



Specifické formy cestovního ruchu

Bakalářská práce

Studijní program: B6208 – Ekonomika a management
Studijní obor: 6208R175 – Ekonomika a management služeb - Cestovní ruch
Autor práce: **Anna Havránková**
Vedoucí práce: Ing. Jaroslava Syrovátková, Ph.D.





Zadání bakalářské práce

(projektu, uměleckého díla, uměleckého výkonu)

Jméno a příjmení: **Anna Havránková**
Osobní číslo: E15000302
Studijní program: B6208 Ekonomika a management
Studijní obor: B6208R175 – Ekonomika a management služeb – Cestovní ruch
Zadávací katedra: katedra podnikové ekonomiky a managementu
Vedoucí práce: Ing. Jaroslava Syrovátková, Ph.D.
Konzultant práce: Ing. Petr Dluhoš
odborník v oblasti cestovního ruchu, v důchodu

Název práce: **Specifické formy cestovního ruchu**


Zásady pro vypracování:

1. Stanovení cílů a formulace výzkumných otázek.
2. Literární rešerše tématu.
3. Charakteristika specifických forem cestovního ruchu.
4. Nové trendy v oblasti specifických forem cestovního ruchu.
5. Návrh a doporučení dalších specifických forem cestovního ruchu.
5. Formulace závěrů a zhodnocení výzkumných otázek.


Seznam odborné literatury:

- GOELDNER, Charles R. a J. R. Brent RITCHIE. 2009. *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*. 11th ed. Hoboken, N.J.: John Wiley. ISBN 978-0-470-08459-5.
- KOTÍKOVÁ, Halina. 2013. *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu: nové produkty z hlediska motivace účastníků cestovního ruchu: nové trendy v nabídce turismu pro specifické skupiny: názorné příklady ze zahraničí i z České republiky*. Praha: GRADA Publishing. ISBN 978-80-247-4603-6.
- SYROVÁTKOVÁ, Jaroslava. 2011. *Cestovní ruch v Libereckém kraji*. Liberec: Technická univerzita v Liberci. ISBN 978-80-7372-704-8.
- SYROVÁTKOVÁ, Jaroslava. 2013. *Specifické formy cestovního ruchu*. Liberec: Technická univerzita v Liberci. ISBN 978-80-7372-927-1.
- RYGLOVÁ, Kateřina, Michal BURIAN a Ida VAJČNEROVÁ. 2011. *Cestovní ruch - podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. Praha: GRADA Publishing. ISBN 978-80-247-4039-3.
- PROQUEST. 2017. *Databáze článků ProQuest* [online]. Ann Arbor, MI, USA: ProQuest. [cit. 2017-09-28]. Dostupné z: <http://knihovna.tul.cz/>

Rozsah práce: 30 normostran
Forma zpracování: tištěná / elektronická
Datum zadání práce: 31. října 2017
Datum odevzdání práce: 31. srpna 2019


prof. Ing. Miroslav Žižka, Ph.D.
děkan Ekonomické fakulty




prof. Ing. Ivan Jáč, CSc.
vedoucí katedry

V Liberci dne 31. října 2017

Prohlášení

Byla jsem seznámena s tím, že na mou bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb., o právu autorském, zejména § 60 – školní dílo.

Beru na vědomí, že Technická univerzita v Liberci (TUL) nezasahuje do mých autorských práv užitím mé bakalářské práce pro vnitřní potřebu TUL.

Užiji-li bakalářskou práci nebo poskytnu-li licenci k jejímu využití, jsem si vědoma povinnosti informovat o této skutečnosti TUL; v tomto případě má TUL právo ode mne požadovat úhradu nákladů, které vynaložila na vytvoření díla, až do jejich skutečné výše.

Bakalářskou práci jsem vypracovala samostatně s použitím uvedené literatury a na základě konzultací s vedoucím mé bakalářské práce a konzultantem.

Současně čestně prohlašuji, že texty tištěné verze práce a elektronické verze práce vložené do IS STAG se shodují.

14. 4. 2019

Anna Havránková

Anotace

Bakalářská práce se zabývá specifickými formami cestovního ruchu, zvláště pak zážitkovým cestovním ruchem. Teoretická část práce zahrnuje popis specifických forem cestovního ruchu v České republice, v Evropě a ve světě. Následně jsou zde představeny nové trendy specifických forem cestovního ruchu. První část bakalářské práce je ukončena vlastním návrhem dalších specifických forem cestovního ruchu, které by mohly vzniknout v budoucích letech. Praktická část se věnuje pěti vybraným zážitkovým agenturám působícím na území České republiky, porovnává jejich nabídku a v neposlední řadě obsahuje vyhodnocení dotazníkového šetření, které zkoumá povědomí mladých lidí o zážitkových agenturách a také jejich zájem o zážitkové aktivity. V závěru práce jsou uvedeny návrhy na zlepšení propagace vybraných zážitkových agentur.

Klíčová slova

cestovní ruch, zážitkový cestovní ruch, nové trendy specifických forem cestovního ruchu, zážitková agentura, zážitek

Annotation

Specific forms of tourism

The bachelor thesis deals with specific forms of tourism, especially with adventure tourism. The theoretical part contains a description of specific forms of tourism in the Czech Republic, in Europe and all around the world. Subsequently, there are presented new trends in specific forms of tourism. The first part of the bachelor thesis is concluded with its own design of some other specific forms of tourism which could arise in the following years. The practical part deals with five selected adventure agencies operating in the Czech Republic, compares their offers and contains an evaluation of the questionnaire survey which examines young people's awareness of adventure agencies and their interest in adventure activities as well. At the end of the thesis, there are suggestions for improvement of the promotion of the selected adventure agencies.

Key Words

tourism, adventure tourism, new trends of specific forms of tourism, adventure agency, adventure

Obsah

Seznam obrázků.....	9
Seznam tabulek.....	10
Seznam zkratk.....	11
Úvod.....	12
1 Cestovní ruch.....	13
1.1 Vymezení pojmů.....	13
1.2 Typologie cestovního ruchu.....	14
1.2.1 Druhy cestovního ruchu	14
1.2.2 Formy cestovního ruchu	14
1.2.3 Specifické formy cestovního ruchu	15
2 Charakteristika specifických forem cestovního ruchu	16
2.1 Netradiční formy cestovního ruchu v České republice.....	16
2.1.1 Zážitekový cestovní ruch.....	16
2.1.2 Lázeňský cestovní ruch	18
2.1.3 Vodácký cestovní ruch	19
2.2 Netradiční formy cestovního ruchu v Evropě.....	19
2.2.1 Kongresový cestovní ruch	19
2.2.2 Městský cestovní ruch	20
2.2.3 Cykloturistika	21
2.3 Netradiční formy cestovního ruchu ve světě	22
2.3.1 Ekoturismus	22
2.3.2 Náboženský cestovní ruch	23
2.3.3 Dobrodružný cestovní ruch	23
3 Nové trendy v oblasti specifických forem cestovního ruchu	24
3.1 Nové trendy specifických forem cestovního ruchu v České republice.....	24
3.1.1 Dobrovolnický cestovní ruch.....	24
3.1.2 Golfový cestovní ruch	25
3.1.3 Zdravotní cestovní ruch	25
3.1.4 Udržitelný cestovní ruch.....	26
3.1.5 Bosá turistika	26
3.1.6 Pivní turistika.....	27
3.1.7 Plyšový cestovní ruch.....	27

3.2	Nové trendy specifických forem cestovního ruchu v Evropě a ve světě.....	28
3.2.1	Svatební cestovní ruch	28
3.2.2	Couchsurfing	28
3.2.3	Filmový cestovní ruch.....	29
3.2.4	Cestovní ruch na severním a jižním pólu	30
3.2.5	Nahý turismus	30
3.2.6	Plogging	31
3.2.7	Cestování do zelených hotelů.....	31
4	Návrh a doporučení dalších specifických forem cestovního ruchu	33
4.1	Cestovní ruch youtuberů.....	33
4.2	Cestovní ruch s absencí virálního světa.....	34
4.3	Cestování a poznávání řemesel.....	34
5	Zážitkové agentury	35
5.1	Allegria - Firma na zážitky s.r.o.	35
5.2	Esennce, s.r.o.	36
5.3	Eldorado - Zážitková agentura s.r.o.....	37
5.4	Dej to nej, s.r.o.....	38
5.5	Adrop s.r.o.	39
5.6	Porovnání „nej“ zážitků.....	40
6	Dotazníkové šetření.....	42
6.1	Vymezení výzkumného souboru	42
6.2	Vyhodnocení dotazníkového šetření	42
6.3	Vyhodnocení výzkumných otázek.....	54
6.4	Návrhy na zlepšení	55
	Závěr.....	56
	Seznam použité literatury.....	57
	Seznam příloh	62

Seznam obrázků

Obr. 1: Pohlaví.....	43
Obr. 2: Věk	44
Obr. 3: Nejvyšší dosažené vzdělání.....	44
Obr. 4: Účast na zážitkovém pobytu, výletu, nebo víkendu.....	45
Obr. 5: Účast na akcích zážitkového cestovního ruchu.....	46
Obr. 6: Kraj konání zážitku	47
Obr. 7: Povědomí lidí o zážitkových agenturách	48
Obr. 8: Nejvíce povědomé zážitkové agentury	49
Obr. 9: Nákup v zážitkových agenturách	49
Obr. 10: Kdo zážitek využil.....	50
Obr. 11: Nejvyšší přípustná částka zaplacená za zážitek	51
Obr. 12: Termín konání zážitku.....	52
Obr. 13: Upřednostňovaná délka trvání zážitku	53
Obr. 14: Ochota vycestovat v rámci zážitků do zahraničí.....	54

Seznam tabulek

Tab. 1: Evropský žebříček návštěvnosti měst v roce 2017	21
Tab. 2: Porovnání nej zážitků zážitkových agentur v roce 2018	41

Seznam zkratek

APEK	Asociace pro elektronickou komerci
BBC	British Broadcasting Corporation, Britská rozhlasová společnost
CR	Cestovní ruch
F1	Formule 1
IFMGA	International association of mountain guide associations, Mezinárodní sdružení horských vůdců
INEX	Association of voluntary activities, Sdružení dobrovolných aktivit
PPL	Professional Parcel Logistic, Profesionální parcelní logistika
Př. n. l.	Před naším letopočtem
Sb.	Sbírka zákonů
SF	Specifické formy
UNWTO	World Tourism organization, Světová organizace cestovního ruchu
Wi-Fi	Wireless Fidelity, Bezdrátová věrnost
z.s.	Zapsaný spolek

Úvod

Cestovní ruch je jedno z nejdynamičtějších ekonomických odvětví, které se neustále vyvíjí, prohlubuje a diferencuje. Lidé mají stále více volného času, žijí na vyšší úrovni a mají větší touhu poznávat jiné formy cestovního ruchu. Poptávka po cestovním ruchu se zvyšuje, neboť roste životní úroveň obyvatelstva, ekonomice se daří, mzdy se zvyšují a technologický vývoj se posouvá kupředu. Zároveň vznikají užší segmenty účastníků cestovního ruchu, které mají rozdílné přání a požadavky a cestují za konkrétními účely. V důsledku změny ekonomických podmínek a aktuálních společenských trendů se mění chování účastníků cestovního ruchu, kteří vyhledávají cílenější a pestřejší nabídku, která vede k vzniku nových a specifických forem cestovního ruchu.

Bakalářská práce je rozdělena na část teoretickou a část praktickou. Teoretická část práce zahrnuje definování cestovního ruchu a pojmů, které s cestovním ruchem souvisejí. Dále se zabývá charakteristikou specifických forem cestovního ruchu, které se běžně vyskytují v České republice, v Evropě a ve světě. Značná část práce je věnována novým trendům specifických forem cestovního ruchu, které vznikly v posledních letech a zaměřují se na užší cestovatelské zájmy lidí. V poslední kapitole teoretické části jsou představeny návrhy a doporučení dalších specifických forem cestovního ruchu, které by mohly vzniknout v souvislosti s dnešním vyspělým světem v nadcházejících letech.

Praktická část bakalářské práce se zabývá analýzou pěti vybraných zážitkových agentur působících na území České republiky. Rozbor zahrnuje představení dané zážitkové agentury, uvádí dostupné kategorie zážitků, dále jsou zde zmíněna případná ocenění a úspěchy společnosti a v neposlední řadě lze zde najít zážitky, které zážitková agentura nově nabízí na svých internetových stránkách. Zajímavou částí je porovnání nejlevnějších, nejdražších a nejprodávanějších zážitků pěti vybraných společností. Součástí praktické části je dotazníkové šetření, které je zaměřeno na zážitkový cestovní ruch a zkoumá povědomí mladých lidí o zážitkových agenturách a jejich zájem o zážitkové aktivity. V závěru práce jsou vyhodnoceny výzkumné otázky a popsány návrhy na zlepšení propagace zážitkových agentur.

Cílem bakalářské práce je analýza specifických forem cestovního ruchu v České republice, v Evropě a ve světě a zmapování zážitkového cestovního ruchu v rámci České republiky za pomoci dotazníkového šetření.

1 Cestovní ruch

Pod pojmem cestovní ruch si lze představit skupinu lidí, kteří navštěvují konkrétní místa za různými účely. Turisté jezdí za pamětihodnostmi, stýkají se s přáteli a příbuznými, sportují, opalují se, chodí na túry, nebo si jednoduše užívají danou destinaci (Goeldner, Ritchie, 2009, s. 4). Existuje vícero způsobů jak definovat cestovní ruch, nicméně žádný z nich není zcela vyčerpávající. Aby bylo možné cestovní ruch sledovat, vyhodnocovat, plánovat a řídit je důležité znát co nejpřesnější definici cestovního ruchu. Autoři používají různé definice v závislosti na tom, jakou vědní disciplínou je cestovní ruch zkoumán a definován (Ryglová, 2011, s. 17).

Podle UNWTO je cestovní ruch *„činnost osoby cestující na přechodnou dobu do místa mimo její běžné životní prostředí, a to na dobu kratší, než je stanoveno, přičemž hlavní účel její cesty je jiný než vykonávání výdělečné činnosti v navštíveném místě.“* Cestovní ruch lze tedy chápat jako aktivitu založenou na přemísťování osob, která trvá pouze omezený čas a cesta nemá výdělečný charakter (Ryglová, 2011, s. 18).

Cestovní ruch může být také definován jako proces, činnost a výsledek, který vyplývá ze vztahů mezi turisty, hostitelskou vládou, hostitelskou komunitou a okolním prostředím, které se podílejí na získávání a hostování návštěvníků. Je to souhrn aktivit, služeb a podniků, které zajišťují cestování. Mohou to být ubytovací kapacity, stravovací zařízení, obchody a dopravní, nebo zábavné podniky (Goeldner, Ritchie, 2009, s. 6).

1.1 Vymezení pojmů

K pochopení tématu cestovního ruchu je nutné znát i další pojmy, které se vztahují k rozlišení různých typů účastníků CR.

Turista

Pod pojmem turista se rozumí dočasný pobyt návštěvníka, který se v navštívené zemi zdrží alespoň 24 hodin s přenocováním, ale ne déle než jeden rok, přičemž hlavní účel cesty je jiný než vykonávání výdělečné činnosti v navštíveném místě (Ryglová, 2011, s. 19).

Výletník

Výletník je charakterizován jako „*dočasný návštěvník, který se v navštíveném místě nebo zemi zdrží pouze jeden den, tedy bez přenocování*“ (Zelenka, Pásková, 2012, s. 623).

Rezident

Za rezidenta je považována „*fyzická osoba jakékoli národnosti, sídlící v dané zemi více než jeden rok, je jím tedy občan státu i dlouhodobě pobývajícím cizinec; naopak občané žijící v zahraničí rezidenty nejsou*“ (Zelenka, Pásková, 2012, s. 493).

Návštěvník

Za návštěvníka je pokládána „*jakákoliv osoba, která cestuje do jiného místa než je místo jejího běžného pobytu (obvyklé prostředí osoby), na dobu nepřevyšující 12 po sobě jdoucích měsíců, přičemž účel návštěvy je jiný než výkon činnosti odměňované z navštíveného místa*“ (Zelenka, Pásková, 2012, s. 372).

1.2 Typologie cestovního ruchu

Kapitola uvádí jednotlivé druhy a formy cestovního ruchu a vysvětluje, co znamenají specifické formy cestovního ruchu.

1.2.1 Druhy cestovního ruchu

Druh cestovního ruchu je typ cestovního ruchu, pro jehož určení je klíčovým kritériem jevový průběh a způsob jeho realizace, který závisí na geografických, ekonomických, společenských a jiných podmínkách a také na jeho účincích. Existuje řada členění podle druhů cestovního ruchu, lze uvést například dělení podle délky pobytu na krátkodobý a dlouhodobý cestovní ruch, podle způsobu financování na volný a vázaný cestovní ruch, nebo podle počtu účastníků na individuální a kolektivní cestovní ruch (Ryglová, 2011, s. 21).

