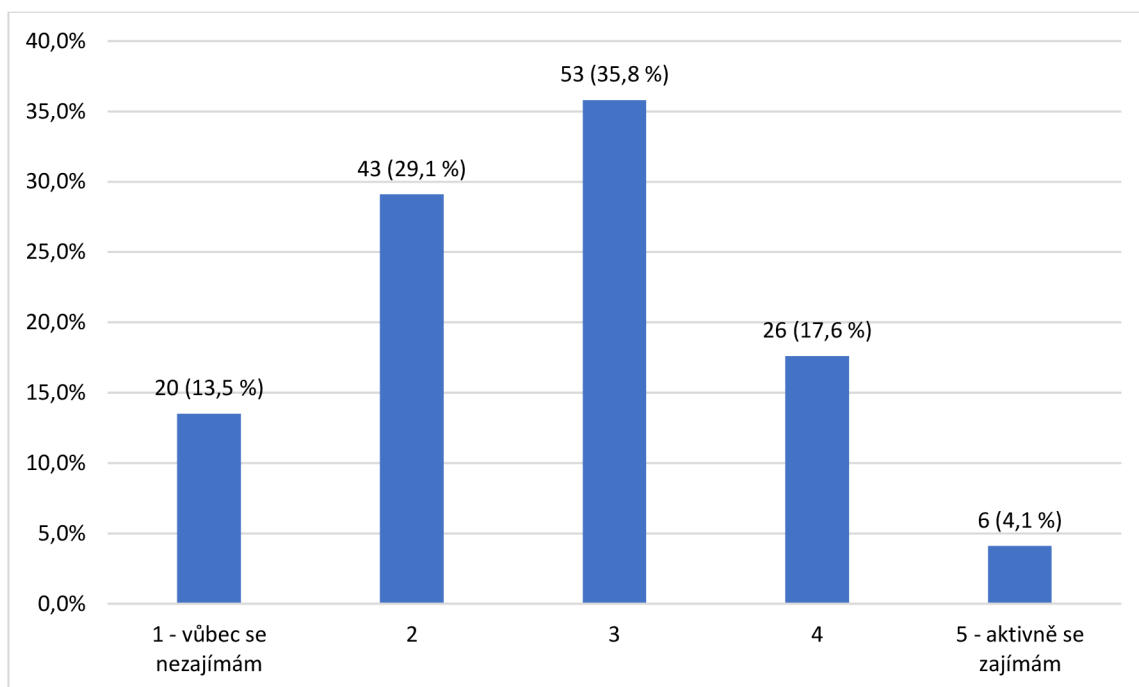
Obrázek č. 9: Graf znázorňující počty respondentů a jejich odpovědi v otázce „Které možnosti přepravy na dovolenou/při cestování nejčastěji využíváte?“

Zde bylo vyřazeno 16 respondentů, kteří zaškrtnuli více než tři možnosti. Platných respondentů pro tuto otázku je tedy 132.

Dotazovaní byli požádáni, aby zaškrtnuli nejčastější možnosti přepravy při cestování. Z výsledků vyplynulo, že studenti na svých cestách upřednostňují rychlejší možnosti přepravy. Nejvyužívanějším dopravním prostředkem je vlak (68,9 %), hned za ním vlastní auto nebo motocykl, které využívá 66,7 % dotazovaných. Jako třetí se umístilo letadlo s 50 % respondentů. Poměrně využívaný je také autobus (28,8 %).

Mezi méně využívané možnosti přepravy se řadí chůze (28,8 %), kolo (10,6 %) a pronajaté auto (5,3 %). Několik studentů při svých cestách využilo možnosti spolujízdy (3,0 %), stopování (1,5 %) a lodní dopravy (1,5 %).

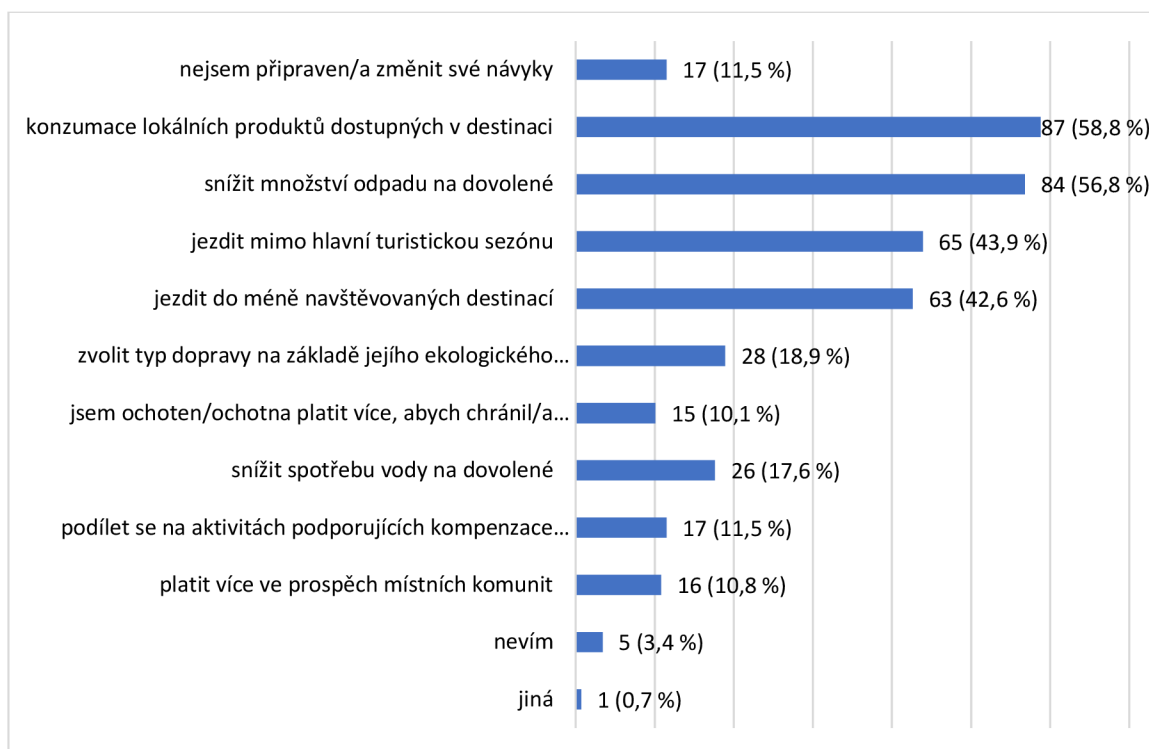
Otázka č. 10: Zajímáte se o udržitelné cestování a dopady cestování na životní prostředí a místní komunity?



Obrázek č. 10: Graf znázorňující počty respondentů a jejich odpovědi v otázce „Zajímáte se o udržitelné cestování a dopady cestování na životní prostředí a místní komunity?“

Zde studenti zaškrtovali odpovědi na škále v rozmezí od 1 do 5, kdy 1 znamenalo, že se o téma vůbec nezajímají a 5, že se o to téma aktivně zajímají. O udržitelné cestování se nezajímá 13,5 % studentů, okrajově ho sleduje 29,1 %. Průměrně se o toto téma zajímalo nejvíce respondentů (35,5 %). Více se o udržitelné cestování zajímá 17,6 % osob. Téma sleduje 4,1 % respondentů, lze i předpokládat, že v tomto směru činí i další kroky.

Otázka č. 11: Jste připraveni změnit své cestovní a turistické chování, aby bylo udržitelnější?



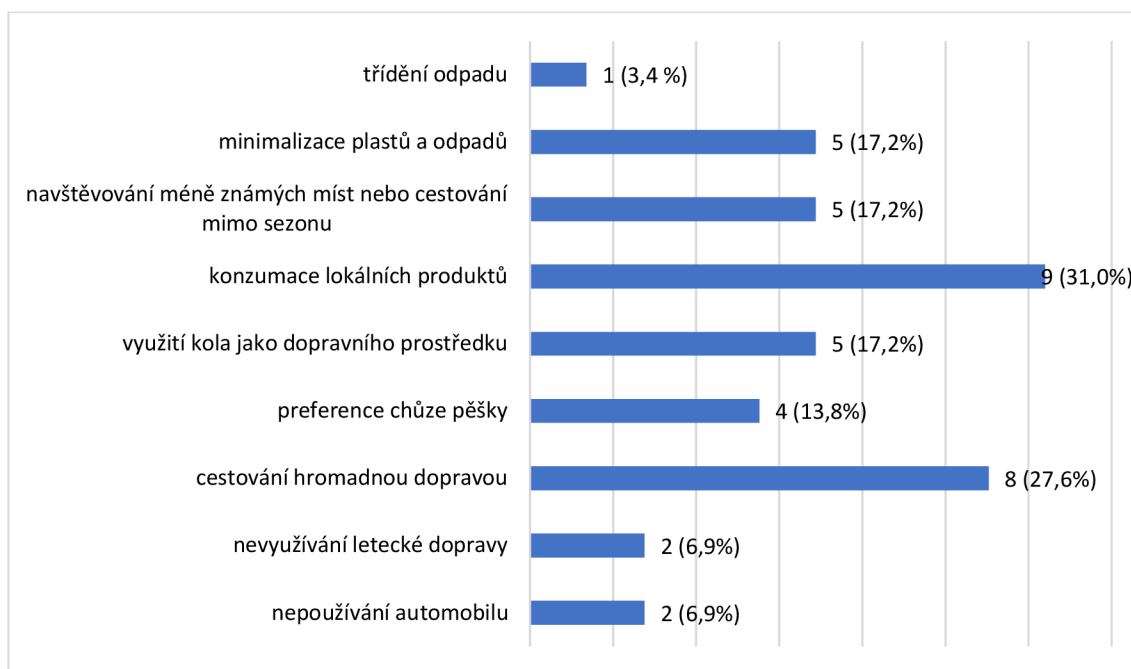
Obrázek č. 11: Graf znázorňující počty respondentů a jejich odpovědi v otázce „Jste připraveni změnit své cestovní a turistické chování, aby bylo udržitelnější?“

Tato otázka byla inspirována Eurobarometrem a respondenti u ní mohli zaškrtnout více odpovědí.

Graf znázorňuje, že nejvíce respondentů bylo ochotno změnit své chování na více udržitelné v tom, že budou konzumovat lokální produkty dostupné v destinaci (58,8 %) a připraveni také jsou na snížení množství odpadu na dovolené (56,8 %). Dále pak 43,9 % respondentů zvolilo možnost jezdit mimo hlavní turistickou sezónu a 42,6 % dotazovaným by nevadilo jezdit do méně navštěvovaných destinací.

Možnost zvolit typ dopravy na základě jejího ekologického dopadu zaškrtnulo 18,9 % studentů a možnost snížit spotřebu vody na dovolené vybralo 17,6 %. Menší ochotě se dočkalo podílení se na aktivitách podporujících kompenzace uhlíku (11,5 %) a také ochota platit více ve prospěch místních komunit (10,8 %) či platit více kvůli ochraně přírodního prostředí destinace (10,1 %). Naopak změnit své cestovní návyky není ochotno 11,5 % respondentů a 3,4 % studentů neví, zda je k nějaké změně připraveno. Možnost jiné zvolil jeden člověk (0,7 %), který do poznámky dodal, že je ochoten cestovat méně.

