

Univerzita Palackého v Olomouci

Fakulta tělesné kultury



---

Fakulta  
tělesné kultury

**DOMÁCÍ CESTOVNÍ RUCH STARŠÍ GENERACE Z ZE  
ZLÍNSKÉHO KRAJE PO PANDEMII COVIDU-19**

Bakalářská práce

Autor: Mikuláš Bartošík

Studijní program: Rekreologie

Vedoucí práce: Mgr. Miroslav Rončák

Olomouc 2023

## **Bibliografická identifikace**

**Jméno autora:** Mikuláš Bartošík

**Název práce:** Domácí cestovní ruch starší generace Z ze Zlínského kraje po pandemii covidu-19

**Vedoucí práce:** Mgr. Miroslav Rončák

**Pracoviště:** Katedra rekreologie

**Rok obhajoby:** 2023

### **Abstrakt:**

Tato bakalářská práce se zabývá zkoumáním vlivu pandemie covid-19 na domácí cestovní ruch s konkrétním zaměřením na starší generaci Z ze Zlínského kraje. Tato kohorta zahrnuje osoby narozené v letech 1995 až 2005. Práce se skládá z teoretické části, která pojednává o obecném popisu cestovního ruchu, generaci Z, pandemii covid-19 a jejich vzájemné provázanosti. Praktická část obsahuje popis a výsledky provedeného kvantitativního výzkumu formou dotazníkového šetření. Cílem práce je analyzovat vztah generace Z ze Zlínského kraje k domácímu cestovnímu ruchu v době postcovidové. Výzkumné otázky se zaměřují na porovnání četnosti výjezdů do jiných krajů z doby před pandemií a po pandemii, hodnocení cestovatelského chování v době postcovidové a objasnění plánů na další účasti domácího cestovního ruchu. Výsledná data z výzkumného šetření poskytují ucelený pohled na postoje generace Z k domácímu cestovnímu ruchu v postcovidovém období. Výsledky naznačují, že pandemie měla jistý vliv na účast v domácím cestovním ruchu ve srovnání s obdobím před pandemií.

### **Klíčová slova:**

Česká republika, domácí cestovní ruch, generace Z, pandemie covidu-19, Zlínský kraj

Souhlasím s půjčováním práce v rámci knihovních služeb.

**Bibliographical identification**

**Author:** Mikuláš Bartošík  
**Title:** Domestic Tourism of the older Generation Z from Zlín Region after the COVID-19 Pandemic

**Supervisor:** Mgr. Miroslav Rončák  
**Department:** Department of Recreation and Leisure Studies  
**Year:** 2023

**Abstract:**

This bachelor thesis examines the impact of the COVID-19 pandemic on domestic tourism with a specific focus on the older Generation Z from the Zlín Region. This cohort includes individuals born between 1995 and 2005. The thesis consists of a theoretical part, which discusses the general description of tourism, Generation Z, the COVID-19 pandemic, and their interconnections. The practical part contains a description and results of a conducted quantitative research in the form of an online questionnaire. The aim of the study is to analyze the relationship of Generation Z from the Zlín Region to domestic tourism in the post-COVID era. Research questions focus on comparing the frequency of trips to other regions before and after the pandemic, evaluating travel behavior in the post-COVID era, and clarifying plans for further participation in domestic tourism. The resulting data from the research survey provide a comprehensive view of the attitudes of Generation Z towards domestic tourism in the post-COVID period. The results suggest that the pandemic had a certain impact on participation in domestic tourism compared to the period before the pandemic.

**Keywords:**

Czech Republic, domestic tourism, Generation Z, COVID-19 pandemic, Zlín Region

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

Prohlašuji, že jsem tuto práci zpracoval samostatně pod vedením Mgr. Miroslava Rončáka, uvedl všechny použité literární a odborné zdroje a dodržoval zásady vědecké etiky.

V Uherském Hradišti dne 21. dubna 2023

Mikuláš Bartošík

Děkuji Mgr. Miroslavu Rončákovi za ochotu, vstřícné jednání a cenné rady, které mi poskytl při psaní této práce.

## Seznam použitých zkratk

**ČR** – Česká republika

**CR** – cestovní ruch

**WHO** – World Health Organization (Světová zdravotnická organizace)

**NPÚ** – Národní památkový ústav

**NP** – národní park

**ÚSOP** – Ústřední seznam ochrany přírody

**ČDU** – České dědictví UNESCO

**HZU** – hromadné ubytovací zařízení

**ČSÚ** – Český statistický úřad

## OBSAH

1	Úvod .....	10
2	Přehled poznatků .....	11
2.1	Cestovní ruch .....	11
2.1.1	Pojem cestovní ruch .....	11
2.1.2	Rozdělení cestovního ruchu .....	12
2.1.3	Složky cestovního ruchu .....	14
2.1.4	Služby v cestovním ruchu .....	16
2.1.5	Cestovatelské chování .....	17
2.2	Česká republika .....	18
2.2.1	Česká republika — atraktivita pro cestovní ruch .....	18
2.2.2	Česká republika — ubytovací zařízení .....	20
2.2.3	Česká republika – domácí cestovní ruch .....	23
2.2.4	Česká republika – Zlínský kraj .....	26
2.3	Generace Z .....	27
2.3.1	Generace Z — cestování .....	29
2.4	Pandemie covidu-19 .....	30
2.4.1	Původ koronaviru .....	30
2.4.2	Průběh pandemie .....	31
2.4.3	Pandemie v České republice .....	31
2.4.4	Vliv pandemie na cestovní ruch ČR .....	32
3	Cíle .....	33
3.1	Hlavní cíl .....	33
3.2	Výzkumné otázky .....	33
4	Metodika .....	34
4.1	Popis metodologie výzkumu .....	34
5	Výsledky .....	37
6	Diskuze .....	49
7	Závěry .....	52

8	Souhrn .....	53
9	Summary.....	54
10	Referenční seznam .....	55
11	Přílohy.....	58
	11.1 Dotazník.....	58



# 1 ÚVOD

V roce 2020 se svět ocitl v nejisté situaci s vypuknutím pandemie covidu-19. Tato situace měla dramatický dopad na celosvětovou ekonomiku, zdraví ve společnosti, sociální interakce i vzdělávání. Vedla k významnému omezení svobodného pohybu obyvatelstva, uzavření vzdělávacích institucí a dalších podniků. Mnoho lidí trpělo izolací a osamělostí, v některých zemích způsobila pandemie dokonce politickou nestabilitu. Jedním z nejvíce zasažených sektorů byl cestovní ruch, který je v mnoha zemích velmi důležitou součástí ekonomiky.

Tato bakalářská práce se zaměřuje na starší generaci Z ze Zlínského kraje a její vztah k cestování po České republice v době postcovidové. Označení generace Z se využívá pro demografickou skupinu, která se narodila přibližně mezi lety 1995 až 2010. Pojem starší generace Z je v rámci této práce použito pro skupinu lidí narozených v letech 1995 až 2005. Cílem práce je zjistit, jak se tato kohorta chovala při cestování po České republice v postcovidovém období, jakým způsobem ovlivnila pandemie covidu-19 její účast na domácím cestovním ruchu.

Práce je rozdělena na teoretickou a praktickou část. Teoretická část se v první řadě věnuje obecnému popisu cestovního ruchu, jeho vývoji a aktuálnímu stavu v České republice. Dále je v práci rozebrána generace Z, její charakteristika a postoje k cestovnímu ruchu. Popsána je i pandemie covid-19 a její vliv na cestovní ruch jak ve světě, tak v České republice.

V praktické části této práce jsou prezentovány výsledky provedeného výzkumu na generaci Z ze Zlínského kraje, který se zaměřil na její vztah k domácímu cestovnímu ruchu v době postcovidové. Respondenti byli dotazováni na motivy svých cest, druhy využívaného ubytování, statistiky výletů a ubytování, a také na cílová místa jejich cest po České republice.

Výzkum byl proveden prostřednictvím dotazníkového šetření, které bylo zaměřeno na generaci Z ze Zlínského kraje, ve věkovém rozmezí 17-28 let. Respondenti byli osloveni formou on-line komunikace s využitím sociální sítě Facebook. Výsledky výzkumu poskytují ucelený pohled na postoje generace Z ze Zlínského kraje k domácímu cestovnímu ruchu v postcovidovém období.

## 2 PŘEHLED POZNATKŮ

### 2.1 Cestovní ruch

#### 2.1.1 Pojem cestovní ruch

Cestovní ruch je stěžejním tématem této práce, proto je nezbytné jeho definování v teoretické části. Pro objasnění pojmu cestovní ruch musíme vzít v potaz jeho široký význam z různých pohledů zkoumání. Již podle názvu je jasné, že se jedná o pojem spojený s cestováním, ovšem s ohledem na aktuální podobu a definici cestovního ruchu uvádí Pásková a Zelenka (2002), že „*Cestovní ruch vždy zahrnuje cestování, ale ne každé cestování je cestovním ruchem...*“.

V minulosti jsme se mohli setkat s odlišnou podobou cestovního ruchu, než jak ho známe dnes. Již ve starověku byli lidé motivováni k cestování, ale jejich cesty měly jiný charakter. V historii byly hlavními motivy pro cestování především náboženství, obchod, vojenské výpravy, objevitelské cesty či vzdělání. Do dnešní podoby se cestovní ruch začal formovat ve druhé polovině 19. století, kdy následkem rozvoje průmyslu a hospodářství vznikly příhodné podmínky pro jeho rozmach. (Lochmannová, 2015)

S postupným vývojem cestovního ruchu začalo docházet k jeho vymezování a definování, a to zejména ve snaze odlišit jej od širšího pojmu cestování jako takového. Například rakouský ekonom Schullern zu Schratzenhofen v roce 1911 uvedl označení cestovní ruch pro všechny hospodářské procesy, které souvisí s pobytem a tokem cizinců mezi státy a oblastmi. Postupem let se zdůrazňoval čím dál větší zásah cestovního ruchu do ekonomických a sociálních sfér společnosti, což znamenalo vznik velkého množství různých definic, které se lišily podle oblastí zkoumání, ze kterých se na cestovní ruch pohlíželo. (Indrová, 2009)

Z ekonomického hlediska na cestovní ruch pohlížel například generální ředitel BBC (British Broadcasting Corporation) F.W. Ogilvie, který cestovní ruch popsal jako „*ekonomický jev spojený se spotřebou hmotných a nehmotných statků, hrazených z prostředků získaných v místě trvalého bydliště*“. (Rygllová, 2009) V pojetí sociologickém na cestovní ruch pohlížel zakladatel Berlínské školy cestovního ruchu Robert Glücksmann, který ho viděl jako „*sumu vztahů mezi lidmi, kteří se nacházejí v nějakém místě přechodně, a mezi obyvateli tohoto místa*“. (Indrová, 2009)

Podle Indrové (2009) bylo převratnou událostí ve zkoumání a definování cestovního ruchu vydání literárního díla „*Základy všeobecné nauky cestovního ruchu*“ od švýcarských profesorů W. Hunzikera a K. Krapfa, kteří v tomto díle utvořili základ ucelené teorie cestovního ruchu a to zejména jeho definicí: „*souhrnné označení vztahů a jevů, vznikajících na základě cesty a pobytu místně*

*cizích osob, pokud se pobytem nesleduje usídlení a pokud s ním není spojena žádná výdělečná činnost“, která se stala východiskem pro jeho další vývoj.“ (Hunziker & Krapf, 1942)*

Veškeré snahy o definování se rozhodli ukončit účastníci mezinárodní konference Světové organizace cestovního ruchu (WTO) v roce 1991, kdy přijali návrh na jednotnou definici cestovního ruchu, která zní: *„činnost osoby cestující na přechodnou dobu do místa ležícího mimo její běžné prostředí (místo bydliště), a to na dobu kratší, než je stanovená, přičemž hlavní účel cesty je jiný než výkon výdělečné činnosti v navštíveném místě“*. Stanovená doba se v mezinárodním cestovním roku chápe jako jeden rok, v domácím cestovním ruchu šest měsíců. (Hesková, 2006)

Pro doplnění charakteristiky cestovního ruchu jsou zde uvedeny základní rysy cestovního ruchu podle Ryglové (2009):

- změna místa pobytu,
- dočasný (přechodný) pobyt v místě, které není místem běžného pobytu účastníka cestovního ruchu,
- hlavní účel cesty není výdělečná činnost v navštívené zemi,
- realizace se uskutečňuje převážně ve volném čase účastníka cestovního ruchu,
- vytváření vztahu mezi lidmi.

### **2.1.2 Rozdělení cestovního ruchu**

Pro přesnější vymezení pojetí cestovního ruchu využíváme typologii, která člení cestovní ruch na formy a druhy. Formy cestovního ruchu pohlíží především na hledisko motivů účasti na cestovním ruchu. Druhy cestovního ruchu popisují zejména způsob realizace cestovního ruchu v závislosti na geografických, ekonomických, společenských a jiných podmínkách. (Indrová, 2009)

Při studování pojmů formy a druhy cestovního ruchu v odborné literatuře však můžeme zjistit, že v některých charakteristikách od různých autorů se tyto pojmy zaměňují. Podle Kotíkové & Schwartzhoffové (2017) se od členění na formy a druhy v české literatuře dokonce zcela upouští. Na základě těchto poznatků budou dále při typologii cestovního ruchu tyto pojmy sloučeny v jednoznačné označení jako „typy cestovního ruchu“.

Typy cestovního ruchu podle převažujícího motivu účasti:

- rekreační cestovní ruch — hlavním motivem je odpočinek, obnova fyzických a duševních sil člověka,
- kulturně-poznávací cestovní ruch — motiv je zaměřený především na poznávání kulturně-historických památek, kulturních zařízení či akcí,
- sportovně-turistický cestovní ruch — cílem pobytu je sportovní vyžití pro udržení a posílení kondice člověka, zahrnuje veškerou turistiku (pěší, cyklo, vodní i horskou), do tohoto typu můžeme zařadit i pobyty s cílem navštívení sportovní akce,
- zdravotně-orientovaný cestovní ruch — hlavním účelem je zlepšení zdravotního stavu člověka za pomoci léčebných procedur (koupele, masáže, rehabilitační cvičení) či vlivem příznivého počasí (mořský či vysokohorský vzduch),
- přírodní cestovní ruch — motivem je poznávání přírody, zejména nedotčených a výjimečných přírodních oblastí,
- venkovský cestovní ruch — jedná se o pobyty na venkově, jejichž součástí jsou rekreační aktivity spojené s venkovskou tematikou (projížďky na koních, farmářské práce),
- vzdělávací cestovní ruch — hlavním motivem je získání znalostí a dovedností,
- kongresový cestovní ruch — pobyty za účelem setkání skupiny odborníků zaměřených na určitý obor, při kterém sdílí informace či zkušenosti (kongresy, konference),
- cestovní ruch se společenskými motivy — pobyty za účelem navázání kontaktu s lidmi.

(Drobná & Morávková, 2004)

Typy cestovního ruchu podle geografického hlediska:

- domácí cestovní ruch — cestování v rámci jednoho daného státu, kdy nedochází k překročení jeho hranic,
- zahraniční cestovní ruch — cestování mimo území daného státu, při kterém dochází k překročení jeho hranic, tento typ cestovního ruchu můžeme dále rozdělit na:
  - příjezdový (incoming), při kterém do daného státu přijíždí zahraniční cestující,
  - výjezdový (outcoming), který znamená výjezd občanů daného státu za hranice jejich země.

(Lochmannová, 2015)

Další dělení cestovního ruchu definované podle Ryglové (2009):

- typy CR podle způsobu financování:
  - volný — cestující hradí své náklady ze svých prostředků,
  - vázaný — náklady cestujícího jsou hrazeny kombinací vlastních zdrojů a společenských fondů.
- typy CR podle délky pobytu:
  - krátkodobý — délka pobytu do tří přenocování,
  - dlouhodobý — pobyt nad tři přenocování.
- typy CR podle způsobu účasti:
  - organizovaný — cestu a pobyt zajišťuje zprostředkovatel (cestovní kancelář),
  - neorganizovaný — služby si zajišťuje sám účastník.
- typy CR podle počtu účastníků:
  - individuální — účastník cestuje sám,
  - kolektivní — cestování v rámci skupiny.
- typy CR podle ročního období:
  - letní, zimní, sezónní,
  - mimosezónní.
- typy CR podle vztahu k platební bilanci:
  - aktivní — příjem devizových platebních prostředků od zahraničních návštěvníků,
  - pasivní — vývoz devizových prostředků z dané země (při výjezdu tuzemců do zahraničí).
- typy CR podle vlivu na životní prostředí:
  - tvrdý — bezohledný k životnímu a kulturnímu prostředí (masový turismus),
  - měkký — uvědomělé a šetrné chování k prostředí v cílovém místě cesty.

