

Česká zemědělská univerzita v Praze

Provozně ekonomická fakulta

Katedra obchodu a financí



Diplomová práce

**Zhodnocení adrenalinového cestovního ruchu jako nové
formy současného turismu v České republice**

Bc. Alyona Borovik

© 2018 ČZU v Praze

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Bc. Alyona Borovik

Podnikání a administrativa

Název práce

Zhodnocení adrenalinového cestovního ruchu jako nové formy současného turismu v České republice

Název anglicky

Assessment of Adrenaline Tourism as New Form of Current Tourism in the Czech Republic

Cíle práce

Cílem diplomové práce je na základě zhodnocení současného stavu nabídky produktů adrenalinového turismu na trhu cestovního ruchu v České republice a provedení dotazníkového šetření mezi účastníky cestovního ruchu navrhnout adrenalinové zájezdy do zvolené destinace pro konkrétní skupinu potenciálních klientů. Na základě zjištění budou následně zpracována také doporučení pro cestovní kanceláře a další subjekty, které v dané oblasti realizují své podnikatelské aktivity.

Metodika

Teoretická část bude vycházet ze studia dostupné literatury, především odborných knih a dalších relevantních informačních zdrojů. Teoretická východiska budou zpracována na základě metody zkoumání dokumentů a prostřednictvím komparace a syntézy informací ze sekundárních zdrojů.

Následně bude zpracována vlastní část práce, ve které bude nejprve analyzován současný stav nabídky adrenalinových zájezdů na trhu cestovního ruchu v České republice. Dále bude realizováno dotazníkové šetření mezi účastníky cestovního ruchu. Následně budou navrženy adrenalinové zájezdy do zvolené destinace za použití metody kalkulace. Na základě získaných výsledků budou následně zpracována také doporučení pro cestovní kanceláře a další subjekty, které v dané oblasti realizují své podnikatelské aktivity.

Doporučený rozsah práce

60 – 80 stran

Klíčová slova

cestovní ruch, trend, zážitkový turismus, adrenalinový turismus, zájezd, destinace

Doporučené zdroje informací

BERÁNEK, Jaroslav. Ekonomika cestovního ruchu. Praha: Mag Consulting, 2013. ISBN 978-80-86724-46-1

BUHALIS, Dimitrios a Carlos COSTA. Tourism management dynamics: trends, management, and tools.

Boston: Elsevier Butterworth-Heinemann, 2006. ISBN 0750663782.

KOTÍKOVÁ, Halina. Nové trendy v nabídce cestovního ruchu. Praha: Grada, 2013. ISBN 978-80-247-4603-6.

PAGE, Stephen J. Tourism management. 5th Edition. New York: Routledge, 2015. ISBN 9781138784574.

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

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

Předběžný termín obhajoby

2017/18 LS – PEF

Vedoucí práce

Ing. Miroslava Navrátilová

Garantující pracoviště

Katedra obchodu a financí

Elektronicky schváleno dne 13. 9. 2017

Ing. Helena Čermáková, Ph.D.

Vedoucí katedry

Elektronicky schváleno dne 1. 11. 2017

Ing. Martin Pelikán, Ph.D.

Děkan

V Praze dne 26. 03. 2018

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že svou diplomovou práci "Zhodnocení adrenalinového cestovního ruchu jako nové formy současného turismu v České republice" jsem vypracovala samostatně pod vedením vedoucího diplomové práce a s použitím odborné literatury a dalších informačních zdrojů, které jsou citovány v práci a uvedeny v seznamu použitých zdrojů na konci práce. Jako autorka uvedené diplomové práce dále prohlašuji, že jsem v souvislosti s jejím vytvořením neporušil autorská práva třetích osob.

V Praze dne 28.03.2018

Poděkování

Ráda bych touto cestou poděkovala Ing. Miroslavě Navrátilové za pomoc, konzultace a cenným připomínkám, které mi pomohly při napsání diplomové práce. A rada bychom poděkovala účastníkům, kteří vyplnili dotazník a tím poskytli informace pro zpracování praktické části diplomové práce.

Zhodnocení adrenalinového cestovního ruchu jako nové formy současného turismu v České republice

Souhrn

Tato diplomová práce se zabývá novou formou současného turismu – adrenalinovým cestovním ruchem. Cílem této práce je zhodnotit jeho využitelnost, nabídku a zjistit, zda je populární na území České republiky. V teoretické části jsou definovány pojmy, které souvisí s cestovním ruchem, dále jsou vymezeny nejdůležitější informace o cestovním ruchu, zájezdech, činnostech cestovních kanceláří a agentur, rovněž jsou uvedeny pozitivní a negativní dopady cestovního ruchu na ekonomiku určitého území. V poslední kapitole jsou rozebrány důležité informace o zážitkovém cestovním ruchu a adrenalinovém turismu jako jedné z hlavních forem zážitku. Teoretická část je realizována na základě komparace a syntézy sekundárních zdrojů a metody zkoumání dokumentů. V hlavní části práce je probrána nabídka a analýza produktů vybraných cestovních kanceláří na českém cestovním trhu a je provedeno dotazníkové šetření. Práce je ukončena návrhem vlastních adrenalinových zájezdů pro Středočeský kraj s použitím metody kalkulace nákladů, včetně vyhodnocení prodejní ceny a také doporučením pro cestovní kanceláře a další subjekty, které v dané oblasti realizují své podnikatelské aktivity.

Klíčová slova: cestovní ruch, trend, zážitkový turismus, adrenalinový turismus, zájezd, destinace

Assessment of Adrenaline Tourism as New Form of Current Tourism in the Czech Republic

Summary

This thesis deals with a new form of contemporary tourism – adrenaline tourism. The aim of this work is to evaluate its usability, offer and determine whether it is popular on the territory of the Czech Republic. In the theoretical part, are defined the concepts related with tourism, defined the basic most important information about tourism, tour, activities of the travel office and the agency, referred to the positive and negative impacts of tourism on the economy of a certain territory. In the last chapter are out of print important information about the adventure tourism and adrenaline tourism, as one of the main forms of adventure. The theoretical part is carried out on the basis of the comparison, and synthesis of secondary sources and methods of documents examination. In the main part of the thesis deals with the offer and analysis of the products selected travel office on the Czech travel market, carried out the questionnaire survey. The work is completed the proposal of the own adrenaline of the trips for the Central Bohemian Region using the method of cost calculation, including evaluation of the sale price. And also a recommendation for travel agencies and other entities that carry out their business activities in the adrenaline tourism.

Keywords: tourism, trend, adventure tourism, adrenaline tourism, tour, destination

Obsah

1 Úvod.....	11
2 Cíl práce a metodika	12
2.1 Cíl práce	12
2.2 Metodika	13
3 Teoretická východiska	15
3.1 Cestovní ruch	15
3.1.1 Vymezení cestovního ruchu.....	15
3.1.2 Služby cestovního ruchu	20
3.1.3 Subjekty v cestovním ruchu - cestovní kancelář a cestovní agentura.....	24
3.1.4 Zájezd.....	27
3.1.5 Pozitivní a negativní dopady cestovního ruchu	30
3.2 Trendy cestovního ruchu.....	32
3.3 Zážitekový turismus.....	35
3.3.1 Adrenalinový turismus.....	37
4 Vlastní práce	40
4.1 Nabídka adrenalinových produktů na trhu českého cestovního ruchu.....	40
4.2 Dotazníkové šetření.....	50
4.2.1 Shrnutí výsledků dotazníku	68
4.3 Vlastní návrhy produktů.....	69
4.3.1 Adrenalinový zájezd I. – Ve vodě	69
4.3.2 Adrenalinový zájezd II. – Ve vzduchu	72
4.3.3 Adrenalinový zájezd III. – Na zemi.....	75
5 Zhodnocení výsledků a doporučení	80
6 Závěr.....	82
7 Seznam použitých zdrojů	83
7.1 Tištěné zdroje	83
7.2 Elektronické zdroje	85
8 Přílohy	89

Seznam grafů

Graf 1. Podíl cestovního ruchu na hrubém domácím produktu (v %)	20
Graf 2. Organizační struktura cestovního kanceláře	26
Graf 3. Organizační struktura cestovní agentury	27
Graf 4. Graf ziskovosti	29
Graf 5. Členění gastronomického cestovního ruchu	34
Graf 6. Jak často cestujete?	51
Graf 7. Nejvíce preferovaný druh cestování	52
Graf 8. Zdroje získání informace o adrenalinovém turismu	53
Graf 9. Zkoušeli jste někdy adrenalinový turismus vy osobně?	54
Graf 10. Vyzkoušené aktivity respondenty	55
Graf 11. Jaké další aktivity chtěli byste zkusit v budoucnu?	56
Graf 12. Jakou aktivitu chtěli byste zkusit jako první	57
Graf 13. Důvody zájmu o adrenalinovém turismu	58
Graf 14. Preferovaná forma organizace adrenalinového turismu	59
Graf 15. Spokojenost s nabídkou a množstvím adrenalinových aktivit poskytovaných českými cestovními kanceláři	59
Graf 16. Různorodost nabídky adrenalinových aktivit na území ČR	60
Graf 17. Spokojenost s bezpečností adrenalinových aktivit nabízených na území ČR	61
Graf 18. Populárnost adrenalinový turismus v ČR	62
Graf 19. Destinace pro adrenalinový turismus	63
Graf 20. Roční období pro zažití adrenalinových aktivit v ČR	64
Graf 21. Kolik jste ochotni vynaložit na jednodenní adrenalinový pobyt?	64
Graf 22. Pohlaví respondentů	65
Graf 23. Věk respondentů	66
Graf 24. Nejvyšší dosažené vzdělání respondentů	66
Graf 25. Ekonomická aktivita respondentů	67
Graf 26. Průměrný měsíční příjem respondentů	68

Seznam tabulek

Tabulka 1. Spotřeba služeb v cestovním ruchu v ČR v roce 2015 (v mil. Kč)	21
Tabulka 2. Katalog zájezdů CK Klíč	40
Tabulka 3. Katalog kurzů CK Klíč	42
Tabulka 4. Katalog výletu CK Klíč	43
Tabulka 5. Katalog zájezdů CK Kudrna	44
Tabulka 6. Katalog zájezdů a kurzů CK Adventura	46
Tabulka 7. Katalog adrenalinových sportovních víkendů CK Hroch (Adventure Company.cz)	49
Tabulka 8. Kalkulace ceny zájezdu za vodním adrenalinem	71
Tabulka 9. Doplnkové poplatky (zájezd 1)	72
Tabulka 10. Kalkulace ceny zájezdu Crazy víkend	74
Tabulka 11. Doplnkové poplatky (zájezd 2)	75
Tabulka 12. Kalkulace ceny zájezdu Action days	78
Tabulka 13. Doplnkové poplatky (zájezd 3)	79

Seznam zkratek

CR – Cestovní ruch

CK – Cestovní kancelář

CA – Cestovní agentura

ČR – Česká republika

UNWTO - World Tourism Organization

1. Úvod

Z globálního pohledu je cestovní ruch jedním z hlavních faktorů růstu světové ekonomiky. Pro mnoho zemí je cestovní ruch jedním z nejziskovějších odvětví. Zaujímá vedoucí postavení v národních programech rozvoje hospodářství mnoha států a slouží jako součást komplexního plánu pro jejich sociálně-ekonomický rozvoj spolu s takovými hospodářskými odvětvími jako je zemědělství, průmysl, zdravotnictví, vzdělávání a další. Zvláště důležitá je role cestovního ruchu při tvorbě nových pracovních míst. Odvětví cestovního ruchu lze bezesporu nazvat jedním z dynamických odvětví světové ekonomiky. Od roku 1950 počet turistů, kteří cestují po světě, neustále roste. Změny, kterými v dnešní době oblast cestovního ruchu prochází, jsou reakcí na rostoucí zájem o toto odvětví a přizpůsobením se proměnlivým potřebám zákazníků.

Většina světových destinací zaznamenává oživení a přicházejí nové typy turismu, které jsou zajímavější pro současné zákazníky. Nové zážitky vyžaduje především mladá generace, která již o obyčejný oddech u moře nebo lyžování na horách nestojí. Vyžadují získávání nových zkušeností a poznatků, na což také cestovní kanceláře cílí. Ačkoliv se v posledních letech objevily nové druhy cestovního ruchu, zážitkový turismus zůstává stále jedním z jeho nejpopulárnějších typů.

Zážitkový turismus je jedním z nových forem cestovního ruchu a je odlišný tím, že účastníci vyhledávají nové zkušenosti odlišné od běžného života. Neexistuje jeho přesná definice, protože není stanoven jasný směr pro vývoj zážitkového cestovního ruchu. Zákazníci mohou mít zájem jak o rafting na horských řekách, lyžování na horách, potápění mezi krásami mořského světa či o seskoky padákem. To vše může spadat do oblasti zážitkového turismu a jeho podtypu, adrenalinového turismu. V České republice neexistují cestovní kanceláře, které by byly specializované jen na tento druh turismu, existují zde ale na něj zaměřené agentury.

2. Cíl práce a metodika

1.1 Cíl práce

Cílem diplomové práce je na základě zhodnocení současného stavu nabídky produktů adrenalinového turismu na trhu cestovního ruchu v České republice a provedení dotazníkového šetření mezi účastníky cestovního ruchu navrhnout adrenalinové zájezdy do zvolené destinace pro konkrétní skupinu potenciálních klientů. Na základě zjištění budou následně zpracována také doporučení pro cestovní kanceláře a další subjekty, které v dané oblasti realizují své podnikatelské aktivity.

Pro splnění výše uvedených cílů práce je nutné splnit následující dílčí úkoly, kterými jsou:

- Definovat nejdůležitější teoretické pojmy cestovního ruchu.
- Charakterizovat adrenalinový turismus.
- Zhodnotit nabídku adrenalinových produktů na trhu českého cestovního ruchu.
- Provést dotazníkové šetření.
- Navrhnout vlastní adrenalinové zájezdy a provést kalkulace ceny.
- Navrhnout doporučení pro podnikatelské subjekty (CK, CA, firmy nabízející adrenalinové aktivity)

Zvolenou cílovou destinací je Středočeský kraj.

Za cíl práce byl zvolen adrenalinový turismus především z důvodu, že tento druh turismu stává oblíbenější mezi mladými lidmi, které dávají přednost adrenalinu, novým zážitkům a pocitu svobody.

Výstup práce bude představovat navržení adrenalinových zájezdů, které by bylo možno zrealizovat v praxi. Součástí toho bude i kalkulace nákladů a stanovení prodejní ceny. Zájezdy budou navrženy pro tuzemské a zahraniční turisty ve věku 18-35 let.

Výstupy práce mohou sloužit jako inspirace pro individuální cestovatele a zprostředkovatelé služeb cestovního ruchu.

1.2 Metodika

Teoretická část diplomové práce bude vycházet ze studia dostupné literatury, a to především odborných knih a dalších relevantních informačních zdrojů týkajících se tématu cestovního ruchu. Dále jsou využity oficiální materiály Ministerstva pro místní rozvoj, související s danou problematikou. V teoretické části na základě komparace a syntézy informace ze sekundárních zdrojů i metody zkoumání dokumentů budou vysvětleny nejdůležitější pojmy týkající se cestovního ruchu a konkrétního tématu adrenalinový turismus, jmenovitě se jedná o: cestovní ruch, návštěvník, turista, výletník, destinace, zájezd, cestovní kancelář a cestovní agentura, zážitkový cestovní ruch, adrenalinový turismus. Dále budou probrány hlavní informace týkající se cestovního ruchu, činnosti cestovní kanceláře a cestovní agentury, budou vymezeny nejdůležitější informace o zájezdu a metodě stanovení ceny. V další části budou rozebrány základní a důležitá informace o zážitkovém a adrenalinovém turismu.

Praktická část diplomové práce je rozdělena na tři kapitoly, ve kterých budou zpracované výše uvedené cíle. První kapitola se zabývá analýzou adrenalinových produktů nabízených cestovními kancelářemi na českém cestovním trhu. Ze studia internetových zdrojů je třeba vybrat cestovní kanceláře, které nabízí dané produkty. V této kapitole lze použít popisnou analýzu a komparaci produktů.

V druhé části vlastní práce bude provedeno dotazníkové šetření formou on-line formuláře. Dotazníkové šetření bude orientované na cílovou skupinu českých a zahraničních turistů ve věku 18-35 let. Většina otázek bude uzavřeného typu s možností zvolit pouze jednu správnou odpověď, byly tam i otázky s více správnými odpovědi. Pouze jedna otázka byla otevřeného typu, a to z důvodu volného vyjadřování podnětu o nezáměr vyzkoušet adrenalinový turismus. Na základě výsledků bude zanalyzováno a zjištěno, zda je adrenalinový turismus populární v České republice, dále bude zjištěno, jaké typy adrenalinového sportu jsou nejvíce populární a vyzkoušené mladými lidmi, a důvody jejich motivací.

Práce bude ukončena návrhem vlastních adrenalinových zájezdů pro Středočeský kraj. V této kapitole bude k detailnímu popisu zájezdových programů použita metoda kalkulace nákladů spojená s realizací zájezdu a zároveň vyhodnocená prodejní cena. Náklady a finální cena bude vypočítaná jak pro skupinu účastníků, tak i pro jednu osobu. Na základě

získaných výsledků budou následně zpracována také doporučení pro cestovní kanceláře a další subjekty, které v dané oblasti realizují své podnikatelské aktivity.

Zkoumání dokumentů

Zkoumání dokumentů je metoda pro sběr dat, která je založena na vyhledávání dokumentů pro získání potřebné informace. Tato metoda může být kombinována s jinou metodou pro získání dat, například s metodou pozorování. Relevantnost zdrojů se zkoumá z různých hledisek, a to podle toho, kdo je autorem dokumentu, podle obsah dokumentu, zda je informace a dokument věrohodný (Hendl, 2005).

Syntéza

Syntéza je metoda, podle které se spojuje více části do jednoho celku. Důraz je kladen na vzájemnou souvislost mezi jednotlivými částmi textu (dokumentu). Syntéza a analýza jsou opačnými způsoby zároveň ale vzájemně se doplňují.

Na základě syntézy byly vytvořené doporučení pro cestovní kanceláře, agentury a firmy nabízející adrenalinové aktivity (Široký, 2010).

Dotazníkové šetření

Dotazníkové šetření je jednou z neznámějších a nejvyužívanějších metod dotazníkového průzkumu. Dotazník je formulář nutný pro zjištění a zaznamenávání informací. Dotazníkové šetření vychází z cíle výzkumu. Dotazník může být jak kvantitativního typu s uzavřenými odpovědi, tak i kvalitativního typu s otevřenými odpovědi (Stehlík, 2002).

Dotazníkové šetření bylo využito v druhé části vlastní práce. Dotazování proběhalo v roce 2018 formou on-line formuláře. Průzkum trval 21 dní a byl orientován na mladé lidi ve věku 18-35 let zabývající se adrenalinovým turismem. Bylo osloveno 273 respondentů, z nichž 226 posloužilo k analýze pro naplnění cílů průzkumu.

3. Teoretická východiska

Teoretická část se skládá z několika oddílů, které se budou týkat cestovního ruchu a jeho trendů, zážitkového turismu s uvedením jednoho z jeho podtypů, tedy adrenalinového turismu. Na něj bude poté zaměřena diplomová práce i zájezdů včetně teorií jejich tvorby a kalkulace. Účelem je vymezit důležité informace, které by pak posloužily jako základ pro praktickou část.

1.3 Cestovní ruch

Trh cestovního ruchu je závislý na potřebách klientů. Produkty mají nehmotný charakter. Na trhu cestovního ruchu vzájemně působí subjekty CR (účastníci cestovního ruchu) a objekty cestovního ruchu (místo pro uspokojování potřeb). Pro uspokojení potřeb účastníků je nutný těsný vztah mezi nabídkou a poptávkou. Cestovní ruch obecně je závislý na klimatických, politických, ekonomických a historických podmínkách. Hlavním předpokladem pro rozvoj cestovního ruchu je svoboda člověka cestovat (Rygllová, 2007).

1.3.1 Vymezení cestovního ruchu

Cestovní ruch nelze definovat jednoznačně. Přestože existuje mnoho definic, žádná z nich není přesná a dostatečná. Nejpoužívanější je definice Světové organizace cestovního ruchu (UNWTO) z roku 1995 „*Cestovní ruch je činnost osoby cestující na přechodnou dobu do místa mimo její běžné životní prostředí a to na dobu kratší než jeden rok, přičemž hlavní účel její cesty je jiný než vykonávání výdělečné činnosti v navštíveném místě*“ (Sysel a Zurynek, 2009). Cestovní ruch nelze chápat jako samostatný pojem, je s ním spjata i řada dalších pojmů. Jedním z hlavních souvisejících pojmů je průmysl cestovního ruchu, tedy kombinace služeb cestovního ruchu a činností cestovní kanceláře, často označována také jako „bílý průmysl“. Je prostředkem přinášejícím zvyšování životní úrovně a poskytuje ekonomické i sociální výhody subjektům využívajícím jej ve svůj prospěch. Posuzujeme-li pojem cestovní ruch z širšího hlediska, jedná se v podstatě o synonymum cestování. Může v sobě zahrnovat i cestování do práce, což ale nepatří do cestovního ruchu. Pokud se jedná jen o vymezenou část cestovního ruchu, jde o turistiku (Jakubíková, 2009).

Světová organizace cestovního ruchu rozlišuje pojem subjekt a objekt cestovního ruchu. Osoba, která cestuje mimo místo trvalého bydliště s jiným cílem než výdělečná činnost, je

označovaná jako návštěvník. Návštěvník, který se zdrží alespoň jednu noc, ale ne déle než jeden rok, se nazývá turista. Výletník je pak jednodenní návštěvník, který se zdrží na daném místě jeden den bez přenocování. Turistická cesta zaleží na destinaci. Destinace je cílem nebo turistickou oblastí, o kterou má turista zájem. Jedná se o geografický prostor, tedy stát, místo nebo region, který osoba vybírá pro svůj cíl cesty. Destinace se označuje jako regionální, mezinárodně-strategická jednotka, která plní funkci marketingovou, nabídkovou, plánovací a funkci zastoupení různých zájmových skupin (Palatková, 2011). Každá destinace se vyznačuje svými specifickými rysy. Dle těchto kritérií můžeme hovořit např. o rozdělení destinací podle složek, společensko-kulturních prvků, destinace jsou neodmyslitelné, destinace sloužící i pro obyvatele.

Cestovní ruch je ztělesněn přemísťováním osob ve velmi krátkých časových intervalech. Největší podíl zaujímají víkendové pobyty, dále pak zájezdy v intervalu 6-7 dní, nejmenší podíl mají zájezdy v rozsahu od 8 do 12 dní. Před zahájením cestování je důležité vymezit místo bydliště, protože cestování je představeno odjezdem z místa bydliště do jiného místa na určitou dobu. Z ekonomického hlediska je cílem cestovního ruchu prodej služeb a zboží, které byly vytvořené za účelem zisku firmy. Aby účastník zažil cestování, musí být splněné dva předpoklady: dostatek volného času věnovaného pro naplnění dané činnosti a dostatečné množství finančních prostředků (Beránek a kol., 2013).

Pro systematizaci cestovního ruchu je nutno uvést řadu dalších definujících charakteristik a to formy, typy, druhy, atd.

Druhy cestovního ruchu se dělí na základě různých faktorů.

Podle vztahu k platební bilanci (aktivní/pasivní):

- Domácí CR – osoby, které mají místo trvalého bydliště a cestují bez překročení hranice.
- Zahraniční cestovní ruch – osoby s trvalým bydlištěm v jedné zemi cestující do jiné země (překračují hranice).
- Tranzitní cestovní ruch – jde o přejezd z jedné země do jiné země bez přenocování.

Podle místa realizace služeb CR:

- Vnitřní cestovní ruch – cestování obyvatel na území vlastního státu.

- Národní cestovní ruch – jde jak o domácí, tak i o výjezdový cestovní ruch.
- Tranzitní cestovní ruch – cestovní ruch s překročením hranic státu. Mezinárodní cestovní ruch má dvojí význam. Tvoří ho výjezdový cestovní ruch (výjezd domácích cestujících do jiného státu) a příjezdový (příjezd cizinců do daného státu).
- Aktivní
- Pasívní

Podle délky pobytu:

- Krátkodobý – do tří přenocování.
- Dlouhodobý – více než tři přenocování (Ryglová, 2007).