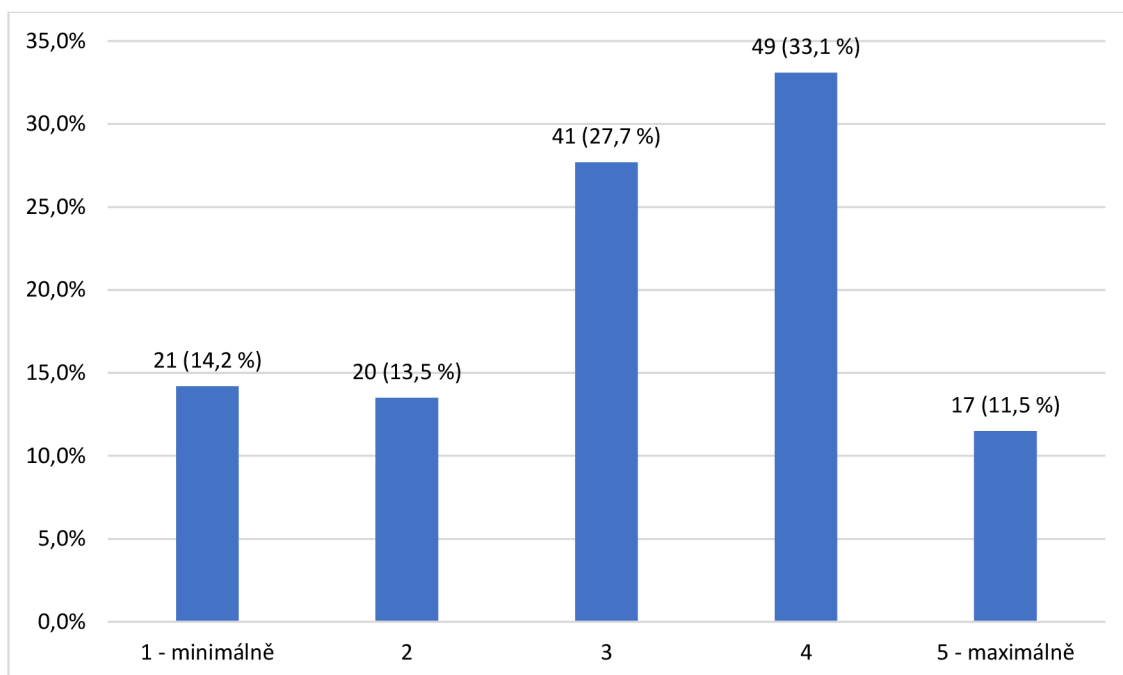
Otázka č. 12: Provedli jste už nějaké změny, aby bylo vaše cestovní chování více udržitelné?



Obrázek č. 12: Graf znázorňující počty respondentů a jejich odpovědi v otázce „Provedli jste už nějaké změny, aby bylo vaše cestovní chování více udržitelné?“

Zde odpovědělo 29 osob. Nejvíce studentů se o udržitelnost při cestování snaží skrze konzumaci lokálních produktů (31,0 %) a cestováním hromadnou dopravou (27,6 %). Studenti také využívají kolo jako dopravní prostředek (17,2 %), kdy například na dovolené využívají kolo namísto pronájmu auta či bicycle-sharing systém (systém sdílení kol). 17,2 % dotazovaných také minimalizuje plasty a odpady a stejný počet respondentů navštěvuje méně známá místa nebo cestuje mimo sezonu. Chůzi pěšky (například namísto využívání MHD) pak preferuje 13,8 %. Dva lidé (6,9 %) nevyužívají leteckou dopravu a další dva nepoužívají automobil. Jeden člověk (3,4 %) pak odpověděl, že třídí odpad, což se však v současnosti bere jako zcela automatické chování.

Otázka č. 13: Na škále od 1 do 5 zhodnoťte, jak moc se změnilo vaše cestovní chování od vypuknutí pandemie Covid-19.

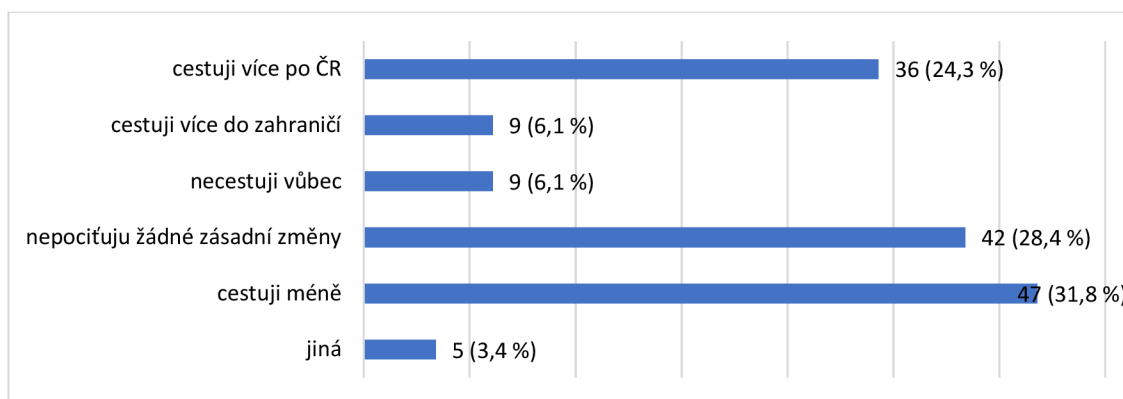


Obrázek č. 13: Graf znázorňující počty respondentů a jejich odpovědi v otázce „Na škále od 1 do 5 zhodnoťte, jak moc se změnilo vaše cestovní chování od vypuknutí pandemie Covid-19.“

Studenti volili na škále od 1 do 5, kdy jedna znamenala minimální změny a 5 maximální změny.

Minimálně pandemie Covid-19, co se týče cestování, zasáhla 14,2 % studentů. Menší změny pocítilo 13,5 %. Střední hodnotu zvolilo 27,7 % respondentů. Znatelnější změny související s pandemií pocítilo nejvíce dotazovaných, a to 33,1 %. Velmi znatelné či velké změny pak zaznamenalo 11,5 % studentů.

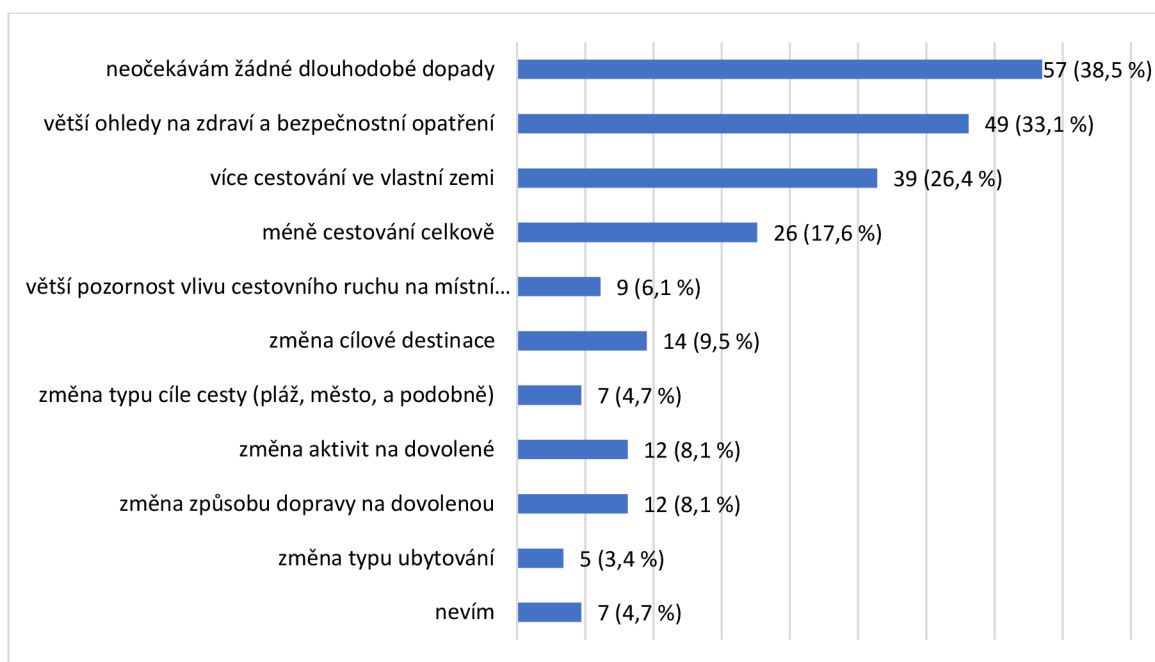
Otázka č. 14: Co konkrétně se u vás změnilo (poznámka: v souvislosti s pandemií Covid-19).



Obrázek č. 14: Graf znázorňující počty respondentů a jejich odpovědi v otázce „Co konkrétně se u vás změnilo (poznámka: v souvislosti s pandemií Covid-19).“

Ukázalo se, že nejvíce studentů zaškrtnulo, že cestuje méně (31,8 %). Žádné zásadní změny nepociťuje 28,4 % respondentů studie a 24,3 % cestuje více po ČR. Totožné výsledky měla možnost cestování více do zahraničí a žádné cestování (6,1 % u obojího). Dále pak 3,4 % studentů označilo možnost jiné, kam například uvedlo větší touhu cestovat, výběr destinace či cestování více (nebylo specifikováno, dá se tedy předpokládat, že jak po ČR, tak i v zahraničí).

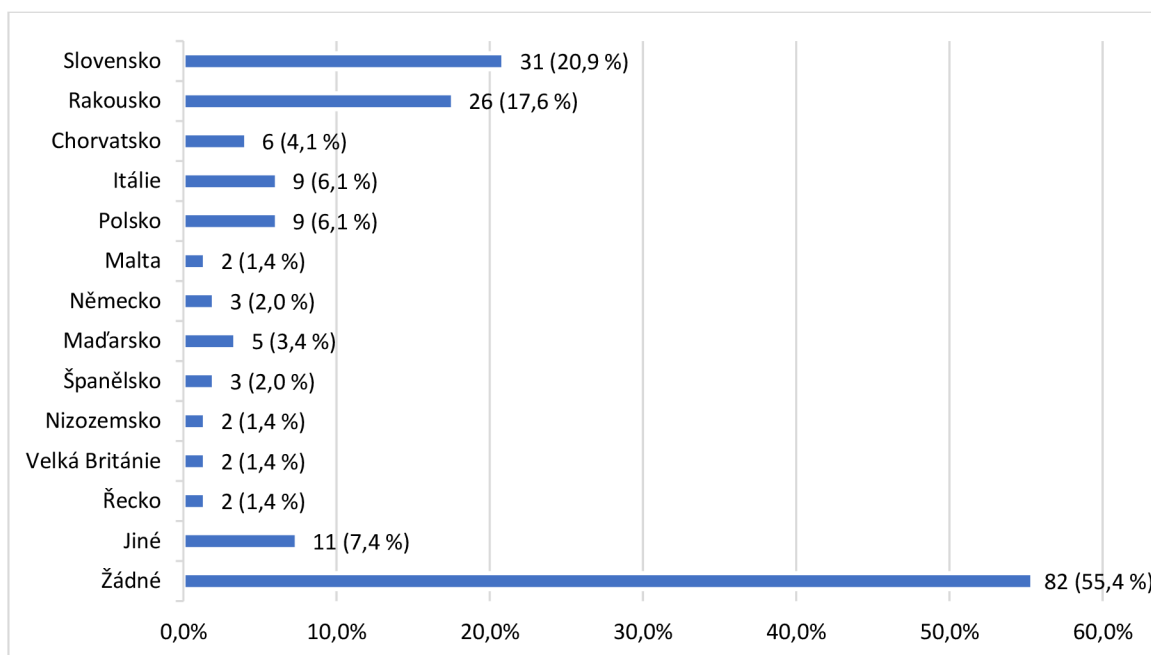
Otázka č. 15: Jaké dlouhodobé dopady, pokud nějaké, očekáváte, že pandemie Covid-19 bude mít na vaše cestovní chování?



