

Univerzita Palackého v Olomouci

Fakulta tělesné kultury



Fakulta
tělesné kultury

DOBRODRUŽNÝ CESTOVNÍ RUCH

Bakalářská práce

Autor: Magdaléna Hamplová

Studijní program: Rekreatologie-pedagogika volného času

Vedoucí práce: Ing. Halina Kotíková, Ph. D.

Olomouc 2022

Bibliografická identifikace

Jméno autora: Magdaléna Hamplová
Název práce: Dobrodružný cestovní ruch

Vedoucí práce: Ing. Halina Kotíková, Ph. D.
Pracoviště: Katedra rekreologie
Rok obhajoby: 2022

Abstrakt:

V této bakalářské práci jsem se věnovala dobrodružnému cestovnímu ruchu. Cílem práce bylo zjištění preferencí účastníků dobrodružného cestovního ruchu ohledně výběru destinace a poskytovaných služeb. Dalším cílem práce bylo zjištění významu jednotlivých dimenzí dobrodružného cestovního ruchu pro jeho účastníky. Pro zjištění cílů bylo použito dotazníkové šetření. Výsledky práce nám ukazují, že lidé primárně volí variantu méně komfortnějšího ubytování, jako jsou stany, karavany, spaní v autě. Co se týče stravovacích služeb, tak hodně lidí preferuje primárně ubytování bez stravy nebo jenom ubytování se snídaní. Do budoucna lidé plánují navštívit Rakousko, Norsko, Slovinsko, Nepál a Indonésii. Svou dobrodružnou dovolenou si lidé nejčastěji plánují sami. Nejčastěji vybírají náhodně nebo podle referencí na internetu a svých známých. Dle výsledků se poté jako nejdůležitější dimenze jeví dimenze zažití něčeho nového/originálního, dimenze výzvy, dimenze socializace a kamarádství, dimenze objevování, dimenze rizika a nebezpečí a dimenze nejistoty.

Klíčová slova:

Dobrodružství, dobrodružný cestovní ruch, členění, motivy, cestovní kanceláře, dimenze

Souhlasím s půjčováním práce v rámci knihovních služeb.

Bibliographical identification

Author: Magdaléna Hamplová
Title: Adventure tourism

Supervisor: Ing. Kotíková Halina, Ph. D.
Department: Department of Recreation and Leisure Studies
Year: 2022

Abstract:

In this bachelor work, I devoted myself to adventure tourism. The aim of the work was to find out the preferences of participants in adventure tourism regarding the choice of destination and services provided. Another goal of the work was to determine the importance of individual dimensions of the adventure tourism for its participants. A questionnaire survey was used to determine the objectives. The results of the work then show us that people primarily choose a variant of less comfortable accommodation, such as tents, caravans and sleeping in a car. When it comes to catering services, many people prefer primarily accommodation without meals or just accommodation with breakfast. In the future, people plan to visit Austria, Norway, Slovenia, Nepal and Indonesia. People most often plan their adventurous vacation themselves. They most often choose randomly or according to references on the Internet and their acquaintances. According to the results, the most important dimensions that appear to be the dimensions of novelty, the dimensions of change, the dimensions of socialization and camaraderie, the dimensions of exploration, the dimensions of risk and danger, and the dimensions of uncertainty.

Keywords:

Adventure, adventure tourism, division, motives, travel agency, dimension

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

Prohlašuji, že jsem tuto práci zpracovala samostatně pod vedením Ing. Haliny Kotíkové, Ph. D., uvedla všechny použité literární a odborné zdroje a dodržovala zásady vědecké etiky.

V Olomouci dne 29. června 2022

.....

Ráda bych poděkovala vedoucí bakalářské práce paní Ing. Halině Kotíkové, Ph.D za podnětné rady a odbornou pomoc, kterou mi poskytovala při zpracování mé bakalářské práce. Současně bych chtěla poděkovat všem respondentům, kteří mi poskytli potřebné informace pro zdárné dopracování mé práce. Na závěr bych chtěla vyjádřit velké díky mé mamince a babičce, které mi byly velkou podporou po celou dobu mého studia.

OBSAH

Obsah	7
1 Úvod	9
2 Přehled poznatků	10
2.1 Dobrodružství	10
2.2 Dobrodružný cestovní ruch	10
2.3 Členění dobrodružného cestovního ruchu	11
2.3.1 „Hard and soft adventure“ (tvrdé a měkké dobrodružství)	11
2.3.2 Aktivní a pasivní.....	12
2.3.3 Členění podle prostředí	12
2.4 Motivy účasti	13
2.5 Možnosti dobrodružných aktivit.....	14
2.6 České cestovní kanceláře zabývající se dobrodružným cestovním ruchem	16
2.6.1 Adventura s. r. o.	16
2.6.2 Alvarez s. r. o.	16
2.6.3 CK iWalker s. r. o.....	17
2.6.4 Livingstone s. r. o.....	17
2.6.5 AAA plus CK	17
2.7 Dimenze dobrodružného cestovního ruchu	17
2.7.1 Dimenze spotřebitelská.....	19
2.7.2 Dimenze produktové.....	20
2.7.3 Dimenze hybridní	22
2.8 Výzkumy v oblasti dobrodružného cestovního ruchu	24
2.8.1 Motivace pro dobrodružný turismus: Přístup založený na push a pull faktorech 24	
2.8.2 Idealizace zážitků z dobrodružného turismu: sebehodnocení a očekávání turistů	25
2.8.3 Zkoumání motivace baby boomu pro dobrodružný turismus.....	26
3 Cíle.....	27
4 Metodika	28
5 Výsledky.....	30

5.1	Preference ohledně výběru destinace a poskytovaných služeb	30
5.2	Dimenze dobrodružného cestovního ruchu	50
6	Diskuse.....	69
7	Závěry	74
8	Souhrn	75
9	Summary.....	76
10	Referenční seznam	77
11	Přílohy	82
11.1	Dotazník	82

1 ÚVOD

V dnešní přetechnizované době lidé často hledají možnost úniku od civilizace a od každodenních stereotypů. Žijeme ve světě, který je z větší části otevřený a dává nám tak možnost cestovat, objevovat, prozkoumávat novou kulturu a zažít nějaké nové dobrodružství. Lidé tak často touží po něčem doposud neznámém, neprožitém a novém. Chtějí zkrátka a dobře zažít nějaké dobrodružství. Možnost naplnit tuhle touhu jim nabízí dobrodružný cestovní ruch, který se v posledních letech stává stále populárnější.

Jak na českém, tak i na světovém trhu nalezneme různé cestovní kanceláře, které se touto formou cestování zabývají. Dávají tak lidem možnost vyzkoušet si dobrodružné zážitky, při kterých jsou lidé často nuceni vystoupit ze své komfortní zóny a jsou vystaveni činnostem, které je dostávají až na pokraj jejich sil.

I když je tento netradiční cestovní ruch už docela rozvinutý, jedná se o téma, které je v České republice prozatím zpracováváno jenom zřídka. Jakožto nadšenec do cestování a dobrodružných aktivit, jsem se proto rozhodla pro zpracování tohoto tématu. Chtěla bych touto prací za pomoci analýzy zjistit preference účastníků dobrodružného cestovního ruchu, ohledně výběru destinace a poskytovaných služeb. Dále bych zde chtěla zjistit význam dimenzí dobrodružného cestovního ruchu, pro jeho účastníky a provést porovnání s výsledky Janowskiho, Gardinera a Kweka z roku (2020).

V teoretické části práce bude vysvětlen pojem dobrodružství a dobrodružný cestovní ruch, dále zde bude představeno členění této formy turismu, motivy účasti a možnosti dobrodružných aktivit. Rovněž zde budou představeny české cestovní kanceláře a dimenze dobrodružného cestovního ruchu. Práce tak přispěje nejen k rozšíření podvědomí o dobrodružném cestovním ruchu, ale také nabídne vhled do dimenzí tohoto cestovního ruchu.

2 PŘEHLED POZNATKŮ

2.1 Dobrodružství

Než se začneme zabývat dobrodružným cestovním ruchem, je nutné definovat si pojem dobrodružství. Dobrodružství znamená pro různé lidi různé věci (Buckley, 2006), ale pocitově tomuto pojmu rozumí každý jinak (Kotíková, 2013). To, co jednu osobu naplňuje strachem, může druhou osobu naopak naplňovat nudou (Buckley, 2006). Podle Huddrata a Stotta (2019) není dobrodružství o tom, jak divoká, vysoká nebo extrémní aktivita je. Dobrodružství je subjektivní koncept, který se točí kolem toho, jak jednotliví cestovatelé rádi utvářejí své vlastní zážitky. Představuje časově omezenou aktivitu nebo činnost, se kterou jsou spojeny silné emoce, jedinečnost, nepřenositelnost, nepředvídatelnost, pocit bezpečí spolu s výzvou, při které překonáváme své vlastní hranice (Kotíková, 2013).

Posledních 5 nebo 10 let se pojem „dobrodružství“ a obrazy dobrodružných aktivit celosvětově používají k propagaci dovolených, vybavení, oblečení, životního stylu, majetku a dalších...(Buckley, 2006).

2.2 Dobrodružný cestovní ruch

Dobrodružný cestovní ruch, též adrenalinová nebo dobrodružná dovolená (Zelenka, Pásková, 2012), nabízí zážitkovou dovolenou (Hudson, 2002). Jedná se o spojení cestování, sportu a venkovní rekreace (Hudson, 2002), což je vzrušující pro klienty zájezdu (Buckley, 2006).

Hlavním rysem dobrodružného cestovního ruchu je:

- Neočekávanost
- Neexistence pevně daného programu
- Nové zkušenosti
- Případně i určitá míra kontrolovaného rizika a nebezpečí (Zelenka, Pásková, 2012)

Průmysl spolu s akademickou sférou přijaly pro dobrodružný cestovní ruch zastřešující termín „Dobrodružný turismus“ (Rantala, Rokenes, Valkonen, 2018). Ten v posledních letech rychle rostl, protože rekreace v přírodě se stále více komercializovala. Zahrnuje velkou rozmanitost aktivit, od těch s malým skutečným rizikem až po ty, které pro účastníky představují poměrně velké problémy (Johnston, 2013). Jde o řízení komerční túry, kde hlavní atrakcí je venkovní aktivita, která závisí na vlastnostech přírodního terénu a obecně vyžaduje

specializované sportovní nebo podobné vybavení. Není zde vyžadováno, aby zařízení obsluhovali sami klienti. Ti jsou buď to prakticky zapojeni (Hudson, 2002), třeba při pádlování na raftu na divoké vodě nebo jsou pasažéry, a to ať už na psím spřežení nebo v tandemovém padákovém postroji (Buckley, 2006). Dále zde je spojená větší či menší fyzická námaha, která je z některých pohledů bližší práci než dovolené (Hudson, 2002). Můžeme zde zkrátka a dobře zařadit všechno od procházky v přírodě až po let do vesmíru (Swarbrooke, Beard, Leckie, Pomfret, 2003).

Dobrodružný turismus by měl být spíše více o překonávání náročných úkolů a osobních hranic, a méně o riskování vlastního života. Skutečné riziko nemusí být vysoké. Pokud se člověk bojí výšek a navštíví vysokou lanovou zahradu, tak jeho osobní výzva je v tu chvíli vyšší, než skutečné riziko (Sand, Gross, 2019). Turisty totiž nepřitahuje skutečné riziko, ale spíš vlastní účinnost, vzrušení a ztělesněné zážitky (Cater, 2006).

Navzdory akademickému pokroku zůstává dobrodružný cestovní ruch i nadále abstraktním, složitým a často nepochopitelným fenoménem s odlišnými definicemi a koncepty (Cheng, Edwards, Darcy, Redfern, 2018).

2.3 Členění dobrodružného cestovního ruchu

Dobrodružný cestovní ruch je velmi rozmanitý a proto existuje mnoho možností, jak ho můžeme rozčlenit. Nejčastěji se uvádí možnosti členění na hard (tvrdé) a soft (měkké) dobrodružství, aktivní a pasivní a podle prostředí.

2.3.1 „Hard and soft adventure“ (tvrdé a měkké dobrodružství)

i. Tvrdé dobrodružství („hard adventure“)

Týká se hlavně činností, kde je vysoká míra rizika, která vyžaduje naše intenzivní nasazení a pokročilé dovednosti (Schott, 2007). Zde můžeme zařadit: rafting na divoké vodě, bungee jumping, heliskiing (Sand, Gross, 2019).

ii. Měkké dobrodružství („soft adventure“)

Schott (2007) říká, že měkké dobrodružství se týká činností s vnímaným rizikem, ale nízkou úrovní skutečného rizika, vyžadující minimální nasazení a počáteční dovednosti. Většinu těchto aktivit vedou zkušení průvodci. Turisté bývají většinou v oblasti dobrodružství nováčky a chtějí si užít bezpečné činnosti, které vyžadují velmi omezenou nebo žádnou předchozí

zkušenost (Swarbrooke et al., 2003). Patří sem činnosti, jako je: turistika, jízda na horském kole nebo pádlování ve stoje (Sand, Gross, 2019).

Jedná se zde o vztah mezi našimi dovednostmi a schopnostmi, které jsou na jedné straně, proti riziku a obavě, které stojí na straně druhé. To co někdo z nás považuje za běžnou rutinní činnost, může být pro někoho jiného velmi náročné a může v něm vyvolávat dokonce i pocit strachu (Kotíková, 2013). Naštěstí můžeme většinu aktivit provozovat v „měkké“ verzi (kempování ve vybaveném obytném domě v autokempu za hezkého počasí) nebo ve verzi „tvrdé“ (kempování ve stanu se základním vybavením ve vysokohorském prostředí v extrémním klimatu)(Janowski, Gardiner, Kwek, 2020).

Jestli jsou aktivity tvrdé nebo měkké nám mohou určit mimo jiné okolnosti, počasí, úroveň vybavení, dovednosti účastníků a průvodce spolu s jejich psychikou, dostupnost jídla a vody a další. Proto jsou měkký a tvrdý dobrodružný turismus kolísající sféry, které indikují intenzitu nebo dobrodružnost turistického zážitku spíše než určité kategorie pro konkrétní aktivity (Janowski et al., 2020).

2.3.2 Aktivní a pasivní

Podle Kotíkové (2013) můžeme dobrodružný cestovní ruch také členit na aktivní a pasivní. Aktivní cestovní ruch předpokládá určitou míru dovedností a aktivní zapojení účastníka. Můžeme zde tak zařadit většinu dobrodružného cestovního ruchu.

Do pasivního cestovního ruchu zařazujeme aktivity, kde je vyžadováno časté překonání strachu a jenom účastníková přítomnost. Můžeme tu tak zařadit aktivity jako jsou bungee jumping anebo tandemový seskok padákem (Kotíková 2013).

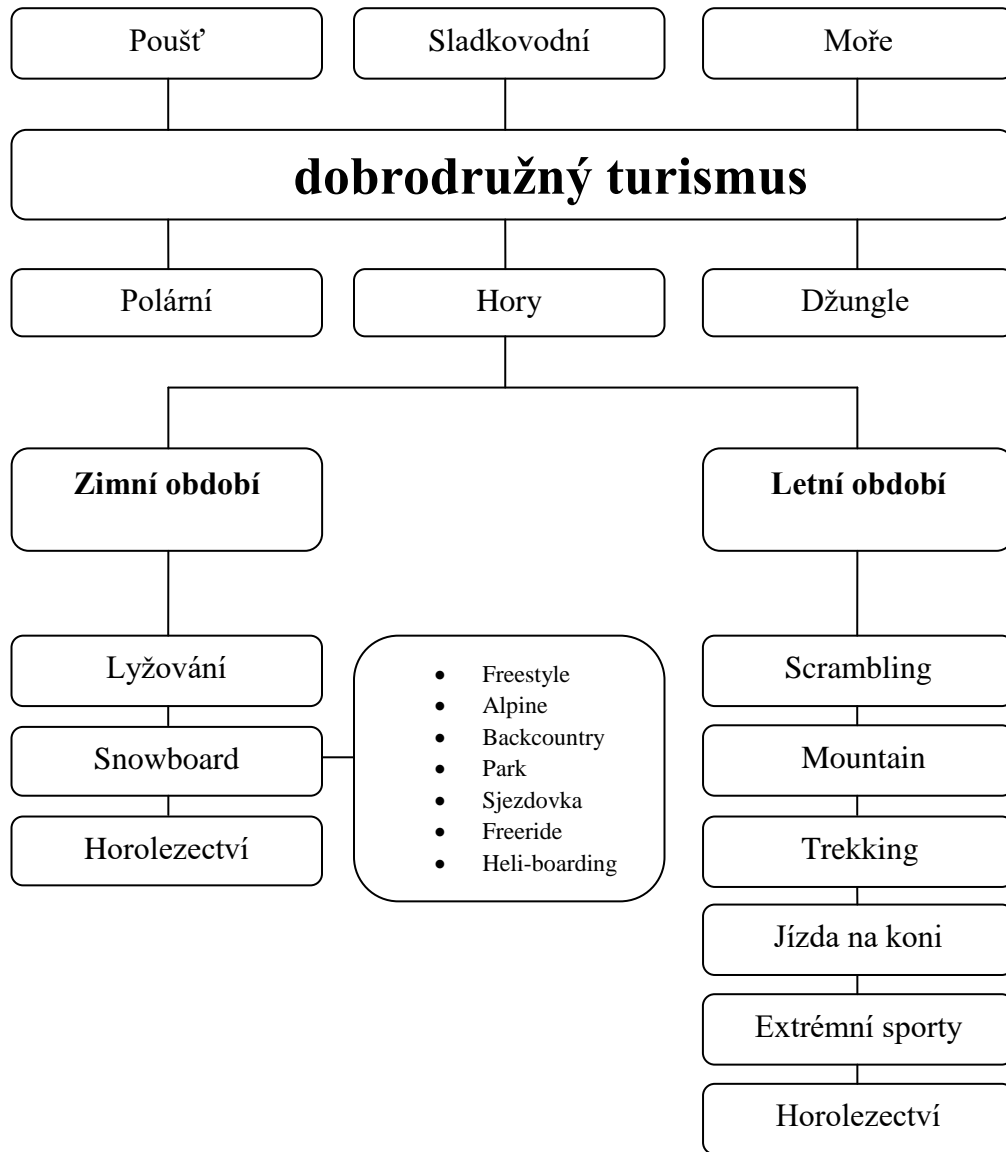
2.3.3 Členění podle prostředí

Hudson (2002) rozdělil dobrodružný cestovní ruch do 5 kategorií, a to: pouštní, mořský, polární, v džungli a horský cestovní ruch.

Ke stejnému způsobu rozdělení dospěl také Marson v roce 2011, ovšem s tím rozdílem, že tohle členění doplňuje o vodní prostředí. Dále své členění doplňuje o rozdělení na roční období, ve kterých se aktivity konají. Přidává tím pádem ještě rozšíření na letní období a zimní období.

Obrázek 1

Členění dobrodružného cestovního ruchu podle Marsona (2011), přeloženo z Beedie (2003).



Zelenka a Pásková (2012) se také přiklánějí ke členění podle prostředí, ovšem zastávají názor, že se jedná o výpravy na těžko dosažitelná místa v deštných pralesích, v horských a vysokohorských oblastech, jeskyních, apod.

2.4 Motivy účasti

Stejně jako není možné jednoznačně definovat členění dobrodružného cestovního ruchu, není ani možné jednoznačně definovat motivy účasti. Můžeme pouze vycházet z teorií a z definic, díky kterým „můžeme určit hlavní motivy účasti“ (Kotíková, 2013, 75).

„Výsledky motivačního průzkumu účasti na cestovním ruchu“ potvrzují, že své místo mezi motivy účasti má nejenom přání zažít nějaké dobrodružství, ale také touha po něčem nevyprávěném, neznámém anebo dokonce po něčem dosud netknutém (Orieška, 1999). Z těchto důvodů lidé často volí cestu útěku z reality nebo hledání svého nejzákladnějšího původu či mírumilovného prostředí. Tohle vše jim může poskytnout právě dobrodružný turismus, díky kontaktu s přírodou a praktikování dobrodružných aktivit (Carnicelli, Schwartz, Tahara, 2010).

V literatuře jsou motivy často kategorizovány do push a pull faktorů (Swarbrooke et al., 2003; Woodside a Martin, 2008). Pull faktory jsou faktory vnější motivace (Robinson, 2011), kdy jsou potencionální účastníci lákáni jinými faktory k tomu, aby se do něčeho zapojili, i když rozhodnutí už bylo učiněno (Lam, Hsu, 2006). Zahrnují také marketingové prvky (Armstrong, Adam, Denize, Kotler, 2008), jako jsou cestopisy, internet a brožury, kde jsou jednotlivci přesvědčováni nebo stimulováni, aby se zapojili do konkrétní aktivity“. Push faktory jsou faktory nehmotné. Ty turistu tzv. tlačí pryč z jeho domova (Andreu, Bigné, Cooper, 2000).

Jako další hlavní motivy účasti můžeme zařadit: radost, vzrušení, emoce, pocity nebezpečí, hledání a překonávání vlastních možností, společné prožívání výjimečných zážitků, kontakt s neobvyklým přírodním prostředím (Kotíková, 2013), dále by zde také mělo patřit získání neobvyklých zážitků, chuť po poznání sebe sama a hledání hranic svých možností, romantika s pobytem v přírodě, změna prostředí a touha zažít něco neobvyklého (Drobná, Morávková, 2007). Vnímané riziko je totiž pro potenciální spotřebitele něčím atraktivním, něčím, co aktivně vyhledávají (Dickson, Dolnicar, 2004).

2.5 Možnosti dobrodružných aktivit

Než se začneme zabývat možnostmi dobrodružných aktivit, které jsou typické pro tento cestovní ruch, je třeba si nejprve ujasnit, co to jsou dobrodružné aktivity a dobrodružné sporty. Jedním z charakteristických rysů dobrodružných sportů a aktivit je úroveň a typ rizika, s nimiž se při jejich účasti setkáváme. Nejde zde ani tak o četnost zranění, ale o možnost velmi vážného úrazu nebo dokonce i smrti. Vzhledem k povaze dobrodružných sportů a odlehlosti prostředí, ve kterých se typicky odehrávají a faktorům, které jsou mimo kontrolu účastníků, jako je například počasí a padání skal při horolezectví, není možné tahle rizika odstranit. Člověk nemůže vylézt na vysokou horu, surfovat na velkých vlnách nebo lyžovat strmým terénem, aniž by se nevystavil potenciálu zranění nebo dokonce smrti (McNamee, 2007).

Je třeba také odlišit rozdíl mezi „dobrodružnými sporty“ od sportů, které jsou v Severní Americe nazývány jako „extremní sporty“. Kategorie těchto dvou sportů, se sice vzájemně překrývají, ale není pravda, že všechny extrémní sporty jsou také sporty dobrodružné. Pojem

„dobrodružné sporty“ je používán pouze pro označení sportů, které se odehrávají v silném přírodním prostředí a zahrnují tak možnost katastrofických nehod, které vedou ke smrti účastníků (McNamee, 2007). Jsou zde zahrnuty sporty jako bungee jumping, parašutismus, sjezdové lyžování, alpinismus, horolezectví a jízda na horském kole (Kerr, Mackenzie, 2012). Kategorie extrémních sportů zahrnuje všechny alternativní sporty, které můžeme vidět třeba na X-games ESPN a těmi jsou: lezení na skále a ledu v umělém prostředí, slope-style lyžování a další (McNamee, 2007).

Není možné jednotné rozdělení aktivit dobrodružného cestovního ruchu (Orieška, 1999). Jelikož bývají často zahrnuty sporné činnosti (jako je například pozorování ptactva nebo lov), nespécifické seznamy (zde můžeme zařadit třeba motorizované sporty) a další pododvětví cestovního ruchu jako je dobrovolný turismus a ekoturismus, vznikají nejednoznačné kategorizace a vágní představy o definici dobrodružných aktivit. Jakékoliv seznamy tak mohou představovat pouze stručný přehled a rychle zastarávají (Janowski et al., 2020). Obsah dobrodružných činností a jejich provádění tudíž závisí na fantazii a na místních a technických podmínkách (Orieška, 1999).

Jednou z možností kategorizace dobrodružných aktivit je rozdělení podle Zelenky a Páskové (2012), kteří pokládají za typické aktivity dobrodružného cestovního ruchu „horolezectví (zde řadí alpinismus a andinismus), vysokohorskou turistiku, safari v Africe, zájezdy a pobyty s prvky extrémních a adrenalinových sportů, skoky volným pádem ze skal s padákem, bungee jumping, rafting a sjíždění divokých řek, extrémní lyžování, paragliding, snowboarding na extrémních svazích, létání v balónech aj.“ (Zelenka, Pásková, 2012).

Podle Oriešky (1999) můžeme dobrodružný cestovní ruch rozdělit do 7 kategorií. Těmi jsou: stravování v přírodě (založení ohně účastníky, příprava jídla účastníky, hledání pramene vody, táborák, piknik, barbecue), přenocování v přírodě (jsou k dispozici možnosti přenocování v lese, v jeskyni, na pláži, ale také na ostrově a na lodi), dobrodružné druhy sportů (parašutismus, let na rogalu, potápění, lov pod vodou), noční putování, putování v neobvyklých/extrémních podmínkách země (putování po ledovci, skalních útesech, putování jeskyní nebo také putování kráterem), neobyčejné výlety (plavba na voru, safari, přeprava džípem, nebo také výlety na velbloudech), objevování (jedná se o putování, kde prozkoumáváme ruiny hradu, opuštěné venkovské sídlo, vrak lodi a mnoho dalších míst).

Drobná a Morávková (2007) preferují rozdělení typických aktivit do 3 kategorií:

- Horolezectví, alpinismus
- Zájezdy a pobyty s prvky extrémních sportů
- Zájezdy a pobyty s prvky adrenalinových sportů

2.6 České cestovní kanceláře zabývající se dobrodružným cestovním ruchem

Dobrodružný turismus je rostoucím tržním segmentem, jehož typickými rysy jsou rostoucí množství specializovaných cestovních kanceláří (Zelenka, Pásková, 2012). Dobrodružné zájezdy jsou produkty komerčních zájezdů, které si klienti kupují primárně za účelem účasti na venkovní aktivitě, která je hlavně vzrušující (Buckley, 2006).

V České republice začaly od devadesátých let vznikat specializované cestovní kanceláře, které se zaměřují na dobrodružné a sportovní zájezdy (Kotíková, 2013). Nachází se zde řada cestovních kanceláří, zabývajících se dobrodružným turismem. Mezi nejznámější z nich patří: Adventura s. r. o., Alvarez s. r. o., CK iWalker s. r. o., Livingstone s. r. o. a AAA plus CK.

2.6.1 Adventura s. r. o.

Cestovní kancelář Adventura byla založena v roce 1990 nadšenými cestovateli a milovníky aktivního pobytu v přírodě. Už po více než 30 let se cestovní kancelář snaží potěšit zákazníky „pestrou nabídkou poznávacích zájezdů a aktivní dovolené v tom nejširším slova smyslu a nabídnout pohled na svět kolem v celé jeho pestrosti a různorodosti trochu jinými očima“. Kancelář si zakládá na originálních programech, které jsou určeny primárně pro menší skupiny účastníků (adventura.cz, 2022). V nabídce cestovní kanceláře najdeme hlavně poznávací zájezdy do exotických destinací (Kotíková, 2013) jako je Karibik, Azory, Tahiti a další destinace. Dále nabízí širokou nabídku aktivní sportovní dovolené na kolech po Toskánsku, Černé Hoře, Alsasku a dalších. V neposlední řadě zde najdeme turistické zájezdy, kde je v nabídce přechod kvetoucí Madeiry, západní Papua a Bali. Jako poslední zde najdeme širokou nabídku outdoorových kurzů jako je lyžování v Kappadokii, rafting na Salze nebo cesta z Martiniku na Guadeloupe na plachetnici (adventura.cz, 2022).

2.6.2 Alvarez s. r. o.

Cestovní kancelář Alvarez byla založena v roce 1992. Kancelář nabízí „originální programy připravené podle přání a zájmů českých a slovenských cestovatelů“. Většinu zájezdů kancelář pořádá v malých skupinách pro 6 až 16 osob. Cestovní kancelář se zaměřuje na zájezdy do Středomoří, Asie, Afriky, Ameriky a Austrálie. Specializuje se primárně na poznávací a turistické zájezdy (alvarez.cz, 2022).

2.6.3 CK iWalker s. r. o.

Cestovní kancelář iWalker se pyšní tím, že do nabídky dává jenom lokace, které její majitelé sami mnohokrát procestovali a nadchli je natolik, aby se s ostatními o ně podělili. Nabízí dobrodružné výpravy, jako je trek po zamrzlé řece v Himalájích, tak i poklidnější výpravy za poznáním sebe sama jako je Jóga na Azorských ostrovech nebo Meditace a qigong (práce s životní energií) v Thajsku (iwalker.cz, 2022).

2.6.4 Livingstone s. r. o.

Cestovní kancelář Livingstone je na českém cestovním trhu od roku 1995. Organizuje zájezdy na všechny kontinenty. Výpravy kancelář pořádá v malých skupinách, ale nabízí i variantu individuální cesty. Nejvíce svých výprav cestovní kancelář pořádá v Africe, kde umožňuje klientům zažít si pravé safari, a to jak v Keni, tak i v Ugandě nebo Tanzánii. Další z nabízených destinací je Asie, kde s klienty cestují za pohádkovými plážemi Thajska i Srí Lanky, ale zároveň klientům ukazují i krásy Bhútánu, Nepálu, Laosu a Indočíny. V Americe nabízejí návštěvu amazonské džungle, výstup na Machu Picchu, výpravu za medvědy na Aljašku a nebo zábavu karnevalu v Rio de Janeiru. Cestovní kancelář dále nabízí i zájezdy na Nový Zéland za krajinou z filmu Pán Prstenů, zájezdy k obrovským ledovcům na Antarktidu a dokonce i cestu na vrchol světa na Severní Pól (livingstone.cz, 2022).

2.6.5 AAA plus CK

Cestovní kancelář AAA plus CK organizuje expedice pro jednotlivce i skupiny k primitivním kmenům a přírodním národům. Cílem jejich cest je „poznat danou zemi takovou, jaká skutečně je, bez okras a pozlátka“. Cesty a expedice, které organizují, nejsou určeny pro běžné turisty, ale pro skutečné dobrodružné cestovatele, protože zde často dochází k obětování pohodlí v podobě klimatizovaných hotelů, televize a klimatizovaných autobusů (aaaplus.cz, 2022).