Podle způsobu zabezpečení cesty:

- Organizovaný – cesta organizovaná cestovní kanceláří nebo jiným zprostředkovatelem.
- Neorganizovaný – cestu plánuje a organizuje cestovatel sám.

Podle počtu účastníků:

- Individuální – turista cestuje sám.
- Kolektivní – turista cestuje s více lidmi.

Podle ročního období – sezónní a mimo sezónní (Ryglová, Burian a Vajčnerová, 2011).

Cestovní ruch je představen rozsáhlým trhem, který uspokojuje potřeby a je dobře rozvíjejícím se segmentem ekonomiky. Lidé cestují na základě dvou typů důvodů a to z povinnosti – potřebují to pro práci, nebo kvůli rozvíjení svých poznatků či pro zábavu.

Formy cestovního ruchu se dělí na základní (uspokojující základní potřeby turistů) a specifické (uspokojující specifické potřeby). Mezi základní formy patří:

1. Rekreační cestovní ruch – jedná se o regeneraci a reprodukci duševních a fyzických sil člověka. Nejčastějším rekreačním prostředím jsou lesy, vody, hory.
2. Kulturně poznávací – cílem je poznat kulturu, zvyky, tradice.

3. Sportovně-turistický – cílený na aktivní odpočinek, aktivní nebo pasivní účast na sportovních akcích.
4. Léčebný a lázeňský cestovní ruch – obnova duševních sil člověka, léčba, relaxace.
5. Náboženský cestovní ruch.
6. Zdravotní a léčebný (Jakubíková, 2012).

Specifické formy CR uspokojují nejrůznější cestovatelské potřeby. Mezi specifické formy patří agroturistika, kongresový a incentivní turismus, mládežnický CR, cestovní ruch pro seniory a rodiny, venkovský, pro lidi zdravotně postižené, atd.

Cestování se stalo neoddělitelnou součástí lidského života ve vyspělých státech. Preference zákazníků se mění, a proto se nabídka trhu cestovního ruchu musí přizpůsobovat poptávce. Poptávka spotřebitele po produktech cestovního ruchu je tvořena hlavně disponibilním důchodem obyvatel, politickou situací v zemi a kvalitou a cenami služeb, marketingem a reklamou. Nabídku tvoří kvalita přírodních prostorů, cena nabídky od dodavatelů, rozvinutost infrastruktury, relativně malá nabídková pružnost (Hollowaye, 2004).

Základními podmínkami pro vznik a další rozvoj cestovního ruchu je rozvoj výrobních sil (zajišťuje růst, směr a rychlost CR), mírové podmínky života (ve válečných oblastech neexistují normální podmínky pro život a ani cestovní ruch se nemůže rozvíjet) a mezinárodní klima. Rozvoj taktéž ovlivňuje celá řada dalších faktorů: přírodní, ekologické, administrativní (to se týká především zahraničního cestovního ruchu (pasové, vízové služby)), odborně-profesní neboli pracovní, demografické, materiálně-technické (jde o dopravu, ubytovací, stravovací a sportovně-rekreační zařízení, směnárny, zdravotnické služby, apod.)). Znalosti těchto podmínek a jejich působení si zaslouží pozornost vrcholového vedení pracovníků působících v oblasti cestovního ruchu (Petrů, 2007).

Metody segmentace trhu cestovního ruchu jsou čtyři: demografická, psychologická, geografická a behavioristická. Demografická segmentace zahrnuje věk, příjem, profesi, vzdělání. Psychologická metoda se skládá z hodnot, postojů, životního stylu, zájmů a aktivit. Do geografické segmentace patří klima, země a město. Behavioristická metoda zahrnuje zvyky, preference, důvod a očekávaný prospěch. Nejpoužívanější metodou je behavioristická podle důvodu cesty (Sysel a Zurynek, 2009).

Domácí cestovní ruch vypovídá o životní úrovni obyvatel a je nedílnou součástí cestovního ruchu. Česká republika je malá středoevropská země s velkým podílem turistických aktivit. Jedná se o velice zajímavou a okouzující destinaci, kde hlavní město Praha zůstává nejnavštěvovanějším místem. Jednotlivé regiony jsou bohaté na přírodní a kulturně-historické památky. Dominujícími jsou poznávací zájezdy a to většinou v letních obdobích. Česká republika disponuje turistickým potenciálem, který by měl být doplněn službami na vysoké úrovni. Turistické destinace se dělí do 3 skupin. První jsou velká města a hlavní město Praha, k druhé skupině patří horské oblasti jako např. Šumava, Krkonoše a třetí skupina se skládá z lázeňských měst (Poděbrady, Karlovy Vary apod.) (Domeová a kol., 2012).

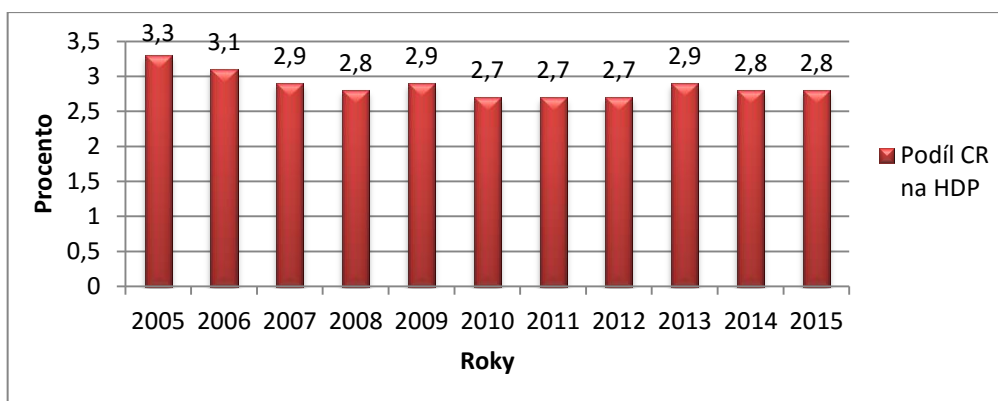
Cestovní ruch má velký vliv na národní a zahraniční úrovni. Dopady cestovního ruchu na národní ekonomiku jsou charakterizovány souhrnem přímých, nepřímých a indukovaných vlivů. Pro hodnocení vlivu CR na národní hospodářství se používá ukazatel platební bilance a satelitní účet turismu.

Platební bilance zahrnuje položky služeb, zboží, důchodů, transferů, dlouhodobého a krátkodobého kapitálu a devizových rezerv. Turismus je zaznamenán v položce běžný účet, ve které jsou zahrnuté příjmy a výdaje všech návštěvníků dohromady. Platební bilance turismu se značí jako výkaz mezi národní a zahraniční ekonomikou, ve kterém jsou zachyceny následující operace: dovoz a vývoz spotřebního a investičního zboží v oblasti turismu, dopravní služby, pojišťovací služby, výnosy z investic, kapitálů a práce, kapitálový účet a jednostranné převody.

Satelitní účet je komplexním statistickým nástrojem, který měří jak velký je vliv cestovního ruchu na národní ekonomiku. Jeho výsledkem je poskytnutí analýzy o přínosech cestovního ruchu na další odvětví ekonomiky (Palatková a Zichová, 2014).

Dopady cestovního ruchu na národní ekonomiku jsou vidět i na vzniku hrubého domácího produktu. Dalšími dopady jsou devizové příjmy (příjmy z příjezdového cestovního ruchu).

Graf 1. Podíl cestovního ruchu na hrubém domácím produktu (v %)



Zdroj: Vlastní zpracování dle ČSÚ, 2006 – 2016

Z grafu je vidět, že podíl cestovního ruchu na hrubém domácím produktu za posledních 11 let zůstává poměrně stejný a nedochází k extrémním výkyvům.

Ve vyspělých zemích se s růstem životní úrovně stává cestovní ruch masovým ekonomickým a sociálním fenoménem. Jedná se o dlouhodobý či krátkodobý pohyb osob do požadovaných míst, zemí, oblastí, teritorií. Mezinárodní cestovní ruch patří mezi činnosti s největším výnosem. V mezinárodním obchodě se služby cestovního ruchu podílejí na exportu jednou pětinou. Hodnocení jednotlivých zemí se provádí na základě počtu zahraničních turistů a jejich podílu na celkové hodnotě exportu (Hrala, 2013).

1.3.2 Služby cestovního ruchu

Službami cestovního ruchu podle Ryglové, Buriana a Vajčnerové (2011) se rozumí „ekonomická činnost, jejímž výsledkem jsou nemateriální hodnoty, které se projevují jako užitečné efekty pro spotřebitele služeb“. Služby cestovního ruchu jsou velice rozmanité, proto mohou být rozděleny podle několika kritérií. Podle spotřeby zákazníků se dělí na základní služby, jež jsou spojené s dopravou do turistického místa, ubytováním a stravováním, a doplňkové, které umožňují využití aktivit. Podle charakteru spotřeby se dělí na osobní a věcné (užitek bude dosazen hmotnými statky). Další členění je založeno na způsobu úhrady: placené, neplacené. Podle místa jsou dále služby poskytované během přepravy, v rekreačním prostoru nebo hrazené v místě turistického pobytu (Jakubíková, 2012).

Služby mohou být rozděleny na čtyři kategorie: hmatatelné zboží, hmatatelné zboží s doprovodnými službami, hlavní služba s vedlejšími službami, samostatná služba. Mezi služby cestovního ruchu patří: ubytovací, stravovací a dopravní.

Tabulka 1. Spotřeba služeb v cestovním ruchu v ČR v roce 2015 (v mil. Kč)

	Příjezdový cestovní ruch	Výjezdový cestovní ruch	Vnitřní cestovní ruch	Domácí cestovní ruch
Služby CK/CA	807	2 281	6 705	5 898
Ubytování	27 139	15 416	45 358	18 219
Stravování	29 643	15 368	49 971	20 328
Doprava	32 999	12 201	48 966	15 967
Zboží	52 502	9 214	84 898	27 333
Ostatní	5 134	9 373	14 136	14 066

Zdroj: Vlastní zpracování dle ČSÚ, 2016

K ubytovacím a stravovacím službám se řadí všechny subjekty, které mohou poskytnout služby svým hostům, přičemž se vždy nemusí jednat o turisty (např. místní obyvatele). Za tyto služby se považuje hlavně poskytování noclehu a stravování. (Swarbooke, Horner, 2003)

Ubytovací služby jsou důležitým předpokladem pro rozvoj pobytového turismu. Hlavním cílem je zajistit přenocování účastníků cestovního ruchu. Tyto služby patří mezi služby s největšími příjmy. Příčinou toho je, že putování není cílem cesty, ale její nutnou podmínkou. Jejich význačným rysem je dočasný a přechodný charakter. Ubytovací zařízení lze dělit dle různých kategorií na zařízení pevná (hotely, motely, hostely, penziony), částečně pevná jako montované chaty, pohyblivá (lodě, přívěsy, lehátkové vozy, rotely...), celoroční, jednosezónní nebo dvousezónní (Orieška, 2010). Dále je možno ubytování rozdělit na malé (5 až 100 pokojů), střední (101 až 250 pokojů), velké (251 a více pokojů). Následující možností je rozdělit zařízení na hromadná, tedy určené pro turisty (hotel s minimem 10 pokojů a s poskytováním stravovacích služeb během dne, hotel garní s minimem 10 pokojů a s omezenými stravovacími službami, motel s minimem 10 pokojů, většinou pro motoristy s dostatečnou velikostí parkoviště, penzion s minimem 5 pokojů a s hotelovými službami), ostatní ubytovací zařízení a jiná zařízení. Garance kvality v hotelech se značí „počtem hvězdiček“ od * do*****, v některých případech je možné

setkat se i se 7*. Většímu počtu hvězdiček odpovídá lepší kvalita a cenová hladina služeb. Je třeba zmínit i to, že v různých zemích se jednotlivé třídy mohou lišit (např. hotel na Maltě se 4 hvězdičkami může mít nižší úroveň služeb než hotel v té samé třídě v Německu) (Ryglová, Burian a Vajčnerová, 2011).

Stravovací služby patří mezi dávné obory činnosti lidí. Jejich rozvoj byl souvislý s rozvojem ubytovacích služeb. Provozovny stravovacích služeb mají společný název gastronomická zařízení. Stravovací služby slouží pro uspokojení lidských potřeb ve stravování (jídlo a pití), ale i jako další způsob komunikace s lidmi jiných zájmů.

V posledních letech se velmi rozvíjí gastronomická turistika. Turisté cestují za poznáním nové chuti jídla a pití a nových znalostí o tradičních kuchyních. V ubytovacích zařízeních je zajištěna forma společného a individuálního stravování. Individuální stravování je zajištěné ve vlastních ubytovacích zařízeních. Patří k relativně levnému způsobu přípravy jídla, ale je náročné na čas (Orieška, 2010). Společným stravováním (organizované stravování) se označuje výroba, spotřeba a prodej jídel a pití pro velké množství lidí. Společné stravování je realizováno společně nebo veřejně. Společná realizace je organizovaná pro vymezený okruh zákazníků (závody, školy, nemocnice). Veřejná neboli restaurační realizace plní nejen funkci výživy, ale i setkávání, komunikace a zábavy. Je nejstarší formou stravování. Restaurace je hostinské zařízení postavené na obslužném způsobu stravovacích služeb se širokým spektrem pokrmů.

Mezi hlavní rysy restauračních služeb patří to, že cenu jídla hradí strážník, výroba jídla a stravování probíhá v jedné provozovně, restaurační služby musejí odpovídat řadě specifickým předpisů (např. hygienický), počet zaměstnanců v jedné provozovně se většinou pohybuje okolo 25 zaměstnanců a často se může uplatňovat franšízink (Ryglová, 2007).

Rozsah stravovacích služeb zaleží na typu ubytovacího zařízení a může se lišit. Lze rozdělit na ubytování se snídaní, na snídaně + jedno hlavní jídlo (většinou to bývá večeře), což je nejčastější u polopenzí, snídaně + dvě hlavní jídla, což je typické pro plné penze. Dalším typem je all inclusive, který zahrnuje neomezený rozsah jídla a pití během dne. Posledním typem je ultra all inclusive – nejrozmanitější množství jídla a nápojů a možnost využívání dalších hotelových služeb např. bazénu, sauny, tenisu, golfu, apod.

Stravovací služby mají mezi sebou velkou konkurenci. Mezi hlavní oblasti, ve kterých si konkurují, jsou zařízení a maloobchodní prodejny poskytující hotová jídla, typy kuchyní, jednotlivé sektory stravovacích služeb a zařízení v určité geografické oblasti (Page, 2015).

Dopravní služby jsou základní podmínkou pro zajištění aktivit cestovního ruchu. Cesty dopravy byly organizované především pro jiné účely než cestovní ruch, proto existují i dopravní infrastruktura výhradně pro cestovní ruch aby tento nedostatek odstranit. Dle Ryglové, Buriana a Vajčnerové (2011, str. 64), „*dopravními službami v cestovním ruchu rozumíme služby, které jsou spojeny se zajištěním vlastní přepravy účastníků cestovního ruchu a jejich zavazadel včetně informací o dopravním spojení, s rezervováním míst v dopravních prostředcích, prodejem dopravních cenin, vyřizováním reklamací apod.*“ Hlavním rysem dopravních služeb je existence plánu přepravy. Pro využití dopravního prostředku lze zařídit ceninu, která je cenou za přepravu. Cena dopravních služeb je kalkulovaná dle vzdálenosti, rychlosti, komfortu a druhu dopravního prostředku. Podle dopravního prostředku lze dopravu rozdělit na leteckou, pozemní, vodní a ostatní. Existuje i další členění dopravy, jedná se o dělení na vnitrostátní nebo mezinárodní a s pravidelnou nebo nepravidelnou dopravou (Drobná, Morávková, 2010).

Železniční doprava patří mezi kolejový druh dopravy, který je v České republice zajišťován většinou Českými drahami. Železniční doprava pro cestovní ruch je vyznačovaná vysokou cenou a malou pružností. Mezi hlavní přínosy kolejové dopravy patří bezpečnost, hromadnost a plynulost i velmi malá závislost na přírodních podmínkách.

V cestovním ruchu se nejvíce využívá doprava pozemní. Mezi hlavní výhody silniční dopravy patří pružnost, rychlost, dostupnost většiny středisek cestovního ruchu, cena (kvůli konkurenci na trhu je cena menší). Mezi nevýhody lze zařadit závislost na počasí, havárie a malou přepravní kapacitu. Silniční doprava může být pravidelná autobusová, pravidelná zájezdová a nepravidelná zájezdová, která se pak ještě dělí na jednorázovou a kyvadlovou (objednaná cestovní kanceláří na určitou sezónu nebo období). Pozemní doprava existuje jak individuální – vlastním autem, nebo hromadná – doprava autobusem, rotelem (Francová, 2003).

Letecká doprava je nejrychlejší dopravou, jejíž podíl roste na úkor silniční a železniční dopravy. Výhodou je úspora času, v některých případech může být i levnější než železniční doprava. Hlavní nevýhodou je závislost na počasí. V rámci letecké dopravy se uskutečňuje

i řada dalších služeb, informace o dopravě, celní a pasové služby, transfery, služby během letu, stravovací a ubytovací služby, směnárny, obchody. Dopravní prostředky (letadla) lze rozdělit na aerotaxi pro 3 až 10 cestujících, malá letadla (11 až 30 osob), střední (31 až 100 cestujících), velká letadla s obsazeností do 250 míst a velkokapacitní airbusy pro větší počet cestujících než 250. Letecké prostředky umožňují přepravu lidí v různých třídách: třída F – first class, třída Y – ekonomická, třída C – business nebo club class. V dnešní době se stávají více populární nízkonákladové letecké společnosti, které uskutečňují přepravu osob za mnohem menší tržní cenu (Ryglová, Burian a Vajčnerová, 2011).

Mezi nejstarší a velmi populární dopravu patří vodní doprava. Umožňuje přepravu lidí po vodních cestách. Nejvíce používaná je u přímořských států. Hlavní výhoda tkví vtom, že se jedná o nejlevnější druh dopravy, která nepůsobí negativně na vnější prostředí. Mezi nevýhody patří malá rychlost a dostupnost jen z měst nebo oblastí s vodními plochami. Vodní prostředky se dělí na rekreační plavidla (plavidla pro krátkodobou individuální přepravu bez přenocování), výletní lodě (pravidelná nebo nepravidelná přeprava s větším kapacitou za relativně nízkou cenu), kajutové lodě (přeprava trvající několik dní pro velké množství lidí – desítky až tisíce osob s možností přenocování.) Na lodích jsou zajišťovány i další služby, mezi které patří lékař, kadeřnické a kosmetické služby, obchody, rekreační a zábavní služby.

Mezi ostatní druhy dopravy je možné zahrnout vertikální dopravu – dopravu sloužící pro přepravu osob v horách. Většinou je využívána v horských terénech a při lyžařském sportu. Zařízením vertikální dopravy jsou lanovky. Lanovky lze rozdělit na dva druhy: visuté a pozemní (Drobná, Morávková, 2010).

1.3.3 Subjekty v cestovním ruchu - cestovní kancelář a cestovní agentura

Cestovní kanceláře a cestovní agentury se klasifikují dle řady kritérií: dle předmětu činnosti, územního hlediska, segmentu trhu a podle velikosti. Z hlediska velikosti a počtu zaměstnanců se dělí na malé, střední a velké.

V České republice cestovní kancelář působí na základě koncesované živnosti. Cestovní kancelář je podle zákona č. 159/1999 Sb. „*Provozovatel cestovní kanceláře (dále jen "cestovní kancelář") je podnikatel, který je na základě koncese oprávněn organizovat, nabízet a prodávat zájezdy. Cestovní kancelář je také osoba, která má v době podpisu cestovní smlouvy sídlo nebo místo podnikání v jiném členském státě Evropské unie nebo*

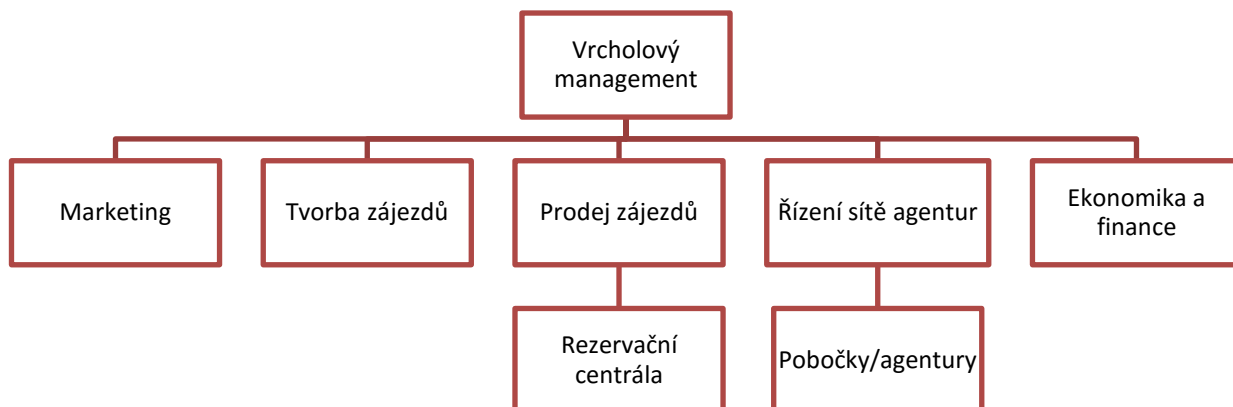
v jiném státě tvořícím evropský hospodářský prostor než je Česká republika (dále jen "cestovní kancelář usazená na území jiného státu"). Cestovní kancelář usazená na území jiného státu musí podnikat na základě oprávnění tohoto státu k provozování cestovní kanceláře a musí mít sjednané pojištění záruky pro případ úpadku cestovní kanceláře, nebo být jinak pro tento případ zajištěna, alespoň v rozsahu stanoveném tímto zákonem.“ V České republice je evidováno 1064 cestovních kanceláří, které jsou podle zákona č. 159/1999Sb. pojištěné proti úpadku. Většina CK patří mezi malé podniky (do 20 zaměstnanců), pouze tři CK mají více než 250 zaměstnanců: Čedok, Firo-tour a Exim Tour (Ryglová, 2007).

Cestovní kancelář neboli touroperátor je v cestovním ruchu významným aspektem, v distribučním procesu se nachází na pozici velkoobchodu. Touroperátor nakupuje od poskytovatele služeb, vytváří balíčky, ve kterých jsou navzájem kombinované tyto služby a které pak prodá konečnému zákazníkovi za přesně stanovenou cenu. (Toto se nazývá zájezd.) V případě individuální objednávky může prodávat jejich kombinaci. Jinými slovy je to tvůrce produktů, které nemohou existovat bez organizátorské činnosti. Cestovní kanceláře a agentury se dělí na ty, které se zabývají cestami na dovolenou a za zábavou či zážitky, tedy službami pro veřejnost, a poté ty, které se zaměřují na cesty spojené s prací, kongresy, firemními a obchodními důvody (Sysel a Zurynek, 2009).

Cestovní kanceláře se zabývají nákupem dopravních, ubytovacích a dalších služeb, vytvářením vlastních balíčků s určitou kombinací služeb, nabízením a prodejem samostatných služeb nebo jejich kombinací, monitoringem realizace služeb, informačními a propagačními činnostmi.

Existují specializované cestovní kanceláře, které jsou zaměřené na určitou skupinu osob nebo rozsah služeb a jejich hlavní výhodou je vyšší kvalita tohoto určitého okruhu. Další výhodou je ekonomické hledisko, které může být spojeno s dodavatelskou službou (např. autodopravou), které povede k ekonomičtějším využití vlastních zdrojů. (Ryglová, Burian a Vajčnerová, 2011).

Graf 2. Organizační struktura cestovního kanceláře



Zdroj: Vlastní zpracování dle Sysel a Zurynek, 2009, str. 20

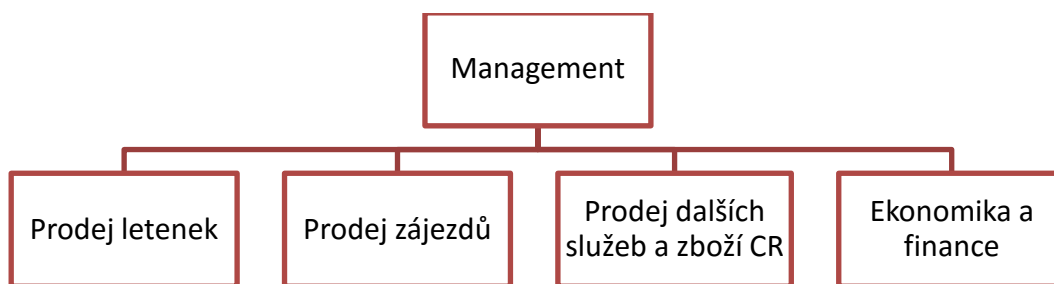
Cestovní kanceláře plní řadu funkcí nutných pro udržení se na trhu. Pro úspěšné fungování musí plnit transformační, informační, realizační a kontaktní funkce, překlenovat prostor a čas a pravidelně přezkoumávat spotřebitelskou poptávku.