1.2.2 Formy cestovního ruchu

Formy cestovního ruchu popisují základní formy, které odpovídají potřebám jejich účastníků. Mezi tyto formy patří:

- **rekreační CR** - jedná se o reprodukci duševních a fyzických sil člověka, je uskutečňován ve vhodném prostředí (voda, lesy, hory), oblíbenou aktivitou je chataření a chalupaření,
- **kulturně poznávací CR** - hlavním cílem je poznávání historie, kultury a tradic navštívené země,
- **sportovně-turistický CR** - je zaměřen na aktivní odpočinek, patří sem i pasivní forma účasti,
- **léčebný a lázeňský CR** - je orientován na léčbu, prevenci a celkovou obnovu fyzických a duševních sil jednotlivce (Ryglová, 2011, s. 19).

1.2.3 Specifické formy cestovního ruchu

Specifické formy cestovního ruchu uspokojují zvláštní potřeby účastníků cestovního ruchu. Existuje široká škála různých specifických forem, mezi které se uvádí např. mládežnický, venkovský, kongresový, náboženský, gurmánský a golfový cestovní ruch.

2 Charakteristika specifických forem cestovního ruchu

Kapitola představuje netradiční formy cestovního ruchu v České republice, v Evropě a ve světě, které jsou všeobecně povědomé mezi cestovateli, dobrodruhy a širokou veřejností. V České republice je proslulý např. zážitkový cestovní ruch, v Evropě městský cestovní ruch a ve světě náboženský cestovní ruch.

2.1 Netradiční formy cestovního ruchu v České republice

Níže uvedené formy cestovního ruchu jsou charakteristické a běžně se vyskytující na českém území. Česká republika je typickou destinací pro zážitkový, lázeňský a také vodácký cestovní ruch, pro který mají české řeky a jezera vynikající podmínky.

2.1.1 Zážitkový cestovní ruch

Účastníci cestovního ruchu se zajímají o zážitky a vzrušení, které jsou odlišné od běžného života. Zážitkový cestovní ruch lze rozdělit na vyhledávání a prožívání sociálních kontaktů a kontaktů s přírodou a kulturním prostředím, nebo na zážitky, které probíhají v rámci určité atrakce.

Specifika zážitkového cestovního ruchu

Lidé poslední dobou preferují zážitky a dobrodružství, nikoliv dovolenou na pláži pod slunečníkem, nebo prohlídky kulturních památek. Tento trend se zalíbil cestovním kancelářím a dalším podnikatelům v oblasti cestovního ruchu a začaly vznikat zážitkové agentury, které se snaží zákazníkům nabízet něco nového a neopakovatelného.

Klienti zážitkových agentur mohou vybírat z neuvěřitelného množství zážitků. V dnešní době se už nejedná pouze o sportovní a adrenalinové dovolené, jako například rafty na divokých řekách, ale také jiné formy zážitků. Nabízí se nevšední aktivity, mezi které lze zařadit projížďku jeepem po dunách, návštěvu podmořské restaurace, den se zásahovou jednotkou, nebo jízdu v tanku. Turisté také mohou volit z nabídky různých výroben, jako jsou exkurze v pivovarech, lihovarech, či výrobnách sýrů. Výhodou je aktivní zapojení účastníků, protože si nejen prohlédnou danou atrakci, ale mohou si zpravidla vyrobit třeba vlastní sýr, uvařit si pivo, nebo vylisovat extra panenský olivový olej.

Velmi oblíbené činnosti jsou mezi turisty i návštěvy technických památek, jako prohlídka elektrárny či pražského podzemí. Zážiteková turistika nabízí opravdu mnoho forem cestovního ruchu a je určena především pro lidi, kteří chtějí něco zažít, pobavit se a hlavně něco nového poznat.

Tento trend dovolených překvapivě vymysleli Skotové, kteří z ekonomických důvodů chtěli podpořit krachující palírny whisky. A vyplatilo se jim to, neboť turistům se zalíbila myšlenka, že si mohou vlastnoručně vyrobit panáka whisky a poté ho také vypít (Lyko, © 2011).

Mezi formy zážitkového cestovního ruchu patří:

- **gurmánský CR** - jedná se o formu cestovního ruchu, která je označována také jako zážitková turistika, při níž účastníci mají požitek z konzumace daného pokrmu, kultury stolování, nebo způsobu obsluhy. Mezi typické aktivity lze zahrnout návštěvy neobvyklých restaurací, rybářské lodní výlety, nebo pивní slavnosti,
- **adrenalinový CR** - tato forma turistiky představuje určitou míru rizika a má vliv na nervovou soustavu. S tímto typem cestovního ruchu je spojován bungee-jumping, zorbing, skialpinismus, let balónem, nebo rafting,
- **sexuální CR** - tento typ cestovního ruchu je nazýván jako pseudo-cestovní ruch. Účastníci vyhledávají sexuální zážitky, které jsou neobvyklé, nedostupné a jsou za přijatelnější cenu. K typickým destinacím se řadí Thajsko, Keňa, nebo Filipíny,
- **gamblerský CR** - účastníci této formy cestovního ruchu jsou motivováni hráčskou vášní, která může vyústit až v duševní chorobu. Gamblerství může být doprovázeno sociálně-patologickými jevy, jako je braní drog, či prostituce. Nejvíce populární je provozování heren v Las Vegas, Monacu, nebo Monte Carlu,
- **meditační CR** - jedná se o formu cestovního ruchu, kdy účastníci vyhledávají znovunabytí psychické rovnováhy pomocí meditačních technik. Odehrává se na odlehlých a klidných lokalitách, které se nachází například v Thajsku, Tibetu, nebo Indii,
- **sportovní CR** - zahrnuje diváky, nebo aktivní účastníky mnoha druhů outdoorových, indoorových soutěží a závodů nebo masových akcí. Populární masovou akcí jsou zejména olympijské hry, nebo závody F1. Díky rostoucímu zájmu o sportovní CR, jsou pro zvýšení návštěvnosti sportovních akcí upravována

pravidla sportů (např. hromadné starty při běžeckém lyžování), závody se konají blíže divákům, nebo vznikají nové sporty určené pro diváky (např. akrobatické létání Red Bull),

- **drogový CR** - tento pseudo-CR je známý získáváním a požíváním drog, často ve spojení s meditací a různými rituály. Vyskytuje se v některých zemích Latinské Ameriky, v Indii, nebo v Holandsku,
- **virtuální CR** - forma cestovního ruchu, která je definovaná jako smyslové cestování ve virtuálním prostoru, který je vytvořen počítačem a je zprostředkovaný technickými prostředky. Příkladem může být Google Earth,
- **kosmický CR**- účastníci této formy cestovního ruchu vyhledávají dobrodružství, poznání kosmu a jiných planet. Turisté se mohou zúčastnit letů do vysoké stratosféry, parabolických letů s krátkým pobytem ve vesmíru, kosmických letů ve stavu beztlíže, nebo pobytů v kosmických hotelích (Zelenka, Pásková, s. 23-643).

2.1.2 Lázeňský cestovní ruch

V České republice má lázeňství slavnou a dlouholetou historii, neboť ho proslavilo mnoho významných osobností kulturního, společenského, nebo politického života. Lázeňský cestovní ruch se v poslední době těší veliké oblibě, zisky lázeňských společností stoupají a počet hostů každoročně roste. Lázeňská léčba má preventivní, léčebný a relaxační význam, přičemž je zaměřena na obnovu fyzických a psychických sil člověka s využitím léčivých přírodních zdrojů, například léčba následků nemocí. Přírodní léčivé zdroje, mezi které se řadí přírodní vody, peloidy, vřídelní plyny a klimatické podmínky, jsou předpokladem pro existenci přírodních léčebných lázní.

Lázeňská léčba z hlediska úhrady a způsobu čerpání peněžních prostředků může být:

- **komplexní** - lázeňská péče je plně hrazena zdravotní pojišťovnou,
- **příspěvková** - hrazeno pouze z části zdravotní pojišťovnou,
- **pobyty samoplátců** - pacient hradí veškeré náklady na lázeňský pobyt (Ryglová, 2009, s. 140).

Mezi nejvýznamnější lázeňská místa v České republice patří Karlovy Vary, Františkovy Lázně a Mariánské Lázně. Zasluhou vlastních nalezišť léčebné slatiny jsou hojně navštěvované také Lázně Bohdaneč, Lázně Bělohrad, nebo Bechyně. Pro své klimatické podmínky jsou proslulé lázně v Jeseníku a Lázně Kynžvart.

Oblíbená lázeňská střediska Evropy se nachází v Německu (Baden-Baden), Itálii (Bagni di Lucca), Bulharsku (Velingrad), Maďarsku (Hajdúszoboszló), Slovensku (Piešťany) a Francii (Vichy) (Kajzar, 2015, s. 3).

2.1.3 Vodácký cestovní ruch

Vodácká turistika patří zejména v horkých letních dnech k oblíbené činnosti mladých lidí, nebo rodin s dětmi. V České republice lze vodáctví provozovat na vodních plochách, kde jsou tyto aktivity povoleny. Mezi nejoblíbenější české lokality pro vodní sporty patří řeka Vltava, Otava, Lužnice, Sázava, Ohře, nebo řeka Morava.

K dalším oblíbeným aktivitám patří rafting a windsurfing. Rafting lze vykonávat na malém počtu řek a je omezen na velmi krátké časové období. Windsurfing, nebo veslování patří mezi vodní sporty s největším výskytem vodních ploch, které jsou určené pro tyto sporty.

Další aktivitu tohoto cestovního ruchu představuje vyžití ve vodě, které je významnou součástí turistické nabídky pro teenagery, rodiny s dětmi, nebo seniory. Vyhledávaná jsou především koupaliště, která se nachází v mnoha obcích v České republice a jsou tak snadno dostupná široké veřejnosti. Specifickým zařízením jsou aquaparky, které nabízí mnoho doplňkových služeb a aktivit. Jsou vybaveny množstvím skluzavek, tobogánů a bazénů. Nabízí možnost ohřátí se v sauně, či páře a povětšinou také občerstvení (Syravátková SF, 2013, s. 27).

2.2 Netradiční formy cestovního ruchu v Evropě

Evropa, jakožto jeden z kontinentů, má velký potenciál v oblasti cestovního ruchu. Tento nejhustěji zalidněný světadíl s vysokou životní úrovní obyvatelstva, dobrou dopravní infrastrukturou a bohatou historií, přímo vybízí občany k návštěvě a poznání různých krajín. Lidé navštěvují konference, centra měst, pamětihodnosti, nebo dojíždí za sportem a dobrou kondicí.

2.2.1 Kongresový cestovní ruch

Cílem návštěvníků této specifické formy cestovního ruchu, která má mezinárodní význam, je účast na odborné akci, kde získají účastníci užitečné zkušenosti, dozví se nové poznatky a informace a naváží důležité pracovní kontakty. Kongresový cestovní ruch je určen pro návštěvníky z celého světa, avšak nejčastěji jsou kongresy navštěvovány vědeckými

odborníky a účastníky ze středních či vyšších vrstev. Zvláštností je, že zahraniční účastník utratí během kongresu přibližně dvakrát až třikrát více než běžný účastník cestovního ruchu. Náklady, které jsou během akce vynaloženy na přípravu, doprovodný program, nebo zábavu, hradí zpravidla vysílací země. V rámci této specifické formy lze navštívit kongresy, školení, semináře, sympozia, výstavy, veletrhy, nebo firemní akce.

Kongres je formálního významu, kde se setká množství odborníků ze stejného, nebo podobného oboru, jejichž cílem je diskutovat o vybraných tématech v řádech několika dnů. Výsledky diskuze jsou teoretického, vědeckého, politického, nebo společenského významu.

Konference jsou menšího charakteru než kongresy s cílem jednat o konkrétním tématu, kde hlavními body diskuze je hledání faktů a konzultace. Průběh konference i samotné výsledky jsou zapsány do protokolů a usnesení.

Symposium je určeno pro odborníky z dané oblasti, kteří se snaží vyřešit určitý problém.

Seminář je setkání, nebo opakovaná setkání, s cílem řešit aktuální problémy a úkoly, které jsou předmětem praktické, nebo teoretické činnosti účastníků (Syrovátková SF, 2013, s. 32).

USA, Německo, Španělsko, Francie, Velká Británie, Itálie, Brazílie, Japonsko, Kanada, nebo Nizozemsko patří mezi státy, kde se kongresový cestovní ruch vyskytuje nejčastěji. Z evropských metropolí nelze opomenout Vídeň, Paříž, Barcelonu, Berlín, Budapešť, Amsterdam, Stockholm, nebo Lisabon. V České republice i přes vysokou turistickou atraktivnost, nemá kongresový cestovní ruch takový význam, jako v jiných evropských metropolích (Ryglová, Burian, Vajčnerová, 2011, s. 192).

2.2.2 Městský cestovní ruch

Městská turistika je charakterizována jako jakýkoliv pobyt návštěvníků ve městě, přičemž hlavním cílem je zážitek z návštěvy daného města. Jedná se o jednu z nejrychleji se rozvíjejících oblastí cestovního ruchu, která je zaměřena na historické a kulturní atraktivitu měst a jejich center.

Návštěvníci hojně vyhledávají historická jádra měst s významnými památkami, nákupními možnostmi, stravovacími zařízeními, nebo jinými službami. Důležité pro městský cestovní ruch je také struktura města a dopravní dostupnost.

Mnoho turistů nemá zájem pouze o prohlídky měst a kulturních pamětihodností, ale přijíždějí i za kulturou, nebo relaxací. Mezi oblíbené aktivity patří zejména návštěva zoo, aquaparku, muzea, divadla, nebo dalších kulturních a sportovních zařízení. Populární mezi turisty jsou noční prohlídky měst, které díky osvětleným významným památkám dodávají městu neobvyklou atmosféru.

Společnost Mastercard zveřejnila 26. září 2017 evropský žebříček návštěvnosti měst Global Destinations Cities Index, který je uveden v tabulce 1. Není překvapivé, že Londýn se stal nejnavštěvovanějším městem Evropy, neboť turisty láká na nespočet památek. Česká republika zaujala 9. místo.

Tab. 1: Evropský žebříček návštěvnosti měst v roce 2017

Pořadí	Město	Stát	Návštěvníci, kteří v zemi přenocovali
1.	Londýn	Velká Británie	19 060 000
2.	Paříž	Francie	15 450 000
3.	Istanbul	Turecko	9 160 000
4.	Barcelona	Španělsko	8 360 000
5.	Amsterdam	Nizozemsko	8 360 000
6.	Milán	Itálie	8 170 000
7.	Řím	Itálie	7 090 000
8.	Vídeň	Rakousko	6 420 000
9.	Praha	Česká republika	6 110 000
10.	Dublin	Irsko	5 510 000

Zdroj: vlastní zpracování podle Mastercard, © 2017

2.2.3 Cykloturistika

Význam cykloturistiky v posledních letech výrazně stoupá. Jejím hlavním cílem je poznání krajiny, relaxace a udržování zdravého životního stylu. Cykloturisty jsou hojně navštěvovaná především plochá zpevněná území, ale vyjedou si též do horských nezpevněných oblastí.

Mezi značené cyklistické trasy lze zařadit cyklotrasy, cyklostezky a cykloturistické trasy.

Cyklotrasy jsou vyznačené na územích s malým provozem motorových vozidel a vedou hlavně po silnicích, místních a účelových komunikacích.

Cyklostezky vymezují prostor, kde se mohou cyklisté pohybovat a jsou vhodné také pro chodce, nebo in-line bruslaře.

Cyklistické trasy slouží pro turisty i pro místní obyvatele jako dostupný dopravní prostředek. V České republice je široká síť těchto tras, nicméně je nedostatečně propojena a mnohdy je její technický stav neodpovídající.

Známým pojmem mezi cyklisty je celonárodní certifikační systém „Cyklisté vítání“, který prověřuje nabídky řady ubytovacích a stravovacích kapacit z pohledu cyklistů. Tato zařízení nabízejí cyklistům úschovu kol a zavazadel, poskytují nářadí na základní opravy kol, nebo lékárníčku. Autorem systému „Cyklisté vítání“ je Nadace Partnerství, která podporuje ekologické projekty a patří mezi nejvýznamnější české nadace. Certifikát Cyklisté vítání vlastní zejména stravovací a ubytovací zařízení, kempy, nebo jiné turistické cíle (Syrovátková SF, 2013, s. 21).

2.3 Netradiční formy cestovního ruchu ve světě

Kapitola představuje netradiční formy cestovního ruchu, které jsou rozšířené a oblíbené po celém světě. Jedná se o ekoturismus, náboženský cestovní ruch a dobrodružný cestovní ruch.