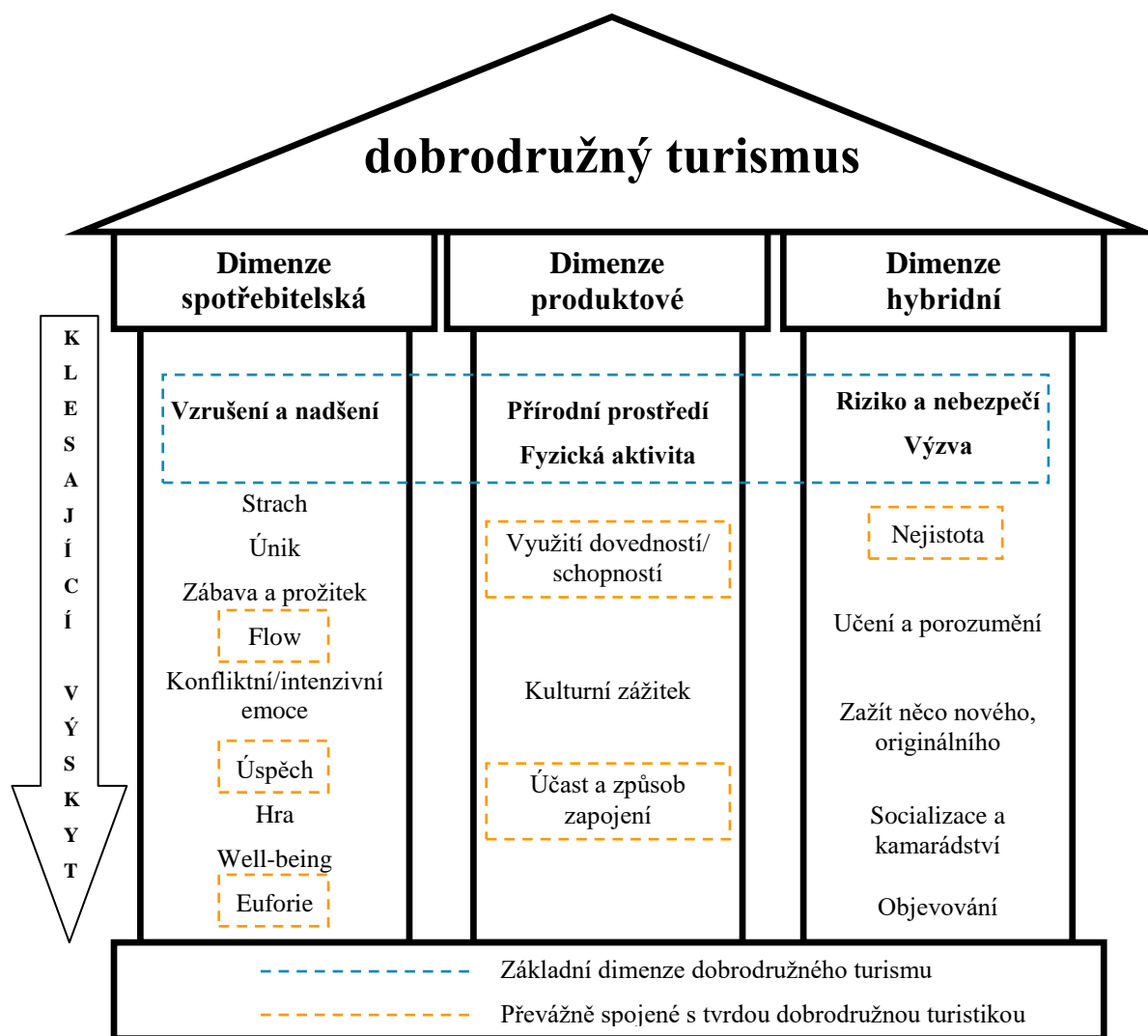
2.7 Dimenze dobrodružného cestovního ruchu

Dimenze dobrodružného cestovního ruchu nám nabízí komplexnější a sofistikovanější chápání této turistické činnosti, na rozdíl od měkkého a tvrdého dobrodružství, které bývají kritizovány jako příliš zjednodušující a nevystihující podstatu dobrodružného turismu. Tyhle dimenze nám identifikují rysy dobrodružného cestovního ruchu a dochází tak k rozvinutí teoretických významů dobrodružství (Janowski et al., 2020).

Janowski et al. (2020) identifikovali 22 dimenzí dobrodružného cestovního ruchu, které následně rozdělili do třech pilířů, které tvoří dimenze spotřebitelská, dimenze produktová a dimenze hybridní, na kterých dobrodružný turismus stojí.

Obrázek 2

Pilíře dobrodružného turismu podle Janowského, Gardinera a Kweka (2020).



Výše uvedených 22 dimenzí jsou prvky dobrodružného cestovního ruchu z teoretického hlediska. Některé dimenze jsou typicky použitelné pro měkká dobrodružství a jiné se zase vyskytují převážně ve sféře tvrdší. Tyhle dimenze se vzájemně nevylučují, ale navzájem spolu souvisejí. Mezi dimenzemi existuje mnoho potenciálních vazeb, které společně utvářejí zážitek z dobrodružného cestovního ruchu (Janowski et al., 2020).

2.7.1 Dimenze spotřebitelská

Jedná se o dimenzi, která zahrnuje nehmotné, psychologické prvky nebo pocity, které vyvolává dobrodružný turismus. Patří zde vzrušení a nadšení, strach, únik, zábava a prožitek, flow, konfliktních/intenzivní emoce, úspěch, hra, well-being a Euforie (Janowski et al., 2020).

Vzrušení a nadšení tvoří jednu z pěti základních dimenzí a jsou jedním z nejdůležitějších faktorů dobrodružného turismu (Beckman, Whaley, Kim, 2017). Cater (2006) potvrdil, že každý úspěšný podnik co se zabývá dobrodružným cestovním ruchem, účinně začleňuje do svých produktů prvky vzrušení, kterými zvyšuje jejich přitažlivost. Vzrušení se totiž spouští, když člověk prožívá riskantní situaci, kterou je schopen ovládat (Gyimóthy, Myklet, 2004). Nováčci mohou zažít vzrušení z nenáročných zážitků dobrodružného turismu, ale časem potřebují obtížnější výzvy, aby znovu tenhle pocit zažili (Buckley, 2015).

Dále zde můžeme zařadit strach. Konfrontaci se strachem se podle Catera (2006) někteří dobrodružní turisté snaží při hledání sebe sama vyhledávat více než ostatní. Pro tyto lidi je tato emoce ústředním bodem zážitku (Janowski et al., 2020). Strach nemusí být výhradně spojen přímo s konkrétní činností, ale také s mentálním procesem představivosti jedince nebo také přirozenou reakcí na ohrožení, i když je činnost docela bezpečná. Navzdory tomu, že je strach v běžném každodenním životě vnímán jako emoce negativní, v případě dobrodružného turismu může být součástí atrakce (Carnicelli et al., 2010).

Únik patří pro spotřebitele mezi primární motivaci. Zážitky z dobrodružné turistiky poskytují cestu úniku z městského života, stresu souvisejícího s prací, a dalších. Jedná se o únik prostřednictvím stimulace a intenzity, která odděluje každodenní události většiny spotřebitelů (Swarbrooke et al., 2003). Dobrodružní turisté se zkrátka a dobře chtějí od toho všeho dostat pryč, a proto vyhledávají změnu prostředí (Patterson, Pan, 2007).

Jako klíčový výsledek zážitku z dobrodružného cestovního ruchu je považován pocit úspěchu (Morgan, Moore, Mansell, 2005). Bylo zjištěno, že úspěch je jedním z motivačních faktorů pro lidi, kteří se snaží překonat nepřízeň osudu v drsných podmínkách a dosáhnout vlastního nastavení a cíle jako je dokončení trasy nebo dosažení vrcholu (Pomfret, Bramwell, 2016).

Hra je další, možná poněkud abstraktní rozměr zážitkového turismu. Je svobodná a jednoduchá a přesně tohle se snaží hledat dospělí v dobrodružném turismu (Janowski et al., 2020). Dobrodružný cestovní ruch je náchylný k usnadnění hlubokých zážitků ze hry pro dospělé jako prostředku ke zvládnutí zábavy a rizika (Gyimóthy & Mykletun, 2004).

Konfliktní a intenzivní emoce jsou často ty emoce, které pociťují turisté při dobrodružných zážitcích (Swarbrooke et al., 2003). Třeba horolezci mohou během jedné fáze

dobrodružného zážitku pociťovat ve stejnou chvíli úzkost, plachost a strach. Stejně tak během začátku výstupu mohou zároveň pociťovat úlevu, povznesení a radost (Pomfret, 2006). Well-being podle Ryana a Huta (2009) zobrazuje pocity, které vycházejí z jednání, myšlenek a pocitů lidí, které podle Mackenzie a Hodge (2020) zahrnují hédonické a eudaimonické prvky. Mezi hédonické prvky patří vzrušení, blahobyt, radost a štěstí. Jsou bezprostřednější a jedná se o krátkodobé pocity. Naproti tomu eudaemické prvky jsou prvky jako je autonomie, kompetence a příbuznost (Mackenzie, Hodge, 2020). Ty poskytují hlubší smysl pro účel, smysluplnost a naplnění (Ryan, Deci, 2001). Peacock, Brymer, Davids a Dillon (2017) zjistili, že přírodní prostředí, které převládá v dobrodružném cestovním ruchu, dále zvyšuje blahodárné účinky, kterých se dosahuje prostřednictvím fyzické aktivity jako takové. Příroda tak snižuje stres, podporuje rozkvet sociálního kapitálu, obnovuje pozornost a prospívá odolnosti, duševní a fyzické regeneraci, čímž zvyšuje celkovou pohodu (Mackenzie, Hodge, 2020).

Flow je koncepce, která byla zavedena, aby byl účastník v takzvaném stavu plynutí. Aby účastník dosáhl tohoto stavu, je důležité vyvážit úroveň výzev a osobních dovedností, aby se účastník mohl cítit zcela ponořený a mentálně pohlcený zážitkem (Triantafillidou, Petela, 2015).

Podle Buckleyho (2012), může vnímané riziko být motivací pro turisty s měkkým dobrodružstvím, zatím co zkušení účastníci vyhledávají spíše pocit euforie. Je to návykový stav, který kombinuje intenzivní koncentraci s přesnou, rychlou fyzickou koordinací a zvýšenou hladinou adrenalinu. Jelikož je vzrušení fyziologické a založené na adrenalinu, může jej každý zažít ve velmi odlišných kontextech. Buckley ovšem tvrdí, že pocit Euforie zažívají především vysoce kvalifikovaní a zkušení dobrodružní turisté.

Dimenze zábavy a prožitku si zde získává pouze omezenou pozornost. Schlegelmichl a Ollenburg (2013) však zjistili, že celkem 95 % západního vzorku si právě zábavu a vzrušení spojuje s dobrodružstvím. Zatím co nováčci v oblasti dobrodružného turismu hledají spíše pohodlnou zábavu se zážitky, tak zkušení odborníci kladou důraz na vysokou míru zapojení a kontroly (Buckley, 2012).

2.7.2 Dimenze produktové

Produktové dimenze dobrodružného turismu zahrnují dvě základní dimenze, a to dimenzi přírodního prostředí a dimenzi fyzické aktivity. Dále zahrnuje i tři další produktově orientované aspekty, a to využití dovedností/schopností, kulturní zážitek a účasti a způsobu zapojení. Těchto pět aspektů dobrodružného turismu je určeno produktem dobrodružného cestovního ruchu, nikoli myšlením dobrodružného cestovního ruchu (Janowski et al., 2020).

Dimenze přírodního prostředí je jedním ze základních prvků dobrodružného turismu, protože se tento typ turismu vyskytuje převážně v divočině než ve městech (McConnell, 1991). Prostředí tak spolu s fyzickou aktivitou spoluvytvářejí právě zážitky z dobrodružného turismu (Buckley, 2006). Podle Giddyho a Webba (2015) patří mezi důležité krajinné prvky lesy a hory, ale i kaňony, soutěsky, divoká zvěř, rostliny, moře a řeky. Venkovní prostředí nám zkrátka a dobře usnadňuje dobrodružné zážitky díky svým specifickým geografickým a fyzickým rysům (Swarbrooke et al., 2003). Kromě těchto fyzických rysů můžeme pokládat za důležité podle Buckleyho (2010) i klima a počasí v době realizace dobrodružné turistiky nebo aktivity. Například pro lyžaře a snowboardisty je důležitá výška sněhu, pro surfaře zase příboj, pro kajakáře vítr a peřeje (Buckley, 2017). Čím je úroveň dovedností turistů vyšší, tak tím pravděpodobnější je, že si budou víc užívat pozorování přírodního prostředí, než aby se soustředili na to, co dělají (Buckley, 2006).

Jako další základní dimenzi řadíme fyzickou aktivitu, která bývá často identifikována jako klíčová pro dobrodružný turismus (Sung, 2004). Zatím co se obyčejný turismus soustředí primárně na pozorování, tak dobrodružný turismus se soustředí na fyzické prožívání krajiny (Buckley, 2010). Vzhledem k tomu, že fyzická aktivita je neodmyslitelnou součástí dobrodružného turismu, mohou příslušné aktivity vyžadovat od účastníka určité fyzické dovednosti, aby byly úspěšně provedeny, zejména v kontextu náročného dobrodružství (Janowski et al., 2020).

Využití dovedností/schopností bývá vyžadováno především během tvrdého dobrodružného turismu. Díky souhře mezi rizikem a kompetencí v podobě specifických dovedností dochází k formaci zážitku (Imboden, 2012). Specifickými dovednostmi lze také rozlišovat mezi komerčním dobrodružným turismem a soukromou dobrodružnou rekreací. Při dobrodružné rekreaci se rekreanti snaží stavět na minulých dobrodružných aktivitách, při kterých se snaží zaměřovat na další rozvoj svých dovedností, zatím co během dobrodružného turismu se dobrodružní turisté snaží vyhledávat především zážitky nové, kde není zaměření na konkrétní dovednosti (Giddy, 2018).

UNWTO (2014) přijalo definici dobrodružného cestovního ruchu od Adventure Travel Trade Association (ATTA) a zastává tak názor, že interakce s kulturou je jedním ze tří hlavních prvků dobrodružného cestovního ruchu, spolu s přírodním prostředím a fyzickou aktivitou. Zatímco ATTA vyjadřuje rostoucí zájem ze strany poptávky o kulturní obohacení v dobrodružném cestovním ruchu, v akademickém výzkumu se to neodrží (Janowski et al., 2020).

Dimenze účasti a způsob zapojení je charakteristická rozhodováním, rozvojem vlastních schopností, dále také získáváním kontroly a vytvářením přátelství (Pomfret, 2006). Úroveň

účasti a způsobu zapojení se přirozeně liší mezi zážitky z dobrodružného turismu a dokonce i v rámci jedné formy činnosti. Parašutista může například převzít plnou kontrolu nad seskokem nebo být pouhým pasažérem připoutaným do postroje pro tandemový seskok (Janowski et al., 2020). Gyimothy a Mykletun (2004) tvrdí, že emoce, jako je radost a vzrušení, zažíváme, když máme pod kontrolou riskantní situaci.

2.7.3 Dimenze hybridní

Dimenze hybridní zahrnuje dvě základní dimenze a to rizika a nebezpečí a dimenzi výzvy. Dále zde můžeme zahrnout dalších pět dimenzí, a to dimenzi nejistoty, učení a porozumění, zažít něco nového/originálního, socializace a kamarádství a objevování. Tyhle dimenze jsou formované nejenom fyzickým produktem, ale také poznáním a schopnostmi dobrodružného turismu (Janowski et al., 2020). Podle Janowského et al. (2020) může být zážitek z dobrodružného turismu nabízen například na různých úrovních obtížnosti, což má za následek různé úrovně výzev, které závisí na úrovni dovedností účastníka. Dále také nabídka dobrodružného turismu umožňuje a podporuje socializaci mezi účastníky.

Za základní dimenzi je považována dimenze rizika a nebezpečí, a to ať už vnímaného nebo skutečného. Kromě běžného fyzického rizika zde můžeme zahrnout také sociální riziko (Mackenzie, Kerr, 2012), emociální riziko a intelektuální riziko (Schlegelmilch & Ollenburg, 2013). Carnicelli et al. (2010) podporuje názor, že riziko je neodmyslitelnou součástí dobrodružného turismu, který uvádí, že příslušné činnosti jsou náchylné k riziku a nebezpečí, protože se obvykle provádějí venku, kde je mnoho vnějších prvků, které nelze kontrolovat. Vyjma toho, Weber v roce 2001 zdůraznil neoddělitelnou povahu rizika tím, že položil otázku, zda jde považovat činnost za dobrodružnou, pokud nezahrnuje riziko. Přesto se najdou i publikace, které uvádějí, že riziko není z pohledu spotřebitele zásadní a že spíše než riziko účastníci hledají vzrušený stav, strach a spěch (Janowski et al., 2020).

Výzva je vnímána jako poslední základní dimenze dobrodružného turismu, která účastníkům poskytuje nával adrenalinu (Buckley, 2012) a příležitost otestovat své fyzické a duševní limity (Triantafillidou, Petela, 2016). Výzva spolu s fyzickou aktivitou je jeden z hlavních rozdílů mezi dobrodružným turismem a obecným turismem (Cheng et al., 2018). Podle Tsaura, Lina a Liua (2013) můžeme v kontextu dobrodružného turismu rozlišit čtyři zdroje výzev, a to: intrapersonální, interpersonální, aktivita a životní prostředí.

i. Intrapersonální

Jednotlivci se stávají specializovanější, tak se preference posouvají stejným směrem a stejnou velikostí. Aby člověk prožil dobrodružnou zkušenost v konkrétním prostředí, měl by mít určitou úroveň dovedností a zkušeností. Vzhledem k tomu, že hledání výzev je jedním z předních motivátorů pro dobrodružné aktivity, budou motivovaní účastníci rozhodovat o jejich dobrodružstvích. Proto úroveň dovedností, zkušeností a odhodlání dobrodružných turistů může být zdrojem intrapersonálních problémů (Barnett, 2005).

ii. Interpersonální

Partneři jsou vrstevníci, kteří se společně účastní dobrodružných aktivit. Vztah mezi partnery můžeme rozdělit na konkurenční a kooperativní. Například při raftingu na divoké vodě jsou raftaři na stejné lodi považováni za spolupracující partnery, zatímco raftaři na různých lodích jsou považováni za konkurenční vrstevníky. Oba druhy partnerství mohou výzvu stimulovat (Bunting, Tolson, Kuhn, Suarez, Williams, 2000).

iii. Aktivita

Požadavky na znalosti, dovednosti a vybavení se u dobrodružných aktivit liší (Tsaur et al., 2013). Podle apriorních předpokladů můžeme říct, že čím více stresu z dovedností nebo schopností požadovaných činností vyplývá, tím náročnější činnost je. Důvodem, proč je lezení po skalách náročnější než běhání, je rozdíl v attributech těchto dvou aktivit. Atributy činnosti jsou tedy jedním ze zdrojů výzvy (Tsaur et al., 2013).

iv. Životní prostředí

Charakteristika prostředí má vliv na to, jak dobrodružní turisté vnímají výzvy. S různými druhy specializace mohou turisté hledat vhodné prostředí, kde by se mohli věnovat své požadované úrovni výzvy. Jedinečné terény mohou představovat například výzvu pro turisty, kteří se účastní expedice po řece. Atributy prostředí tedy jsou považovány za jeden ze zdrojů představující pro turisty pocit výzvy (Tsaur et al., 2013).

Dimenzi nejistoty zde můžeme zařadit, protože nejistý člověk je podle Beedieho a Hudsona (2003) výsledkem profesionálně organizovaných aktivit dobrodružného turismu. Nejistota může být pro některé dobrodružné turisty hnací faktor, a to zejména při náročných dobrodružstvích (Lepp, Gibson, 2003).

Co se týče dimenze učení a porozumění, tak do té Cutler a Camichael (2010) v cestovním ruchu zahrnují i kategorie kognitivního (znalosti a duševní dovednosti), afektivního (objevování

citů a emocí), psychomotorického (osvojování fyzických dovedností) a osobního rozvoje (objevování sebe sama). Podle Webera (2001) je zase jádrem dobrodružného turismu získání vhledu a znalostí. O to jak velký faktor učení v dobrodružném turismu je, závisí na úrovni dovedností účastníků a na povaze aktivity. Čím kratší zážitek je, jako třeba bungee jumping, tak tím méně se z něj můžeme naučit (Gyimóthy, Mykletun, 2004).

Dimenze něčeho nového/originálního byla identifikována jako jeden z hlavních motivačních faktorů, který nabízí změnu od každodenního života (Chang, 2011). Podle Catera (2006) jsou neotřelé situace důležitým kontextem dobrodružného cestovního ruchu.

Dimenze socializace a kamarádství se podle Janowskiho et al. (2020) nesetkává doposud s velkou pozorností. Socializace značí proces, při kterém se dobrodružní turisté setkávají a konverzují s novými lidmi, se kterými sdílejí společnou vášeň a zkušenosti. Oproti tomu kamarádství značí navázání pouta, pocity sounáležitosti a posílení skupinové harmonie mezi účastníky, vyvolané sdílenými zážitky (Triantafillidou & Petala, 2016). Podle Buckleyho (2015) může mít sociální interakce velký význam zejména pro začínající dobrodružné turisty.

Poslední hybridní dimenzí je dimenze objevování, kdy mluvíme o průzkumu něčeho jiného, než je obvyklé prostředí (Mlozi & Pesämaa, 2013). Důvodem k provozování dobrodružství už dnes není motivace průzkumu jako snaha o zmapování nového prostředí (Swarbrooke et al., 2003), ale pátrání po dobrodružství, snaha jednotlivce o větší znalosti a sebeobjevování s ambicí prozkoumat a určit své vlastní fyzické, mentální a emocionální schopnosti, silné stránky a příslušné limity (Weber, 2001). Dobrodružný cestovní ruch tak umožňuje díky této dimenzi modernější formy průzkumu a objevování (Gyimóthy & Mykletun, 2004).

2.8 Výzkumy v oblasti dobrodružného cestovního ruchu

2.8.1 Motivace pro dobrodružný turismus: Přístup založený na push a pull faktorech

Jelikož v uplynulých letech docházelo ke změnám v charakteristikách dobrodružných turistů, tak bylo nutné přehodnotit motivace skupiny lidí, kteří dobrodružný turismus provozují. Tato studie se snaží znovu prozkoumat motivace dobrodružných turistů pomocí přístupu založeného na push a pull faktorech. Analýza je založena na zkoumání motivací k účasti na dobrodružném cestovním ruchu mezi účastníky osmi různých aktivit v Jižní Africe. Aktivity byly následující: pozorování velryb, potápění, potápění ve žralocích klecích, parašutismus, plavání s tuleni, canyoning, Harkerville Trail (krátká túra) a Otter Trail (dlouhá túra). Po skončení aktivity, byl mezi účastníky rozdán dotazník (Giddy, 2018).

Ve výsledcích studie bylo zjištěno, že pull faktory jsou průměrně nižší než push faktory. To naznačuje možnost, že push faktory mají pro účastníky větší váhu. Jako nejvýznamnější push faktor byla zjištěna novinka. Jako sekundární nejvýznamnější faktor s relativně vysokým průměrem byla zjištěna Environmentální výchova. Faktorem s nejnižším průměrem byla zjištěna socializace, která byla díky dřívějším výzkumům spojována jako jeden z důležitých motivačních faktorů. Jako další motivační faktory s relativně nízkým průměrem zde bylo zjištěno riziko a fyzický výzva/rozvoj dovedností, které byly považovány jako specifické pro dobrodružný turismus. Byla zde zjištěna průměrná důležitost faktoru vzrušení a proto Giddy (2018) došla k závěru, že tyto výsledky podporují teorii, že vzrušení se v motivacích dobrodružného turismu stává stále více druhořadým (Giddy, 2018).

Jako nejvýznamnějším pull faktorem, který jak se zdá byl pro účastníky v rozhodovacím procesu nejdůležitějším, je považováno životní prostředí. Hned po něm byla také střední pozornost věnována atrakcím a nejmenší důraz respondenti kladli na zařízení destinace. Zvýšený význam této skupiny respondentů o životní prostředí by mohl naznačovat změnu ve způsobech, kterými se turisté hledající přírodní zážitky rozhodnou pro interakci s těmito přírodními prostředími (Giddy, 2018).

2.8.2 Idealizace zážitků z dobrodružného turismu: sebehodnocení a očekávání turistů

Podle Ponteho, Couta, Sousa, Pimetela a Oliveira (2021) si cestovatelé velmi často idealizují a rozvíjejí individuální očekávání svých dobrodružných zážitků prostřednictvím tzv. romantizované „dobrodružné mytologie“. Svůj výzkum proto zaměřili na motivace a pocity účastníků během dobrodružného zážitku a na jejich spokojenost a budoucí chování. Cílem výzkumu je poskytnout vhled do očekávání cestovatelů ohledně zážitků dobrodružného cestovního ruchu. Chtějí pochopit, jak si účastníci tuhle zkušenost idealizují. V Portugalsku bylo provedeno dotazníkové šetření, při kterém byli náhodně osloveni turisté na hlavních turistických atrakcích, turistických trasách, vyhlídkových místech, kráterových jezerech, plážích a v přístavu ve městě Ponta Delgada. Dotazník měl sedm otázek týkajících se sociodemografických charakteristik, čtyři otázky týkající se dobrodružných aktivit/zážitkových preferencí a jednu otázku (s 26 položkami) týkající se idealizací dobrodružných zážitků (Ponte et al., 2021).

Výsledky ukazují, že když si turisté idealizují své dobrodružné zážitky, tak mohou existovat protichůdné problémy. Schopnosti a způsob rekreace nemusí vždy odpovídat představám turistů. Dále výsledky naznačují, že si turisté idealizují své zážitky na základě šesti základních prvků, a to: fyzické angažovanosti, interakce s přírodou, soběstačnosti, přípravě,

pohlující fantazii a nepředvídatelnosti. Dále byly zjištěny dva protichůdné způsoby hodnocení profilu dobrodružství a to: „neochotní dobrodruzi“ a „horliví dobrodruzi“ (Ponte et al., 2021).

2.8.3 Zkoumání motivace baby boomu pro dobrodružný turismus

Dobrodružný turismus se v dnešním světě stal středem zájmu baby boomu (lidé, kteří se narodili mezi lety 1946 a 1964). Cílem této studie bylo posouzení, co motivuje tuhle generaci k účasti na dobrodružném turismu a průzkum push a pull faktorů, které ovlivňují jejich výběr dobrodružného turismu. Naidoo, Munhurrin, Seebaluck a Janvier (2015), převzali dotazník, který už byl distribuován v dřívějších studiích. Ten byl navržen tak, aby získal potřebné informace o motivaci baby boomu k účasti na dobrodružných aktivitách. Průzkum byl proveden na dobrodružných a rekreačních místech ostrova Mauricius, jako je Domaine la grave, Domaine de Chazal, Haraz du Morne, Valley de Ferney a na místech určených pro kitesurfing (Naidoo et al., 2015).

Výsledky studie došly k závěru, že jako nejdůležitější identifikované push motivační faktory pro respondenty jsou zábava a prožitek, relaxace, úleva od stresu a napětí, změna a novost, únik. Mezi nejdůležitější pull faktory byla identifikována atraktivita fyzického prostředí a lepší zdraví. Výsledky dále ukázaly, že účastníci nejvíce preferují aktivity s menší mírou rizika, dále aktivity, které vyžadují málo technických dovedností a aktivity s nízkou fyzickou námahou. Z tohoto vyplývá, že generace baby boomu nejméně preferuje činnosti s vysokou mírou rizika (Naidoo et al., 2015).

3 CÍLE

Hlavním cílem práce je zjištění preferencí účastníků dobrodružného cestovního ruchu ohledně výběru destinace a poskytovaných služeb.

Dalším cílem práce je zjistit význam jednotlivých dimenzí dobrodružného cestovního ruchu pro jeho účastníky.

Pro splnění cíle práce byly použity následující výzkumné otázky:

- Jakého typu dobrodružné aktivity se lidé účastnili a jakého mají zájem se účastnit?
- Jak účastníci vybírají cílovou destinaci?
- Jaké destinace účastníci dobrodružného cestovního ruchu chtějí navštívit?
- Jaká dimenze dobrodružného cestovního ruchu je pro účastníky nejvíce důležitá?

4 METODIKA

Výzkumný soubor

Účast respondentů na dotazníkovém šetření byla dobrovolná a jejich maximální počet nebyl nijak omezen. Do studie se zapojilo celkem 161 respondentů, kteří nebyli nijak limitováni věkem, vzděláním nebo pohlavím.

Metody sběru dat

Sběr dat byl proveden kvantitativní metodou pomocí online dotazníku. Při tvorbě byly využity dimenze cestovního ruchu podle Janowskiho, Gardinera a Kweka. Dotazník byl vytvořený na platformě Google Forms a byl distribuován na vybraných facebookových skupinách, které se zaměřují na cestování, jako je: Cestování-tipy na levné letenky a zájezdy, fotky z cest, rady a diskuze; Cestování bez hranic-rady a tipy; Cestujeme levně, bez cestovky-(spolu)cestování; (Spolu)cestování, Spolucestování cestovatelská seznamka; Cestování, Dobrodružství, Přechody hor, Tramping a Hiking v divočině, atd. Při výběru skupin byly kladeny požadavky na minimálně 1000 členů a aktivitu na skupině v posledních třech dnech.

Před začátkem vyplňování dotazníku byli respondenti v úvodním textu seznámeni s cílem dotazníkového šetření a s důvodem jeho vytvoření. Jedním z dalších nezbytných bodů dotazníku bylo definování dobrodružného cestovního ruchu a dimenzí dobrodružného cestovního ruchu, čímž bylo zajištěno pochopení respondentů daného úseku otázek. Většina otázek byla označena jako povinná, aby se tak předešlo vynechání důležitých otázek a bylo možné se tak dopracovat k co nejpřesnějším výsledkům. Dotazník také obsahoval celkem dvě povinné otevřené otázky a dvě, k jejichž zodpovězení se dostali respondenti jen podle odpovědi v předešlé otázce. V dotazníku bylo také celkem 22 otázek, sestavených formou lineárního hodnocení.

Statistické zpracování dat

Vyhodnocení dotazníku proběhlo za pomoci statické analýzy. Výsledky analýzy byly dále zaznamenány do grafů.

Design studie

Dotazník je rozdělený celkem do devíti částí. V první části jsou otázky zaměřené na charakteristiku respondentů. Druhá část dotazníku je zaměřena na předchozí zkušenost respondentů s dobrodružným cestovním ruchem a na jejich rozdělení na respondenty, co se ho nikdy neúčastnili a na respondenty co ano. Další části jsou zaměřené na zjištění preferencí

respondentů, co se už dobrodružného cestovního ruchu účastnili ohledně výběru destinace, dopravy, ubytovacích a stravovacích služeb. Dále jsou zde otázky, které si kladou za cíl zjistit, s kým respondenti nejraději cestují. Poslední část otázek dotazníku byla zaměřena na zjištění významu jednotlivých dimenzí cestovního ruchu pro respondenty.

5 VÝSLEDKY

Dotazník vyplnilo celkem 161 respondentů. Dotazník mohli respondenti vyplňovat v rozmezí od 1. 6. 2022 do 9. 6. 2022. Dotazník byl respondentům k dispozici na vybraných facebookových skupinách. Výzkumné šetření se zaměřovalo primárně na účastníky dobrodružného cestovního ruchu, ale byly zde i otázky pro respondenty, kteří se téhle formy cestovního ruchu nikdy neúčastnili. Dotazník je možné shlédnout v příloze 1.