Cestovní kanceláře uplatňují různé strategie pro tvorbu ceny. Strategie mohou být zaměřené na levné zájezdy, dosažení co nejvyšší marže (nejlepší pro kanceláře s malým množstvím prodejů), cenové nabídky pro rodinu, seniory a další typy zákazníků.

Distribuce produktů CK je prováděna buď samostatně přímým prodejem zákazníkům, na internetu, na speciálních zařízeních v dopravních terminálech nebo poskytováním produktů cestovním agenturám, které je v budoucnu prodají (Jakubíková, 2013).

Cestovní agentura je živností vázanou, funguje na principu obchodního mezičlánku. Na rozdíl od cestovní kanceláře, jen zprostředkovatel zájezdů, kde prodává a zprostředkovává služby cestovního ruchu, prodává produkty cestovního kanceláře (prodává: dopravní ceniny, služby ubytování, zájezdy cestovní kanceláře, výlety, exkurze, mapy, turistické plány, zajišťuje směnářskou službu, je informačním servisem).

Graf 3. Organizační struktura cestovní agentury



Zdroj: Vlastní zpracování dle Sysel a Zurynek, 2009, str. 21

V distribučním procesu cestovního ruchu se cestovní agentura nachází na pozici maloobchodu. Nenakupuje zboží na vlastní účet, ale poskytuje služby formou provizí od dodavatelů produktů. Provize je vyjádřena podílem z prodejní ceny produktu, většinou se pohybuje v intervalu 7 až 15% (Orieška, 2010). Cestovní agentura prodává zájezdy cestovní kanceláře na základě uzavřené smlouvy. Metody propagace se liší podle velikosti agentur. Velké agentury používají zpravidla reklamu v televizi a v tiskovinách a to nejčastěji v nejatraktivnějších obdobích. Malé agentury používají především inzeráty v místních tiskovinách. Cílem cestovních agentur je získat co největší výnos na každém zákazníkovi.

Cestovní agentury podle vlastnictví a velikosti lze rozdělit na několik typů:

1. Cestovní agentury s řadou poboček v různých městech v rámci jedné země.
2. Cestovní agentury s pobočkami v různých místech v rámci jednoho státu.
3. Nezávislé cestovní agentury nacházející se v soukromém vlastnictví a mající více provozoven.
4. Cestovní agentury v soukromém vlastnictví nemající více poboček, služby poskytuje vlastník sám bez dalších zaměstnanců (Horner a Swarbrooke, 2003).

1.3.4 Zájezd

Produktem cestovní kanceláře je zájezd nebo pobyt. Přesná definice zájezdu je uvedena v zákoně č.159/1999 Sb. „*předem sestavená kombinace alespoň dvou služeb cestovního ruchu, je-li prodávána nebo nabízena k prodeji za souhrnnou cenu a je-li služba poskytována po dobu přesahující 24 hodin nebo když zahrnuje ubytování přes noc*“. Jinými slovy, zájezd představuje kombinaci alespoň dvou služeb (ubytování

a stravování, doprava, místní služby jako transfery, výlety, služby průvodce cestovní kanceláře), které jsou nabízené za určitou cenu. Zájezdem není kombinace služeb cestovního ruchu, pokud se prodává jinému podnikateli za účelem dalšího podnikání nebo pokud jeho nabídka a prodej neodpovídá živnostenskému podnikání. Zprostředkovávat prodej a balíčku služeb mohou jen osoby oprávněné organizovat, prodávat a nabízet zájezdy. Osobou může být i cestovní kancelář. Nesmí zajišťovat prodej zájezdu cestovní agentury, může pouze zprostředkovávat prodej od cestovní kanceláře (ipodnikatel.cz, 2013).

Zájezdy je možné dělit podle geografického hlediska na vnitřní (v tuzemsku), mezinárodní (v zahraničí) a incomingový neboli příjezdový, tedy zájezd pro zahraniční zákazníky v tuzemsku. Podle způsobu organizace se zájezdy dělí na zájezdy s průvodcem a bez průvodců, další rozdělení pak vymezuje neorganizovaný a organizovaný cestovní ruch. Existují i další druhy zájezdů, např. podle ročního období můžeme hovořit o dělení na letní, zimní a mimosezónní, podle způsobu přípravy pak existuje dělení na standardní a forfaitové (na objednávku, kde trasu, datum a program zákazník stanoví sám) (Francová, 2003). Zájezdové programy mohou být pobytové, poznávací, dle účelu také např. ozdravné nebo sportovní, turistické, alespoň částečně organizované a provedené vlastními silami a expedice většinou na vzdálené poznávací cesty. Jednotlivé zájezdy se v programu mohou i kombinovat (Beránek a kol., 2013).

Tvorba zájezdu vyžaduje přípravu dle tří hledisek: organizačně-technickou, ekonomickou a právní. Při vytváření zájezdu je třeba nejprve zvolit počáteční místo zájezdu a způsob dopravy, zvolit dopravní trasu. Trasou se nazývá cesta, po které se bude pohybovat dopravní prostředek. Dalším bodem je zanalyzovat nabídky ubytování a stravování z širšího hlediska podle kapacity a kvality (zda jsou připravené pro potřebný typ zájezdů), pak výběr z užšího hlediska podle výběru mezi alternativami poskytnutých služeb a preferencí zákazníků. Třetím bodem je důkladná příprava samostatného produktu, jeho programu a packaging. V závěru se provádí kalkulace ceny a nabídka. Při výběru vhodného dodavatele služeb pro cestovní kancelář je nutné vycházet z předpokladů, zda cena odpovídá kvalitě a rozsahu nabídky poskytovaných služeb podle cíle zájezdu (Drobná a Morávková, 2010).

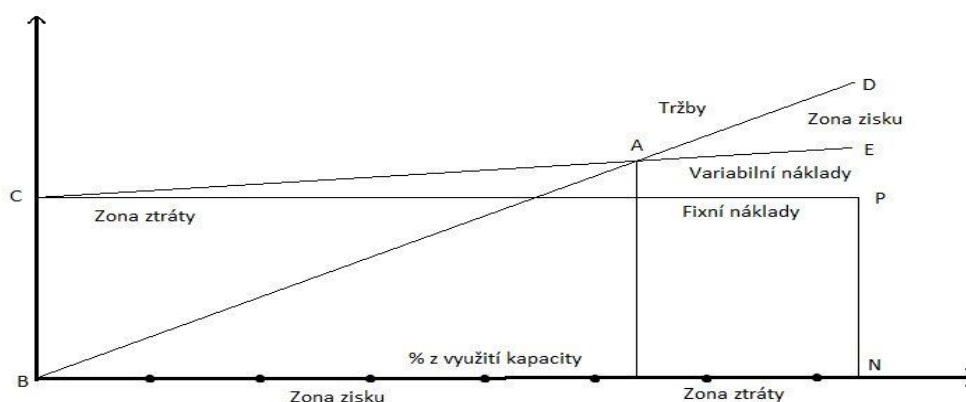
Cenová kalkulace je složitý proces, který vyžaduje nejen použití matematicko-ekonomických metod řešení, ve kterých se počítají fixní a variabilní náklady. Cena je často podceňovaným prvkem produktu. I když firmy stanovují svou cenu podle nákladu nebo s ohledem na konkurenční cenu, důležité je, aby cena byla součástí plánování firmy. V tom případě náklady vytváří dolní a poptávka její horní hranici. Celkově je cena zájezdu závislá na konkurenci, úrovni poptávky, časovém harmonogramu, dopravě a ostatních službách.

Pro stanovení ceny se využívá řada dalších přístupů: poptávkově, nákladově a konkurenčně orientované přístupy, cena musí být vyjádřena zákazníkem vnímanou hodnotou a zároveň i odpovídat marketingovým cílům firmy. Musí být stanovena pro různé zákazníky v odlišných regionech, zemích a teritoriích. Slevy jsou časově omezená snížení ceny výhodná pro kancelář i zákazníky. Rozlišují se slevy množství, sezónní, za promptní platby a funkční (pro obchodníky) (Jakubíková, 2013).

Při kalkulaci ceny je nezbytné rozdělit náklady na přímé a nepřímé i variabilní a fixní. Přímé náklady souvisejí s určitým výkonem (cena ubytování). Nepřímé náklady závisí na více druhích výkonech, které zabezpečují zprostředkování služby jako celku (náklady na pronájem cestovní kanceláře). Fixní náklady se nemění s rozsahem produktu a jsou vynakládány vždy (mzdy, nájemné, pojistné). Variabilní náklady jsou vynakládány jen při poskytování služeb a mohou se měnit (nákup surovin pro restauraci).

Hlavním cílem při tvorbě a prodeji zájezdu je, aby byl ziskový a nedošlo ke ztrátě (Kunešová a Farková, 2004).

Graf 4. Graf ziskovosti



Zdroj: Vlastní zpracování dle Tomnyj, J., Tomnaja, L. Ekonomika cestovního ruchu. 2003

Podle grafu v bodě A nastává rovnováha mezi příjmy a náklady. Po překročení tohoto grafu bude docíleno zisku. Pokud tržní podmínky umožňují zvýšit cenu, bod A se posune směrem nahoru a tak se zvýší zisk. Naopak v sezóně poklesu poptávky po službách je třeba cenu snížit.

V praxi cestovní kanceláře se používá dvoustupňový model výpočtu ceny zájezdu.

1. Stupeň – Výpočet předběžné ceny, kde se vypočítá minimální nákladová cena, která pokrývá realizaci produktu. Stanovuje se marže (obchodní přírážky, náklady na distribuci, umožňuje zisk). Upravuje se konečná cena, která se srovnává s konkurenčními cenami. Kalkulují se ceny výnosu po zdanění.
2. Stupeň – Výpočet realizační ceny, na kterou mají vliv nepředvídané náklady jako kurzové rozdíly (Ryglová, Burian a Vajčnerová, 2011).

Po vytvoření ceny následuje nabídka a propagace zájezdu, dále jeho prodej a realizace. Nabídku zobrazují místa dobře dostupná potenciálním cestovatelům. Zákazník získává informace o nabídce prostřednictvím její propagace a to buď přímo nebo nepřímou. Přímá propagace je zacílena na konkrétního zákazníka pomocí osobního názoru nebo propagačního dopisu. Nepřímá propagace je určena pro konkrétní skupinu lidí a to prostřednictvím plakátů, katalogu, reklamy v televizi, rádiu atd. Při prodeji zájezdu zákazníkovi je s ním navázán kontakt a je informován o podmínkách účasti. Pokud dojde k prodeji, uzavírá se smlouva mezi zákazníkem a cestovní kanceláří.

1.3.5 Pozitivní a negativní dopady cestovního ruchu

Cestovní ruch je činnost, která má přímý dopad na sociální, kulturní, vzdělávací a hospodářské sféry regionu. Účinnost turistické činnosti se určuje podle počtu turistických uživatelů nebo podle objemu obchodních aktivit agentury vytvářející tento produkt.

Cestovní ruch má jedinečnou strukturu. Jeho hlavním rysem je přítomnost velkého počtu jednotlivých prvků, které zahrnují různá odvětví služby jako malé restaurace, motely a hotely, rekreační domy, prádelny, prodejny místní řemesla a umělecká díla, atd. Vládní instituce investují do infrastruktury a materiálně-technické základny cestovního ruchu, což stimuluje malé podniky k investicím do oblasti cestovního ruchu. Příjmy z cestovního ruchu se rozdělují mezi všechny segmenty turistického obyvatelstva v regionu, aby celá společnost získala ekonomický přínos. (ygolok.net, 2014).

Dalším pozitivním dopadem cestovního ruchu jsou daně, které turisté musí platit stejně jako většina obyvatel. Spolu se základní daní z prodeje, musí turisté hradit i další výdaje jako jsou letištní poplatky, vstupní poplatky a cla, poplatky za víza, atd. Kromě těchto zvláštních případů zvyšují tyto daně turistické výdaje. Cestovní ruch tedy zvyšuje příjmy v regionu, zaměstnanost, investice (conbiz.cz, 2009).

Spolu s pozitivními dopady cestovního ruchu existují i negativní dopady turismu, např. monokultura cestovního ruchu. V soutěži o půdu, zdroje a kapitál turismus vytlačuje zemědělství a jiné tradiční zdroje příjmů místního obyvatelstva. V cestovním ruchu jsou mzdy často mnohem vyšší, což láká pracovníky a negativně ovlivňuje zemědělství, kvůli odlivu pracovní síly. Zároveň dochází k porušení nebo ničení přírodní krajiny v centrech masové turistiky, což v budoucnu může zničit přírodní a kulturní zdroje země.

Rychlý rozvoj cestovního ruchu a úplná závislosti na něm vede k recesi, vyvolává růst inflace v regionu, kde působí. Turisté investují své peníze vydělané v jiném regionu nebo zemi do ekonomiky dané turistické oblasti, což zvyšuje příjem regionu, ale na druhou stranu může vést k inflaci. V konečném důsledku tento jev povede ke zvýšení cen základního spotřebního zboží: jídla, oblečení, bydlení, dopravy. Je pravidlem, že v turistických oblastech prudce rostou především ceny pozemků. Cena, kterou jsou cizinci ochotni zaplatit za ubytování, snižuje poptávku po bydlení a vytlačuje místní obyvatele, jenž mají malé příjmy z trhu nemovitostí v oblastech s rozvinutým cestovním ruchem (vfmgiu72tourism.ru, 2016).

I když je cestovní ruch důležitým nástrojem ekonomického rozvoje, může působit i negativně. Důležitým je i to, že možnost výskytu a velikost nákladů na cestovní ruch v rozvojových zemích je mnohem větší, než v zemích rozvinutých. Rozvinuté země mají zdravou ekonomiku, která je schopna pokrýt veškeré náklady cestovního ruchu.

Shrnutí na závěr:

Hlavní výhody cestovního ruchu:

- zvýšení cash flow v regionu včetně přílivu cizí měny
- růst hrubého národního produktu
- vytvoření nových pracovních míst
- reforma struktury odpočinku, která může být využita turisty a místním obyvatelstvem

- přilákání kapitálu včetně zahraničního
- zvýšení daňových příjmů v turistickém regionu
- finanční příspěvky na ochranu přírody (Divišová, 2015).

Hlavními nevýhodami cestovního ruchu jsou:

- cestovní ruch má vliv na růst cen místního zboží a služeb, zemědělství a dalších přírodních zdrojů a nemovitostí
- přispívá k odlivu peněz do zahraničí v turistickém importu
- způsobuje ekologické a sociální problémy
- může způsobit škodu v jiných odvětvích
- oslabování, znečišťování a tlak na přírodní prostředí, vytváření odpadů (Kraus, 2006), (MMR.CZ).

1.4 Trendy cestovního ruchu

Cestovní ruch se neustále vyvíjí a přizpůsobuje se potřebám zákazníků. Vedle známých forem vznikají nové typy, které získávají oblibu a zájem mezi turisty. Nově se rozvíjí formy pro jednotlivé skupiny turistů podle věku, činnosti, specifických potřeb a životního stylu (Kotíková, 2013). V roce 2012 společnost IPK International pro veletrh ITB v Berlíně byly zpracované nové světové trendy cestovního ruchu. Bylo zjištěno, že CR čelí ekonomické krizi, poněvadž podle UNWTO většina zákazníků nakupuje zájezdy on-line, zvyšuje se procento mezinárodních příjezdů, což vede ke zvýšení cen za ubytování, poptávka se stává více a více individuální, rychle roste zájem o dobrodružný a zdravotnický turismus, významnou roli v popularizaci nových trendů cestovního ruchu hrají blogy a sociální sítě. Celkově je možné říct, že zájem o nové trendy cestovního ruchu rychle stoupá a to jak ze strany nabídky, tak i ze strany poptávky.

Mezi specifické formy cestovního ruchu patří:

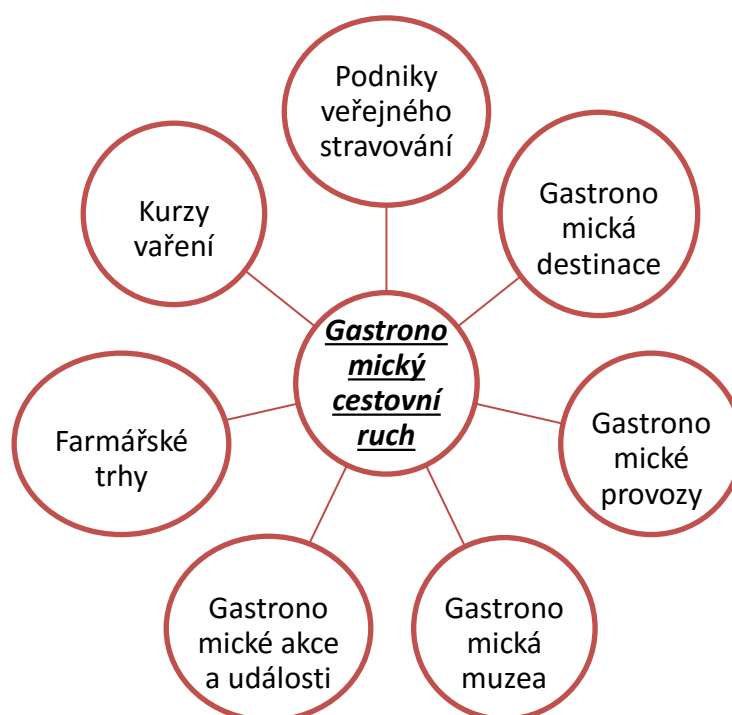
- Náboženský cestovní ruch (poutní turistika) – (cesty spojené s navštívením náboženských míst a náboženskými aktivitami, návštěva církevních slavností. Nejznámějšími světovými místy náboženského turismu jsou Vatikán, Mekka,

Medina, Nazaret, Jeruzalém apod. Poutní turistika je důležitým odvětvím ekonomiky).

- Cestovní ruch pro mládež (organizován pro turisty od 19 do 25 let, perspektivní forma cestovního ruchu, s předpokladem návratu v budoucnosti) (Hrala, 2013).
- Cestovní ruch pro seniory od 50 let (je rozdělen na mladší seniory do 65 let, starší seniory do 70 let a veterány ve věku nad 70 let, je závislý na demografických změnách, a proto vyžaduje rozvíjení specializace na tuto skupinu populace, cílem je prodloužit aktivní fáze života. Se zavedením cestovního ruchu pro seniory lze očekávat zvýšení poptávky a to hlavně po kvalitě a bezpečnosti služeb, zjednodušené dopravě, mimosezónních měsících, rozvoji doposud málo využívaných služeb, vytváření produktu pro jednotlivce a jeho nepravidelném charakteru.) (Sysel a Zurynek, 2009).
- Incentivní a kongresový CR (mezi hlavní trendy kongresového cestovního ruchu patří snížení rozpočtu na tento typ turismu, pro promotion je více využíván internet, rozvíjení a popularizace nových aplikací, bezdrátových technologií, ekonomická výhodnost. Hlavními oblastmi se stávají Asie a Čína.).
- Lovecký cestovní ruch (spojen s lovem zvěře nebo rybolovem).
- Sexuální cestovní ruch (zaměřen na noční život, nejčastěji provozován v přímořských oblastech a světových metropolích) (Hesková a kol., 2011).
- Cykloturistika (je fenoménem posledních let, turistika za použití kol jako dopravních prostředků, výhodou je unikání sítí cest).
- Dark turism (navštívení míst spojených s katastrofami, vězení smrti a některých států – Irák, Afghánistán, Sýrie, atd. Temný turismus vzniká ze strany poptávky na základě dalších příčin: pocta mrtvým, poznání památek, touha po osobním prožitku strachu a ohrožení.).
- Obchodní cestovní ruch (souvisí s návštěvou partnerů nebo zákazníků během pracovního týdne) (Kotíková, 2013).

- Zábavní a atrakční CR (jedná se především o speciální zábavní centra, aquaparky, technoparky, příkladem mohou posloužit Disneyland, Legoland, Centrum Babylon a IQ Park v Liberci, Aquapalace Praha atd.).
- Gastronomický (gurmánský) cestovní ruch, jeho cílem je poznat kulturu a gastronomické tradice jiných národů, zemí, teritorií pomocí jídel a nápojů, návštěva gastronomických festivalů, akce spojené s konzumací. Dalším důvodem gurmánského cestovního ruchu je cestování za zdravým způsobem stravování.

Graf 5. Členění gastronomického cestovního ruchu



Zdroj: vlastní zpracování dle Wolf, 2006.

- Dobrodružný neboli adrenalinový cestovní ruch (cílem je adrenalinový sport. Do této skupiny patří skoky z vysokých budov, mostů, skydiving – skoky s parašutem, horolezectví, rafting, potápění, lanová centra a dokonce i speciální adrenalinové parky (Sysel a Zurynek, 2009).
- Lázeňství (je základní formou cestovního ruchu. Během lázeňského cestovního ruchu jsou turisté ubytováni v hotelech a speciálních lázeňských domech. Stravovací služby v lázeňských ubytovnách jsou velmi rozmanité, pro některé zákazníky sestavené dle speciální diety. Stravovací služby jsou rozdělené na tři skupiny: režimové, neregimové restaurační a doplňkové, mezi které patří cukrárny,

kavárny, bary apod. Do lázeňských nabídek jsou většinou zahrnuty i různé sportovní a společenské služby. Hlavním cílem lázeňského cestovního ruchu je léčba. Léčba probíhá přírodními zdroji s využitím fyzikálních, psychoterapeutických a rehabilitačních metod, diet i dalších procedur, jako jsou např. masáže, vodoléčby, parafinoterapie, klimatoterapie atd.) (Francová, 2003).

- Dobrovolnický cestovní ruch (cestování osob s cílem dobrovolnických aktivit, poskytování pomoci (obnova lesních kultur, čištění přírody, archeologické vykopávky), která je většinou neplacena nebo placena pro uhrazení nákladů. Je uskutečněn na základě svobody volby předem stanovené příjemci, kteří z ní mají nějaký přínos, stanovená určitá organizační struktura. V České republice je dobrovolnický CR řízen zákonem č. 198/2002 Sb. O dobrovolnické službě. Pro vykonávání dobrovolnické činnosti v ČR musí být osoba starší 15 let nebo pokud je v zahraničí, tak po dosažení zletilosti na základě smlouvy) (Hesková a kol., 2011).
- Svatební cestovní ruch (cesty do jiných míst nebo zemí spojené s provedením svatebních obřadů nebo dalších činností spojených se svatbou, např. zasnoubení, uzavření sňatku, obnovení manželského slibu atd. Hlavními rysy jsou organizace cesty speciální agenturou, využití luxusních služeb a reprezentativních prostorů (hrady, kláštery), pobyt trvá několik dnů, není to dlouhodobé cestování pro uzavření sňatku, ale z hlediska turismu se celkově jedná o pobyt dlouhodobý (min. jeden týden) (Hesková a kol., 2011). Mezi nejoblíbenější destinace patří Mexiko, Maledivy, Karibik, nejvíce populárními městy v Evropě se staly Paříž a Řím).
- Filmový turismus (navštívení místa, které je spjato s určitými filmy, audiovizuálním dílem nebo událostí. Vznikl jako reakce na populární filmy. Cílem takového turismu je, že lidé chtějí vidět určitá místa, které byly zobrazené ve filmu, protože se jim to líbilo, nebo chtějí porovnat toto místo s místem ve skutečnosti (Kotíková, 2013).

1.5 Zážitkový turismus

Zážitkový turismus je novým odvětvím cestovního ruchu, který vyvolává zcela jedinečný a subjektivní pocit. To znamená, že vytvoření jednoho produktu nepřinese všem turistům

stejný zážitek a neukojí potřeby všech na stejné úrovni. Základem pro tento zájezd je pod dohledem kvalifikovaných expertů bezpečné a individuální zprostředkování zažití nových emocí. Zážitekový turismus vznikl jako marketingový nástroj pro zvýšení zájmu o specifické a ne tak viditelné druhy turismu. Hlavním atributem je interaktivita. Tato forma cestovního ruchu je výjimečná v tom, že obsahuje zážitky pro všechny smysly zkoumaní, a to zraku, sluchu, čichu, chuti a hmatu (Skalická, 2007).