### **2.1.3 Složky cestovního ruchu**

V rámci podrobného rozlišení jednotlivých druhů účasti na cestovním ruchu jsou definovány takzvané složky cestovního ruchu, které v základě rozlišujeme na subjekty a objekty.

Subjekt cestovního ruchu podle Heskové (2006), je z ekonomického hlediska každý, kdo uspokojuje svoje potřeby (odpočinek, touha po poznání) při cestování mimo místo svého trvalého bydliště a je tak označován za nositele poptávky a spotřebitele produktu cestovního ruchu. Kromě

účastníků cestovního ruchu uvádí Ryglová (2009) jako subjekty cestovního ruchu i orgány a organizace zabývající se cestovním ruchem a pracovníky v oblasti cestovního ruchu.

Zde je uvedeno rozdělení a definice subjektů cestovního ruchu podle Indrové (2009), s ohledem na mezinárodní a domácí cestovní ruch:

- *Stálý obyvatel (rezident)*
  - v domácím cestovním ruchu je stálým obyvatelem osoba, která v tomto místě žije alespoň šest po sobě jdoucích měsíců před příjezdem do jiného místa na dobu kratší šesti měsíců,
  - je v mezinárodním cestovním ruchu ve vztahu k dané zemi osoba, žijící v zemi alespoň jeden rok před příjezdem do jiné země na dobu kratší jednoho roku.
- *Návštěvník (visitor)*
  - v domácím cestovním ruchu je návštěvníkem osoba, cestuje v rámci své země, mimo své trvalé bydliště, na dobu kratší než šest měsíců,
  - v mezinárodním cestovním ruchu je návštěvník osoba, která cestuje do jiné země, než ve které má trvalé bydliště na dobu kratší než jeden rok.
- *Turista (tourist)*
  - v domácím cestovním ruchu je turista osoba, cestující v rámci své země mimo své obvyklé životní prostředí, na minimálně jedno přenocování, ale na dobu kratší než šest měsíců,
  - v mezinárodním cestovním ruchu je turistou osoba, cestující do jiné země než je její obvyklé bydliště na minimálně jedno přenocování, ale na dobu kratší než jeden rok.
- *Výletník (excursionist)*
  - v domácím cestovním ruchu je výletníkem osoba cestující v rámci své země mimo své trvalé bydliště na dobu kratší než 24 hodin bez přespání v daném místě,
  - v mezinárodním cestovním ruchu je výletník osoba cestující mimo zemi svého trvalého bydliště na dobu kratší než je 24 hodin bez přespání v dané zemi.

Pro tyto definice je pro návštěvníky, turisty i výletníky v mezinárodním i domácím cestovním ruchu uvedena podmínka jejich cestování za účelem jiným, než je vykonávání výdělečné činnosti.

Další zmíněnou základní složkou jsou objekty cestovního ruchu, do těch se zařazuje všechno, co účastníky cestovního ruchu může motivovat ke změně místa jako například příroda, kultura a jiné cíle, které se stávají nositeli nabídky. Objekt je tvořen cílovým místem které musí mít vhodný přírodní a kulturní potenciál a je doplněno o podniky a instituce cestovního ruchu. (Hesková, 2006)

Mezi objekty podle Ryglové (2009) řadíme:

- rekreační prostor — lázně, letoviska, kempy,...
- materiálně-technická základna — doprava, sportovní zařízení, ...
- služby — restaurace, půjčovny, ...
- zboží — oblečení, suvenýry, elektronika, ...
- volné statky — čerstvý vzduch, sníh, vodní prameny, ....

#### **2.1.4 Služby v cestovním ruchu**

Služby mají rozhodující podíl na produktu cestovního ruchu, jejich úkolem je uspokojování individuálních a společenských potřeb účastníků cestovního ruchu. Služby členíme především podle jejich rozsahu na základní a doplňkové. Základními službami v oblasti cestovního ruchu jsou služby ubytovací, stravovací a dopravní. Doplňkové služby jsou obchodní, sportovně-rekreační, společensko-kulturní, lázeňsko-léčebné, směnářenské, zprostředkovatelské a průvodcovské. (Kotíková & Schwartzhoffová, 2017)

##### **Ubytovací služby**

Ubytovací služby jsou neodmyslitelnou součástí cestovního ruchu, jejich cílem je umožnit plynulé ubytování pro účastníky cestovního ruchu v místě jejich pobytu. Dílčími cíli ubytovacích zařízení je zajištění dalších služeb, které s pobytem mimo trvalé bydliště souvisejí, jako je například stravování. (Lochmannová, 2015)

V České republice platí podle vyhlášky Ministerstva pro místní rozvoj kategorizace ubytovacích zařízení podle jejich druhu, tyto jednotlivé kategorie se dále klasifikují do tříd označených hvězdičkami, které jsou určeny podle vybavení, úrovně a rozsahu poskytovaných služeb (\* TOURIST, \*\* ECONOMY, \*\*\* STANDARD, \*\*\*\* FIRST CLASS, \*\*\*\*\* LUXURY). Kategorie ubytovacích zařízení jsou následující:

- Hotel — ubytovací zařízení s nejméně 10 pokoji pro hosty, vybavené pro poskytování přechodného ubytování a služby s tím spojené (zejména stravovací). Hotely se člení do pěti tříd.
- Motel — ubytovací zařízení s nejméně 10 pokoji pro hosty, poskytující přechodné ubytování a služby s tím spojené pro motoristy (umožněno parkování v blízkosti motelu). Motely se člení do čtyř tříd.
- Penzion — ubytovací zařízení s nejméně pěti pokoji, s omezeným rozsahem společenských a doplňkových služeb, avšak s ubytovacími službami srovnatelnými s hotelem. Penziony se člení do čtyř tříd.
- Botel — představuje ubytovací zařízení umístěné v trvale zakotvené osobní lodi.
- Kemp — ubytovací zařízení pro přechodné ubytování buď ve vlastním zařízení hostů (stan, obytný přívěs), popřípadě i v ubytovacích objektech provozovatele (chaty, sruby, bungalovy), nebo v jejich samostatně pronajímaných částech. Kempy jsou označovány od jedné do čtyř hvězdiček.

(Indrová, 2009)

### **2.1.5 Cestovatelské chování**

Lze předpokládat, že v rámci cestovního ruchu budou mít jeho účastníci různé zájmy a preference. Někteří se chtějí věnovat sportovním aktivitám, jako je cyklistika, turistika, kanoistika nebo lyžování, zatímco jiní preferují kulturní akce a historické památky. Někteří si chtějí dopřát odpočinek v přírodě nebo v lázních, jiní si zase chtějí užít noční život v městských centrech. Toto takzvané cestovatelské chování mohou ovlivnit různé faktory:

- Demografické faktory – věk, pohlaví, místo bydliště (mladší generace může být více otevřena novým zážitkům a dobrodružstvím, zatímco starší lidé se mohou chtít více soustředit na relaxaci a odpočinek).
- Ekonomické faktory – příjmy a výdaje (lidé s vysokým příjmem mohou mít tendenci vybírat si luxusnější hotely a restaurace, zatímco lidé s nižším příjmem mohou preferovat levnější ubytování a stravování).
- Psychologické faktory – otevřenost či ustálenost (lidé s vyšší mírou otevřenosti se mohou více zajímat o poznávání nových kultur a zážitků, zatímco lidé s vyšší mírou ustálenosti se mohou chtít více držet svých zvyků a tradic).



- Sociální faktory – vliv rodiny a přátel, volný čas (lidé mohou být motivováni k návštěvě určitého místa na základě doporučení přátel a rodiny).
- Klimatické faktory – počasí v dané oblasti (lidé mohou preferovat návštěvu míst s teplejším počasím v zimních měsících).
- Technologické faktory – vnější vlivy jako je rozvoj dopravy a informačních technologií, které změnily způsob vyhledávání a získávání informací.
- Ekologické faktory – zájem o cestování v rámci udržitelného cestovního ruchu.

(Kotíková & Schwartzhoffová, 2017)

## 2.2 Česká republika

Česká republika je vnitrozemský stát s rozlohou 78 867 kilometrů čtverečních, jejími sousedními státy jsou Polsko, Německo, Rakousko a Slovensko. Díky své poloze v samém středu Evropy má vhodné dispoziční podmínky pro cestovní ruch nejen jako konečnou destinaci turistů, ale také jako země tranzitní, čemuž odpovídá hustá silniční a železniční síť.

Povrch České republiky je členitý na téměř celém jejím území, hranice kolem země tvoří horské oblasti s nejvyšším vrcholem Sněžka, jež dosahuje nadmořské výšky 1602 metrů. Ačkoliv se na území České republiky nenachází moře, protéká tudy hlavní evropské rozvodí oddělující úmoří severních a jižních moří.

Obyvatelstvo České republiky je tvořeno 10 miliony obyvatel převážně české národnosti s úředním jazykem češtinou. Hlavním a nejvýznamnějším městem je Praha, která je také jedním ze 14 krajských samosprávných celků. Menší přirozená centra jako jsou například města Brno, Olomouc či Ostrava se nachází především ve východní části republiky, která je po historických souvislostech označována jako Morava. Česká republika je dále rozdělena na 14 samosprávných krajů, včetně Hlavního města Prahy. (Jarolímková & Řehořková, 2008)

### 2.2.1 Česká republika — atraktivita pro cestovní ruch

Česká republika má kromě výhodné geografické polohy několik dalších atraktivit, které lze vnímat jako výhody pro rozvoj cestovního ruchu. Mezi tyto atraktivity řadíme především zachovalé i zříčené historické stavební památky, rozmanité přírodní oblasti s léčebnými zdroji, kulturní oblasti se zvyky s dlouholetou tradicí, nejrůznější muzea a galerie, technologické památky, značené stezky pro pěší turistiku, vybudované rozsáhlé cyklostezky, osobitě venkovské prostředí s tradičním zemědělstvím a dalšími řemeslnými živnostmi. Mezi další perspektivní oblasti rozvoje cestovního ruchu

v České republice můžeme zařadit i kongresový cestovní ruch či tematicky zaměřený cestovní ruch (sklářství, výroba porcelánu, pivovarnictví, vinařství aj.) (Drobná & Morávková, 2004)

Bohatá historie této země zde zanechala architektonické dědictví prakticky všech stavebních slohů. Kromě zachovalých historických center měst jako například v Praze, Kutné Hoře či Českém Krumlově můžeme v České republice navštívit historické stavby téměř v každém regionu. Najdeme zde například renesanční zámky, gotické hrady a chrámy, barokní kostely a sídla, sochy, orloje, podivuhodné kamenné mosty, ale třeba i stavby moderní architektury 20. století. (Dvořáček, 2016)

Přírodní oblasti v České republice jsou rozsáhlé a rozmanité. Nachází se zde velké množství přírodních unikátů jako jsou skalní města, vodopády či jeskyně. Moře v České republice nahrazují rozsáhlá sladkovodní jezera a přehrady vhodné ke koupání. Největší přehradní nádrž ČR je Lipno s rozlohou 4870 ha. Mezi vodní zdroje ČR neodmyslitelně patří i léčivé prameny, ze kterých již vzniklo celkem 38 lázeňských míst, z nichž 3 jsou aktuálně nefunkční (MZCR, 2020). Nejnavštěvovanější lázně jsou dlouhodobě Karlovy Vary, Mariánské Lázně, Františkovy Lázně, Luhačovice, Poděbrady, Jáchymov a Teplice (E-lázně, 2021). Dalšími přírodními lákadly jsou například značené turistické stezky po českých lesích a pohořích nebo již zmíněné venkovské prostředí, které je díky zemědělství a chovům hospodářských zvířat vhodné pro zájemce o agroturistiku.

Statistika aktuálně chráněných památek na území ČR:

- Kulturní památky
  - 370 různorodých národních kulturních památek, movitých i nemovitých,
  - 39 městských památkových rezervací,
  - 258 městských památkových zón,
  - 61 vesnických památkových rezervací,
  - 216 vesnických památkových zón,
  - 27 krajinných památkových zón,
  - 9 archeologických památkových rezervací.

(NPÚ, 2023)

- Přírodní památky:
  - 4 národní parky (Krkonošský NP, NP České Švýcarsko, NP Podyjí, NP Šumava),
  - 26 chráněných krajinných oblastí,
  - 126 národních přírodních památek,
  - 110 národních přírodních rezervací,

- 1599 přírodních památek,
- 820 přírodních rezervací.

Jako část přírodní soustavy Evropské unie Natura 2000 je na území ČR zapsáno:

- 1112 evropsky významných lokalit,
- 41 ptačích oblastí.

(ÚSOP, 2023)

Kromě stavebních a přírodních památek je v České republice celkem 8 nehmotných kulturních památek, které se zapsaly na seznam světového dědictví UNESCO. Těmito kulturními památkami jsou po mnoha generacích dodržované tradice či regionálních aktivity, jež mají v této zemi velkou oblibu a jsou atraktivní pro tuzemské i zahraniční turisty. Mezi tyto nehmotné kulturní památky patří:

- Slovácký verbuňk — mužský lidový tanec skočného charakteru;
- Sokolnictví — tradiční aktivita lovu pomocí cvičených dravých ptáků;
- Masopust — tradiční masopustní obchůzky a masky v jednotlivých obcích;
- Jízda králů — lidový obyčej povětšinou spojený s tradičním křesťanským svátkem;
- Loutkářství — významný kulturní a společenský fenomén loutkového divadla;
- Modrotisk — technika barvení přírodním indigem pocházející z Číny;
- Foukané vánoční ozdoby — specifický druh sklářského řemesla;
- Vorařství — tradice aktivit spojených s výrobou a ovládním vorů.

(ČDU, 2022)

### **2.2.2 Česká republika — ubytovací zařízení**

Z nejaktuálnějších dat (Eurostat, 2021) můžeme vyčíst, že je Česká republika v rámci Evropy na 10. místě v celkovém počtu hromadných ubytovacích zařízení (HZU). Z celkového počtu 10 898 hromadných ubytovacích zařízení je 2959 hotelů, 4736 penzionů, 580 kempů, 321 chatových osad, 754 turistických ubytoven a 1558 ostatních hromadných ubytovacích zařízení (ČSÚ, 2022a). Podle Jarolímkové & Řehořkové (2008) má Česká republika širokou strukturu ubytovacích zařízení v různých kategoriích, avšak je patrný nedostatek vícehvězdičkových hotelů mimo Prahu, což může některé turisty odradit od jejich návštěvy jiných míst. Toto tvrzení můžeme stále brát za aktuální, jelikož podle statistiky ČSÚ (2023) se na krajském území hlavního města Prahy nachází 55 pětihvězdičkových a 270 čtyřhvězdičkových hotelů oproti průměrně 2 pětihvězdičkových a 44 čtyřhvězdičkových hotlů

v ostatních krajích. Celkově se nejvíce ubytovacích zařízení nachází v Jihočeském kraji (1337), naopak nejméně ubytovacích zařízení nabízí kraj Pardubický (423).

### **Tabulka 1**

*Hosté a přenocování rezidenti ČR v HZU za roky 2019-2022*

Rok	Hosté	Počet přenocování	Průměrný počet nocí
2019	11 107 866	29 844 204	2,7
2020	8 052 274	23 994 436	3,0
2021	8 813 943	25 376 927	2,9
2022	12 109 732	32 490 729	2,7

*(ČSÚ, 2023a)*

Při srovnání roku 2022 s předchozími roky v době pandemie a před ní můžeme pozorovat patrný nárůst hostů rezidentů a jejich přenocování na území České republiky. V roce 2022 byl nárůst hostů rezidentů oproti roku 2019 o necelých 10 %, což znamená více než jeden milion hostů, CzechTourism (2023a) uvádí, že Češi v roce 2022 cestovali po Česku nejvíc v novodobé historii, tedy nejvíc od roku 2012. V letech 2020 a 2021 jsou počty hostů rezidentů a jejich přenocování značně sníženy právě z důvodu probíhající pandemie covid-19, při které bylo omezeno cestování nejen do zahraničí, ale i v rámci republiky.