5.1 Preference ohledně výběru destinace a poskytovaných služeb

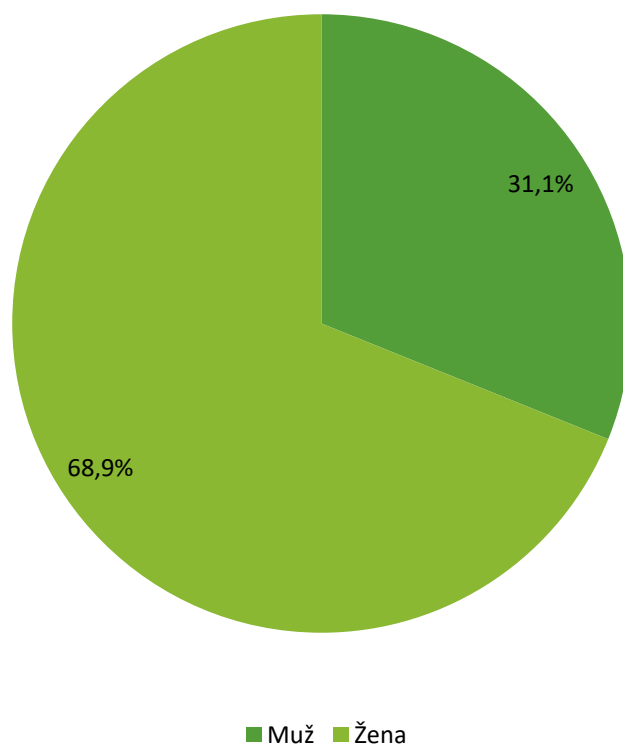
Následujících 19 otázek si kladlo za cíl zjistit preference účastníků dobrodružného cestovního ruchu ohledně výběru destinace a poskytovaných služeb.

Otázka č. 1: Pohlaví

Z celkového počtu 161 dotazovaných bylo celkem 50 (31,1 %) mužského pohlaví a 111 ženského pohlaví (68,9 %).

Obrázek 3

Pohlaví respondentů

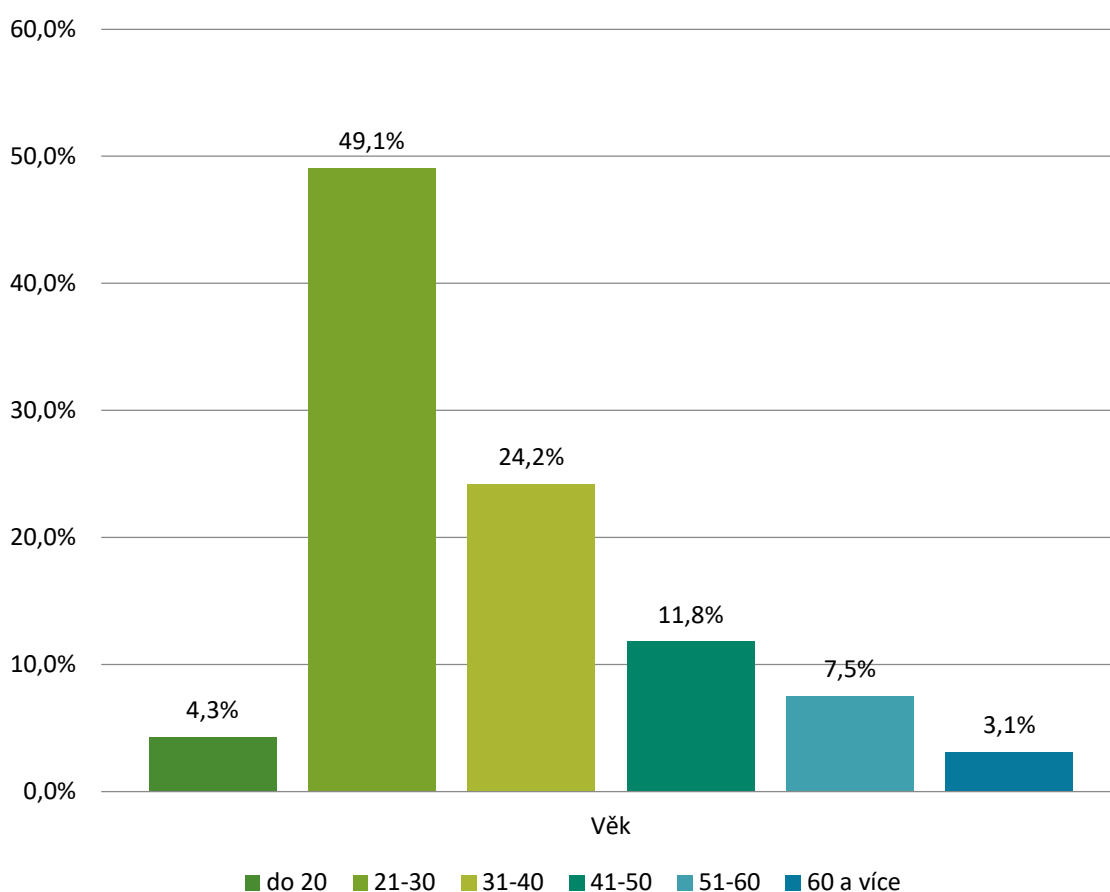


Otázka č. 2: Věk

Nejpočetnější věkovou skupinu účastníků se anketního šetření tvořili respondenti ve věku 21-30 let, a to s počtem 79 lidí (49,1 %). Hned poté byla nejpočetnější účastníci se věkovou skupinou lidí ve věku 31-40 let, a to s počtem 39 lidí (24,2 %). Dále dotazník vyplnilo 19 lidí (11,8 %) ve věku 41-50 let. 12 respondentů (7,5 %) bylo ve věku 51-60. Menší skupinu vyplňujících respondentů dále tvořili lidé ve věku do 20 let, a to 7 (4,3 %) a nejmenší skupinu tvořili lidé ve věku 61 a více let a to s počtem 5 lidí (3,1 %).

Obrázek 4

Věk respondentů

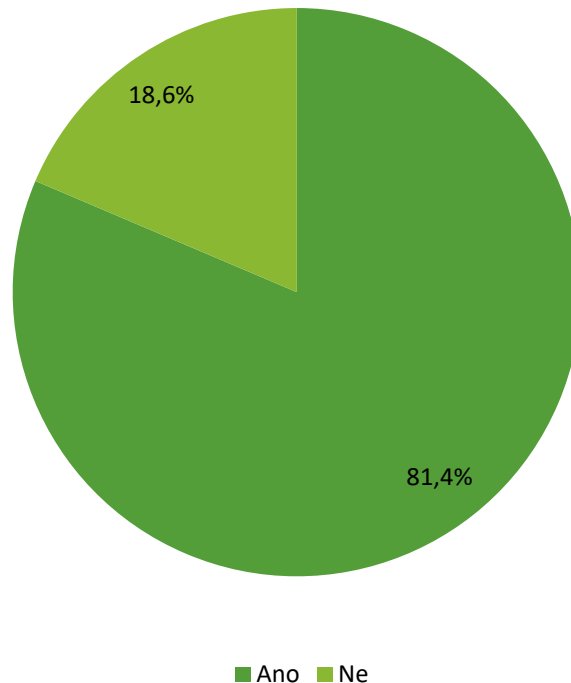


Otázka č. 3: Účastnil/a jste se někdy dobrodružného cestovního ruchu

Ze 161 dotazovaných celkem 131 (81,4 %) respondentů uvedlo, že už se někdy dobrodružného cestovního ruchu účastnilo. Pouze 30 (18,6 %) respondentů uvedlo, že se dobrodružného cestovního ruchu neúčastnilo. Po této otázce došlo k rozdělení dotazníku na část pro respondenty, kteří se cestovního ruchu účastnili a na část, pro ty kteří se ho neúčastnili.

Obrázek 5

Respondenti, kteří se v minulosti účastnili dobrodružného cestovního ruchu



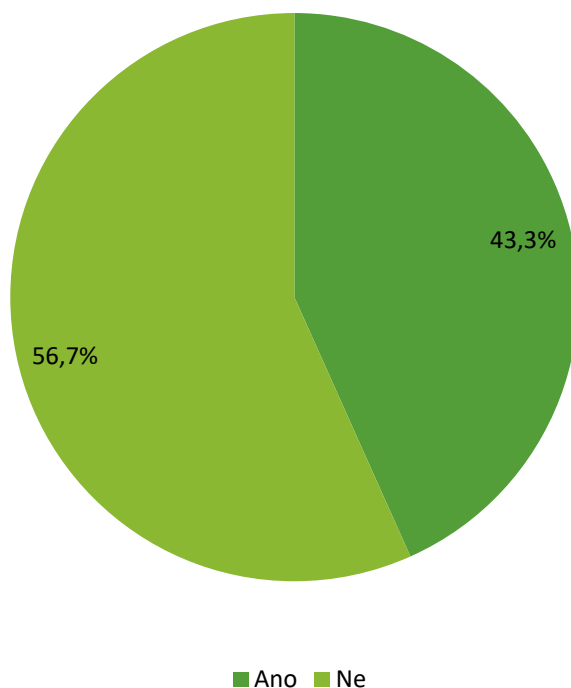
Otázka č. 4: Pokud ne, tak měl/a byste zájem?

Na následující otázku, jestli by respondenti měli zájem účastnit se dobrodružného cestovního ruchu odpovídali jen ti respondenti, kteří v předchozí otázce, zdali se už někdy účastnili dobrodružného cestovního ruchu odpověděli ne. Celkem 13 (43,3 %) dotazovaných odpovědělo, že má zájem se dobrodružného cestovního ruchu zúčastnit a 17 (56,7 %) dotazovaných ho nemá.

Respondenti, kteří na otázku odpověděli ano, dále pokračovali na otázku č. 18: „Jaký typ dobrodružné aktivity byste chtěl/a vyzkoušet?“. Pro respondenty, kteří na dotazovanou otázku odpověděli ne, byla tohle poslední otázka a byl pro ně dotazník ukončen.

Obrázek 6

Respondenti mající zájem o účast na dobrodružném cestovním ruchu



Otázka č. 5: Jakého typu dobrodružné aktivity jste se účastnil/a?

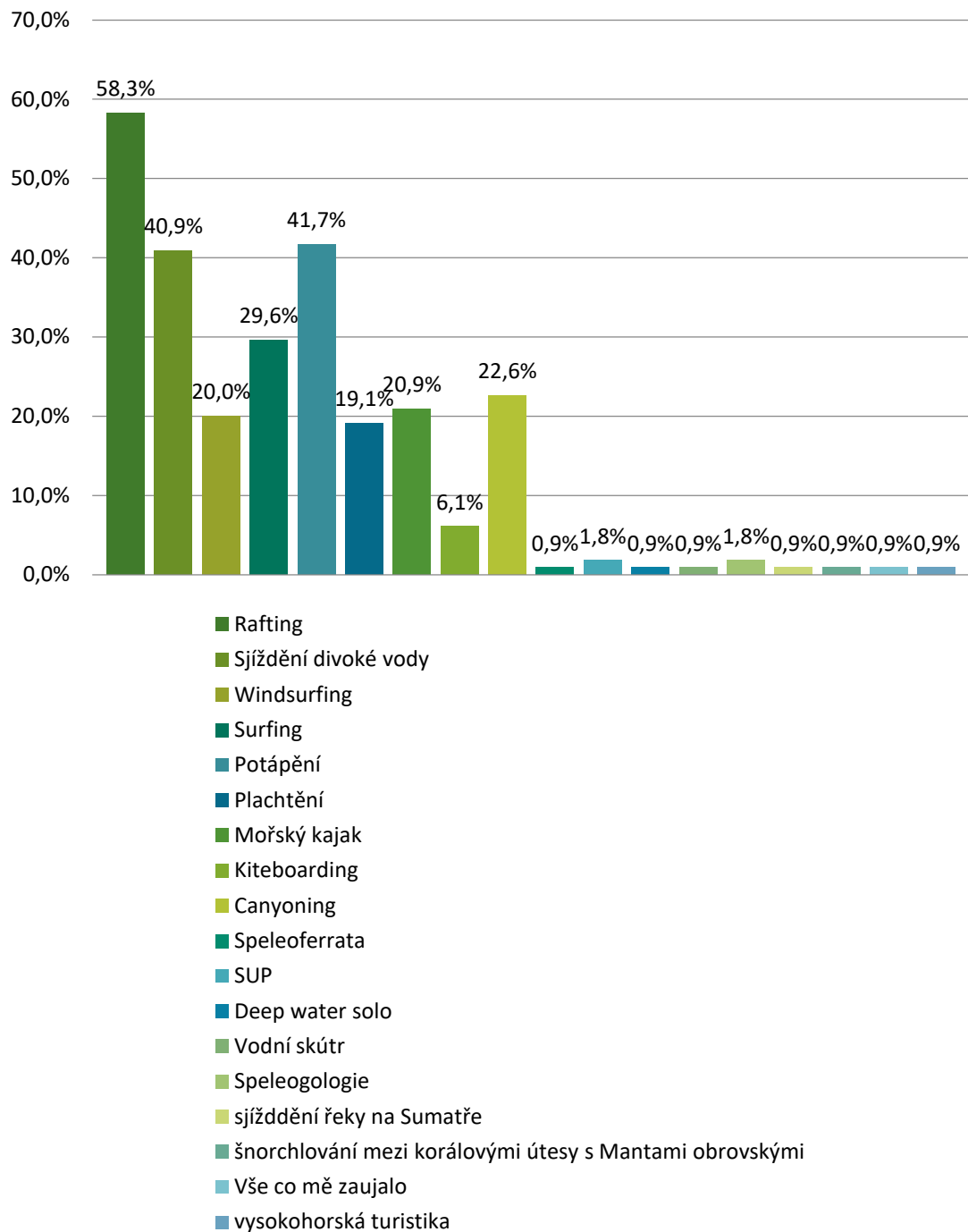
Následující otázka dávala respondentům možnost výběru z více variant. Respondenti zde měli vybrat, kterých dobrodružných aktivit se účastnili a uvést konkrétní příklady, popřípadě doplnit i jiné aktivity, které nebyly ve výběru uvedeny.

Vodní aktivita

Z výsledků je zřejmé, že dobrodružné vodní aktivity se celkem účastnilo 115 respondentů, z nichž se celkem 67 (58,3 %) účastnilo raftingu a 47 (40,9 %) sjíždění divoké vody na jiném prostředku než je raft. Dále se 24 (20,9 %) odpovídajících absolvovalo někdy v minulosti jízdu na mořském kajaku. 48 lidí (41,7 %) provozovalo potápění a 26 (22,6 %) canyoning. Celkem 23 (20 %) odpovídajících respondentů provozovalo windsurfing, 34 (29,6%) surfing a 7 (6,1 %) kiteboarding. Celkem 22 (19,1 %) respondentů někdy provozovalo plachtění. Mezi aktivity dopsané respondenty se dvakrát objevilo SUP (Stand-Up-Paddle) a spelegologie. Ojedinele se zde vyskytly speleoferraty, deep water solo, jízda na vodním skútru, sjíždění dravé řeky na Sumatře a šnorchlování mezi korálovými útesy s Mantami obrovskými. Vyskytly se zde i dvě odpovědi, které nemohou být při vyhodnocování brány v potaz, a to „vše co mě zaujalo“ kvůli nespécifické odpovědi a vysokohorská turistika, kvůli špatnému zařazení.

Obrázek 7

Účast na vodních aktivitách



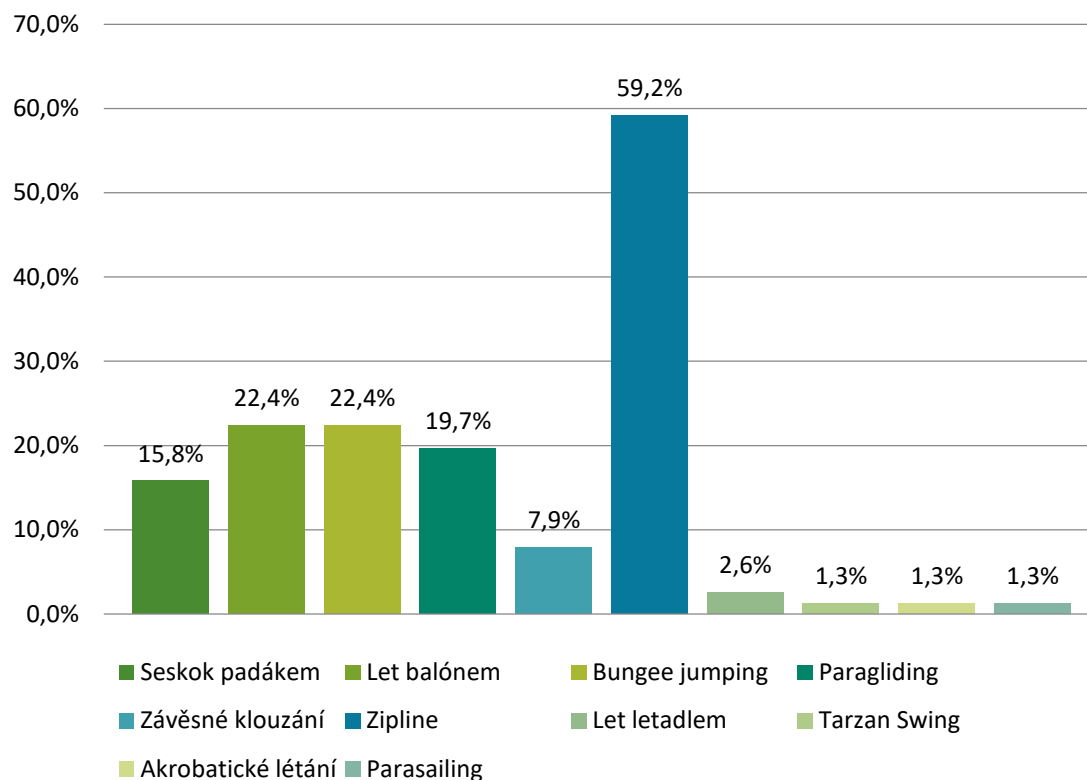
Vzdušná aktivita

Vzdušné dobrodružné aktivity se celkem účastnilo 76 lidí. Z celkové počtu respondentů nejvíce někdy v minulosti vyzkoušelo/provozovalo ziplinu, a to celkem 45 (59,2%) lidí. Celkem 17 (22,4 %) lidí vyzkoušelo bungee jumping a účastnilo se letu balónem. Dále celkem 12 lidí absolvovalo seskok padákem a 15 (19,7 %) provozovalo paragliding. Nejmenší účasti

z předvolených variant se dostalo závěsnému klouzání, kterého se účastnilo jenom 6 (7,9 %) lidí. Mezi respondenty uvedené aktivity se u 2 (2,6 %) lidí vyskytl let letadlem, které zde bylo myšleno jako vyhlídkové letadlo nikoli jako linkové. Ojediněle se lidé účastnili parasailingu, Tarzan Swingu a akrobatického létání.

Obrázek 8

Účast na vzdušných aktivitách

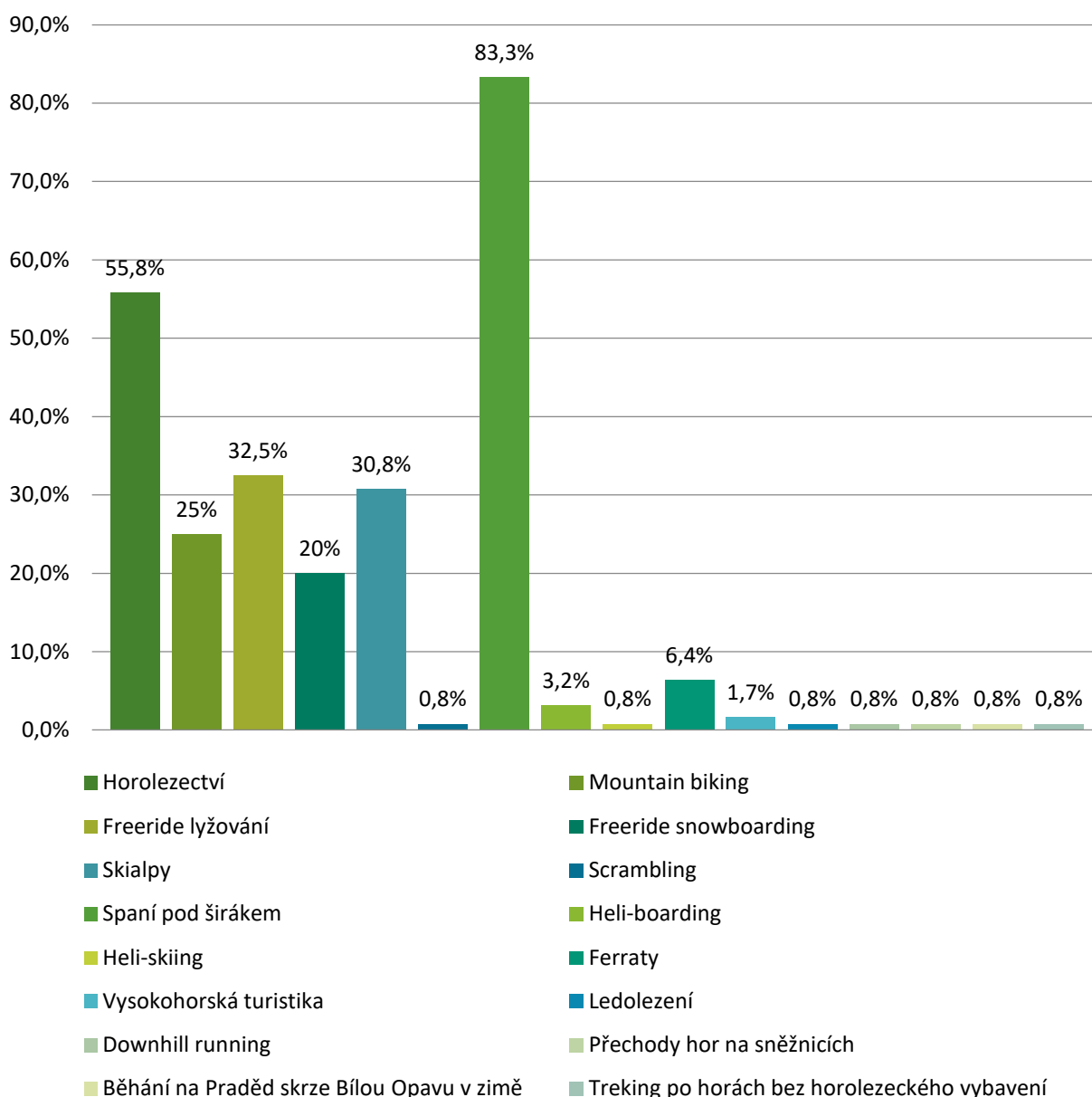


Horská aktivita

Horské aktivity provozovalo celkem 120 respondentů. Mezi nejvíce provozovanou aktivitu patří spaní pod širákem, kterého se účastnilo celkem 100 (83,3 %) lidí. Dále mezi nejčastěji provozovanou aktivitu patří horolezectví, které provozovalo 67 (55,8 %) lidí. Mountain biking absolvovalo celkem 30 (25 %) lidí. Z nabízených zimních horských aktivit celkem 39 (32,5 %) lidí provozovalo freeride lyžování, 24 (20 %) lidí freeride snowboarding a 37 (30,8 %) skialpy. Nejmenšímu počtu odpovědí se dostalo s 4 (3,2 %) odpověďmi Heli-boardingu, s 1 (0,8 %) odpovědí heli-skiingu a s 1 (0,8 %) odpovědí scramblingu. Mezi odpovědi zaznamenané respondenty zde celkem 8 (6,4 %) lidí dopsalo, že absolvovalo lezení po ferratech, 2 (1,7 %) lidé provozovali vysokohorskou turistiku a ojediněle lidé provozovali ledolezení, downhill running, přechod hor na sněžnicích, běh na Praděd skrze Bílou Opavu v zimě a trekking po horách bez horolezeckého vybavení.

Obrázek 9

Účast na horských aktivitách

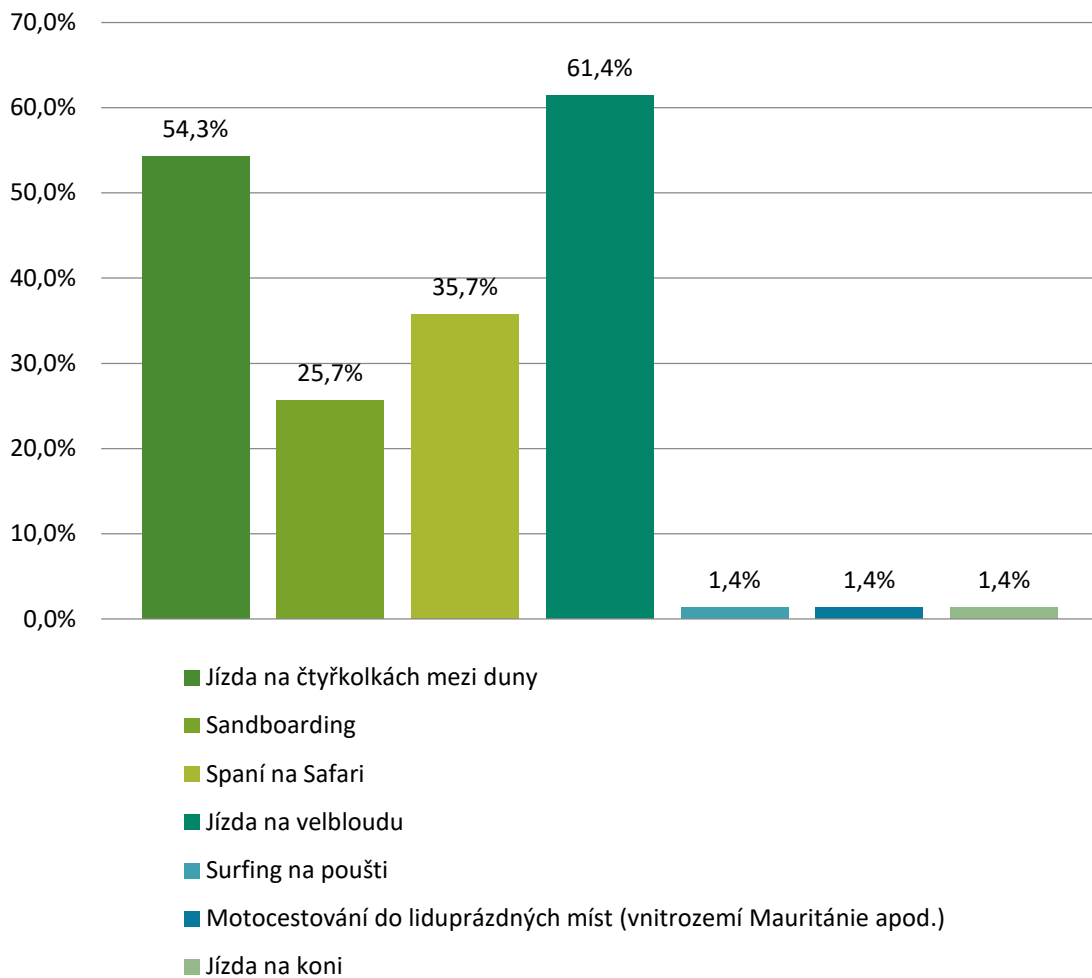


Pouštní aktivita

Pouštní aktivity se účastnilo celkem 70 lidí. Mezi nejvíce odpovídanou aktivitu patří jízda na čtyřkolkách mezi duny, které se zúčastnilo celkem 38 (54,3 %) lidí. Dále celkem 25 (35,7 %) lidí spalo na Safari a 18 (25,7 %) lidí provozovalo sandboarding. Mezi nejvíce prováděnou aktivitu zde 43 (61,4 %) lidí uvádělo jízdu na velbloudu. Ojediněle pak lidé provozovali surfing na poušti, motocestování do liduprázdných míst (vnitrozemí Mauritánie apod.) a jízdu na poušti na koni.

Obrázek 10

Účast na pouštních aktivitách

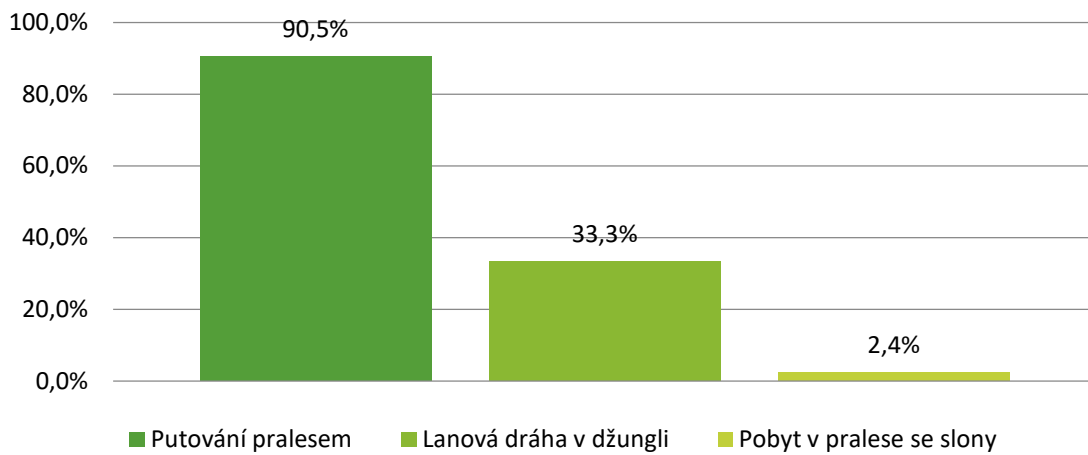


Pralesní aktivita

Pralesní aktivity se účastnilo celkem 42 respondentů. 38 (90,5 %) lidí absolvovalo putování pralesem. Dále celkem 14 (33,3 %) lidí bylo na lanové dráze v džungli. Jeden respondent dále uvedl, že absolvoval pobyt v pralese se slony.

Obrázek 11

Účast na pralesních aktivitách

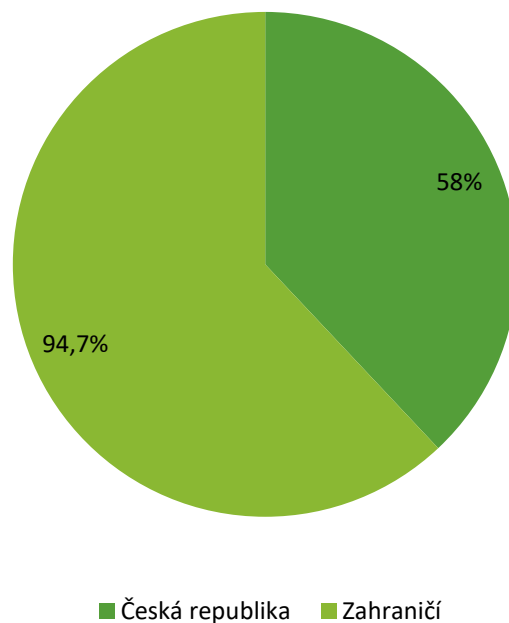


Otázka č. 6: V jaké destinaci jste se dobrodružného cestovního ruchu účastnil/a?

Cílem následující otázky bylo zjistit, v jaké destinaci se respondenti dobrodružného cestovního ruchu účastnili. Respondenti zde mohli vybrat obě z nabízených variant odpovědí. Ze 131 odpovídajících respondentů se 124 (94,7 %) účastnilo dobrodružného cestovního ruchu v zahraničí a 76 (58 %) se ho účastnilo v České republice.