Podle Ministerstva pro místní rozvoj v ČR (2008) byly stanoveny podmínky pro splnění principu pro transformaci produktu cestovního ruchu do zážitkového CR:

- Reklamování stanovené atraktivity
- Musí obsahovat prvek, který by byli zájemci ochotni vyzkoušet.
- Ochota turistů za tento zážitek platit.
- Zážitek musí být propagovatelný.
- Připravený produkt musí být v různých variantách dostupný různým skupinám zákazníků.
- Atraktivita musí být v zážitkovém turismu důvěryhodná.
- Zapojení odborníka, který nabízenou činnost v daném projektu ovládá.

Trendem v oblasti zážitkového cestovního ruchu jsou velká centra, ve kterých dochází k zážitkovému vzdělání založenému na interaktivitě, experimentování, poznání nových věcí. Ve světě mezi taková centra patří „science museum“, „children center“, „discovery children“ a další.

Zájem o zážitkový turismus je vyvolán především u turistů, které už nebaví všední či obyčejný odpočinek u moře a v horách, ale láká je typ odpočinku, který přinese nějaký nový zážitek nebo poznání něčeho nového. Výhodou takového turismu je multi-sezónnost. To znamená, že je nezávislý na počasí a většinou je provozován během celého roku.

Zážitekový cestovní ruch je možno rozdělit do několika forem:

- Adrenalinový neboli dobrodružný CR
- Gurmánský CR
- Sportovní CR
- Meditační CR
- Sexuální CR

- Drogový CR
- Virtuální CR
- Kosmický CR

Takové formy jako např. sexuální a drogový cestovní ruch využívají někteří turisté spekulativně. Další formy jako kosmický a meditační cestovní ruch v České republice ani neexistují. Ale o gurmánský a adrenalinový cestovní ruch v ČR zákazníci projevují větší a větší zájem (Pásková, Zelenka, 2002).

Jak uvádí Skalická (2007) „*Zážitková turistika se využívá hlavně tam, kde k dané atraktivitě existuje zajímavý příběh, kde je možné uspořádat nějakou akci, do které se návštěvník může, samozřejmě za přísných bezpečnostních opatření, zapojit a kdy je vítané, aby si na základě vlastního prožitku, některé souvislosti uvědomil.*“ Provozování zážitkové turistiky má i ekonomické výhody pro firmy a městský rozpočet. Pro firmy je výhodou to, že získají nejen peníze, ale i zvýšení svého postavení na trhu a podpoří svou značku. Městský rozpočet získá více peněz díky delší době pobytu turisty a zároveň i prodloužení turistické sezóny.

1.5.1 Adrenalinový turismus

Adrenalinový turismus, jinými slovy dobrodružný turismus, je novým druhem cestovního ruchu. Hlavním cílem účastníků je určitá adrenalinová aktivita. Dobrodružný cestovní ruch představuje omezenou aktivitu, která je založená na silných emocích, pomíjivosti (v přesně stanoveném čase a pouze za časově omezených podmínek), nelze ho nahradit v jiné situaci, je neopakovatelný, nelze přenést na jinou osobu, je nepředvídatelný (není možné předem zjistit budoucí výsledky), pro některé je to možnost překonat vlastní strach, hranice. Pro adrenalinový turismus nelze stanovit pevný program a hlavní odlišností od ostatních druhů zážitkového turismu je existence kontrolovaného rizika (Kotíková, 2013).

Tento typ turismu má především sportovní charakter s extrémními podmínkami jak v pobytu, tak i ve způsobu poznávání nových, neobvyklých, zajímavých a nebezpečných pocitů. Hlavními znaky, které ho odlišují od jiných typů turismu, je to, že se většinou jedná o aktivitu individuálního charakteru, existuje zde nutnost speciálního vybavení či stroje, při zážitku vzniká vysoké riziko nebezpečí, které vyžaduje pečlivou přípravu.

Dnešní populace si oblíbila adrenalinovou turistiku právě díky adrenalinu, který se vyplavuje při nevšední či nebezpečné aktivitě. Taková aktivita je pro člověka zkouškou výdrže a psychiky. Hlavní motivací pro adrenalinový turismus je potřeba jednotlivce zvládnout a překonat rizika spojená s ohrožením na životě nebo překonat strach a sebe sama.

Adrenalinová (dobrodružná) turistika se dělí se na dva druhy: extrémní (tvrdá) a měkká. Tvrdá turistika probíhá v divoké přírodě nebo jiném nebezpečném prostředí. K extrémní turistice patří např. skydiving, bezmotorové létání, skoky s parašutem nebo z vysokých budov a mostů, vysokohorská turistika, let balonem. Měkká turistika je méně fyzicky náročná a není tak nebezpečná. K měkké adrenalinové turistice patří nestandardní pobyty s extrémními pocity jako pobyty na válečných místech, pouštích apod. V rámci ní se mohou provádět i další různorodé činnosti, exkurze, výlety (Francová, 2003). Dále se dobrodružný cestovní ruch člení na aktivní a pasivní. Pojem aktivní je používán v případě účasti člověka v turistických aktivitách. Prozatím je pasivní adrenalinová turistika využívána v případech přítomnosti další osoby, příkladem může být skok padákem.

V určité míře lze dobrodružnou turistiku považovat za sportovní cestovní ruch, který je spojen s aktivními pohybovými aktivitami. Převážně se jedná o extrémní sporty odlišné od jiných druhů svou rizikovostí, namáhavostí, inovativností. Například je možné uvést snowboarding. Před několika lety byl snowboarding považován za extrémní sport, ale v dnešní době je široce provozován mnoha lidmi. (Rauter a Topič, 2011).

Další typy adrenalinových aktivit, málo známé mezi lidmi:

Paragliding – Jeden z leteckých sportů. Podléhá zákonům o civilním letectví. Sport, ve kterém letec může plachtit díky stoupavým vzdušným proudům. Na rozdíl od parašutingu let nelze začít skokem z letadla, ale rozběhem z kopce (adrex.com, 2007).

Rafting – Pomocí širokého nafukovacího plavidla, ve kterém sedí 4 až 6 osob, se sjíždí divoké řeky. Nafukovací plavidlo se nazývá raft a je známé vysokou stabilitou danou profilem lodí. Nejpopulárnějšími řekami pro rafting v Česku jsou Vltava, Otava, Ohře, Berounka a Bystřice.

Zorbing – Druh adrenalinové zábavy využívající zorbu. Zorbou se nazývá průhledná nafukovací plastová koule dosahující rozměrů až 4 metry. Zájemce si vleze tunelem

dovnitř koule a musí být připoutaný. Dokonce bude se zažívat nekonečné kutálení, které se zastaví u protisvahu (spektrumzdravi.cz, 2016).

Bungee dumping – V dnešní době má mnoho podob, základem jsou však skoky z mostů. Jumper skáče hlavou dolů z výšky a přitom je přivázán za kotníky elastickým lanem (adrop.cz, 2016).

Kiteboarding – Nazývá se ještě i kitesurfing. Sport, ve kterém je pomocí větru tažený drak. Nejčastěji je na vodě nebo sněhu. Hlavní nevýhodou je počasí, kvůli větru (kite-kurz.cz, 2014).

Airsoft – Je hra vojenského sportu, podobná paintballu. Hra, ve které týmy s určitým vybavením v podobě plynových nebo airsoftových zbraní bojuje proti sobě. Jako každá hra má svá pravidla a bojový scénář. Podle zákona č.119/2002 Sb. je hra povolena v ČR pouze fyzickým osobám starším 18 let, způsobilým k právním úkonům (airsoft.cz, 2011).

4. Vlastní práce

Vlastní práce je věnovaná analýze nabízených produktů českými cestovními kancelářemi na tuzemském cestovním trhu. V druhé části práce bude proveden vlastní výzkum a zhodnoceny výsledky dotazníkového šetření. Ve třetí části budou navrženy tři vlastní adrenalinové zájezdy.

1.6 Nabídka adrenalinových produktů na trhu českého cestovního ruchu

V této kapitole bude zanalyzována stávající nabídka produktů spojených s adrenalinovým turismem nabízených cestovními kancelářemi na českém cestovním trhu. Pro analýzu budou využity produkty nabídnuté v roce 2017 s platností mezi roky 2017 a 2018. Informace budou použity z internetových stránek cestovních kanceláří. Jedná se o cestovní kanceláře Klíč, Kudrna, Adventura a Hroch.

Cestovní kancelář Klíč

Cestovní kancelář Klíč byla založena roku 1994 ve městě Trutnov. CK Klíč je zároveň cestovní agenturou a organizátorem sportovních akcí. Jejich nabídka je zaměřena především na aktivní turismus. V nabídce je možné nalézt zájezdy obsahující trekking, cykloturistiku, rafting, horolezectví, lavinové kurzy, kajakové kurzy, školní sportovní a adrenalinové kurzy, zájezdy orientované na horskou turistiku atd. Nabídka je orientována více na zahraniční zájezdy nebo jednodenní dovolené, ale lze zde nalézt i vícedenní pobyty v České republice (ckklic.cz, 1994).

Tabulka 2. Katalog zájezdů CK Klíč

Název zájezdu	Termin	Počet dnů	Cena
Jizera Rafting	31.03 – 01.01.2018	2 dny	750 Kč
Skialpinistický víkend v Krkonoších	09.02 – 11.02.2018	3 dny	2 590 Kč
Skialpinistický přechod Krkonoš přes Sněžku	15.02 – 18.02.2018	4 dny	5 170 Kč
To nejlepší z nízkých Tater na skialpech	23.02 – 25.02.2018	3 dny	4 999 Kč
Adrenalinový víkend	19.05 – 20.05.2018	2 dny	2 999 Kč

Zdroj: Vlastní zpracování dle ckklic.cz, 2017

V ceně prvního zájezdu „Jizera rafting“ je zahrnuta doprava, zapůjčení potřebné vodácké výstroje, služby instruktora a převoz osobních věcí vozidlem organizátora. V ceně není zahrnuto ubytování, stravování a další služby. Akce je orientována na min. 6 osob.

Skialpinistický víkend v Krkonoších Janské Lázně – Sněžka – Janské Lázně je určen pro absolventy základního kurzu skialpinismu, nikoliv pro začátečníky, a proto je jeho obtížnost středně náročná. Na tomto zájezdu je možné zdokonalit svou techniku sjezdu. Zájezd obsahuje možnost dvou tras: 1. trasa – přes Kolínskou do Pece pod Sněžkou ke Kapličce; 2. trasa – přes Velkou Úpu a Javoří nebo Vavřincův Důl k rašelištím na Světlé hoře a dále nahoru až na vrchol Černé Hory. Na jeden večer je naplánováno koupání ve finské kádi nebo sauně. V ceně zájezdu je zahrnuto ubytování v jednoduché chatě, doprava, zapůjčení skialpinistické výbavy, služby instruktora, dvě túry. Každá trasa je zamýšlena minimálně pro 4 osoby (ckklic.cz, 2017).

Třetí zájezd – Skialpinistický přechod Krkonoš přes Sněžku má stejné požadavky i stupeň náročnosti. Zájezd je čtyřdenní, proto má 4 túry, přičemž minimální počet účastníků jedné túry jsou 4. Ubytování je zajištěno v jednoduché chatě, ale cena ho nepokrývá. Je placeno samostatně a to 650 Kč/noc se snídaní v ceně. V ceně je zahrnuta doprava, služby instruktora, půjčení lavinového setu a skialpinistické vybavení.

Pro milovníky kratších túr, dalekých výhledů a adrenalinových sjezdů je určen zájezd pod názvem To nejlepší z Nízkých Tater na skialpech. Je určen i pro začátečníky a mírně pokročilé skialpinisty. Na každého čekají sjezdy po hřebenech a stržích z výšky více než 2 000 metrů. V ceně je zahrnuta doprava minibusem, půjčení skialpinistického vybavení a servis lyží (ckklic.cz, 2017).

CK Klíč nabízí zájezd pod názvem Adrenalinový víkend s nabídkou skvělých aktivit jako je slaňování, horolezectví, jízda na koni a lukostřelba. Pro začátečníky bude k dispozici instruktor. Zájezd je určen pro skupinu minimálně 4 osob. V ceně není zahrnuto ubytování, lze ho ale sjednat při objednání akce u CK. Cestovní kancelář Klíč nabízí kromě zájezdů i jednodenní výlety, víkendové nebo týdenní školní kurzy, individuální nebo specializované kurzy.

Tabulka 3. Katalog kurzů CK Klíč

<p>Kurz: Školní vodácký kurz (Rafting) Místo: Jablonec nad Jizerou Termín: Od 03.04.2018 (1 den) Cena: 549 Kč.</p>	<p>Je adaptační nebo sportovní program pro školáky. Pro školní exkurzi jsou sníženy ceny a snížena rizika. Jízda včetně přípravy trvá 2,5 hod. Všichni účastníci budou vybaveni speciálním raftingovým vybavením. Pro sjíždění jsou vymezeny dva úseky: adrenalinový a relaxační. Školní kurz je určen pro 16 osob. Podmínkou je min. věk 12 let a každý účastník musí umět plavat.</p>
<p>Kurz: Kurz skialpinizmu Místo: Krkonoše Termín: Víkendový kurz (2 dny) Cena: 2 770 Kč</p>	<p>Víkendový kurz skialpinizmu, skitouringu nebo lyžování. Kurz je určen pro běžné lyžaře. Budou zde vyučovány základy skialpizmu, techniky výstupu a sjezdu, lyžování (freeride). V ceně kurzu je zahrnuto zapůjčení potřebného vybavení, služby instruktora i doprava. Ubytování je zajištěno v horské chatě nebo v apartmánu, za který se platí individuálně na místě.</p>
<p>Kurz: Lavinový kurz Místo: Pec Pod Sněžkou Termín: Od 03.02.2018 (1 den) Cena: 990 Kč</p>	<p>Náročnost kurzu je nízká, a proto je určen pro všechny milovníky zimního sportu (lyžaře, snowboardisty, horolezce atd.) a je vhodný i pro začátečníky. Problematikou, jež se kurz zabývá, je prevence, záchrana a strategie proti lavinám. Kurz se skládá z teoretické a praktické části, kde budou mít účastníci možnost vyzkoušet si pocit zavalení lavinou. V ceně je zahrnuta doprava, výuka praxe i teorie, zapůjčení potřebného vybavení. Minimální počet osob je 4.</p>
<p>Kurz: Letní horolezecké kurzy a horoškola Místo: Adršpach Termín: 1 den/ víkend/týden Cena: 1 850 Kč/ 2 700 Kč/ 5 949 Kč</p>	<p>Program je určen pro úplné začátečníky od 15 let s průměrnou fyzickou zdatností. V programu je zahrnuta základní výuka horolezectví, obléct správně do sedačky, základy jištění, slaňování, navazování se i zlezu několika nejlehčích cest. V ceně programu je obsaženo zapůjčení vybavení, školený instruktor a doprava. V případě zájmu o ubytování je třeba se domluvit předem s CK.</p>

Zdroj: Vlastní zpracování dle ckklic.cz, 2017

Tabulka 4. Katalog výletu CK Klíč

Výlet: Berounka – Stára řeka Trasa: Plzeň - Nadryby - Liblín - Zvíkovec - Týřov - Branov - Roztoky (Křivoklát) - Nižbor - Beroun - Srbsko - Karlštejn. Termin: Týdenní (7 dní) Cena: Není uvedena	Týdenní vodácká plavba na kánoi. Obtížnost tohoto programu je velmi nízká. Z vody se naskýtá výhled na hezké scenérie u Týrova, kaňon u Srbska nebo hrady stojící na březích. V ceně programu je ubytování, polopenze, stravování, přeprava zavazadel kolem řeky, zapůjčení potřebného vybavení, zkušený instruktor, zapůjčení moderní kánoe a pádel.
Výlet: Sazava- romantická řeka Trasa: Rataje nad Sázavou – Sázava - Poříčí nad Sázavou - Týnec nad Sázavou - Kamenný Přívov - Pikovice. Termin: 4 dny Cena: Není uvedena	Čtyřdenní prázdninová plavba na kánoi nebo raftu. Řeka má hodně sjezdných míst. Během splavování je možné vidět krásu řek a přírody, hrady stojící na březích, z nichž některé bude možnost navštívit stejně jako historická centra měst. V ceně je ubytování se snídaní ve formě švédského stolu a večeře, doprava, služby instruktora, zapůjčení kánoe a pádel.

Zdroj: Vlastní zpracování dle ckklic.cz, 2017

Cestovní kancelář Kudrna

Cestovní kancelář Kudrna má na českém cestovním trhu 39letou tradici. Je největší cestovní kancelář pro outdoorovou aktivní dovolenou se sídlem v Brně. Jejich hlavním cílem je poskytování kvalitní a pestré nabídky zájezdů a uspokojení požadavků i nejnáročnějších klientů. CK nabízí netradiční aktivní a pohodovou dovolenou jak v České republice, tak i po celém světě (např. destinace jako Rumunsko, Albánie, Francie, Kuba, Taiwan, Norsko, Rusko, Alpy, Himálaje atd.) Ve své nabídce mají lyžařské, poznávací a turistické zájezdy, zájezdy s pěší turistikou, vodácké či adrenalinové cyklistické zájezdy v horách apod. (cestovani.cz, 2017).

Tabulka 5. Katalog zájezdů CK Kudrna

Název zájezdu	Termín	Počet dnů	Cena
Krkonoše na sněžnicích	23.02.2018 – 25.02.2018	3 dny	3 300Kč
Dog-skijöring a jízda se psím spřežením	08.03.2018 – 11.03.2018	4 dny	6 400 Kč
Westernové kurzy na Vysočině	08.09.2017 – 10.09.2017	3 dny	4 000 Kč
Indiánské táboření s jízdou na koni	30.07.2017 – 05.08.2017	7 dnů	4 900 Kč
Speleologie v Moravském Krasu	02.12.2017	1 den	1 400 Kč

Zdroj: Vlastní zpracování dle kudrna.cz, 2017

První zájezd „Krkonoše na sněžnicích“ je středně náročný, a proto není určen pro začátečníky. Za tři dny skupina projde údolím Mumlavy, krkonošským hřebenem přes Dívčí kameny a Špindlerovku a na závěr zdolá nejvyšší horu Sněžku. Na denním plánu je dvacetikilometrový pochod. V ceně je zahrnuto ubytování v horské chatě, průvodce – znalec Krkonoš a místní poplatky. Stravování, doprava a sněžnicové vybavení je hrazeno individuálně.(kudrna.cz, 2017).

Druhý zájezd „Dog-skijöring a jízda se psím spřežením“ je určen pro ty, kteří chtějí zažít pocit polárníka putujícího zasněženou krajinou se psím spřežením. Spolu se severským psem samojedem každý si může zkusit běžecký tým. Vést bude zkušený a kvalifikovaný průvodce. Dog-skijoring je zimní adrenalinový sport, kde je člověk spojen bederním pásem a pružným vodítkem se psem, který ho táhne, a tím mu ulehčuje běh. Během zájezdu každý zdolá nejvyšší horu Sněžku a vyzkouší si být musherem. V ceně je ubytování v horském hotelu s polopenzí, výjezd lanovkou, služby průvodce a úvazek na psa. Doprava musí být zajištěna samostatně.

Cestovní kancelář nabízí nejen zájezdy ale i kurzy. Jedním z těchto kurzů jsou Westernové kurzy na Vysočině s jízdou na koních. Na těchto kurzech se každý naučí správné ovládání koně, sed a čistění. Po zaučení proběhne dvouhodinová jízda okolím Zbraslavi. Odvážní si vyzkouší i rychlejší jízdu. V ceně je zajištěné ubytování v penzionu, který je součástí ranče, večerní grilování, zapůjčení koně se vším potřebným vybavením a služby instruktora. Zájezd je organizován pro skupinu maximálně 4 osob a to starších 18 let (kudrna.cz, 2017).

Další zážitkovou akcí je indiánské táboření s jízdou na koni a poznáním indiánských zvyků a tradic. Během týdne si každý vyzkouší tradiční výrobu předmětu z korálků a kůže, pozná tradiční indiánskou saunu i bojové hry. Týdenní zážitek proběhne v indiánské vesnici u řeky Divoká Orlice v podhůří Orlických hor. Ubytování je zajištěno formou tee-pee a stravování z polní kuchyně. V ceně je taky zajištěn zkušený instruktor a 1 h jízdy na koních denně.

Cestovní kancelář Kudrna poskytuje i jednodenní adrenalinové zájezdy jako například speleologie v Moravském Krasu. Zájezd je určen pro ty, kdo chtějí poznat speleologii, prakticky vyzkoušet speleologické vybavení a sestup do jeskynního systému. Na programu je přednáška o jeskynním systému Rudického propadání a historii nejdramatičtějšího prostoru Moravského krasu. Praktickou částí programu bude i samotný sestup do Rudického propadání, které má hloubku 153 metrů a býčí škálu 12 km, pomocí visutých žebřů a lanových traverzů. Zájezd je určen pro skupinu maximálně 10 osob. V ceně zájezdu je doprava, služby instruktora, komplexní speleologické vybavení a pojištění. Ubytování je možno zařídit samostatně nebo je po předchozí domluvě zajištěno CK. Doprava musí být zajištěna individuálně (bolsatravel.cz, 2017).

Cestovní kancelář Adventura

Cestovní kancelář Adventura byla založena v roce 1990 a sídlí v Praze. Zaměřuje se především na outdoorové zájezdy ve třech směrech a to tradiční poznávací zájezdy, aktivní dovolená jako ferraty, rafting, jachty, in-line nebo lyžování, a potom hlavní směr, jímž je turistika a cykloturistika. Cílem kanceláře je zprostředkování aktivního cestování se zkušenými průvodci. Nabídka zájezdů je realizovaná přímo Adventurou, ale může být doplněna i partnerskými CK. Programy jsou především cíleny na individuální zájemce, ale v nabídce jsou i skupinové programy. Nabídka zájezdů je orientovaná především na exotické země, jako je např. Argentina, Bolívie, Dominikánská republika, Ekvádor, Peru atd. V rámci České republiky nabídka aktivních a dobrodružných zájezdů není moc rozsáhlá. Co se týče dobrodružných cest, turisty láká především pěší turistika ve Skandinávii, horská turistika v Česku a ve Švýcarsku, cyklická turistika v Nizozemsku a vodní turistika (rafting v Alpách). CK Adventura má dceřinou firmu China tours zabývající se zájezdy do Asie. Adventura je členem Asociace cestovních kanceláří ČR (adventura.cz, 2011).

Tabulka 6. Katalog zájezdů a kurzů CK Adventura

Název zájezdu	Termín	Počet dnů	Cena
Základní kurz pohybu na via ferratách	6. 10. – 8. 10. 2017	3 dny	4 380 Kč
Kajak – vyuka eskymáckých obrátů	21. 3. – 21. 3. 2018	1 den	590 Kč
Kajak – intenzivní víkendový kurz	2. 6. – 3. 6. 2018 nebo 8. 9. – 9. 9. 2018	2 dny	2 980 Kč
Seakajak - Vltava	15. 6. – 17. 6. 2018	3 dny	2 980 Kč

Zdroj: Vlastní zpracování dle aventura.cz, 2017

Zájezdový kurz via ferrat je určen pro milovníky horských zájezdů. Dvoudenní program je rozdělen na dvě části: teoretickou a praktickou. Na účastníky čeká nácvik na skalkách, slaňování, spouštění a jiné techniky. V ceně je zajištěn průvodce, doprava mikrobusem, ubytování v penzionu včetně polopenze a zapůjčení potřebného horského vybavení, které odpovídá normám UIAA (Mezinárodní horolezecké asociace).

Kajakový kurz s výukou eskymáckých obrátů je určen pro milovníky kajakové plavby, kteří mají strach z převrácení. Výuka probíhá v Praze v bazénu v malých skupinách (cca 6 osob) se zkušeným instruktorem. Po zaučení mají účastníci možnost se zúčastnit zájezdů na přirozené vodě peřejnaté řeky pro zdokonalení svých návyků. Služby zkušeného instruktora, pronájem bazénu a potřebné kajakové vybavení jsou v ceně kurzu.