### **Tabulka 2**

*Hosté a přenocování rezidenti ČR v HZU za rok 2022*

Území	Hosté	Přenocování	Průměrný počet nocí
Hlavní město Praha	1 496 474	2 594 727	1,7
Středočeský kraj	963 558	2 334 066	2,4
Jihočeský kraj	1 179 825	3 566 119	3
Plzeňský kraj	595 030	1 594 267	2,7
Karlovarský kraj	632 101	2 321 534	3,7
Ústecký kraj	408 398	1 100 708	2,7
Liberecký kraj	956 580	2 899 135	3
Královéhradecký kraj	1 224 607	3 846 074	3,1
Pardubický kraj	448 772	1 221 172	2,7
Kraj Vysočina	576 067	1 404 729	2,4
Jihomoravský kraj	1 465 756	3 162 593	2,2
Olomoucký kraj	618 505	2 038 799	3,3
Zlínský kraj	705 629	2 046 109	2,9

Moravskoslezský kraj	838 430	2 360 697	2,8
----------------------	---------	-----------	-----

(ČSÚ, 2023a)

### Tabulka 3

Hosté a přenocování rezidenti ČR v HZU za rok 2019

Území	Hosté	Přenocování	Průměrný počet nocí
Hlavní město Praha	1 240 583	2 107 691	1,7
Středočeský kraj	898 414	2 104 182	2,3
Jihočeský kraj	1 151 946	3 403 713	3
Plzeňský kraj	557 617	1 491 795	2,7
Karlovarský kraj	473 219	1 948 133	4,1
Ústecký kraj	436 914	1 160 201	2,7
Liberecký kraj	826 423	2 473 373	3
Královéhradecký kraj	1 097 480	3 452 118	3,1
Pardubický kraj	419 808	1 167 342	2,8
Kraj Vysočina	528 689	1 282 447	2,4
Jihomoravský kraj	1 379 859	2 910 112	2,1
Olomoucký kraj	612 855	2 020 401	3,3
Zlínský kraj	684 764	1 990 010	2,9
Moravskoslezský kraj	799 295	2 332 686	2,9

(ČSÚ, 2020)

Podle tabulek č. 2 a 3 ze statistiky Českého Statistického Úřadu můžeme porovnat počty hostů rezidentů České republiky a jejich přenocování v rámci jednotlivých krajů během let 2022 a 2019, tedy v posledním roce před pandemií covidu-19 a v prvním roce po jejím ukončení. Z výsledných počtů můžeme říct, že v roce 2022 došlo k nárůstu hostů rezidentů oproti roku 2019 v každém kraji, kromě kraje Ústeckého. Je tedy možné, že následkem omezení cestování v rámci republiky při pandemii covid-19 došlo po jejím ukončení k většímu zájmu rezidentů o cestování po všech krajích, kromě zmíněného Ústeckého kraje, který byl zároveň podle této statistiky rezidenty ČR nejméně navštěvovaným krajem roku 2022. Naopak nejvíce navštěvovaným krajem se stalo hlavní město Praha, kde ovšem hosté trávili v průměru pouze 1,7 přenocování na osobu, což je nejméně ze všech krajů.

### **2.2.3 Česká republika – domácí cestovní ruch**

Domácí cestovní ruch v České republice zahrnuje cestování a pobyt rezidentů v regionech a městech v rámci této země. Aktuálně má domácí cestovní ruch většinový podíl na celkovém cestovním ruchu České republiky. Toto tvrzení vyplývá z porovnání domácího cestovního ruchu s výjezdovým a příjezdovým cestovním ruchem. Podle CzechTourism (2023b) cestovní ruch v České republice v současné době stále táhnou rezidenti a zahraniční turisté chybí.

Srovnání rezidentů cestujících po České republice oproti výjezdům rezidentů do zahraničí v roce 2022 přináší statistika ČSÚ (2023c), podle které 60 % všech delších cest rezidentů (na 4 a více přenocování) směřují do Česka. Počet kratších cest rezidentů (na 1-4 přenocování) po České republice dosahuje až 90 % oproti kratším cestám do zahraničí.

V České republice je domácí cestovní ruch řízen několika subjekty a organizacemi, hlavní z nich je Ministerstvo pro místní rozvoj (MMR), ke kterému jsou v přímé či nepřímé řídicí působnosti další organizace:

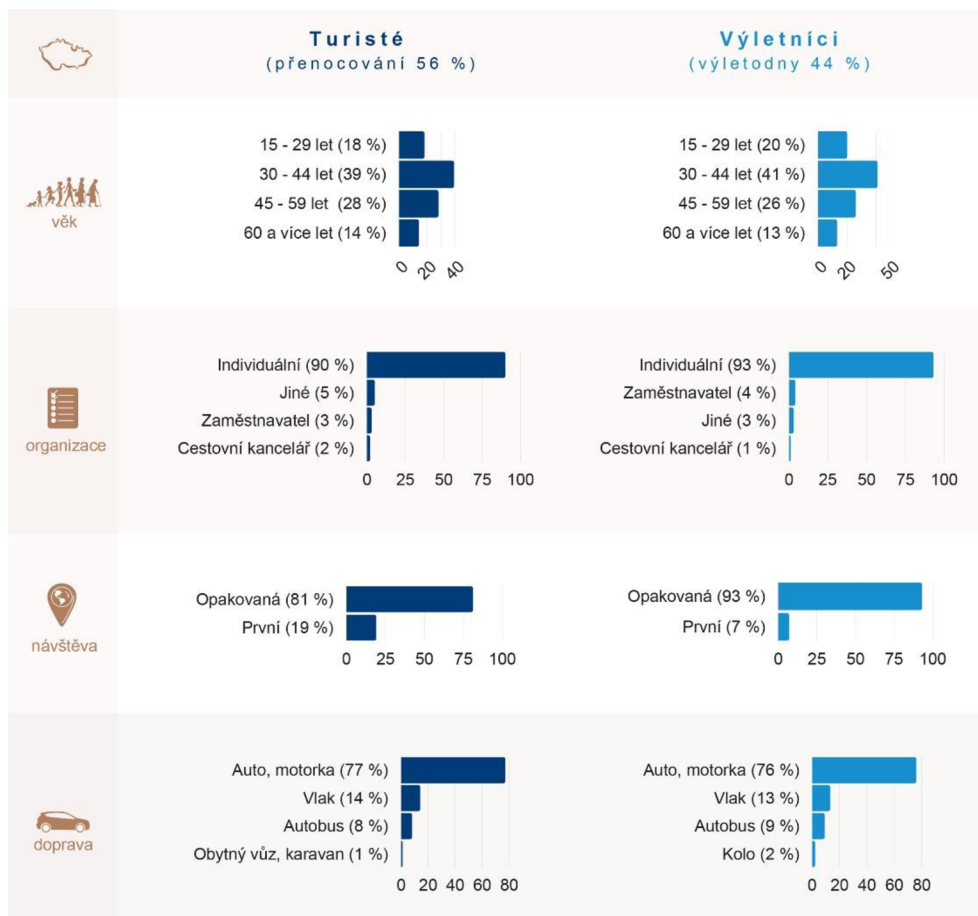
- Ministerstvo pro místní rozvoj ČR – má za úkol koordinovat a podporovat rozvoj cestovního ruchu v České republice, a to prostřednictvím různých opatření, jako jsou dotace, propagace turistických destinací a podpora kvality služeb.
- Centrum pro regionální rozvoj ČR – přímo řízená organizace MMR, jejíž hlavní úlohou je podpora regionální politiky vlády realizovaná z evropských prostředků, věnuje se především administraci a kontrole čerpání evropských fondů.
- CzechTourism (Česká centrála cestovního ruchu) – je státní agentura přímo řízená MMR, zodpovědná za propagaci a rozvoj turistického ruchu v České republice. Činnost agentury zahrnuje propagaci turistických destinací, podporu a rozvoj turistických produktů a služeb, marketingové aktivity a spolupráci s dalšími subjekty v oblasti cestovního ruchu.
- Regionální orgány státní správy – působí na úrovni krajských úřadů a na úrovni jednotlivých městských a obecních úřadů, úlohou těchto orgánů je zajištění a zpracování koncepce rozvoje cestovního ruchu a spolupráce na propagaci dané oblasti.
- Orgány samosprávy v oblasti cestovního ruchu – působí na úrovni Poslanecké sněmovny Parlamentu ČR, hlavním posláním je volba a schvalování právních norem v cestovním ruchu.

- Regionální, občanská sdružení v cestovním ruchu – jsou utvářena spojením několika měst, obcí a podnikatelských subjektů za účelem podpory cestovního ruchu v dané oblasti.
- Informační centra – subjekty cestovního ruchu poskytující prvotní informace návštěvníkům regionu se současnou propagací dané oblasti.
- Profesionální sdružení cestovního ruchu – asociace působící v oblasti služeb ubytovacích a stravovacích, informačních, dopravních a cestovních kanceláří (Drobná & Morávková, 2004).

Agentura CzechTourism vytvořila tzv. profil účastníků domácího cestovního ruchu za roky 2018-2019. Tento profil představuje soubor charakteristik, které popisují typického účastníka domácího cestovního ruchu České republiky. Vytvořen byl jako celorepublikový report spojující data ze tří informačních zdrojů – GSM data z projektu RODOS, satelitní účet cestovního ruchu ČSÚ a data z vlastního projektu agentury Tracking domácího a příjezdového cestovního ruchu. Soubor těchto dat v podobě profilu nám může pomoci lépe porozumět struktuře a chování návštěvníků, což v praxi může například pomoci poskytovatelům turistických služeb přizpůsobit nabídku svým zákazníkům a uspokojit tak jejich potřeby a přání. V této práci bude tento profil návštěvníka dále využit pro srovnání s výslednými daty dotazníku v praktické části.

**Obrázek 1**

*Domácí cestovní ruch — profil návštěvníků 2018-19 1/2*



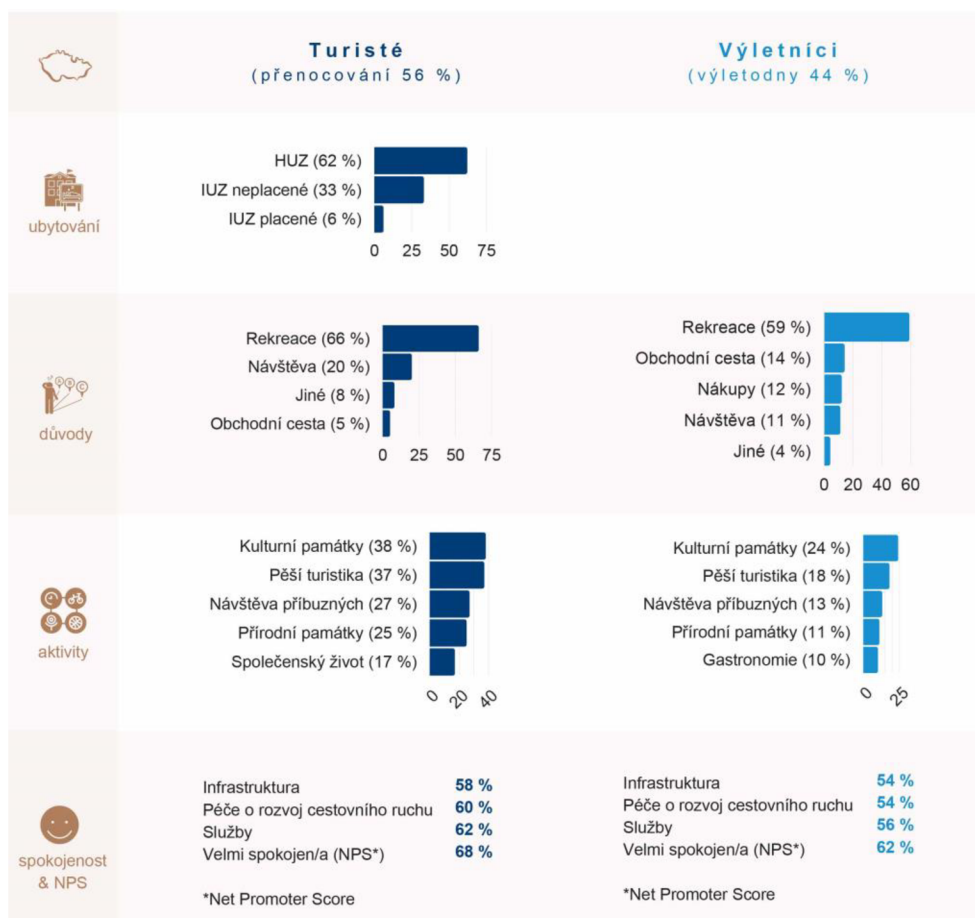
(Tourdata, 2020)

Na obrázku 1 jsou zobrazeny statistiky o poměru turistů a výletníků, jejich věku, způsobu organizaci, množství návštěv dané lokality a způsobu dopravy do místa. Podle těchto statistik můžeme říct, že většina účastníků domácího cestovního ruchu v ČR byli turisté ve věku 30-44 let s individuální organizací výletu/pobytu, destinaci navštívili opakovaně a pro dopravu využili auto či motorku.



**Obrázek 2**

*Domácí cestovní ruch — profil návštěvníků 2018-19 2/2*



(Tourdata, 2020)

Pokračování profilu návštěvníků na obrázku č. 2 znázorňuje statistiku druhu ubytování, důvody pro cestování, aktivity vykonávané v rámci cestování a hodnocení spokojenosti s infrastrukturou, péčí o rozvoj cestovního ruchu, službami a celkovým dojmem dané lokality.

### 2.2.4 Česká republika – Zlínský kraj

Zlínský kraj je region o rozloze 3964 km<sup>2</sup>, ležící v jihovýchodní části České republiky, kde sousedí s kraji Jihomoravským, Olomouckým a Moravskoslezským. Ačkoliv je svou rozlohou třetím nejmenším krajem České republiky, může se pyšnit nejen svými přírodními krásami a historickými památkami, ale také bohatou průmyslovou tradicí a moderním podnikatelským prostředím. Najdeme zde současně hory, zahradní architekturu, lázně, vinařská údolí, pozůstatky Velkomoravské říše, řadu církevních

památek a historicky významných staveb, jakož i ojedinělý příklad moderní baťovské funkcionalistické architektury. (Zlínský kraj, 2023)

Město Zlín, jakožto sídlo a největší město Zlínského kraje, je známé díky své modernistické architektuře, významnému průmyslovému centru a kulturnímu dědictví. Tomáš Baťa, podnikatel a zakladatel Baťových závodů, měl výrazný vliv na rozvoj města i celého Zlínského kraje. Město je také významným vzdělávacím centrem, kromě množství středních škol se zde nachází i Univerzita Tomáše Bati. Dalšími největšími městy jsou Kroměříž, Vsetín, Uherské Hradiště a Valašské Meziříčí. Významné jsou ale také například Luhačovice pro své lázně, Otrokovice pro svoji průmyslovou zónu či Vizovice pro své kulturní akce.

Obyvatelstvo Zlínského kraje k 31. 12. 2022 dosahovalo počtu přes 570 000 obyvatel. Průměrný věk populace je necelých 44 let. Nejaktuálnější statistika věkového složení Zlínského kraje pochází z roku 2021, podle které starší generace Z, kterou v roce 2021 tvořila skupina obyvatel ve věku 15-24 let, dosahovala přibližně 10 % celkového počtu. Podle statistik jsou obyvatelé kraje převážně čeští, ale díky historickým okolnostem zde žijí i menšiny, například Slováci a Romové. (ČSÚ, 2023c).

### **2.3 Generace Z**

Generace Z spadá do hlavních okruhů této práce, je tedy zapotřebí ji dostatečně popsat a definovat. S teorií generací přišel poprvé významný maďarský sociolog Karl Mannheim, podle kterého mají generace určitý způsob myšlení a chování, který je ovlivněn historickým kontextem jejich dětství a dospíváním (Popescu, 2019). Označení Generace Z pravděpodobně poprvé uvedli v knize Generations její autoři William Strauss a Neil Howe již v roce 1991. Tito autoři označili generaci Z jako nástupce generace Y, neuvádí však konkrétní rozmezí let jejich narození. Většina odborných zdrojů uvádí narození generace Z od roku 1995 do roku 2010 (Koulopoulos & Keldsen, 2014; Seemiller a Grace, 2018) nebo mezi lety 1997 a 2012 (Wilson, 2021). V případě této práce pracujeme s pojmem starší generace Z, která byla stanovena v rozmezí ročníků 1995-2005.