Obrázek č. 15: Graf znázorňující počty respondentů a jejich odpovědi v otázce „Jaké dlouhodobé dopady, pokud nějaké, očekáváte, že pandemie Covid-19 bude mít na vaše cestovní chování?“

Nejvíce respondentů neočekává žádné dlouhodobé pandemické dopady (38,5 %) na jejich cestovní chování. Dlouhodobé dopady ohledně větších ohledů na zdraví a bezpečnostní opatření očekává 33,1 % respondentů. Studenti také počítají s tím, že budou méně cestovat do zahraničí, jelikož 26,4 % z nich zvolilo možnost cestovat ve vlastní zemi či méně cestování celkově (17,6 %). Méně studentů pak počítá se změnou cílové destinace (pouze 9,5 %), se změnou aktivit na dovolené (8,1 %) či se změnou způsobu dopravy na dovolenou (8,1 %). 6,1 % respondentů bude i do budoucna věnovat větší pozornost vlivu cestovního ruchu na místní komunity a měnit typ cíle cesty zřejmě i nadále bude 4,7 % dotazovaných. Možnost nevím zvolilo sedm respondentů (4,7 %). Změny ohledně typu ubytování kvůli pandemii očekává 3,4 % studentů.

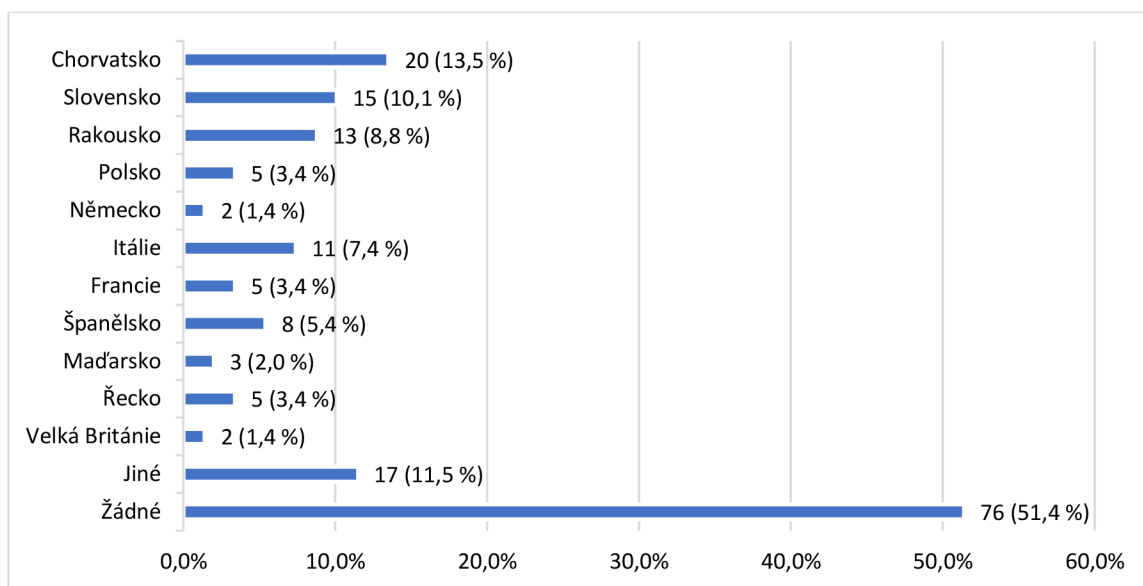
Otázka č. 16: Rok 2020: Vypište, které státy jste navštívili v roce 2020 na 1-3 přenocování?



Obrázek č. 16: Graf znázorňující počty respondentů a jejich odpovědi v otázce „Rok 2020: Vypište, které státy jste navštívili v roce 2020 na 1-3 přenocování?“

Pandemie Covid-19 měla obrovský vliv na cestování a návštěvnost jednotlivých zemí. I z v tomto grafu můžeme sledovat, že 82 studentů (55,4 %) nevycestovalo do žádné zahraniční země na 1-3 noci (k možnosti žádné byla zahrnuta i Česká republika, jelikož se nejedná o zahraniční stát). Nejvíce respondentů tedy na 1-3 noci vycestovalo na Slovensko (20,9 %) a do Rakouska (17,6 %), což i z hlediska vzdálenosti od ČR dává největší smysl na 1-3 noci. I do Polska a Itálie se vydalo několik studentů (6,1 % u každé země). Chorvatsko navštívilo 4,1 % respondentů. Několik studentů pak navštívilo Německo, Španělsko, Maďarsko, Maltu, Nizozemsko, Velkou Británii a Řecko. Do možnosti jiné byly zařazeny státy, které byly navštíveny po jednom člověku. Jsou to: Filipíny, SAE, Tunisko, Irsko, Norsko, Portugalsko, Monako, Maroko, Belgie, Dánsko, a Kypr. Je však pravděpodobnost, že někteří respondenti nevěnovali dostatečnou pozornost při vyplňování dotazníku, jelikož je málo pravděpodobné, že by navštívili země mimo EU v rámci 1-3 dnů, jako například Filipíny či Spojené arabské emiráty.

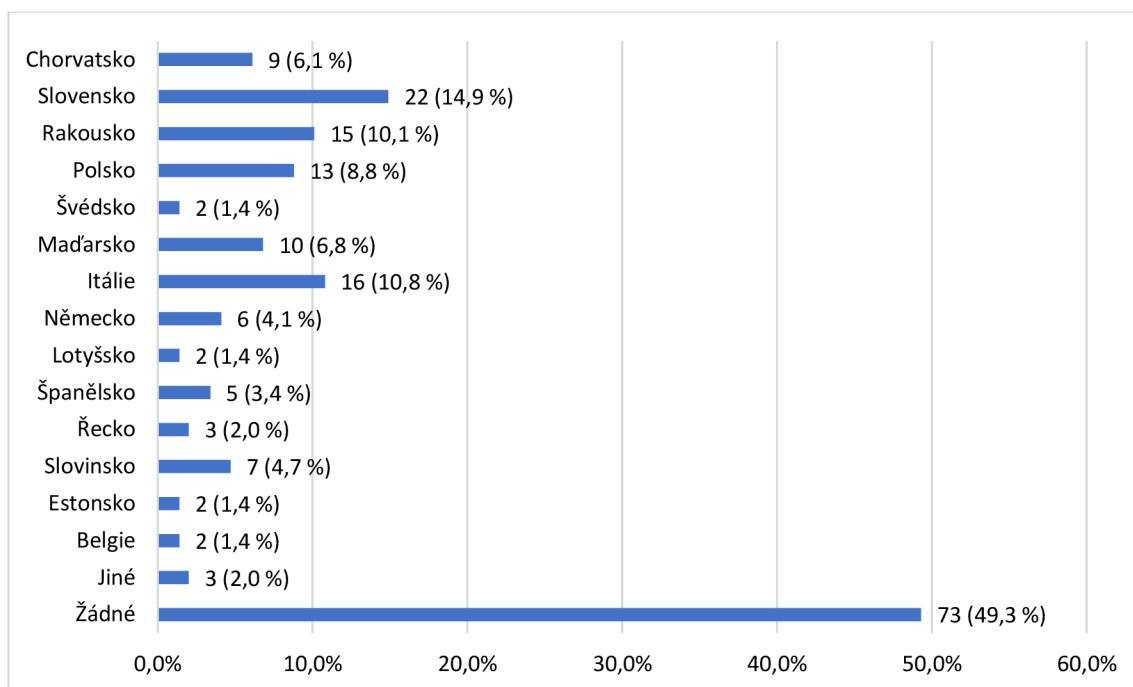
Otázka č. 17: Rok 2020: Vypište, které státy jste navštívili v roce 2020 na 4 a více přenocování?



Obrázek č. 17: Graf znázorňující počty respondentů a jejich odpovědi v otázce „Rok 2020: Vypište, které státy jste navštívili v roce 2020 na 4 a více přenocování?“

Nejvíce studentů na 4 a více nocí vyrazilo do Chorvatska (13,5 %). Hned po Chorvatsku pak nejvíce respondentů vyrazilo na Slovensko (10,1 %) a do Rakouska (8,8 %). Dále se pak studenti vydali do Itálie (7,4 %), Španělska (5,4 %), Řecka (3,4 %), Francie (3,4 %). Pár respondentů pobýlo i v Maďarsku, Německu a ve Velké Británii. Žádnou zemi nenavštívila více než polovina respondentů, a to konkrétně 51,4 %. Do možnosti jiné byly jako u předešlé otázky zařazeny státy, které navštívil pouze jeden student. Jsou to tyto státy: Švýcarsko, Finsko, Nizozemsko, Slovinsko, Dánsko, Thajsko, Rumunsko, Portugalsko, Ukrajina, Egypt, Filipíny, Maroko, Černá Hora, Austrálie, Malta, Rusko a Spojené arabské emiráty. Lze předpokládat, že státy jako Austrálie, Thajsko či Filipíny byly navštíveny před vypuknutím pandemie Covid-19, tedy cca do března.