Obrázek 12

Destinace, kde se respondenti účastnili dobrodružného cestovního ruchu



Otázka č. 7: Pokud byla vaše odpověď v předešlé otázce v zahraničí, tak uveďte prosím kde:

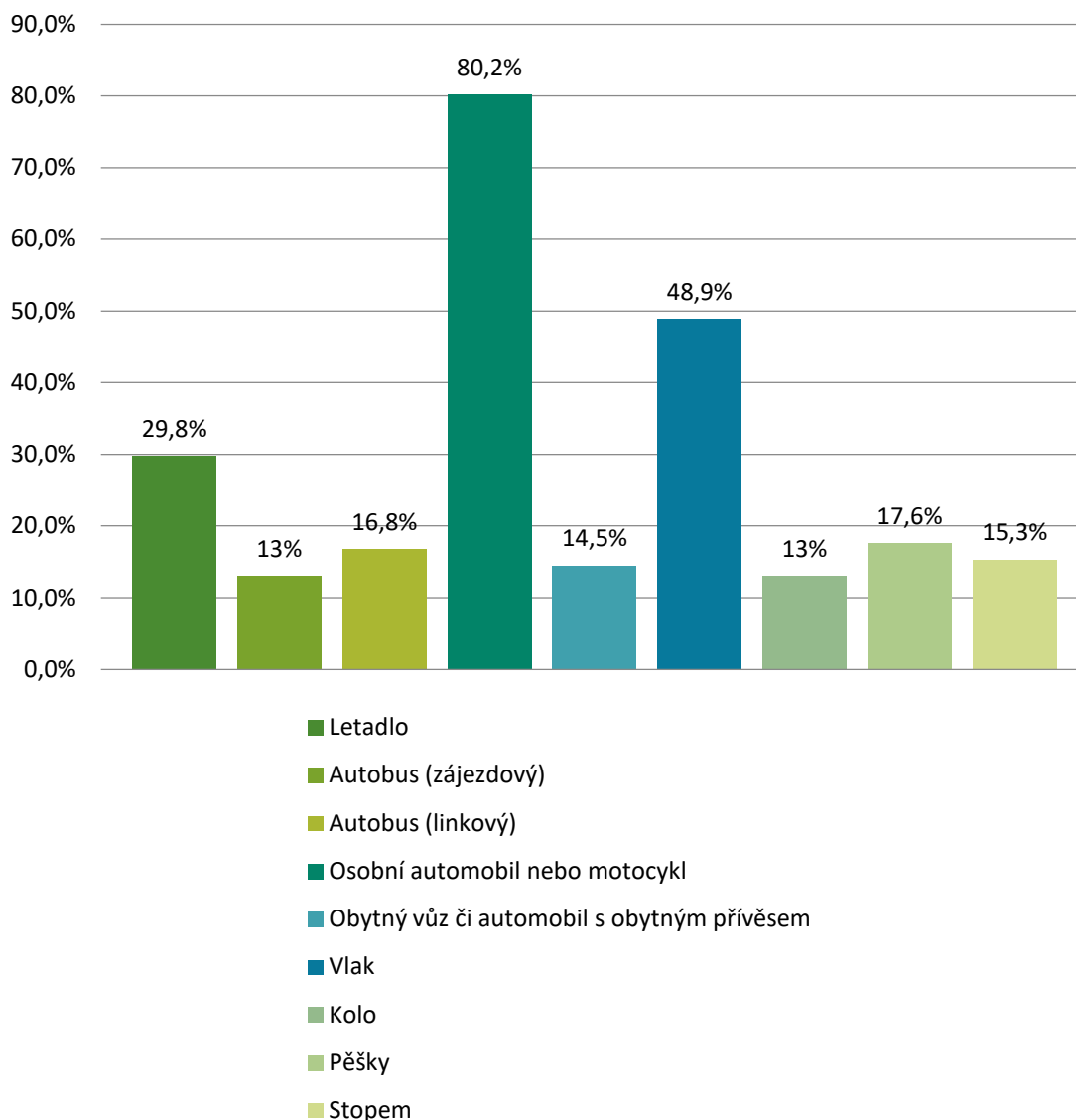
Na následující otevřenou otázku odpovídali jen ti respondenti, jejichž odpověď v předešlé otázce byla „v zahraničí“. Na tuto otázku bylo mnoho různorodých odpovědí. Nejvíce se respondenti účastnili zahraničního dobrodružného cestovního ruchu ve Slovensku, Rakousku, Chorvatsku, Indii, Itálii, Francii, Slovinsku, Švýcarsku, Španělsku, Norsku, Maroku, dále v Egyptě, Kostarice a Peru. Mezi další častěji navštěvované destinace patřili Nový Zéland, Tunisko, Nepál, Polsko, Thajsko, Vietnam, Indie, Bosna a Hercegovina, Řecko, Portugalsko, Indonésie, Turecko, Jordánsko, dále Guatemala, Tanzanie, Kolumbie, Brazílie, Filipíny, Panama a Malajsie. Mezi nejméně navštěvované destinace, které se mnohdy vyskytovaly ojedinele patří Německo, Spojené Arabské Emiráty, Aljaška, Havaj, Sardinie, Srí Lanka, Bulharsko, Afrika, Jižní Amerika, Gruzie, Irsko, Irán, Laos, Pákistán, Rumunsko, Omán, Albánie, Německo, Mauritanie, Senegal, Střední Amerika, Austrálie, Dominikánská republika, Azorské ostrovy, Borneo, Flores, Komodo, Rinca, Derawan, Maroko, Gruzie, Rusko, Skandinávie, Kanárské Ostrovy, Chorvatsko, Vietnam, Mexiko, Kapverdy, Čína, Keňa, Latinská Amerika, Malajsie, Argentina, Svatá Lucie, Mallorca, Saudská Arábie, USA, Bolívie, Ekvádor, Namibie, Surinam, Belize, Kanada, Jeruzalém, Kapverdy, Kalifornie, Katar, Chile, Kambodža, Bali, Oceánie, Lichtenštejnsko, Myanmar, Nizozemsko, Malta, Kyrgyzstán, Kazachstán, Makedonie, Lanzarote, Madeira, Tenerife, Korsika, Island, Ukrajina, Anglie, Jižní Korea, Maledivy, Andorra, Venezuela a Kosovo.

Otázka č. 8: Který dopravní prostředek preferujete na dovolenou do ČR a sousedících států?

U této otázky měli lidé na výběr z devíti dopravních prostředků. Z nich měli za úkol vybrat maximálně tři dopravní prostředky, které preferují při cestování na dovolenou po České republice nebo do sousedících států. 105 (80,2 %) lidí uvedlo jako nejpreferovanější variantu dopravního prostředku osobní automobil/motocykl. Druhou nejpreferovanější variantou, pro kterou hlasovalo 64 (48,9 %) respondentů se stal vlak a třetí nejpreferovanější variantou se stalo letadlo, a to s 39 (29,8 %) hlasy. Mezi méně preferované způsoby dopravy patří s 23 (17,6 %) hlasy doprava pěšky, dále také doprava za pomoci stopu, pro kterou hlasovalo celkem 20 (15,3 %) lidí a doprava linkovým autobusem, kterou uvedlo 22 (16,8 %) lidí. Mezi méně preferované dopravní prostředky na dovolenou po České republice a do sousedních států dále s 19 (14,5 %) odpověďmi patří obytný vůz či automobil s obytným přívěsem. Mezi nejméně preferované dopravní prostředky se stejným počtem 17 (13 %) hlasů patří zájezdový autobus a kolo.

Obrázek 13

Preferované dopravní prostředky na dovolenou po České republice a do sousedících států



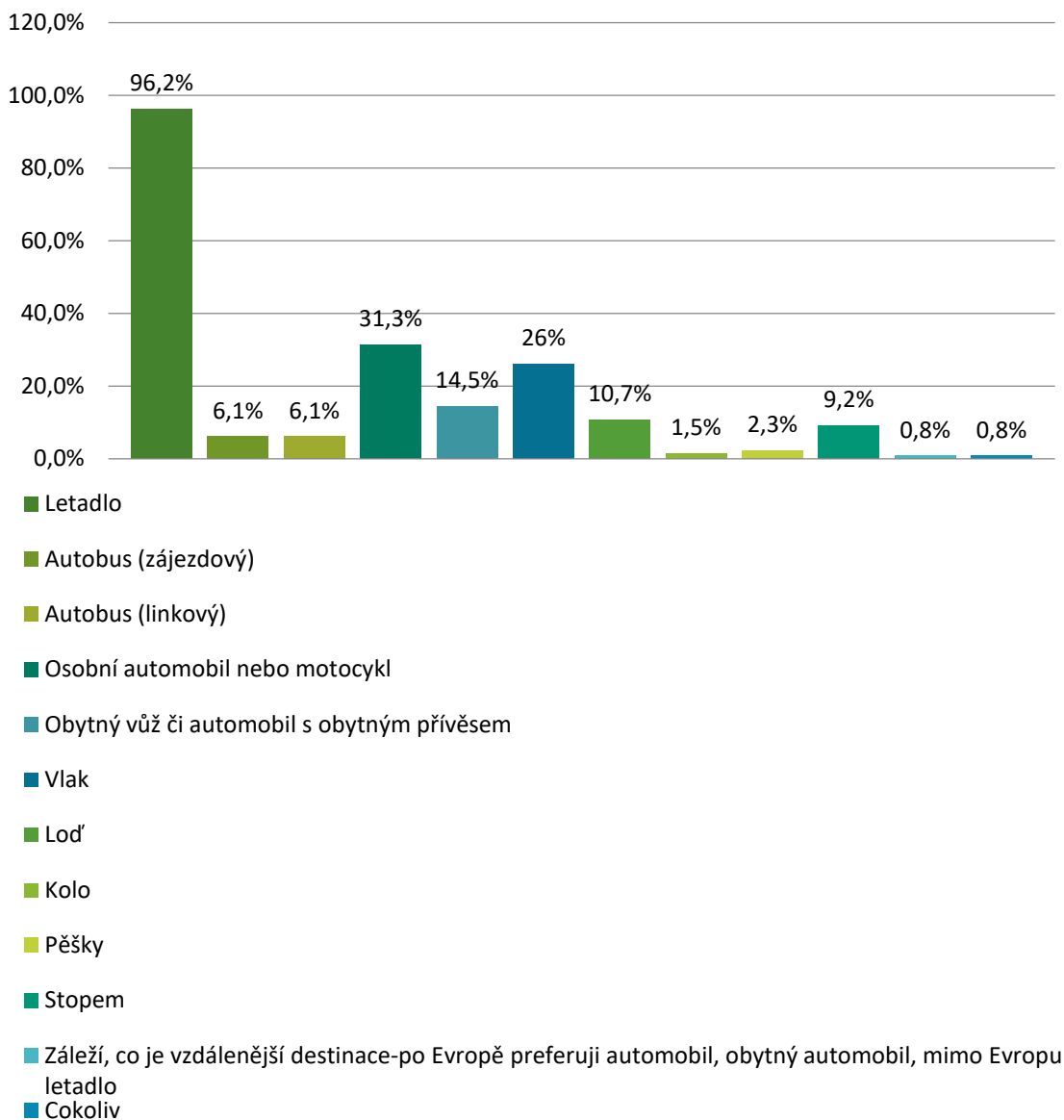
Otázka č. 9: Který dopravní prostředek preferujete na dovolenou do vzdálenějších destinací?

V této otázce lidé vybírali maximálně tři dopravní prostředky, které preferují na dovolenou do vzdálenějších destinací. Nejpreferovanějším dopravním prostředkem do vzdálenějších destinací je pro 126 (96,2 %) lidí letadlo. S podstatně méně hlasy je druhým nejpreferovanějším dopravním prostředkem pro 41 (31,3 %) lidí osobní automobil/motocykl. Dále patří mezi preferovanější způsoby dopravy s 34 (26 %) hlasy vlak. Do vzdálenějších destinací poté lidé méně preferují obytný vůz či automobil s obytným přívěsem, který zvolilo celkem 19 (14,5 %) lidí a loď, kterou zvolilo celkem 14 (10,7 %) lidí. Mezi nejméně preferované dopravní prostředky poté patří Linkový a zájezdový autobus, který by zvolilo celkem 8 (6,1 %) lidí a stop, který by zvolilo celkem 12 (9,2 %) lidí. Nejméně preferovanými způsoby dopravy se

stala chůze pěšky, kterou by zvolili 3 (2,3 %) lidé a kolo, které by preferovali 2 (1,5 %) lidé. Mezi dopsané varianty, které se ojediněle vyskytly, patřilo cokoliv a preference, že do destinací po Evropě preferuje automobil a obytný automobil a do destinací mimo Evropu letadlo.

Obrázek 14

Preferované dopravní prostředky na dovolenou do vzdálenějších destinací



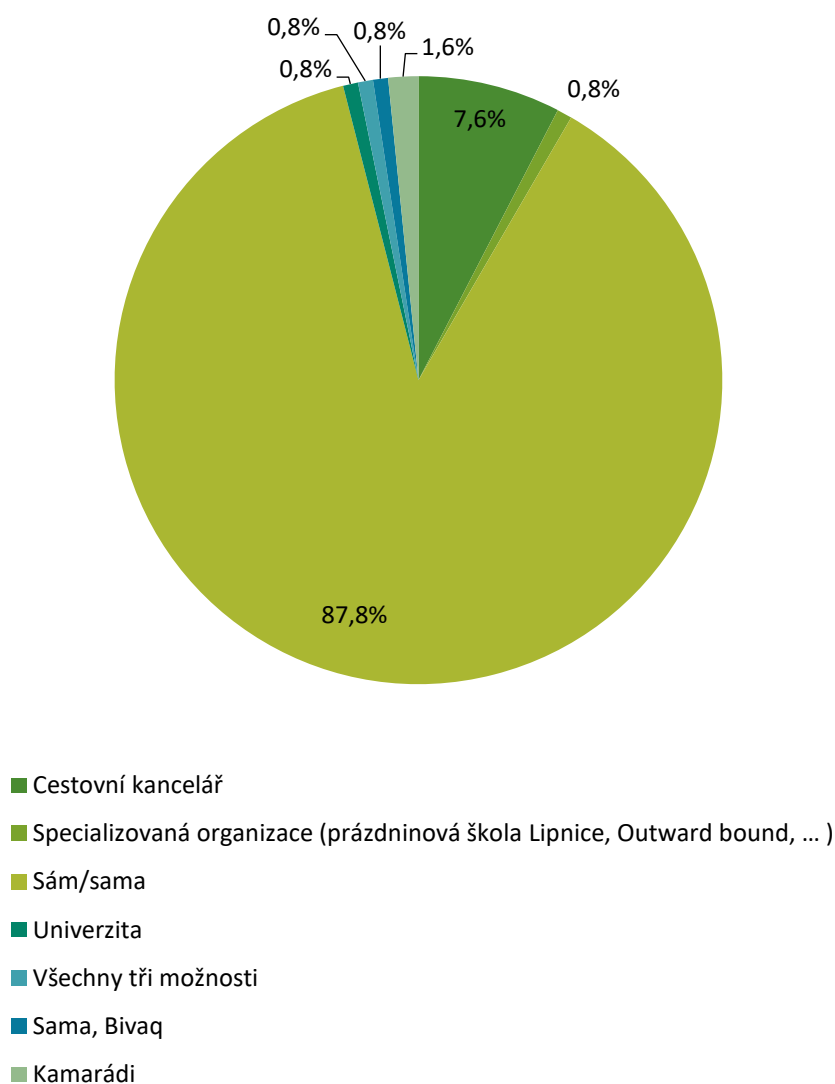
Otázka č. 10: Kdo vám zážitek zprostředkoval?

Cílem následující otázky bylo zjištění, kdo účastníkům dobrodružného cestovního ruchu zážitek zprostředkoval. Účastníci měli na výběr z celkem 3 předvolených možností a z možnosti dopsat i jiné. Celkem 115 (87,8 %) lidí na otázku odpovědělo, že si zážitek zprostředkovali sami a 10 (7,6 %) lidem zážitek zprostředkovala cestovní kancelář. Pouze jednomu respondentovi

zážitek zprostředkovala specializovaná organizace. Mezi jiné varianty celkem 2 (1,6 %) respondenti uvedli kamarády a jeden člověk univerzitu. Dále se zde ojediněle vyskytlo, že si respondent zážitek zprostředkoval sám a agentura Bivaq. Jeden člověk také uvedl, že si vyzkoušel účast na dobrodružném zážitku zrealizovaném cestovní kanceláří, dále specializovanou firmou a i zážitek, který si zrealizoval sám.

Obrázek 15

Zprostředkovatel zážitku



Otázka č. 11: Cestovní kancelář

Na následující otevřenou otázku odpovídali jenom respondenti, kteří v předešlé otázce odpověděli, že jim zážitek zprostředkovala cestovní kancelář. Cílem bylo zjistit, o které cestovní kanceláře se jednalo. Celkem 4 respondenti uvedli, že už si nepamatují, o kterou cestovní kancelář se jednalo, jeden odpověď doplnil o to, že kanceláří bylo více a jeden respondent

odpověď doplnil, že byl zážitek zprostředkován v rámci fakultativních aktivit v destinaci. V odpovědích se zde objevila i jedna nespecifická odpověď, a to „místní v zahraničí“. Mezi konkrétní odpovědi respondentů patřily cestovní kancelář CK KTour, Blue Style, Fede, Kormidlo, CK Mundo, CK Avetoir, Alpina, CK Rajbas, Exim tours a Čedok.

Otázka č. 12: Specializovaná organizace

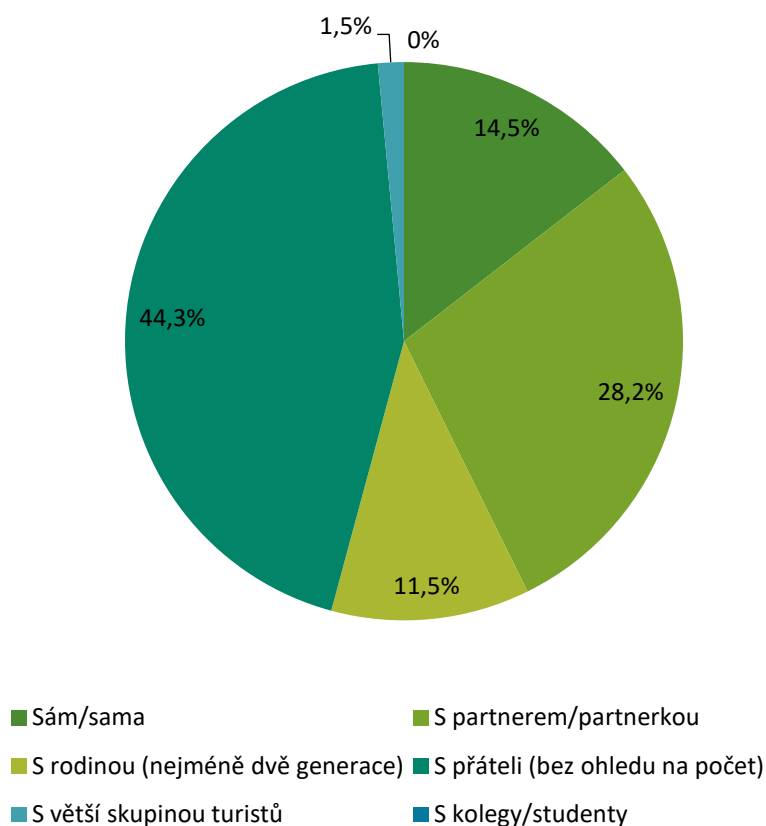
Na následující otázku odpovídali jen respondenti, kteří v otázce „kdo vám zážitek zprostředkoval?“ uvedli specializovanou organizaci. Celkem na otázku odpovídal 1 respondent, který uvedl, že mu zážitek zprostředkovala Prázdninová škola Lipnice.

Otázka č. 13: S kým nejčastěji v rámci dobrodružného cestovního ruchu cestujete?

Následující otázka kladla za cíl zjistit, s kým účastníci v rámci dobrodružného cestovního ruchu cestují. Respondenti měli možnost vybrat jen 1 z předvolených odpovědí. Nejvíce respondentů 58 (44,3 %) uvedlo, že nejčastěji cestují s přáteli. Druhou nejčastější variantou s 37 (28,2 %) hlasy se stala varianta cestování s partnerem/partnerkou. Dále celkem 19 (14,5 %) lidí nejčastěji cestují sami a celkem 15 (11,5 %) lidí nejčastěji cestuje s rodinou. Celkem 2 (1,5%) respondenti nejčastěji cestují s větší skupinou turistů a 0 (0 %) respondentů cestuje s kolegy/studenty.

Obrázek 16

S kým nejčastěji respondenti cestují



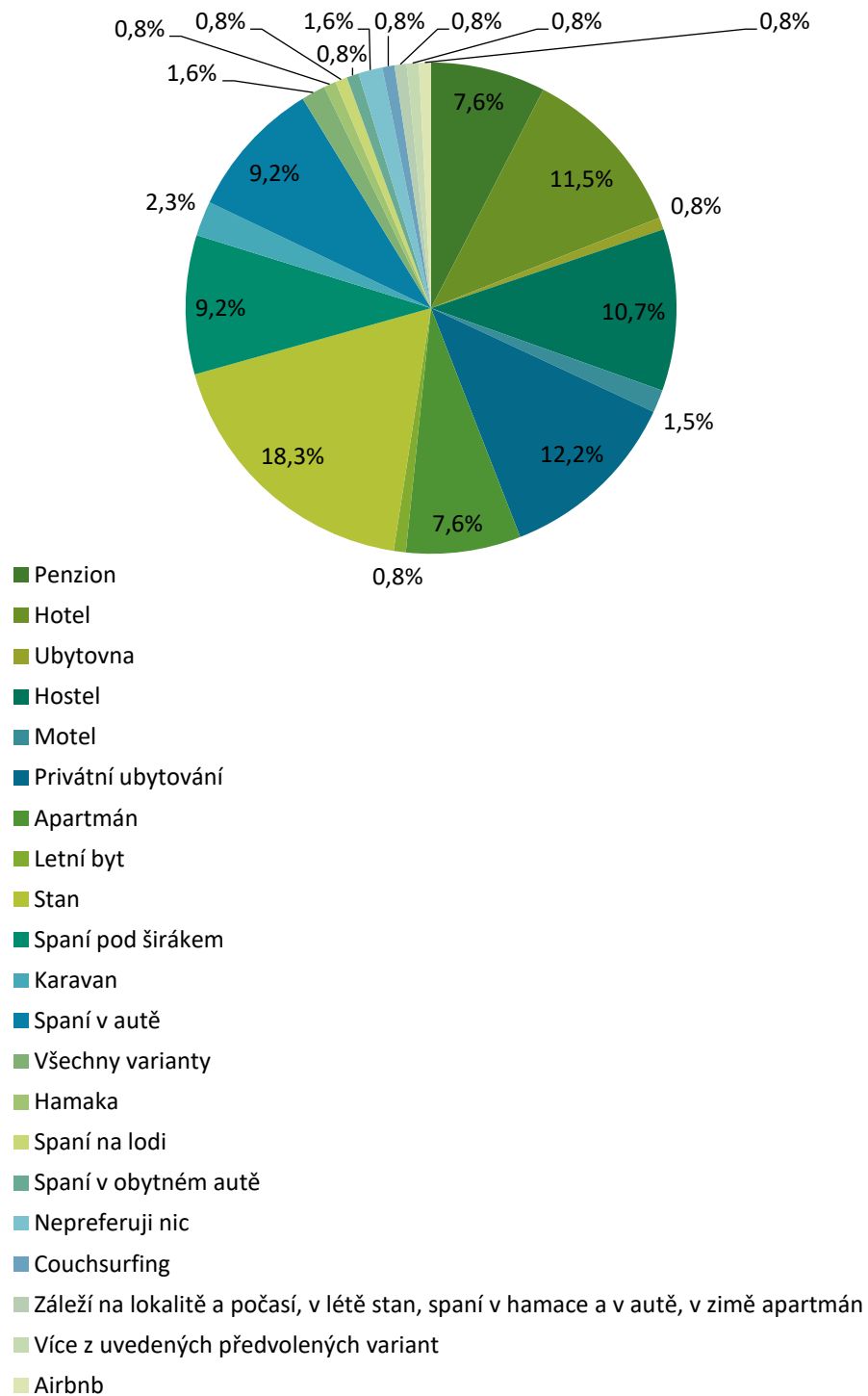
Otázka č. 14: Jaký typ ubytování v rámci dobrodružného cestovního ruchu preferujete?

Cílem této otázky bylo zjištění preferencí ohledně výběru ubytování v rámci dobrodružného cestovního ruchu. Účastníci zde měli na výběr z celkem 12 možností, z kterých měli vybrat jednu nejvíce preferovanou, anebo mohli uvést jinou variantu. Nejvíce preferovanou variantou ubytování se s 24 (18,3 %) hlasy stal stan. Další nejvíce preferovanými variantami se s 16 (12,2 %) hlasy stalo privátní ubytování, dále s 15 (11,5 %) hlasy hotel a hned po něm s 14 (10,7 %) hlasy hostel. Mezi dále preferovanými variantami se s 12 (9,2 %) hlasy stalo spaní v autě a spaní pod širákem. Jako méně preferovanou variantou se stalo ubytování v apartmánu, kterou zvolilo celkem 10 (7,6 %) respondentů a ubytování v penzionu, kterou taktéž nejvíce preferuje 10 (7,6 %) respondentů. Nejméně preferovanými variantami z předvolených možností jsou ubytování v karavanu, které preferují 3 (2,3 %) lidé, ubytování v motelu, které preferují 2 (1,5 %) lidé, dále ubytování v ubytovně, které preferuje 1 (0,8 %) člověk a ubytovna, kterou preferuje 1 (0,8 %) respondent. Mezi dopsanými možnostmi poté respondenti uvedli preference ubytování formou Airbnb, Couchsurfing, spaní v obytném autě, spaní na lodi a v neposlední řadě také spaní v hamace. 2 (1,6 %) respondenti uvedli, že preferují všechny z předvolených možností a celkem 2 (1,6 %) uvedli, že nepreferují žádnou

formu ubytování. Ojediněle respondenti uvedli, že preferují více z uvedených předvolených variant, že záleží na lokalitě a počasí, dále že v létě preferuje stan, spaní v hamace a v autě, v zimě zase ubytování v apartmánu.

Obrázek 17

Preference ve výběru ubytování

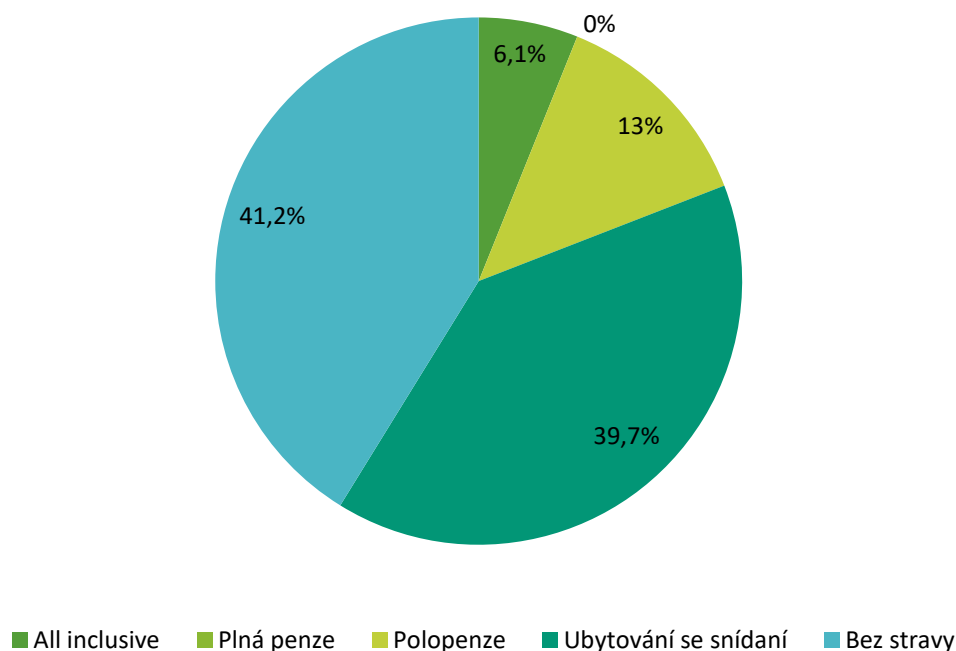


Otázka č. 15: Při výběru ubytování preferujete ubytování s:

Následující otázka se zaměřila na zjištění preferencí ohledně nabízených stravovacích služeb při výběru ubytování. Účastníci měli na výběr z pěti variant poskytovaných stravovacích služeb, z kterých měli vybrat jenom jednu. Nejvíce preferovanou variantou se stalo ubytování bez stravy, které preferuje 54 (41,2 %) lidí. Dalším nejvíce preferovaným ubytováním se pro celkem 52 (39,7 %) lidí stalo ubytování se snídaní. 17 (13 %) lidí preferuje ubytování s polopenzí. Celkem 8 (6,1 %) respondentů preferuje ubytování poskytující stravovací služby all inclusive. Žádný z respondentů nepreferuje variantu plné penze.

Obrázek 18

Stravovací preference při výběru ubytování



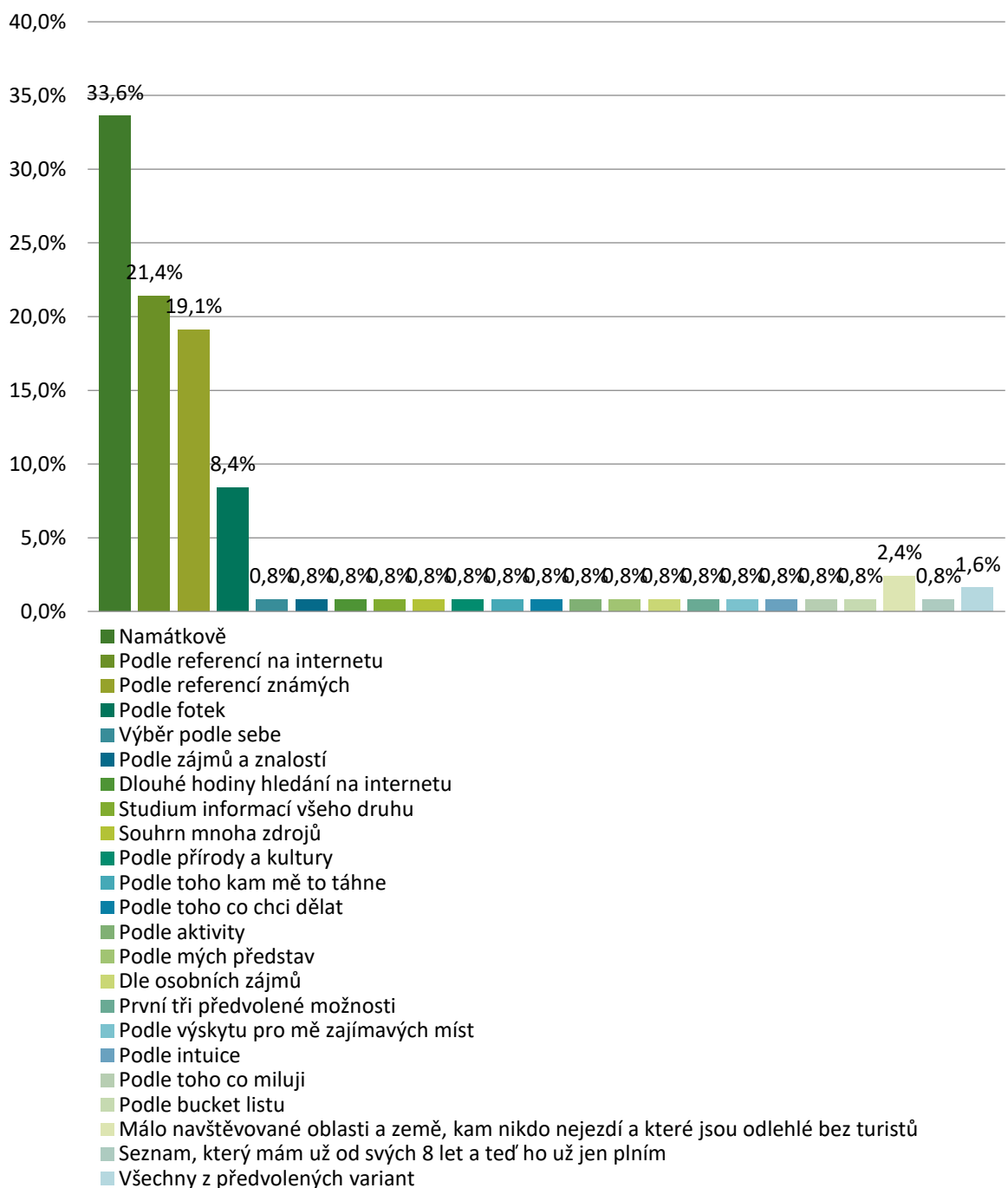
Otázka č. 16: Podle čeho si vybíráte destinaci?