Dalším adrenalinovým kajakovým kurzem je intenzivní víkendový kurz ve Veltrusech u Prahy v divoké vodě na umělé slalomové dráze. Aktivní víkendový kurz je určen pro zdokonalení návyků v kajakovém sportu nebo pro samotné otestování jeho vhodnosti pro účastníka.. Za dva dny bude ve vodě stráveno kolem 8 hodin. Kurz je určen jak pro začátečníky, tak i pro zkušené osoby, pro každého bude stanoven individuální program. Vzhledem k tomu, že je zájezd dvoudenní, je možnost si pronajmout ubytování v kempu, hotelu nebo ubytovně. Zkušení instruktoři a pronájem kanálu je součástí ceny zájezdu. Doprava do Veltrus je hrazena individuálně (adventura.cz, 2017).

CK nabízí další kajakový zájezd, seakajaky, který se ve světě těší velké popularitě, avšak v Česku je známý jen málo. Mořské kajaky umožňují plavbu po jezeře, moři i nedostupných místech opuštěné přírody. Cílem zájezdu je seznámit účastníka se základy mořského

kajakového sportu. V případě nepříznivého počasí existuje náhradní adrenalinový program Skupina vyzkouší seakajaky na divoké vodě hlubokého kaňonu Štěchovické přehrady. Pro nezkušené zájemce jsou k dispozici instruktoři. O bezpečnost skupiny se postarají proškolení licencovaní průvodci, kteří jsou držitele licence IRF (Mezinárodní federace raftingu) (adventura.cz, 2011).

Cestovní kancelář Hroch

Cestovní kancelář Hroch provozuje nabídku aktivní a turistické dovolené v České republice i po celém světě. Sídlo má v obci Dolní Zálezly. Cílením touroperátora jsou trekkingové zájezdy, wellness programy, letní a zimní školy, sportovní adrenalinové víkendy. V nabídce zimních a letních sportovních zájezdů jsou výlety na běžkách, na sněžnicích, lezení na ledové stěně, skialpinismus, cykloturistika, vysokohorské lezení, via ferrata. CK nabízí nejen zájezdy, ale i přípravné kurzy snowkitingu, landkitingu a kiteboardingu. CK Hroch je provozovatelem webu www.aktivnidovoleny.cz. Prezentace nabídky, jež je zaměřená především na aktivní adrenalinovou dovolenou v Česku, je k dispozici na stránkách AdventureCompany.cz i v kamenné prodejně AdventureCompany – Base v Ústí nad Labem. Mezi hlavní úspěchy cestovní kanceláře patří spojení s cestovní agenturou World trek s 15letou tradicí expedic do zahraničí. Touroperátor klade velký důraz na kvalitu (sleduje nové trendy a využívá nejmodernější technologie), bezpečnost a tým (všechny programy jsou vedené zkušenými průvodci, instruktory či trenéry) (adventurecompany.cz, 2010).

CK Hroch (AdventureCompany.cz) nabízí jednodenní adrenalinové výlety:

Běžkování v Krušných horách - Termín bude upřesněn dle sněhových podmínek. Cena výletu je 790 Kč a jedná se o jednodenní výlet do Krušných hor pro skupinu 3–8 osob. Krušnohorská lyžařská magistrála je dlouhá 242 km, od Krušných hor od Chebu až po Děčín. Instruktor ukáže skupině nejvhodnější trať, zajímavá místa a pomůže zdokonalit techniku běhu na lyžích.

Jízda se psím spřežením na saních – Nabízené termíny: 17. 12. 2017, 14. 1. 2018, 4. 2. 2018, 18. 2. 2018, za cenu 2 590 Kč. Zájezd je určen pro osoby, které chtějí zažít adrenalin v jízdě se sevřenými psy. Během výletu se každý seznámí se psy a naučí se je obléct do postrojů a zapřáhnout do saní. S technikami vedení psů pomůže instruktor. Výlet je určen pro osoby starší 16 let v normálním fyzickém stavu.

Celodenní výlet na Ohři – Termíny od 23. 6. 2018. – Cena závisí na typu lodi: raft za 590 Kč, kánoe za 790 Kč. Celodenní putování po Ohři v úseku od hradu Loket k tábořišti Hubertus. Sjíždění řeky proběhne po trase přes Švatošské skály a Karlovy Vary až na tábořiště Hubertus. V ceně jsou služby instruktora, potřebné vybavení pro splavování a pojištění lodí proti poškození.

Celodenní vodácký výlet na Ploučnici – Termíny od 23. 6. 2018. – Cena zájezdu závisí na typu lodi: raft za 490 Kč, kánoe za 590 Kč. Výlet má podobný program jako plavba na Ohři, pouze se změnou trasy. Trasa prochází skalním tunelem, Mimoní, džunglí a přes vojenský prostor v severních Čechách.

Singletrack camp – Nabídku termínu a ceny lze určit v cestovní kanceláři. Je to nový směr cyklistiky se silným zážitkem. Speciální stezky přírodního charakteru nabízí maximální pocit adrenalinu při rychlé jízdě. V nabídce jsou různé obtížnosti trasy. Zájezd trvá tři dny a k dispozici jsou zkušení průvodci a instruktoři. Kromě jízdy určenými trasami jsou také jízda mini školou jízdní techniky. Na večer je naplánováno grilování.

Celodenní výlet via ferrata – Termíny od 23. 6. 2018 do 15. 9. 2018. Cena 990 Kč zahrnuje zapůjčení vybavení, služby instruktora a fotodokumentaci. Výlet je určen pro skupinu 4 až 6 osob. Zážitek ze stoupaní po stěnách je těžko zvladatelný díky zkušenému instruktoru, který tomu každého naučí a vybere vhodné trasy pro vyzkoušení, aby pak každý mohl vylézt nejčasnějšími trasami Českosaského Švýcarska.

Nejtěžší česká ferrata nad řekou Lužnicí v Bechyni – Termíny 15. 9. 2018 a 23. 9. 2018. Cena je 650 Kč (zahrnuta je doprava mikrobusem, průvodce, instruktáž ferratového lezení, pojištění CK proti úpadku). Jedná se o zážitkový výlet na nejkrásnější ferratu u řeky Lužnice pod bechyňským zámekem nedaleko okresního města Tábor. Doba lezení: cca 1,5 až 2,5 h tam a zpět. Tato ferrata je zajímavá tím, že vede dolů k řece a poté po visutém mostě těsně nad hladinou řeky Lužnice.

Ledové jeskyně – K dispozici termíny 17. 12. 2017 a 18. 2. 2018. Cena 1 190 Kč (Zahrnuto potřebné vybavení, horolezecký instruktor a průvodce, informační materiály, a fotodokumentace. Nedostupná místa mohou být dosažena na sněžnicích. Spatřit ledovou jeskyni je neopomenutým zážitkem kvůli rampouchové výzdobě, ledovým jazykům a ledopádům. Postup úzkými chodbami a slaňování ve výšce zaručí účastníkům

adrenalinový zážitek. Výlet proto není vhodný pro klaustrofobiky. (adventurecompany.cz, 2018).

Tabulka 7. Katalog adrenalinových sportovních víkendů CK Hroch (Adventure Company. cz)

<p>Víkend: Sportovní víkend na Porta Bohemice Termín: 29.04 - 30.04.2017 nebo 27.05. - 28.05.2017 Cena: 2 dny -2 990 Kč</p>	<p>Program zahrnuje: cyklozájezd, průzkum podzemních míst z dob minulých, dobrodružství na seakajacích, ochutnávku výborných vín v Žernoseckém vinařství. Cena zahrnuje: ubytování v kempu, grilování, snídani, zapůjčení lodě a degustaci vín.</p>
<p>Víkend: Sportovní víkend na Ploučnici Termín: 27.05 - 28.05.2017 nebo 10.06 - 11.06.2017 Cena: 2 dny - 2 590 Kč</p>	<p>Program zahrnuje: horolezectví ve skalách a jeskyních a plavbu řekou Ploučnicí Cena zahrnuje: ubytování v kempu, grilování, snídani, zapůjčení lodě a horolezeckého vybavení, pojištění CK proti úpadku.</p>
<p>Víkend: Sportovní víkend v Krušných horách Termin: 06.05 - 07.05.2017 nebo 03.06 - 04.06.2017 Cena: 2 dny - 2 990 Kč</p>	<p>Program zahrnuje: Prošlapání kolem krušnohorských stezek a cestu lanovkou na vrchol Komáří vížky, vodácké dobrodružství na Bílině (sjíždění jezů a peřejí). Cena zahrnuje: ubytování v penzionu, večeři, snídani, zapůjčení potřebného vybavení, pojištění CK proti úpadku.</p>

Zdroj: Vlastní zpracování dle adventurecompany.cz, 2017

CK Hroch nabízí rozsáhlou nabídku sportovních kurzů se zaměřením na dosažení adrenalinového zážitku. Kurzy probíhají na místech používané pro samostatné zájezdy zkušených účastníků. Kurzy probíhají pod vedením zkušených instruktorů. Jejich cílem je naučit začátečníky základům daného sportu a také jak zvládat svůj strach Program je rozdělen do tří částí: teorie (seznámení se s technickou základnou, správným užíváním určitého vybavení), zkouška na lehkých trasách (plnění jednoduchých zadání pod dohledem instruktora), poslední částí je pak samostatné zdolání složitých tras. Pro rok 2017–2018 jsou k dispozici tři kurzy na území České republiky a to skalní a vysokohorské lezení (1den/2dny za 1 590 Kč/2 990 Kč), lezení na ledové stěně (1den/1 290 Kč), základní kurz via ferrata (1den/1 290 Kč), via ferrata VIP kurz (1den/2 900 Kč), kitesurf camp jezero Milada (3 dny/3 900 Kč).

1.7 Dotazníkové šetření

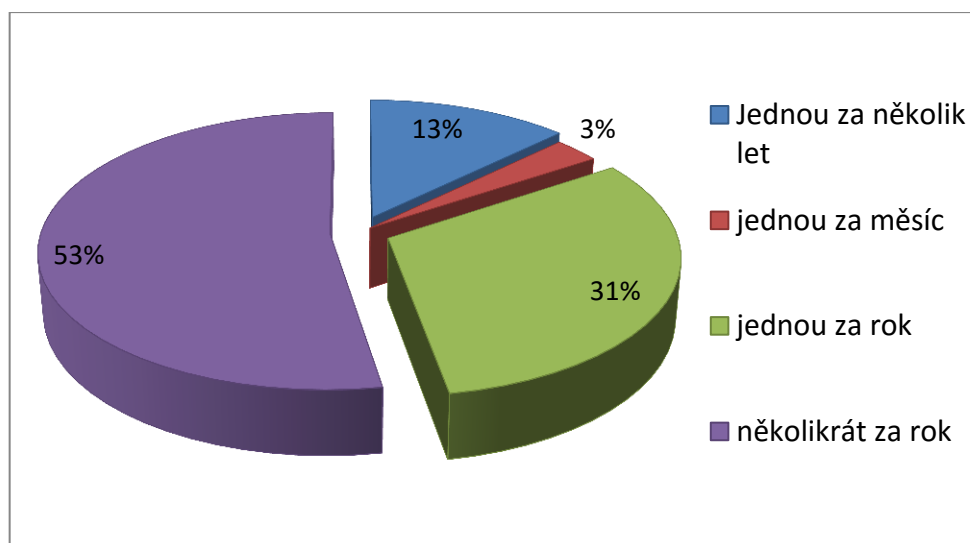
Druhá část praktické části diplomové práce je zaměřena na analýzu dotazníkového šetření. Hlavním cílem dotazníku bylo zjistit, zda je adrenalinový turismus populární v České republice. Vedlejším cílem bylo zjistit, jaký druh cestování respondenti preferují nejvíce, jaké adrenalinové zážitky již zkusili nebo by zkusit chtěli, co je k tomu motivuje, jak hodnotí nabídku cestovních kanceláří a kolik jsou ochotni utratit za jednodenní zájezd. Výsledky dotazníku poslouží k pochopení dnešní reality adrenalinového odpočinku a analýze všech výhod a nedostatků pro sestavení kvalitnějších produktů.

Dotazník obsahoval 24 otázek uzavřeného a polootevřeného typu a jednu otázku otevřeného typu, kde dotazovaní uvedli důvod, který jim brání ve vyzkoušení adrenalinového zážitku. Dotazník byl rozdělen na dvě části. První část se týkala informací o adrenalinovém turismu pro naplnění cílů šetření, druhá část byla orientována na získání demografických informací respondentů tzn. pohlaví, věk, dosažené vzdělání, současná ekonomická aktivita a průměrný měsíční příjem. V úvodu byli respondenti seznámeni s hlavním cílem dotazníkového šetření. Sběr primárních dat probíhal formou online dotazování od 13. 2. 2018 do 5. 3. 2018. Dotazování se zúčastnilo 277 respondentů, z nichž 4 vyplnili dotazníky chybně nebo je nedokončili. K vyhodnocení průzkumu tedy bylo požito 273 dotazníků, z nichž 226 posloužilo k analýze pro naplnění cílů průzkumu. Přesné znění dotazníku se nachází v příloze č. 1 diplomové práce.

Otázka č. 1: Jak často cestujete? Tato otázka byla uzavřená. Jejím cílem je zjistit, jak často respondenti cestují, zda mají čas cestovat jen jednou za několik let, jednou za rok, nebo mohou cestovat několikrát za rok, nebo jednou za měsíc.

Největší počet dotázaných, tedy 53% (144 respondentů) cestuje několikrát za rok. Na druhém místě jsou respondenti, kteří cestují jednou za rok, tak odpovědělo 31% (86 osob). Další možností byla odpověď jednou za několik let, kterou zvolilo 13% (35 respondentů). Na posledním místě je možnost jednou za měsíc, kterou uvedlo 8 respondentů (3%).

Graf 6. Jak často cestujete?

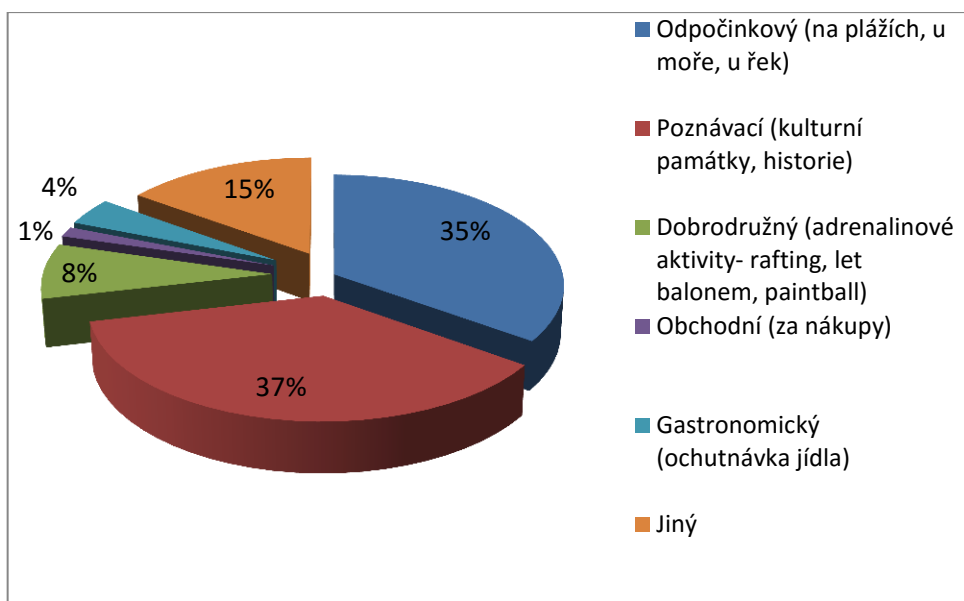


Zdroj: Vlastní výzkum, 2018

Otázka č. 2: Jaký druh cestování preferujete nejvíce? Odpovědi na tuto otázku byly uzavřeného typu. Cílem této otázky je zjistit, jestli respondenti preferují spíše pasivní odpočinkové cestování u moře a u řek či poznávací turismus pro seznámení se s kulturními památkami a historií. Dalšími možnostmi byl dobrodružný turismus za adrenalinovými zážitky jako např. paintball, rafting, let balonem atd., obchodní cestování za nákupy, gastronomická dovolená pro vyzkoušení místního tradičního jídla nebo pití. Poslední možností byla odpověď jiný, kde respondenti spojují více možností odpočinku v rámci jedné dovolené nebo preferují jiný typ turismu, např. temný, lázeňský atd.

Z 273 respondentů preferuje 100 poznávací turismus, 95 odpočinkový turismus, 41 respondentů zvolilo odpověď jiný, 22 odpovědělo, že preferuje dobrodružný odpočinek, 11 zvolilo gastronomický turismus a obchodní turismus preferují 4 dotázaní (viz. graf níže).

Graf 7. Nejvíce preferovaný druh cestování



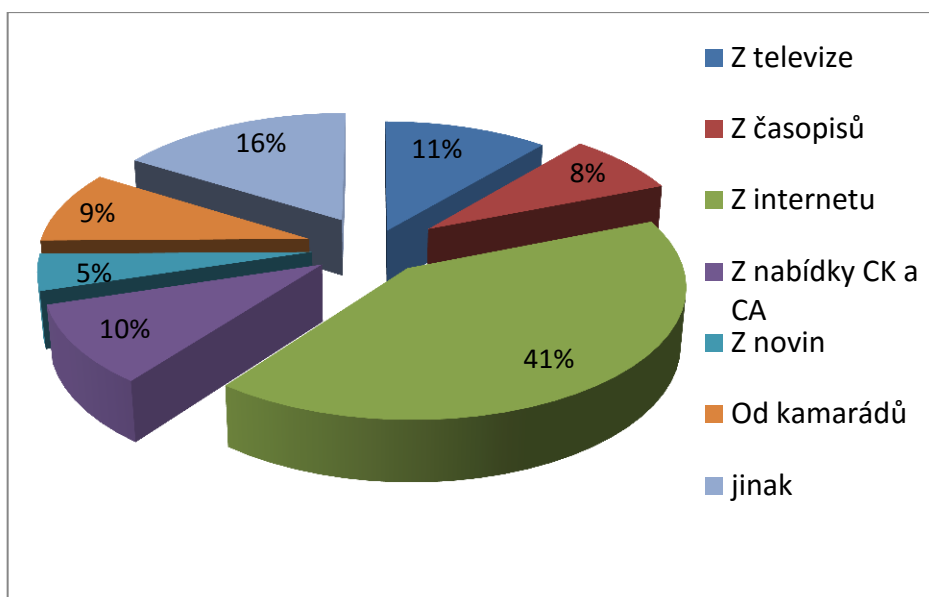
Zdroj: Vlastní výzkum, 2018

Otázka č. 3: Znáte pojem adrenalinový turismus? Otázka uzavřeného typu. Cílem této otázky je zjistit, zda respondenti znají pojem a budou moci odpovědět na další otázky. Tato otázka větví dotazník na dvě části, respondenti, kteří odpověděli kladně, budou postupovat k otázce č. 3, a respondenti, kteří odpověděli záporně, prodlouží odpovídat na demografickou část dotazníku.

Z celkového počtu 273 dotázaných pojem větší část zná (133), 109 dotázaných pojem slyšelo, ale nezná ho. 31 respondentů pojem nezná vůbec, proto budou odpovídat na delší verzi dotazníku.

Otázka č. 4: Odkud jste získali informace o adrenalinovém turismu? Otázka uzavřeného typu se sedmi možnostmi: z televize, časopisu, internetu, nabídky cestovní kanceláře nebo agentury, novin, od kamarádů nebo jinak (např. při studiu ve škole, venkovní reklamě). Na tuto otázku odpovědělo celkem 242 respondentů, kteří na otázku č. 3 odpověděli kladně.

Graf 8. Zdroje získání informace o adrenalinovém turismu

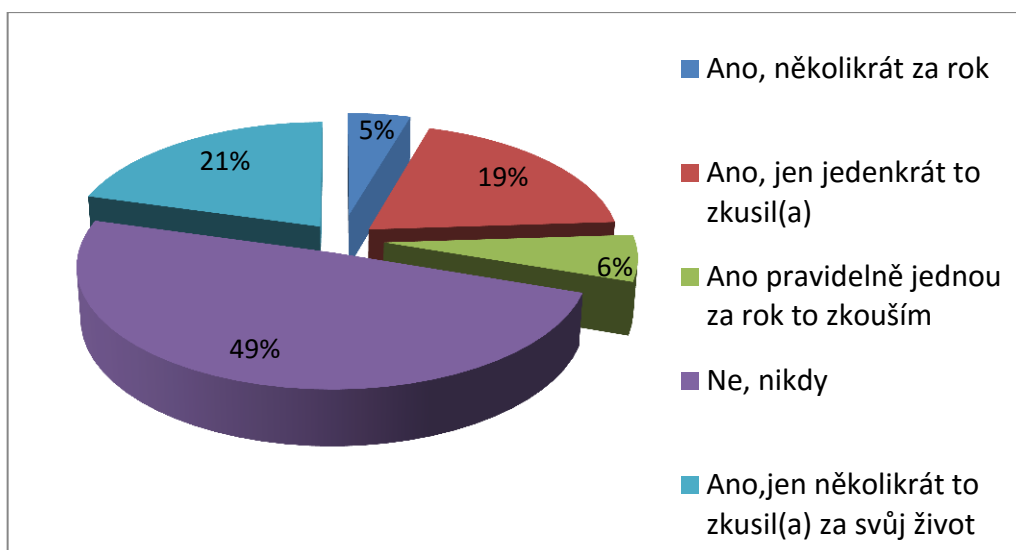


Zdroj: Vlastní výzkum, 2018

Z grafu vyplývá, že větší část dotázaných pojem adrenalinový turismus zná nebo se o něm dověděla z internetu, tak odpovědělo 41% respondentů (100 dotázaných), přičemž 39 získalo informace z jiného zdroje. Respondenti znají nebo slyšeli pojem adrenalinový turismus z ostatních zdrojů na skoro stejné úrovni: z televize slyšeli 27 respondentů, z nabídky cestovní kanceláře nebo agentury 24 osoby, od kamarádů – 22 osoby, z časopisu – 19 respondentů, z novin znají 11 dotazovaných respondentů.

Otázka č. 5: Zkoušeli jste někdy adrenalinový turismus vy osobně? Otázka uzavřeného typu s 5 možnostmi. Cílem této otázky bylo zjistit, zda dotázaní zkoušeli adrenalinový turismus nebo ne. V případě kladné odpovědi pak přichází otázka navazující a to kolikrát tento typ turismu vyzkoušeli. Zde se respondenti dělí na dvě části, na ty, kteří adrenalinovou turistiku vyzkoušeli, a na ty, kteří tímto způsobem volný čas netráví a nikdy to nezkoušeli.

Graf 9. Zkoušeli jste někdy adrenalinový turismus vy osobně?



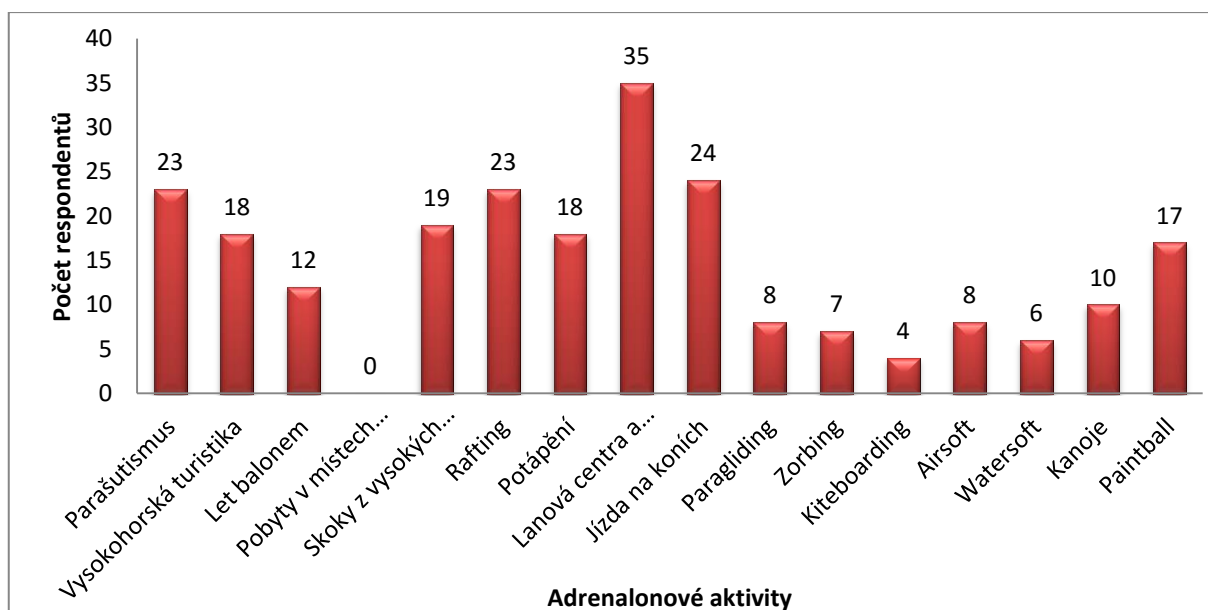
Zdroj: Vlastní výzkum, 2018

Z odpovědí vyplývá, že se dotazování rozdělili do dvou téměř rovnoměrných skupin. Větší část adrenalinovou turistiku vyzkoušela (celkem 119). Několikrát za svůj život adrenalinové zážitky zkusilo 21% (50 respondentů) a jedenkrát za svůj život zkusilo 19% (47 respondentů). Respondentů, kteří zkoušejí adrenalinové zážitky pravidelně jednou za rok, bylo 6% (15 osob). Na dotazník zodpovídalo nejmenší počet respondentů, kteří zkoušejí adrenalinovou turistiku pravidelně několikrát za rok (11 osob – 5%). Svůj volný čas daným způsobem netráví 119 respondentů.