S generací Z je úzce spojen příchod internetu a digitalizace společnosti, což jsou jedny z hlavních okolností, které tuto generaci ovlivnily. Mezi další světové události, které měly vliv na generaci Z, jsou například teroristické útoky, ekonomická nestabilita, globalizace spojená s multikulturalitou a klimatické změny. (Katz et al., 2021) Ačkoliv jsou k dispozici charakteristiky generace Z, nelze je brát jako univerzální pro každého jednotlivce z této kohorty. Každý jednotlivec je ovlivněn svými vlastními zkušenostmi, prostředím, výchovou a dalšími faktory, které mohou mít vliv na jeho osobnost a chování.

Nejvíce zmiňovaným společným faktorem ovlivňujícím generaci Z byl zmíněný příchod digitálních technologií.

Digitální technologie umožnily nové způsoby vzdělávání a zábavy, jako je vytváření vlastního obsahu na sociálních sítích, sledování videí či hraní počítačových her s kamarády na dálku. Je však nutné zmínit, že vzniká riziko závislosti na digitálních technologiích, což se stává stále větším problémem (Koulopoulos & Keldsen, 2014). Ve své studii uvádí Vultaggio (2021), že sociální média a technologie mají značný vliv na úroveň úzkosti mezi studenty generace Z. Tyto platformy přinášejí nové stresory, jako je neustálý tok informací a tlak na udržování dokonalého obrazu. Studenti generace Z také čím dál více času tráví na sociálních sítích a mohou se tak izolovat od reálného světa, což může vést k pocitům osamělosti a depresím. Studie však poukazuje na to, že studenti generace Z jsou také více ochotni hledat pomoc, což může být pozitivní krok k zajištění jejich duševního zdraví a pohody.

Další společné rysy generace Z popisují Seemiller a Grace (2019):

- Multikulturalita: Generace Z je velmi otevřená vůči různým kulturám a snadno se dokáže přizpůsobit různým situacím.
- Ekonomická nejistota: Generace Z se často potýká s ekonomickou nejistotou, což může způsobovat stres a úzkost ohledně budoucnosti a budování dlouhodobých plánů.
- Aktivismus a snaha o změnu: Generace Z je velmi aktivní v prosazování změn a zlepšování společnosti. Jsou angažovaní v politických, sociálních a ekologických otázkách a snaží se prosadit své názory.
- Flexibilita a adaptabilita: Generace Z se rychle přizpůsobuje různým situacím a je schopna pracovat v různých prostředích. Jsou velmi flexibilní a adaptabilní.
- Přátelství a společnost: Generace Z je obecně velmi přátelská a společenská. Jsou zvyklí na častou komunikaci a sdílení informací s ostatními lidmi pomocí sociálních médií a jiných digitálních platforem.

Dorsey a Villa (2020) ve své knize popisují společná témata generace Z jako je zájem o udržitelnost a environmentální otázky, snaha najít rovnováhu mezi prací a osobním životem, boj proti diskriminaci na základě genderu, sexuální orientace, rasy a náboženství nebo třeba vysoká očekávání ohledně kvality práce a zároveň očekávání flexibilních pracovních podmínek.

Česká generace Z, počítáme-li rozmezí narození 1995-2010, představuje necelých 16 % celkové populace České republiky (ČSÚ, 2022b). Této kohortě se v České republice věnuje například projekt on-line deníku Aktuálně.cz „Zatracená generace Z“. Podle tohoto projektu lidé z generace Z

neodtrhnout oči od mobilu, stávají se závislími na sociálních sítích, nezajímá je politika, touží po tom, aby je práce bavila a rodinu odkládají na později. Potýkají se taky s problémy jako jsou deprese, anorexie, sebepoškozování, obavy z nezvládnutí nároků rodiny nebo strach z nezapadnutí do společnosti (Pros, 2020). Součástí projektu Zatracená generace Z jsou i výsledky provedeného výzkumu, které poukazují na to, jak česká generace Z pohlíží na život. Podle těchto výsledků můžeme říct, že nejdůležitější pro mladé Čechy je na prvním místě rodina, dále partner, přátelé, ale i vzdělání a osobní rozvoj. (Aktuálně.cz, 2020)

### **2.3.1 Generace Z — cestování**

Generace Z je známá svým nadšením pro cestování a touhou po objevování nových míst. Tato generace se liší od svých předchůdců tím, že klade větší důraz na zážitky a zážitkovou ekonomiku než na hromadění majetku. Díky internetu a digitálním technologiím si generace Z může snadno vyhledávat informace o místech, kde chtějí cestovat, a najít inspiraci od ostatních cestovatelů na sociálních sítích. Důležitým faktorem je také možnost sdílení svých zážitků a zkušeností s ostatními. Zážitky z cest tak nejsou jen pro ně samotné, ale také pro jejich komunitu na sociálních sítích. To také znamená, že generace Z má větší tendenci cestovat do méně známých destinací, které mohou být zajímavé pro ostatní a nabízejí nové a neotřelé zážitky (Turner, 2022).

Touha generace Z po jedinečném a povznášejícím zážitku bývá spojována s potřebou seberealizace a osobního rozvoje. Projevem touhy po dobrodružství může být i zájem o dobrovolnictví a pomáhání druhým v cizích zemích. Generace Z se často zapojuje do projektů spojených s ochranou přírody a životního prostředí, pomocí dětem nebo sociálně slabším vrstvám obyvatelstva. Za dobrodružství považuje generace Z i poznání nových kultur, setkávání s místními obyvateli a ochutnávání místních jídel a nápojů. Mohou si také oblíbit adrenalinové aktivity, jako je surfování, lezení na skály nebo bungee jumping. (Griffith, 2022)

Jeden z výzkumů ohledně cestování generace Z provedla společnost WYSE Travel Confederation, což je celosvětová nezisková organizace zabývající se mládežnickým cestovním ruchem. Výzkum z roku 2018 se zabývá tématy jako je utrácení peněz či motivace pro cestování. Generace Z podle výsledných hodnot při cestování nejčastěji utrácí peníze za gastronomické zážitky (34 %), dále za kulturní akce (27 %) či umění (18 %). Jako hlavní motivace pro cestování uvádí nejvíce respondentů zvýšení znalostí (55 %), dále sebepoznání (51 %) nebo třeba budování přátelství (42 %) (WYSETC, 2018).

## **Cestování české generace Z**

Pro českou generaci Z se zdá být cestování důležitou součástí života, ukazuje to například již zmíněný výzkum deníku Aktuálně.cz. V tomto výzkumu označilo 41 % dotazovaných osob generace Z cestování jako důležité, 16 % dokonce jako naprosto klíčové. Zároveň však deník uvádí, že generaci Z už příliš nelákají cesty do ciziny (Aktuálně.cz, 2020). S tímto tvrzením souhlasí výsledky studie Štipčákové (2022), ve které pouze necelých 20 % respondentů generace Z uvedlo, že cestují převážně do ciziny, oproti cestování pouze v rámci ČR (32 %), zbylých 49 % zvolilo kombinaci obou. V rozporu ale mohou být výsledky studie STEM/MARK pro DZS, která se zaměřila na dotazování mladých Čechů. Téměř dvě třetiny (63 %) dotazovaných ve věku 20-24 let, vyjádřily zájem o zahraniční studijní nebo pracovní pobyt v budoucnu, což ukazuje, že generace Z může být stále zainteresovaná v mezinárodním cestování a zkoumání nových kultur a způsobů života (DZS, 2022).

Získaná data z výzkumu Tesařové (2022) ukazují, že hlavním motivem pro cestování české generace Z je dobrodružství (34 % respondentů), další motivy jsou například poznávání přírody (19 %), poznání místní kuchyně (18 %) nebo návštěva kulturní/sportovní akce (16 %). Jako nejčastější způsob čerpání inspirace na cesty v této studii uvedlo nejvíce respondentů sociální sítě a doporučení od přátel (obě 36 %). Nejvyužívanějším typem ubytování respondentů byl hotel (26 %), dále apartmán (24 %) a sdílené ubytování (18 %) a kemp (17 %).

## **2.4 Pandemie covidu-19**

Pandemie covidu-19, způsobená koronavirem SARS-CoV-2, měla bezpochyby vliv na životy téměř všech lidí po celém světě. Kromě ohrožení zdraví populace způsobila pandemie covid-19 také sociální a ekonomické důsledky, jako bylo uzavření škol a firem, zákazy cestování a vytížení zdravotnických systémů. Dá se předpokládat, že některé důsledky pandemie mohou ovlivnit životy lidí i v dalších letech po jejím skončení.

### **2.4.1 Původ koronaviru**

Podle dostupných informací byl koronavirus SARS-CoV-2 poprvé identifikován v prosinci 2019 ve Wu-chanu v provincii Chu-pej v Číně. I přes nejnovější studie však zůstává nejasný přesný způsob přenosu tohoto koronaviru na člověka. Nejvíce pravděpodobné se zdá být tvrzení o přenosu koronaviru z divokých zvířat, kterému se podle odborného článku Nature (2023) přiklání nejnovější analýza vzorků získaných přímo ve Wu-chanu. Existují ovšem i spekulace o umělém původu koronaviru, tedy laboratorně vytvořeném. Ve článku ČT24 (2022) popisují výsledky studie matematického biologa Alexe

Washburne, který údajně uvedl důkazy o tom, že struktura viru obsahuje stopy po lidském zásahu. Výsledky této studie nejsou jednoznačně potvrzené a nelze ji považovat za jednoznačný důkaz.

### **2.4.2 Průběh pandemie**

V prvním měsíci od prvního případu nakažené osoby koronavirem SARS-CoV-2 se Čína stavěla k této situaci velmi zdrženlivě, a dá se říct, že toto virové onemocnění podcenila. Došlo dokonce k zatajování situace Čínskou vládou a obviněním lékařů, kteří popisovali nebezpečnost nového viru. K prvnímu hlášení nakažení koronavirem mimo Čínu došlo v Thajsku 13. ledna 2020. Blokáda ohniska nákazy, města Wu-chan, nastala až 23. ledna, do té doby se nákaza stihla přenést do celého světa. (Novák, 2020).

Ke konci ledna došlo k prvním výskytům v evropských zemích, konkrétně ve Francii, Německu a Itálii. Itálie byla také první země v Evropě, která zavedla tzv. lockdown (nouzové opatření za účelem omezení šíření nemoci) a to 10. března 2020, den před tím, než WHO prohlásila šíření koronaviru za pandemii. Vláda Itálie jako první nařídila uzavření škol, firem, restaurací a všech nezbytných zařízení a omezení volného pohybu obyvatel. Další země, které následovaly Itálii, byly Španělsko, Francie, Německo a další evropské země, které se snažily omezit šíření viru (ČSOB, 2020). Délka lockdownu se v rámci zemí lišila, byla ovlivněna různými faktory, jako je vývoj počtu nakažených, kapacita zdravotnických zařízení, hospodářské důsledky a také politické rozhodnutí jednotlivých zemí. Většina zemí byla nucena vyhlásit lockdown vícekrát během let 2020 a 2021, z důvodu opětovného šíření koronaviru (Evropská rada, 2023).

### **2.4.3 Pandemie v České republice**

První případ onemocnění covidem-19 v České republice byl v evidován 1. března 2020. O necelé dva týdny později vláda ČR vyhlásila nouzový stav, omezila či úplně zavřela podniky, zrušila kontaktní výuku ve školách a uzavřely se hranice. Omezen byl i volný pohyb obyvatel, vznikla povinnost nosit roušky v uzavřených prostorech. Tato tzv. první vlna trvala do května roku 2020, poté se situace v létě zdála být pod kontrolou, ale následovaly další vlny, které měly mnohem závažnější dopad na zdravotnictví a ekonomiku země. (Aktuálně.cz, 2022)

Nejvíce aktivních případů nakažení covid-19 v ČR bylo zaznamenáno na konci ledna roku 2022, kdy se masivně šířila nová varianta omikron, která byla sice nakažlivější, ale mnohem méně nebezpečná. V následujících měsících se epidemie koronaviru v Česku začala postupně mírnit a vláda začala rušit všechna opatření, která s ní byla spojena. Za celou dobu pandemie se v České republice vyskytlo přes 4 500 000 potvrzených případů nakažení včetně reinfekcí (MZCR, 2023).

Během pandemie se začaly projevovat dopady, které pozitivně či negativně ovlivnily Českou republiku. Ukázalo se například, že země v době krize se dokáže rychle přizpůsobit novým podmínkám. Vznikly nové formy spolupráce mezi občanskou společností, státem a soukromým sektorem. Například byly zřízeny dočasné nemocnice, byla vytvořena mobilní očkovací centra a byla zahájena výroba ochranných pomůcek. Pandemie také urychlila digitalizaci a zavedení nových technologií v oblasti vzdělávání, práce a zdravotnictví.

Na druhé straně pandemie způsobila významné ekonomické, sociální a psychologické dopady. Uzavření podniků vedlo k hospodářským ztrátám a zvýšení nezaměstnanosti. Omezení volného pohybu a sociálních kontaktů vedlo k pocitu izolace a osamocení u mnoha lidí. Dlouhodobý stres a obavy o zdraví mohou mít negativní vliv na fyzické a duševní zdraví. Navíc pandemie způsobila vysoké zatížení zdravotnického systému, což vedlo k omezení dostupnosti jiných zdravotních služeb. (MZCR, 2021)

#### **2.4.4 Vliv pandemie na cestovní ruch ČR**

V letech pandemie, tedy 2020 a 2021, byl cestovní ruch jeden z nejméně zasažených sektorů národního hospodářství. Jeho podíl na tvorbě hrubého domácího produktu klesl v obou letech pod 1,6 %, což představuje pokles o cca 90 miliard korun oproti roku 2019. Ačkoliv se příjmy z cestovního ruchu v roce 2021 oproti roku 2020 zvýšily, dosahovaly stále pouze polovinu z celkových příjmů z cestovního ruchu za rok 2019. Hlavní chybějící příjem byl z příjezdového cestovního ruchu zahraničních turistů, který dosahoval v obou letech pandemie pouze necelou třetinu příjmů z příjezdového cestovního ruchu oproti roku 2019. Spotřeba domácího cestovního ruchu České republiky tak dosahovala v době pandemie poprvé vyšších hodnot než spotřeba příjezdového cestovního ruchu od dob jejího vzniku (ČSÚ, 2023d).

Pandemie měla vliv i na trendy v cestovatelském chování Čechů. Mezi tyto trendy patří například rostoucí zájem o zdravotní a wellness pobytové pobyty v přírodě a na venkově, což může být důsledkem snahy lidí o zlepšení fyzického i duševního zdraví po omezeních a stresu způsobených pandemií. Dalším trendem je využívání nových cyklostezek a turistických tras, což může být důsledkem snahy lidí najít nové způsoby, jak prozkoumávat okolní přírodu, a přitom se vyhýbat přeplněným místům. Posledním trendem je nárůst zájmu o ekologické a udržitelné cestování, což může být důsledkem zvýšeného povědomí o dopadech cestování na životní prostředí a snahy lidí cestovat více odpovědně a udržitelně (CzechToursim, 2023c).

## **3 CÍLE**

### **3.1 Hlavní cíl**

Hlavním cílem je zanalyzovat vztah generace Z ze Zlínského kraje k domácímu cestovnímu ruchu mimo jejich kraj v době postcovidové.

### **3.2 Výzkumné otázky**

- 1) Porovnat, zda česká generace Z ze Zlínského kraje cestovala po pandemii v rámci České republiky více než před pandemií.
- 2) Vyhodnotit, kam a za jakým účelem v rámci České republiky vycestovala generace Z ze Zlínského kraje v postcovidovém období.
- 3) Objasnit plány zkoumané skupiny pro další účast na domácím cestovním ruchu.



## 4 METODIKA

### 4.1 Popis metodologie výzkumu

Výzkum v rámci této práce se zabývá zkoumáním dopadů pandemie covidu-19 na domácí cestovní ruch, konkrétně u generace Z ze Zlínského kraje. Pandemie covidu-19 výrazně ovlivnila cestování po celém světě, včetně České republiky. Domácí cestovní ruch se tak stal jedním z mála možných způsobů, jakým si lidé mohli užít dovolenou bez rizika nákazy či omezení pobytu v zahraničí. Ve výzkumu se budeme snažit zjistit, zda i v době po pandemii zůstal zájem zkoumané skupiny o domácí cestovní ruch a jaký byl rozdíl v účasti na domácím cestovním ruchu mezi rokem před pandemií a rokem po pandemii.