2.3.1 Ekoturismus

Ekoturismus je forma cestovního ruchu, která je zaměřená na poznávání krajiny a přírody tak, aby nebyly cestovním ruchem narušovány. Turisté navštěvují národní parky, přírodní rezervace, chráněné krajinné oblasti a další přírodní krásy z celého světa. Ekoturismus má využití zejména v krajinářsky a přírodně hodnotných oblastech s trasami, které zaberou více než jeden den (Syrovátková, 2013, s. 31).

Účastníci ekoturistických aktivit by měli minimalizovat odpady, budovat environmentální a kulturní respekt, obstarat finanční benefity pro místní kultury, zajistit pozitivní zkušenosti pro návštěvníky i hostitele a také posilovat citlivost k politickému, environmentálnímu a sociálnímu klimatu hostitelských zemí (Ryglová, Burian, Vajčnerová, 2011, s. 198).

2.3.2 Náboženský cestovní ruch

Náboženský cestovní ruch, nebo také církevní turistika je jednou z nejdůležitějších specifickým forem cestovního ruchu. V mnoha zemích představuje důležité odvětví ekonomiky jako například v Izraeli, kde se téměř 35 % turistů označuje za poutníky.

Cílem návštěv poutních míst je posílení víry prostřednictvím cesty do vzdálenějšího kultovního objektu, nebo místa kultu, která jsou věřícími z celého světa uznávána jako místa neobyčejná, a která vznikla na základě nadpřirozeného zázraku, nebo jevu. Mezi nejznámější světová poutní místa lze zařadit Vatikán, Lourdy, Fátimu, Váránasí, Jeruzalém, Betlém, Nazaret, Mekku, nebo Medínu. Poutní místa, která navštěvují zejména muslimové jsou určena pouze pro věřící, a tak pro nevěřícího je téměř nereálné se na dané místo podívat (Ryglová, Burian, Vajčnerová, 2011, s. 202).

Největší poutní místo světa se nachází v mexickém Guadalupe a ročně jej navštíví kolem 50 miliónů poutníků. V bazilice na vrchu Tepeyacu bylo nutné zřídit pohyblivé chodníky, aby bylo možné takový počet návštěvníků zvládnout (Haslingerová, © 2017).

2.3.3 Dobrodružný cestovní ruch

Dobrodružný cestovní ruch, nebo také adrenalinová dovolená či dobrodružná dovolená je specifická forma cestovního ruchu, během které získávají účastníci cestovního ruchu nové poznatky a nemají pevně daný program. Hlavním znakem je neočekávanost, existence nepředvídatelného rizika a nebezpečí, kterého jsou si turisté vědomi. Mezi populární destinace patří Nepál, Keňa, nebo Nový Zéland. Nezbytnou součástí realizace dobrodružné dovolené je zajištění přiměřené bezpečnosti, školení i příprava realizátorů a účastníků a také vhodné oblečení (Zelenka, Pásková, 2012, s. 114).

Tvrký dobrodružný cestovní ruch se zpravidla člení na aktivní a pasivní dobrodružný cestovní ruch. Aktivní dobrodružný cestovní ruch vyžaduje aktivní způsobilost, neboť aktivity jsou fyzicky náročné. Může se jednat o horolezecké výstupy na světové velehory, nebo raftování na nebezpečných řekách. Oproti tomu pasivní dobrodružný cestovní ruch se týká lidského katapultu, například tandemové skoky padákem, nebo bungee-jumping.

Měkký dobrodružný cestovní ruch je méně fyzicky náročná aktivita, která zahrnuje například pozorování velryb v Severním moři a nebo safari v Africe (Syrovátková SF, 2013, s. 78).

3 Nové trendy v oblasti specifických forem cestovního ruchu

Kapitola je zaměřena na nové trendy specifických forem cestovního ruchu v České republice, v Evropě a ve světě.

3.1 Nové trendy specifických forem cestovního ruchu v České republice

V posledních letech v České republice vzniklo mnoho nových forem cestovního ruchu. Životní úroveň stoupá, mzdy se zvyšují a lidé rádi a často cestují a zkouší nové aktivity. Kapitola představuje dobrovolnický cestovní ruch, golfový cestovní ruch, zdravotní cestovní ruch, udržitelný cestovní ruch, bosou a pivní turistiku a v neposlední řadě plyšový cestovní ruch.

3.1.1 Dobrovolnický cestovní ruch

Dobrovolnický cestovní ruch, který lze nazvat také voluntary cestovní ruch je cestování za účelem bezplatné pomoci druhým. Dobročinné, charitativní a humanitární sdružení posílají na určitou dobu své dobrovolníky do míst, kde pomáhají při nenadálých situacích (Syrůvková SF, 2013, s. 69).

Dobrovolná pomoc může být poskytnuta osobám sociálně slabým, zdravotně postiženým, seniorům, osobám trpícím domácím násilím, nebo také při přírodních, ekologických a humanitárních katastrofách a také při ochraně a zlepšování životního prostředí.

Dobrovolnictví má charakter svobodné volby, odměna není žádná, nebo je neočekávaná. Zákon č. 198/2002 Sb., o dobrovolnické službě v České republice stanovuje, že dobrovolníkem může být fyzická osoba starší 15 let, jedná-li se o dobrovolnické služby na území České republiky, a fyzická osoba starší 18 let, jde-li o provádění dobrovolnické služby v zahraničí.

V České republice působí od roku 1991 dobrovolnická organizace INEX, která nabízí dobrovolnické aktivity v České republice i v zahraničí. Dobrovolnické služby v této organizaci trvají v rozmezí dvou týdnů až jednoho roku (Kotíková, 2013, s. 115).

3.1.2 Golfový cestovní ruch

Golfový cestovní ruch je vysoce se rozmáhající specifická forma cestovního ruchu. Přibývá nejen počet hřišť po celém území České republiky, ale i počet hráčů, kteří se golfu aktivně věnují. Díky své nízké fyzické náročnosti je hra vhodná jak pro malé děti, tak i seniory. Golfové vybavení si lze na každou hru zapůjčit, a tak již není tradicí, že golf je určen pouze pro skupiny z vyšších vrstev.

Golfová turistika roste na oblibě a je brána jako velký business. Golfisté požadují mnohem více služeb a zboží, které uspokojí jejich potřeby. To způsobuje 2x vyšší denní útraty golfistů v destinaci, než útraty klasického turistu (Syrovátková SF, 2013, s. 50).

Mezi jedno z nejoblíbenějších golfových hřišť v Libereckém kraji patří bezesporu Ypsilon Golf Resort, který se nachází nedaleko přehrady Fojtka. Hřiště bylo již dvakrát oceněno nejlepším hřištěm roku v České republice. Atmosféru mu dodává především krásná příroda s velmi dobrou dopravní dostupností. V areálu se nachází moderní clubhouse s restaurací, recepcí, obchodem zaměřeným na golfové vybavení a šatnami pro hráče.

Ranč Malevil, Liberec-Machnín, Golfové hřiště Ještěd, nebo Golf Club Harrachov patří mezi další oblíbená golfová hřiště v Libereckém kraji (Syrovátková LB, 2011, s. 139).

3.1.3 Zdravotní cestovní ruch

Zdravotní cestovní ruch lze definovat jako cestování a pobyt osob v místě mimo jejich trvalé bydliště za účelem návštěvy lékařského střediska a provedení léčebného zákroku, nebo léčebné péče (Kotíková, 2013, s. 56).

V České republice jsou pro tuto formu cestovního ruchu velmi dobré podmínky. Pacienti navštěvují česká lékařská střediska nejen z důvodu nízkých cen, vysoké úrovně léčebné péče, vysoce kvalifikovaného personálu a moderního přístrojového vybavení, ale také díky dlouhodobé tradici lázeňské léčby. Česká republika má velmi dobré předpoklady pro vývoj zdravotního cestovního ruchu, neboť je srdcem Evropy, má zkušené lékařské týmy i vstřícný personál.

Mezi oblíbené estetické zákroky v České republice patří zvětšení prsou, neboli augmentace a plastické operace břicha. Turisté přijíždějí do České republiky také kvůli kosmetické chirurgii, obezitologickým zákrokům, nebo za léčbou neplodnosti (Kotíková, 2013, s. 62).

V roce 2011 vytvořila Česká centrála cestovního ruchu - CzechTourism ve spolupráci s Ministerstvem zdravotnictví Průvodce zdravotním cestovním ruchem v České republice určeným pro turisty ze zahraničí. Medical Tourism Guide Czech Republic je zpřístupněn na internetu a je k dispozici v anglickém, německém a ruském jazyce (Kotíková, 2013, s. 63).

3.1.4 Udržitelný cestovní ruch

„Udržitelný rozvoj cestovního ruchu lze definovat jako takový, který zabezpečuje zajištění současných a budoucích potřeb účastníků cestovního ruchu a přitom pomáhá rozvoji území. S přihlédnutím k šetrnému využívání přírodních a kulturních hodnot vede k dlouhodobé prosperitě dané oblasti.“

Cestovní ruch v posledních letech zaznamenal velký rozvoj ve vyspělých zemích současně s růstem životní úrovně a upozornil tak na nutnost řešení otázky jeho trvalé udržitelnosti (Czechtourism, © 2018).

Požadavkem na cestovní ruch je vyváženost těchto tří aspektů:

- ochrana životního prostředí,
- přínos pro lidskou společnost,
- stabilní ekonomický růst.

Výše uvedené aspekty jsou brány v potaz a profesionálové se snaží na tyto požadavky reagovat. Vznikají „zelené“ stánky na veletrzích cestovního ruchu, nabídky dovolené na ekostaticích, návštěvy v národních parcích, pozorování zvířat a ptáků, nebo cesty za folklórem (Burian, © 2010).

3.1.5 Bosá turistika

Jedná se o zcela novou formu cestovního ruchu, která je součástí pěší turistiky a je provozována naboso. V rámci bosé turistiky se pořádají hromadné akce, jako jsou výlety, dílny naboso, nebo akce pro děti. Od roku 2013 působí v České republice spolek Bosá turistika, z. s., který zažívá rostoucí boom. Poskytují a provozují mobilní bosé uličky, projektují a staví bosé stezky a organizují bosé výlety. V roce 2017 evidovali již 2 300 zájemců o tento druh turistiky. Také jako první zpřístupnili firewalking pro veřejnost,

což je chůze naboso po žhavých uhlících a glasswalking, což představuje chůzi naboso po střepech (Bosá turistika, © 2018).

3.1.6 Pivní turistika

Pivní turistika je nová, dynamicky se rozvíjející forma zážitkového gastronomického cestovního ruchu, která motivuje účastníky k vyhledávání nových zážitků. Národní nápoj pivo představuje hlavní podnět při poznávání míst spojených s pivním cestovním ruchem. Účastníci cestovního ruchu navštěvují zejména pivovary. V Libereckém kraji lze uvést Minipivovar Novosad v Harrachově. Populární jsou také pivní akce, nebo pivovarská muzea. Za návštěvu stojí Pivovarské muzeum v Plzni, nebo Muzeum v Broumově. Na oblibě nabírají pivní lázně, které nabízí teplé kádě s pivem a pivovarskými kvasnicemi, nebo masáže krku a šíje. Milovníci piva ocení kurzy vaření tohoto nápoje, kterých se lze zúčastnit třeba v Minipivovaru u Medvídků v Praze. Za účelem společné propagace pivovarnictví jsou budovány pivní stezky, které propojují místa s pivní tematikou a stávají se velmi oblíbenými. Lze jmenovat například Pivní stezku Petra Bezruče v Jihomoravském kraji (Pivní turistika, © 2018).

3.1.7 Plyšový cestovní ruch

Jedná se o novou formu cestovního ruchu, která umožňuje plyšovým hračkám výlet do zahraničí. V Praze v roce 2010 vznikla cestovní kancelář Toy traveling s.r.o., která organizuje zájezdy zahraničních plyšáků do Prahy. V budoucnosti společnost plánuje rozšířit svoji nabídku o další evropské metropole jako je Bratislava, Berlín, či Mnichov. Případný zájemce objedná vybraný zájezd, zaplatí a odešle svého plyšáka do Prahy či do jiného města z uvedené nabídky. Ve vybrané metropoli ho zaměstnanci firmy vyfotí s nejvýznamnějšími památkami města a nafocené snímky odešlou majiteli na e-mail. Cestovní kancelář také pořádá obědy plyšáků, a tak by vlastník plyšáka měl v přihlášce uvést, zda jeho plyšová hračka může jíst maso či pít alkohol, aby nebyla vyfocena s nějakou nevhodnou potravinou. Firma se zaměřuje na nejbohatší světové státy jako je USA, Japonsko, Německo či Velká Británie, kde jsou plyšové hračky v oblibě a klienti mají dostatek peněz na tyto netradiční zážitky (Tomanová, © 2010).

3.2 Nové trendy specifických forem cestovního ruchu v Evropě a ve světě

Svět je velmi široký pojem a sčítá nespočet specifických forem cestovního ruchu, které jsou hojně využívány turisty z celého světa. Kapitola představuje nové trendy specifických forem, které se vyskytují v Evropě a ve světě.

3.2.1 Svatební cestovní ruch

Svatební cestovní ruch představuje přípravu a realizaci speciálních produktů a služeb, které jsou spojené s realizací uzavření sňatku, svatbou, zasnoubením, oslavou výročí sňatku, nebo novomanželské dovolené. Česká republika není příliš vnímána jako lokalita pro novomanželskou dovolenou, páry zde především uzavírají manželství.

Mezi turisticky atraktivní lokality lze zahrnout Mauritius, Maledivy, nebo Seychely. Ve velké míře se jedná o komorní svatby, kdy je přítomen pouze ženich a nevěsta, kteří mají obřad na speciálně vyzdobené pláži, v prostředí romantických zámků a hradů, nebo na jiných turisticky atraktivních místech a tráví v dané lokaci i líbánky.

Organizované svatební cesty do zahraničí pořádají specializované agentury, nebo cestovní kanceláře, které musí splnit řadu podmínek, které jsou nutné k tomu, aby uzavření sňatku bylo platné. Při výběru destinace jsou pro novomanžele rozhodující spíše přírodní podmínky než předpoklady kulturně historické (Kotíková, 2013, s. 125).

3.2.2 Couchsurfing

Couchsurfing je unikátní internetová služba, která byla spuštěna 1. ledna 2004. Jedná se o službu, která poskytuje lidem ubytování kdekoli na světě zcela zdarma. Služba je vyhledávána turisty z celého světa, kteří mají omezený rozpočet a standardní formy noclehu jsou pro ně nedostupné, ale také těmi kdo kromě konkrétní země touží poznat i místní kulturu a obyvatele. Zájemce o ubytování či o poskytování ubytování musí být na portálu zaregistrovaný, je ověřováno jeho reálné bydliště společně s ověřením kreditní či debetní karty, z které je stržen poplatek a nutností je také fotografie. Ačkoliv stoprocentní bezpečnost služby nemůže být nikdy zaručena, couchsurfing se blíží hranici 100 procent. Je to dáno tím, že registraci podporuje i možnost přihlášení se přes Facebook, která snižuje možnost případné anonymity (Couchsurfing.cz, © 2018).

3.2.3 Filmový cestovní ruch

„Filmový turismus zahrnuje cestovní ruch, jehož hlavním motivem je návštěva míst, se kterými je spjatý určitý film či jiné audiovizuální dílo, nebo návštěva atraktivit a událostí, které se vztahují k filmu, seriálu či jiným obdobným audiovizuálním dílům“ (Kotíková, 2013, s. 132).

Filmový cestovní ruch je pojem, který zahrnuje mnoho aktivit. Turisté jezdí do dané země za návštěvou lokality zobrazené ve filmu, prohlídkou filmového studia i za sledováním právě probíhajícího natáčení. Navštěvují také filmové festivaly, nebo slavnostní ceremoniály udílení televizních či filmových cen. Populární jsou atraktivity spojené s filmem. Jedná se o tématické zábavné parky, které nabízí návštěvníkům řadu atrakcí, ubytovacích či stravovacích služeb. Lze uvést síť zábavných parků Disneyland, nebo specializovaný Film Industrial Park v Číně (Kotíková, 2013, s. 133).

Mezi nejznámější světové filmové lokality patří bezesporu Nový Zéland, kde se natáčela trilogie Pán Prstenů v letech 2001, 2002 a 2003 a též trilogie Hobit, která byla zfilmována v letech 2012, 2013 a 2014. Další populární filmovou lokací je Velká Británie, kde vznikaly filmy ze série Harry Potter. Oblíbenou filmovou destinací mezi zahraničními filmaři je také Maroko, kde se natáčel film Diktátor, nebo Itálie kde vznikal seriál Hra o trůny (Šumpík, © 2017).