Pokud respondenti uvedli kladnou odpověď, pokračovali k následující otázce, kde uváděli, jaké aktivity už vyzkoušeli. Pokud byla odpověď záporná, byl pro ně dotazník prodloužen o otázku č. 8, kde se zjišťovalo, zda v budoucnu budou chtít daný turismus vyzkoušet.

Otázka č.6: Jakou aktivitu jste už zkusili? Na tuto otázku odpovídalo 123 respondentů s kladnou odpovědí na předchozí otázku. Poté pokračovali k otázce polootevřeného typu č.7. Respondenti měli vybrat maximálně 3 odpovědi z nabízených variant nebo napsat vlastní variantu. Mezi vlastními odpověďmi zazněla: bobová dráha, carting, freeskiing, cykloturistika, sportovní lezení, skialpinismus, tandemové seskoky, via ferraty, canyoning. Pro lepší přehlednost jsou odpovědi znázorněné v grafu níže.

Graf 10. Vyzkoušené aktivity respondenty



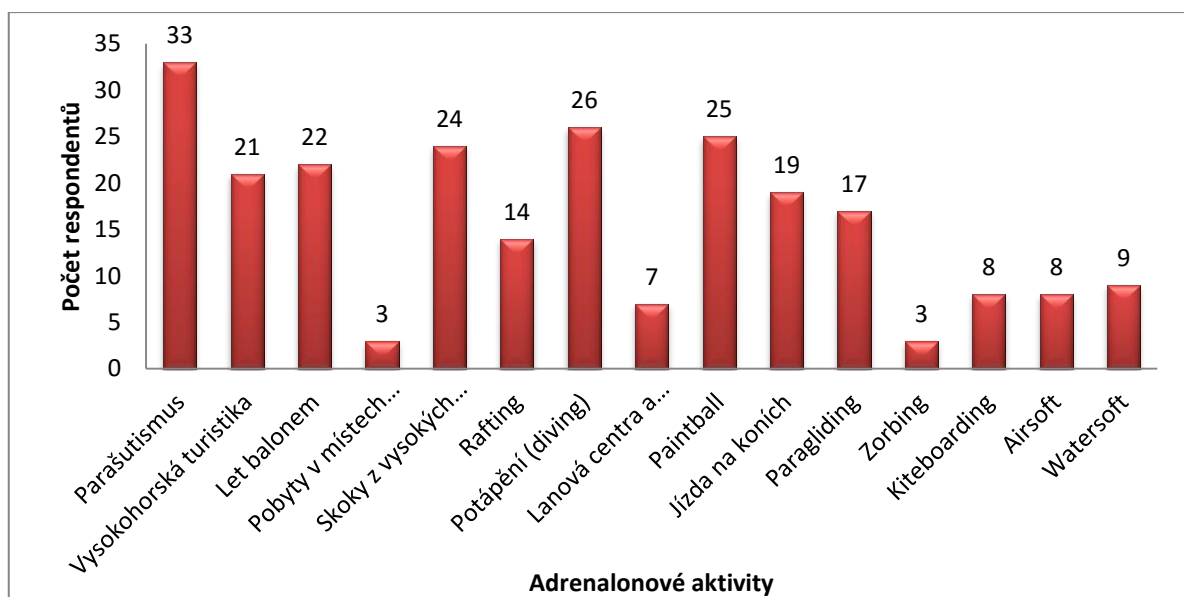
Zdroj: Vlastní výzkum, 2018

Z grafu vyplývá, že ze 123 respondentů nejvíce vyzkoušelo lanová centra a speciální adrenalinové parky, jízdu na koních, parašutismus a rafting. Hlavním důvodem velkého zájmu o tyto aktivity je to, že jsou poměrně známé a dostupné a v Česku pro ně existují vyhovující podmínky. Nejméně dotázaných vyzkoušelo kiteboarding, watersoft a zorbing, protože na českém trhu nejsou tyto aktivity příliš dostupné. Žádný z respondentů nevyzkoušel pobyt v místě aktuálního válečného konfliktu.

Otázka č. 7: Jaké další aktivity byste chtěli zkusit v budoucnu? Cílem této polootevřené otázky je zjistit, které další aktivity by chtěli respondenti vyzkoušet. Po odpovědi respondenti pokračovali k č. 11.

Z grafu níže vyplývá, že ze 123 respondentů by nejvíce dotázaných chtělo vyzkoušet parašutismus, potápění, paintball a skoky z vysokých budov a mostů. Nejméně respondentů by chtělo vyzkoušet pobyty v místech aktuálních válečných konfliktů z důvodu přílišného nebezpečí pro život, zorbing (nová nepříliš známá aktivita) a speciální lanová centra a adrenalinové parky (nejlehčí způsob využití adrenalinového zážitku, ale lidé chtějí zkusit spíše více nové a moderní aktivity).

Graf 11. Jaké další aktivity chtěli byste zkusit v budoucnu?



Zdroj: Vlastní výzkum, 2018

Otázka č. 8: Chtěli byste zkusit adrenalinový turismus? Otázka uzavřeného typu s dvěma možnostmi odpovědi „Ano“ nebo „Ne“. Cílem této otázky bylo odhalit respondenty, kteří o adrenalinovou turistiku nemají zájem, že by jejich odpovědi v hlavní části dotazníku nebyly objektivní. Na tuto otázku odpovídali respondenti, kteří u otázky č. 5 odpověděli, že adrenalinové aktivity nikdy v životě nezkusili. Ze 119 uvedlo 103 dotazovaných, že by nějakou adrenalinovou aktivitu nebo adrenalinový turismus vyzkoušet chtěli. Jen 16 osob uvedlo, že nemají zájem o daný sport nebo turismus. Po záporné odpovědi pokračovali k otázce č. 9 (pokud chtěli zdůvodnit svou odpověď) nebo k vyplňování demografické části dotazníku (z otázky č. 21).

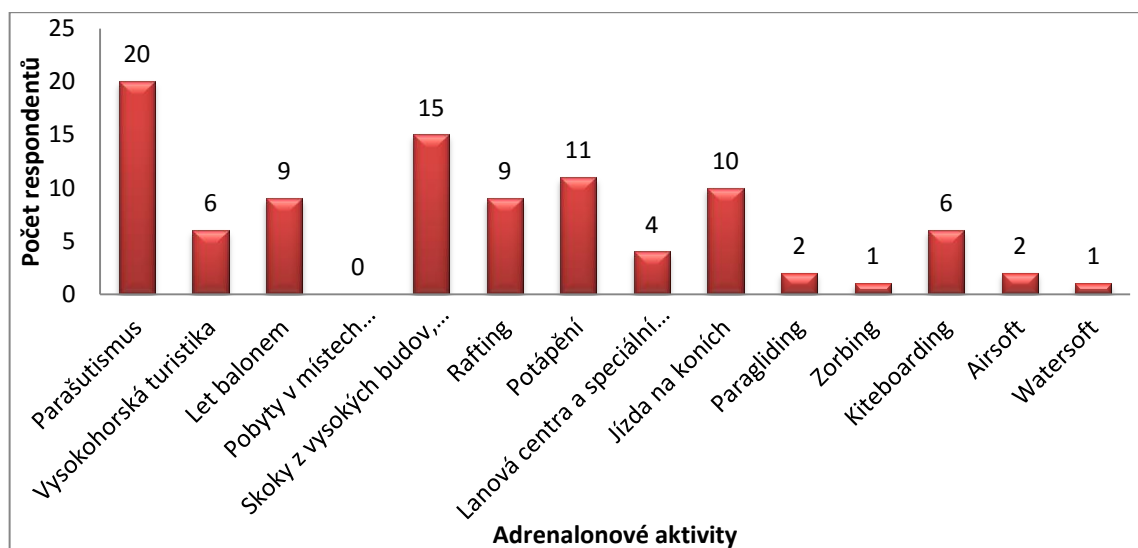
Otázka č. 9: Proč nechcete zkusit adrenalinový zážitek? Nepovinná otázka otevřeného typu. Odpovídají respondenti, kteří v předchozí otázce zvolili odpověď „Ne“. Cílem bylo zjistit příčiny, které jim brání ve vyzkoušení adrenalinového zážitku/turismu.

Z obdržených odpovědí lze vyvodit, že mezi hlavní příčiny patří:

- Nedostatek informací o bezpečnosti adrenalinových aktivit.
- Nezájem o adrenalinové aktivity či nechuť k nim.
- Strach z negativního dopadu adrenalinových aktivit na vlastní život.
- Nemožnost překonání vlastního strachu, především jde o strach z výšek.

Otázka č. 10: Jakou aktivitu byste chtěli zkusit jako první? Cílem této polootevřené otázky je zjistit, které aktivity by chtěli respondenti vyzkoušet jako první. Respondenti měli vybrat 1 odpověď z nabízených možností či napsat vlastní variantu. Mezi vlastními odpověďmi zazněl: carting, kanoe, paintball, snowboarding, surfing, tandemové seskoky, bobová dráha. Pro lepší přehlednost jsou odpovědi znázorněné v grafu níže.

Graf 12. Jakou aktivitu chtěli byste zkusit jako první

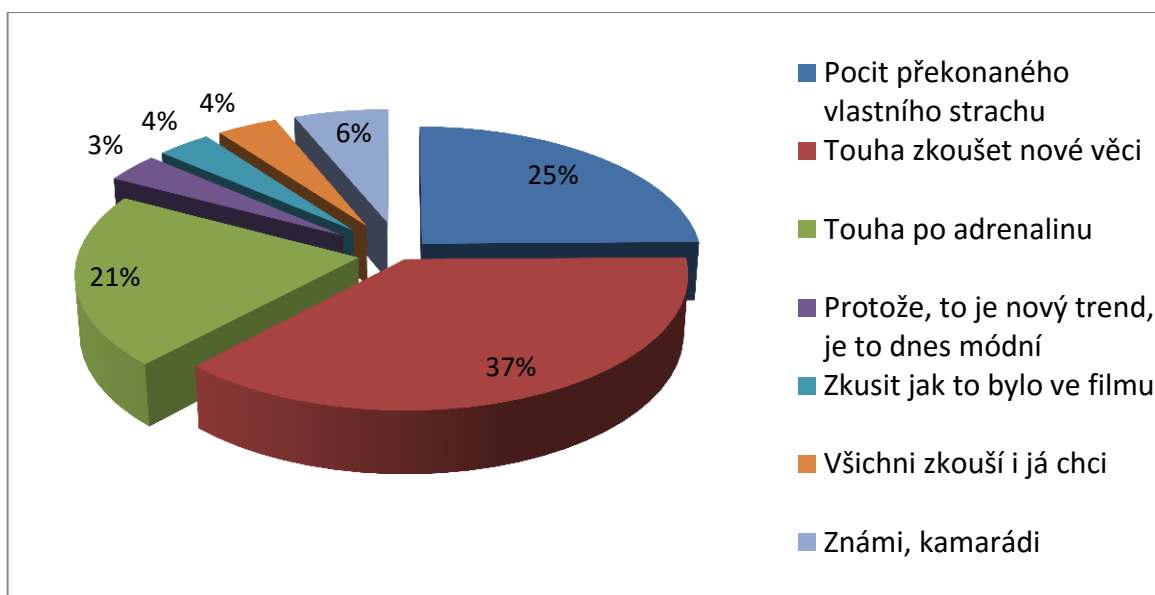


Zdroj: Vlastní výzkum, 2018

Z grafu vyplývá, že by ze 103 respondentů nejvíce chtělo vyzkoušet parašutismus, skoky z vysokých budov a mostů, dále pak potápění a jízdu na koních. Nejméně by chtěli vyzkoušet zorbing, watersoft, airsoft, a paragliding (nepříliš známé aktivity). Žádný z respondentů by nechtěl vyzkoušet pobyt v místě aktuálního válečného konfliktu.

Otázka č. 11: Proč vás baví adrenalinový turismus? Otázka uzavřeného typu. Na danou otázku odpovídají respondenti, kteří adrenalinový turismus nebo alespoň adrenalinovou aktivitu již vyzkoušeli, a respondenti, kteří jej doposud nevyzkoušeli, ale chtěli by. Tato otázka měla za úkol zjistit, co motivuje respondenty k provozování adrenalinových zážitků.

Graf 13. Důvody zájmu o adrenalinovém turismu



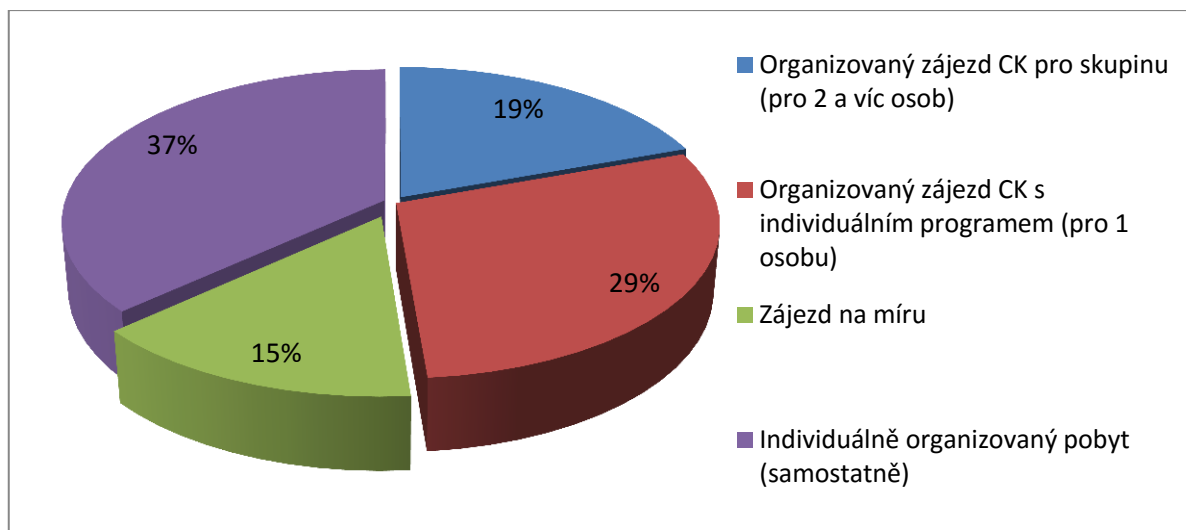
Zdroj: Vlastní výzkum, 2018

Z grafu lze usoudit, že z celku 226 respondentů nejvíce (84 osoby) touží po vyzkoušení nových věcí, druhým hlavním motivem je pak pocit překonání vlastního strachu (56 dotázaných), třetí významnou položkou je pocit adrenalinu a touha po něm (47 respondentů). Známí a kamarádi motivovali pro vyzkoušení adrenalinových sportů 14 osob. Nejmenší vliv na respondenty má potom důvod, že se tento sport stává populárním a začíná ho provozovat větší a větší množství lidí, a také touha vyzkoušet něco, co bylo znázorněno ve filmu.

Otázka č. 12: Jakou formu organizace adrenalinového turismu preferujete? Cílem této uzavřené otázky bylo zjistit, zda turisté preferují adrenalinový turismus organizovaný cestovními kancelářemi, nebo si zájezd/výlet zařizují sami.

Z uvedeného grafu č. 14 je zřejmé, že z celkového počtu 226 respondentů 83 dotázaných preferuje zájezd organizovaný samostatně, tedy bez využití nabídek cestovních kanceláří. Další nejčastější možností (29%, tedy 66 dotázaných) byl zájezd organizovaný cestovní kanceláří, ale s individuálním programem. 19% respondentů preferuje skupinový zájezd zařízený cestovní kanceláří. Zájezd na míru využívá jen 15% (44 dotázaných).

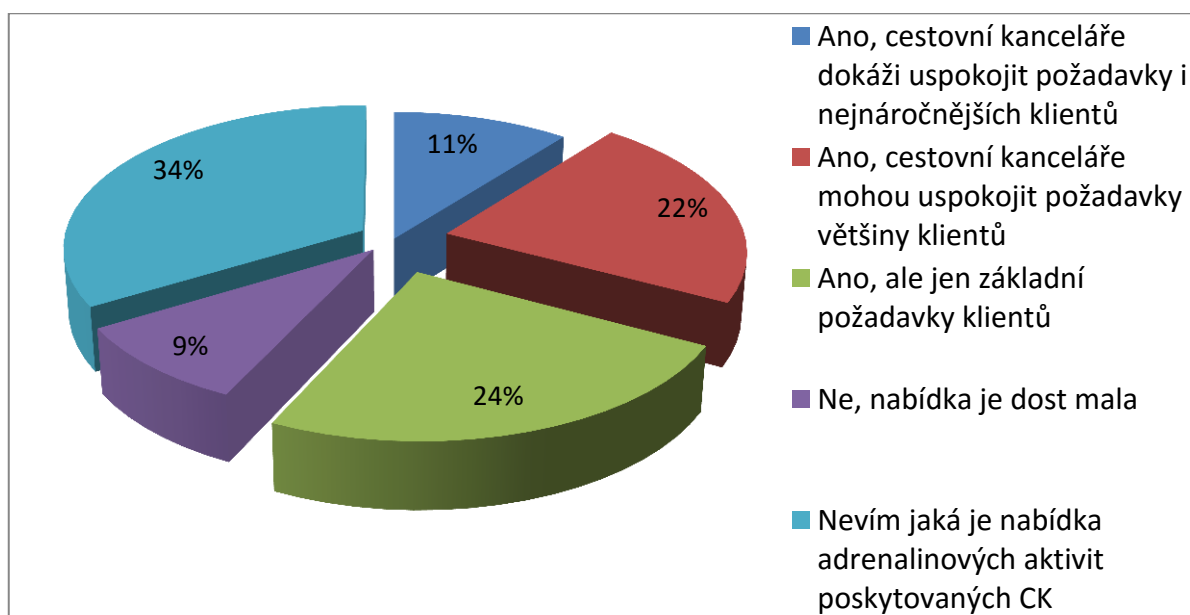
Graf 14. Preferovaná forma organizace adrenalinového turismu



Zdroj: Vlastní výzkum, 2018

Otázka č. 13: Jste spokojeni s nabídkou a množstvím adrenalinových aktivit poskytovaných českými cestovními kancelářemi? Tato uzavřená otázka měla za úkol zjistit, zda nabídka adrenalinových zájezdů nabízených cestovními kancelářemi uspokojuje potřeby klientů.

Graf 15. Spokojenost s nabídkou a množstvím adrenalinových aktivit poskytovaných českými cestovními kancelářemi

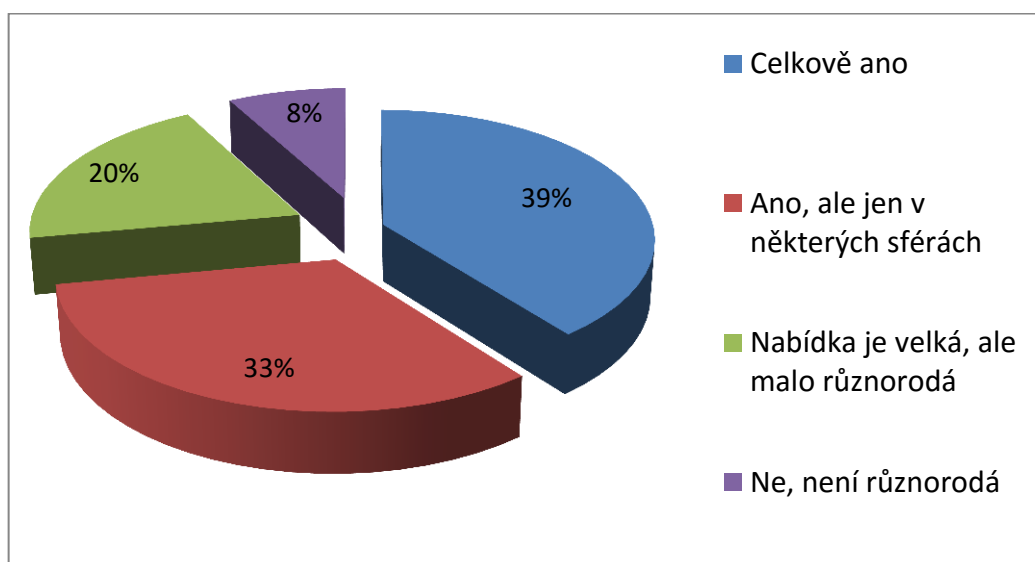


Zdroj: Vlastní výzkum, 2018

Z grafu je zřejmé, že 34% respondentů vůbec neví, jaká je nabídka cestovních kanceláří na trhu. Ve spojení s předchozí otázkou je důvodem to, že turisté dávají přednost zájezdu organizovanému samostatně. 24% respondentů uvedlo, že nabídka CK může uspokojit jen základní požadavky klientů, což znamená, že všechny atributy zájezdu budou mít standardní formu. Z 226 respondentů 50 odpovědělo, že cestovní kanceláře mohou uspokojit požadavky většiny klientů, že potřeby některých zákazníků nebudou upokojeny, 24 respondentů uvedlo, že cestovní kanceláře dokážou uspokojit požadavky i nejnáročnějších klientů. Zbytek respondentů uvádí, že nabídka na trhu je velice malá.

Otázka č. 14: Myslíte si, že v Česku je dostatečně různorodá nabídka adrenalinových aktivit? Otázka uzavřeného typu. Úkolem dané otázky bylo zjistit, co si lidé myslí o různorodosti adrenalinových aktivit na území ČR.

Graf 16. Různorodost nabídky adrenalinových aktivit na území ČR

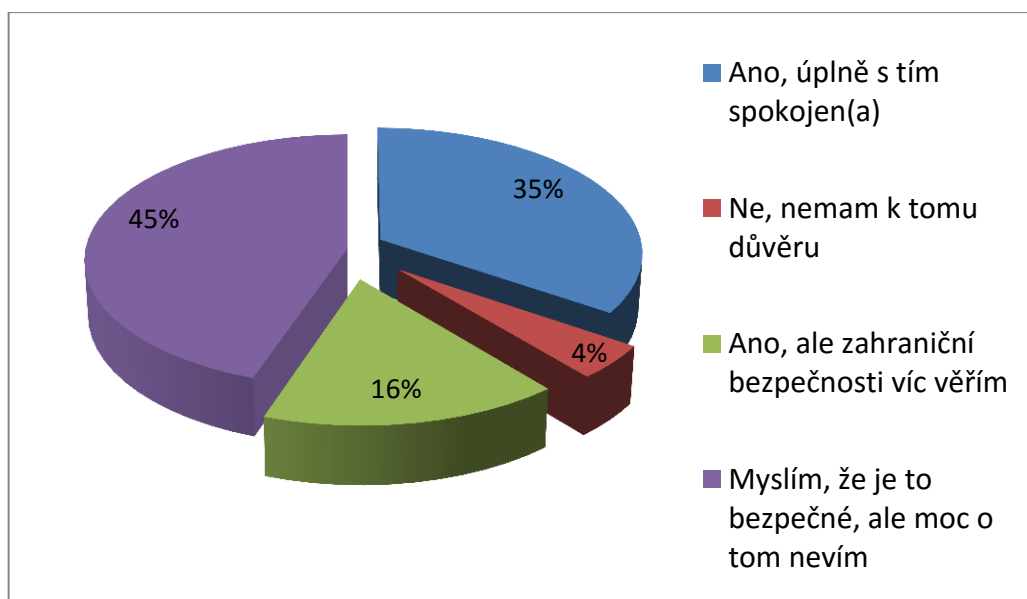


Zdroj: Vlastní výzkum, 2018

Z 226 respondentů si 89 myslí, že nabídka je různorodá ve všech sférách. Nejmenší množství dotázaných (18) uvádí, že nabídka není vůbec různorodá, že v Česku je malé spektrum nabízených aktivit..