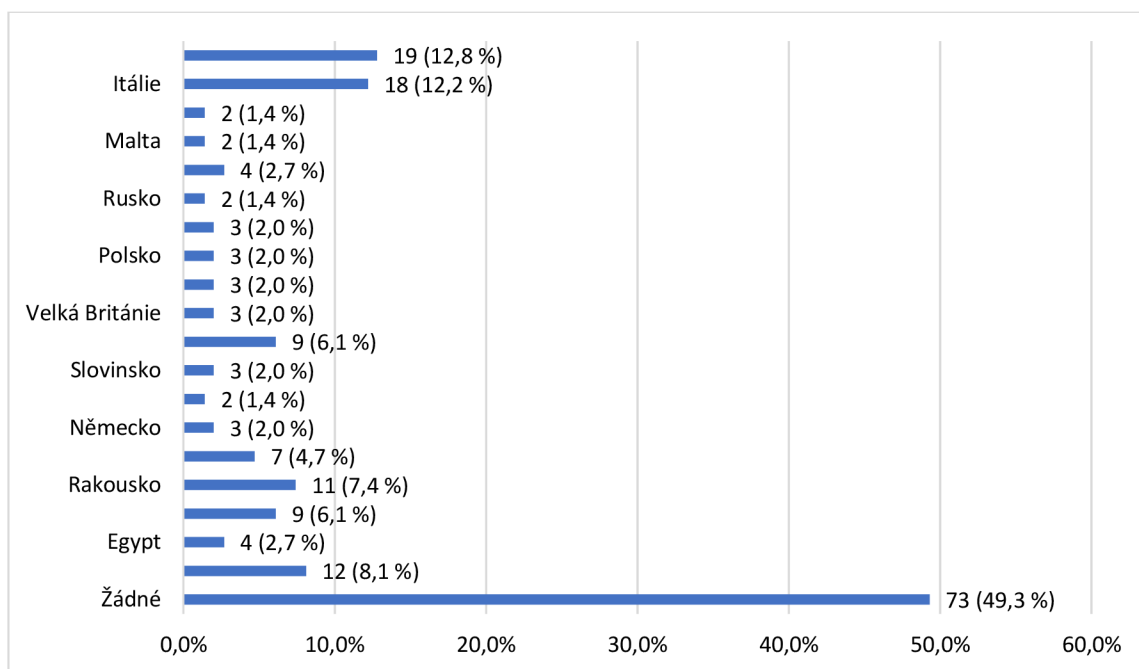
Otázka č. 18: Rok 2021: Vypište, které státy jste navštívili v roce 2021 na 1-3 přenocování?



Obrázek č. 18: Graf znázorňující počty respondentů a jejich odpovědi v otázce „Rok 2021: Vypište, které státy jste navštívili v roce 2021 na 1-3 přenocování?“

Do žádné zahraniční země v roce 2021 na jedno až tři přenocování nevyrazilo 73 studentů (49,3 %). Což poukazuje na mírné zlepšení, jelikož v roce 2020 to bylo 82 studentů. Nejvíce studentů pak vyrazilo na Slovensko (14,9 %), do Itálie (10,8 %) do Rakouska (10,1 %). Respondenti navštívili i Polsko (8,8 %), Maďarsko (6,8 %), Chorvatsko (6,1 %), Slovinsko (4,7 %) či Německo (4,1 %). Pár studentů vycestovalo i do Španělska, Švédska, Lotyšska, Řecka, Estonska či Belgie. V možnosti jiné byly opět země, které navštívil pouze jeden dotazující. Jsou to: Turecko, Malta a Litva.

Otázka č. 19: Rok 2021: Vypište, které státy jste navštívili v roce 2021 na 4 a více přenocování?



Obrázek č. 19: Graf znázorňující počty respondentů a jejich odpovědi v otázce „Rok 2021: Vypište, které státy jste navštívili v roce 2021 na 4 a více přenocování“

V roce 2021 nejvíce dotazovaných na 4 a více přenocování navštívilo Chorvatsko (12,8 %), Itálii (12,2 %) a Rakousko (7,4 %). První trojici tedy oproti minulému roku nahradila Itálie namísto Slovenska. Slovensko navštívilo 6,1 % respondentů, stejně jako Španělsko. Studenti navštívili i Řecko (4,7 %), Egypt (2,7 %) či Francii (2,7 %). Pár jich zamířilo i do Slovinska, Velké Británie, Německa, Švédska, Polska, Turecka, Ruska, na Maltu, Finska či Portugalska. Do možnosti jiné byly opět zařazeny státy navštíveny po jednom člověku. Jsou to: Albánie, USA, SAE, Japonsko, Estonsko, Švýcarsko, Belgie, Bulharsko, Irsko, Maďarsko, Norsko a Dánsko. Lze pozorovat, že několik studentů se nebálo vyjet i mimo Evropu. Co se týče studentů, kteří nenavštívili žádnou zemi, ti stále tvoří velké procento (49,3 %). Výsledek se ale oproti předchozímu roku mírně zlepšil z 76 na 73 studentů.

6 DISKUZE A ZÁVĚRY

6.1 Diskuze

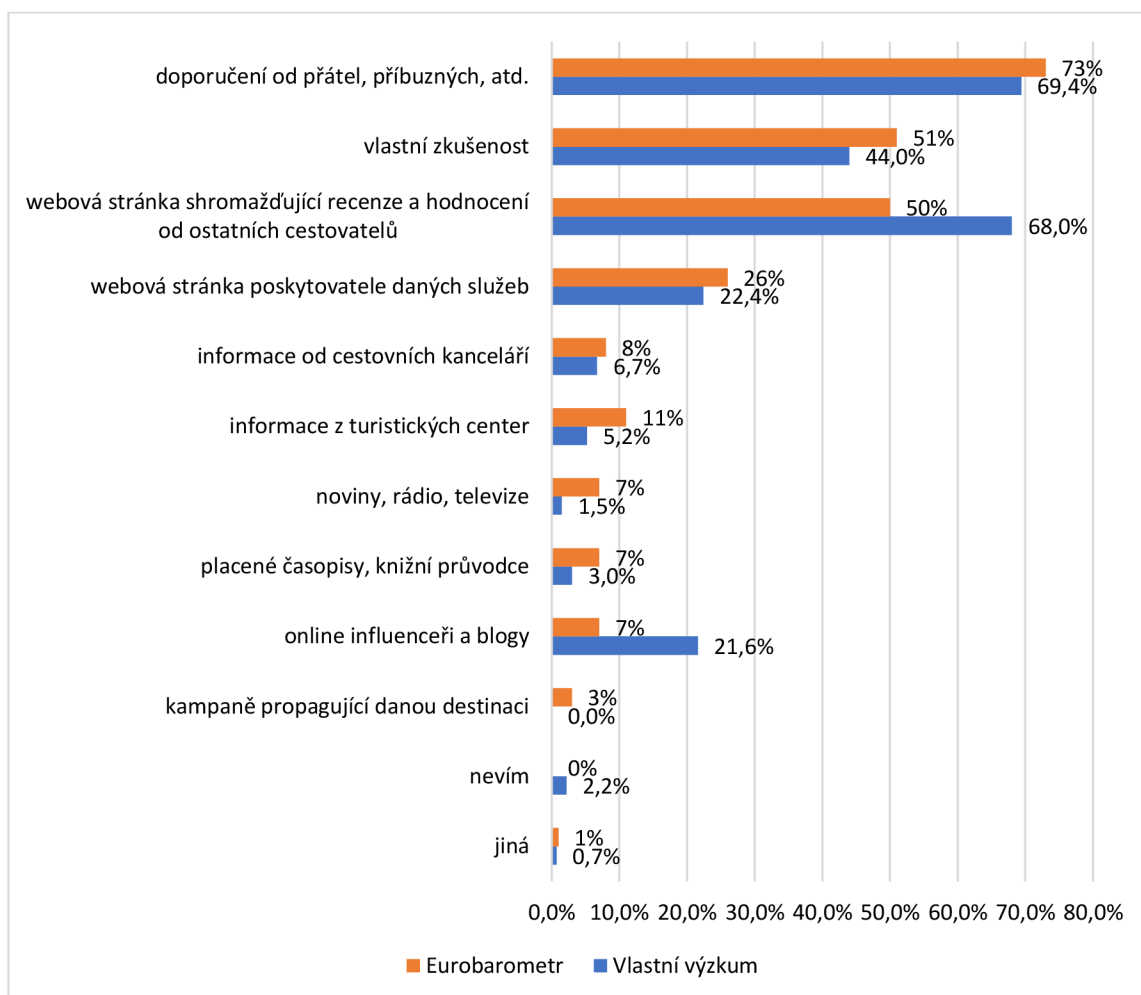
Díky dotazníkovému šetření jsem byla schopná odpovědět na výzkumné otázky. *První otázka se ptala na preference studentů vysokých škol v ČR při cestování.*

Ukázalo se, že téměř 50 % studentů cestuje do zahraničí i po Česku a někteří studenti preferují jen jednu z možností. Nejčastěji respondenti mají tendence cestovat se svou rodinou, na druhém místě je partner/partnerka, a poté přátelé. Můžeme vyvodit, že studenti preferují cestovat v doprovodu někoho jiného, ostatně jen 18,2 % cestuje samo.

Nejčastěji pak studenti cestují za účelem dovolené a rekreace. To potvrdilo již výše zmíněnou studii od WYSETC (2017), ze které také vychází, že hlavním účelem cestování pro studenty je dovolená (viz str. 28). Kromě toho volí i aktivní dovolenou, navštěvují v zahraničí příbuzné či známé a mají také rádi kulturu i cestování za ní. Téměř vůbec pak nepotřebují do zahraničí cestovat v rámci zdravotních pobytů – to také může poukazovat na to, že studenti většinou nedisponují zdravotními problémy, ale rovněž to není jednoznačné, jelikož se mohou zdravotních pobytů účastnit v rámci ČR. Při cestování také častěji preferují komfort a více studentů volí klasická ubytování (hotel, penzion, soukromé ubytování) ačkoliv i levnější formy ubytování, jakožto například kemp či neplacená ubytování, jsou studenty využívány. I když podle studie od UNWTO a WYSETC (2016), kterou jsem shrnula v sekci mládežnického cestovního ruchu, mladí lidé rádi zůstávají v hostelech, v tomto šetření se to nepotvrdilo. V hromadných ubytováních, kam spadají hostely, zůstává jen 17,6 % studentů. Mnohem více jsou preferovány již výše zmíněná ubytování. Cena je pro studenty nejdůležitějším faktorem, podle kterého si volí ubytování nejvíce z nich. Kvůli seznámení se s novými lidmi si studenti ubytování téměř nevybírají. Nejčastěji využívaným dopravním prostředkem je pro studenty vlak.

Z mládežnických forem cestovního ruchu studenti nejčastěji vyzkoušeli camping/glamping a nízkonákladové cestování. Žádnou z forem mládežnického cestovního ruchu nevyzkoušelo 41,9 %, což vede k otázce, zda jsou tyto možnosti cestování v Česku dostatečně podporované a propagované ze strany škol. Jelikož v mezinárodním mládežnickém ruchu jsou tyto formy vcelku časté, viz již několikrát zmiňovaná má část bakalářské práce zaměřená na toto téma.

Ze studie od Eurobarometru jsem převzala několik otázek. Jednou z nich byla otázka: „Které informační zdroje jsou pro vás při tvoření cestovních plánů nejdůležitější?“ Rozhodla jsem se porovnat mé výsledky s výsledky od Eurobarometru, konkrétně pouze s výsledky Čechů (odpovědělo 1000 respondentů, věkově všichni nad 15+).