Mezi zajímavá filmová místa v České republice lze zahrnout Náměstí v Úštěku, kde se točil film Kolja, zámek Průhonice, kde vznikala pohádka S čerty nejsou žerty, nebo Hrad Bouzov, kde se natáčela pohádka O princezně Jasněnce a létajícím ševci (Klevar, © 2012). Velmi oblíbeným českým zámekem pro filmování je zámek Sychrov, kde se natáčelo nespočet pohádek. Mezi nejznámější patří Zlatovláska, Kočičí princ, Nesmrtelná teta a Nejkrásnější hádanka (Creative Commons, © 2018).

V roce 2016 byla Filmová kancelář Liberec uznána za efektivitu a rychlost při spolupráci se zahraničními filmaři. Lokační manažeři si nemohli vynachválit vstřícnost a spolupráci, kterou jim Liberec při natáčení nabízel. Město mělo například tu čest podílet se na natáčení čínského seriálu Last Visa, nebo pilotního dílu pro seriál Spark americké stanice BBC (Kodymová, © 2016).

3.2.4 Cestovní ruch na severním a jižním pólu

Jedná se o neobvyklou formu cestovního ruchu, jehož cílem je cesta na severní či jižní pól. V České republice je možné zakoupit čtyři zájezdy do těchto krajín, mezi které se řadí:

- zájezd ledoborcem na severní pól,
- dobytí severního pólu na běžkách,
- zájezd lodí do Antarktidy,
- dobytí jižního pólu na běžkách.

Zájezd ledoborcem na severní pól se koná pouze jednou ročně vždy v červenci, protože je nejtenčí led a zájemci za něj zaplatí 550 tisíc Kč. Zájezdu se může zúčastnit 100 lidí z různých koutů světa a trvá 16 dní. Plavbu si dosud zaplatilo 20 Čechů.

Zájezdu dobytí severního pólu na běžkách se zúčastnilo již 10 Čechů. Cena je 669 tisíc Kč a zájezd má délku 8 dní. Zatímco turisté postupují krajinou na běžkách, tak cestovní kancelář zajišťuje přepravu jejich zavazadel vrtulníkem do místa určení, kde účastníci přespí a další den se vydají na jiné místo.

Přibližně 100 Čechů se již zúčastnilo zájezdu do Antarktidy, který trvá 18 dní a cena se pohybuje od 230 tisíc Kč na osobu. Skupina mezinárodních turistů pluje z jižního cípu Jižní Ameriky do Antarktidy a poznává krásy přírody.

Nejdražší z výše nabízených zájezdů je dobytí jižního pólu na běžkách, který stojí rekordních 1 200 000 Kč a trvá 20 dní. Tohoto typu zájezdů se zatím nikdo z České republiky nezúčastnil (Travel Digest, © 2018).

3.2.5 Nahý turismus

Nahý turismus je zcela nová forma cestovního ruchu, kvůli které jsou účastníci ochotni vycestovat do zahraničí za památkami. Její podstatou je vyfotit se svlečený donaha u nějaké kulturní, či historické památky a poté fotku sdílet na sociálních sítích. Jedná se doslova o fenomén, který zaplavil internet mnoha fotkami svlečených lidí a někteří sdílejí dokonce i videa. Mezi turisty je nejvíce oblíbené Machu Picchu v Peru, což se ale nelíbí peruánské policii, která v roce 2014 vyhlásila, že hodlá všechny obnažující se turisty na Machu Picchu oznamovat ambasádám jejich zemí (TV Nova, © 2014).

V České republice jsou obdobou nahého turismu nově poměrně oblíbené naturistické vycházky do lesa. Jedná se o aktivitu, která naháčům zpříjemňuje pobyt v lesních porostech, nebo u rybníků. Jelikož naturisty nenaplnuje polehávat na pláži a užívat si slunce, jednoduše vyrazí třeba na houby, nebo sbírat borůvky. Při svých cestách se však snaží nikoho nepotkat a nechodit po lesní cestě. První organizovaný sedmnáctikilometrový pochod naturistů se konal v roce 2009 v Posázaví a kvůli nepřízní počasí se ho účastnilo pouze osm osob (TV Nova, © 2010).

3.2.6 Plogging

Severské Švédsko jde s dobou a zrodila se tam zcela nová aktivita, která je nazývána Plogging. Jedná se o kombinaci běhu a sbírání odpadků, které vedou k péči o naši planetu. Trend vede obyvatele k tomu, aby šli s dobou a chránili životní prostředí. Najdou se i tací, kteří cestují do zemí za účelem sbírání odpadků. Trend se postupně rozšiřuje i do dalších zemí Evropy i do Spojených států, nicméně obzvláště v severských státech se jedná o veliký trend, existuje tam mnoho zahraničních stránek a plogging je vnímán za téměř profesionální sport. Název je odvozen od známého anglického slovíčka jogging (běh pro zdraví) a švédského plocka upp (sběr). K aktivitě není nutné žádné špičkové vybavení, běžci si postačí pouze se starším batohem, do kterého vloží igelitku, nebo pytel na odpadky. Na sběr jsou poté potřeba zahrádkářské, nebo gumové rukavice (Sehnálková, © 2018).

Na Islandu lze v ulicích poblíž prezidentského sídla zahlédnout, jak běhá a sbírá odpadky hlava státu. Prezident Islandu je velkým podporovatelem sportu a životní prostředí mu není lhostejné. Ploggeři si zpestřují trénink tím, že se pro smetí ohýbají, tzv. udělají dřep a posilují tím i jiné svaly (Musálková, © 2018).

3.2.7 Cestování do zelených hotelů

Již několik let je častým světovým tématem a fenoménem ohleduplnost k životnímu prostředí, jak by se lidé měli chovat ekologicky, jak třídit plasty, jak nezatěžovat přírodu, zkrátka jak vsadit na „zelenou“. Tohoto všeobecného trendu, ekologického rozvoje a zájmu populace se uchopily hotely, které chtějí vybočovat a být „zelené“. Ekohotel je označení pro ubytovací zařízení vlastníci evropský certifikát „The Flower“, nebo domácí českou značku „Ekologicky šetrná služba“. Grantem obou značek je Ministerstvo životního prostředí.

Zelené hotely šetří energiemi, mají vhodnou tepelnou izolaci, utěsněná okna, automatické vypínací systémy světla a tepla, úsporné osvětlovací prostředky i průtoková zařízení, programovatelné nastavení oběhu topení i klimatizace a třídí odpad. Také personál by se měl chovat ekologicky. Měl by správně dávkovat čisticí prostředky, efektivně nakládat s vodou, odpady a energiemi. Ekologičtí hosté, kteří vyhledávají pro své konference a pobyty zelené hotely, sami dodržují dané zásady. Nepožadují nové ručníky a povlečení každý den, nesprchují se příliš dlouho a nepoužívají mnoho šamponu a mýdla.

Ve světě je již velká řada ekologických hotelů. Nejedná se pouze o luxusní stavby, ale také o prosté, konzervativní a zážitkové budovy. Lze zmínit například ekohotel Hangaroa na Velikonočním ostrově, který je vyroben z přírodních materiálů, větví, vulkanické horniny a hlíny. V severoaustralském regionu Cairns se lze ubytovat v ojedinělém ekohotelu Canopy Treehouses, kde se šest přírodních přístřešků ukrývá v korunách stromů. Ve švýcarských Alpách lze najít místo zvané White Pod, nebo-li patnáct iglů, které se rozkládají po nedotčené přírodě a v hotelu se topí pouze dřevem.

V České republice jsou pouze čtyři hotely, které splňují náročná kritéria zeleného hotelu. Vůbec prvním ekohotelem na území České republiky byl hotel Adalbert v Praze, který ocenění získal v roce 2006. Hotel Chateau Mcely se může pyšnit titulem první ekologický pětihvězdičkový hotel v Evropské unii (Šulcová, © 2017).

4 Návrh a doporučení dalších specifických forem cestovního ruchu

Předmětem kapitoly je nastínění dalších možných specifických forem cestovního ruchu, které by mohly v návaznosti na dnešní vyspělý svět vzniknout v příštích letech. Mohl by se prosadit cestovní ruch youtuberů, jelikož Youtube se jako internetovému serveru dostává stále větší pozornosti především u mladší věkové kategorie, dále cestovní ruch s absencí virálního světa, kterým by se dalo utéct od reality a cestování a poznávání řemesel, což by mohly využít obzvláště rodiny s dětmi.

4.1 Cestovní ruch youtuberů

V dnešním moderním a technologicky vyspělém světě je trendem natáčet videa na portál Youtube a propagovat tak svoji tvorbu. Youtube je na vzestupu a člověk se nemůže divit, že videa populárních Youtuberů sledují děti už od brzkých dětských let, které mají též za sen natáčet videa a vyrovnat se tak svým vzorům. Děti, teenageři či dospělí nahrávají videa na internet o svém životě, prezentují svoji tvorbu, dokumentují své cesty do zahraničí a také dělají reklamu mnoha společnostem.

V souvislosti s tímto druhem umění by mohla vzniknout různě po světě specializovaná natáčení studia, kde by youtubeři měli k dispozici veškeré zařízení pro natáčení videí a mohli by tak zpěstit svoji tvorbu lepším vybavením, než které mají k dispozici. Studia by byla vybavena počítači, softboxy, kamerami, moderními designovými koutky či místnostmi pro odpočinek a editování videí. Zároveň by v každém studiu byla zřízena konferenční místnost, kde by se konaly přednášky pro širokou veřejnost, na kterých by Youtubeři přednášeli zkušenosti ze světa Youtube a vyprávěli o zážitcích z dané cesty do zahraničí.

V rámci této specifické formy cestovního ruchu by umělci navštěvovali danou metropoli, natáčeli report z cesty a následně ve studiu videa editovali a ukládali na svůj kanál. Adekvátní odměnou za reklamu danému Youtube studiu i navštívené destinaci by byl výjezd do zahraničí zdarma, který by byl proplácen různými zprostředkovateli, sponzory či osobami, které by marketing a provoz studií měli na starost. Hlavní myšlenkou

by bylo představit mladší, či starší, generaci různé kouty světa, danou kulturu, nebo zvyky a rozšířit povědomí o portálu Youtube a o studíech pro youtubery.

4.2 Cestovní ruch s absencí virálního světa

Jednalo by se o cestovní ruch na místa s absencí Wi-Fi připojení. Dnešní svět je ve znamení moderních technologií, chytrých telefonů i smart televizí, které lidé používají v každodenním životě a kolikrát se tyto přístroje neobejdou bez připojení k internetu. Velká část populace používá internet i několik hodin každý den, ale určitě se najde i pár výjimek, které tomuto trendu nepropadli. V současné době plné různých sociálních sítí, seznamovacích aplikací, či aktuálních novinek se téměř vyžaduje, aby měl občan datovou sim kartu. Operátoři nabízejí výhodnější tarify, zvyšují přenosovou rychlost internetu a zavádějí příznivější ceny. To vše přesvědčuje zákazníka ke koupi stále lepších tarifů s větším objemem dat.

Tato specifická forma cestovního ruchu by byla zaměřena na poznávání míst a krajin, kde by nebylo dostupné připojení k internetu, nebo by to majitelé zavrhovali. Mohlo by se jednat o kempy v přírodě, apartmány u moře, či horské boudy. Lidé by tak časem mohli uvítat tuto novou specifickou formu cestovního ruchu a poznávat destinace i bez přítomnosti internetu. Užívali by si daný okamžik a nepřemýšleli nad situací, zda si zrovna nepotřebují vyřídít e-mail, či přečíst žhavé novinky.

4.3 Cestování a poznávání řemesel

Svět jde bleskovou rychlostí kupředu a ač si to dnešní populace neuvědomuje, je potřeba učit děti dávným řemeslům, aby věděly, jak lidé dříve fungovaly a naučily se být pokornými. Po světě by mohly vzniknout pobočky, které by je učily starým řemeslům a zvyklostem. Jednalo by se o jednotnou koncepci, která by dětem představovala nejen řemesla, ale také zvyklosti, návyky a tradice daného státu. Rodiny by tak s dětmi cestovaly po světě, vyhledávaly tyto podniky a poznávaly kultury různých zemí. Česká republika by se mohla prezentovat například ukázkou tkalcovství, sklářství, hrnčířství, nebo mlynářství. Ukázala by cizincům tradice, které se zde dodržují, jako je lití olova, krájení jablka, nebo házení střevícem. Mohl by to být zajímavý nápad, jak ukázat lidem, kteří cestují do dané země i něco více než jen město, památky a přírodu.

5 Zážitkové agentury

Zážitkové agentury jsou v České republice stále více oblíbené a lze jich zde najít již několik desítek. Agentury nabízejí masáže a relaxační balíčky, zážitkové pobyty, sportovní a adrenalinové dovolené, zážitkové jízdy, nebo kulinářské dárky. Tato část práce se věnuje pěti vybraným zážitkovým agenturám, které působí na území České republiky. V dnešní době je již téměř samozřejmostí provozovat internetové stránky a informovat uživatele a potenciální kupující prostřednictvím webové platformy. Data byla čerpána z jednotlivých internetových stránek daných společností. Rozbor zahrnuje krátké představení konkrétní zážitkové agentury, její nabídku zážitků, zajímavosti, případná ocenění a úspěchy a také zážitky, které má firma nově ve své nabídce.

5.1 Allegria - Firma na zážitky s.r.o.

V nabídce společnosti jsou novinky, kterými lze překvapit přátele, rodinu, nebo blízké osoby. Za zmínku stojí například den na plachetnici s přespáním, soukromá lekce partnerské jógy, projížďka veteránem, vojenský výcvik ve střelbě, nebo večere v Tančícím domě v Praze (Firma na zážitky, © 2018b).

Na internetových stránkách společnosti je k dispozici mnoho kategorií zážitků, které si klient může zvolit podle ceny, příležitosti, typu zážitku, lokality, nebo podle pohlaví. Mezi základní kategorie a ukázky zážitků patří:

- **eurovíkendy** - evropská města pro dva,
- **adrenalinové zážitky** - vodní lyžování, tandemový seskok, paintball,
- **masáže a wellness** - pobytový zážitek vinař, bambusová masáž,
- **zážitkové jízdy** - jízda Hummerem, jízda ve Ferrari 488 Spider,
- **hobby a zážitky se zvířátky** - putování na koních, seznámení s šelmami,
- **gurmánské zážitky** - degustace a pražení kávy, zámecké menu s odpočinkem,
- **letecké zážitky** - let balónem, vyhlídkový let vrtulníkem,
- **zážitkové pobyty** - relaxační pobyt v lázních, pobyt na plachetnici.

Zážitky lze koupit na třech prodejních místech v Praze, kde je možno platit hotově, nebo platební kartou. Prodejny se nachází v Obchodním centru Černý Most, v Obchodním centru Chodov a v Obchodním centru Nový Smíchov (Firma na zážitky, © 2018a).

V roce 2006 podnik vyhrál soutěž Živnostník roku a díky popularitě byl nucen zařídit první kanceláře a hledat nové lidi do klientského centra. V té době se firmě dařilo a získala mnoho ocenění, například Objev Marketéra roku, Začínající podnikatel Ernst&Young, finalista Podnikatele roku a další. Roku 2008 začali spolupracovat s mediální skupinou Media Bohemia, kteří jsou jejich současnými investory a společníky. V současné době nabízí společnost přibližně 1 000 zážitků, zaměstnává 20 lidí a má více než 250 000 spokojených zákazníků (Firma na zážitky, © 2018c).

5.2 Esennce, s.r.o.

Společnost Esennce, s.r.o. je stabilní česká společnost, která funguje již 10 let. Jedná se o přední a nejstarší firmu v tomto oboru, která pomáhá realizovat klientské představy. Klade důraz na kvalitu, profesionalitu, osobní přístup a také péči o zákazníky. Firma se stala již několikrát vítězem nejprestižnější soutěže českého internetu ShopRoku a to konkrétně v letech 2009, 2010, 2011, 2012 a 2015 v kategorii Dárky a zážitky. Společnost je držitelem certifikátu „Ověřeno zákazníky“ a je také aktivním členem Asociace provozovatelů elektronické komerce (APEK). V roce 2009 získala jako první zážitková agentura certifikát APEK Certifikovaný obchod a od roku 2010 je držitelem certifikátu Garance nákupu (Esennce, © 2018b).

Zážitky lze koupit přímo v provozovně společnosti na Praze 8. Na pobočce je možné platit v hotovosti, nebo nabízejí možnost vyzvednout si objednávku a zaplatit až v pohodlí domova bankovním převodem. Platební kartu neakceptují. Pod projektem Zásilkovna.cz společnost nabízí doručení objednávky na smluvní výdejní místa, kterých je v České republice a na Slovensku několik stovek. Zákazníci tak mají možnost vyzvednout si zásilku přímo v místě svého bydliště (Esennce, © 2018d).