Otázka č. 15: Jste spokojeni s bezpečností adrenalinových aktivit nabízených na území ČR? Otázka uzavřeného typu.

Graf 17. Spokojenost s bezpečností adrenalinových aktivit nabízených na území ČR



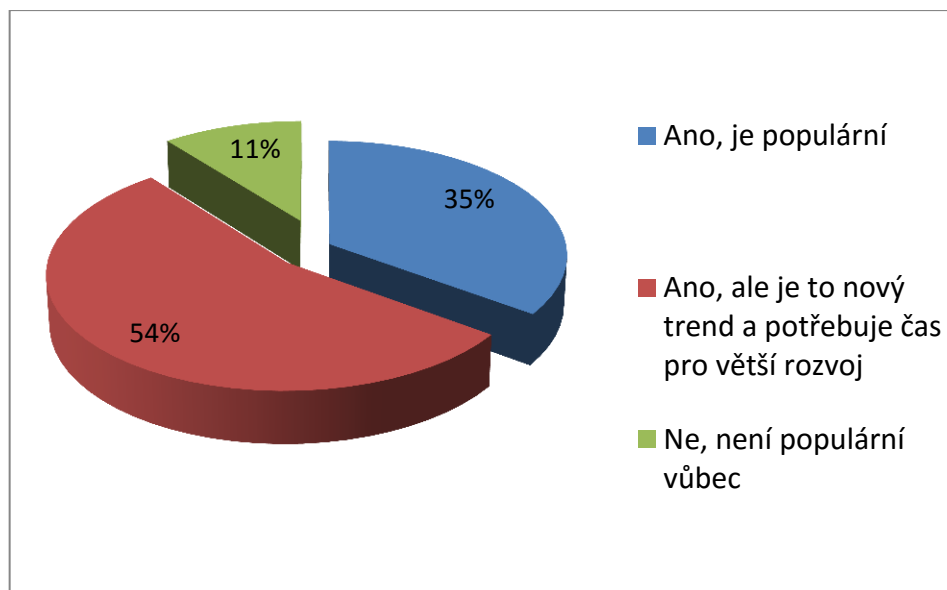
Zdroj: Vlastní výzkum, 2018

V této otázce měli respondenti zhodnotit svou spokojenost s bezpečností nabízených aktivit. Z celkového počtu 45% (78 dotázaných) odpovědělo, že jsou spokojení, přičemž 4% (10 respondentů) tento názor nesdílí a k bezpečnosti toho sportu nemají žádnou důvěru. Další možností byla odpověď, že k zahraniční bezpečnosti mají větší důvěru. Tuto odpověď zvolilo 16% (37 dotázaných). Nejvíce dotázaných, tedy 45% (101 respondentů) si myslí, že jsou adrenalinové aktivity bezpečné, ale neví jak je to ve skutečnosti.

Otázka č. 16: Myslíte si, že adrenalinový turismus je v ČR populární? Otázka uzavřeného typu. Cílem dané otázky bylo zjistit, co si respondenti myslí o popularitě adrenalinového turismu na území ČR.

Nadpoloviční většina respondentů, tedy 54% (123 osoby) si myslí, že celkově je zde adrenalinový turismus populární, ale potřebuje více času pro rozvoj. Druhou významnou skupinou jsou respondenti, kteří si myslí, že adrenalinový turismus je na daném území populární, tuto odpověď uvedlo 35% (79 dotázaných). Opačný názor má 24 respondentů, což je 13% z celkového počtu.

Graf 18. Populárnost adrenalinový turismus v ČR

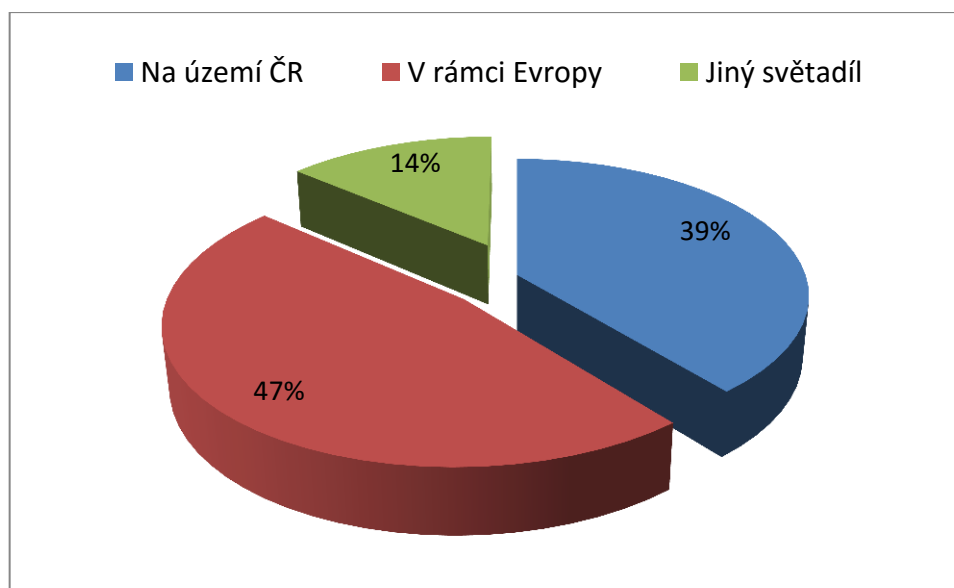


Zdroj: Vlastní výzkum, 2018

Otázka č. 17: Jakou destinaci upřednostňujete pro adrenalinový turismus? Otázka polootevřeného typu. Respondenti měli vybrat jednu nebo dvě odpovědi z nabízených variant. Druhá odpověď by byla odůvodněním výběru libovolné varianty. Mezi důvody výběru byli zasněné 4 varianty, přičemž 3 z nich měly podobný účel. Respondenti mohli uvést, že by adrenalinový zážitek volili podle destinace, že by zkusili adrenalinové aktivity v rámci své dovolené či jako součást zájezdu, že z důvodu bezpečnosti preferují jiný světadíl či provozování adrenalinové turistiky v rámci Evropy. Pro lepší přehlednost jsou odpovědi znázorněné v grafu níže.

Téměř polovina dotázaných, 107 osob (47%), preferuje provozování adrenalinového turismu/aktivit v Evropě. Na území ČR by provozovalo tento druh aktivit 88 dotázaných (39%). Zbýlých 31 respondentů (14%) by se vydalo k provozování adrenalinového zážitku do jiných mimoevropských zemí.

Graf 19. Destinace pro adrenalinový turismus



Zdroj: Vlastní výzkum, 2018

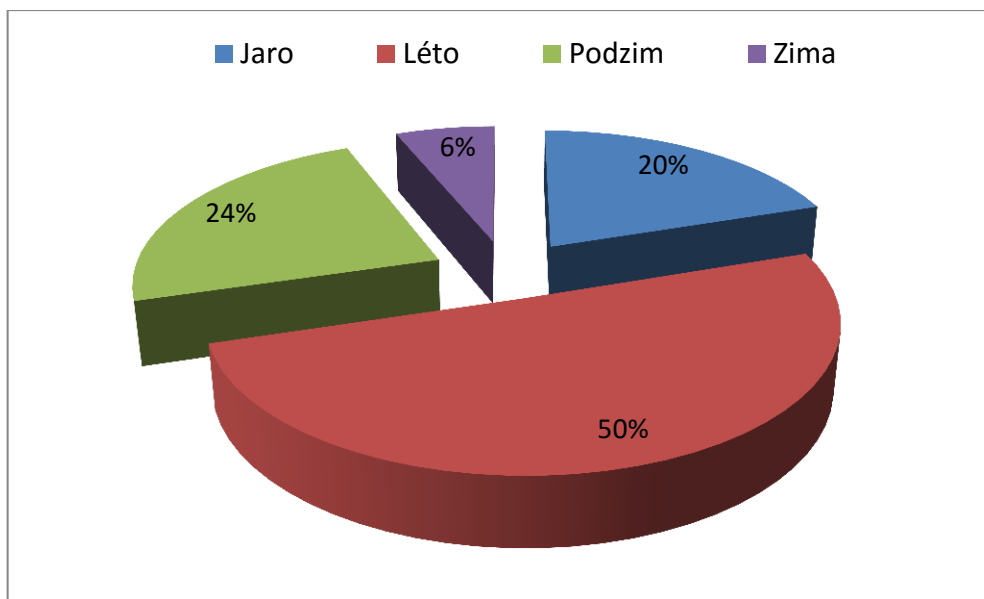
Otázka č. 18: V jakém prostředí v Česku preferujete realizaci adrenalinových aktivit? Otázka uzavřeného typu. Cílem této otázky bylo zjistit, jaké prostředí je neužívanější a nejzajímavější pro provozování adrenalinových sportů v tuzemsku.

Z odpovědí vyplývá, že za nejzajímavější jsou považovány aktivity na zemi, danou variantu zvolilo 43% (97 dotázaných). Dalším preferovaným prostředím je vzduch, pro který hlasovalo 35% (79 odpovědí). Nejméně atraktivním prostředím je voda, uvedlo ji 22% (50 respondentů).

Otázka č. 19: V jakém ročním období byste chtěli zažít nebo už jste zažili adrenalinové aktivity v ČR? Otázka uzavřeného typu. Účelem této otázky je zjistit, kdy respondenti využívají adrenalinové sporty.

Polovina respondentů (114 osob) preferuje adrenalinové aktivity v létě. Nejmenší skupinou respondentů, 6% (14 osob), jsou milovníci zimy jako ideálního období pro adrenalinové sporty. Na jaře provozuje nebo by chtělo provozovat tyto zážitky 20% (47 dotázaných), na podzim pak 24% (53 respondentů).

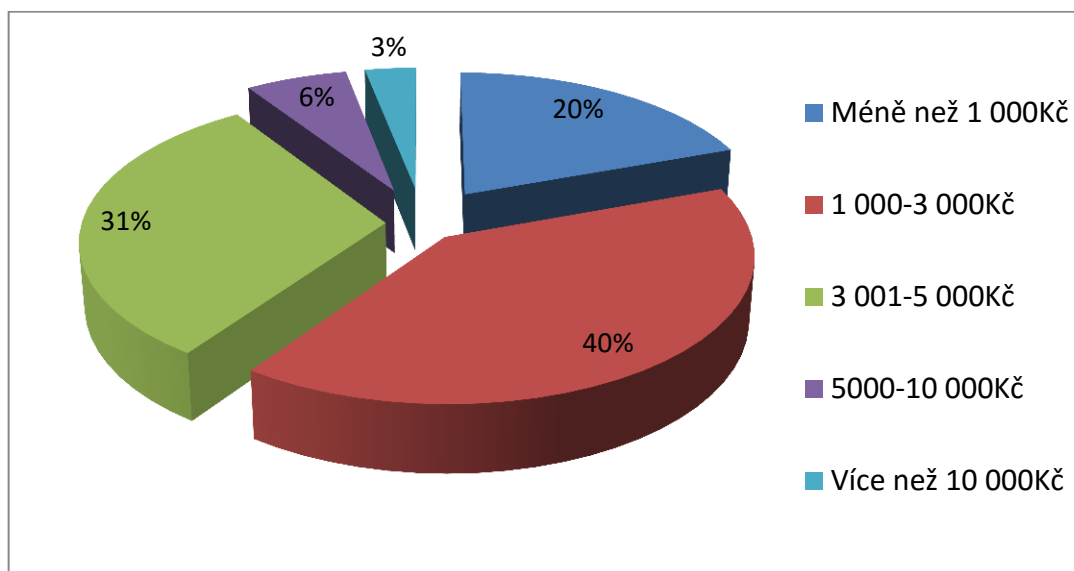
Graf 20. Roční období pro zažití adrenalinových aktivit v ČR



Zdroj: Vlastní výzkum, 2018

Otázka č. 20: Kolik jste ochotni vynaložit na jednodenní adrenalinový pobyt? Otázka uzavřeného typu. V dotazníku bylo navrženo pět cenových variant..

Graf 21. Kolik jste ochotni vynaložit na jednodenní adrenalinový pobyt?



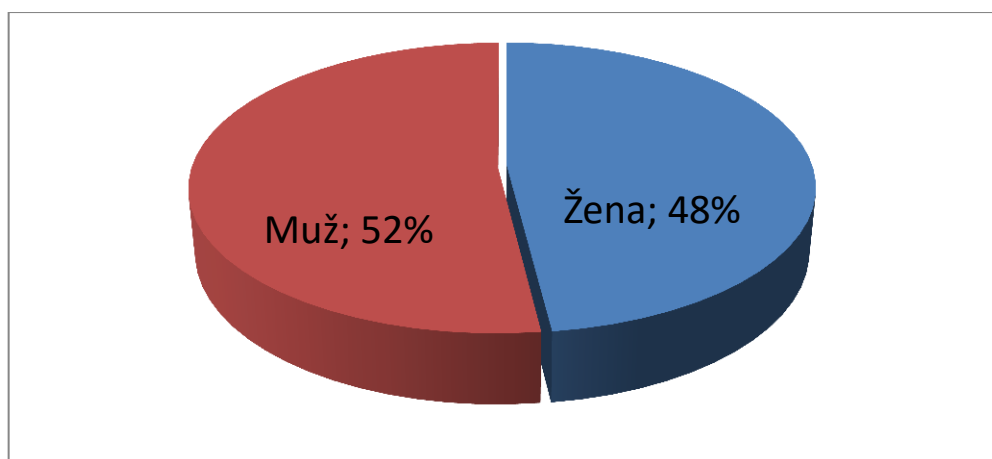
Zdroj: Vlastní výzkum, 2018

Přes 90 lidí (40%) by si jednodenní adrenalinový pobyt představovalo v cenovém rozmezí 1000 až 3000 Kč za osobu. To je zapříčiněno tím, že o adrenalinové aktivity mají zájem především mladí lidé bez stálého příjmu. Druhou největší 31% skupinou (70 respondentů)

jsou osoby, které jsou ochotné utratit za jeden den od 3 000 do 5 000 Kč. Z celkového počtu 226 respondentů je 44 dotázaných (20%) ochotno zaplatit do 1000 Kč, jen 14 (6%) by zaplatilo 5 000–10 000 Kč. 7 osob (3%) by zaplatilo více než 10 000 Kč, jednalo o respondenty se stabilně vysokým měsíčním příjmem, který bude uveden v demografické části dotazníku v otázce č. 25.

Otázka č. 21: Jakého jste pohlaví? Otázka uzavřeného typu. Z této otázky se začala druhá demografická část dotazníku. Od této otázky až do konce dotazníku odpovídali všichni respondenti v celkovém počtu 273 osob. Cílem této otázky bylo zjistit pohlaví respondentů.

Graf 22. Pohlaví respondentů

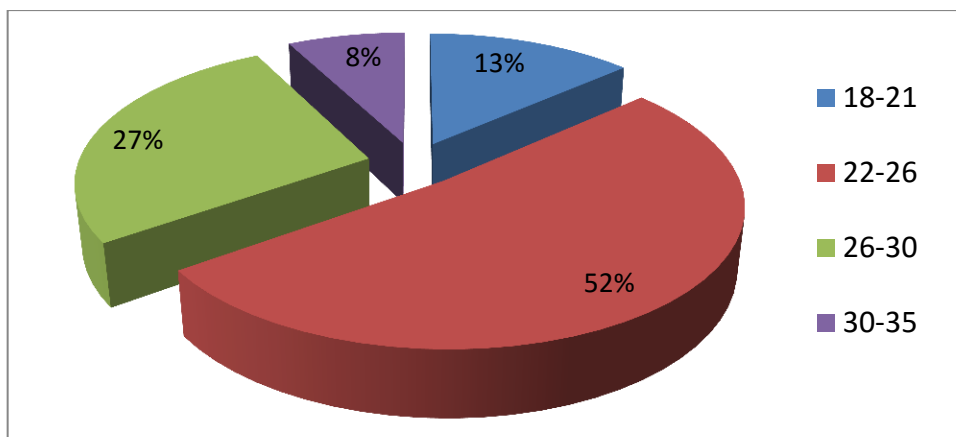


Zdroj: Vlastní výzkum, 2018

Graf zobrazuje poměr dotázaných žen 48% (131) a mužů 52% (142), kteří byli osloveni při dotazníkovém šetření. Daný výsledek je potvrzením toho, že muži jsou více nakloněni k vyzkoušení adrenalinových sportů.

Otázka č. 22: Jaký je Váš věk? Otázka uzavřeného typu. Účelem dané otázky bylo zjistit věkové složení respondentů. Dotazování se měli zařadit do věkových kategorií: 18 až 21 let, 22 až 26 let, 26 až 30 let, 30 až 35 let.

Graf 23. Věk respondentů

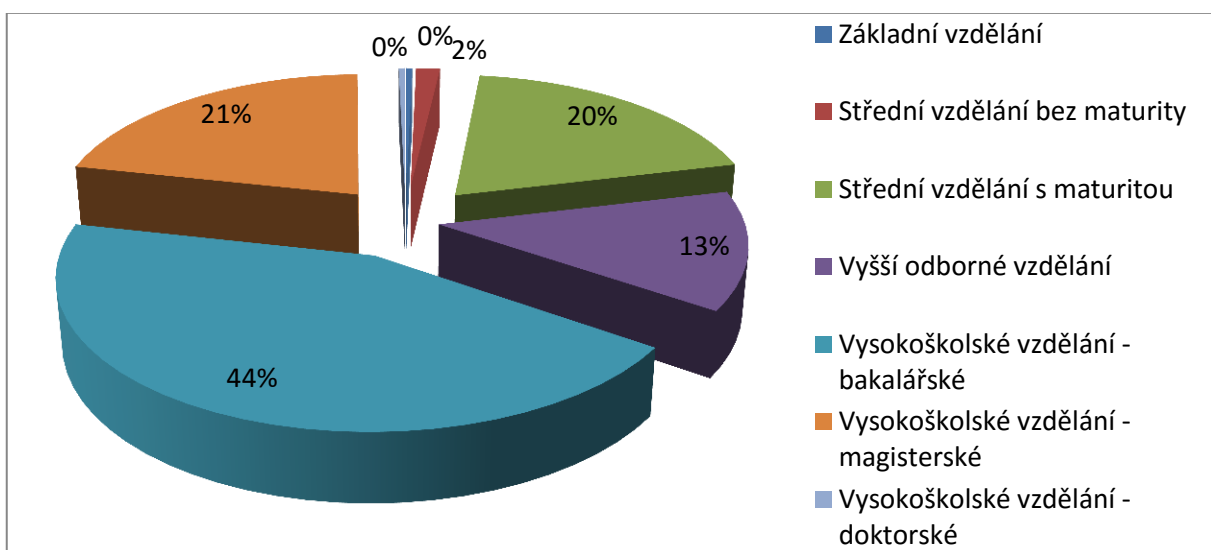


Zdroj: Vlastní výzkum, 2018

Nejčastěji za adrenalinovým turismem cestují účastníci ve věku 22 až 26 let. Tito respondenti tvoří více než polovinu, tedy 52% (141 osob) z celkového počtu dotazovaných. Do druhé nejpočetnější skupiny patří osoby ve věku 26 až 30 let, kterých bylo 27% (74 dotázaných). Třetí skupinou byli turisté ve věku 18 až 21 let, kterých se zúčastnilo 13% (37 lidí). Nejméně zastoupenou skupinou s 8% (21 respondentů) byla věková kategorie 30 až 35 let.

Otázka č. 23: Jaké máte dosažené vzdělání? Otázka uzavřeného typu. Cílem této otázky je zjistit nejvyšší dosažené vzdělání dotázaných.

Graf 24. Nejvyšší dosažené vzdělání respondentů

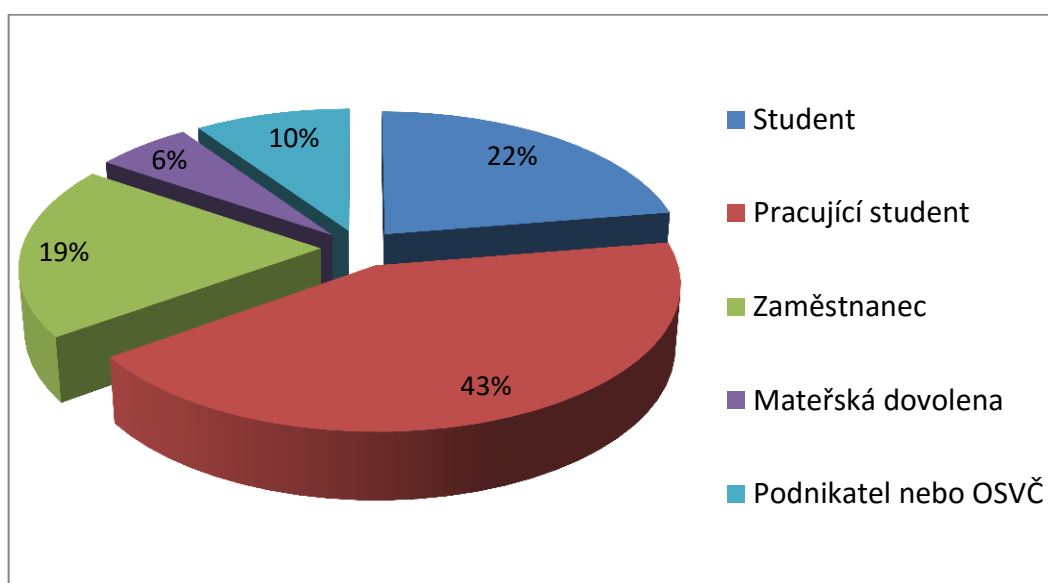


Zdroj: Vlastní výzkum, 2018

Z grafu je patrné, že 44% většina respondentů (120 dotázaných) má dosažené bakalářské vzdělání. Z celkového počtu 273 dotázaných měl jeden respondent doktorský stupeň a jeden dosáhl pouze základního vzdělání. 2% (4 dotázaných) měla střední vzdělání bez maturity, 53 (20%) mělo ukončenou školu, 36 (13%) dokončilo vyšší odborné vzdělání. Zbytek, tedy 58 respondentů, (21%) dokončil vysokou školu s titulem magistra.

Otázka č. 24: Jaká je Vaše hlavní současná ekonomická aktivita? Otázka uzavřeného typu. Výsledky jsou uvedené v grafu dole.

Graf 25. Ekonomická aktivita respondentů

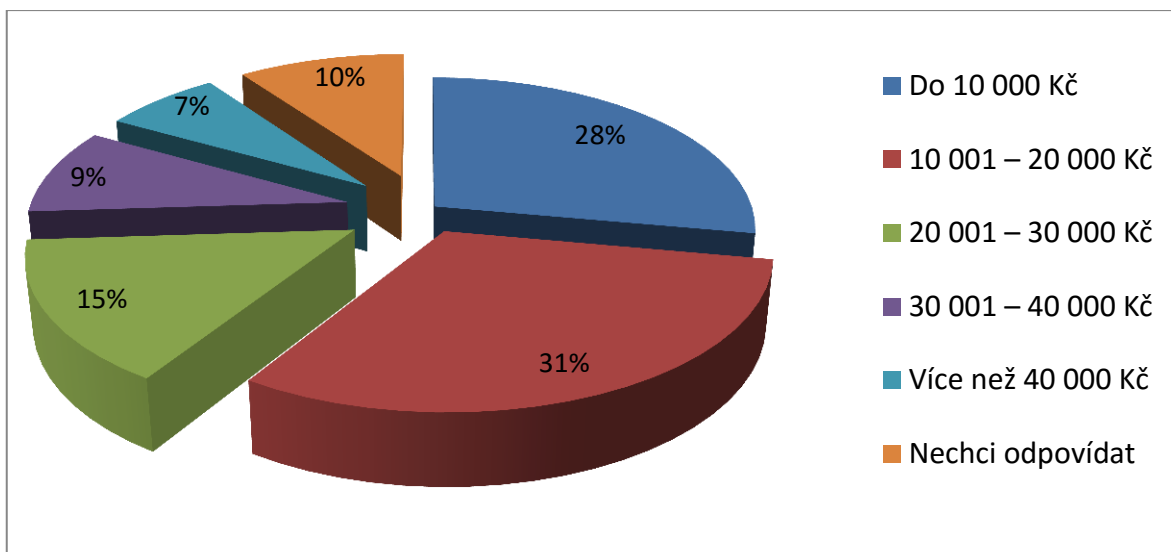


Zdroj: Vlastní výzkum, 2018

Největší počet respondentů – 43% (116 osob) jsou pracující studenti. Nejmenší skupinu dotázaných tvoří ženy na mateřské dovolené – 16 osob z 273, což je 6%.