Obrázek č. 20: Graf srovnávající odpovědi získané vlastním výzkumem a odpovědi z výzkumu Eurobarometru na otázku: „Které informační zdroje jsou pro vás při tvoření cestovních plánů nejdůležitější“

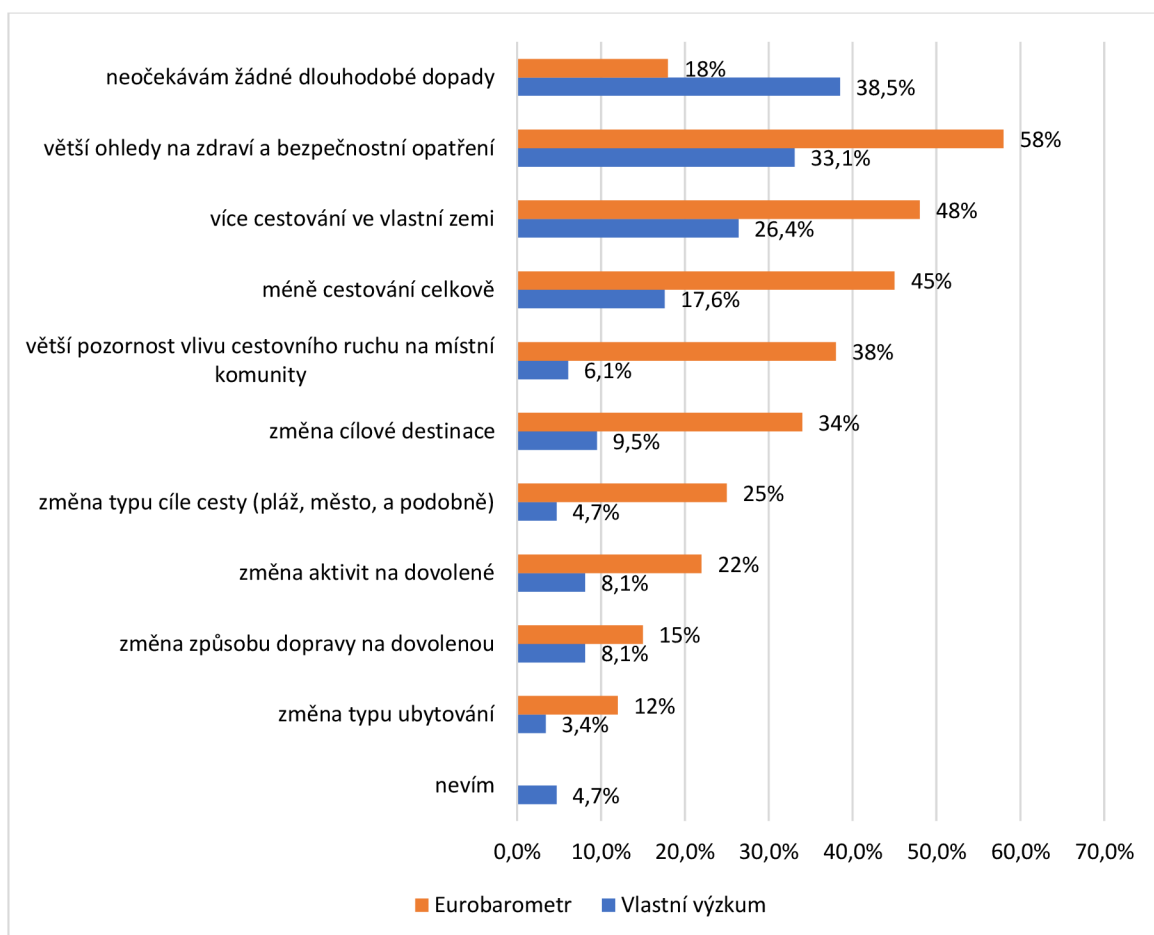
Z grafu můžeme sledovat, že nejdůležitější informační zdroj je pro obě skupiny doporučení od přátel či příbuzných. Na druhém místě v mém dotazníku převažuje jako zdroj webová stránka shromažďující recenze a hodnocení od ostatních cestovatelů (v Eurobarometru je na třetím), kdežto v dotazníku od Eurobarometru je na druhém místě vlastní zkušenost (která je v mém dotazníku na třetí pozici). Rozdíl můžeme sledovat u online influencerů a blogů, kdy v mém dotazníku se tímto informačním zdrojem nechává ovlivnit 21,6 % osob a z odpovědi z Eurobarometru můžeme sledovat pouze 7 %. Odlišnosti můžeme sledovat také u informací z turistických center a ze zdroje noviny, rádio a televize. Lze předpokládat,

že Eurobarometru se zúčastnila širší věková skupina, proto se výsledky liší, každopádně ne nijak závratně. V obou případech však můžeme sledovat, že nejdůležitější u výběru je osobní zkušenost, ať už vlastní, či někoho jiného. Až poté na řadu přicházejí jiné informační zdroje.

Další výzkumná otázka zněla takto: Jak se změnilo cestovní chování studentů od vypuknutí pandemie Covid-19?

Ukázalo se, že změny cestovního chování znatelněji pocítilo 33,1 %. Naopak 14,2 % pocítilo minimální změny. Obecně studenti cestují méně nebo začali cestovat více po ČR.

I zde byla jedna otázka porovnaná s výsledky z Eurobarometru, zní takto: „Jaké dlouhodobé dopady, pokud nějaké, očekáváte, že pandemie Covid-19 bude mít na vaše chování?“



Obrázek č. 21: Graf srovnávající odpovědi získané vlastním výzkumem a odpovědi z výzkumu Eurobarometru na otázku: „Jaké dlouhodobé dopady, pokud nějaké, očekáváte, že pandemie Covid-19 bude mít na vaše chování?“

Nejvíce respondentů v mém dotazníku odpovědělo, že neočekává žádné dlouhodobé dopady, kdežto u Eurobarometru to dělalo pouze 18 % odpovědí. Z výsledků z Eurobarometru

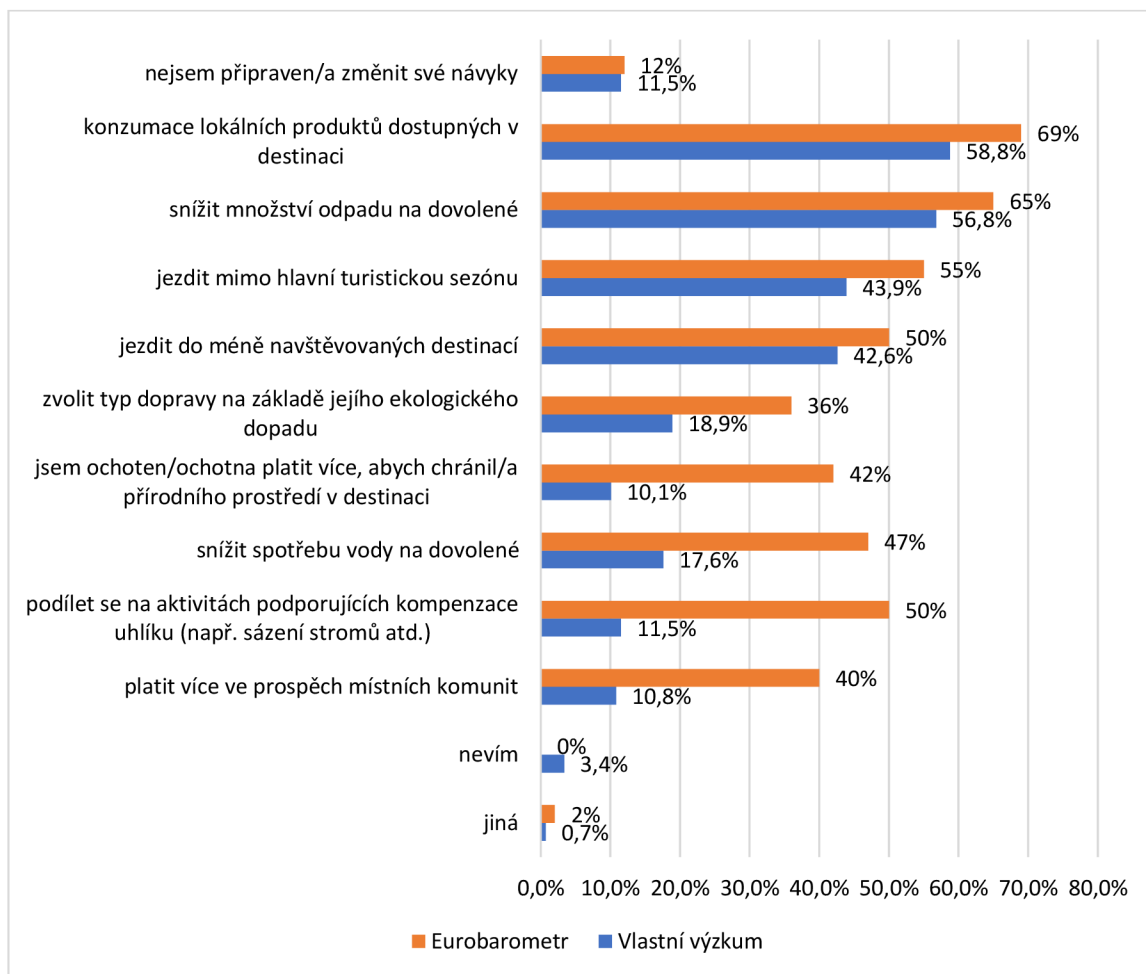
nejvíce respondentů očekává změny v chování spojené s většími ohledy na zdraví a bezpečnostní opatření, což v mém dotazníku byla jako druhá nejčastější možnost. Více cestovat ve vlastní zemi, či méně cestovat celkově vykazalo stejné umístění u obou dotazníkových šetření (třetí a čtvrté místo). Respondenti z Eurobarometru také plánují věnovat větší pozornost vlivu cestovního ruchu na místní komunity (38 %), což v mém dotazníku studenti téměř nezajímalo (pouze 6,1 %). Studenti v mé studii také moc neplánovali měnit cílovou destinaci (9,5 %), kdežto u respondentů z Eurobarometru to byla více než jedna třetina.

Co se týče států, které studenti navštívili během pandemie Covid-19, tak v roce 2020 to bylo 55,4 % studentů, kteří žádnou zemi nenavštívili na 1-3 přenocování, v roce 2021 se pak tento počet trochu snížil na 49,3 %. Mezi navštěvované země na 1-3 přenocování v obou letech patřilo Slovensko a Rakousko.

Na 4 a více přenocování v roce 2020 nevyrazilo 51,4 % a v roce 2021 to bylo 49,3 %. Často bylo navštěvované Chorvatsko.

V následující výzkumné otázce jsem se zaměřila na postoje studentů k udržitelnému cestování. Nejvíce studentů se o udržitelné cestování zajímá průměrně (35,8 %). Je však více studentů, které téma téměř nebo vůbec nezajímá než těch, které téma zajímá více než průměrně.

„Jste připraveni změnit své cestovní a turistické chování, aby bylo více udržitelné? Zaškrtněte, v jakých směrech“, takto znělo zadání otázky, kterou jsem se inspirovala ve svém dotazníku z Eurobarometru a níže s ní bude srovnání.