Firma nabízí tyto kategorie zážitků:

- **adrenalin** - indoor surfing, zorbing,
- **auto-moto** - škola smyku, tankodrom,

- **vzduch** - let větroněm, pilotem na zkoušku,
- **zážitkové pobyty** - víkend s golfem, víkend na jachtě,
- **relaxace a masáže** - pivní lázně, těhotenský kurz,
- **gurmán** - kurzy vaření pro děti, pravá středověká hostina,
- **hobby** - malování keramiky, taneční pro dospělé,
- **sport** - ponor na zkoušku, lezení - individuální kurz,
- **firmy a skupiny** - pivní teambuilding, firemní potápění.

Firma se snaží zdokonalovat a vymýšlet stále nové zážitky. Mezi ty nejnovější patří například jízda ve formuli na okruhu, jízda v Ariel Atom na okruhu, masáž na přání, adrenalinová jízda v buggy, nebo jetpack - tryskový batoh (Esennce, © 2018a).

5.3 Eldorado - Zážitková agentura s.r.o.

Společnost vznikla v roce 2006. Zakládá si na osobním přístupu k zákazníkům a jako jediná zážitková agentura v České republice nabízí i zážitek na přání (Eldorado, © 2018b).

Podnik sídlí v Kostelci na Hané a nabízí možnost vyzvednutí objednávky přímo na jejich pobočce, nebo prostřednictvím kurýrních služeb. Zážitek lze v případě zaslání zaplatit dobírkou, nebo bankovním převodem (Eldorado, © 2018a).

Server nabízí tyto kategorie zážitků:

- **adrenalinové dárky** - simulátor ponorky, skákací boty,
- **zdraví a krása** - thajská masáž, čokoládový balíček,
- **romantické dárky** - noc na vysílači Praděd, noc ve Mlýně,
- **staňte se** - chovatelem šelem, hercem na okamžik,
- **kulinářské dárky** - barmanský kurz, vaření s šéfkuchařem,
- **cestování** - fotbalové zápasy, segway,
- **extrémní dárky** - kurz přežití, auto demolice.

Na webových stránkách společnosti lze nalézt několik novinek, které určitě stojí za vyzkoušení. Mezi ty nejnovější se řadí například kurz kovářství, surfování na řece, dojení krav, degustační menu na kozí farmě, nebo akrobatický let ve speciálu Christen Eagle (Eldorado, © 2018c).

5.4 Dej to nej, s.r.o.

Společnost byla založena v Praze v roce 2005 s původním názvem ClientCare s.r.o. a v roce 2010 byla přejmenována na DejToNej s.r.o. Firma se již 6 let zabývá organizací zábavných zážitkových akcí. Nabízí profesionální servis a také milý a individuální přístup, kreativitu a spolehlivost. V současné době může zájemce vybírat z více než 350 zážitků řazených do tematických kategorií. Během roku společnost také připravuje nejoblíbenější dárky k různým významným příležitostem, jako jsou vánoční dárky, nebo svatební dary (Dejtonej.cz zážitky, © 2018b).

Zážitky je možné vyzvednout osobně v provozovně společnosti, nebo si je nechat zaslat kurýrní službou. V případě osobního vyzvednutí lze platit hotově, nebo bankovním převodem. Pokud zákazník zvolí kurýrní službu je možné platit dobírkou, nebo bankovním převodem (Dejtonej.cz zážitky, © 2018c).

Na internetových stránkách dejtonej.cz lze pro snadné hledání zážitků použít filtr hledání podle ceny a hledání podle regionu. Nabídka firmy je následující:

- **adrenalinové zážitky** - únos komandem, jízda na sněžném skútru,
- **ulítlýý** - dojení kraviček, pasáček ovcí,
- **gurmánské zážitky** - piknik v zámeckém parku, sommelierský kurz,
- **romantické zážitky** - jízda v limuzíně, romantická večeře v Žižkovské věži,
- **auto-moto** - simulátor formule 1, zážitková jízda Lamborghini,
- **speciální zážitky** - interiérový designér, samurajský kurz,
- **letecké zážitky** - parašutistický výcvik, akrobatický let,
- **krása** - škola líčení, úklid šatníku stylistkou.

Mezi nové zážitky, které firma nabízí na svém serveru se řadí například psí spřežení Špindlerův Mlýn, osobní báseň dle zadání, skidiving - létání ve větrném tunelu, zážitkový kurz první pomoci, nebo sebeobrana pro ženy (Dejtonej.cz zážitky, © 2018e).

5.5 Adrop s.r.o.

V roce 2005 firma odstartovala své podnikání jako jedna ze tří firem v tomto novém oboru v České republice. Roku 2007 se usadila i na slovenském trhu, kde patří k nejvýznamnějším prodejcům v tomto druhu podnikání. Společnost získala díky hodnocení spokojených zákazníků ocenění vítěz ShopRoku 2011 na Slovensku a finalista ShopRoku 2011 a 2012 v kategorii dárky a zážitky v ČR. Kvůli zapamatovatelnosti přejmenoval podnik roku 2013 stránky z domény adrenalinove-darkey.cz na kratší a jednodušší adrop.cz. Rok 2018 byl pro firmu zlomový, neboť se rozhodli zaměřovat se na zážitkové dárky pro chlapy a vytrhávat je tak z každodenního stereotypu. Firma sídlí v Liberci a zaměstnává více než 10 lidí (Adrop, © 2018a).

Klient si může svojí objednávku vyzvednout osobně na prodejně v Liberci, nechat zaslat prostřednictvím zásilkové služby PPL, nebo nechat doručit na jedno ze 70ti výdejních míst po celé České republice a Slovensku prostřednictvím Zásilkovny (Adrop, © 2018f). Na pobočce lze platit kartou, hotově, nebo Šeky Chéque Déjeuner. V případě zaslání může zákazník zásilku zaplatit platební kartou, dobírkou, nebo bankovním převodem (Adrop, © 2018g).

Server adrop.cz nabízí následující kategorie zážitků:

- **auto-moto** - autocross jízda, jízda v obrněném transportéru,
- **vzduch** - adrenalinový let vrtulníkem, romantický let letadlem,
- **pobyty a relaxace** - farmářem na jeden den, čokoládová masáž,
- **adrenalin** - surfování na umělé vlně, kurz sebeobrany,
- **netradiční** - detektivní úniková hra, výuka lyžování,
- **sport** - trénink s boxerským šampionem, badminton s Petrem Koukalem,
- **gurmán** - ochutnávka rumů, kurz přípravy steaků a masa,
- **pánská jízda** - ochutnávka whisky, beerbike jízda,
- **pivní zážitky** - kurz vaření piva, cyklovíkend po minipivovarech Šluknovska.

Také firma Adrop s.r.o. nabízí pro své klienty nové zážitky, které vyzkoušeli na vlastní kůži a přidali je na portál v poslední době. Lze zmínit například vinařskou únikovou hru, jízdu v elektromobilu Tesla, kurz latte art, včelařem na zkoušku, nebo školu smyku v Mustangu (Adrop, © 2018e).

5.6 Porovnání „nej“ zážitků

Níže uvedená tabulka 2 ukazuje srovnání jednotlivých firem a jejich nejlevnějších, nejdražších a nejprodávanějších zážitků. Nejlevnější zážitek nabízí firma Adrop s.r.o., která má v nabídce Paddleboarding na klidné vodě za 100 Kč na 1 hodinu pro 1 osobu. Zájemce si může připlatit také za Paddleboarding na řece pro jednu osobu za 349 Kč na 4 hodiny, nebo za Paddleboarding na řece pro 2 osoby za 499 Kč na 4 hodiny. Jedná se o speciální prkno, na které si stačí stoupnout a nechat se unášet proudem, případně zabírat pomocí pádla (Adrop, © 2018b). Druhý nejlevnější zážitek nabízí firma Allegria s.r.o., která je součástí projektu Dejme dětem šanci a prodává emoční zážitek, který pomůže jedincům z dětských domovů splnit si své potřeby a sny. Peníze jsou využívány na nákup studijních pomůcek, sportovních či výtvarných potřeb, hudebních nástrojů, nebo zdravotních pomůcek. Zážitek má tři cenové relace, 200 Kč, 500 Kč a 1 000 Kč. Záleží tak na každém jedinci, kolik je ochotný přispět (Firma na zážitky, © 2018d).

Nejdražší zážitek lze zakoupit též u firmy Adrop s.r.o. a bude stát neuvěřitelných 67 590 Kč. Tolik zaplatí zájemce za potápění se žraloky v zahraničí. Lokality se můžou měnit, a tak je vhodné před pořízením zážitku kontaktovat danou společnost a zjistit si aktuální informace. Nejčastějšími destinacemi jsou Bahamy, Galapágy, Jihoafrická republika a Nový Zéland. V ceně jsou zahrnuty letenky do cílové destinace, ubytování včetně stravy a ponory. Účastník tohoto výletu si musí připlatit za potápěčskou výstroj a pojištění (Adrop, © 2018c). Druhý nejdražší zážitek poskytuje společnost DejToNej s.r.o., která na svých internetových stránkách nabízí výstup na Mont Blanc. Výstup trvá 3 dny za dozoru akreditovaného horského vůdce IFMGA. Licenci IFMGA vlastní pouze člověk s nejvyšší kvalifikací na světě pro vedení lidí v horách. Zážitek zahrnuje 2 noci na nejvýše položené horské chatě ve výšce 3 613 m s polopenzí, permanentku na lanovky, celodenní péči horského vůdce a vybavení pro zdolávání horských masivů (např. cepín). Klient si musí připlatit za dopravu na místo konání akce a pojištění. Podmínkou je vlastnit kvalitní boty pro horské túry a teplé oblečení. Samozřejmostí je také dobrý zdravotní stav a fyzická kondice (Dejtonej.cz zážitky, © 2018d).

Nejprodávanějším zážitkem společnosti Allegria a Adrop je větrný tunel, neboli indoor skydiving. Jedná se o let v letové komoře o průměru 4,3 m a rychlosti až 270 km/hod pod dohledem zkušeného instruktora. Cena 1 500 Kč na 3 minuty zahrnuje instruktáž od kvalifikovaných instruktorů a zapůjčení ochranného oblečení (Adrop, © 2018d).

Víkend v pivních lázních Plzeň je nejlépe prodávaným zážitkem společnosti Esennce. Cena zahrnuje pobyt pro 2 osoby, ubytování v čtyřhvězdičkovém pokoji se snídaní na 1 noc, pivní koupel v dřevěné kádi na 20 minut, neomezenou konzumaci piva během procedury a relaxaci na lůžku po dobu 20 minut. Pivní lázeň obsahuje černé pivo, kvasnice, světlou mladinu, rozemletý slad a chmel. Pivovar disponuje vlastní studnou, z které pochází železitá a minerální voda. Lidé trpící vysokým krevním tlakem, křečovými žilami, nebo srdečními chorobami by se měli o vhodnosti tohoto zážitku poradit se svým lékařem (Esennce, © 2018c).

Zážitková agentura DejToNej uvádí jako svůj nejprodávanější zážitek bagrování na přání. Cena zahrnuje seznámení s bagrem, zaškolení účastníka po dobu 15 minut a samotné bagrování, na které je vyhrazena 1 hodina. Případný zájemce musí vlastnit řidičské oprávnění skupiny B a občanský průkaz. Minimální věk účastníka je 18 let. Kromě tuhých mrazů je bagrování vhodné po celý rok (Dejtonej.cz zážitky, © 2018a).

Tab. 2: Porovnání nej zážitků zážitkových agentur v roce 2018

Firma	Zážitek		
	Nejlevnější	Nejdražší	Nejprodávanější
Allegría	Přání dětí z dětských domovů 200 Kč	Řízení bojového tanku 33 000 Kč/3 hodiny	Indoor skydiving 1 500 Kč/3 minuty
Esennce	Drbání zad 700 Kč/15 minut	Řízení tanku T55 25 999 Kč/30 minut	Víkend v pivních lázních 3 990 Kč
Eldorado	Skákací boty 790 Kč/2 hodiny	Řízení bojového tanku 34 990 Kč/60 min	Nezodpovězeno
DejToNej	Pivní muzeum s degustací piva 500 Kč/dle domluvy	Výstup na Mont Blanc 47 850 Kč/3 dny	Bagrování 1 990 Kč/1 hodina
Adrop	Paddleboarding 100 Kč/1 hodina	Potápění se žraloky 67 590 Kč	Větrný tunel 1 500 Kč/3 minuty

Zdroj: vlastní zpracování

6 Dotazníkové šetření

Poslední kapitola bakalářské práce se věnuje dotazníkovému šetření, který byl vytvořený na internetovém portálu Survio.cz. Zkoumáno bylo povědomí mladých lidí o zážitkových agenturách působících v České republice a také jejich zájem o zážitkové aktivity. Odpovědi byly shromažďované převážně v měsíci březnu roku 2018 a měsíci únoru roku 2019. Dotazník byl šířen na sociálních sítích prostřednictvím přímého online odkazu mezi vrstevníky.

V rámci dotazníkového šetření byly stanoveny výzkumné otázky, které by měly být potvrzeny či vyvráceny. Jedná se následující hypotézy:

1. alespoň 70 % dotazovaných se v minulosti zúčastnilo nějakého zážitkového pobytu, výletu, nebo víkendu,
2. minimálně 1/3 respondentů zná nějakou zážitkovou agenturu působící na území České republiky a zároveň již jejich služeb využila.

6.1 Vymezení výzkumného souboru

Práce se zaměřuje na mladší věkovou kategorii do 40ti let, neboť zejména mladí lidé a rodiny s dětmi chtějí trávit volný čas aktivně. Mladší generace je denním uživatelem sociálních sítí, sleduje nové trendy, chce vyzkoušet nové aktivity a nebrání se nevšedním zážitkům, které jsou příjemným zpestřením volného dne.

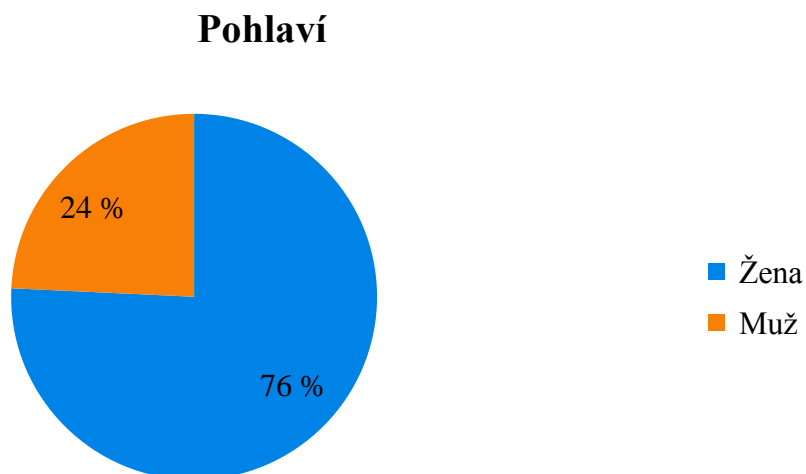
6.2 Vyhodnocení dotazníkového šetření

Dotazníkového šetření se zúčastnilo 202 osob, které odpovídaly na 16 otázek týkajících se zážitkového cestovního ruchu. Přesně polovina respondentů strávila nad vyplňováním otázek mezi 2-5 minutami a návratnost dotazníku činila 72 %. Otázky použité k výzkumu, byly otevřené i uzavřené s možností zvolit jednu odpověď, nebo více odpovědí. První tři otázky identifikovaly respondenty podle pohlaví, věku a dosaženého vzdělání, další se poté věnovaly dané problematice.

Otázka č. 1

Jaké je Vaše pohlaví?

První otázka rozdělila účastníky do dvou skupin. Na první pohled je patrné, že dotazník vyplňovaly převážně ženy, kterých bylo 153. Dotazníkového šetření se zúčastnilo pouze 49 mužů.



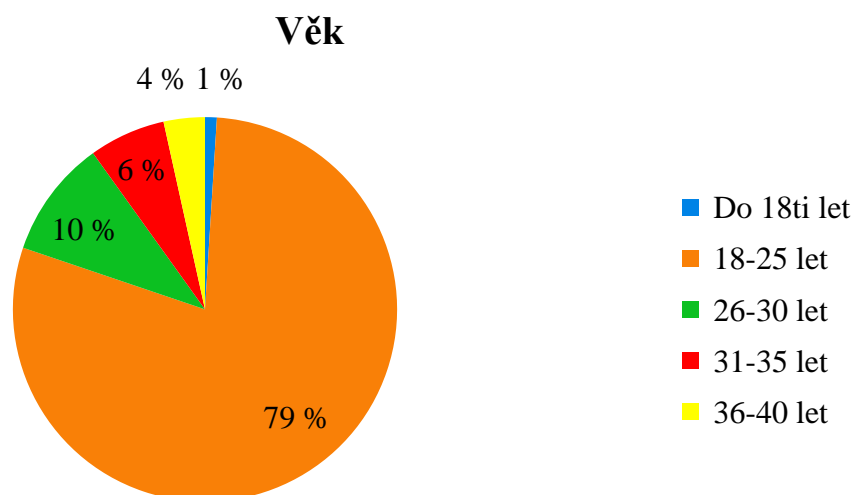
Obr. 1: Pohlaví

Zdroj: vlastní zpracování

Otázka č. 2

Jaký je Váš věk?