Zkoumaným vzorkem byla starší generace Z ze Zlínského kraje. Označení písmenem Z je uváděno pro generaci osob narozených mezi lety 1995 a 2010 (Koulopoulos & Keldsen, 2014; Seemiller a Grace, 2018). Mladší část této generace, narozená po roce 2005, byla pro výzkum vyhodnocena jako nevhodná z důvodu příliš nízkého věku s předpokladem nedostatečných zkušeností s cestováním. Sám autor této práce se řadí do starší generace Z ze Zlínského kraje, což je důvodem, proč byla pro výzkum zvolena právě tato skupina osob.

Pro získání potřebných dat pro výzkum byla použita kvantitativní metoda prostřednictvím dotazníkového šetření. Pro zajištění úspěchu dotazníkového šetření je důležité, aby respondenti měli jistotu, že informace získané z dotazníku nebudou použity proti nim. V tomto případě je vhodné použít anonymní dotazník, což může vést k získání pravdivějších údajů. Nicméně, anonymní dotazníky mohou také podněcovat neodpovědné vyplňování nebo dokonce sklony k recesi (Chráška, 2016). Samotné použití kvantitativní metody sběru dat má několik výhod. Jednou z nich je možnost získat velké množství dat za relativně krátkou dobu, což umožňuje získat reprezentativní vzorek a zároveň umožňuje statistické zpracování dat. Kvantitativní metoda také umožňuje objektivnější a srovnatelnější vyhodnocení dat, což zvyšuje jejich spolehlivost. Dále umožňuje identifikovat trendy a vzorce v datech, což může vést k objevení zajímavých souvislostí a důležitých poznatků. Kvantitativní metoda také umožňuje využít různé statistické metody, které pomáhají lépe porozumět datům a získat věrohodné závěry (Doskočil, 2019).

K vytvoření dotazníku byla použita on-line platforma Survio, která poskytuje jednoduché vytvoření požadovaného dotazníku. Kromě jednoduchosti použití nabízí Survio další výhody, které napomáhají v práci s dotazníkem. Respondenti například mohou dotazník vyplnit kdykoli a kdekoli, což umožňuje získat velké množství dat během krátké doby. Survio také poskytuje možnost rychle

a jednoduše analyzovat a vizualizovat data pomocí grafů a tabulek, což usnadňuje a zrychluje proces analýzy dat.

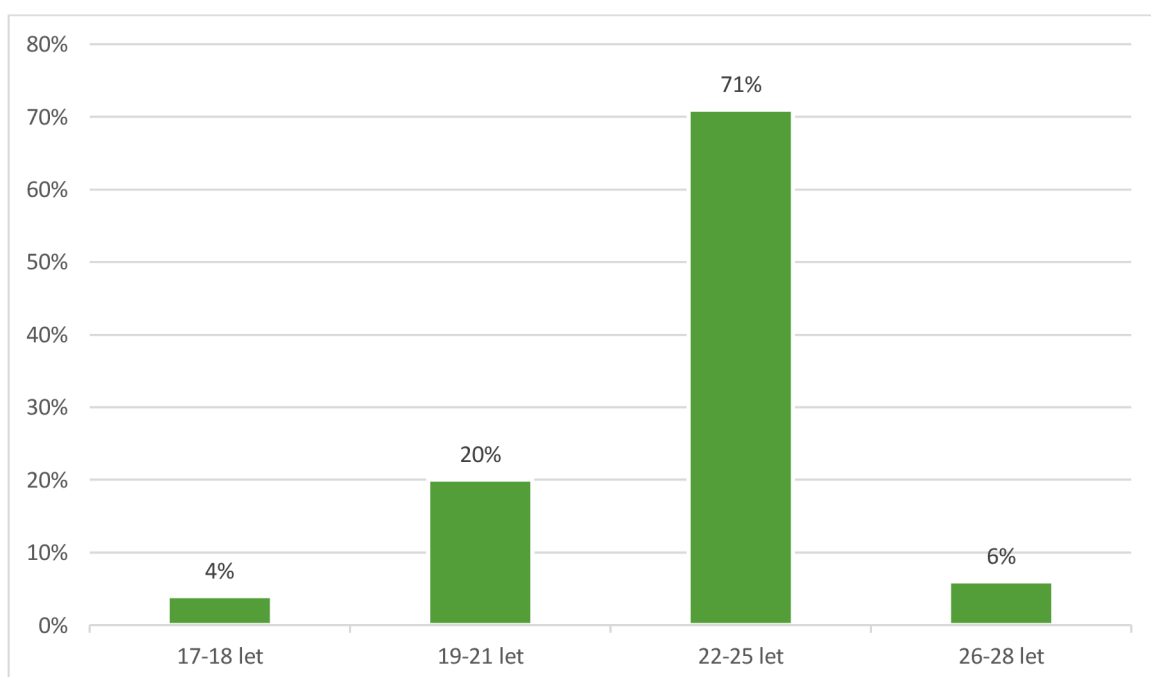
Distribuce dotazníku proběhla na sociální síti Facebook s cílením na obyvatele Zlínského kraje ve věkové skupině 17-28 let. Před distribucí dotazníku byly jeho kopie poskytnuty pěti osobám k posouzení srozumitelnosti a vhodnosti otázek. Sběr odpovědí probíhal od ledna do března roku 2023.

Z počtu dvaceti otázek byla pouze jedna otevřená, v ostatních otázkách byly možnosti k označení. Většina otázek měla možnost jednu a více odpovědí, popřípadě i možnost doplnění odpovědi, která nebyla v nabídce. První část dotazníku obsahovala základní otázky týkající se pohlaví, věku, vzdělání a aktuálního statusu. Hlavní část otázek směřovala především na cestování po České republice před a po pandemii covidu-19. K tomuto tématu se vztahovaly otázky na četnost cestování, motivy pro cestování, cíle cesty, aktivity při cestování a vlivu na výběr cílového místa.

Z celkového počtu 203 návštěv odkazu dotazníku bylo získáno 171 odpovědí, což představuje 84 % úspěšnost vyplnění. Většina odpovídajících byli muži s počtem 92 responzí (54 %), žen odpovědělo celkem 78, jedna osoba označila své pohlaví jako „jiné“. Jako nejvyšší dosažené vzdělání označovali respondenti základní školu (7 %), střední školu s výučním listem (10 %), s maturitou (60 %), bakalářské studium (19 %) a magisterské studium (2 %). Následující grafy zobrazují rozložení respondentů podle věku a statusu.

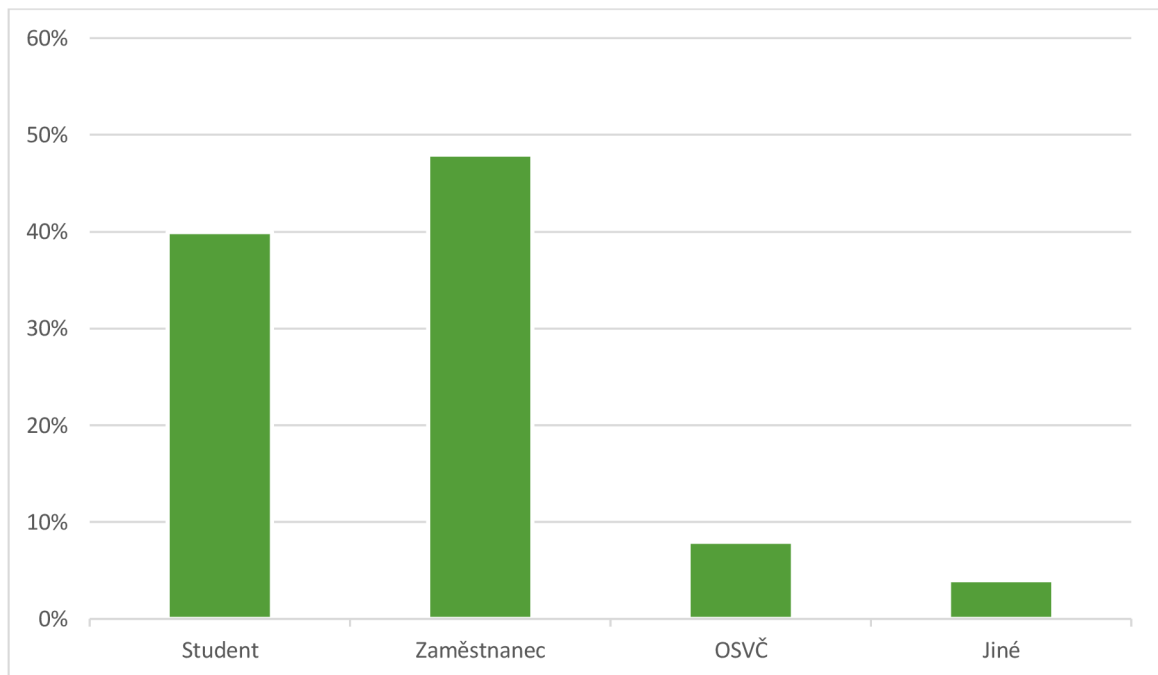
## Graf 1

*Rozložení věkových skupin*



## Graf 2

### Rozložení podle statusu



Po sběru dat z anonymního dotazníku v online platformě byla data stažena a uložena do textového souboru programu Microsoft Word. Následně byla provedena kontrola dat, která zahrnovala kontrolu chybějících hodnot a neplatných odpovědí. Většina výsledných statistik byla interpretována v podobě tabulek, které vytvořila online platforma Survio. V některých případech došlo k přepracování tabulky do grafu, za účelem zvýšení přehlednosti statistiky při vyšším počtu možných odpovědí. Tabulky i grafy byly okomentovány a porovnány s některými výzkumy, které se zabývají tématikou této práce. Při zpracování dat byla samozřejmě zachována anonymita respondentů a zaručena ochrana osobních údajů.

## 5 VÝSLEDKY

**Otázka č.5: Myslíte si, že jste kvůli pandemii covidu-19 začal/a více poznávat Českou republiku?**

**Tabulka 4**

*Poznávání ČR po pandemii*

Možnosti odpovědí	Responzí	Podíl
● Určitě ano	20	11,7%
● Spíše ano	45	26,3 %
● Určitě ne	29	17,0%
● Spíše ne	66	38,6%
● Nemám jasno	11	6,4%

Z celkového počtu respondentů (171) uvedlo 20 (11,7 %) "určitě ano" a 45 (26,3 %) "spíše ano", což znamená, že celkem 65 (38 %) respondentů považuje pandemii za příčinu pro větší poznávání České republiky. Na druhou stranu, 29 (17 %) respondentů uvedlo "určitě ne" a 66 (38,6 %) "spíše ne", což naznačuje, že 95 (55,6 %) respondentů nepovažuje pandemii za faktor ovlivňující jejich zájem o poznávání České republiky. Zbývajících 11 (6,4 %) respondentů nemělo jasno. Výsledné hodnoty můžou naznačovat, že pandemie covidu-19 měla určitý vliv na zájem generace Z o poznávání České republiky, ale tento vliv nebyl pro většinu respondentů rozhodující.

**Otázka č.6: Navštívil/a jste v roce 2022 místo v ČR, kde jste nikdy předtím nebyl/a?**

**Tabulka 5**

*Návštěva nových míst v roce 2022*

Možnosti odpovědí	Responzí	Podíl
● ano	133	77,8%
● ne	29	17,0%
● nemám jasno	9	5,3%

Tato tabulka zobrazuje odpovědi respondentů na otázku, zda v roce 2022 navštívili místo v České republice, kde nikdy předtím nebyli. Výsledky ukazují, že většina respondentů (133, což představuje 77,8 % z celkového počtu 171) v roce 2022 navštívila alespoň jedno nové místo v České republice. Naopak, 29 respondentů (17,0 %) uvedlo, že v roce 2022 nenavštívili žádné nové místo v ČR, 9 (5,3 %) respondentů nemělo jasno. Tyto výsledky naznačují, že většina generace Z v roce 2022 aktivně poznávala nová místa v České republice. Ačkoliv nelze jednoznačně určit, zda je tento trend přímým důsledkem pandemie covid-19.

#### **Otázka č.7: Cestoval/a jste v roce 2022 mimo Zlínský kraj více než v letech před pandemií? (před rokem 2020)**

**Tabulka 6**

Porovnání cestování mimo Zlínský kraj před a po pandemii

Možnosti odpovědí	Responzí	Podíl
● určitě ano	34	19,9%
● spíše ano	48	28,1%
● stejně často	51	29,8%
● spíše ne	31	18,1%
● určitě ne	7	4,1%

Tato tabulka zobrazuje výsledné hodnoty otázky, zda respondenti cestovali v roce 2022 mimo Zlínský kraj více, než tomu bylo v letech před pandemií (před rokem 2020). Z celkového počtu 171 respondentů uvedlo 34 (19,9 %) "určitě ano" a 48 (28,1 %) "spíše ano", což znamená, že celkem 82 (47,95 %) respondentů cestovalo v roce 2022 mimo Zlínský kraj více, než tomu bylo před pandemií. Na druhou stranu, 51 (29,8 %) respondentů uvedlo, že cestovali „stejně často“ jako před pandemií.

Tyto výsledky naznačují, že téměř polovina respondentů cestovala v roce 2022 mimo Zlínský kraj více než v letech před pandemií, zatímco více než třetina (29,8 %) cestovala stejně často. Výsledné hodnoty tak můžou naznačovat, že vlivem pandemie se zvýšila účast generace Z na domácím cestovním ruchu. Je však nutné dodat, že mohlo dojít k vlivu i jiných faktorů.

**Otázka č.8: Ubytoval/a jste se v roce 2022 mimo Zlínský kraj vícekrát než v letech před pandemií?  
(v letech před 2020)**

**Tabulka 7**

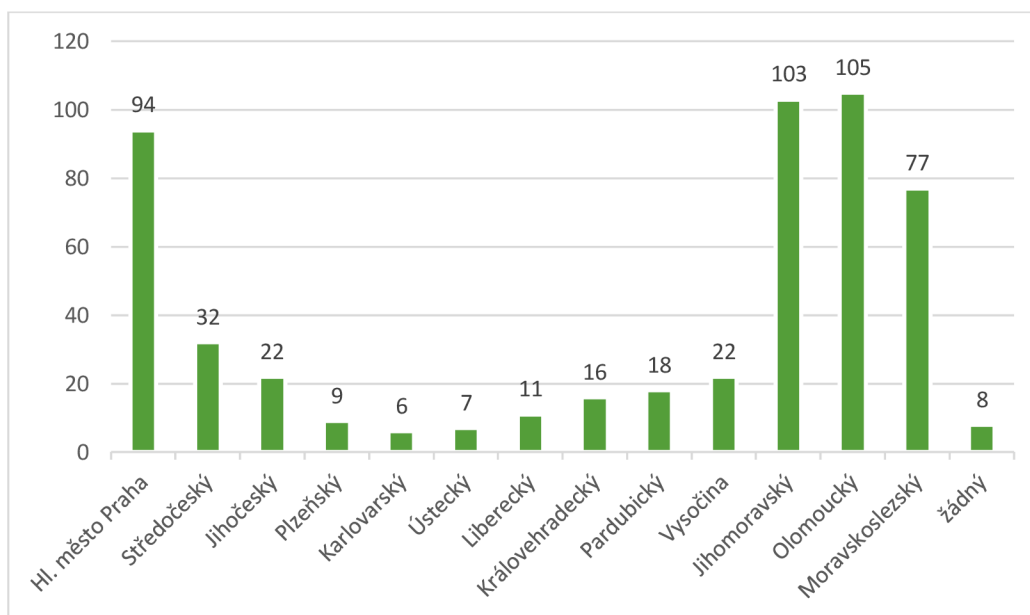
Porovnání četnosti ubytování před a po pandemii

Možnosti odpovědí	Responzí	Podíl
● určité ano	21	12,3%
● spíše ano	36	21,1%
● stejně často	28	16,4%
● spíše ne	59	34,5%
● určité ne	27	15,8%

Analýza výsledků tabulky odhaluje, že 33,3 % respondentů uvádí, že se v roce 2022 ubytovali mimo Zlínský kraj častěji než před pandemií. Na druhou stranu, 50,3 % respondentů konstatovalo, že se v roce 2022 neubytovávali mimo Zlínský kraj častěji než v letech před pandemií. Zbytek respondentů (16,4 %) zaznamenal stejnou frekvenci ubytování jako před pandemií. Tato data naznačují, že v postcovidovém období u zkoumané kohorty pravděpodobně nedošlo k výraznému nárůstu zájmu o ubytování mimo Zlínský kraj.