Obrázek č. 22: Graf srovnávající odpovědi získané vlastním výzkumem a odpovědi z výzkumu Eurobarometru na otázku: „Jste připraveni změnit své cestovní a turistické chování, aby bylo více udržitelné? Zaškrtněte, v jakých směrech.“

Ukazuje se, že nejčastější možnosti volby jsou si podobné u obou studií. Nejčastěji chtějí studenti i ostatní Češi ze studie v Eurobarometru změnit své chování v tom, že začnou konzumovat lokální produkty dostupné v destinaci. Ze studie Eurobarometru také vyplývá, že Češi jsou mnohem více ochotní snížit spotřebu vody na dovolené (47 %) či podílet se na aktivitách podporujících kompenzace uhlíku (50 %), nežli studenti v mé studii, u kterých tyto možnosti volby nebyly časté.

Poslední výzkumná otázka se týkala toho, jakým sportovním aktivitám se studenti při cestování věnují.

Nejoblíbenější je pěší turistika, a poté zimní sporty. Ačkoliv podle studie zmíněné v přehledu poznatků, konkrétně v části mládežnického cestovního ruchu, od Demetera a Bratucu (2014), trh s adrenalinovými sporty tvoří převážně mladí lidé, z mého dotazníku vyplývá, že se mnoho studentů těchto aktivit neúčastní, je jich pouze 9,5 %.

Je nutné poznamenat hned několik limitů mé práce. Jedním z limitů je malý počet respondentů, tudíž se výsledky práce nedají zobecnit na širší společnost. Dále pak jako limit shledávám situaci ohledně Covid-19. Dotazník byl uveřejněn na přelomu dubna a května, ale situace kolem koronaviru se neustále mění a vyvíjí (například rušení opatření apod.), a to může ovlivnit postoje respondentů studie. A ačkoliv toto nebylo součástí mé práce, tak i válka na Ukrajině a rostoucí inflace ovlivnila cestování a postoje studentů.

6.2 Závěry

Hlavním cílem mé bakalářské práce bylo zjistit a analyzovat preference studentů vysokých škol v České republice při cestování (bakalářské a magisterské obory). U dílčích cílů jsem si stanovila zjistit, jak Covid-19 ovlivnil cestování studentů, jejich postoje ohledně udržitelného cestování a jakým sportovním aktivitám se při cestování/dovolené věnují.

Na základě výsledků bylo zjištěno, že mnoho mladých českých studentů cestuje a nelze jednoznačně určit, co patří mezi nejoblíbenější formy cestování. Někteří studenti upřednostňují klasickou dovolenou či cestování za kulturou, jiní studenti zkoušejí mládežnické formy cestovního ruchu, kam patří studium v zahraničí, nízkonákladové cestování a podobně. Nejčastější formou přepravy na dovolené či při cestování je vlak, hned za ním vlastní auto. Rovněž se ukázalo, že přes 40 % studentů žádnou mládežnickou formu nevyzkoušelo, což je poměrně velké číslo. Vystává tedy otázka, je dostatečná podpora ze strany škol i státu, aby mladí lidé cestovali?

O udržitelné cestování se zajímá více lidí podprůměrně (v součtu 42,6 %), nežli nadprůměrně (v součtu 21,7 %). Ve výzkumu Domu zahraniční spolupráce (viz studie zaměřené na mládežnický cestovní ruch) se ukázalo, že jen 5 % mladých lidí se aktivně zajímá o problematiku udržitelného cestování. V mé bakalářské práci se o toto téma aktivně zajímalo 4,1 % studentů, tudíž výsledky jsou podobné. Pozitivní je, že někteří studenti již provedli změny, co se týče udržitelnosti během cestování. Mezi změny patří například konzumace lokálních produktů, využití kola jako dopravního prostředku a cestování hromadnou dopravou.

Pandemie Covid-19 ovlivnila cestování studentů, v roce 2020 nevyrazilo do zahraničí přes 50 % z nich, v roce 2021 čísla klesla mírně pod hranici 50 %. Na kratší cesty si studenti oblíbili Slovensko či Rakousko, na delší to bylo Chorvatsko.

Při dovolené či cestování pak studenti preferují klasičtější typy sportování, jako je pěší turistika či zimní sporty. Někteří se vydávají i za cyklistikou či adrenalinovými sporty.

7 SOUHRN

Bakalářská práce pojednává o cestování studentů vysokých škol v ČR se zaměřením na studenty bakalářských a magisterských oborů. Hlavním cílem práce bylo zjistit preference studentů při cestování.

Teoretická část shrnuje, co znamená cestovní ruch, jaké jsou jeho formy, vymezuje účastníky cestovního ruchu a také zkoumá trendy v tomto odvětví. Dále se zabývá vlivem pandemie Covid-19 na cestování a ptá se na vize do budoucna. Poslední část pojednává o mládežnickém cestovním ruchu, jeho formách a shrnuje výzkumy na něj zaměřené. Ke zpracování této části byly využity literární zdroje i odborné studie.

V praktické části bylo použito dotazníkové šetření a na základě jeho výsledků byla provedena jeho interpretace. Dotazníkového šetření se zúčastnilo 148 studentů. Díky výsledkům ze šetření pak byly zodpovězeny výzkumné otázky, což umožnilo zjistit preference studentů vysokých škol v ČR při cestování.

Výsledky ukazují, že studenty nelze jednoznačně specifikovat do jedné kategorie, ale můžeme sledovat rozmanitost v jejich cestování. Respondenti preferují cestovat ve společnosti jiných osob, ať s rodinou, partnerem či přáteli. Vybírají si levnější i dražší typy ubytování. Nejčastěji pro přepravu využívají vlak, méně často studenti při cestování využívají spolujízdy či lodní dopravy, málo z nich také stopuje. 11,5 % studentů není připraveno změnit své návyky, co se týče udržitelného cestování. Naopak 29 studentů již změny provedlo. Covid-19 ovlivnil cestování studentů a v roce 2020 nevyjelo do zahraničí kolem 50 % studentů, v roce 2021 hranice klesla mírně pod 50 %. I aktivní dovolená najde své zastánce, nejčastěji se studenti účastní pěší turistiky.

Další výzkum by se mohl orientovat směrem k otázce, která vyvstávala v závěrech bakalářské práce. A ta zní: „Je dostatečná podpora ze strany škol i státu, aby mladí lidé cestovali a účastnili se mládežnických forem cestovního ruchu?“

8 SUMMARY

The bachelor's thesis is about traveling of czech university students focusing on bachelor's and master's students. The main goal of the work was to find out the preferences of students when they are traveling.

The theoretical part summarizes what tourism means, its forms, defines the participants in tourism and also examines trends in this sector. Futhermore, the theoretical part deals with the impact of the Covid-19 pandemic on travel and visions for the future. The last part deals with youth tourism, its forms and summarizes research focused on it. Literary sources and professional studies were used to process this part.

In the practical part, a questionnaire survey was used and interpretation was perfomed based on its results. 148 people took part in the questionnaire survey. Thanks to the results of the survey, research questions were answered, which made it possible to find out the preferences of university students in the Czech Republic when they are traveling.

The results show that students cannot be unambiguously specified into one category, but we can observe the diversity of their travel. Respondents prefer to travel in the company of other people, whether it is family, partner or friends. They choose either cheaper or more expensive types of accomodation. They most often use the train for transport, less often students use carpooling or boat transport, few of them also hitchhike. 11,5 % of students are not ready to change their habits when it comes to sustainable travel. On the other hand, 29 students have already changed their habbits. Covid-19 had an impact on student travel and around 50 % of students did not go abroad in 2020. In 2021 the number fell slightly below 50 %. Active holiday have also supporters, students most often take part in hiking.

Futher research could be oriented towards the question that arose in the conclusion of the bachelor's thesis. And it says: „Is there enough support from the school and state for young people to travel and také part in youth forms of tourism?“

9 REFERENČNÍ SEZNAM

- Ali, R., Clampet, J., Schaal, D., & Shankman, S. (2014). The trends that will define travel in 2014. *Skift Travel IQ*.
- Asan, K. (2021). Covid-19 pandemic on youth tourism. *Journal of Mediterranean Tourism Research*, 1(1), 12-21.
- Beránek, J., & kolektiv. (2013). *Ekonomika cestovního ruchu*. Praha: Mag Consulting.
- Brnáková, J. (2021). *Přes dvě třetiny lidí neztratilo během pandemie COVID-19 zájem o cestování, a 11 % chce dokonce cestovat více*. Kiwi.com. Retrieved 27. 6. 2022 from <https://www.kiwi.com/stories/cs/jak-ovlivnila-koronavirova-pandemie-chut-cechu-cestovat/>
- Booking (2021). *Booking.com's 2021 Sustainable Travel Report Affirms Potential Watershed Moment for Industry and Consumers*. Retrieved 27. 6. 2022 from <https://globalnews.booking.com/bookingcoms-2021-sustainable-travel-report-affirms-potential-watershed-moment-for-industry-and-consumers/>
- Cohen, E. (1972). Toward a sociology of international tourism. *Social research*, 164-182.
- COVID PORTÁL. *Aktuální opatření*. MZČR. Retrieved 27. 6. 2022 from <https://covid.gov.cz/opatreni>
- CzechTourism (2021). *Letiště Praha, CzechTourism a Prague City Tourism podpoří obnovu cestovního ruchu*. Ministerstvo pro místní rozvoj ČR. Retrieved 27. 6. 2022 from <https://www.czechtourism.cz/cs-CZ/Novinky/Archiv/2021/04/Letiste-Praha,-CzechTourism-a-Prague-City-Tourism>
- CzechTourism (2022). *Loňský rok zaznamenal 5% oživení cestovního ruchu*. Ministerstvo pro místní rozvoj ČR. Retrieved 27. 6. 2022 from <https://www.czechtourism.cz/cs-CZ/Novinky/Archiv/2022/02/Lonsky-rok-zaznamenal-5-oziveni-cestovniho-ruchu>
- ČSÚ (2020). *Kam Češi v roce 2019 ve volném čase cestovali?* Retrieved 27. 6. 2022 from <https://www.czso.cz/csu/xc/kam-obyvatele-cr-v-roce-2019-ve-volnem-case-cestovali>
- ČSÚ (2021). *Cestovní ruch – 4. čtvrtletí 2020*. Retrieved 27. 6. 2022 from <https://www.czso.cz/csu/czso/cristovni-ruch-4-ctvrtleti-2020>
- ČSÚ (2022). *Satelitní účet cestovního ruchu*. Retrieved 27. 6. 2022 from https://www.czso.cz/csu/czso/satelitni_ucet_cestovniho_ruchu
- ČSÚ (2022). *Cestovní ruch*. Retrieved 27. 6. 2022 from https://www.czso.cz/csu/czso/cestovni_ruch