V následující otázce měli respondenti určit, podle čeho si vybírají destinaci. Celkem byl dán výběr ze čtyř určených možností a z možnosti dopsání jiné varianty. 44 (33,6 %) respondentů uvedlo, že si destinaci vybírají namátkově. Dále 28 (21,4 %) lidí vybírá destinaci podle referencí na internetu a 25 (19,1 %) lidí podle referencí známých. 11 (8,4 %) lidí vybírá destinaci podle fotek. Mezi dopsané varianty poté patří: „výběr podle sebe, podle zájmů a znalostí, dlouhé hodiny a hodiny hledání na internetu, průzkum, fotky a cestopisy, výběr po studiu informací všeho druhu, souhrnem mnoha zdrojů, podle přírody a kultury, podle toho kam mě to táhne, podle toho co chci dělat, podle aktivity, podle mých představ, dle osobních

zájmů, první tři předvolené možnosti, podle výskytu pro mě zajímavých míst, podle intuice, podle toho co miluji, podle bucketlistu“. 3 (2,4 %) lidé dále vybírají málo navštěvované oblasti a země, kam nikdo nejezdí a které jsou odlehlé bez turistů. Jeden člověk dále vybírá ze seznamu, který má už od svých 8 let a teď ho už jen plní. Dále dva respondenti uvedli, že vybírají podle všech z předvolených variant.

Obrázek 19

Podle čeho si respondenti vybírají destinaci

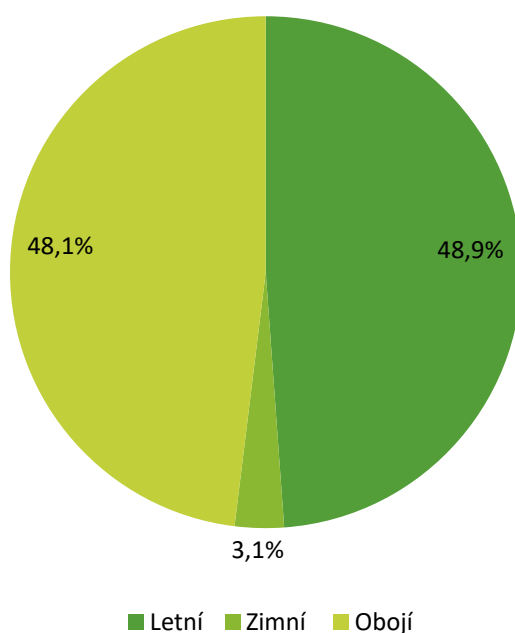


Otázka č. 17: preferujete více dobrodružnou letní dovolenou nebo zimní?

Otázka je zaměřená na zjištění, jestli respondenti preferují primárně zimní dovolenou, letní dovolenou nebo obojí z nabízených variant. S rozdílem jednoho hlasu preferuje nejvíce lidí primárně letní dovolenou a to celkem 64 (48,9 %) respondentů. Dále preferuje celkem 63 (48,1 %) lidí jak zimní, tak i letní dovolenou a pouze 4 (3,1 %) respondenti preferují čistě zimní dovolenou.

Obrázek 20

Preference letní a zimní dovolené



Otázka č. 18: Jaký typ dobrodružné aktivity byste chtěl/a zkusit?

Cílem následující otázky bylo zjistit, jaké dobrodružné aktivity by chtěli respondenti vyzkoušet. Na následující otázku už odpovídali i respondenti, kteří se nikdy dobrodružného cestovního ruchu neúčastnili, ale v otázce č. 4 uvedli, že by měli zájem se ho zúčastnit.

Celkem na otázku odpovídalo 144 respondentů. Nejčastější aktivitou, kterou by chtěli respondenti vyzkoušet, se stal seskok padákem, který ve své odpovědi uvedlo celkem 13 dotazovaných. Dále by si celkem 9 lidí chtělo vyzkoušet paragliding a 8 canyoning. 7 respondentů uvedlo, že by mělo zájem vyzkoušet kitesurfing a potápění. Dále celkem 6 respondentů uvedlo, že by rádo vyzkoušelo ziplinu a lezení po ferratech. Dále by celkem 5 dotazovaných mělo zájem vyzkoušet surfing, rafting, skialpy, bungee jumping. 5 lidí by také mělo zájem zažít si Safari. 3 respondenti uvedli, že by chtěli absolvovat sjíždění divoké řeky a vyzkoušet si tandemový seskok. Ve třech odpovědích se vyskytl také zájem vyzkoušet si

plachtění. Celkem ve dvou odpovědích respondenti projevili zájem vyzkoušet horolezectví, windsurfing, vysokohorskou turistiku, heliskiing, výpravu do pouště, pralesní aktivity a lovení velryb. Dále lidé ojediněle uvedli: diving s velrybami/žraloky/delfíny, camping v pralese, vodní aktivity, spaní v pralese, wingsuit, trek pralesem, vyhlídkový let malým letadlem, free-fall, bláznivá soutěž jako je cheese rolling nebo Bubble football, mushing, freeride snowboarding, moto expedice na konec světa, pozorování polární záře, cestování po celém Vietnamu na motocyklu, výprava pouští, snowboard na poušti, skok z letadla, hloubkové potápění, gumbalkan, pouť, přechody/přejezdy arktických oblastí, roadtrip přes kontinenty, vylézt osmitisícovku, spaní pod širákem, přechod kontinentu pěšky, let vírníkem, snowkiting-ski i SNB, trek kolem Annapurny, poušť s velbloudy, poušť 4x4, více vodních sportů a let balónem.

Respondenti také uvedli rozsáhlejší specifičtější odpovědi: „v létě již naplánováno-sandboardig, dále bych chtěla zkusit rafting na Soči, ferraty Slovinsko/Rakousko“; „na mém to-do listu je momentálně seskok padákem, ale jinak je toho do budoucnosti rozhodně víc“. Mezi další specifičtější odpověď patří „chtěl bych se odjet potápět k japonským ostrovům, kde jsou k vidění potopené letadlové lodě a další zajímavé druhoválečné lodě“ a odpověď „sex na významné památce/v její blízkosti“. Dále také „vícedenní přechod hor (klidně v ČR), ale nalehko s převozem zavazadel a se spaním pod střechem“.

Objevily se zde i nespécifické odpovědi, kdy celkem 4 respondenti uvedli, že neví, jakou dobrodružnou aktivitu by chtěli zkusit, 3 uvedli, že by chtěli vyzkoušet cokoli a 3 respondenti uvedli, že by chtěli vyzkoušet všechny dobrodružné aktivity. Dále na otázku byly odpovědi: nic navíc; už podnikám přesně to, co chci; hm toť otázka; už je naplánované; už asi žádnou; co chci zkusit to průběžně realizuji; to co jsem chtěla, tak jsem už vyzkoušela; všechny, které jsem ještě nevyzkoušela a všechno kromě seskoku padákem.

Otázka č. 19: Kterou destinaci byste v rámci dobrodružného cestovního ruchu chtěl/a navštívit?

Cílem otázky bylo zjištění destinací, které by respondenti v rámci dobrodružného cestovního ruchu chtěli navštívit.

Nejvíce respondentů by v rámci dobrodružného cestovního ruchu chtělo navštívit Nový Zéland. Do téhle destinace by mělo zájem se vypravit 9 respondentů. Dále má celkem 8 lidí zájem navštívit Rakousko, 7 Norsko a 6 Nepál. 5 respondentů by chtělo navštívit Bali, Slovinsko a Indonésii. Celkem 4 respondenti uvedli: Austrálie, USA, Jižní Amerika, Afrika, Srí Lanka a dále také Švýcarsko a Peru. 3 lidé projevili zájem o návštěvu Kanady, Španělska, Brazílie a Islandu. V neposlední řadě minimálně 2 respondenti projevili zájem o návštěvu Senegalu, Saudské Arábie, Pákistánu, Iránu, Iráku, Madagaskaru, Albánie, Alp, Kostariky, Mongolska, Bolívie,

Vietnamu, Tanzanie, Thajska, dále pak Slovenska, Alžírsko, Rumunsko, Guatemaly a Indie. Ojediněle byl v anketním šetření projevem zájem o návštěvu následujících destinací: Maroko, Portugalsko, Finsko, Švédsko, Izrael, Kolumbie, Země Františka Josefa, Nová Země, Madeira, Černá Hora, Čína, Kambodža, Aljaška, Itálie, Jamajka, Balkán, Argentina, Kyrgyzstán, Arménie, Bolívie, Borneo, Patagonie, Turecko, Uganda, Jižní Korea, Yosemiteký národní park, Namibie, Řecko, Reunion, Sicílie, Severní pól, Dubai, Santiago de Compostela, Gruzie, Amazonský prales, Asie, Amerika, Maledivy, Severské země, Tibet, Burkina Faso, pohoří Karakoram, Keňa, Holandsko, Havaj, Kanárské ostrovy, Kamčatka, Polsko, Francie, Jižní Georgie, Socotra, Střední Amerika, Severní Indie a Mexiko.

Dále se ve výsledcích otázky objevily i následující specifitější odpovědi: „Felícií poušť v Maroku, Mongolské stepi, Čarynský kaňon v Kazachstánu“; „Faerské ostrovy-jezera na úpatí skály např. Sorvagsvatn“; „Na para cokoliv, safari Tanzánie“; „Nepál, Káthmándú, a přilehlé 8 tisícovky to je můj sen...“; „znovu Nový Zéland, pak zase Nový Zéland a ještě a ještě a více a nakonec panamerickou dálnici a vše kolem ní“; „Momentálně projíždím několik let Itálii, poté bych chtěl přes Španělsko dojet veteránem VW T3 až do Afriky. V Africe se dostat až na úplný jih. Odtud mám v plánu lodi do Austrálie. A pak se uvidí.“; „Skandinávii kvůli cykloturistice, jakýkoliv přímořský stát kde bych mohl vyzkoušet potápění u korálových útesů“; „Prales a poušť, Jižní Amerika nejspíš.“ a „Moře s dobrou možností šnorchlování“.

Dále respondenti uvedli, že chtějí navštívit libovolnou destinaci se zajímavou málo narušenou přírodou, poušť, Slovinsko pro canyoning a VHT.

Objevilo se zde i několik odpovědí, kdy respondenti dali na otázku nespecifickou odpověď. Uvedli: nezáleží; chtěla bych jet všude; je mi to jedno; vše už jsem navštívila; kdekoliv; netuším; je mi to jedno; zatím nevím; až se něco naskytne jedu; nezáleží; kdekoliv; „udělám si před důchodem kolečko“ a „destinaci, ve které by mě za tento čin nepotrestali“, což je propojeno s odpovědí z minulé otázky „sex na významné památce/v její blízkosti“.

5.2 Dimenze dobrodružného cestovního ruchu

Následující série otázek si kladla za cíl zjistit důležitost dimenzí dobrodružného cestovního ruchu pro jeho účastníky.

Otázka č. 20: Dimenze dobrodružného cestovního ruchu

Následující otázka obsahovala celkem 22 podotázek týkajících se jednotlivých dimenzí dobrodružného cestovního ruchu. Respondenti měli u jednotlivých otázek za úkol na stupnici

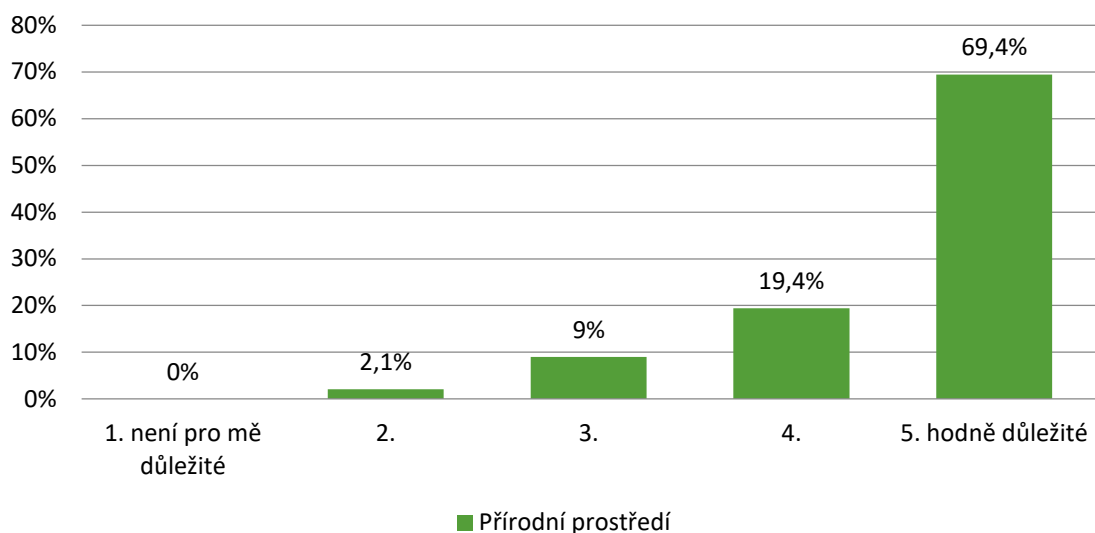
od 1 (není pro mě důležité) do 5 (hodně důležité) uvést jak jsou pro ně jednotlivé možnosti při výběru dovolené důležité.

Přírodní prostředí

V následující otázce respondenti udávali, jaká je pro ně na stupnici od 1 do 5 důležitost krajinných prvků, jako jsou hory, kaňony, soutěsky, divoká zvěř, rostliny, moře a řeky. Z dat vyplývá, že pro celkem 100 (69,4 %) respondentů je přírodní prostředí hodně důležité. Pro 28 (19,4 %) respondentů je přírodní prostředí spíše důležité. 13 (9 %) lidí se nepřiklání ani na jednu stranu. Lze tedy předpokládat, že pro ně přírodní prostředí nehraje až tak velkou roli a že pro ně není při výběru dovolené primární. Pouze pro 3 (2,1 %) respondenty je přírodní prostředí spíše nedůležité. Žádný z respondentů neoznačil přírodní prostředí jako, že není pro něj vůbec důležité.

Obrázek 21

Dimenze přírodního prostředí

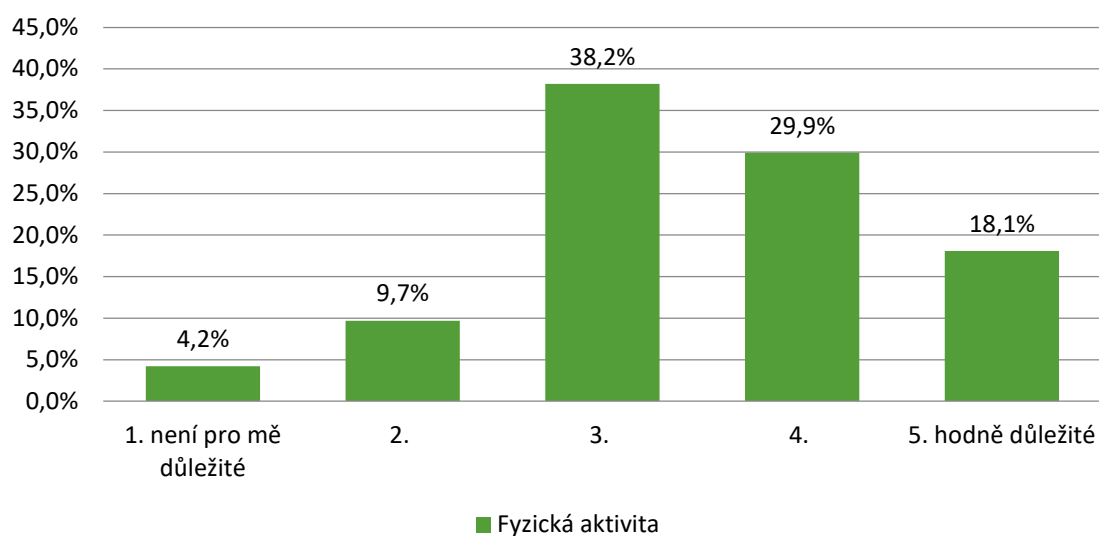


Fyzická aktivita

Otázka si kladla za cíl, zjistit jestli je fyzické prožívání krajiny a aktivit vyžadující od účastníků určité fyzické dovednosti důležité pro účastníky při výběru dovolené. Z grafu je zřejmé, že pro celkem 69 (48 %) hraje fyzická aktivita při výběru dovolené důležitou roli. Z nichž pro 26 (18,1 %) respondentů hodně důležitou a pro 43 (29,9 %) jenom spíše důležitou roli. Pro celkem 55 (38,2 %) respondentů je fyzická aktivita spíše sekundární a nehraje při výběru dovolené velkou roli. Dále celkem pro 14 (9,7 %) dotazovaných je fyzická aktivita spíše nedůležitá a pro 6 (4,2 %) není při výběru dovolené vůbec důležitá.

Obrázek 22

Dimenze fyzické aktivity

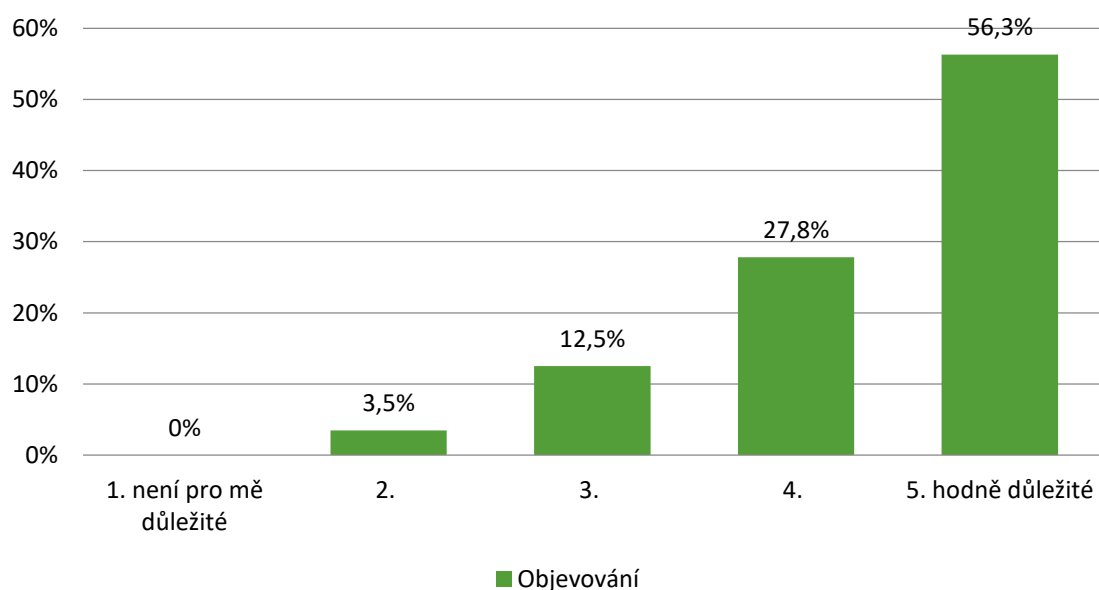


Objevování

Možnost prozkoumání něčeho nového, doposud neprobádaného se ukázalo, že je celkem pro 81 (56,3 %) respondentů hodně důležitým faktorem při výběru dovolené a pro 40 (27,8 %) respondentů spíše důležité. Pro 18 (12,5 %) lidí není možnost objevování primární potřebou při výběru dovolené. Pouze pro 5 (3,5 %) lidí je objevování spíše nedůležitým faktorem. Žádný respondent nevedl, že pro něj objevování není vůbec důležité.

Obrázek 23

Dimenze objevování

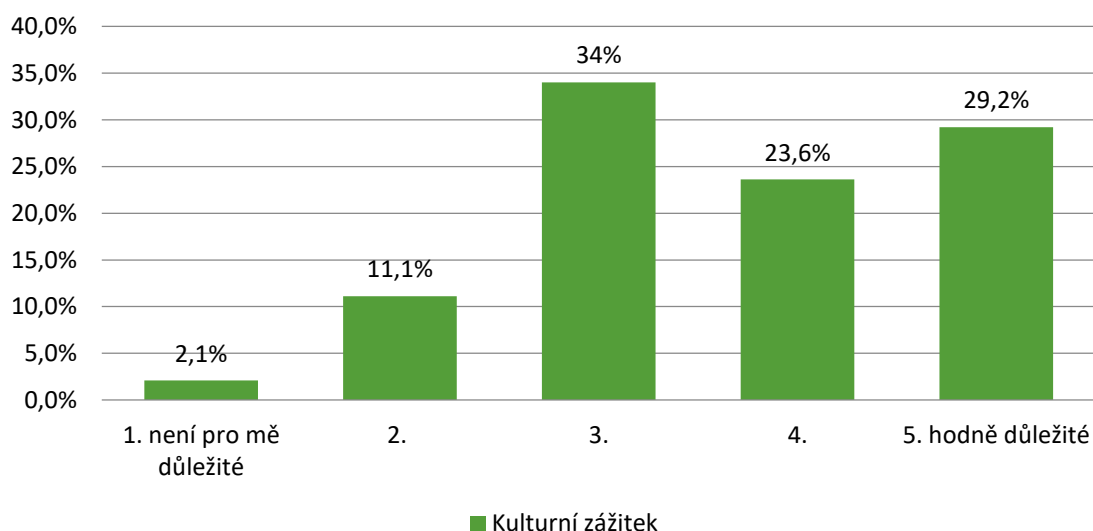


Kulturní zážitek

Z následujících výsledků je zřejmé, že pro 76 (52,8 %) dotazovaných je zájem o kulturní obohacení a o interakci s kulturou důležitým faktorem, z toho pro 42 (29,2 %) z nich hodně důležitým a pro 34 (23,6 %) spíše důležitým faktorem. Pro celkem 49 (34 %) respondentů nehraje kulturní zážitek hlavní roli při výběru dovolené. Pro celkem 16 (11,1 %) respondentů je kulturní zážitek na dovolené spíše nedůležitý a pro 3 (2,1 %) není vůbec důležitý při výběru.

Obrázek 24

Dimenze kulturního zážitku

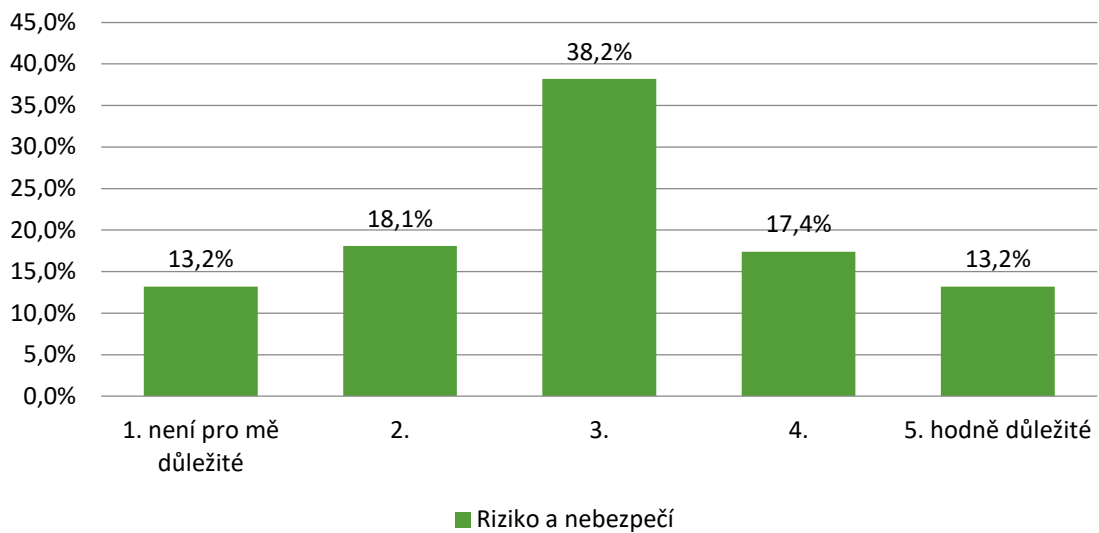


Riziko a nebezpečí

Účast na činnostech, které jsou rizikové jak po stránce fyzické, tak i sociální, emocionální anebo intelektuální se jeví podle výsledků jako ne přímo důležitý faktor při výběru dovolené. Dohromady pro 44 (30,6 %) respondentů hraje riziko a nebezpečí nějakou důležitou roli, z toho pro 19 (13,2 %) respondentů hodně důležitou a pro 25 (17,4 %) spíše důležitou. Pro celkem 55 (38,2 %) lidí nehraje riziko a nebezpečí při výběru žádnou roli, mají k němu při výběru dovolené spíše neutrální postoj. Pro celkem 26 (18,1 %) lidí je tato dimenze spíše nedůležitá při výběru a pro 19 (13,2 %) je nedůležitá.

Obrázek 25

Dimenze rizika a nebezpečí

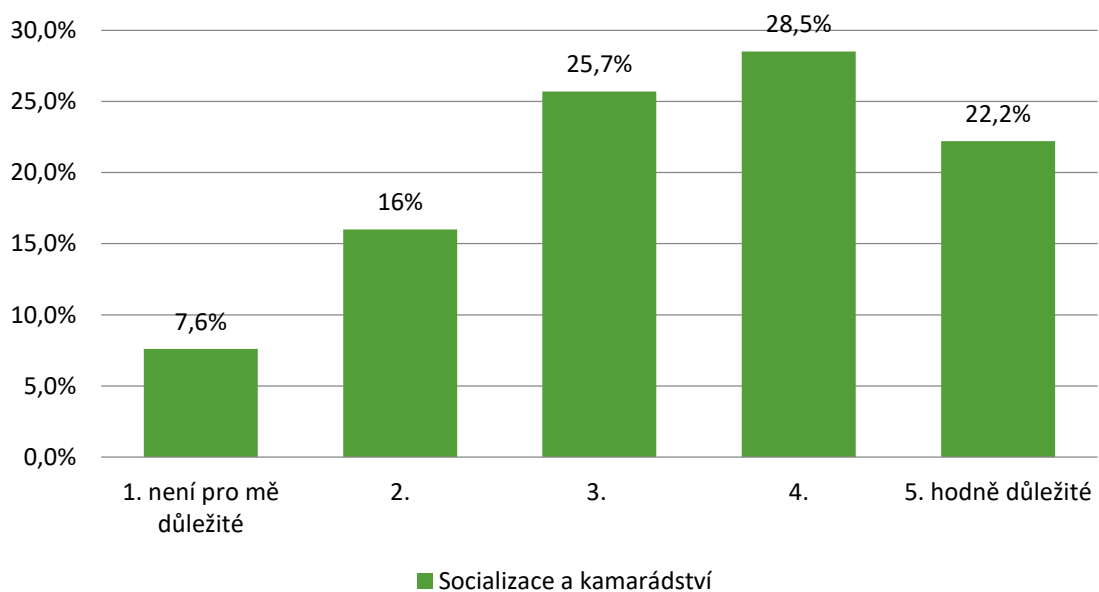


Socializace a kamarádství

Dimenze socializace a kamarádství je dle grafu důležitá pro 83 (50,7 %) dotazovaných, z toho pro 32 (22,2 %) hodně důležitá a pro 41 (28,5 %) spíše důležitá. Pro celkem 37 (25,7 %) respondentů hraje možnost setkání s novými lidmi a navázání pouta spíše neutrální roli. Pro 23 (16 %) respondentů je socializace a kamarádství spíše nedůležitou roli a pro 11 (7,6 %) respondentů není vůbec při výběru důležitým faktorem.

Obrázek 26

Dimenze socializace a kamarádství

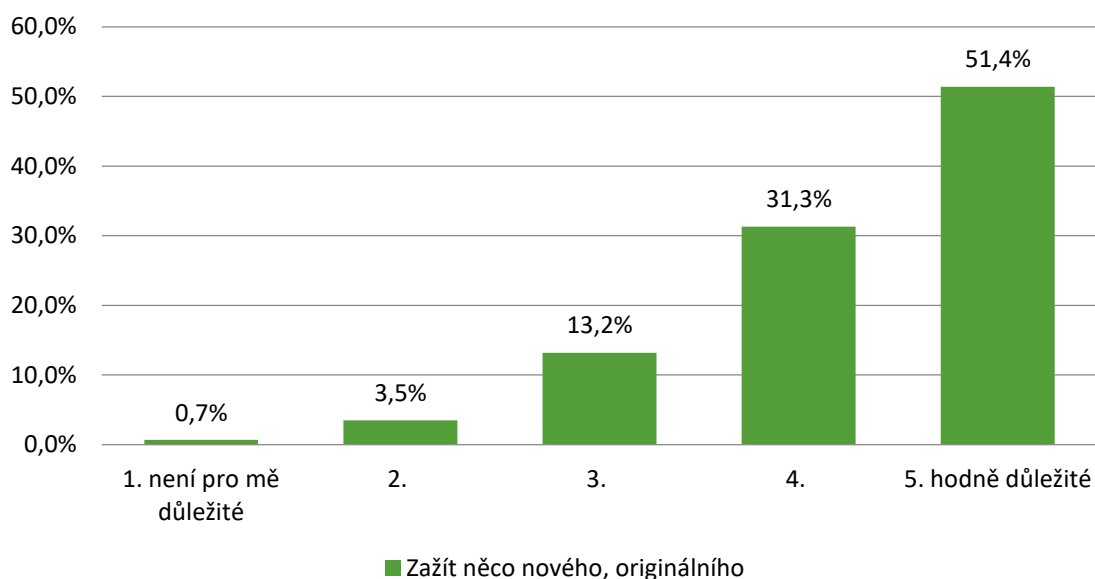


Zažít něco nového, originálního

Z výsledků grafu je zřejmé, že dimenze zažít něco nového doposud neprožitého je pro 119 (82,7 %) hodně důležitou. Pro 74 (51,4 %) respondentů je hodně důležitou při výběru dovolené a pro 45 (31,3 %) lidí je spíše důležitou. 19 (13,2 %) respondentů zastává neutrální názor. Dále 5 (3,5 %) lidí považuje dimenzi něčeho nového, originálního jako spíše nedůležitou při výběru dovolené a pro 1 (0,7 %) je úplně nedůležitá.