**Graf 3**

*Návštěvnost krajů bez přenocování*

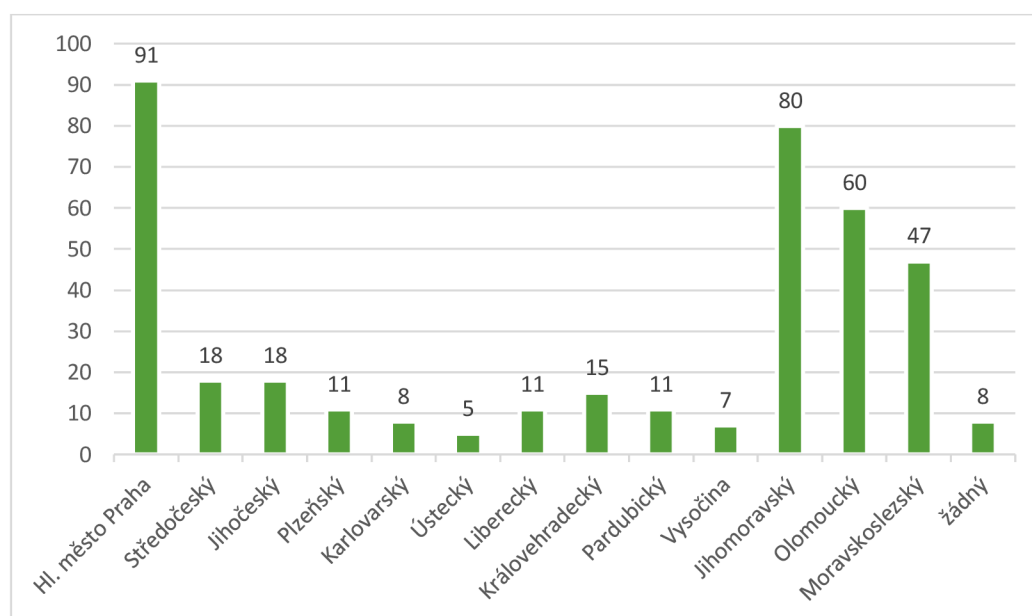


Graf č. 1 zobrazuje výsledné hodnoty odpovědí respondentů na otázku návštěvnosti krajů za účelem výletu, tedy bez přespání v dané lokalitě. Výsledky podle předpokladu ukazují, že generace Z ze Zlínského kraje cestovala nejvíce do nejbližších krajů, tedy do Jihomoravského a Olomouckého. Do třetího sousedního kraje Moravskoslezského však cestovalo o něco méně respondentů než do Hlavního města Prahy. Naopak nejméně účastníků výzkumu cestovalo do Karlovarského a Ústeckého kraje.

**Otázka č.10: Ve kterých krajích, mimo Zlínského, jste během roku 2022 strávil/a alespoň jednu noc? (ve svém volném čase)**

**Graf 4**

*Přenocování v krajích mimo Zlínský kraj*



Na grafu č. 2 můžeme pozorovat výsledné hodnoty odpovědí na otázku přenocování v jiných krajích, než je Zlínský. Výsledky jsou velmi podobné předchozímu grafu, avšak s rozdílem, že na prvním místě je Hlavní město Praha, kde strávilo alespoň jednu noc nejvíce respondentů. Dalšími kraji, ve kterých nejvíce respondentů strávilo alespoň jednu noc, jsou i v tomto případě sousední kraje, tedy Jihomoravský, Olomoucký a Moravskoslezský.

**Otázka č.11: Kolikrát jste v roce 2022 ve svém volném čase vycestoval/a do jiných krajů ČR? (bez přespaní v dané lokalitě)**

**Tabulka 8**

*Počet výjezdů mimo Zlínský kraj v roce 2022*

Možnosti odpovědí	Responzí	Podíl
● ani jednou	8	4,7%
● 1-2x	30	17,5%
● 3-4x	42	24,6%
● 5-6x	43	25,1%
● 7-9x	10	5,8%
● 10x a více	38	22,2%

Výsledné hodnoty v tabulce č. 8 poskytují přehled o četnosti výjezdů generace Z mimo Zlínský kraj během pandemie covid-19. Většina respondentů vycestovala maximálně šestkrát, přičemž 30 (17,5 %) vycestovalo jednou až dvakrát, 42 (24,6 %) třikrát až čtyřikrát a 43 (25,1 %) pětkrát až šestkrát. Menší podíl respondentů, 10 (5,8 %), vycestoval sedmkrát až devětkrát, zatímco 38 (22,2 %) respondentů uvedlo, že vycestovali desetkrát a více. Pouze 8 respondentů (4,7 %) uvedlo, že v roce 2022 nevycestovali mimo Zlínský kraj ani jednou. Tyto výsledky ukazují, že v roce 2022 většina generace Z ze Zlínského kraje ve svém volném čase cestovala po České republice i mimo Zlínský kraj, avšak v průměru jednou za měsíc vyjede mimo Zlínský kraj pouze 22 % dotazovaných.

**Otázka č.12: Kolikrát jste se v roce 2022 ve svém volném čase ubytoval/a mimo Zlínský kraj?**

**Tabulka 9**

*Počet ubytování mimo Zlínský kraj v roce 2022*

Možnosti odpovědí	Responzí	Podíl
● ani jednou	22	12,9%
● 1-2x	50	29,2%
● 3-4x	58	33,9%



● 5-6x	14	8,2%
● 7-9x	9	5,3%
● 10x a více	18	10,5%

Co se týká ubytování respondentů v rámci ČR mimo Zlínský kraj, je jeho četnost o poznání menší v porovnání s počtem výletů v předchozí tabulce. Největší podíl odpovědí tvoří počet tři až čtyř ubytování za rok 2022 (33,9 %), což představuje průměrně jedno ubytování za čtvrt roku. Dále jedno až dvě ubytování označilo 50 (29,2 %) respondentů a 12,9 % dotazovaných uvedlo, že se podle těchto podmínek neubytovalo ani jednou.

### Otázka č.13: Ve kterém ubytovacím zařízení byl v roce 2022 Váš nejdelší pobyt?

**Tabulka 10**

*Využití ubytovacích zařízení*

Možnosti odpovědí	Responzí	Podíl
● hotel	48	28,1%
● penzion	17	9,9%
● kemp (stan, karavan, obytný vůz)	24	14,0%
● chata/chalupa (vlastní)	22	12,9%
● v soukromí (u známých, Airbnb)	40	23,4%
● nebyl/a jsem ubytovaný/á	15	8,8%
● jiné - uveďte prosím	5	2,9%

Výsledné hodnoty tabulky č. 10 poskytují informace o preferencích ubytování generace Z během koronavirové pandemie. Z celkového počtu 171 respondentů označilo 48 (28,1 %) jako místo svého nejdelšího pobytu hotel. Druhým nejčastějším způsobem ubytování bylo v soukromí (u známých, Airbnb), které zvolilo 40 (23,4 %) respondentů. Penzion si pro svůj nejdelší pobyt vybralo 17 (9,9 %) respondentů. Kemp (stan, karavan, obytný vůz) byl preferován 24 (14,0 %) respondentů a 22 (12,9 %) si vybralo vlastní chatu nebo chalupu. Jako jiný typ ubytovacího zařízení uvedli dotazovaní například turistickou ubytovnu.

**Otázka č.14: Jak dlouhý byl Váš nejdější pobyt v tomto ubytovacím zařízení?****Tabulka 11***Nejdější pobyt v ubytovacím zařízení*

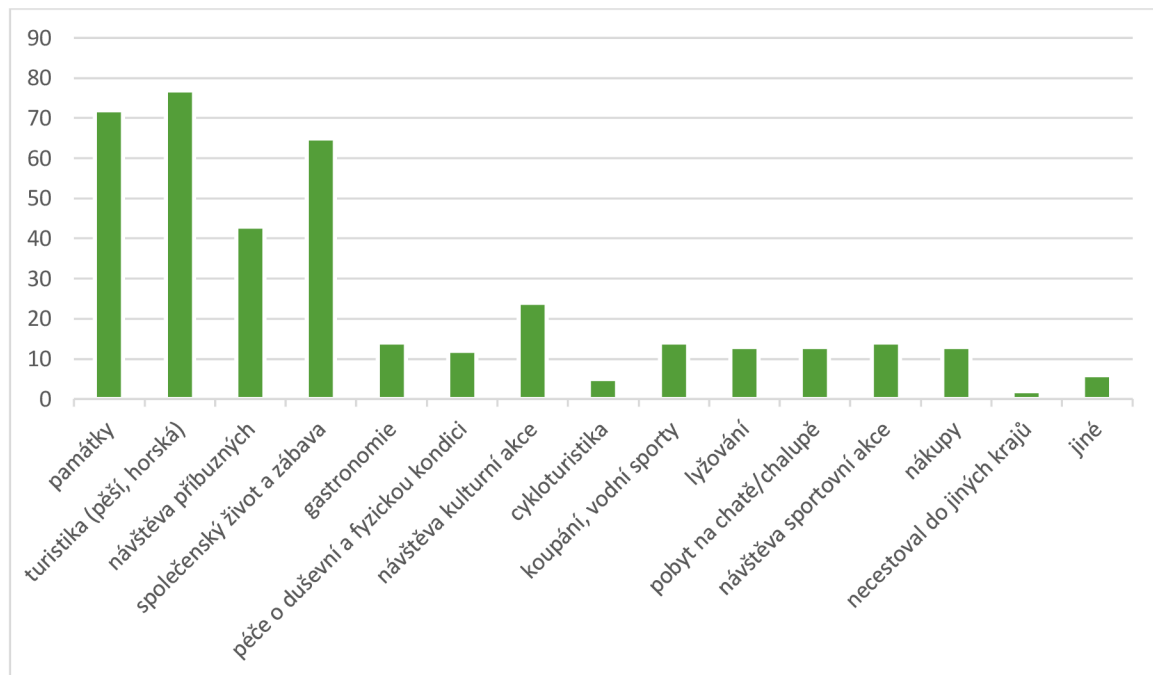
Možnosti odpovědí	Responzí	Podíl
● 1 noc	14	8,2%
● 2 noci	48	28,1%
● 3 noci	36	21,1%
● 4-5 nocí	33	19,3%
● 6-7 nocí	15	8,8%
● 8 a více nocí	11	6,4%
● nebyl/a jsem ubytovaný/á	14	8,2%

Z celkového počtu 171 respondentů bylo 14 (8,2 %) ubytováno pouze na jednu noc. Nejčastější délkou pobytu byly dvě noci, což uvedlo 48 (28,1 %) respondentů. Dále 36 (21,1 %) respondentů strávilo tři noci a 33 (19,3 %) zvolilo čtyři až pět nocí. Menší podíl respondentů uvedl délku pobytu 6-7 nocí (15, 8,8 %) a 8 a více nocí (11, 6,4 %). Výsledky naznačují, že generace Z měla v roce 2022 různé preference ohledně délky pobytu, což může být ovlivněno dostupností volného času, finančními možnostmi nebo osobními preferencemi.

### Otázka č.15: Za jakými aktivitami jste v roce 2022 nejčastěji cestoval/a do jiných krajů?

Graf 5

Aktivity v jiných krajích



Graf č. 3 prezentuje aktivity, kvůli kterým respondenti nejčastěji cestovali do jiných krajů v roce 2022. Výsledky nám poskytují informace o preferencích generace Z ohledně aktivit spojených s cestováním v době postcovidové.

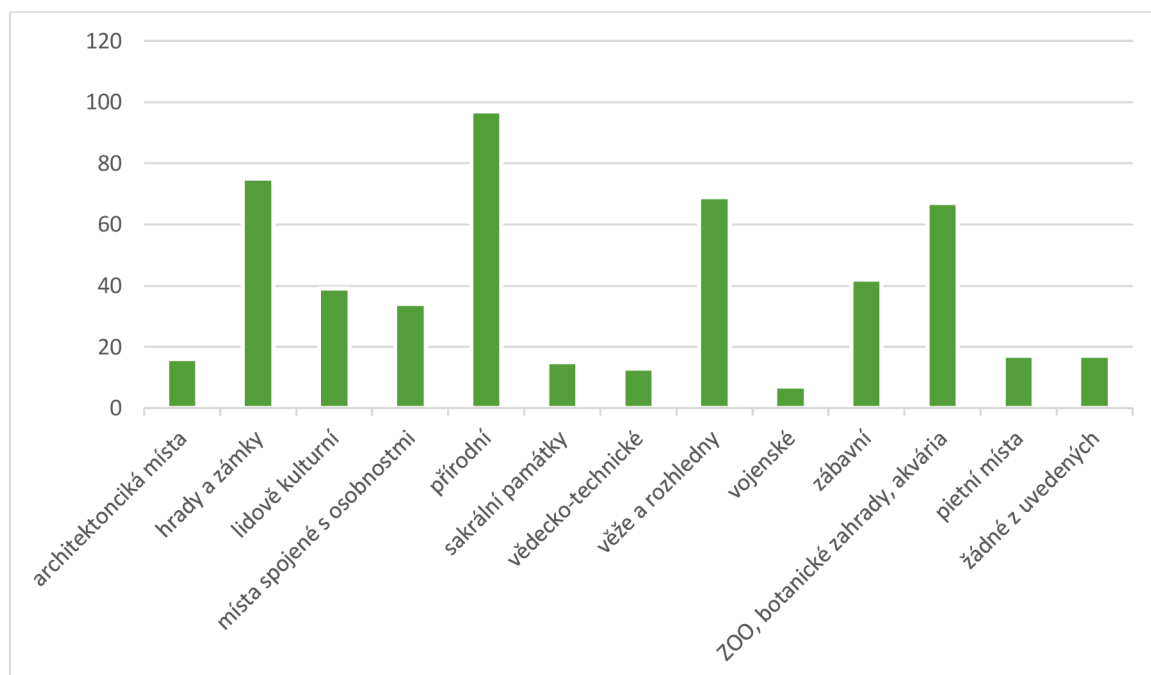
Z počtu 171 respondentů největší podíl (45,0 %) uvedl jako hlavní důvod cestování turistiku (pěší, horská). Památky (kulturní, přírodní, technické) byly druhým nejčastějším důvodem, který zvolilo 72 (42,1 %) respondentů. Společenský život a zábava přilákaly 65 (38,0 %) respondentů a návštěva příbuzných 43 (25,1 %).

Méně častými důvody cestování byly gastronomie (8,2 %), péče o duševní a fyzickou kondici (7,0 %), návštěva kulturní akce (14,0 %), koupání a vodní sporty stejně jako návštěva sportovní akce (8,2 %), lyžování stejně jako pobyt na chatě/chalupě či nákupy (7,6 %). Nejmenší zájem byl o cykloturistiku (2,9 %).

### Otázka č.16: Které turistické cíle jste v roce 2022 navštívil/a v jiných krajích?

Graf 6

Navštívené turistické cíle v roce 2022



Na grafu č. 4 jsou představeny typy památek a míst, které generace Z navštívila v rámci České republiky v roce 2022. Výčet kategorií turistických cílů byl sestaven na základě dat Tourdata (2022), podle kterých se v ČR řadí mezi nejnavštěvovanější kategorie zábavní turistické cíle, ZOO s botanickými zahradami a akvárii, hrady a zámky, přírodní turistické cíle a cíle týkající se vědy a techniky.

V rámci této otázky měli respondenti možnost označit až tři odpovědi. Nejpopulárnějšími aktivitami generace Z ze Zlínského kraje byly přírodní památky (56,7 %), hrady a zámky (43,9 %) a ZOO, botanické zahrady, akvária (39,2 %). Kolem 20 % dotazovaných dále označilo zábavní a lidově kulturní turistické cíle či místa spojená s osobnostmi, jako jsou památníky a rodná místa.

### Otázka č.17: Co Vás v roce 2022 nejvíce ovlivnilo při výběru cíle cesty do jiného kraje?

Tabulka 12

Vliv na výběr cíle cesty do jiného kraje

Možnosti odpovědí	Responzí	Podíl
● doporučení rodiny, přátel, známých	107	62,6%

● sociální sítě – Facebook, Instagram, ...	71	41,5%
● film/dokument v TV nebo na internetu	10	5,8%
● doporučení na internetových diskuzích	8	4,7%
● zaměstnavatel/moje firma/organizace	9	5,3%
● propagační materiály města	1	0,6%
● vlastní zkušenost, vracím se opakovaně	48	28,1%
● necestoval/a jsem mimo Zlínský kraj	4	2,3%
● něco jiného - uveďte prosím	6	3,5%

Tabulka č.12 ukazuje, co ovlivnilo generaci Z při výběru cíle cesty do jiného kraje v roce 2022. Podle výsledků dá generace Z při volbě turistického cíle nejvíce na doporučení rodiny, přátel a známých (62,6 %). Druhým nejčastějším faktorem byly označeny sociální sítě (41,5 %). Naopak méně vlivu měly filmy/dokumenty v TV nebo na internetu (5,8 %) a propagační materiály měst (0,6 %). Vlastní zkušenosti a návraty na stejná místa hrály roli u 28,1 % respondentů.