- Demeter, T., & Bratucu, G. (2014). Typologies of youth tourism. *Bulletion of the Transilvania University of Brasov. Economic Sciences. Series V*, 7(1), 115.
- Drake, D. (2022). *Jak jsou na tom země, které s covidem přestaly bojovat*. Novinky.cz. Retrieved 27. 6. 2022 from <https://www.novinky.cz/zahranicni/clanek/jak-jsou-na-tom-zeme-ktere-s-covidem-prestaly-bojovat-40386568>
- Drake, D. (2022). *Pak že to nejde hned. Švýcarsko zahodilo i roušky*. Novinky.cz. Retrieved 27. 6. 2022 from <https://www.novinky.cz/koronavirus/clanek/svycarsko-rusi-temer-vsechna-opatreni-vcetne-rousek-40387407>
- Drobná, D., & Morávková, E. (2019). *Cestovní ruch: pro střední školy a pro veřejnost* (3rd ed.). Praha: Fortuna.
- Dům zahraniční spolupráce (2022). *Mladí Češi mají zájem o informace o ekologickém cestování. Pojmu zatím nerozumí, vyplývá z výzkumu*. Retrieved 27. 6. 2022 from <https://www.dzs.cz/clanek/mladi-cesi-maji-zajem-o-informace-o-ekologickem-cestovani-pojmu-zatim-nerozumi-vyplyva-z>
- ETC (2021). *Pre-pandemic levels of european travel wil not achieved until 2024*. Retrieved 27. 6. 2022 from <https://etc-corporate.org/news/pre-pandemic-levels-of-european-travel-will-not-be-achieved-until-2024/>
- ETC (2022). *New ETC report investigates impact of COVID-19 on tourists' sustainable travel attitudes*. Retrieved 27. 6. 2022 from <https://etc-corporate.org/news/new-etc-report-investigates-impact-of-covid-19-on-tourists-sustainable-travel-attitudes/>
- Eurobarometr, F., (2021). Attitudes of Europeans towards tourism. *Europeans commision*. 1- 55.
- Evropská rada (n. d.). *Digitální certifikát EU COVID: jak funguje v praxi*. Retrieved 27. 6. 2022 from <https://www.consilium.europa.eu/cs/policies/coronavirus/eu-digital-covid-certificate/>
- Goeldner, C. R., & Ritchie, J. R. B. (2014). *Cestovní ruch: principy, příklady, trendy*. Brno: Albatros Media.
- Gray, H. P. (1970). *International Travel: International Trade*. Lexington: Heath Lexigton Books.
- Hesková, M., & kolektiv. (2006). *Cestovní ruch pro vyšší odborné a vysoké školy*. Praha: Fortuna.
- Hesková, M. (2011). *Cestovní ruch pro vyšší odborné a vysoké školy* (2nd ed.). Praha: Fortuna.
- Horner, S., & Swarbrooke, J. (2003). *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*. Praha: Grada Publishing.

- Indrová, J. (2004). *Cestovní ruch I*. Praha: Oeconomica.
- Jakubíková, D. (2009). *Marketing v cestovním ruchu*. Praha: Grada Publishing.
- Jakubíková, D. (2011). *Marketing v cestovním ruchu: jak uspět v domácí i světové konkurenci* (2nd ed.). Praha: Grada Publishing.
- Jandourek, J. (2012). *Slovník sociologických pojmů: 610 hesel*. Praha: Grada Publishing.
- Janoušek, J. (1986). *Rozhovory s Janem Werichem* (2nd ed.). Praha: Mladá fronta.
- Kotíková, H. (2013). *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. Praha: Grada Publishing.
- Kotíková, H., & Schwartzhoffová, E. (2014). *Cestovní ruch a rekreace: organizace, řízení a marketing v destinaci*. Olomouc: Univerzita Palackého.
- Kotíková, H., & Schwartzhoffová, E. (2017). *Cestovní ruch*. Olomouc: Univerzita Palackého.
- Lochmannová, A. (2015). *Cestovní ruch*. Prostějov: Computer Media.
- Loker, L. E., & Perdue, R. R. (1972). A benefit-based segmentation of a nonresident summer travel market. *Journal of Travel Research*, 31(1), 30-35. <https://doi.org/10.1177/004728759203100107>
- Mareš, J. (2013). *Pedagogická psychologie*. Praha: Portál.
- Ministerstvo pro místní rozvoj (2021). *MMR: Pro nutný restart cestovního ruchu chceme využít i evropské fondy*. Retrieved 27. 6. 2022 from <https://mmr.cz/cs/ostatni/web/novinky/mmr-pro-nutny-restart-cestovniho-ruchu-chceme-vyuz>
- Mladiinfo (n. d.). *Průvodce: Nízkonákladové cestování*. Retrieved 27. 6. 2022 from <https://www.mladiinfo.cz/wp-content/uploads/2013/05/Mladiinfo-Pruvodce-Cestovani-verze-21.pdf>
- Palatková, M. (2011). *Mezinárodní cestovní ruch: analýza pozice turismu ve světové ekonomice, význam turismu v mezinárodních ekonomických vztazích, evropská integrace a mezinárodní turismus*. Praha: Grada Publishing.
- Plog, S. C. (1974). Why destination areas rise and fall in popularity. *Cornell hotel and restaurant administration quarterly*, 14(4), 55-58.
- Půtová, B. (2019). *Antropologie turismu*. Praha: Univerzita Karlova, Karolinum.
- Richards, G., & Morill, W. (2021). The challenge of COVID-19 for youth travel. *Anais Brasileiros de Estudos Turisticos*. 11, 1-8. <https://doi.org/10.5281/zenodo.5770977>
- Rončák, M. (2021). *Destinacím bez společenské odpovědnosti se turisté brzy vyhnou*. COT. Retrieved 27. 6. 2022 from <https://celyoturismu.cz/destinacim-bez-spolecenske-odpovednosti-se-turiste-brzy-vyhnou/>
- Ryglová, K. (2009). *Cestovní ruch: soubor studijních materiálů* (3rd ed.). Brno: KEY Publishing.

- Ryglová, K., Burian, M., & Vajčnerová, I. (2011). *Cestovní ruch – podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. Praha: Grada Publishing.
- Skift (2019). *Megatrends defining travel in 2019*. Retrieved 27. 6. 2022 from <https://skift.com/megatrends-2019/>
- Skift (2021). *Skift MEGATRENDS LOOKING AHEAD TO 2025*. Retrieved 27. 6. 2022 from <https://skift.com/megatrends-2021/>
- Skift (2022). *Skift MEGATRENDS DEFINING TRAVEL IN 2022*. Retrieved 27. 6. 2022 from <https://skift.com/megatrends-2022/>
- Smith, J. D., & Stewart, S. (2014). *Cambridge International AS and A Level Travel and Tourism*. Cambridge: Cambridge University Press.
- SYTA (2016). *A COMPREHENSIVE SURVEY OF THE STUDENT TRAVEL MARKET*. Retrieved 27. 6. 2022 from <https://syta.org/student-travel-research/>
- Tourdata (2021). *Aktualizovaná analýza Dopady COVID 2020 a predikce roku 2021*. Retrieved 27. 6. 2022 from <https://tourdata.cz/data/aktualizovana-analyza-dopady-covid-2020-a-predikce-roku-2021/>
- UNWTO (n. d.). *Glossary of tourism trends*. Retrieved 27. 6. 2022 from <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms>
- UNWTO (2011). *Tourism Highlights*. Retrieved 27. 6. 2022 from <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284413935>
- UNWTO & WYSETC (2016). *Global Report on the Power of Youth Travel*. Retrieved 27. 6. 2022 from <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284417162>
- UNWTO (2019). *International Tourism Highlights*. Retrieved 27. 6. 2022 from <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421152>
- UNWTO (2020). *International Tourism Highlights*. Retrieved 27. 6. 2022 from <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284422456>
- UNWTO (2021). *2020: WORST YEAR IN TOURISM HISTORY WITH 1 BILLION FEWER INTERNATIONAL ARRIVALS*. Retrieved 27. 6. 2022 from <https://www.unwto.org/news/2020-worst-year-in-tourism-history-with-1-billion-fewer-international-arrivals>
- UNWTO (2022). *TOURISM GROWS 4% IN 2021 BUT REMAINS FAR BELOW PRE-PANDEMIC LEVELS*. Retrieved 27. 6. 2022 from <https://www.unwto.org/news/tourism-grows-4-in-2021-but-remains-far-below-pre-pandemic-levels>
- WHO (2020). *Impact of COVID-19 on people's livelihoods, their health and our food system*. Retrieved 27. 6. 2022 from <https://www.who.int/news/item/13-10-2020-impact-of-covid-19-on-people's-livelihoods-their-health-and-our-food-systems>

- WYSETC (n. d.). *Facts and Stats*. Retrieved 28. 6. 2022 from <https://www.wysetc.org/about-us/facts-and-stats/>
- WYSETC (2018). *A global study of the youth and student traveller*. Retrieved 27. 6. 2022 from <https://www.wysetc.org/research/reports/new-horizons-series/new-horizons-iv/>
- WYSETC (2019). *Multi-country trips in the European youth travel market*. Retrieved 27. 6. 2022 from <https://www.wysetc.org/research/reports/new-horizons-series/new-horizons-iv/new-horizons-iv-multi-country-trips-in-the-european-youth-travel-market/>
- WYSETC (2021). *Responsible youth travel and COVID-19*. Retrieved 27. 6. 2022 from <https://www.wysetc.org/2021/03/responsible-youth-travel-and-covid-19/>
- WYSETC (2019). *Multi-country trips in the European youth travel market*. Retrieved 27. 6. 2022 from <https://www.wysetc.org/research/reports/new-horizons-series/new-horizons-iv/new-horizons-iv-multi-country-trips-in-the-european-youth-travel-market/>
- Zelenka, J., & Pásková, M. (2012). *Výkladový slovník cestovního ruchu* (2nd ed.). Praha: Linde.