Dotazník byl šířen převážně mezi vrstevníky, a tak není překvapením, že nejvíce zúčastněných osob (160) bylo ve věku 18-25 let. Pouze 2 osoby byly mladší 18 let. Druhou nejvíce zastoupenou věkovou skupinou byly osoby starší 26 let a mladší 30 let. Ve věku 31-35 let se průzkumu zúčastnilo 13 osob. Pouze 7 odpovědí obsahovalo věk mezi 36-40 lety.

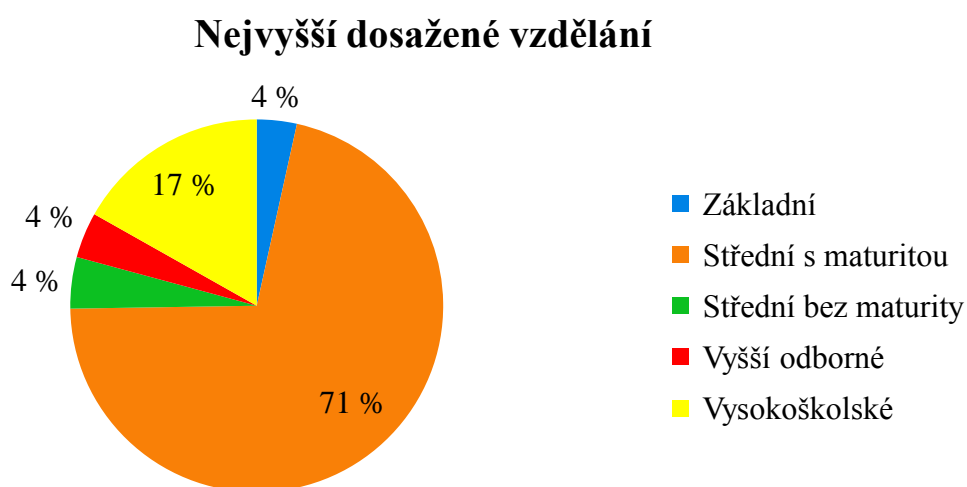


Obr. 2: Věk
Zdroj: vlastní zpracování

Otázka č. 3

Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?

Jelikož se dotazníku zúčastnila celá řada studentů Technické univerzity v Liberci, je předurčeno, že velká většina dotazovaných bude mít momentálně dokončenou střední školu s maturitou a to 144 osob. Z obrázku č. 3 lze vyčíst, že 34 respondentů již má vysokoškolský diplom. Střední školu bez maturity absolvovalo 9 účastníků. Vyšší odborné vzdělání má 8 osob a pouze základní školu dokončilo 7 respondentů.



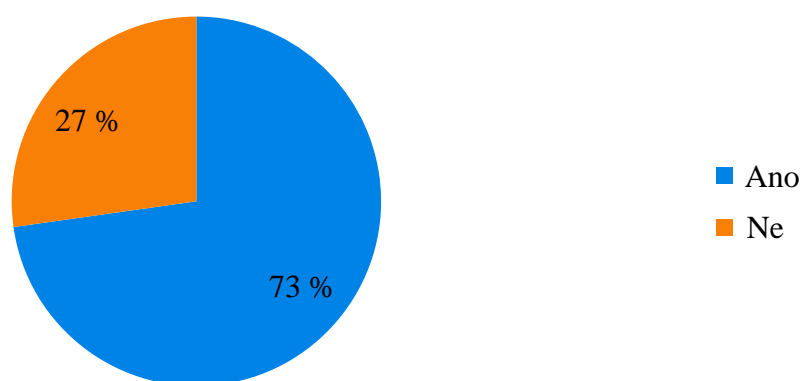
Obr. 3: Nejvyšší dosažené vzdělání
Zdroj: vlastní zpracování

Otázka č. 4

Účastnil/a jste se v minulosti nějakého zážitkového pobytu, výletu, nebo víkendu?

Další otázka se již zabývala konkrétní problematikou. Téměř $\frac{3}{4}$ respondentů se někdy zúčastnilo zážitkového pobytu, výletu, nebo víkendu. Celkem 55 dotazovaných odpovědělo, že se v minulosti takovýchto akcí nezúčastnilo.

Účast na zážitkovém pobytu, výletu, nebo víkendu



Obr. 4: Účast na zážitkovém pobytu, výletu, nebo víkendu

Zdroj: vlastní zpracování

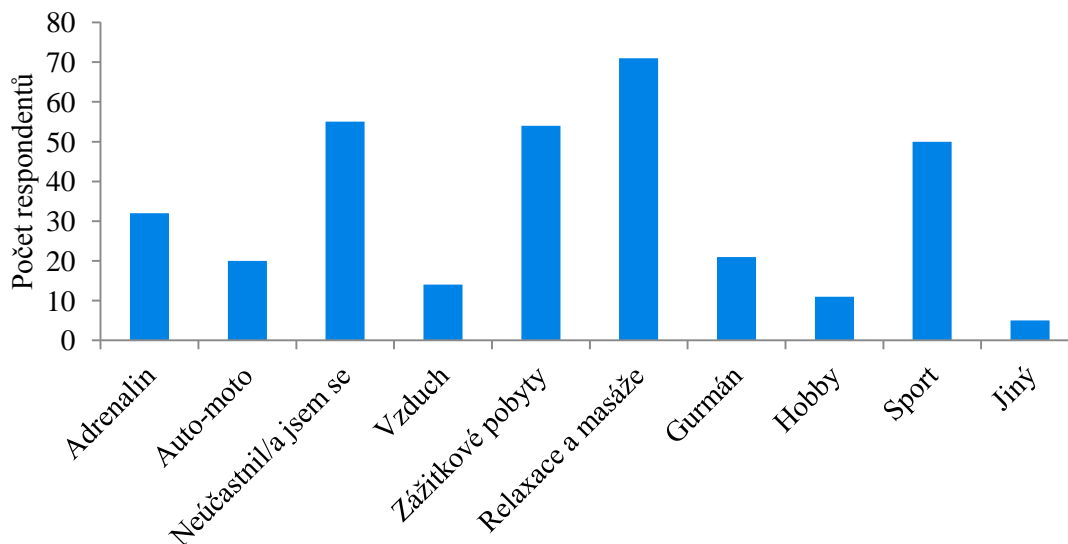
Otázka č. 5

Pokud ano, čeho se akce týkaly?

U následující otázky mohli respondenti zakroužkovat jednu či více odpovědí. Z grafu je jednoznačně vidět, že 71 dotazovaných má nejvíce v oblibě relaxace a masáže. V České republice funguje nespočet wellness center, která lákají zákazníky na výhodné balíčky s velmi příznivými cenami. Druhou nejoblíbenější kategorií jsou zážitkové pobyty, kterých se v minulosti zúčastnilo 54 respondentů. Celkem 55 osob odpovědělo, že se nějakého zážitkového pobytu, či výletu nikdy nezúčastnilo. Sportovní zážitek si vyzkoušelo 50 dotazovaných. Dalších 32 dotazovaných je vyznavačem adrenalinu. Zážitkové agentury nabízí velké množství adrenalinových zážitků, které stojí za vyzkoušení. Jedním z nejoblíbenějších je seskok padákem a let balónem. Téměř shodné výsledky má kategorie auto-moto a kategorie gurmán, pod kterou si lze představit například školu vaření, sommeliérský kurz, nebo ochutnávku vína. Přibližně stejný počet lidí se zúčastnil aktivit ve vzduchu a aktivit hobby, pod čím si lze představit například malování keramiky, nebo

pasení ovcí v Beskydech od zážitkové agentury Esennce, s.r.o. Pouze 5 účastníků se zúčastnilo jiných aktivit, než výše uvedených.

Účast na akcích zážitkového cestovního ruchu



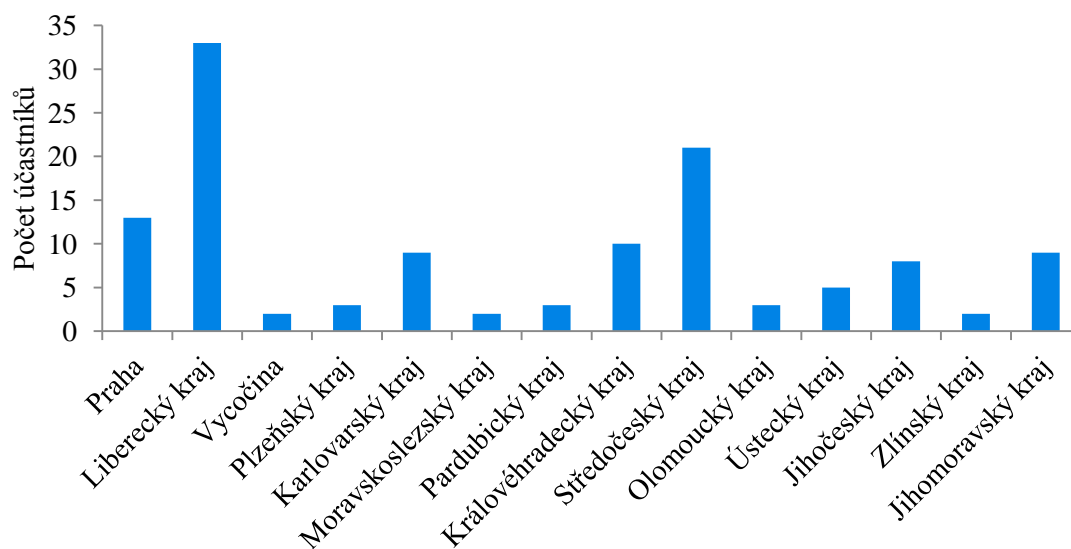
Obr. 5: Účast na akcích zážitkového cestovního ruchu
Zdroj: vlastní zpracování

Otázka č. 6

Pokud se zážitek konal v České republice, v jakém kraji/krajích byl absolvován?

Šestá otázka byla otevřená. Je překvapivé, že ačkoliv se průzkum konal v Libereckém kraji, nachází se v dotazníku mnoho odpovědí respondentů, kteří si zážitek užili také v jiných krajích České republiky. Nejvíce dotazovaných (33) se zážitku zúčastnilo v Libereckém kraji. Z obrázku č. 6 lze vyčíst, že 21 respondentů nejčastěji využilo kraj Středočeský. Hlavní město Praha má 13 zastoupení. Středočeský kraj a hlavní město Praha nabízí nespočet zážitků a atrakcí. Účastníci mohou vyzkoušet například větrný tunel, Surf Arénu, nebo vyhlídkový let nad Prahou. V Královéhradeckém kraji bylo absolvováno 10 zážitků. Za zážitkem do Jihomoravského a Karlovarského kraje vyrazilo 9 účastníků průzkumu. Krásy Jihočeského kraje vidělo 8 respondentů. Téměř shodné výsledky mají kraje - Plzeňský, Olomoucký, Jihočeský, Pardubický, Moravskoslezský, Vysočina a Ústecký.

Kraj konání zážitku



Obr. 6: Kraj konání zážitku

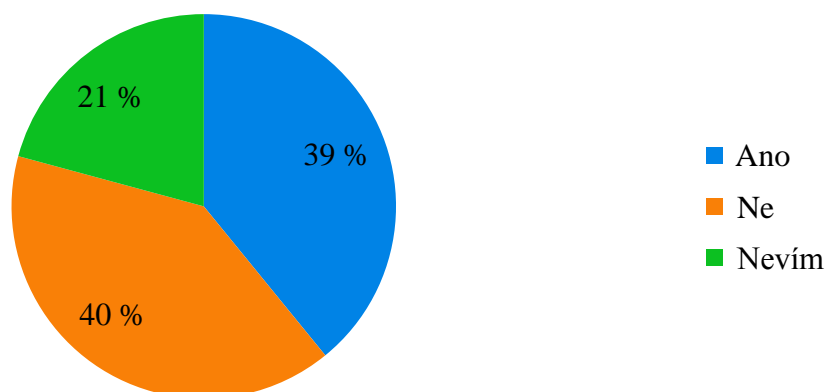
Zdroj: vlastní zpracování

Otázka č. 7

Znáte nějakou zážitkovou agenturu?

Sedmá otázka se již týkala zážitkových agentur, konkrétně zda respondenti mají o nějaké povědomí. Výsledek odpovědí „ano“ a „ne“ je takřka vyrovnaný, což znamená, že by zážitkové agentury mohly lépe propagovat například webové stránky, či si zařídit reklamy na sociálních sítích, aby se dostaly více do povědomí veřejnosti. Celkem 42 osob si nebylo jistých, zda nějakou zážitkovou agenturu znají.

Povědomí lidí o zážitkových agenturách



Obr. 7: Povědomí lidí o zážitkových agenturách

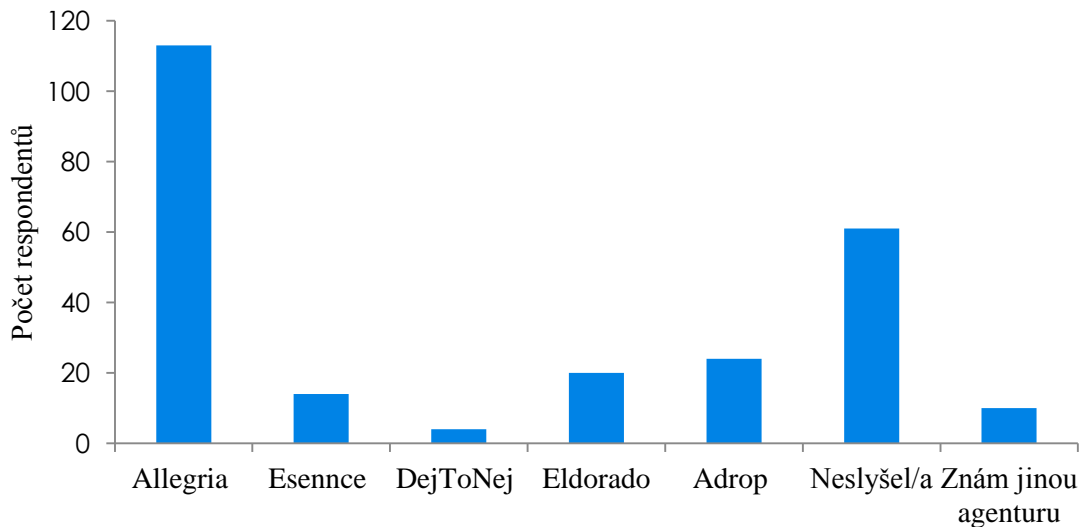
Zdroj: vlastní zpracování

Otázka č. 8

Slyšel/a jste někdy o některé z následujících zážitkových agentur?

Osmá otázka se týkala konkrétních zážitkových agentur. Více než 50 % dotazovaných zná firmu Allegria - Firma na zážitky, s.r.o., která je jednou z nejznámějších v České republice. Celkem 61 respondentů nikdo neslyšelo o žádné zážitkové agentuře. Téměř stejný počet hlasů má firma Eldorado - Netradiční zážitky s.r.o. a společnost Adrop s.r.o. Nejméně v povědomí českých mladých lidí je zážitková agentura Esennce - Agentura na zážitky, s.r.o., kterou zná 14 dotazovaných a s pouhými čtyřmi hlasy společnost DejToNej s.r.o.

Nejvíce povědomé zážitkové agentury



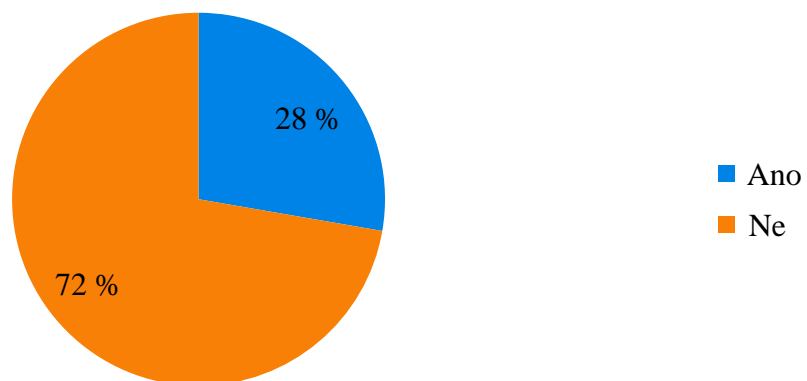
Obr. 8: Nejvíce povědomé zážitkové agentury
Zdroj: vlastní zpracování

Otázka č. 9

Využil/a jste někdy zážitkovou agenturu k nákupu zážitku?