Obrázek 27

Dimenze zažít něco nového, originálního

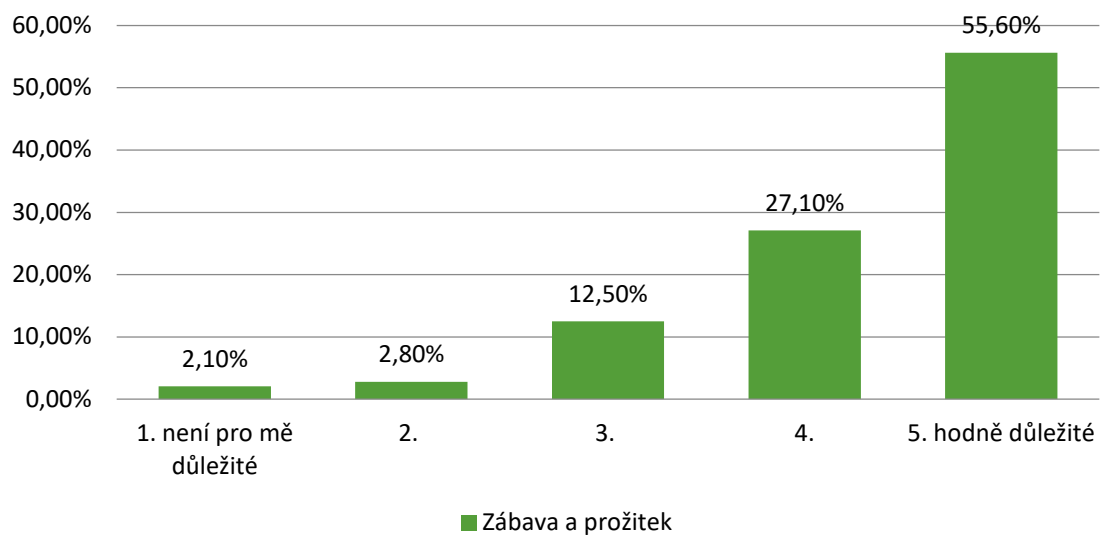


Zábava a prožitek

Zábava a prožitek se jeví pro 80 (55,6 %) lidí jako hodně důležitý faktor při výběru dovolené a pro 39 (27,1 %) jako spíše důležitý faktor. Dále k němu 18 (12,5 %) lidí zaujímá neutrální postoj a nepřiklání se tudíž na ani jednu stranu. Pro 4 (2,8 %) respondentů je to spíše nedůležitý faktor při výběru dovolené a pro 3 (2,1 %) dotazovaných je to nedůležitý faktor.

Obrázek 28

Dimenze zábavy a prožitku

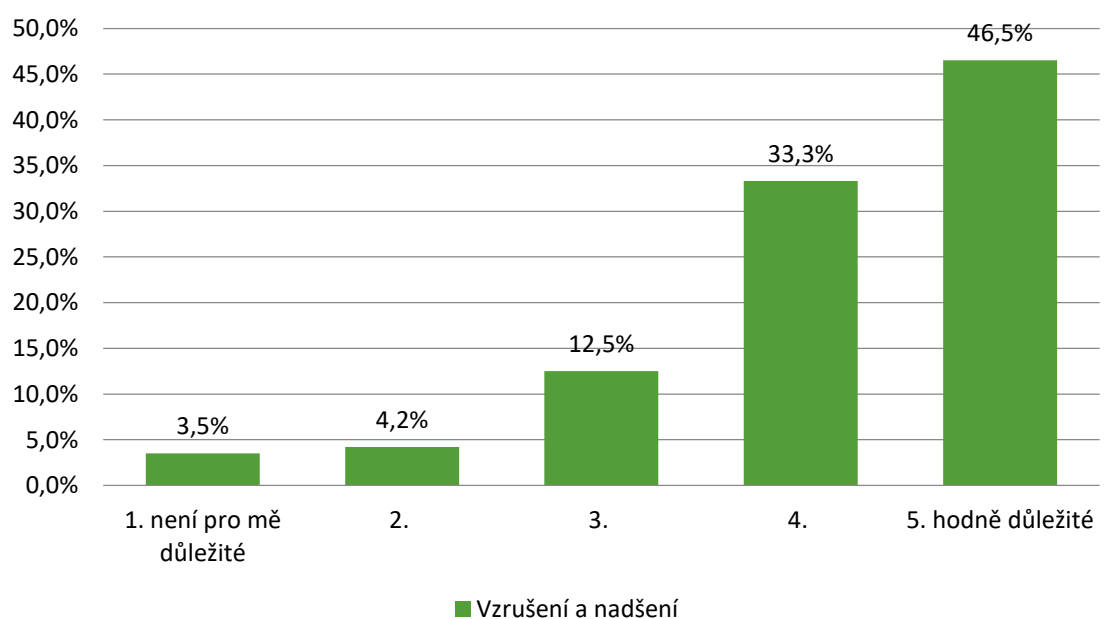


Vzrušení a nadšení

Vzrušení a nadšení je hodně důležité při výběru pro 67 (46,5 %) lidí a pro 48 (33,3 %) lidí spíše důležité. 18 (12,5 %) lidí bere vzrušení a nadšení jako faktor, který pro ně není primární při výběru. Celkem 6 (4,2 %) lidí má vzrušení a nadšení jako spíše nedůležité faktor při výběru a 5 (3,5 %) lidí ho má jako úplně nedůležité faktor při výběru dovolené.

Obrázek 29

Dimenze vzrušení a nadšení

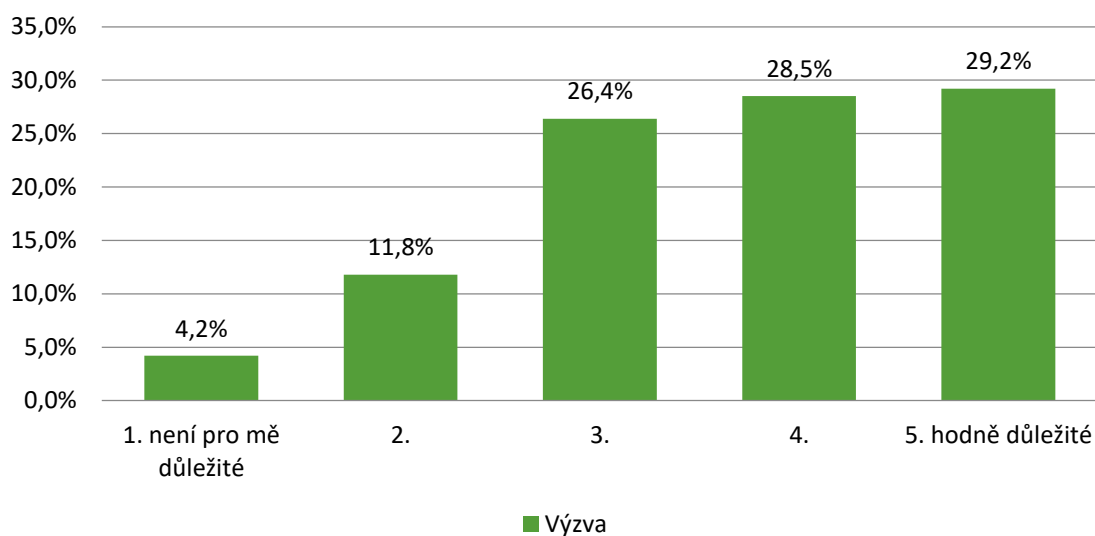


Výzva

Příležitost otestovat a překonat své fyzické a duševní limity je dle výsledků grafu pro respondenty faktor hrající poměrně velkou roli při výběru dovolené. Celkem pro 42 (29,2 %) respondentů je výzva hodně důležitá při výběru dovolené a pro 41 (28,5 %) je spíše důležitá. Nehrající neutrální postoj pak má pro 38 (26,4 %) dotazovaných. Pro 17 (11,8 %) respondentů je výzva spíše nedůležitá a pro 6 (4,2 %) je nedůležitá při výběru dovolené.

Obrázek 30

Dimenze výzvy

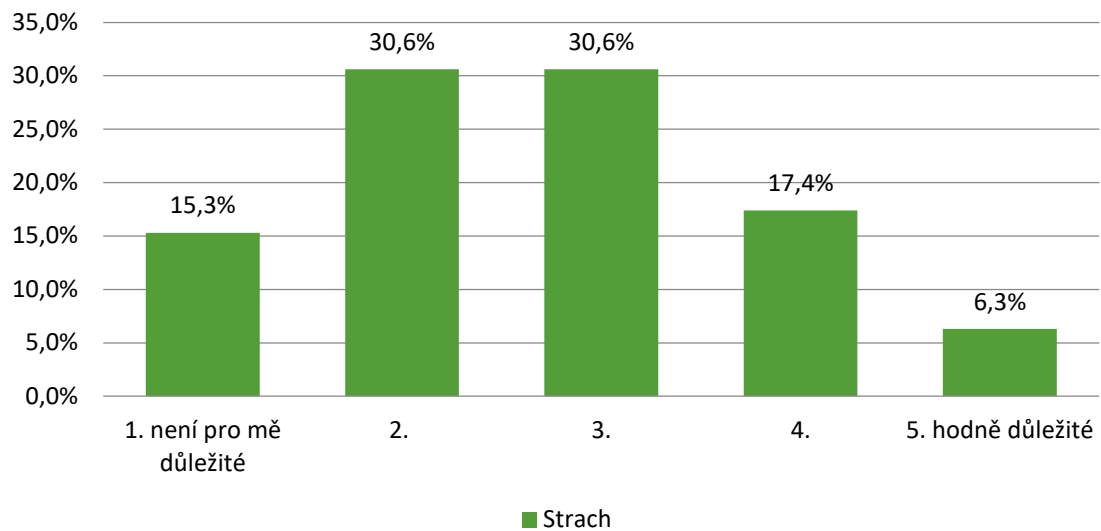


Strach

Konfrontace se strachem se jeví jako spíše nedůležitý faktor při výběru dovolené. Jen 9 (6,3 %) dotazovaných uvedlo, že je pro ně strach hodně důležitý při výběru a pro 25 (17,4 %) je spíše důležitý. 44 (30,6 %) respondentů uvedlo, že mají neutrální postoj a že pro ně nehraje primární roli při výběru dovolené. Pro celkem 44 (30,6 %) je strach spíše nedůležitý při výběru a pro 22 (15,3 %) je úplně nedůležitým faktorem při výběru.

Obrázek 31

Dimenze strachu

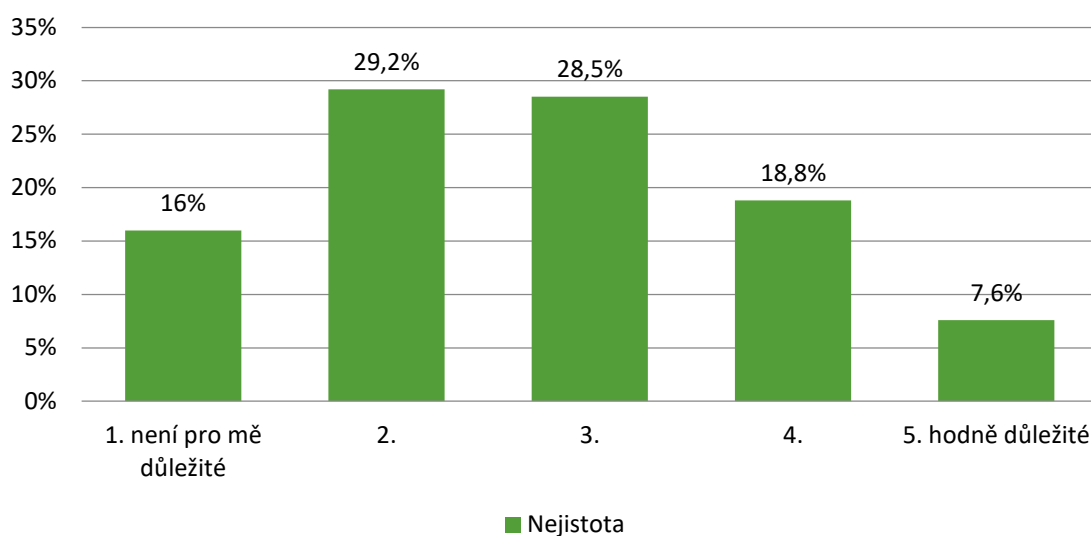


Nejistota

Dle grafu můžeme říct, že se pocit nejistoty co se bude dít, jak to všechno dopadne, jeví jako ne příliš vyhledávaný faktor při výběru dovolené. Pouze 11 (7,6 %) respondentů považuje pocit nejistoty jako hodně důležitý faktor při výběru dovolené a 27 (18,8 %) považuje pocit nejistoty jako spíše důležitý faktor při výběru dovolené. Pro 41 (28,5 %) respondentů nehraje pocit nejistoty primární roli při výběru. Celkem pro 65 (45,2 %) hraje pocit nejistoty ne zrovna důležitou roli při výběru, z toho pro 42 (29,2 %) respondentů hraje nejistota ne příliš důležitou roli při výběru a pro 23 (16 %) hraje úplně nedůležitou roli.

Obrázek 32

Dimenze nejistoty

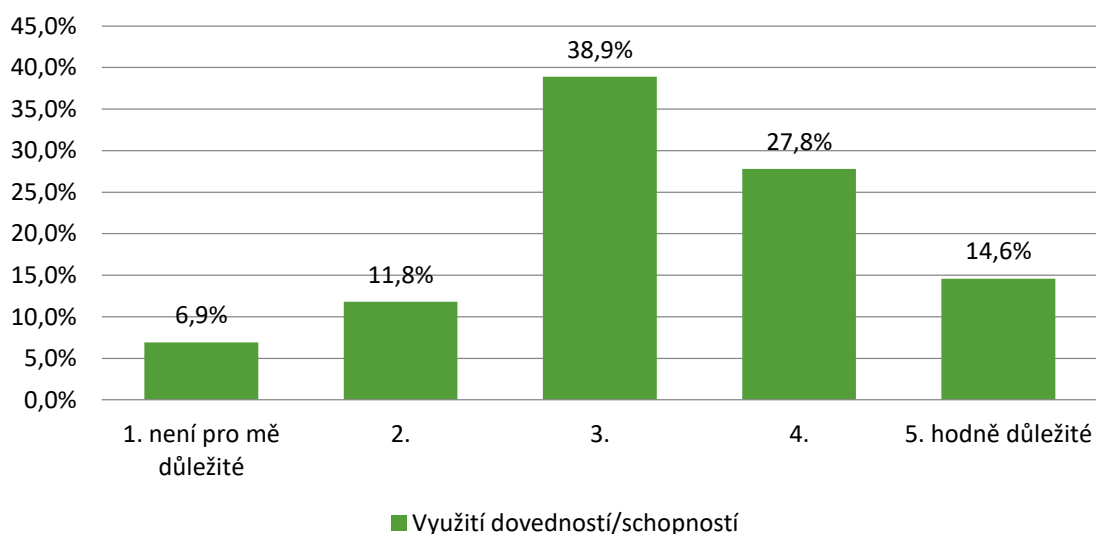


Využití dovedností/schopností

Z následujících výsledků, je nám zřejmé, že možnost využití svých už nabytých schopností/dovedností, je pro 24 (14,6 %) dotazovaných hodně důležitý faktor a pro 40 (27,8 %) spíše důležitý faktor při výběru dovolené. Celkem 56 (38,9 %) respondentů uvedlo, možnost využití svých dovedností a schopností pro ně nehraje příliš velkou a primární roli při výběru. Pro 17 (11,8 %) respondentů hraje využití dovedností/schopností spíše nedůležitou roli a pro 10 (6,9 %) úplně nedůležitou roli.

Obrázek 33

Dimenze využití dovedností/schopností

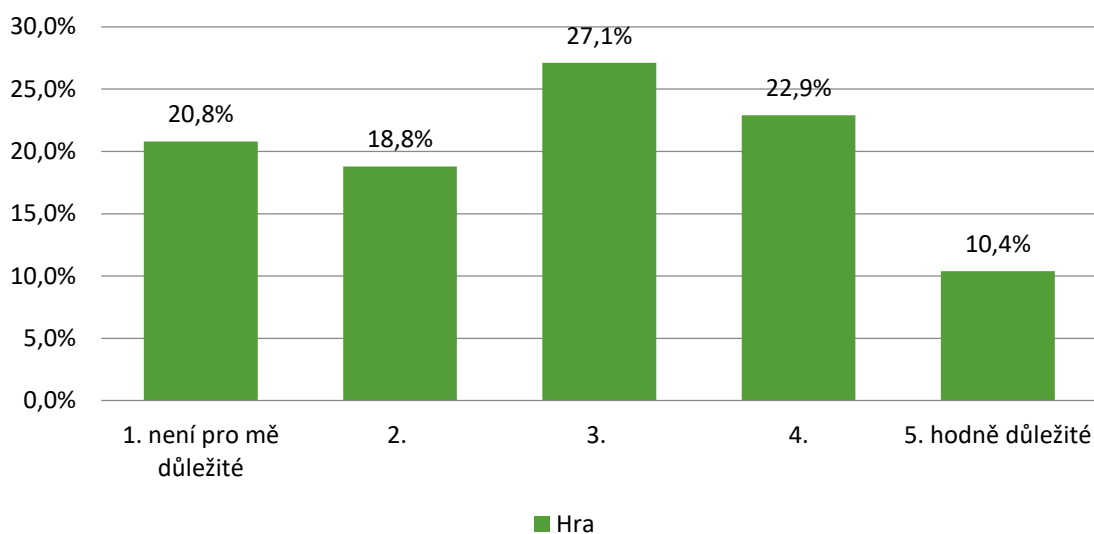


Hra

Z analýzy výsledků lze vyvodit, že dimenze hry je pro respondenty nedůležitý faktor při výběru. Pouze 15 (10,4 %) dotazovaných uvedlo, že je tahle dimenze pro ně hodně důležitá a pro 33 (22,9 %) je spíše důležitá při výběru. Pro 39 (27,1 %) nehraje primární roli při výběru a pro 27 (18,8 %) respondentů hraje roli spíše nedůležitou při výběru. Celkem 30 (20,8 %) respondentů uvedlo, že je pro ně dimenze hry nedůležitým faktorem při výběru dovolené.

Obrázek 34

Dimenze hry

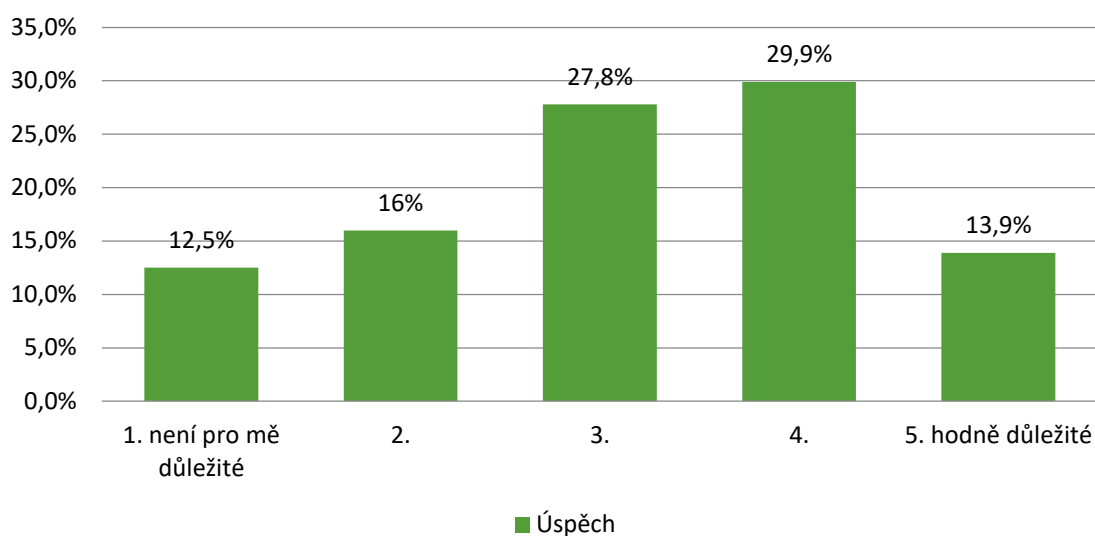


Úspěch

Zažít výsledek ze snahy o překonání nepřízně osudu v drsných podmínkách a dosažení vlastních nastavených cílů jako je dokončení trasy nebo dosažení vrcholu je pro 20 (13,9 %) dotazovaných hodně důležité při výběru dovolené a pro 43 (29,9 %) spíše důležité. 40 (27,8 %) respondentů uvedlo, že pro ně nehraje primární roli a 23 (16 %) uvedlo, že je pro ně spíše nedůležitý. Pro 18 (12,5 %) respondentů je poté úspěch nedůležitý při výběru dovolené.

Obrázek 35

Dimenze úspěchu

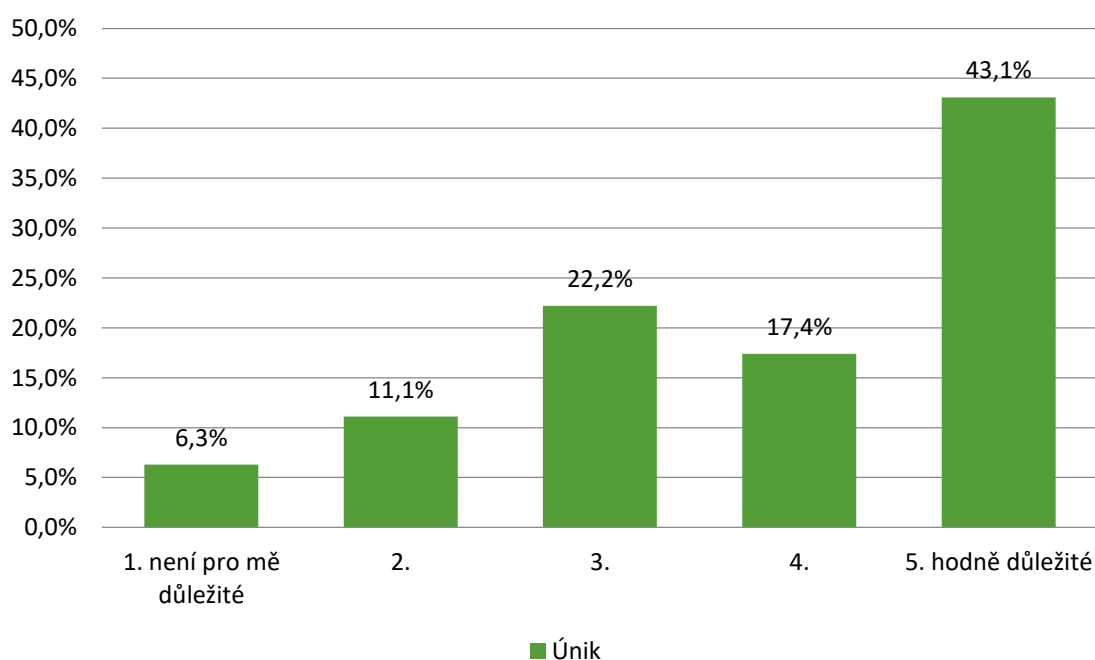


Únik

Únik z městského života, stresu souvisejícího s prací je pro 62 (43,1 %) dotazovaných hodně důležitý při výběru dovolené. 25 (17,4 %) lidí uvedlo, že je pro ně spíše důležitý a pro 32 (22,2 %) lidí nehraje primární roli při výběru dovolené. Dále 16 (11,1 %) dotazovaných uvedlo únik jako spíše nedůležitý faktor při výběru a 9 (6,3 %) jako nedůležitý faktor výběru.

Obrázek 36

Dimenze úniku

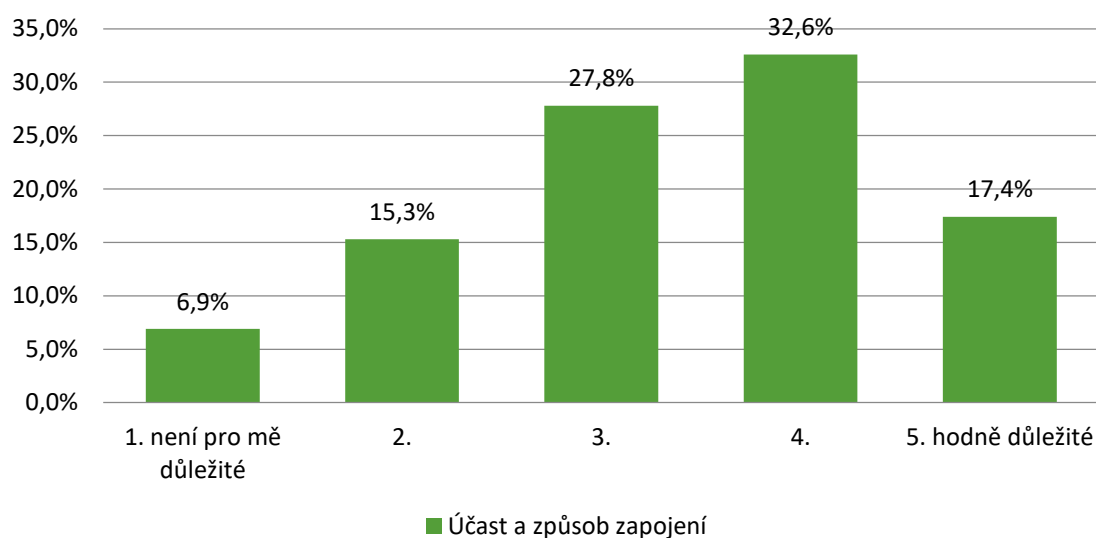


Účast a způsob zapojení

Možnost převzít kontrolu nad zážitkem nebo aktivitou se dle výsledků grafu jeví pro 25 (17,4 %) dotazovaných jako důležité při výběru dovolené a pro 47 (32,6 %) jako spíše důležité. 40 (27,8 %) uvádí, že je tohle pro ně neprimární možnost. Pro 22 (15,3 %) dotazovaných se účast a způsob zapojení jeví jako spíše nedůležitý faktor při výběru a pro 10 (6,9 %) je to nedůležitý faktor výběru dovolené.

Obrázek 37

Dimenze účasti a způsobu zapojení

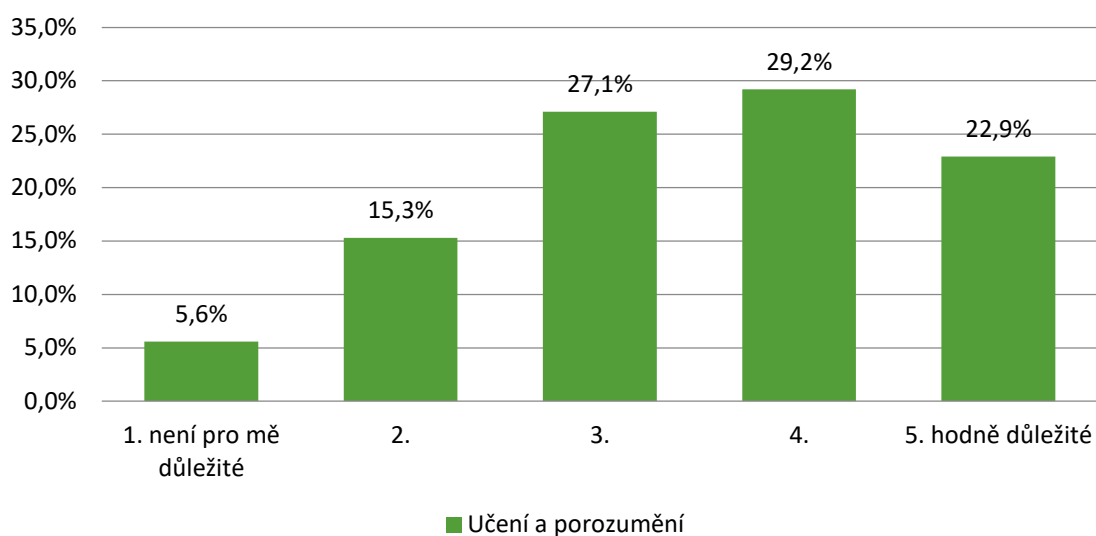


Učení a porozumění

Možnost získání nových zkušeností a naučení se něčeho nového je důležitý faktor pro 33 (22,9 %) dotazovaných. Pro 42 (29,2 %) dotazovaných je to spíše důležitý faktor a pro 39 (27,1 %) nehraje primární roli při výběru. Celkem 22 (15,3 %) respondentů uvádí, že možnost učení a porozumění je pro ně spíše nedůležitý faktor při výběru a poté pro 8 (5,6 %) dotazovaných je tahle dimenze nedůležitá při výběru dovolené.

Obrázek 38

Dimenze učení a porozumění

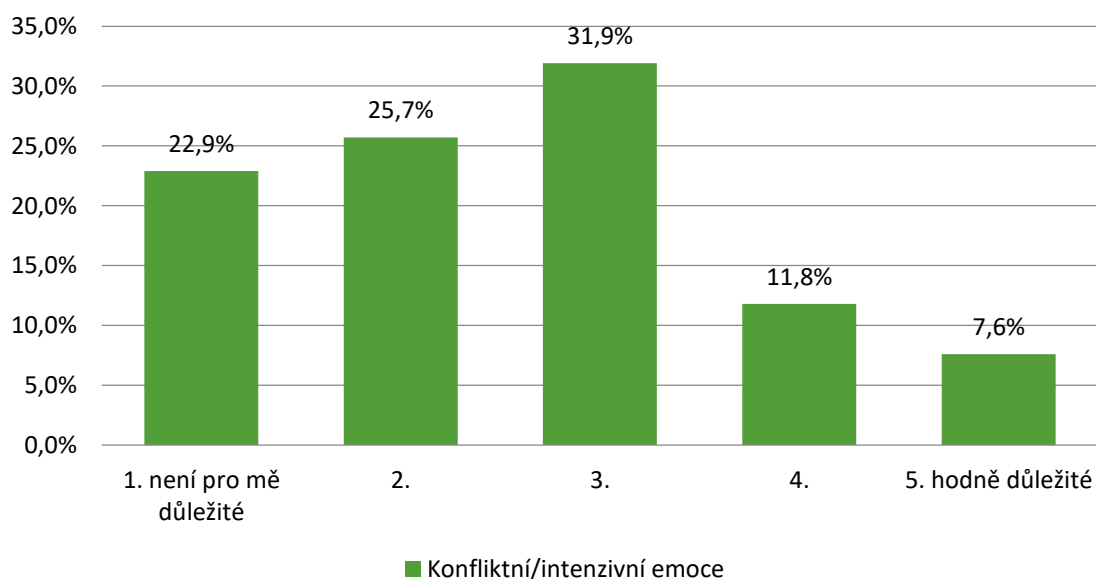


Konfliktní/intenzivní emoce

Konfliktní/intenzivní emoce jsou dle výsledků grafu jen pro 11 (7,6 %) respondentů hodně důležité při výběru a pro 17 (11,8 %) respondentů spíše důležité při výběru dovolené. Celkem 46 (31,9 %) dotazovaných uvádí, že pro ně nejsou primární rolí při výběru a pro 37 (25,7 %) jsou spíše nedůležité při výběru. 33 (22,9 %) dotazovaných uvádí dimenzi konfliktních/intenzivních emocí jako nedůležitou při výběru.