#### Otázka č.18: S kým jste v roce 2022 nejčastěji cestoval/a v rámci ČR mimo Zlínský kraj?

**Tabulka 13**

*Doprovod při účasti na domácím cestovním ruchu*

Možnosti odpovědí	Responzí	Podíl
● sám	22	12,9%
● partner/ka	109	63,7%
● rodina (rodiče, prarodiče, sourozenci)	37	21,6%
● kamarádi	94	55,0%
● turistická skupina	3	1,8%
● jiné - uveďte prosím	2	1,2%

● necestoval/a jsem mimo Zlínský kraj	1	0,6%
---------------------------------------	---	------

Tabulka č. 13 představuje, s kým generace Z nejčastěji cestovala v rámci ČR mimo Zlínský kraj v roce 2022. Nejčastěji cestovali s partnerem/partnerkou (63,7 %), v doprovodu kamarádů cestovalo 55,0 % respondentů. Méně časté byly cesty s rodinou (21,6 %), s turistickou skupinou cestovalo pouhých 1,8 %. Samostatné cestování bylo zastoupeno 12,9 % respondentů.

#### Otázka č.19: Plánujete v roce 2023 pobyt alespoň na jednu noc mimo Zlínský kraj v rámci ČR?

##### Tabulka 14

*Plány pro domácí cestovní ruch mimo Zlínský kraj v roce 2023*

Možnosti odpovědí	Responzí	Podíl
● určitě ano	137	80,1%
● spíše ano	22	12,9%
● určitě ne	0	0,0%
● spíše ne	4	2,3%
● nemám jasno	8	4,7%

Tabulka č. 14 poukazuje na plány generace Z na domácí cestovní ruch mimo Zlínský kraj v rámci České republiky v roce 2023. Podle výsledků se zdá, že domácí cestování zůstává populární aktivitou mezi mladými lidmi. Většina respondentů (80,1 %) plánuje v roce 2023 alespoň jeden pobyt na jednu noc mimo Zlínský kraj, což naznačuje silný zájem o domácí cestovní ruch. Dalších 12,9 % respondentů uvažuje o takovém pobytu, ačkoli nejsou zcela rozhodnuti. Žádný z respondentů neodmítl plány na cestování mimo Zlínský kraj v roce 2023, a pouze 2,3 % uvedlo, že ho spíše neplánují. Necelých 5 % respondentů nemá jasno ohledně svých plánů na cestování v roce 2023, což může být způsobeno nejistotou v osobních, finančních nebo jiných faktorech.

**Otázka č.20: Pokud plánujete, kam a za jakým cílem? (V roce 2023 pobyt na alespoň jednu noc mimo Zlínský kraj v rámci ČR)**

Tato poslední a jediná otevřená otázka měla za cíl odhalit konkrétní plány generace Z ze Zlínského kraje pro účast na domácím cestovním ruchu v aktuálním roce. Při analýze dat došlo k vyřazení množství nerelevantních odpovědí a množství dotazovaných na otázku vůbec neodpovědělo. Přesto bylo možno interpretovat výsledek 78 odpovědí a získat alespoň částečné povědomí o konkrétních plánech pro účast na domácím cestovním ruchu.

Generace Z ze Zlínského kraje plánuje v budoucnu navštívit a prozkoumat řadu zajímavých destinací v rámci domácího cestovního ruchu. V plánu mají především návštěvu Prahy pro setkání s kamarády, prohlídky památek a divadelní představení, Ostravy, kde se například hodlají zúčastnit festivalů, Brna pro různé akce, koncerty a návštěvy ZOO, nebo Českého Švýcarska za účelem návštěvy přírodních lokalit. Rádi by se také vydali na lyžařské výlety do destinací jako jsou Beskydy a Krkonoše.

V roce 2023 se chtějí zástupci generace Z věnovat také relaxaci a odpočinku, například prostřednictvím wellness pobytů v Znojmě či Černé Hoře (Krkonoše). Mají v plánu zúčastnit se sportovních a kulturních akcí, jako jsou gymnastické závody, koncerty, nebo návštěvy muzeí a památek. Pro zážitky v přírodě by rádi navštívili Beskydy, Jeseníky, Šumavu a další oblasti, kde by se věnovali turistice, cykloturistice, nebo vodáckým výletům, jako je sjíždění řeky ve Českém Krumlově.

## 6 DISKUZE

Hlavním cílem bylo zanalyzovat vztah generace Z ze Zlínského kraje k domácímu cestovnímu ruchu mimo jejich kraj v době postcovidové. Jako první se k tomuto tématu vztahovala otázka č. 5, která se dotazovala, zda respondenti považují pandemii covidu-19 za příčinu jejich zvýšeného zájmu o poznávání České republiky. Pro doplnění podstaty této otázky uvádím, že vyšší zájem o domácí cestovní ruch byl v roce 2022 zaznamenán celorepublikově (ČSÚ, 2023a).

Podle výsledků se ukázalo, že pouze necelých 39 % respondentů z generace Z ze Zlínského kraje považuje pandemii covid-19 za příčinu zvýšeného zájmu o poznávání České republiky. Toto číslo naznačuje, že i když pandemie měla určitý vliv na domácí cestovní ruch mezi mladými lidmi z tohoto regionu, pro většinu z nich to nebyl hlavní faktor ovlivňující jejich cestovatelské chování. Je tedy důležité přihlídnout k dalším faktorům, které mohly ovlivnit domácí cestovní ruch v době postcovidové.

V otázce č. 7 měli respondenti porovnat četnost jejich výletů mimo Zlínský kraj v roce 2022, tedy v době postcovidové, s lety před pandemií. V tomto případě uvedla téměř polovina respondentů vyšší míru výletů v době postcovidové oproti počtu výletů v době před pandemií. Následující otázka č. 8 se zabývá rovněž porovnáním doby postcovidové s dobou před pandemií, a to v otázce četnosti ubytování mimo Zlínský kraj. Z výsledků je patrné, že míra ubytování generace Z mimo Zlínský kraj v době postcovidové nedosahovala vyšších hodnot než v době před pandemií. Můžeme tak říct, že v době postcovidové měla generace Z zájem cestovat do jiných krajů České republiky spíše za účelem výletu, tedy bez přespání v dané lokalitě. Větší poměr výletníků oproti turistům při účasti na domácím cestovním ruchu v blízké věkové kategorii můžeme zaznamenat i v profilu návštěvníka 2018/19, který byl představen v teoretické části (Tourdata, 2020).

Vyšší počet cest za účelem výletu oproti pobytu zlínské generace Z do jiných krajů dokazují i výsledná data z otázek č. 11 a č.12. Tyto otázky se dotazovaly na přesný počet uskutečněných cest za účely výletu a pobytu. S použitím matematického výpočtu můžeme podle výsledků uvést statistiku výletů a pobytů zlínské generace Z mimo Zlínský kraj za rok 2022. Výsledné hodnoty se rovnají v průměru pěti výletům a třem až čtyřem pobytům na osobu za tento rok. Ve srovnání s výzkumem Mrázové (2021) se česká generace Z v průměru vydává na pobyty v rámci České republiky častěji než na pobyty do zahraničí.

Generace Z ze Zlínského kraje při účasti na domácím cestovním ruchu preferovala navštěvovat zejména sousední kraje, což jsou kraje Jihomoravský, Olomoucký a Moravskoslezský. Co se týče jednodenních výletů, Hlavní město Praha se umístilo na třetím místě, přičemž bylo navštíveno více



než Moravskoslezský kraj. Zajímavý je počet přenocování v Praze, který překonal dokonce i počty ubytovaných ve zmíněných sousedních krajích. Tyto výsledky naznačují, že generace Z využívá v rámci domácího cestovního ruchu především sousední regiony, když už cestují do vzdálenějšího kraje, volí jako cíl Hlavní město Praha. Cestování do Prahy je v domácím cestovním ruchu České republiky trendem již dlouhodobě (ČSÚ 2020; 2023a).

Mezi nejčastější aktivity, za kterými generace Z do jiných krajů cestovala, patří především turistika, návštěva památek a společenský život spojený se zábavou. Při porovnání těchto hodnot s hodnotami z profilu návštěvníka roku 2018/2019 (Tourdata 2020), který byl představen v teoretické části, můžeme pozorovat u generace Z vyšší zájem o pěší turistiku a společenský život. Je možné, že tento vyšší zájem o tyto aktivity je spojen s důsledky pandemie, při které byl společenský život omezen a z důvodu omezení všech aktivit došlo ke zvýšení zájmu o pěší turistiku.

Dotazníkové šetření se zaměřilo taktéž na konkrétní turistické cíle, za kterými se zlínská generace Z vydává do jiných krajů. Nejnavštěvovanějšími turistickými cíli byly především přírodní památky, které navštívila v jiném kraji více než polovina zástupců generace Z. Zjištěn byl i vysoký zájem o hrady a zámky, které navštívila necelá polovina respondentů. Mezi další hojně navštěvované turistické cíle patřili ZOO s botanickými zahradami a akvárii. Naopak nejmenší zájem byl o vojenské a vědecko-technické turistické cíle.

Nejvlivnější faktor pro výběr cesty do jiného kraje se podle výsledků doporučení rodiny a přátel, na které dalo při účasti na domácím cestovním ruchu téměř dvě třetiny dotazovaných. Druhým největším vlivným faktorem byly sociální sítě, které se pro generaci Z jeví jako významnou součástí jejich života (Turner, 2022). Téměř jedna třetina si pro cestu do jiného kraje zvolila místo, kde již v minulosti byla a vrací se opakovaně.

Ubytování v jiných krajích řešili zástupci generace Z převážně hotelem a soukromým ubytováním. O něco menší oblibě se těšili kempy a chaty/chalupy, ve kterých se ubytovalo něco málo přes 10 % respondentů. Tyto údaje naznačují, že si generace Z při svých cestách do jiných krajů ráda dopřeje pohodlí. Délka pobytů v těchto ubytovacích zařízeních byla nejčastěji stanovena na 2 noci, což odpovídá i průměrnému počtu strávených nocí v domácím cestovním ruchu za rok 2022 podle statistiky Tourdata (2023b).

Zájem o další účast na domácím cestovním ruchu generace Z můžeme hodnotit velmi pozitivně, o pobytu v jiném kraji v roce 2023 uvažuje více než 90 % respondentů. Konkrétní destinací pro tyto plány je především Praha, časté jsou ale i plány na pobyt v Brně či Ostravě. Za přírodními lokalitami, což je podle výzkumu nejnavštěvovanější turistický cíl, se chystají respondenti vyrazit například do Beskyd, Krkonoš či do Českého Švýcarska. Dále plánují respondenti v rámci cest do jiných krajů

návštěvu koncertů, divadelních představení, zoologických zahrad či sportovní aktivity jako je lyžování či sjíždění řek.

## 7 ZÁVĚRY

Hlavním cílem bylo zanalyzovat vztah generace Z ze Zlínského kraje k domácímu cestovnímu ruchu mimo jejich kraj v době postcovidové. Výzkumné otázky se týkaly porovnání frekvence cestování do jiných krajů před pandemií a po pandemii, vyhodnocení hlavních destinací a účelů cest do jiných krajů a objasnění plánů pro další účast na cestovním ruchu v době postcovidové.

Výzkum ukázal, že frekvence cestování generace Z do jiných krajů České republiky se v době postcovidové v některých případech zvýšila. To naznačuje, že pandemie covidu-19 mohla mít vliv na zájem generace Z o domácí cestovní ruch. Tento zvýšený zájem však přisuzuje pouze jedna třetina dotazovaných, je tedy možné, že zvýšení zájmu je ovlivněno i jinými faktory.

Při účasti na domácím cestovním ruchu navštěvovala zlínská generace Z především sousední kraje, kterými jsou Jihomoravský, Olomoucký a Moravskoslezský. Ukázalo se, že velká část dotazovaných vyrážela i do Hlavního města Prahy, a to i navzdory velké vzdálenosti ze Zlínského kraje.

Účely cest generace Z ze Zlínského kraje se v době postcovidové zaměřovaly především na turistiku, poznávání památek a společenský život se zábavou. Naopak nejmenší zájem byl o cestování za cykloturistikou, gastronomií a péčí o duševní a fyzickou kondici. Mezi nejnavštěvovanější turistické cíle patřily na prvním místě přírodní památky, dále hrady a zámky či věže a rozhledny.

Plány generace Z pro další účast na cestovním ruchu v době postcovidové naznačují, že tato skupina bude pokračovat v podpoře domácího cestovního ruchu a objevování různých krajů České republiky. To může mít pozitivní dopad na ekonomiku a rozvoj turistického průmyslu v zemi.

Výzkum poskytl užitečný přehled o vztahu generace Z ze Zlínského kraje k domácímu cestovnímu ruchu v době postcovidové. Závěry naznačují, že pandemie měla určitý vliv na jejich cestovatelské preference a aktivity, což vytváří nové příležitosti pro rozvoj místního cestovního ruchu.

## 8 SOUHRN

Pandemie covidu-19 způsobila zásadní změny ve společnosti a měla významný vliv na celosvětový cestovní ruch. Omezení pohybu, uzavření hranic a zavedení bezpečnostních opatření vedlo k poklesu mezinárodního turismu a zvýšení zájmu o domácí cestování. V tomto kontextu se výzkum zaměřuje na generaci Z, která se stala významnou cílovou skupinou pro cestovní ruch, protože její členové představují novou generaci cestovatelů s odlišnými preferencemi a očekáváními. Studie se zaměřuje na analýzu vztahu generace Z ze Zlínského kraje k domácímu cestovnímu ruchu v době postcovidové a na hodnocení, jak pandemie ovlivnila jejich účast na domácím cestovním ruchu.

Pro výzkum byla použita kvantitativní metoda sběru dat ve formě dotazníkového šetření, které obsahovalo 20 otázek, ve kterých měli respondenti na výběr z více možností a jedna otázka byla otevřená. Respondenty tvořila skupina 171 osob ve věku 17-28 let, které byly označeny jako součást starší generace Z a pocházely ze Zlínského kraje. Hlavním cílem bylo analyzovat vztah generace Z k domácímu cestovnímu ruchu v době postcovidové. Tento vztah byl zkoumán z pohledu porovnání účasti na domácím ruchu před pandemií a po pandemii, četnosti a účelu výjezdů do jiných krajů nebo plánů pro budoucí účast na domácím cestovním ruchu.

Vztah zlínské generace Z k domácímu cestovnímu ruchu byl i v době postcovidové kladný. Je zřejmé, že generace Z ze Zlínského kraje aktivně cestovala po České republice mimo svůj kraj, přičemž většina z nich vycestovala alespoň jednou za rok 2022 a téměř 90 % z nich v tomto roce navštívilo místo, kde nikdy předtím nebyli. Necelá polovina uvedla, že do jiných krajů za účelem výletu v roce 2022 cestovala více než v letech před pandemií. Za účelem pobytu zaznamenala nárůst v roce 2022 oproti letům před pandemií téměř třetina respondentů. Tyto výsledné hodnoty tak můžou znamenat určitý pozitivní vliv pandemie na účast generace Z na domácím cestovním ruchu. Výzkum ukázal, že generace Z při cestování do jiných krajů preferovala ty nejbližší kraje, tedy Jihomoravský, Olomoucký a Moravskoslezský kraj. Hlavní město Praha je oblíbenou destinací zejména pro přenocování. Do ostatních krajů České republiky se generace Z vydala jen zřídka. Generace Z ze Zlínského kraje vycestovala do jiných krajů České republiky za různými aktivitami. Nejčastěji její zástupci cestovali za turistikou, památkami a společenským životem. Nejvíce navštěvovanými turistickými cíli byly přírodní skvosty, historické hrady a zámky nebo třeba věže a rozhledny. Zájem o další účast na domácím cestovním ruchu potvrdila drtivá většina respondentů, v práci jsou obsaženy konkrétní plány generace Z na další cestování po České republice v době postcovidové.