Otázkou číslo devět bylo zjišťováno, zda dotazovaní někdy využili zážitkovou agenturu k nákupu zážitku. Z obrázku č. 9 vyplývá, že 146 účastníků dotazníkového šetření prozatím nevyužilo společnost zabývající se nákupem zážitků. Naopak 56 dotazovaných již alespoň jednou zážitkovou agenturu vyhledalo.

Nákup v zážitkových agenturách



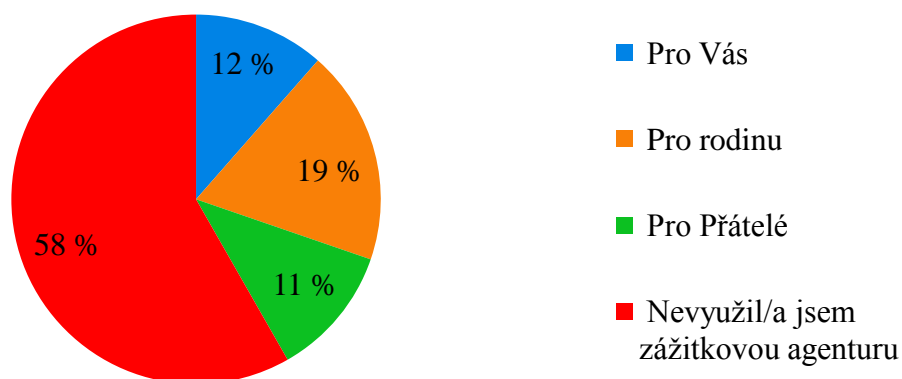
Obr. 9: Nákup v zážitkových agenturách
Zdroj: vlastní zpracování

Otázka č. 10

Pro koho byl zážitek určen?

Nejpočetnější odpovědí (41) na otázku pro koho byl zážitek určen, bylo pro rodinu. 25 respondentů si koupilo zážitek pro vlastní potěšení. Stejný počet účastníků pořídilo zážitek pro své přátele a 127 účastníků zážitkovou agenturu prozatím nevyužilo.

Kdo zážitek využil



Obr. 10: Kdo zážitek využil

Zdroj: vlastní zpracování

Otázka č. 11

Je nějaký zážitek Vaším snem a chtěli byste ho absolvovat? Jaký konkrétní?

Jedenáctá otázka byla položena volně, tak aby respondenti mohli sami napsat konkrétní odpověď. Graf zde nebyl zpracován, jelikož by byl příliš obsáhlý, z tohoto důvodu byl zvolen popis ve formě komentáře. Mnoho účastníků výzkumu uvedlo adrenalinový zážitek. Konkrétně 20 osob by rádo vyzkoušelo seskok padákem. Let balónem by lákal 13 respondentů. Tandemový seskok by jednou chtělo zkusit 5 účastníků. Bungee jumping, nebo-li aktivita, při které je člověk přivázán na elastické lano za kotníky a skáče dolů z mostu by si přálo absolvovat 9 dotazovaných. Pouhý 1 nadšenec by se nebránil létat s rogačem. Paragliding - letecký sport při kterém se startuje z kopce rozběhem a používá se paraglidingové křídlo by rádo vyzkoušelo 5 osob. Mezi další adrenalinové zážitky, které se objevily v dotazníku patří skydiving, let helikoptérou, lekce surfingu, nebo návštěva větrného tunelu. Cesta kolem světa je snem 2 účastníků. V hojné míře se v odpovědích také objevily gurmánské zážitky. Kurz vaření je snem 2 respondentů. 8 dotazovaných

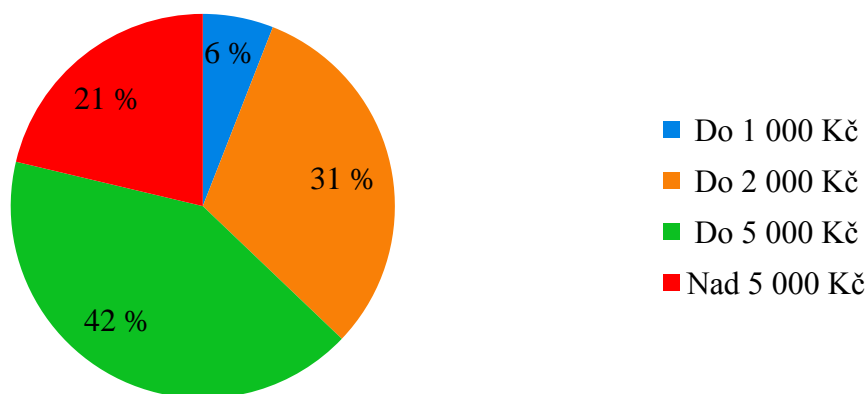
by si chtělo vyzkoušet uvařit či ochutnat kuchyni jiného státu. 3 účastníci by se rádi nechali rozmazlovat na masáži. Dalších 7 respondentů by lákalo zažít jízdu v supersportu. Plavání s delfíny či výlet za velrybami by rády podnikly 2 osoby. Mezi další netradiční zážitky, které se v dotazníkovém šetření objevily patří být den ošetřovatelem v zoo, jízda na koni, jóga na Bali, zápas NHL, potápění v oceánu, vojenský výcvik se simulacemi reálných situací v terénu, koupání se se slony, vodní lyžování, let helikoptérou, jízda ve formuli, surfování, jízda vlakem Transsibiřskou magistrálou, střelba zbraněmi, nebo strávení dne na zámku a absolvování běžných činnosti, jako jeho původní obyvatelé.

Otázka č. 12

Kolik jste ochotni za zážitek zaplatit?

Otázka číslo dvanáct zjišťovala, jakou sumu jsou lidé ochotni za zážitek zaplatit. Celkem 84 respondentům by vyhovovala částka do 5 000 Kč. Dalších 63 účastníků by bylo ochotno za zážitek uhradit sumu do 2 000 Kč. Se zážitkem do pouhých 1 000 Kč by si vystačilo 12 osob. Přesně 43 účastníků výzkumu by si chtělo dopřát a byli by ochotní za zážitek zaplatit více než 5 000 Kč.

Nejvyšší přípustná částka zaplacená za zážitek

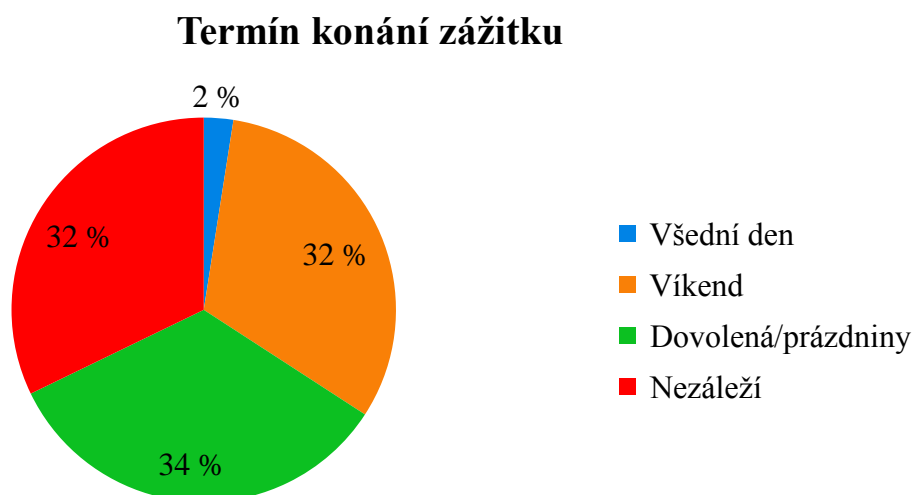


Obr. 11: Nejvyšší přípustná částka zaplacená za zážitek
Zdroj: vlastní zpracování

Otázka č. 13

V jakém termínu by se měl zážitek konat?

Na otázku číslo třináct lze z grafu vidět téměř stejné výsledky. Celkem 65 účastníkům by nezáleželo na termínu konání zážitku. Dalších 68 osob by si zážitek vychutnalo v době dovolené, nebo o prázdninách a 64 respondentům by vyhovoval termín konání o víkend. Pouhých 5 účastníků by zvolilo všední den.



Obr. 12: Termín konání zážitku

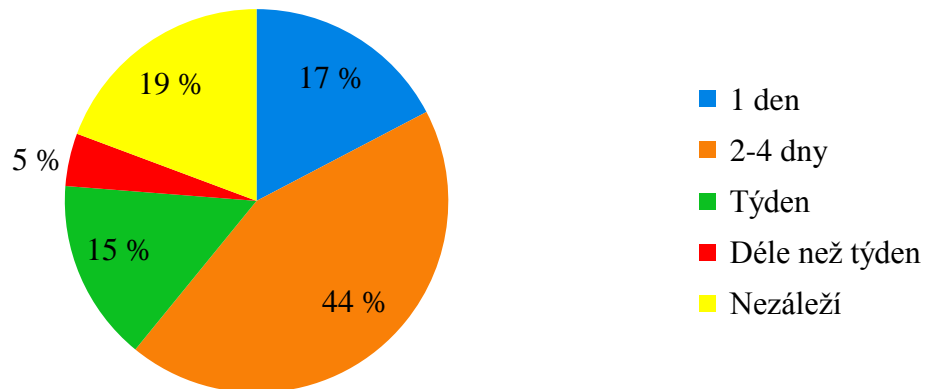
Zdroj: vlastní zpracování

Otázka č. 14

Jakou délku pobytu/trvání zážitku byste zvolil/a?

Předposlední otázkou bylo zjišťováno, jakou délku pobytu/trvání zážitku by respondenti upřednostnili. Z dotazníku vychází, že téměř 1/2 účastníků by si přála, aby zážitek trval alespoň 2-4 dny, 35 respondentům by stačil pouhý 1 den, 39 účastníkům by nezáleželo na délce trvání zážitku, 31 osob by si rádo vychutnalo zážitek alespoň na 1 týden a 9 účastníků průzkumu by nešetřilo časem a rádi by strávili pobyt v délce minimálně 1 týdne.

Upřednostňovaná délka trvání zážitku



Obr. 13: Upřednostňovaná délka trvání zážitku

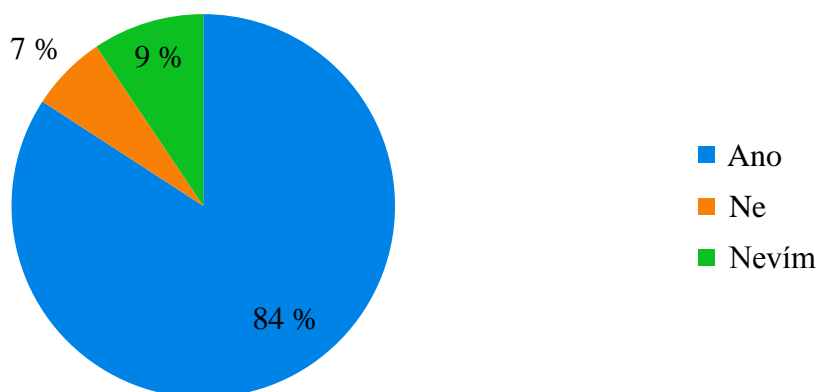
Zdroj: vlastní zpracování

Otázka č. 15

Byl/a byste ochotný/á vycestovat v rámci zážitků i do zahraničí?

Poslední otázka dotazníkového šetření byla položená jako doplňující a týkala se zjištění, zda by respondenti byli ochotní vycestovat v rámci zážitků také do zahraničí. Stále je mezi populací několik jedinců, kteří se drží stereotypního stylu života a neradi zkusí nové věci a poznávají nové krajiny, avšak odpovědi na tuto otázku byly překvapující, neboť 170 účastníků by rádo vycestovalo i do zahraničí. 13 osob by tuto zkušenost prožít nechtělo a 19 účastníků průzkumu si nejsou jisti, zda by cestu za hranice České republiky absolvovali.

Ochota vycestovat v rámci zážitků do zahraničí



Obr. 14: Ochota vycestovat v rámci zážitků do zahraničí

Zdroj: vlastní zpracování

6.3 Vyhodnocení výzkumných otázek

1. *Alespoň 70 % dotazovaných se v minulosti zúčastnilo nějakého zážitkového pobytu, výletu, nebo víkendu.*

Z dotazníkového šetření vyplynulo, že první výzkumná otázka se potvrdila, neboť nějakého zážitkového pobytu, výletu, nebo víkendu se v minulosti zúčastnilo 73 % respondentů. Nespočet zážitků, nebo relaxačních víkendů nabízí v České republice mnoho zážitkových agentur, cestovních kanceláří, nebo také slevových portálů, jako například Slevomat. Potencionální zájemci tak mají na výběr z nepřeberného množství těchto aktivit. Každá zážitková agentura či jiná firma prodávající specifické výlety, nebo víkendy má v nabídce rozdílný sortiment zážitků, ale téměř všude lze najít adrenalinové aktivity, zážitkové pobyty, gurmánské zážitky a především masáže.

2. *Minimálně 1/3 respondentů zná nějakou zážitkovou agenturu působící na území České republiky a zároveň již jejich služeb využila.*

Druhá výzkumná otázka se nepotvrdila, neboť ačkoliv 39 % dotazovaných odpovědělo, že zná nějakou zážitkovou agenturu, tak pouhých 28 % respondentů již jejich služeb využilo. Celých 40 % lidí uvedlo, že žádnou zážitkovou agenturu nezná, což je poměrně vysoké a neočekávané procento vzhledem k tomu, že zážitky jsou velmi oblíbené a vyhledávané především mezi mladými lidmi, na které se tato práce orientuje.

6.4 Návrhy na zlepšení

Z dotazníkového šetření vyplynulo, že se mladí lidé zúčastňují zážitkových pobytů, výletů, nebo víkendů, ale velká většina z nich nikdy nekoupila zážitek u zážitkové agentury, nebo dokonce žádnou agenturu nezná. Více než 50 % účastníků dotazníkového šetření odpovědělo, že zná zážitkovou agenturu Allegria - Firma na zážitky, s.r.o., ostatní čtyři zkoumané agentury nejsou příliš v povědomí veřejnosti.

Návrhem řešení pro zážitkové agentury by bylo zaplatit si lepší marketingovou propagaci a dostat se tak více do povědomí veřejnosti. Pomoci by mohla vhodná reklama umístěná především na internetu, kde se každodenně pohybuje velké množství mladých lidí. Populární jsou reklamy situované na internetovém serveru YouTube, který slouží pro sdílení videosouborů a denně ho navštíví nespočet jedinců. Další navrhovanou formou reklamy na internetu by mohl být reklamní banner umístěný na různých internetových stránkách propagujících cestovní ruch.

Zážitkové agentury by se mohly zviditelnit také vyhlašováním soutěží na sociálních sítích v pravidelných časových intervalech. Oblíbeným portálem je například rozsáhlý společenský webový systém Facebook. Podmínky by byly jednoduché. Stačilo by, aby agentura vyhlásila soutěž o libovolný výběr zážitku v konkrétní hodnotě a stanovila jednotné podmínky, které by zahrnovaly sledování stránky na Facebooku, olajkování daného příspěvku a sdílení mezi své přátelé. Jednalo by se o jednoduchý a velmi efektivní způsob jak přilákat nové sledující a dostat se více do povědomí mladší generace.

Vhodné by také bylo zhotovení reklamních či propagačních letáků umístěných na místech, kde se pohybují mladí lidé, například v hotelech, infocentrech, městských sportovištích, ve školách, nebo na cestovatelských veletrzích. Leták by měl na první pohled zaujmout především titulkem, který by měl tvořit velká a čitelná písmena a myšlenku, či slogan týkající se konkrétní nabídky agentury. Potenciální zájemce o nákup zážitku by také mohl upoutat nevšední obrázek umístěný na letáku. Mohlo by se jednat o adrenalinový sport, nebo jízdu v supersportu.

Závěr

Bakalářská práce se zabývala specifickými formami cestovního ruchu se zaměřením na zážitkový cestovní ruch. Teoretická část práce byla orientována především na specifické formy cestovního ruchu v České republice, v Evropě a ve světě. Podstatná část byla věnována také novým trendům v oblasti specifickým forem cestovního ruchu. Závěr teoretické části bakalářské práce popisoval vlastní návrh nových specifických forem cestovního ruchu, které by mohly v souvislosti s dnešním děním ve světě vzniknout v budoucích letech.