Obrázek 39

Dimenze konfliktních/intenzivních emocí

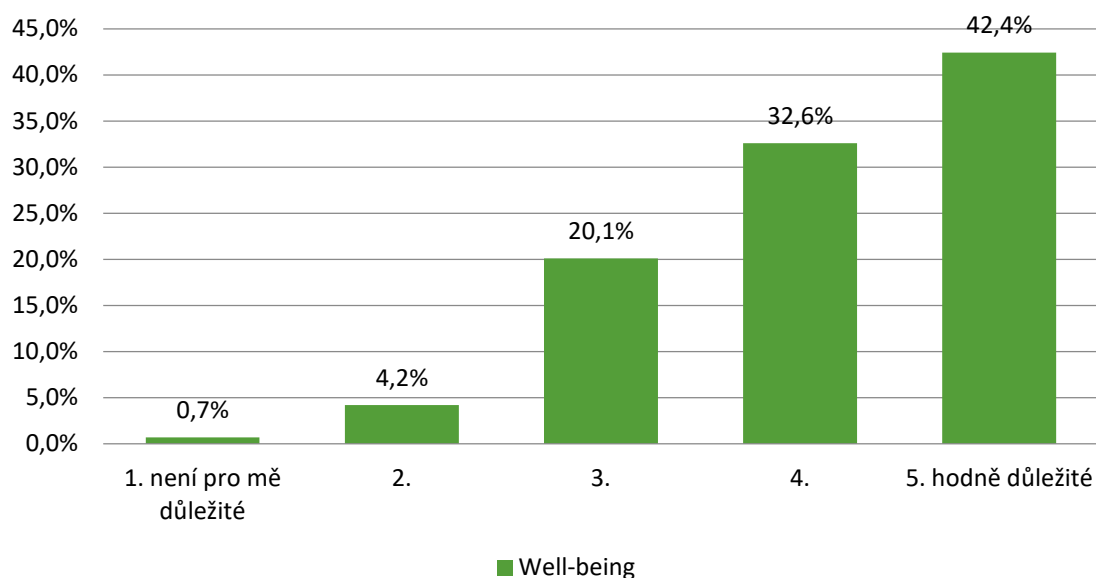


Well-being

Well-being jako pocit pohody, radosti, štěstí a kompetencí se dle výsledků grafu jeví jako hodně důležitý faktor při výběru dovolené celkem pro 61 (42,4 %) dotazovaných a pro 47 (32,6 %) dotazovaných jako spíše důležitý faktor. 29 (20,1 %) lidí udává well-being jako neprimární faktor, který nehraje velkou roli. Pro 6 (4,2 %) dotazovaných je spíše nedůležitý faktor a pouze pro 1 (0,7 %) z dotazovaných jako nedůležitý faktor.

Obrázek 40

Dimenze well-being

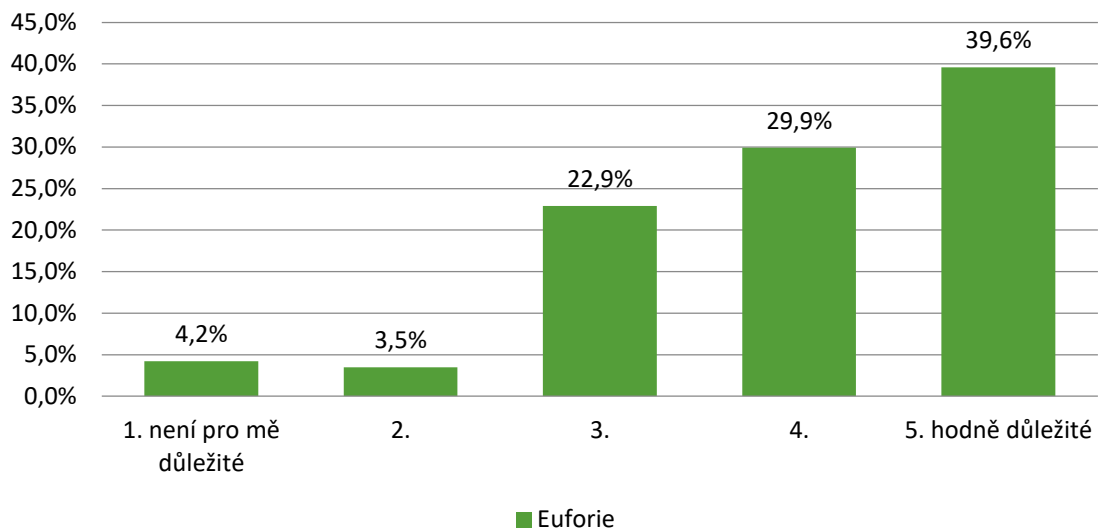


Euforie

Pocit euforie jako výsledek snahy dosáhnout nějakého vrcholu a překonání se je pro 57 (39,6 %) dotazovaných hodně důležitý faktor mající svůj význam při výběru dovolené. 43 (29,9 %) ho potom uvádí jako spíše důležitý faktor a 33 (22,9 %) jako neprimární faktor nehrající svou velkou roli při výběru. Pro 5 (3,5 %) dotazovaných je to faktor spíše nedůležitý a pro 6 (4,2 %) je nedůležitý při výběru.

Obrázek 41

Dimenze euforie

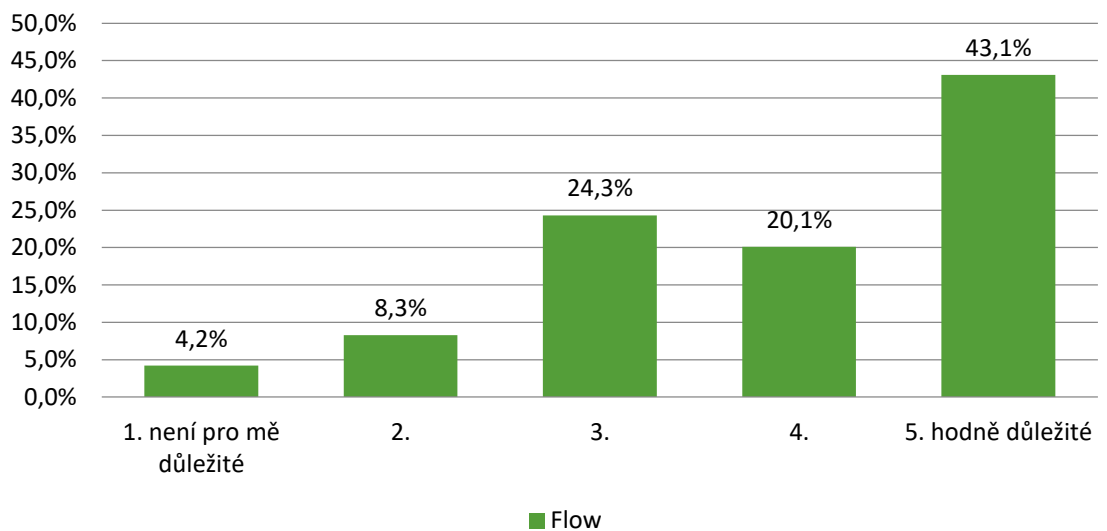


Flow

Flow je stav, při kterém je člověk zcela ponořený a mentálně pohlcený zážitkem. Dle výsledků grafu je tenhle stav důležitý pro 62 (43,1 %) respondentů a 29 (20,1 %) dotazovaných respondentů ho uvádí jako spíše důležitý. 35 (24,3 %) uvádí flow jako neprimární faktor při výběru dovolené. Celkem pro 12 (8,3 %) dotazovaných je stav flow spíše nedůležitý při výběru dovolené a pro 6 (4,2 %) je nedůležitý.

Obrázek 42

Dimenze flow



Otázka č. 21: Vyberte jednu z vámi nejvíce hodnocených možností z minulé otázky a napište, proč je tahle možnost pro vás nejvíce důležitá:

Následující otevřená otázka si kladla za cíl, zjistit proč je pro respondenty důležitá některá z dimenzí z minulé otázky, kterou hodnotili jako hodně důležitou.

Dimenzi přírodního prostředí uvedlo ve svých odpovědích celkem 16 respondentů. Stala se tak nejvíce hodnocenou dimenzí. Přírodní prostředí je pro ně důležité kvůli toho, že jim pobyt v přírodě dává možnost vypadnout z každodenních stereotypů civilizace. Dále jim krásný pohled na přírodu a užívání krásy z ní dodává pocit uklidnění, svobody a lehkosti. Udávají přírodu, jako hlavní důvod toho proč cestují. Pokud v destinaci není zajímavá flóra a fauna na místě často nevydrží a necítí se v destinaci příjemně.

Druhou nejvíce hodnocenou dimenzí, kterou taktéž zmínilo 16 respondentů je dimenze zážití něčeho nového, originálního. Tuhle dimenzi hodnotili respondenti pro ně jako nejdůležitější, protože dává smysl jejich životu, protože žijeme jen jednou. Zkušenost s novými zážitky je pro ně nejzajímavější a nejzáživnější. Hodně zde respondenti udávali, že jim zkušenost s novým nebo originálním zážitkem připadá jako skvělé téma pro konverzaci, které nebude nikdy klišé. Přijde jim hezké zažít nějakou originální činnost, co se třeba dělá jen na jediném místě na světě nebo vidět něco, co už člověk nikdy jindy neuvidí, protože jim to do života dává smysl a člověk se pak cítí více unikátní.

Celkem 15 respondentů uvedlo jako pro ně nejdůležitější dimenzi výzvy. Dle odpovědí lze říct, že respondenti mají rádi překonávání různých nových výzev, které jim umožní překonávat a posouvat své vlastní hranice. Výstup z komfortní zóny v podobě překonání překážek v nich probouzí adrenalin. Cítí, že je tahle zkušenost v jejich životě rozvíjí a posouvá zase o něco dál.

Jako čtvrtou nejvíce důležitou dimenzi můžeme podle počtu 14 odpovědí uvést dimenzi „well-being“. Dle odpovědí pro respondenty ve well-beingu spočívá princip celého zážitku. Hlavním důvodem proč odpovídající cestují je právě dobrý pocit ze zážitku, radost, pohoda a štěstí, které při cestování pociťují.

Dále se nejvíce udávanou dimenzí s počtem 13 odpovědí stala dimenze úniku. Respondenti v cestování hledají únik z reality běžného, stereotypního a hektického života v práci. Když člověk unikne od těchto věcí, tak se mu dle odpovídajících dostává možnosti zažít věci z jiné perspektivy, v jiném světle a zhodnotit zda se udávají směrem, kterým chtějí. Je to pro ně jistá forma mentální hygieny.

Dále se stejným počtem 13 odpovědí vnímají respondenti jako důležitou dimenzi objevování. Touha objevovat nové kraje, zvyky, národnosti, prostředí anebo i sama sebe je pro respondenty důležitou součástí cestování. Respondenti chtějí objevovat a znát svět, ve kterém

žijí. Rádi touto cestou obohacují archiv svých vzpomínek, které poté budou moci jednou vyprávět.

Sedmou nejvíce udávanou dimenzí se s 10 odpověďmi stala dimenze zábavy a prožitku. Dle odpovědí respondentů můžeme říci, že zábava a prožitek je přesně to co od dovolené očekávají. Věří, že zábava a prožitek je to, co jim přinese hlavně nezapomenutelné zážitky a vzpomínky, které mají vliv na jejich budoucí osobnost. Prožitek lidé vnímají jako koření života, zábavu a jako formu vyčištění hlavy a odpočinku od stresu. Když lidé jedou na dovolenou, tak se chtějí hlavně bavit.

Celkem 7 respondentů hodnotí jako pro ně nejvíce důležitou dimenzi „flow“. Jeví se pro ně důležité kvůli tomu, že je dostává do stavu, kdy jsou hlavou v přítomném okamžiku a díky tomu všechno ostatní na chvíli zmizí. Pokud není flow tak dle jejich názoru vznikají nevábné pocity. Díky flow všechno krásně plyne, a to je to co mají respondenti rádi.

Dále se důležitou dimenzí stala dimenze socializace a kamarádství, kterou udávalo celkem 6 respondentů. Respondenti uvedli, že během své dovolené rádi poznávají nové lidi, protože přátel není nikdy dost. Je pro ně důležité to s kým to prožijí a užívání si společně stráveného času, který vede k vytváření společných a nezapomenutelných zážitků.

Za důležitou dimenzi považují 4 respondenti dimenzi euforie. V euforii vidí právě ten výsledný pocit z překonání sebe sama. V euforii je snaha dosáhnout vrcholu a vydat ze sebe všechno na maximum.

Tři respondenti vidí důležitost v dimenzi kulturního zážitku. Lidé během dovolené rádi poznávají kulturu v dané destinaci.

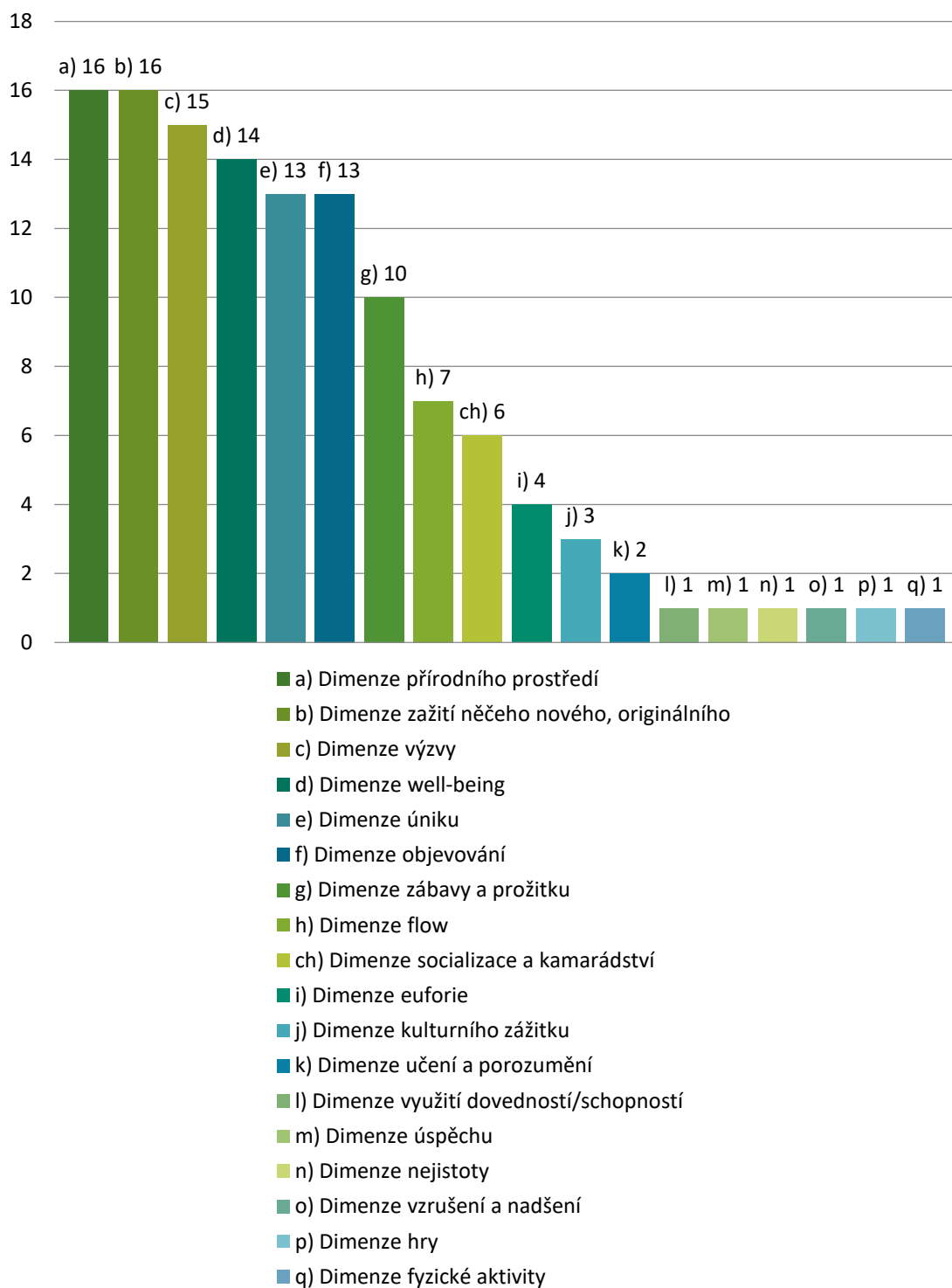
Celkem dva respondenti považují za nejvíce důležitou dimenzi učení a porozumění. Na cestách se totiž podle nich pořád učíme a docházíme tak k sebepoznání a oproštění od předsudků.

Ojediněle byla zmíněna dimenzi využití dovedností/schopností, kde respondent uvedl, že ho baví rozvíjet jeho už dříve nabyté dovednosti a vidět tak svůj pokrok, kdy už zvládne třeba sjet úsek řeky, na který loni ještě neměl. Dále byla ojediněle zmíněna dimenze úspěchu, kde respondent uvedl, že je pro něj „úspěch důležitý v celém životě“. Ojediněle byla zmíněna také dimenze nejistoty, kde respondent uvedl, že si užívá pocit nejistoty, který zažívá v diktátorských zemích. Dimenze vzrušení a nadšení zde byla taky odpovězena jen jednou a respondent zde pouze uvedl „protože je to vzrušující“. Dále byla ojediněle zmíněna dimenze hry, kdy respondent vidí její důležitost v tom, že je svobodná. Dále se zde také jednou vyskytla dimenze fyzické aktivity, kdy respondent vidí důležitost právě v endorfinech z námahy na treku.

Celkem 8 respondentů uvedlo, že neví která dimenze je pro ně nejdůležitější, že se nedá rozhodnout, protože jsou pro ně důležité všechny a tři respondenti uvedli, že je pro ně důležité bezpečí. Osm respondentů na otázku odpovědělo tečkou, a tudíž neodpovídalo.

Obrázek 43

Pro respondenty nejdůležitější dimenze



6 DISKUSE

Dotazník mi poskytl odpovědi na výzkumné otázky. Mile mě překvapil počet respondentů, kteří se mého dotazníkového šetření zúčastnili a podělili se tak se mnou o své zkušenosti s dobrodružným cestovním ruchem. Celkově jsem byla překvapena, kolik zajímavých destinací respondenti navštívili nebo chtějí navštívit a i aktivitami, které absolvovali nebo chtějí absolvovat. Dozvěděla jsem se zde i aktivity, o kterých jsem doteď neslyšela jako je speleoferrata nebo deep water solo a rozšířila jsem si tak své obzory.

Z výsledků otázky dotazující se na věk respondentů je zřejmé, že dobrodružný cestovní ruch není záležitostí pouze mladší generace, ale zájem o tuhle formu cestování má i generace starší. Pokud od jednotlivých věkových kategorií odečteme počet respondentů, kteří dále odpověděli, že se dobrodružného cestovního ruchu nikdy neúčastnili, tak zjistíme, že z výsledných 131 dotazovaných účastníků je celkem 63 ve věku 21-30 let, dále 33 ve věku 31-40 let, 15 ve věku 41-50 let, 12 ve věku 51-60, 7 ve věku do 20 let a 1 věku 61 a více let.

První výzkumná otázka zněla „Jakého typu dobrodružné aktivity se lidé účastnili?“. Z výsledků šetření je nám známo, že nejvíce dotazovaných se zúčastnilo horské aktivity, kterou uvedlo celkem 120 dotazovaných ze 131 odpovídajících. Poté se nejvíce lidí, a to 115 zúčastnilo vodní aktivity, dále 76 vzdušné aktivity, 70 pouštní aktivity a pouze 42 pralesní aktivity. Ze všech těchto okruhů aktivit se nejvíce provozovanými stalo spaní pod širákem, což provozovalo 100 respondentů, dále rafting, kterého se účastnilo 67 respondentů a horolezectví, kterého se taktéž účastnilo 67 respondentů, poté potápění, které vyzkoušelo 48 respondentů a 47 se účastnilo sjíždění divoké vody. Na otázku „Jaký typ dobrodružné aktivity byste chtěl/a zkusit?“ respondenti reagovali, že by se rádi v budoucnu zúčastnili seskoku padákem, který uvedlo celkem 13 respondentů, poté 9 paraglidingu, 8 canyoningu, 7 kitesurfingu a 7 potápění. Ojediněle se zde vyskytly i odpovědi, že by si respondenti v budoucnosti chtěli vyzkoušet gumbalkan, bubble football, roadtrip přes kontinenty nebo přejezdy/přechody arktických oblastí. Tyhle aktivity dle mého názoru nenacházejí své umístění v možnosti rozdělení podle prostředí, jak uvádí Hudson (2002) a Marson (2011), proto jsem došla k závěru, že členění dobrodružného cestovního ruchu podle těchto dvou uvedených autorů nepovažuji za úplně adekvátní formu členění. Vlivem členění na prostředí zde dochází k úplnému vynechání dobrodružných aktivit, které nemusí být nutně zasazeny do horských podmínek, jako je právě gumbalkan a nebo přechod přes kontinenty. My je ale z důvodu neočekávanosti, nové zkušenosti a možnosti hrozícího nebezpečí nebo úrazu, který může nastat, tak můžeme považovat za dobrodružné. Dle mého názoru je nutno brát při členění i tyhle aktivity v potaz a

připadá mi adekvátní členění na zemské aktivity, horské aktivity, vodní aktivity a vzdušné aktivity.

Dobrodružné aktivity se ve většině případů nenacházejí v nabídce běžných cestovních kanceláří jako je Exim tours, Alexandria a další. Z výsledků otázky která se respondentů dotazovala na zprostředkovatele jejich dobrodružného zážitku pouze 10 (7,6%) respondentů uvedlo, že to byla cestovní kancelář, v nichž v další otázce konkretizovali cestovní kanceláře Alpina, Rajbsa, Blue Style, Fede, Kormidlo, Mundo, Avetoir, Ktour, Exim tours a Čedok. Většina z těchto cestovních kanceláří se zabývá právě akčnější formou cestování. Pouze jeden respondent měl možnost účastnit se zážitku zprostředkovaném Prázdninovou školou Lipnicí. Nejvíce lidé uvedli, že si dobrodružný zážitek zprostředkovali sami. Můžeme si tedy vyvodit, že lidé více preferují možnost zorganizovat a naplánovat si svůj zážitek. Po zamyšlení se nad těmito dvěma otázkami si myslím, že by bylo přínosné provést šetření, jakým způsobem u účastníků zprostředkovávající si dobrodružný zážitek sami tenhle proces probíhá. Jak začínají své plánování, jaké mají postupy, používané zdroje, co vše si zajišťují atd.

U ubytovacích služeb byly odpovědi respondentů hodně rozmanité. Když ovšem sečteme jednotlivé výsledky tak zjistíme, že lidé účastníci se dobrodružného cestovního ruchu nevyhledávají žádné luxusní ubytování, volí spíše ubytování méně komfortní. Dohromady celkem 41,2% respondentů preferuje primárně ubytování formou spaní ve stanu, v autě, na lodi, pod širákem nebo třeba v karavanu. S tímto typem ubytování se pojí odpovědi ohledně preference ve stravě, kdy lidé preferují ubytování bez stravy, které uvedlo celkem 41,2% dotazovaných. Počet respondentů preferujících méně komfortní způsob ubytování tudíž odpovídá respondentům preferujícím ubytování bez stravy a můžeme tedy předpokládat, že se jedná o ty stejné respondenty. Tento typ ubytování a typ stravování spolu totiž souvisí.

Druhá výzkumná otázka si kladla za cíl zjistit „Jak účastníci vybírají svou cílovou destinaci?“. Celkem 44 respondentů uvedlo, že při výběru dovolené nemají žádné konkrétní techniky a vybírají si destinaci namátkově. Poté si nejvíce lidé vybírají destinaci podle referencí, a to ať už na internetu nebo referencí od známých. Lze tedy vyvodit, že lidé se rádi nechávají inspirovat dalšími zdroji a předešlou zkušeností jiných lidí s destinací. Dále se pro respondenty jeví i jako klíčový výběr podle fotek. Jde tedy konstatovat, že pro respondenty je důležité nejenom to jaké má daná destinace reference, ale i to jak atraktivní má vzhled a nechávají se rádi inspirovat referencemi jiných cestovatelů.

Další výzkumná otázka zněla „Jaké destinace účastníci dobrodružného cestovního ruchu chtějí navštívit?“. Když jsem se dotazovala, které konkrétní destinace by měli respondenti zájem navštívit, tak se mezi nejčastějšími odpověďmi objevilo Rakousko, Norsko, Nepál a Slovinsko. Tyhle čtyři destinace se také ukázaly i jako jedny z nejčastějších destinací, které už

respondenti v rámci dobrodružného cestovního ruchu navštívili. Můžeme tedy předpokládat, že tyto destinace jsou pro respondenty atraktivní primárně kvůli horskému prostředí, které nabízí možnost vykonávat jak zimní aktivity, tak i letní aktivity. Dále byla nejvíce zmiňována Indonésie jako celek a z konkrétních ostrovů Bali. Atraktivitu této destinace pro respondenty si můžeme vysvětlit bohatou faunou, flórou a celoroční možností vykonávat vodní a pralesní aktivity.

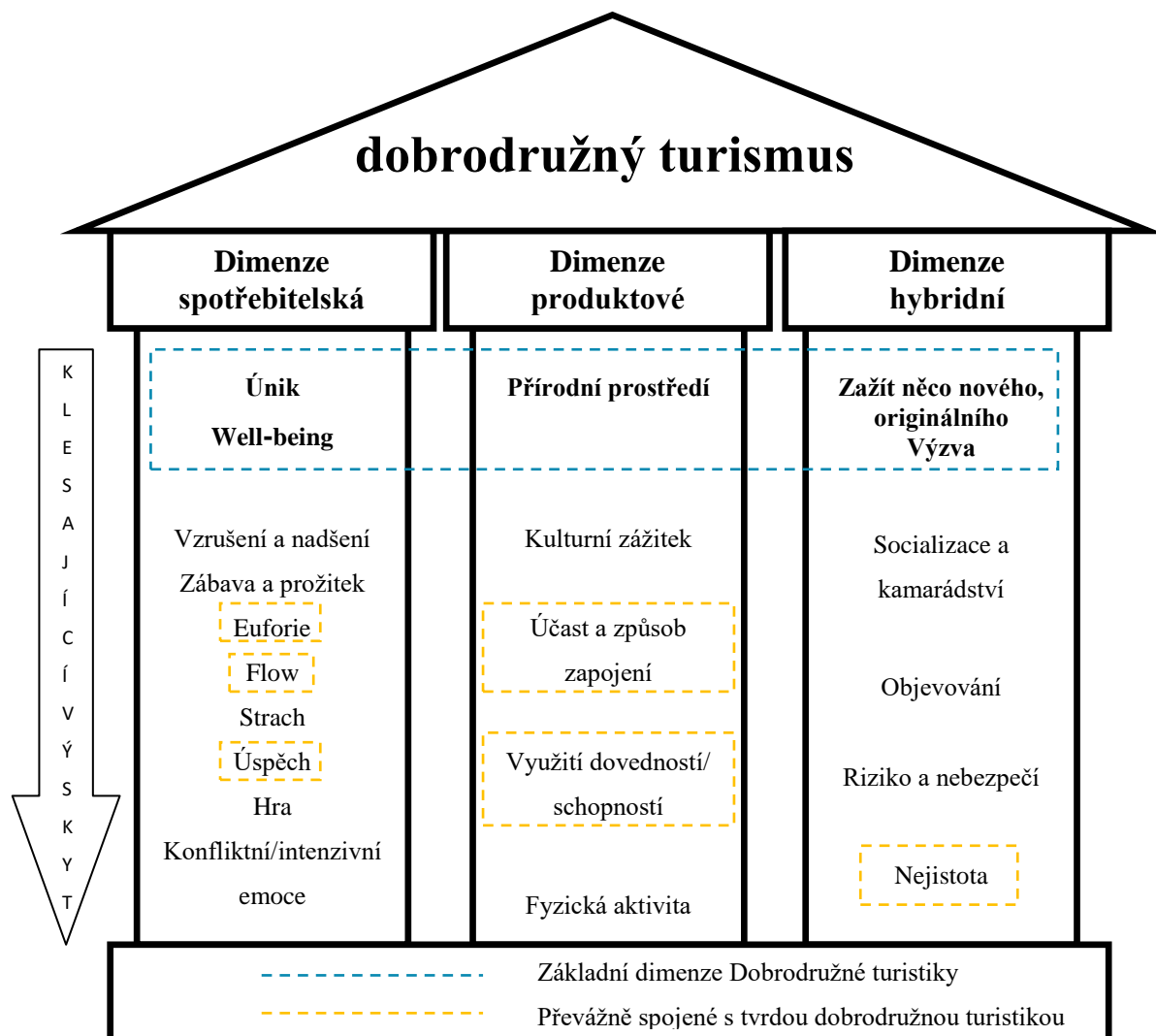
V rámci dobrodružného cestovního ruchu respondenti nejčastěji volí cestování s přáteli, které uvedlo celkem 58 (44,3 %) respondentů. Druhou nejčastější odpovědí bylo cestování s partnerem/partnerkou, kterou uvedlo celkem 37 (28,2 %) respondentů. Myslím si, že tyhle dvě skupiny lidí, jsou hlavní volbou respondentů z důvodu, že se jedná o skupiny, s kterými v dnešní době trávíme nejvíce času a jestli s někým chceme sdílet naše dobrodružné zážitky, tak právě s lidmi, kteří jsou nám nejbližší.

Poslední výzkumná otázka měla znění „Jaká dimenze dobrodružného cestovního ruchu je pro účastníky nejvíce důležitá?“. Výslednými dimenzemi, které z části anketního šetření zabývající se dimenzemi dobrodružného turismu vzešly, jako pro respondenty nejdůležitější jsem byla překvapena. Janowski et al. (2020) ve svém výzkumu identifikovali celkem 22 dimenzí, z nichž určili 5 základních dimenzí, které mají představovat jádro dobrodružného turismu. Jako pět základních dimenzí byly Janovskim et al. podle častého výskytu určeny dimenze: vzrušení a nadšení, přírodního prostředí, fyzické aktivity, rizika a nebezpečí a dimenze výzvy. Na základě výsledků mého anketního šetření souhlasím s Janowski et al. a jejich rozdělením na dimenzi spotřebitelskou, produktovou a hybridní. Z výsledků lineárního hodnocení, bych si ovšem dovolila stanovit nových pět základních dimenzí a to: dimenzi úniku, dimenzi well-beingu, dimenzi přírodního prostředí, dimenzi zažít něco nového, originálního a dimenzi výzvy. Tyhle ty mé výsledné dimenze zastávaly v Janovskioho et al. výzkumu spíše pořadí méně důležitějších dimenzí, ovšem dle mých výsledků pro respondenty zastávají spíše důležitější roli. Ke stejné podobným závěrům došel i Naidoo, Munhuttun, Seebaluck a Janvier (2015) ve své studii „zkoumání motivace baby boomu pro dobrodružný turismus“, kde došli k výsledku, že nejdůležitějšími push a pull motivačními faktory pro respondenty jsou zábava a prožitek, relaxace, úleva od stresu a napětí, změna novost, únik, atraktivita fyzického prostředí a lepší zdraví. Dále dle výsledků také můžeme pozměnit pořadí důležitosti jednotlivých dimenzí. Co se týče dimenze hybridní, tak můžeme pořadí od nejvíce pro respondenty důležitou dimenzi po nejméně důležitou dimenzi seřadit následovně: dimenze zažití něčeho nového/originálního, dimenze výzvy, dimenze socializace a kamarádství, dimenze objevování, dimenze rizika a nebezpečí a dimenze nejistoty. U dimenze produktové je poté pořadí následující: dimenze přírodního prostředí, dimenze kulturního zážitku, dimenze účasti a

způsobu zapojení, dimenze využití dovedností/schopností a dimenze fyzické aktivity. Dimenzi spotřebitelskou pak můžeme seřadit následovně: dimenze úniku, dimenze well-beingu, dimenze vzrušení a nadšení, dimenze zábavy a prožitku, dimenze euforie, dimenze flow, dimenze strachu, dimenze úspěchu, dimenze hry, dimenze konfliktních a intenzivních emocí. Výsledné pořadí dimenzí tak můžeme uspořádat do nového pilíře dimenzí, který zobrazuje obrázek 44. Pokud ho porovnáme s pilířem dimenzí vytvořeným Janowski et al., který můžeme vidět na straně 18, obrázek 2, tak můžeme vidět značné rozdíly ve výsledném pořadí jednotlivých dimenzí. Jsem toho názoru, že oblast dimenzí dobrodružného turismu je ještě málo prozkoumané téma, které je teprve relativně na počátku svého zpracování a nebylo by špatné provést další výzkumy zaměřené na toto téma, které by tak mohly změnit pořadí doposud konstatovaných dimenzí, obměnit je anebo i doplnit.