## 9 SUMMARY

The COVID-19 pandemic has caused significant changes in society and had a major impact on global tourism. Restrictions on movement, border closures, and the introduction of safety measures led to a decline in international tourism and an increased interest in domestic travel. In this context, the research focuses on Generation Z, which has become an important target group for tourism, as its members represent a new generation of travelers with different preferences and expectations. The study aims to analyze the relationship of Generation Z from the Zlín Region to domestic tourism in the post-COVID era and evaluate how the pandemic has affected their participation in domestic tourism.

For the research, a quantitative data collection method was used in the form of a questionnaire survey, which included 20 questions with multiple-choice options and one open question. The respondents were a group of 171 individuals aged 17-28 years, identified as part of the older Generation Z and originating from the Zlín Region. The main goal was to analyze the relationship of Generation Z to domestic tourism in the post-COVID era. This relationship was examined in terms of comparing participation in domestic tourism before and after the pandemic, frequency and purpose of trips to other regions, or plans for future participation in domestic tourism.

The relationship of Zlín's Generation Z to domestic tourism remained positive even in the post-COVID era. It is evident that Generation Z from the Zlín Region actively traveled within the Czech Republic outside their region, with most of them traveling at least once in 2022, and nearly 90% visiting a place they had never been to before. Almost half stated that they traveled to other regions for leisure purposes in 2022 more than in the years before the pandemic. Nearly a third of respondents recorded an increase in stays in 2022 compared to the years before the pandemic. These results may indicate a certain positive influence of the pandemic on the participation of Generation Z in domestic tourism. The research showed that Generation Z, when traveling to other regions, preferred the closest ones, namely the South Moravian, Olomouc, and Moravian-Silesian Regions. The capital city, Prague, is a popular destination, especially for overnight stays. Generation Z rarely traveled to other regions of the Czech Republic. Generation Z from the Zlín Region traveled to other regions of the Czech Republic for various activities. Most often, they traveled for hiking, sightseeing, and social life. The most visited tourist destinations were natural wonders, historical castles and chateaus, or towers and lookout points. An overwhelming majority of respondents confirmed their interest in further participation in domestic tourism, and the study includes specific plans for Generation Z to continue traveling within the Czech Republic in the post-COVID era.

## 10 REFERENČNÍ SEZNAM

- Aktuálně.cz (2020). *Zatracená generace Z: Jak přemýšlejí mladí Češi o životě, práci i budoucnosti*. Retrieved 15.4.2023 from <https://magazin.aktualne.cz/zatracena-generace-z/r~d1f1da48debd11e9926e0cc47ab5f122/>
- Aktuálně.cz (2022). *Anatomie selhání: Dva roky covidu v Česku. Během pěti vln zemřelo 39 tisíc nakažených*. Retrieved 19.4.2023 from <https://zpravy.aktualne.cz/domaci/casova-osa-covid/r~fd4c3f7e0ec511eb9d470cc47ab5f122/>
- CzechTourism (2023a). *Cestovní ruch se přibližuje situaci před pandemií covidu-19, stále však chybí zahraniční turisté*. Retrieved 4.4.2023 from <https://www.czechtourism.cz/cs-CZ/Novinky/Archiv/2023/01/Cestovni-ruch-se-priblizuje-situaci-pred-pandemii>
- CzechTourism (2023b). *Češi loni po Česku cestovali nejvíc v novodobé historii*. Retrieved 4.4.2023 from <https://www.czechtourism.cz/cs-CZ/Novinky/Archiv/2023/02/Cesi-loni-po-Cesku-cestovali-nejvic-v-novodobe-his>
- ČDU (2022). *UNESCO památky nehmotné*. Retrieved 21.3.2023 from <https://www.unesco-czech.cz/unesco-pamatky-nehmotne/>
- ČSOB (2020). *Mapa kornaviru: Jak virus postupoval světem?* Retrieved 19.4.2023 from <https://www.csobpoj.cz/blog/mapa-koronaviru-jak-virus-postupoval-svetem>
- ČSÚ (2020). *Hosté a přenocování v hromadných ubytovacích zařízeních – územní srovnání*. Retrieved 22.3.2023 from <https://vdb.czso.cz/vdbvo2/>
- ČSÚ (2022a). *Kapacity hromadných ubytovacích zařízení podle kategorie*. Retrieved 22.3.2023 from <https://vdb.czso.cz/vdbvo2/>
- ČSÚ (2022b). *Věkové složení obyvatelstva – 2021*. Retrieved 16.4.2023 from <https://www.czso.cz/csu/czso/vekove-slozeni-obyvatelstva-2021>
- ČSÚ (2023a). *Hosté a přenocování v hromadných ubytovacích zařízeních – územní srovnání*. Retrieved 22.3.2023 from <https://vdb.czso.cz/vdbvo2/>
- ČSÚ (2023b). *Hromadná ubytovací zařízení České republiky*. Retrieved 21.3.2023 from <https://vdb.czso.cz/huz/index.jsp>
- ČSÚ (2023c). *Domácí a výjezdový cestovní ruch (VŠCR)*. Retrieved 4.4.2023 from <https://www.czso.cz/csu/czso/domaci-a-vyjezdovy-cestovni-ruch-vscr>
- ČSÚ (2023d). *Satelitní účet cestovního ruchu*. Retrieved 20.4.2023 from [https://www.czso.cz/csu/czso/satelitni\\_ucet\\_cestovniho\\_ruchu](https://www.czso.cz/csu/czso/satelitni_ucet_cestovniho_ruchu)

- ČSÚ (2022e). *Nejnovější údaje: Zlínský kraj*. Retrieved 20.4.2023 from <https://www.czso.cz/csu/xz/1-xz>
- ČT24 (2022). *Covid má laboratorní původ, naznačuje nový výzkum. Studie, která to má dokazovat, je ale sporná*. Retrieved 19.4.2023 from <https://ct24.ceskatelevize.cz/veda/3538028-covid-ma-laboratorni-puvod-naznacuje-novy-vyzkum-studie-ktera-ma-dokazovat-je-ale>
- Chráška, M. (2016). *Metody pedagogického výzkumu*. Grada.
- Dorsey, J., & Villa, D. (2020). *Zconomy: How Gen Z Will Change the Future of Business — and What do Do About It*. Harper Business.
- Doskočil, R. (2019). *Kvantitativní metody, 2. vydání*. CERM.
- Drobná, D., & Morávková, E. (2004). *Cestovní ruch pro střední školy a pro veřejnost*. Fortuna.
- Dvořáček, P. (2016). *Krásy naší země*. Agentura Rubico.
- Griffith, N. (2022). Gen Z Passion Points. *Collage Group*.  
<https://www.collagegroup.com/2022/08/08/gen-z-passion-points/>
- Hesková, M. (2006). *Cestovní ruch: pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. Fortuna.
- Hunziker, W., & Krapf, K. (1942). *Grundriss der Allgemeinen Fremdenverkehrslehre*.
- Indrová, J. (2009). *Cestovní ruch (základy)*. Oeconomica.
- Jarolímková, L., & Řehořková, J. (2008). *Postavení České republiky ve světovém cestovním ruchu*. Oeconomica.
- Katz, R., Oglive, S., Shaw, J., & Woodhead, L. (2021). *Gen Z, Explained: The Art of Living in a Digital Age*. University of Chicago Press.
- Kotíková, H., & Schwartzhoffová, E. (2017). *Cestovní ruch*. Univerzita Palackého v Olomouci.
- Koulopoulos, T., & Keldsen, D. (2014). *Gen Z Effect: The Six Forces Shaping the Future of Business*. Bibliomotion.
- Lochmannová, A. (2015). *Cestovní ruch*. Computer Media.
- Mrázová, M. (2021). *Vztah české generace Z k udržitelnému cestování v rámci sportovních aktivit*. Univerzita Palackého v Olomouci.
- Pásková, M., & Zelenka, J. (2002). *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Ministerstvo pro místní rozvoj.
- Popescu, A. (2019). The Brief History of Generation—Defining the Concept of Generation: An Analysis of Literature Review. *Journal of Comparative Research in Anthropology and Sociology*, 10(2), 15–30. <https://search.proquest.com/openview/4abf601f3e67b457c61f2beecc792add/1?pq-origsite=gscholar&cbl=1396369>
- Pros, M. (2020). *Zatracená generace Z: Mladí Češi nemají na růžích ustláno, řeší deprese i tlaky okolí*. *Aktuálně.Cz*. <https://magazin.aktualne.cz/zatracena-generace-cechu-kterou-nic-nezajima>

special-aktualn/r~33bfeb08edc111eaa6f6ac1f6b220ee8/

Ryglová, K. (2009). *Cestovní ruch - soubor studijních materiálů*. KEY Publishing.

Seemiller, C., & Grace, M. (2018). *Generation Z: A Century in the Making*. Routledge.

Tourdata (2022). *Návštěvnost turistických cílů 2021*. Retrieved 23.4.2023 from

<https://tourdata.cz/data/navstevnost-turisticky-ch-cilu-2021/>

Tourdata (2023a). *Tracking domácího a příjezdového cestovního ruchu 2017–2023*. Retrieved

20.4.2023 from <https://tourdata.cz/data/tracking-domaciho-a-prijezdoveho-cestovniho-ruchu/>

Tourdata (2023b). *Příjezdový a domácí cestovní ruch 2022*. Retrieved 25.4.2023 from

<https://tourdata.cz/data/prijezdovy-a-domaci-cestovni-ruch-2022/>

Turner, M. (2022). *Stats: Gen Z Wants to Travel Internationally, Have “Exciting” Experiences*. Travel

Agent Central. <https://www.travelagentcentral.com/your-business/stats-gen-z-wants-travel-internationally-have-exciting-experiences>

Vultaggio, G. (2021). *“The Most Anxious Generation”: the relationship between Gen Z students, social media, and anxiety*.

[https://soar.suny.edu/bitstream/20.500.12648/1916/1/Vultaggio\\_Honors.pdf](https://soar.suny.edu/bitstream/20.500.12648/1916/1/Vultaggio_Honors.pdf)

Wilson, B. (2021). *Generation Z: Born for the Storm*. Forefront Books.

<https://books.google.cz/books?id=u8owEAAAQBAJ>



# 11 PŘÍLOHY

## 11.1 Dotazník

### 1. Vaše pohlaví\*

- Muž
- Žena
- Jiné

### 2. Váš věk\*

- 17-18 let
- 19-21 let
- 22-25 let
- 26-28 let

### 3. Váš status\*

- Student
- Zaměstnanec
- OSVČ
- Jiná...

### 4. Vaše nejvyšší dosažené vzdělání\*

- Základní škola
- Střední škola – výuční list
- Střední škola – maturita
- Vysoká škola - Bc.
- Vysoká škola - Mgr., Ing., ...
- Jiná – uveďte prosím

### 5. Myslíte si, že jste kvůli pandemii covidu-19 začal/a více poznávat Českou republiku?\*

- Určitě ano
- Spíše ano
- Určitě ne
- Spíše ne
- Nemám jasno

**6. Navštívil/a jste v roce 2022 místo v ČR, kde jste nikdy předtím nebyl/a?\***

- ano
- ne
- nemám jasno

**7. Cestoval/a jste v roce 2022 mimo Zlínský kraj více než v letech před pandemií? (před rokem 2020)\***

*(ve volném čase v rámci ČR)*

- určitě ano
- spíše ano
- stejně často
- spíše ne
- určitě ne

**8. Ubytoval/a jste se v roce 2022 mimo Zlínský kraj vícekrát než v letech před pandemií? (v letech před 2020)\***

*(ve volném čase v rámci ČR)*

- určitě ano
- spíše ano
- stejně často
- spíše ne
- určitě ne

**9. Které kraje, mimo Zlínského, jste během roku 2022 ve svém volném čase navštívil/a? (bez přespání v dané lokalitě)\***

*Vyberte jednu nebo více odpovědí*

- Hlavní město Praha
- Středočeský kraj
- Jihočeský kraj
- Plzeňský kraj
- Karlovarský kraj
- Ústecký kraj
- Liberecký kraj
- Královehradecký kraj
- Pardubický kraj
- Kraj Vysočina

- Jihomoravský kraj
- Olomoucký kraj
- Moravskoslezský kraj
- žádný

**10. Ve kterých krajích, mimo Zlínského, jste během roku 2022 strávil/a alespoň jednu noc? (ve svém volném čase)\***

*Vyberte jednu nebo více odpovědí*

- Hlavní město Praha
- Středočeský kraj
- Jihočeský kraj
- Plzeňský kraj
- Karlovarský kraj
- Ústecký kraj
- Liberecký kraj
- Královehradecký kraj
- Pardubický kraj
- Kraj Vysočina
- Jihomoravský kraj
- Olomoucký kraj
- Moravskoslezský kraj
- v žádném

**11. Kolikrát jste v roce 2022 ve svém volném čase vycestoval/a do jiných krajů ČR? (bez přespání v dané lokalitě)\***

- ani jednou
- 1-2x
- 3-4x
- 5-6x
- 7-9x
- 10x a více

**12. Kolikrát jste se v roce 2022 ve svém volném čase ubytoval/a mimo Zlínský kraj?\***

*(v rámci ČR)*

- ani jednou
- 1-2x
- 3-4x
- 5-6x
- 7-9x

- 10x a více

**13. Ve kterém ubytovacím zařízení byl v roce 2022 Váš nejdelší pobyt?\***

*(v rámci ČR, mimo Zlínský kraj)*

- hotel
- penzion
- kemp (stan, karavan, obytný vůz)
- chata/chalupa (vlastní)
- v soukromí (u známých, Airbnb)
- nebyl/a jsem ubytovaný/á
- jiné – uveďte prosím

**14. Jak dlouhý byl Váš nejdelší pobyt v tomto ubytovacím zařízení?\***

*(v rámci ČR, mimo Zlínský kraj)*

- 1 noc
- 2 noci
- 3 noci
- 4-5 nocí
- 6-7 nocí
- 8 a více nocí
- nebyl/a jsem ubytovaný/á

**15. Za jakými aktivitami jste v roce 2022 nejčastěji cestoval/a do jiných krajů?\***

*Vyberte maximálně 3 odpovědi*

- památky (kulturní, přírodní, technické)
- turistika (pěší, horská)
- návštěva příbuzných
- společenský život a zábava
- gastronomie
- péče o duševní a fyzickou kondici
- návštěva kulturní akce
- cykloturistika
- koupání, vodní sporty
- lyžování
- pobyt na chatě/chalupě
- návštěva sportovní akce
- nákupy
- Necestoval/a jsem do jiných krajů
- jiné – uveďte prosím

**16. Které turistické cíle jste v roce 2022 navštívil/a v jiných krajích?\***

*(označte všechny které jste navštívil/a)*

- architektonická místa (paláce)
- hrady a zámky
- lidově kulturní (skanzeny, kulturní muzea)
- místa spojené s osobnostmi (památníky, rodná místa)
- přírodní (skály, jeskyně)
- sakrální památky (kláštery)
- vědecko-technické (hvězdárny, továrny)
- věže a rozhledny
- vojenské (pevnosti, vojenská muzea)
- zábavní (aquaparky, lanová centra)
- ZOO, botanické zahrady, akvária
- pietní místa (hřbitovy, památníky)
- žádné z uvedených

**17. Co Vás v roce 2022 nejvíce ovlivnilo při výběru cíle cesty do jiného kraje?\***

*Vyberte maximálně 2 odpovědi*

- doporučení rodiny, přátel, známých
- sociální sítě – Facebook, Instagram, ...
- film/dokument v TV nebo na internetu
- doporučení na internetových diskuzích
- zaměstnavatel/moje firma/organizace
- propagační materiály města
- vlastní zkušenost, vracím se opakovaně
- necestoval/a jsem mimo Zlínský kraj
- něco jiného – uveďte prosím

**18. S kým jste v roce 2022 nejčastěji cestoval/a v rámci ČR mimo Zlínský kraj?\***

*Vyberte maximálně 2 odpovědi*

- sám
- partner/ka
- rodina (rodiče, prarodiče, sourozenci)
- kamarádi
- turistická skupina
- necestoval/a jsem mimo Zlínský kraj
- jiné – uveďte prosím

**19. Plánujete v roce 2023 pobyt alespoň na jednu noc mimo Zlínský kraj v rámci ČR?\***

- určitě ano
- spíše ano
- určitě ne
- spíše ne
- nemám jasno

**20. Pokud plánujete, kam a za jakým cílem? (V roce 2023 pobyt na alespoň jednu noc mimo Zlínský kraj v rámci ČR)**

*Otevřená otázka*