Významnou částí praktické části bakalářské práce bylo dotazníkové šetření na téma zážitkový cestovní ruch, které zkoumalo povědomí mladých lidí o zážitkových agenturách a jejich zájem o specifické zážitky. Výzkum ukázal, že 73 % respondentů se někdy zúčastnilo nějakého zážitkového pobytu, výletu, nebo víkendu, avšak zážitkovou agenturu k nákupu zážitku využilo pouze 28 % dotazovaných. Z dotazníkového šetření vyplynulo, že nejpopulárnější zážitkovou agenturou v České republice je agentura Allegria - Firma na zážitky, s.r.o., kterou uvedlo 56 % lidí. Nejvíce respondentů se v minulosti zúčastnilo relaxačního zážitku. Snem 20 dotazovaných je adrenalinový zážitek. Co se týče financí, tak 42 % lidí uvedlo, že adekvátní částkou zaplacenou za zážitek je suma do 5 000 Kč a ideální délka zážitku by měla být mezi 2-4 dny. Vyjet za zážitkem do zahraničí by bylo ochotno 84 % účastníků dotazníkového šetření.

Cílem bakalářské práce byla analýza specifických forem cestovního ruchu v České republice, v Evropě a ve světě a zmapování zážitkového cestovního ruchu v rámci České republiky prostřednictvím internetu a sociálních sítí. Vymezené cíle byly splněny a práce může posloužit začínajícím, nebo již působícím zážitkovým agenturám, jako informační zdroj. Je třeba podporovat zážitkové agentury, neboť právě ony lidem zprostředkovávají nezapomenutelné zážitky.

Je obdivuhodné, jakou rychlostí se svět posouvá dopředu a jak na to reaguje turismus. Každoročně vznikne po celém světě několik nových specifických forem cestovního ruchu, které jsou něčím výjimečné a zaujmou nejednoho dobrodruha a cestovatele. Je krásné cestovat a poznávat kouty světa a ještě krásnější je, že si každý jedinec může vybrat právě tu svoji jedinečnou a neopakovatelnou formu cestovního ruchu, formu, na kterou bude vzpomínat celý život a která mu ukáže cestování také z jiné stránky.

Seznam použité literatury

ADROP. 2018a. *Historie* [online]. Liberec [cit. 2018-03-01]. Dostupné z: <https://www.adrop.cz/historie>

ADROP. 2018b. *Paddleboarding* [online]. Liberec [cit. 2018-03-01]. Dostupné z: <https://www.adrop.cz/paddleboarding>

ADROP. 2018c. *Potápění se žraloky* [online]. Liberec [cit. 2018-03-01]. Dostupné z: <https://www.adrop.cz/potapeni-se-zraloky>

ADROP. 2018d. *Větrný tunel* [online]. Liberec [cit. 2018-03-01]. Dostupné z: <https://www.adrop.cz/simulator-volneho-padu>

ADROP. 2018e. *Zážitkové novinky* [online]. Liberec [cit. 2018-03-01]. Dostupné z: <https://www.adrop.cz/nove-zazitky?strana=2>

ADROP. 2018f. *Způsoby doručení* [online]. Liberec [cit. 2018-03-01]. Dostupné z: <https://www.adrop.cz/zpusoby-doruceni>

ADROP. 2018g. *Způsoby platby* [online]. Liberec [cit. 2018-03-01]. Dostupné z: <https://www.adrop.cz/zpusoby-platby>

BOSÁ TURISTIKA. 2018. *Vítejte na stránkách spolku Bosá turistika, z. s.* [online]. Beroun [cit. 2018-03-01]. Dostupné z: <https://www.bosaturistika.cz/>

BURIAN, Michal. 2010. Co si představit pod pojmem „udržitelný cestovní ruch“. In: *Bio-info.cz* [online]. Green marketing [cit. 2018-03-01]. Dostupné z: <http://www.bio-info.cz/zijte-bio/co-si-predstavit-pod-pojmem-udrzitelny-cestovni-ruch>

COUCHSURFING.CZ. 2018. *Ubytování v zahraničí přes couchsurfing zcela zdarma* [online]. [cit. 2018-03-01]. Dostupné z: <http://www.couchsurfing.cz/ubytovani-v-soukromi/>

CZECHTOURISM. 2018. *Udržitelný cestovní ruch* [online]. Praha [cit. 2018-03-01]. Dostupné z: <http://www.eden-czechtourism.cz/udrzitelny-cestovni-ruch/>

DEJTONEJ.CZ ZÁŽITKY. 2018a. *Bagrování na přání* [online]. Praha [cit. 2018-03-01]. Dostupné z: <http://www.dejtonej.cz/darek/bagrovani>

DEJTONEJ.CZ ZÁŽITKY. 2018b. *O společnosti* [online]. Praha [cit. 2018-03-01]. Dostupné z: <http://www.dejtonej.cz/vse-o-nas>

DEJTONEJ.CZ ZÁŽITKY. 2018c. *Obchodní podmínky* [online]. Praha [cit. 2018-03-01]. Dostupné z: <http://www.dejtonej.cz/obchodni-podminky>

DEJTONEJ.CZ ZÁŽITKY. 2018d. *Výstup na Mont Blanc* [online]. Praha [cit. 2018-03-01]. Dostupné z: <http://www.dejtonej.cz/darek/vystup-na-mont-blanc>

DEJTONEJ.CZ ZÁŽITKY. 2018e. *Žhavé novinky* [online]. Praha [cit. 2018-03-01]. Dostupné z: <http://www.dejtonej.cz/darky/zhave-novinky>

ESENANCE. 2018a. *Nové zážitky* [online]. Praha [cit. 2018-03-01]. Dostupné z: <http://www.esennce.cz/nove-zazitky/>

ESENANCE. 2018b. *O nás* [online]. Praha [cit. 2018-03-01]. Dostupné z: <http://www.esennce.cz/2-osobni/23-o-nas/>

ESENANCE. 2018c. *Víkend v pivních lázních Plzeň* [online]. Praha [cit. 2018-03-01]. Dostupné z: <http://www.esennce.cz/pivni-lazne-plzen-vikend/>

ESENANCE. 2018d. *Výdejní místa* [online]. Praha [cit. 2018-03-01]. Dostupné z: <http://www.esennce.cz/2-osobni/48-vydejni-mista/>

ŠUMPÍK, Aleš. 2017. Kde se točí filmy? Známe 10 nejúžasnějších lokalit ze všech koutů naší planety! In: *Filmozrouti.cz* [online]. [cit. 2019-03-24]. Dostupné z: <https://filmozrouti.cz/clanek/2017111304-kde-se-toci-filmy-zname-10-nejuzasnejsich-lokalit-ze-vsech-koutu-nasi-planety/>

FIRMA NA ZÁŽITKY. 2018a. *Kontakty* [online]. Praha [cit. 2018-03-01]. Dostupné z: <https://www.firmanazazitky.cz/kontakty>

FIRMA NA ZÁŽITKY. 2018b. *Novinky* [online]. Praha [cit. 2018-03-01]. Dostupné z: <https://www.firmanazazitky.cz/novinky/>

FIRMA NA ZÁŽITKY. 2018c. *O nás* [online]. Praha [cit. 2018-03-01]. Dostupné z: <https://www.firmanazazitky.cz/o-nas>

FIRMA NA ZÁŽITKY. 2018d. *Přání dětí z dětských domovů* [online]. Praha [cit. 2018-03-01]. Dostupné z: <https://www.firmanazazitky.cz/prani-deti-z-detskych-domovu>

ŠULCOVÁ, Michaela. 2017. Mají zelené hotely „zelenou“? In: *Gastroahotel.cz* [online]. Praha [cit. 2019-03-24]. Dostupné z: <https://gastroahotel.cz/rubriky/manager/maji-zelene-hotely-zelenou/?fbclid=IwAR2fGA9ckqJ8ruIhaR5U5j8BtzCkc8WCLQmKUqpIf4tWP0k51m8LpFUV5rc>

GOELDNER, Charles R. a J. R. Brent RITCHIE. 2009. *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*. Eleventh ed. Hoboken, N.J.: John Wiley. ISBN 978-0-470-08459-5.

HASLINGEROVÁ, Ivana. 2017. Guadalupe - největší poutní místo světa. In: *Blog.idnes.cz* [online]. Praha: MAFRA, a.s. [cit. 2018-03-01]. Dostupné z: <https://haslingerova.blog.idnes.cz/blog.aspx?c=590763>

KAJZAR, Patrik. 2015. Lázeňský cestovní ruch v ČR a ve vybraných státech Evropy. In: *Proquest.com* [online]. Karvinná [cit. 2019-03-24]. Dostupné z: <https://search.proquest.com/docview/1698898157?accountid=17116>

KLEVAR, Karel. 2012. Filmová místa aneb co se kde točilo. In: *Dama.cz* [online]. Praha: Czech News Center a.s. [cit. 2018-03-01]. Dostupné z: <http://www.dama.cz/zabava/filmova-mista-aneb-co-se-kde-tocilo-19702>

KODYMOVÁ, Jana. 2016. Filmová kancelář Liberec je rychlá a efektivní a za to je oceněna. In: *Liberec.cz* [online]. Liberec: Statutární město Liberec [cit. 2018-03-01].

Dostupné z: <http://www.liberec.cz/cz/radnice/dalsi-organy-mesta/zastupitelstvo-mesta/clenove-zastupitelstva/tibor-batthyany/aktuality-batthyany/nova-stranka.html>

KOTÍKOVÁ, Halina. 2013. *Nové trendy v nabídce cestovních ruchů: nové produkty z hlediska motivace účastníků cestovního ruchu: nové trendy v nabídce turismu pro specifické skupiny: názorné příklady ze zahraničí i z České republiky*. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-4603-6.

London is the Top Destination City in Europe [online]. 2017. Mastercard [cit. 2018-03-01]. Dostupné z: <https://newsroom.mastercard.com/wp-content/uploads/2017/10/Mastercard-Destination-Cities-Index-Deck.pdf>

ELDORADO. 2018a. *Doprava zážitku* [online]. Kostelec na Hané [cit. 2018-03-01]. Dostupné z: <http://www.netradicnizazitky.cz/doprava-zazitku.html>

ELDORADO. 2018b. *Historie* [online]. Kostelec na Hané [cit. 2018-03-01]. Dostupné z: <https://www.netradicnizazitky.cz/historie-2s>

ELDORADO. 2018c. *Zážitky* [online]. Kostelec na Hané [cit. 2018-03-01]. Dostupné z: <http://www.netradicnizazitky.cz/novinky.html>

MUSÁLKOVÁ, Zuzana. 2018. Plogging aneb Když běžci uklízejí ulice. In: *Novinky.cz* [online]. Praha: Borgis, a.s. [cit. 2019-02-15]. Dostupné z: <https://www.novinky.cz/zena/styl/476107-plogging-aneb-kdyz-bezci-uklizeji-ulice.html>

PIVNÍ TURISTIKA. *O webu* [online]. [cit. 2018-03-01]. Dostupné z: <http://www.pivnituristika.cz/o-nas/o-webu/>

LYKO, Jan. 2011. *Zážitková turistika*. In: *Remix.nicm.cz* [online]. Praha: MH Themes [cit. 2018-03-01]. Dostupné z: <http://remix.nicm.cz/zazitkova-turistika/>

RYGLOVÁ, Kateřina, Michal BURIAN a Ida VAJČNEROVÁ. 2011. *Cestovní ruch - podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-4039-3.

RYGLOVÁ, Kateřina. 2009. *Cestovní ruch: soubor studijních materiálů*. Ostrava: Key Publishing. ISBN 978-80-7418-028-6.

SEHNÁLKOVÁ, Marie. 2018. Plogging aneb když běžci zachraňují životní prostředí. In: *Idnes.cz* [online]. Praha: MAFRA, a.s. [cit. 2019-02-15]. Dostupné z: https://rungo.idnes.cz/plogging-c6c-/behani.aspx?c=A180811_112044_behani_sehn

SYROVÁTKOVÁ, Jaroslava. 2011. *Cestovní ruch v Libereckém kraji*. Liberec: Technická univerzita v Liberci. ISBN 978-80-7372-704-8.

SYROVÁTKOVÁ, Jaroslava. 2013. *Specifické formy cestovního ruchu*. Liberec: Technická univerzita v Liberci. ISBN 978-80-7372-927-1.

TOMANOVÁ, Libuše. 2010. Pošlete svého plyšáka na zájezd. In: *Idnes.cz* [online]. Praha: MAFRA, a.s. [cit. 2018-03-01]. Dostupné z: https://cestovani.idnes.cz/poslete-sveho-plysaka-na-zajezd-v-cesku-vznikla-unikatni-cestovka-103-/po-cesku.aspx?c=A100217_101817_igcechy_tom

TV NOVA. 2014. *Nahý turismus* [online]. Praha: The Associated Press [cit. 2018-03-01]. Dostupné z: <http://tn.nova.cz/clanek/zpravy/zajimavosti/nahy-turismus-je-tu-nova-modalide-se-svlekaji-u-pamatek-video.html>

TV NOVA. 2010. *Nudistická turistika má v Česku čím dál víc příznivců* [online]. Praha: The Associated Press [cit. 2018-03-01]. Dostupné z: <http://tn.nova.cz/clanek/magazin/hobby/cestovani/nudisticka-turistika-ma-v-cesku-cim-dalvic-priznivcu.html>

TRAVEL DIGEST. 2018. *Čeští turisté dobývají Antarktidu* [online]. Praha: Asociace českých cestovních kanceláří a agentur [cit. 2018-03-01]. Dostupné z: <http://www.traveldigest.cz/2010/03/10/cesti-turiste-dobývaji-antarktidu/>

CREATIVE COMMONS. 2018. *Historie filmování na Sychrově* [online]. [cit. 2018-03-01]. Dostupné z: <https://www.zamek-sychrov.cz/cs/o-zamku/filmovani-na-sychrove>

ZELENKA, Josef a Martina PÁSKOVÁ. 2012. *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Praha: Linde Praha. ISBN 978-80-7201-880-2.

Seznam příloh

Příloha A Dotazník.....	63
-------------------------	----

Příloha A Dotazník

Vážené respondentky, vážení respondenti,

dovoluji si Vás požádat o vyplnění dotazníku, který poslouží jako podklad pro moji bakalářskou práci na téma „Specifické formy cestovního ruchu“. Dotazník je zaměřen na zážitkový cestovní ruch a zkoumá zájem mladých lidí o zážitkové aktivity a povědomí o zážitkových agenturách. Pod pojmem zážitek si lze představit například sportovní a adrenalinové dovolené, nebo i relaxaci a masáže.

Dotazník je anonymní, slouží pouze ke zpracování bakalářské práce a nezabere více než 5 minut. Správné odpovědi zakroužkujte. V případě otevřených otázek správnou odpověď vyplňte. Předem děkuji za Vaši spolupráci a Váš čas.

Anna Havránková, studentka Ekonomické fakulty Technické univerzity Liberec

1. Jaké je Vaše pohlaví?

Muž

Žena

2. Jaký je Váš věk?

Do 18ti let

18-25 let

26-30 let

31-35 let

36-40 let

3. Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?

Základní

Střední s maturitou

Střední bez maturity

Vyšší odborné

Vysokoškolské

4. Účastnil/a jste se v minulosti nějakého zážitkového pobytu, výletu, nebo víkendu?

Ano

Ne

5. Pokud ano, čeho se akce týkaly?

Adrenalin

Neúčastnil/a jsem se

Auto-moto

Vzduch

Zážitkové pobyty

Relaxace a masáže

Gurmán

Hobby

Sport

Jiný

6. Pokud se zážitek konal v České republice, v jakém kraji/krajích byl absolvován?

.....

7. Znáte nějakou zážitkovou agenturu?

Ano

Ne

Nevím

8. Slyšel/a jste někdy o některé z následujících zážitkových agentur?

Allegria - Firma na zážitky, s.r.o.

Esennce - Agentura na zážitky, s.r.o.

DejToNej s.r.o.

Eldorado - Netradiční zážitky s.r.o.

Adrop s.r.o.

Neslyšel/a

Znám jinou zážitkovou agenturu

9. Využil/a jste někdy zážitkovou agenturu k nákupu zážitku?

Ano

Ne

10. Pro koho byl zážitek určen?

Pro Vás

Pro rodinu

Pro přátele

Nevyužil/a jsem zážitkovou agenturu

11. Je nějaký zážitek vaším snem a chtěli byste ho absolvovat? Jaký konkrétní?

.....

12. Kolik jste ochotni za zážitek zaplatit?

Do 1 000 Kč

Do 2 000 Kč

Do 5 000 Kč

Nad 5 000 Kč

13. V jakém termínu by se měl zážitek konat?

Všední den

Víkend

Dovolená/prázdniny

Nezáleží

14. Jakou délku pobytu/trvání zážitku byste zvolil/a?

1 den

2-4 dny

Týden

Déle než týden

Nezáleží

15. Byl/a byste ochotný/á vycestovat v rámci zážitků i do zahraničí?

Ano

Ne