Obrázek 44

Uspořádání pilíře dimenzí dle výsledků anketního šetření



I když se dá práce považovat za pilotní studii, tak si uvědomuji její limity v podobě nereprezentativního počtu respondentů, jejichž vyšší počet by přispěl ke kvalitě práce a k větší přesnosti výsledků. Jsem toho názoru, že počet respondentů by byl větší, kdyby dotazník nebyl smazán z šesti facebookových skupin a kdyby byl sdílen i na jiných sociálních sítích. Další limitující faktor vidím, v tom, že v části dotazníku zabývající se dimenzemi mohli už odpovídat respondenti, kteří dobrodružný cestovní ruch ještě nikdy neabsolvovali, ale měli by zájem ho někdy vyzkoušet. Tihle respondenti mohli mít zásadní vliv na výsledné dimenze. V posledních dvou letech byla možnost cestování značně omezena z důvodu přítomnosti koronaviru covidu-19. Sice pandemie limitovala cestování, ale myslím si, že naopak podnítila lidi k provozování dobrodružných aktivit. V zavřených ski areálech vidím motivující faktor lidí k provozování výšlapů na skialpách a k následnému freerideu, stejně jako k provozování zimní vysokohorské turistiky se snowboardy připnutými na zádech a následné jízdě na nich dolů z hor. V zavřených fit centrech zase vidím podnět k horské turistice a k horolezectví. V zavřených hotelech zase vidím motivaci lidí ke spaní pod širým nebem, na stromě v hamakách, v autě nebo v karavanech. Správný dobrodružný turista se dle mého názoru nenechal pandemií zastavit, ale jenom ho to donutilo jednat.

7 ZÁVĚRY

Bakalářské práce se zabývala zjištěním preferencí účastníků dobrodružného cestovního ruchu ohledně výběru destinace a poskytovaných služeb. Dílčím cílem práce poté bylo zjistit význam jednotlivých dimenzí dobrodružného cestovního ruchu pro jeho účastníky. Dále jsem měla stanovené 4 výzkumné otázky, které se mi všechny povedlo zodpovědět v kapitole 6 Diskuze. K zjištění cílů a odpovědí na výzkumné otázky mi pomohl dotazník, který jsem sama vytvořila na platformě google forms a distribuovala ho na vybraných facebookových skupinách. Sběr dat probíhal od 1. 6. 2022 do 9. 6. 2022. Dotazníku se celkem zodpovědělo 161 respondentů.

V rámci stanovených cílů bylo zjištěno, že účastníci při výběru destinace nejvíce preferují ubytování ve stanu, privátní ubytování a ubytování v hotelu. Ohledně preferencí v oblasti stravovacích služeb, účastníci preferují primárně ubytování bez stravy, popřípadě ubytování nabízející snídaňové služby. Účastníci dále vyhledávají převážně destinace, které jsou ideální pro dobrodružné zážitky, jako je Rakousko, Norsko, Slovinsko a Nepál, které poskytují účastníkům širokou nabídku vysokohorských aktivit a poté Indonésii, která dává účastníkům možnost vyzkoušet vodní a pralesní aktivity. Cílové destinace si účastníci vybírají hlavně náhodně, poté podle referencí na internetu, dále podle referencí od známých a v neposlední řadě podle fotek.

V rámci stanoveného dílčího cíle a zároveň čtvrté výzkumné otázky bylo zjištěno, že pro účastníky dobrodružného cestovního ruchu se jako nejdůležitější jeví dimenze přírodního prostředí, dimenze zažití něčeho nového/originálního, dimenze výzvy, dimenze well-beingu, dimenze úniku, dimenze objevování, dimenze euforie a dimenze socializace a kamarádství.

Práce tak přispěla nejen k rozšíření podvědomí o dobrodružném cestovním ruchu, ale nabídla vhled do jeho dimenzí tohoto cestovního ruchu a porovnání s výsledky, které stanovili Janowski et al. v roce 2020.

8 SOUHRN

V teoretické části práce jsem se nejprve zabývala definicí dobrodružství a dobrodružného cestovního ruchu. Dochází zde k rozčlenění dobrodružného cestovního ruchu, určení motivů účasti a ke kategorizaci dobrodružných aktivit. Dále jsou zde uvedené české cestovní kanceláře, které se zabývají touto formou turismu a výzkumy, které byly na toto téma provedené. Poměrně velkou částí teoretické práce jsem se zabývala dimenzemi dobrodružného cestovního ruchu, které byly identifikovány Janowskim et al. v roce 2020. Dochází zde k definici dimenze spotřebitelské, produktové a hybridní a k popisu jednotlivých dimenzí, které pod ně spadají.

Praktická část práce se poté zabývala analýzou, která byla provedena v podobě online dotazníkového šetření. Pomocí otázek došlo k identifikaci 161 respondentů z hlediska pohlaví a věku, z nichž se celkem 131 už někdy v minulosti dobrodružného cestovního ruchu účastnilo. Poté zde byly výzkumné otázky, které byly nejprve zaměřeny na zjištění minulé zkušenosti respondentů s dobrodružným cestovním ruchem, dále na zjištění preferencí ohledně dopravních prostředků, ubytovacích služeb a ročního období. Další část dotazníku se zabývala zjištěním, které destinace a aktivity by respondenti v rámci dobrodružného turismu měli zájem vyzkoušet. Poslední část anketního šetření se následně zabývala zjištěním důležitosti jednotlivých dimenzí pro respondenty.

Za nejvýznamnější zjištění práce lze označit zjištění ohledně důležitosti jednotlivých dimenzí pro účastníky dobrodružného cestovního ruchu. Jako nejdůležitější se jeví dimenze přírodního prostředí, dimenze zažití něčeho nového/originálního, dimenze výzvy, dimenze well-beingu, dimenze úniku, dimenze objevování, dimenze euforie a dimenze socializace a kamarádství.

Přínos práce vidím v jejím zabývání se dobrodružným cestovním ruchem, protože se jedná o téma, které je v České republice zpracováváno poměrně zřídka. Hlavní přínos práce taktéž vidím v uvedení dimenzí dobrodružného cestovního ruchu a ve výzkumu jejich důležitosti pro účastníky.

9 SUMMARY

In the theoretical part of the work I first dealt with the definition of adventure and adventurous tourism. Occurs here a breakdown of adventure tourism, identification of motives for participation and categorization of adventure activities. They are further here stated Czech travel agencies that deal with this form of tourism and research that has been conducted on this topic. A relatively large part of the theoretical work I dealt with the dimensions of adventure tourism, which were identified by Janowski et al. in 2020. Is here a definition here of the dimension consumer-based, dimension product-based and hybrid dimensions and there is a description here the individual dimensions that fall under them.

The practical part of the work then dealt with the analysis, which was performed in the form of an online questionnaire survey. Using the questions, 161 respondents were identified in terms of gender and age, of which a total of 131 of them have participated in adventure tourism in the past. Then they were here were research questions, which were mainly focused on finding out the past experience of respondents with adventure tourism, as well as on finding out the preference of means of transport, accommodation services and the season. The next part of the questionnaire dealt with finding out which destinations and activities respondents would be interested in trying and visit. The last part of the survey then looked at the importance of individual dimensions for respondents

The most important findings of the work can be considered the finding of the importance of individual dimensions for participants in adventure tourism. It seems to be the most important for respondents are the dimension of the natural environment, the dimension of novelty, the dimension of challenge, the dimension of well-being, the dimension of escapism, the dimension of exploration, the dimension of rush and the dimension of socialization and camaraderie.

I see the benefit of the work in her treatise about with adventurous tourism, because it is a topic that is processed relatively rarely in the Czech Republic. I then see the main benefit of the work in introducing the dimensions of adventure tourism and in researching their importance for the participants.

10 REFERENČNÍ SEZNAM

- AAA plus CK [online]. Kuřim, 2022 [cit. 2022-04-20]. Dostupné z <http://www.aaaplus.cz>
- Adventura s. r. o.: Vyhledávání zájezdů [online]. Praha, 2022 [cit. 2022-04-20]. Dostupné z <https://www.adventura.cz>
- Alvarez s. r. o.: Vyhledávání zájezdů [online]. Hradec Králové, 2022 [cit. 2022-04-20]. Dostupné z <https://www.alvarez.cz>
- Andreu, L., Bigné, J. E., Cooper, Ch. (2000). Projected and Perceived Image of Spain as a Tourist Destination for British Travellers. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 9, 47-67. http://doi.org/10.1300/J073v09n04_03
- Armstrong, G., Adam, S., Denize, S., Kotler, P. (2008). *Principles of Marketing*. French Forest: Pearson Education Australia
- Barnett, Ph. D., Lynn, A. (2005). Measuring the ABC of Leisure Experience: Awareness, Boredom, Challenge, Distress. *An Interdisciplinary Journal*, 27, 131-155. <https://doi.org/10.1080/01490400590912051>
- Beckman, E., Whaley, J. E., Kim, Y. K. (2017). Motivation and experiences of whitewater rafting tourists on the Ocoee River, USA. *International Journal of Tourism Research*, 19(2), 257-267. <https://doi.org/10.1002/jtr.2109>
- Beedie, P., Hudson, S. (2003). Emergence of mountain-based adventure tourism. *Annals of Tourism Research*, 30(3), 625-643. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(03\)00043-4](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(03)00043-4)
- Buckley, R. (2006). *Adventure Tourism*. CAB International
- Buckley, R. (2010). *Adventure tourism management*. Butterworth-Heinemann.
- Buckley, R. (2012). Rush as a key motivation in skilled adventure tourism: Resolving the risk recreation paradox. *Tourism Management*, 33(4), 961-970. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2011.10.002>
- Buckley, R. (2015). Adventure thrills are addictive. *Frontiers in Psychology*, 6, 1915. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2015.01915>
- Buckley, R. (2017). Perceived resource quality as a framework to analyze impacts of climate change on adventure tourism: Snow, surf, wind, and whitewater. *Tourism Review International*, 21(3), 241-254. <https://doi.org/10.3727/154427217X15022104437729>
- Bunting, Ph. D. C. J., Tolson, Ph. D. H., Kuhn, Ph. D. C., Suarez, Ph. D. E., Williams, R. B. (2000). Physiological Stress Response of the Neuroendocrine System During Outdoor Adventure Tasks. *Journal of Leisure Research*, 32, 191-207. <https://doi.org/10.1080/00222216.2000.11949913>
- Carnicelli, S. -F., Schwartz, G. M., Tahara, A. K. (2010). Fear and adventure tourism

Cater, C. I. (2006). Playing with risk? Participant perceptions of risk and management implications in adventure tourism. *Science direct Elsevier*, 27(2), 317-325. <http://doi:10.1016/j.tourman.2004.10.005>

CK iWalker s. r. o.: Vyhledávání zájezdů [online]. Hodyně u Skuhrova, 2022 [cit. 2022-04-20]. Dostupné z <https://iwalker.cz>

CK Livingstone s. r. o.: Vyhledávání zájezdů [online]. Brno, 2022 [cit. 2022-04-20]. Dostupné z <https://www.livingstone.cz>

Cutler, S. Q., Carmichael, B. A. (2010). The dimensions of tourist experience. In Morgan, M., Lugosi, P., Ritchie, J. R. B. (Eds.). *The tourism leisure experience: Consumer managerial perspectives*. (s. 3-26). Channel View Publications

Dickson, T., Dolnicar, S. (2004). *No risk, no fun: The role of perceived risk in adventure tourism*. Univerzita ve Wollongongu

Drobná, D., Morávková, E. (2007). *Cestovní ruch pro SČ a veřejnost*. Praha: Fortuna
Fear and adventure tourism in Brazil. *Tourism Management*, 31(6), 953-956.
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.07.013>

Giddy, J. K. (2018). Adventure Tourism Motivations: A push and pull factor approach. *Bulletin of geografie. Socio-Economic series*, 42, 47-58. <http://doi.org/10.2478/bog-2018-0030>

Giddy, J. K., Webb, N. L. (2015). The influence of the environment on motivations to participate in adventure tourism: The case of the Tsitsikamma. *South African Geographical Journal*, 98, 351-366. <https://doi.org/10.1080/03736245.2015.1028990>

Gymothy, S., Mykletun, R. J. (2004). Play in adventure tourism: The case of Arctic trekking. *Annals of Tourism Research*, 31(4), 855-878. <http://doi:10.1016/j.annals.2004.03.005>

Huddart, D., Stott, T. (2019). *Adventure Tourism: Environmental Impacts and Management*. Liverpool:Palgrave Macmillan Ltd

Hudson, S. (2002). *Sport and Adventure Tourism*. Binghamton: Taylor & Francis

Chang, S. -Y. (2011). The influence of novelty-seeking and risk-perception behavior on holiday decisions and food preferences. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 12(4), 305-329. <http://doi.org/10.1080/15256480.2011.614553>

Cheng, M., Edwards, D., Darcy, S., Redfern, K. (2018). A tri-method approach to review of adventure tourism literature: Bibliometric, analysis, content analysis, and a quantitative systematic literature review. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 42(6), 997-1020. <http://doi.org/10.1177/1096348016640588>

Imboden, A. (2012). Between risk and comfort: Representations of adventure tourism in Sweden and Switzerland. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 12(4), 310-323. <https://doi.org/10.1080/15022250.2012.752624>

- Janowski, I., Gardiner, S., Kwek, A. (2020). Dimensions of adventure tourism. *Tourism Management Perspectives*, 37. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2020.100776>
- Johnston, T. (2013). The meaning of Adventure. In Taylor, S., Varley, P., Johnston, T. (Eds.). *Adventure Tourism: meanings, experience and leasing*. Abingdon: Routledge
- Kerr, J. H., Mackenzie, S. H. (2012). Multiple motives for participating in adventure sports. *Psychology of Sport and Exercise*, 13(5), 649-657. <https://doi.org/10.1016/j.psychsport.2012.04.002>
- Kotíková, H. (2013). *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. Praha: Grada Publishing a. s.
- Lam, T., Hsu, C. H. C. (2006). Predicting behavioral intention of choosing a travel destination. *Tourism Management*, 27 (4), 589-599. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2005.02.003>
- Lepp, A., Gibson, H. (2003). Tourist roles, perceived risk and international tourism. *Annals of Tourism Research*, 30(3), 606-624. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(03\)00024-0](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(03)00024-0)
- Mackenzie, S. H., Hodge, K. (2020). Adventure recreation and subjective wellbeing: A conceptual framework. *Leisure Studies*, 39(1), 26-40. <http://doi.org/10.1080/02614367.2019.1577478>
- Mackenzie, S. H., Kerr, J. H. (2012). A (mis) guided adventure tourism experience: An autoethnographic analysis of mountaineering in Bolivia. *Journal of Sport & Tourism*, 17(2), 125-144. <https://doi.org/10.1080/14775085.2012.729901>
- Marson, D. (2011). From Mass Tourism to Niche Tourism. In Robinson, P., Heitmann, S., Dieke, P. (Eds.) *Research Themes for Tourism*. CAB International
- McConnell, R. M. (1991). Solving environmental problems caused by adventure travel in developing countries: The Everest environmental expedition. *Mountain Research and Development*, 11(4), 359-366. <https://doi.org/10.2307/3673719>
- McNamee, M. (2007). *Philosophy, Risk and Adventure Sports*. Routledge
- Mlozi, S., Pesämaa, O. (2013). Adventure tourist destination choice in Tanzania. *Current Issues in Tourism*, 16(1), 63-95. <https://doi.org/10.1080/13683500.2011.647807>
- Morgan, D., Moore, K., Mansell, R. (2005). Adventure tourists on water: Linking expectations, affect, achievement and enjoyment to the sports tourism adventure. *Journal of sport tourism*, 10(1), 73-88. <https://doi.org/10.1080/14775080500101593>
- Naidoo, P., Munhurrin, P. R., Seebaluck, N. V., Janvier, S. (2015). Investigating the motivation of baby boomers for adventure tourism. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 175, 244-251, <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.01.1197>
- Orieška, J. (1999). *Technika služeb cestovního ruchu*. Praha: Idea servis

Patterson, I., Pan, R. (2007). The motivations of baby boomers to participate in adventure tourism and the implications for adventure tour providers. *Annals of Leisure Research*, 10(1), 26-53. <https://doi.org/10.1080/11745398.2007.9686753>

Peacock, S., Brymer, E., Davids, K., Dillon, M. (2017). An ecological dynamics perspective on adventure tourism. *Tourism Review International*, 21(3), 307-316. <https://doi.org/10.3727/154427217X15022104437756>

Pomfret, G. (2006). Mountaineering adventure tourists: A conceptual framework for research. *Tourism Management*, 27(1), 113-123. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2004.08.003>

Pomfret, G., Bramwell, B. (2016). The characteristics and motivational decisions of outdoor adventure tourists: A review and analysis. *Current Issues in Tourism*, 19(14), 1447-1478. <http://doi.org/10.1080/13683500.2014.925430>

Ponte, J., Couto, G., Sousa, Á., Pimentel, P., Oliviera, A. (2021). Idealizing adventure tourism experiences:tourists' self-assessment and expectations. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 35. <https://doi.org/10.1016/j.jort.2021.100379>

Rantala, O., Rokenes, A., Valkonen, J. (2018). Is adventure tourism a coherent concept? *Taylor and Francis Online*, 21(5), 539-552. <https://doi.org/10.1080/11745398.2016.1250647>

Ryan, R. M., Deci, E. L. (2001). On happiness and human potentials: A review of research on hedonic and eudaimonic well-being. *Annual Review of Psychology*, 52(1), 141-166. <https://doi.org/10.1146/annurev.psych.52.1.141>

Ryan, R. M., Huta, V. (2009). Wellness as healthy functioning or wellness as happiness: The importance of eudaimonic thinking (response to the Kashdan et al. And waterman discussion). *The Journal of Positive Psychology*, 4(3), 202-204. <https://doi.org/10.1080/17439760902844285>

Sand, M., Gross, S. (2019). Tourism research on adventure tourism-Current Themis and developments. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 28. <https://doi.org/10.1016/j.jort.2019.100261>

Schlegemilch, F., Ollenburg, C. (2013). Marketing the adventure: Utilizing the aspects of risk/far/thrill to target the youth traveller segment. *Tourism Review*, 68(3), 44-54. <http://doi.org/10.1108/TR-03-2013-0010>

Schott, C. (2007). Selling Adventure Tourism: A Distribution Channels Perspective. *International Journal of Tourism Research*, 9(4), 257-274. <http://doi.org/10.1002/jtr.610>

Sung, H. H. (2004). Classification of adventure travelers: Behavior, decision making, and target markets. *Journal of Travel Research*, 42(4), 343-356. <http://doi.org/10.1177/0047287504263028>

Swarbrooke, J., Beard, C., Leckie, S., Pomfret, G. (2003). *Adventure tourism: The new frontier*. Butterworth-Heinemann.

Triantafyllidou, A., Petala, Z. (2016). The role of sea-based adventure experiences in tourists' satisfaction and behavioral intentions. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 33(1), 67-87. <https://doi.org/10.1080/10548408.2015.1008667>

Tsaur, S. -H., Lin, W. -R., Liu, J. S. (2013). Sources of challenge for adventure tourists: Scale development and validation. *Tourism Management*, 38, 85-93. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2013.03.004>

UNWTO. (2014). *Global Report on Adventure Tourism*

Weber, K. (2001). Outdoor adventure tourism: A review of research approaches. *Annals of Tourism Research*, 28(2), 360-377. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(00\)00051-7](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(00)00051-7)

Woodside, A. G., Martin, D. (2008). Applying Ecological Systems and Micro-Tipping Point Theory for Understanding Tourists' Leisure Destination Behavior. *Journal of Travel Research*, 47, 14-24. <https://doi.org/10.1177/0047287507312432>

Zelenka, J., Pásková, M. (2012). *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Praha: Linde

11 PŘÍLOHY

11.1 Dotazník

Dobrodružný cestovní ruch

Dobrý den,

Mé jméno je Magdaléna Hamplová a jsem studentkou 3. ročníku studijního programu Rekreatologie-pedagogika volného času na Fakultě tělesné kultury v Olomouci. K mé bakalářské práci, která se zabývá dobrodružným cestovním ruchem, jsem vytvořila dotazník, jehož výsledek mi pomůže k zjištění preferencí účastníků tohoto cestovního ruchu ohledně výběru destinace a poskytovaných služeb a ke zjištění významu jednotlivých dimenzí dobrodružného cestovního ruchu pro jeho účastníky.

Vyplnění dotazníku vám zabere maximálně 7 minut.

Předem vám děkuji za jeho vyplnění.

*Povinné pole

1. Pohlaví *

Označte jen jednu elipsu.

Žena

Muž

2. Věk *

Označte jen jednu elipsu.

do 20 let

21-30

31-40

41-50

51-60

61 a více

3. Účastnil/a jste se někdy dobrodružného cestovního ruchu? *

Cestování, které je spojené s provozováním dobrodružných aktivit (nebo cestování do neobvyklých nebo ne příliš bezpečných destinací). Můžeme zde zařadit aktivity jako je rafting, canyoning, horolezectví, paragliding, freeride, safari, extrémní treky a další...

Označte jen jednu elipsu.

Ano Přeskočte na otázku 5

Ne Přeskočte na otázku 4

Dobrodružný cestovní ruch

4. Pokud ne, tak měl/a byste zájem? *

Označte jen jednu elipsu.

Ano Přeskočte na otázku 22

Ne

Jakého typu dobrodružné aktivity jste se účastnil/a?

5. Vodní aktivity

Zaškrtněte všechny platné možnosti.

Rafting

Sjíždění divoké vody

Windsurfing

Surfing

Potápění

Plachtění

Mořský kajak

Kiteboarding

Canyoning

Jiné: _____

6. Vzdušná aktivita

Zaškrtněte všechny platné možnosti.

- Seskok padákem
- Let balónem
- Bungee jumping
- Paragliding
- Závěsné klouzání
- Zipline
- Jiné: _____

7. Horská aktivita

Zaškrtněte všechny platné možnosti.

- Horolezectví
- Mountain biking
- Freeride lyžování
- Freeride snowboarding
- In
- Spaní pod širákem
- Heli-boarding
- Heliskiing
- Jiné: _____

8. Pouštní aktivita

Zaškrtněte všechny platné možnosti.

- Jízda na čtyřkolkách mezi duny
- Sandboarding
- Spaní na safari
- Jiné: _____

9. Pralesní aktivita

Zaškrtněte všechny platné možnosti.

- Putování pralesem
 Lanová dráha v džungli
 Jiné: _____

Dobrodružný cestovní ruch

10. V jaké destinaci jste se dobrodružného cestovního ruchu účastnil/a? *

Zaškrtněte všechny platné možnosti.

- Česká republika
 Zahranicím

11. Pokud byla vaše odpověď v předešlé otázce v zahraničí, tak uveďte prosím kde:

12. Který dopravní prostředek preferujete na dovolenou po ČR a do sousedících * států?

UVEĎTE MAXIMÁLNĚ 3 MOŽNOSTI

Zaškrtněte všechny platné možnosti.

- Letadlo
 Autobus (zájezdový)
 Autobus (linkový)
 Osobní automobil nebo motocykl
 Obytný vůz či automobil s obytným přívěsem
 Vlák
 Kolo
 Pěšky
 Stopem

13. Který dopravní prostředek preferujete na dovolenou do vzdálenějších destinací? *

UVEĎTE MAXIMÁLNĚ 3 MOŽNOSTI

Zaškrtněte všechny platné možnosti.

- Letadlo
- Autobus (zájezdový)
- Autobus (linkový)
- Osobní automobil nebo motocykl
- Obytný vůz či automobil s obytným přívěsem
- Vlák
- Loď
- Kolo
- Pěšky
- Stopem
- Jiné: _____

14. Kdo vám zážitek zprostředkoval? *

Označte jen jednu elipsu.

- Cestovní kancelář *Přeskočte na otázku 15*
- Specializovaná organizace (prázdninová škola Lipnice, Outward Bound, ...)
Přeskočte na otázku 16
- Sám/sama *Přeskočte na otázku 17*
- Jiné: _____

Cestovní kancelář

15. Uveďte prosím o jakou cestovní kancelář se jednalo *

Přeskočte na otázku 17

Specializovaná organizace

16. Uveďte prosím o jakou specializovanou organizaci se jednalo: *

Dobrodružný cestovní ruch

17. S kým nejčastěji v rámci dobrodružného cestovního ruchu cestujete? *

Označte jen jednu elipsu.

- Sám/sama
- S partnerem/partnerkou
- S rodinou (nejméně dvě generace)
- S přáteli (bez ohledu na počet)
- S větší skupinou turistů
- S kolegy/studenty

18. Jaký typ ubytování v rámci dobrodružného cestovního ruchu preferujete? *

Označte jen jednu elipsu.

- Penzion
- Hotel
- Ubytovna
- Hostel
- Motel
- Privátní ubytování
- Apartmán
- Letní byt
- Stan
- Spaní pod širákem
- Karavan
- Spaní v autě
- Jiné: _____

19. Při výběru ubytování preferujete ubytování s: *

Označte jen jednu elipsu.

- All inclusive
- Plná penze
- Polopenze
- Ubytování se snídaní
- Bez stravy

20. Podle čeho si vybíráte destinaci? *

Označte jen jednu elipsu.

- Podle referencí známých
- Podle referencí na internetu
- Podle fotek
- Namátkově
- Jiné: _____

21. Preferujete více dobrodružnou letní dovolenou nebo zimní? *

Označte jen jednu elipsu.

- Letní
- Zimní
- Obojí

Dobrodružný cestovní ruch

22. Jaký typ dobrodružné aktivity byste chtěl/a zkusit? *

23. Kterou destinaci byste v rámci dobrodružného cestovního ruchu chtěl/a navštívit? *

Dimenze
dobrodružného
cestovního
ruchu

Následující otázky se týkají dimenzí dobrodružného cestovního ruchu. Tyhle dimenze nám identifikují rysy dobrodružného turismu a dochází díky nim k rozvinutí teoretických poznatků o dobrodružství. Mezi jednotlivými dimenzemi existují vazby, které společně utvářejí zážitek z dobrodružné turistiky.

Ohodnoťte na stupnici od 1 do 5, jak jsou pro vás jednotlivé možnosti při výběru dovolené důležité.

24. Přírodní prostředí *

(důležitost krajinných prvků jako jsou hory, kaňony, soutěsky, divoká zvěř, rostliny, moře a řeky)

Označte jen jednu elipsu.

1 2 3 4

Není pro mě důležité Hodně důležité

25. Fyzická aktivita *

(fyzické prožívání krajiny, aktivity vyžadující od účastníků určité fyzické dovednosti, aby mohly být provedeny)

Označte jen jednu elipsu.

1 2 3 4 5

Není pro mě důležité Hodně důležité

26. Objevování *

(možnost prozkoumání něčeho nového, doposud neprobádaného)

Označte jen jednu elipsu.

	1	2	3	4	5	
Není pro mě důležité	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Hodně důležité

27. Kulturní zážitek *

(zájem o kulturní obohacení, interakce s kulturou)

Označte jen jednu elipsu.

	1	2	3	4	5	
Není pro mě důležité	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Hodně důležité

28. Riziko a nebezpečí *

(účast na činnosti, které jsou rizikové jak po stránce fyzickému, tak i sociálnímu, emocionálnímu a nebo intelektuálnímu)

Označte jen jednu elipsu.

	1	2	3	4	5	
Není pro mě důležité	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Hodně důležité

29. Socializace a kamarádství *

(socializace - setkání s novými lidmi, se kterými sdílíte společnou vášeň a zkušenosti, kamarádství - navázání pouta, posílení skupinové harmonie mezi účastníky, pocit sounáležitosti)

Označte jen jednu elipsu.

	1	2	3	4	5	
Není pro mě důležité	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Hodně důležité

30. Zažít něco nového, originálního *

(nové doposud neprožité situace)

Označte jen jednu elipsu.

1 2 3 4 5

Není pro mě důležité Hodně důležité

31. Zábava a prožitek *

(může se jednat buď to o komfortní pohodlnou zábavu, nebo o zábavu, která vyplývá z velké míry zapojení do činnosti a z kontroly)

Označte jen jednu elipsu.

1 2 3 4 5

Není pro mě důležité Hodně důležité

32. Vzrušení a nadšení *

(člověk prožívá nějakou riskantní situaci, která pro něj ale není nějak nebezpečná a on je schopen ji ovládat)

Označte jen jednu elipsu.

1 2 3 4 5

Není pro mě důležité Hodně důležité

33. Výzva *

(příležitost otestovat a překonat své fyzické a duševní limity)

Označte jen jednu elipsu.

1 2 3 4 5

Není pro mě důležité Hodně důležité

34. Strach *

(konfrontace se strachem-nemusí být spojeno přímo s konkrétní činností, ale také s mentálním procesem představivosti nebo s přirozenou reakcí na ohrožení)

Označte jen jednu elipsu.

	1	2	3	4	5	
Není pro mě důležité	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Hodně důležité

35. Nejistota *

(pocit nejistoty co se bude dít, jak to všechno dopadne)

Označte jen jednu elipsu.

	1	2	3	4	5	
Není pro mě důležité	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Hodně důležité

36. Využití dovedností/schopností *

(možnost využití svých už nabytých schopností/dovedností)

Označte jen jednu elipsu.

	1	2	3	4	5	
Není pro mě důležité	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Hodně důležité

37. Hra *

(hra je svobodná a přesně tohle se snaží lidé hledat v dobrodružném cestovním ruchu)

Označte jen jednu elipsu.

	1	2	3	4	5	
Není pro mě důležité	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Hodně důležité

38. Úspěch *

(výsledek ze snahy o překonání nepřízně osudu v drsných podmínkách a dosažení vlastních nastavených cílů jako je dokončení trasy nebo dosažení vrcholu)

Označte jen jednu elipsu.

	1	2	3	4	5	
Není pro mě důležité	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Hodně důležité

39. Únik *

(úniku z městského života, stresu souvisejícího s prací, ...)

Označte jen jednu elipsu.

	1	2	3	4	5	
Není pro mě důležité	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Hodně důležité

40. Účast a způsob zapojení *

(mohu převzít kontrolu nad zážitkem, aktivitou)

Označte jen jednu elipsu.

	1	2	3	4	5	
Není pro mě důležité	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Hodně důležité

41. Učení a porozumění *

(možnost získání nových zkušeností, naučení se něčeho nového)

Označte jen jednu elipsu.

	1	2	3	4	5	
Není pro mě důležité	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Hodně důležité

42. Konfliktní/intenzivní emoce *

(silné, často protichůdné emoce)

Označte jen jednu elipsu.

	1	2	3	4	5	
Není pro mě důležité	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Hodně důležité

43. Well-being *

(pohoda, radost, štěstí, kompetence)

Označte jen jednu elipsu.

	1	2	3	4	5	
Není pro mě důležité	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Hodně důležité

44. Euforie *

(výsledek snahy dosáhnout nějakého vrcholu, překonat se, ...)

Označte jen jednu elipsu.

	1	2	3	4	5	
Není pro mě důležité	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Hodně důležité

45. Flow *

(člověk je zcela ponořený a mentálně pohlcený zážitkem)

Označte jen jednu elipsu.

	1	2	3	4	5	
Není pro mě důležité	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Hodně důležité

46. Vyberte jednu z vámi nejvíce hodnocených možností z minulé otázky a napište, proč je tahle možnost pro vás nejvíce důležitá *