SEZNAM TABULEK

Tabulka č. 1: Počty respondentů rozdělených dle navštěvovaných univerzit.....	34
---	----

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obrázek č. 1: Graf znázorňující počty respondentů a jejich odpovědi v otázce "Cestujete?"	36
Obrázek č. 2: Graf znázorňující počty respondentů a jejich odpovědi v otázce "S kým obvykle cestujete?"	37
Obrázek č. 3: Graf znázorňující počty respondentů a jejich odpovědi v otázce "Za jakým účelem nejčastěji cestujete?"	38
Obrázek č. 4: Graf znázorňující počty respondentů a jejich odpovědi v otázce „Pokud jste zaškrtnuli možnost ‚aktivní dovolená‘, vypište, jakým aktivitám se při dovolené či cestování věnujete.“	39
Obrázek č. 5: Graf znázorňující počty respondentů a jejich odpovědi v otázce „Jaký typ ubytování si nejčastěji vybíráte?“	40
Obrázek č. 6: Graf znázorňující počty respondentů a jejich odpovědi v otázce „Podle čeho/kvůli čemu si dané ubytování nejčastěji vybíráte?“	41
Obrázek č. 7: Graf znázorňující počty respondentů a jejich odpovědi v otázce „Vyzkoušeli jste některou z těchto forem cestovního ruchu pro mládež?“	42
Obrázek č. 8: Graf znázorňující počty respondentů a jejich odpovědi v otázce „Které informační zdroje jsou pro vás při tvoření cestovních plánů nejdůležitější?“	43
Obrázek č. 9: Graf znázorňující počty respondentů a jejich odpovědi v otázce „Které možnosti přepravy na dovolenou/při cestování nejčastěji využíváte?“	44
Obrázek č. 10: Graf znázorňující počty respondentů a jejich odpovědi v otázce „Zajímáte se o udržitelné cestování a dopady cestování na životní prostředí a místní komunity?“	45
Obrázek č. 11: Graf znázorňující počty respondentů a jejich odpovědi v otázce „Jste připraveni změnit své cestovní a turistické chování, aby bylo udržitelnější?“	46
Obrázek č. 12: Graf znázorňující počty respondentů a jejich odpovědi v otázce „Provedli jste už nějaké změny, aby bylo vaše cestovní chování více udržitelné?“	47
Obrázek č. 13: Graf znázorňující počty respondentů a jejich odpovědi v otázce „Na škále od 1 do 5 zhodnoťte, jak moc se změnilo vaše cestovní chování od vypuknutí pandemie Covid-19.“	48

Obrázek č. 14: Graf znázorňující počty respondentů a jejich odpovědi v otázce „Co konkrétně se u vás změnilo (poznámka: v souvislosti s pandemií Covid-19).“	49
Obrázek č. 15: Graf znázorňující počty respondentů a jejich odpovědi v otázce „Jaké dlouhodobé dopady, pokud nějaké, očekáváte, že pandemie Covid-19 bude mít na vaše cestovní chování?“	50
Obrázek č. 16: Graf znázorňující počty respondentů a jejich odpovědi v otázce „Rok 2020: Vypište, které státy jste navštívili v roce 2020 na 1-3 přenocování?“	51
Obrázek č. 17: Graf znázorňující počty respondentů a jejich odpovědi v otázce „Rok 2020: Vypište, které státy jste navštívili v roce 2020 na 4 a více přenocování?“	52
Obrázek č. 18: Graf znázorňující počty respondentů a jejich odpovědi v otázce „Rok 2021: Vypište, které státy jste navštívili v roce 2021 na 1-3 přenocování?“	53
Obrázek č. 19: Graf znázorňující počty respondentů a jejich odpovědi v otázce „Rok 2021: Vypište, které státy jste navštívili v roce 2021 na 4 a více přenocování?“	54
Obrázek č. 20: Graf srovnávající odpovědi získané vlastním výzkumem a odpovědi z výzkumu Eurobarometru na otázku: „Které informační zdroje jsou pro vás při tvoření cestovních plánů nejdůležitější“	56
Obrázek č. 21: Graf srovnávající odpovědi získané vlastním výzkumem a odpovědi z výzkumu Eurobarometru na otázku: „Jaké dlouhodobé dopady, pokud nějaké, očekáváte, že pandemie Covid-19 bude mít na vaše chování?“	57
Obrázek č. 22: Graf srovnávající odpovědi získané vlastním výzkumem a odpovědi z výzkumu Eurobarometru na otázku: „Jste připraveni změnit své cestovní a turistické chování, aby bylo více udržitelné? Zaškrtněte, v jakých směrech.“	59

SEZNAM ZKRATEK

COT	CELÝOTURISMU
ČSÚ	Český statistický úřad
MENDELU	Mendelova univerzita v Brně
MUNI	Masarykova univerzita v Brně
OSU	Ostravská univerzita
SLU	Slezská univerzita v Opavě
SYTA	Student & Youth Travel Association, Cestovní asociace pro studenty a mladistvé
UHK	Univerzita Hradec Králové
UK	Univerzita Karlova
UNWTO	United Nations World Tourism Organization , Světová organizace cestovního ruchu
UPCE	Univerzita Pardubice
UPOL	Univerzita Palackého v Olomouci
UTB	Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
VFU	Veterinární univerzita v Brně
VŠB-TUO	Technická univerzita Ostrava
VŠE	Vysoká škola ekonomická v Praze
VUT	Vysoké učení technické v Brně
WHO	World Health Organization, Světová zdravotnická organizace
WYSETC	World Youth, Student & educational travel confederation, Světová vzdělávací cestovní konfederace pro mládež a studenty
ZČU	Západočeská univerzita v Plzni

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha č. 1: Dotazník k bakalářské práci	73
---	----

PŘÍLOHY

Příloha č. 1: Dotazník k bakalářské práci

1. Jaký je váš věk?

- do 26 let
- 27 let a více

2. Cestujete:

- převážně do zahraničí
- převážně v rámci České republiky
- obojí

3. S kým obvykle cestujete?

- partner/partnerka
- sám/sama
- s rodinou
- s přáteli
- s ostatními studenty
- s větší skupinou turistů (např. zájezd, ...)
- jiná

4. Kolikrát ročně cestujete na 1-3 noci (týká se cest v rámci ČR i zahraničí)?

- 1x
- 2x
- 3x
- 4x a vícekrát

5. Kolikrát ročně cestujete na více než 4 noci (týká se cest v rámci ČR i zahraničí)?

- 1x
- 2x
- 3x
- 4x a vícekrát

6. Za jakým účelem nejčastěji cestujete? Zaškrtněte max. 4 možnosti.

- rekreace, volná čas, dovolená, poznání
- návštěva příbuzných a známých
- kultura a kulturní zážitky (muzea, památky, gastronomické zážitky)
- aktivní dovolená (turistika a sport)
- pracovní pobyty
- studijní pobyty
- společenský život a zábava
- návštěva sportovní akce
- návštěva kulturní akce, festivalu
- zdravotní pobyt
- jiná...

7. Pokud jste zaškrtnuli možnost "aktivní dovolená", vypište, jakým aktivitám se při dovolené či cestování věnujete (například cykloturistika, pěší turistika, lyžování, potápění, via ferrata, adrenalinové sporty atd.):

- otevřená otázka

8. Jaký typ ubytování si nejčastěji vybíráte?

- hotel, motel *** nebo více
- hotel, motel * nebo **, Garni
- penzion
- kemp, tábořiště (stan, chatka, karavan)
- ostatní hromadná ubytování (lázně, chata, hostel apod.)
- placené ubytování v soukromí, Airbnb
- neplacené ubytování v soukromí (u známých, v autě, v přírodě, ...)
- jiná...

9. Podle čeho/kvůli čemu si dané ubytování nejčastěji vybíráte? Zaškrtněte max. 3 možnosti.

- klid, soukromí
- podle lokality (dostupnost od centra, blízkost moře)
- podle ceny
- podle nabídky služeb (například nabídka masáží, nabídka aktivit atd.)

- podle hodnocení na internetu
- podle vybavení (posilovna a podobně)
- seznámení se s novými lidmi (např. hostel atd.)
- jiná...

10. Vyzkoušeli jste některou z těchto forem cestovního ruchu pro mládež? (možnost zaškrtnout více odpovědí)

- au-pair
- studium v zahraničí
- práce v zahraničí
- batůžkářství
- program Work & Travel a podobně
- dobrovolnictví
- digitální nomádství
- camping/glamping
- nízkonákladové cestování
- gap year/rok pauzy
- jazykové vzdělávání (jazykové kurzy, tábory)
- žádnou
- jiná...

11. Které informační zdroje jsou pro Vás při tvoření cestovních plánů nejdůležitější? Zaškrtněte max. 3 nejčastější možnosti.

- doporučení od přátel, příbuzných atd.
- vlastní zkušenost
- webová stránka shromažďující recenze a hodnocení od ostatních cestovatelů
- webová stránka poskytovatele daných služeb
- informace od cestovních kanceláří
- informace z turistických center
- noviny, rádio, televize
- placené časopisy, knižní průvodce
- online influenceři a blogy
- kampaně propagující danou destinaci

- nevím
- jiná...

12. Které možnosti přepravy na dovolenou/při cestování nejčastěji využíváte? Zaškrtněte max. 3 možnosti.

- chůze
- autobus
- vlastní auto nebo motocykl
- vlak
- letadlo
- lodní doprava
- spolujízda
- kolo
- pronajaté auto
- stopování
- jiná...

13. Zajímáte se o udržitelné cestování a dopady cestování na životní prostředí a místní komunity?

- odpovědi na stupnici od 1 do 5, z nichž 1 = vůbec se nezajímám, 5 = aktivně se zajímám

14. Jste připraveni změnit své cestovní a turistické chování, aby bylo více udržitelné? Pokud ano, zaškrtněte, v jakých směrech (možnost zaškrtnout více odpovědí)? Pokud ne, zaškrtněte první možnost

- nejsem připraven/a změnit své návyky
- konzumace lokálních produktů dostupných v destinaci
- snížit množství odpadu na dovolené
- jezdit mimo hlavní turistickou sezónu
- jezdit do méně navštěvovaných destinací
- zvolit typ dopravy na základě jejího ekologického dopadu
- jsem ochoten/ochotna platit více, abych chránil/a přírodního prostředí v destinaci
- snížit spotřebu vody na dovolené
- podílet se na aktivitách podporujících kompenzace uhlíku (např. sázení stromů atd.)

- platit více ve prospěch místních komunit
- nevím
- jiná...

15. Provedli jste už nějaké změny, aby bylo Vaše cestování více udržitelné? Pokud ano, vypište jaké. Pokud ne, otázku vynechte.

- otevřená otázka

16. Na škále od 1 do 5 zhodnoťte, jak moc se změnilo vaše cestovní chování od vypuknutí pandemie Covid-19.

- odpovědi na stupnici od 1 do 5, z nichž 1 = minimálně, 5 = maximálně

17. Co konkrétně se u vás změnilo?

- cestuji více po ČR
- cestuji více do zahraničí
- necestuji vůbec
- nepociťuju žádné zásadní změny
- cestuji méně
- jiná...

18. Jaké dlouhodobé dopady, pokud nějaké, očekáváte, že pandemie Covid-19 bude mít na vaše cestovní chování? (možnost zaškrtnout více odpovědí)

- neočekávám žádné dlouhodobé dopady
- větší ohledy na zdraví a bezpečnostní opatření
- více cestování ve vlastní zemi
- méně cestování celkově
- větší pozornost vlivu cestovního ruchu na místní komunity
- změna cílové destinace
- změna typu cíle cesty (pláž, město, a podobně)
- změna aktivit na dovolené
- změna způsobu dopravy na dovolenou
- změna typu ubytování
- nevím
- jiná...

19. Rok 2020: Vypište, které státy jste navštívili v roce 2020 na 1-3 noci?

- otevřená otázka

20. Rok 2020: Vypište, které státy jste navštívili v roce 2020 na 4 a více přenocování?

- otevřená otázka

21. Rok 2021: Vypište, které státy jste navštívili v roce 2021 na 1-3 noci?

- otevřená otázka

22. Rok 2021: Vypište, které státy jste navštívili v roce 2021 na 4 a více přenocování?

- otevřená otázka

23. Vyplňte vaše pohlaví

- žena
- muž
- jiné

24. Jste studentem

- bakalářského studia
- magisterského studia

25. Jakou univerzitu studujete?

- otevřená otázka