Otázka č. 25: Jaký máte průměrný měsíční příjem? Otázka uzavřeného typu. Cílem této otázky je zjistit čistý příjem respondentů. 31% (85 osob) dostává měsíčně průměrně 10 001–20 000 Kč, 28% (76 osob) vydělává měsíčně do 10 000 Kč, 15% (41 respondentů) má měsíční příjem 20 000–30 000 Kč, 10% respondentů (27 dotázaných) nechtělo uvádět velikost svých příjmů z osobních důvodů nebo zvolilo odpověď, že nemají žádnou práci a nevydělávají nic. 9% (25 respondentů) má měsíční příjem 30 000–40 000 Kč a 7% (19 osob) vydělává více než 40 000 Kč.

Graf 26. Průměrný měsíční příjem respondentů



Zdroj: Vlastní výzkum, 2018

1.7.1 Shrnutí výsledků dotazníku

Dotazníkového šetření se zúčastnilo celkem 273 respondentů, z nichž bylo 52% mužů a 48% žen. 8% respondentů dává přednost dobrodružnému turismu před ostatními typy odpočinku. Celkem 51% respondentů již vyzkoušelo adrenalinové aktivity, 49% ne, ale 81% z nich by daný turismus chtělo zkusit, což dokazuje zájem o tuto oblast. Nejvíce využívanými aktivitami jsou parašutismus, lanová centra a speciální adrenalinové parky i jízda na koních. Hlavním důvodem, který motivuje lidi k vyzkoušení dané aktivity, je touha po nových zážitcích, dalším důležitým motivem je překonání vlastního strachu, především strachu z výšky. 54% respondentů je spokojeno s bezpečností adrenalinových aktivit na českém území, ale 35% dotázaných nemá dostatek informací k posouzení jejich bezpečnosti.

37% respondentů preferuje samostatně organizovaný pobyt, a proto neví, jaká je nabídka adrenalinových zájezdů cestovních kanceláří. Největší množství respondentů preferuje provozování daných aktivit v letním období a na zemi. Za jednodenní adrenalinový zájezd je 40% respondentů ochotno zaplatit 1 000–3000 Kč.

Největší skupinou respondentů byli pracující studenti s průměrným měsíčním příjmem 10 001–20 000 Kč a nejvyšším dosaženým bakalářským vzděláním.

1.8 Vlastní návrhy produktů

V této části diplomové práce budou navrženy tři zájezdy, v nichž jsou využívány adrenalinové aktivity. Tyto túry mohou být využity v nabídce zájezdů cestovních kanceláří, cestovní agentury i ubytovacích zařízení. Z analýzy nabídek adrenalinových zájezdů vyplývá, že na českém trhu existují jenom víkendové výlety nebo výlety na prodloužený víkend kvůli většímu zájmu zákazníků. Cestovní trasy jsou většinou sestavené pro cílovou věkovou skupinu 18–35 let. Účelem návrhu zájezdu je uspokojit touhu po adrenalinu a zkoušení nových aktivit i návštěvě zajímavých turistických míst. Při sestavování bylo bráno v potaz: umístění aktivit, kulturních památek nebo zajímavých turistických míst na cestě. Zájezd je možné po domluvě upravit.

1.8.1 Adrenalinový zájezd I. – Ve vodě

Název: Zájezd za vodním adrenalinem.

Typ: Zážitkový zájezd.

Termín: 13. 07. 2018-15. 07. 2018 (3 dny a 2 noci).

Počet účastníků: 8 osob.

Konečná cena: 3585,5Kč.

Doprava: Pro tento zájezd bude použit mikrobuse cestovního kanceláře, cena za 1 km – činí 24 Kč, pro cestu zajištěn 1 řidič, pěší prohlídky městem.

Trasa: Praha – Davle – Brandýs nad Labem - Mělník – Praha.

Ubytování: Pro účastníky tohoto zájezdu je zajištěn hotel V Pivovaře v Davle a hotel Sportcentrum Brandýs v Brandýse nad Labem. V každém hotelu se bude trávit jedna noc. Pro skupinu budou objednané čtyřlůžkové a dvoulůžkové pokoje.

Stravování: Během zájezdu bude zajištěno snídaně v každém hotelu. Další stravování si účastníci budou zajišťovat sami, během dne na to je vždy vymezen čas.

Program:

1. den (13.07.2018) – Odjezd z Prahy v ranních hodinách od Národního muzea. Příjezd do města Davle v 9:45 hod. Davle se nachází na soutoku Vltavy a Sázavy, a proto je startem většiny turistických cest. Se začátkem turistické sezony se zde zvyšuje počet turistů. Po příjezdu do města se skupina nejdříve ubytuje v hotelu V Pivovaře. Hotel leží uprostřed soutoku dvou řek a v okolí překrásné přírody. Je pronajatý na jednu noc pro osm osob.

Turisté budou ubytováni ve dvoulůžkových pokojích. Snídaně je zahrnuta v ceně ubytování. Po check-inu v hotelu bude následovat jednohodinové volno pro vlastní zájmy. Po přestávce (v 11:00 hod) následuje přesun k řece, kde může každý zažít adrenalinové aktivity na vodě pod dohledem instruktorů. Na aktivity bude vymezeno 6 hodin. Seznam zážitků je široký, každý si najde něco dle svých schopností a preferencí. Mezi adrenalinové aktivity zde patří flyboarding, jízda na vodním skútru, vodní lyžování a wakeboarding. Kolem 17:00 hodin zavítáme do Japonské zahrady Oleško o rozloze 5 000 m². Nachází se zde dvě oddělené zahrady v japonském stylu. První zahrada je spíše tradiční, pro poznávání, a je nejmenší, s umístěním jezírka. Druhá zahrada se rozprostírá nad řekou a nazývá se „Zahrada v zahradě“. Zahrada nad řekou je procházková a je doplněna o úsek s čajovou chýší několika druhů. Na procházku budou vymezeny 3 hodiny. Po návštěvě Zahrady autobus odveze skupinu na vyhlídku Máj, ze které se otevírá jeden z nejkrásnějších pohledů na řeku Vltavu, která zde protéká hlubokým skalnatým kanonem a vytváří krásnou přírodní scenérii. Z vyhlídky bude možnost spatřit nepředstavitelně krásný západ slunce, po němž se účastníci vrátí do hotelu.

2.den (14.07.2018) – V ranních hodinách odjezd z města Davle. Příjezd do Brandýsu nad Labem kolem 10. hodiny. Po příjezdu bude skupina ubytována v hotelu Sportcentrum Brandýs. Hotel se nachází v klidné části města a hosté si zde mohou vypůjčit vybavení na tenis nebo se koupat ve vnitřním bazénu. Ubytování je zarezervováno na jednu noc pro 8 lidí ve dvoulůžkových a čtyřlůžkových pokojích. Snídaně je v ceně. Po registraci v hotelu následuje projížďka městem s možností spatření Synagogy, Rudolfinky, zámeckého pivovaru, Staroboleslavského chrámu a zámku Brandýs nad Labem, který je nejvýznamnější renesanční památkou v Čechách. Ve večerních hodinách (od 16:00 hod) přecházíme od zámku k vodní ploše, kde bude možnost vyzkoušet surfování na první vlně pro surfing v České republice. Na surfování jsou vymezeny tři hodiny, kdy bude do kanálu proudit nejvíce vody, a proto bude zážitek připomínat surfování na divoké řece. Na místě jsou k zapůjčení kvalitní surfy a neopreny. Po surfování je volný čas a následuje grilování.

3.den (15.07.2018) – Po snídani v hotelu následuje odjezd z města Brandýs nad Labem. Předpokládaný přejezd do Mělníku je v 8:55 hod. Po příjezdu nás čekají 3 až 4 hodiny raftingu divokou řekou. Během plavby můžete poznat krásná přírodní místa, kam se suchou nohou nikdy nedostanete. Zažijete týmovou spolupráci a najdete si možná i nové přátele. Po raftingu následuje procházka historickým centrem města, prohlídka mělnického

podzemí ze 14. století i zámku Mělník s rozsáhlými vinnými sklepy a bohatou historií. Na programu je také návštěva Pražské brány, která ve 13. století sloužila ke střežení města od jihu, muzea Mělník, které je nejstarší v České republice, a je zde i nejstarší kostnice v ČR z 15. století. Po prohlídce města nás čeká odjezd do Prahy ve večerních hodinách.

Cena zahrnuje: Dopravu mikrobusem, ubytování, 2x snídane, služby průvodce, zákonné pojištění CK, informační materiály a DPH.

Cena nezahrnuje: Vstupy, adrenalinové aktivity, stravování.

Kalkulace:

Tabulka 8. Kalkulace ceny zájezdu za vodním adrenalinem

Položka	Výpočet	Cena za počet účastníků	Cena za jednoho účastníka
Doprava			
Celkem km	162,7 km*24Kč/km	3 904,8Kč	488,1Kč
Parkování	9 hod* 40Kč/hod	360Kč	45Kč
Celkem		4 264,8Kč	533,1Kč
Ubytování			
Hotel V Pivovaře	1 noc* 2 900Kč	2 900Kč	362,5Kč
Hotel Sportcentrum Brandýs	1 noc* 3 300Kč	3 300Kč	412,5Kč
Celkem		6 200Kč	775Kč
Stravování			
Snídane v hotelu V Pivovaře	1 snídaní * 8 os. * 100Kč	800Kč	100Kč
Snídane v hotelu Sportcentrum Brandýs	1 snídaní * 8 os. * 110Kč	880Kč	110Kč
Celkem		1 680Kč	210Kč
Ostatní			
Cestovní pojištění AXA Assistance	8osob* 345Kč/os/pobyt	2 760Kč/pobyt	345Kč
Služby průvodce	3dні*1 100Kč/den	3 300Kč	412,5Kč
Ubytování průvodce a řidiče	775Kč/2prenocování* 2osoby	1 550Kč	193,75Kč
Celkem		7 610Kč	951,25Kč
Předběžná cena zájezdu		19 754,8Kč	2 469,35Kč
Marže cestovní kanceláře	19 754,8 Kč * 0,2	3 950,96Kč	493,87Kč
DPH 21%	23 705,8 Kč * 0,21	4 978,2Kč	622,3Kč
Prodejní cena zájezdu		28 684Kč	3585,5Kč

Zdroj: Vlastní zpracování, 2018

Tabulka 9. Doplnkové poplatky (zájezd 1)

Vstupné a adrenalinové aktivity	
Jízda na vodním skútru (10min + instruktáž)	800Kč
Vodní lyžování (15min)	800Kč
Rafting (2-3hod)	3 480Kč
Adrenalinové surfování na řece (2hod)	1 200Kč
Wakeboarding (1hod)	455Kč
Flyboarding (30min)	1 790Kč
Japonská zahrada Oleško	60Kč
Mělnické podzemí	50Kč/dospělí, 25Kč/studenti
Zámek Mělník	130Kč/dospělí, 100Kč/studenti

Zdroj: Vlastní zpracování, 2018

Celková cena zájezdu zahrnuje počet ujetých kilometrů a cenu za parkování. K dopravě je přičtena cena za ubytování v hotelích (z toho vypočtena cena za stravování), služby průvodce, ubytování průvodce a řidiče, pojistné. K předběžné ceně zájezdu je přičteno DPH 21% a marže CK 20%. Tato celková cena je rozpočítaná na 8 účastníků.

1.8.2 Adrenalinový zájezd II. – Ve vzduchu

Název: Crazy víkend.

Typ: Zážitkový zájezd.

Termín: Dle přání (2dny) – individuální termíny, nebo 06. 05. 2019 – 07. 05. 2019 (2 dny a 1 noc)

Počet účastníků: 8 osob.

Konečná cena: 6 485Kč.

Doprava: Doprava mikrobusem cestovního kanceláře, 1km – 24 Kč, dopravu zajišťuje 1 řidič, doprava Prahou MHD.

Trasa: Praha – Příbram – Hrad Karlštejn – Praha.

Ubytování: Pro účastníky tohoto zájezdu je zajištěn tříhvězdičkový hotel Markéta na 1 noc. Pro skupinu budou objednané dvoulůžkové pokoje.

Stravování: Snídaně v ceně ubytování ve formě švédského stolu.

Program:

1.den (06. 05. 2019) – V 10 hod. sraz u Národního muzea, odkud začne cesta Prahou a první adrenalinový den. Nejdříve je v plánu projít Václavským náměstím, Staroměstským náměstím a Starým městem, podíváte se na Pražský Orloj, Karlův most, Pražský hrad, kostel Sv. Víta, Valdštejnskou zahradu i Zlatou uličku. Skupina se bude moci podívat na Prahu z televizní věže, která je 216 metrů vysoká, nebo z Petřínské rozhledny, která měří 64 metrů a nachází se v nadmořské výšce 324 metrů. Po prohlídce Prahy bude každý moci zakusit neobyčejné adrenalinové zážitky jako bungee jumping z jeřábu z 60 metrů, simulátor volného pádu pro přípravu k budoucímu tandemovému seskoku. Před každou aktivitou proběhne instruktáž se zkušenými instruktory. Po adrenalinovém zážitku následuje volný čas. Ve 20:00 hodin je zajištěn let balonem, celkem budou k dispozici 4 balony pro 2 osoby. Let balonem bude jistě nejzajímavější a nejromantičtější aktivitou dne, protože je během něj vidět historická Praha zalitá svitem při západu slunce. Večer je v plánu grilování ve čtyřhvězdičkovém hotelu Markéta s rodinnou atmosférou. Hotel se nachází v Praze 6 nedaleko Pražského hradu a historického centra města. Na ubytování jsou rezervované dvoulůžkové pokoje pro 8 osob. Snídaně je v ceně ubytování.

2.den (07. 05. 2019) – V ranních hodinách po snídani odjezd z Prahy do Příbrami. Předpokládaný příjezd v 10:30 hod. V Příbrami na Vás čeká tandemový seskok se zkušeným instruktorem z výšky 4 000 metrů. Nejdříve proběhne instruktáž, poté už samotný adrenalinový zážitek. Po této aktivitě budete mít 3 hodiny času na procházku městem a prohlédnutí kulturních památek, např. hornického muzea Příbram. Historie hornického muzea je spjata s těžbou stříbra, uranu a dalších rud. Návštěvníci mají možnost projížďky hornickým vláčkem a vyzkoušet fárání výtahem. Další památky jsou zámeček Ernestinum ze 14. století, jenž a souvisí s čínorodými aktivitami nejslavnějšího majitele panství arcibiskupa Arnošta z Pardubic; gotický kostel Sv. Jakuba Většího, který je nejstarší městskou památkou v minulosti plnící obrannou funkci; poté národní kulturní památka – rozsáhlá barokní Bazilika Nanebevzetí Panny Marie Svatá Hora, jež je jednou ze zastávek Svatojakubské evropské poutní cesty. V 15:00 hodin odjezd z Příbrami do hradu Karlštejn v nadmořské výšce 285 m. Tento gotický hrad je historicky a archeologicky nejvýznamnějším hradem v Česku, který byl vybudován králem Karlem IV. v roce 1357. Ačkoli jeho rekonstrukce proběhla v renesančním stylu, zásahy do samotného interiéru byly minimální. Kolem 20:00 hodin odjezd do Prahy.

Cena zahrnuje: Dopravu mikrobusem, ubytování, 1x snídaně, služby průvodce, zákonné pojištění CK, informační materiály, DPH, jeden tandemový seskok s 20% slevou.

Cena nezahrnuje: Stravování, adrenalinové aktivity, vstupné do historických památek.

Kalkulace:

Tabulka 10. Kalkulace ceny zájezdu Crazy víkend

Položka	Výpočet	Cena za počet účastníků	Cena za jednoho účastníka
Doprava			
Celkem km	144,8km* 24Kč/km	3 475,2Kč	434,4Kč
MHD	8os. *110Kč/den/os	880Kč	110Kč
Celkem		3 475,2Kč	544,4Kč
Ubytování			
Hotel Markéta	1 noc* 2 323Kč	2 323Kč	290Kč
Celkem		2 323Kč	290Kč
Stravování			
Snídaně v hotelu Markéta	1snídaně * 8 os. * 100Kč	800Kč	100Kč
Celkem		800Kč	100Kč
Ostatní			
Cestovní pojištění AXA Assistance	8osob* 345Kč/os/pobyt	2 760Kč/pobyt	345Kč
Služby průvodce	2dne*1 100Kč/den	2 200Kč	275Kč
Ubytování průvodce a řidiče	290Kč/1prenocování/* 2osoby	580Kč	72,5Kč
Tandemový seskok s 20% slevou	3 549 Kč – 20% = 2 839,2Kč* 8os.	22 713,6Kč	2 839,2Kč
Celkem		28 253,6Kč	3 531,7Kč
Předběžná cena zájezdu		35 728,8Kč	4 466,1Kč
Marže cestovní kanceláře	35 728,8Kč*0,2	7 145,8Kč	893,22Kč
DPH 21%	42 874,6Kč* 0,21	9 003,7Kč	1 125,5Kč
Prodejní cena zájezdu (uvedeno bez vstupu)		51 878Kč	6 485Kč

Zdroj: Vlastní zpracování, 2018

Tabulka 11. Doplnkové poplatky (zájezd 2)

Vstupné a adrenalinové aktivity	
Bungee jumping	1 790Kč
Let balonem	3 599Kč
Hrad Karlštejn	170 Kč/dospěli, 110 Kč/studenti
Hornické muzeum Příbram	40 Kč/dospěli, 20 Kč/studenti
Televizní věž Praha	230 Kč/dospěli, 160 Kč/studenti
Pražský hrad a Zlatá ulička	250 Kč/dospěli, 125 Kč/studenti

Zdroj: Vlastní zpracování, 2018

Celková cena zájezdu zahrnuje počet ujetých kilometrů a cenu za denní využití MHD v Praze. K dopravě je přičtena cena za ubytování v hotelu (z toho vypočtena cena za stravování), služby průvodce, ubytování průvodce a řidiče, pojistné a jeden tandemový seskok s 20% slevou. K předběžné ceně zájezdu je přičteno DPH 21% a marže CK 20%. Celková cena je rozpočítaná na 8 účastníků. Zájezd je určen jak pro úplné začátečníky, tak pro zkušené cestovatele.

1.8.3 Adrenalinový zájezd III. – Na zemi

Název: Prodloužený víkend s adrenalinem (Action days).

Typ: Zážitkový zájezd.

Termín: 06. 09. 2018 – 09. 09. 2018 (4 dny a 3 noci) nebo dle vlastní preference.

Počet účastníků: 8 osob.

Konečná cena: 6 819 Kč.

Doprava: Doprava mikrobusem cestovního kanceláře, 1 km – 24 Kč, dopravu zajišťuje 1 řidič, pěší prohlídky městem.

Trasa: Praha – Kutná Hora – Poděbrady – Milovice – Běla pod Bezdězem – Praha.

Ubytování: Pro účastníky tohoto zájezdu je zajištěn penzion Na Střelnici v Poděbradech, hotel Bílý Páv v Milovicích a vila Ptýrov 9 km od Bělé pod Bezdězem. Pro skupinu budou objednané dvoulůžkové a třílůžkové pokoje.

Stravování: 3x snídaně v ceně ubytování ve formě švédského stolu.

Program:

1.den (06. 09. 2018) – V ranních hodinách odjezd z Prahy do Kutné Hory. Předpokládáný příjezd v 9:45 hod. Nejdříve si zájemci zahrají airsoft. Na to budou mít 3 hodiny. Dále

skupina projde městem a seznámí se s historickými památkami. Uvidí unikátní kulturní a historickou památku – Kostnici – kostel karnerového typu ze 14. století stojící na exhumovaných kosterních ostatcích 40 000 zemřelých; gotický chrám sv. Barbory, jenž je jednou ze čtyř staveb katedrálního typu v ČR a patří k památkám UNESCO. Další unikátní památkou UNESCO je gotická Katedrála Nanebevzetí Panny Marie a sv. Jana Křtitele, jedna z nejstarších dochovaných gotických monstrancí na světě, jež v roce 1681 získala označení Splendissima Basilica (nejskvostnější bazilika). Jsou zde umístěny umělecké památky, např. obrazy P. Brandla, M. L. Willmanna a J. K. Lišky. Navštíven bude také kostel sv. Jana Nepomuckého a další místa. V odpoledních hodinách (okolo 15. až 16. hodiny) pojedou skupina do lázeňského města Poděbrady. Po příjezdu a ubytování ve dvoulůžkových a třílůžkových pokojích v penzionu Na Střelnici mají účastníci volný čas na prohlídku města, kde budou mít možnost spatřit centrální park s kolonádou, hlavní náměstí Krále Jiřího, zámek i řeku Labe. Budou mít možnost zajít si na kávu nebo jídlo do cukráren, kaváren či restaurací a ochutnat vodu z minerálních pramenů, které jsou po celém městě. Večer následuje grilování na ostrově naproti zámku.

2.den (07. 09. 2018) – Po snídani následuje odjezd z Poděbrad do Bělé pod Bezdězem. Příjezd v ranních hodinách okolo 9:15. Po instruktaži mají zájemci možnost zkusit rychlou adrenalinovou jízdu rallye v silném autě nebo offroad jízdu (Land Rover, ruský náklad'ák typu ZIL či čtyřkolka YAMAHA) v nepoddajném terénu. Po této aktivitě obdrží každý účastník diplom. Následuje volný čas strávený dle vlastních preferencí či prohlídka města s průvodcem, kde bude možno spatřit gotický hrad Bezděz, který patří k nejzajímavějším hradům v Česku a do dnes se zachoval v původní podobě. Máchovo jezero, muzeum papírových betlémů i náměstí s radnicí a věží jsou dalšími zdejšími památkami. Večer následuje odjezd do hotelu Bílý Páv. Ubytování je zajištěno pro 8 osob ve dvoulůžkových a třílůžkových pokojích. Snídaně je v ceně ubytování.

3.den (08. 09. 2018) – Po snídani následuje odjezd do Milovic. Příjezd je naplánován kolem 10. hodiny. Skupina se ubytuje ve vile Ptýrov. Ubytování je zajištěno pro 8 osob včetně snídaně. Po ubytování je v plánu jízda v transportéru BVP – bojovém vozidle pěchoty. Účastníci zakusí prudké sjezdy a výjezdy, smyky, závratnou jízdu a vše, co mohou očekávat. Trasa tankodromu činí 5 km, zabere tedy cca 20 min. Pro velké fanoušky extrémní jízdy čeká offroad jízda v podobných vozidlech, jako byly vyzkoušeny v Bělé pod Bezdězem. Po extrémních adrenalinových aktivitách na skupinu čeká prohlídka města

a seznámení s jeho kulturními památkami, mezi které patří kostelík sv. Osvalda (Gotharda) ze 17. století, neobvyklá kaplička sv. Jana Nepomuckého a boží muka u silnice k Pavlovu i brána vesnického hřbitova s renesančními prvky z počátku 17. století. Dle zájmu mohou také účastníci navštívit milovické festivaly.

4. den (09. 09. 2018) – V poslední den prodlouženého adrenalinového víkendu následuje po snídani návrat do Prahy. V Praze bude mít skupina možnost zažít adrenalin při zorbingu, zahrát si paintball, zakusit rychlou jízdu ve Ferrari 458 nebo spatřit nejzajímavější památky. Účastníci budou mít možnost projít Václavským náměstím, Staroměstským náměstím, Starým městem, podívat se na Pražský Orloj, Karlův most, Pražský hrad, kostel Sv. Víta, Valdštejnskou zahradu i Zlatou uličku. V plánu je i možnost spatřit Prahu z 216 m vysoké televizní věže nebo z Petřínské rozhledny, která měří 64 metrů a nachází se v nadmořské výšce 324 metrů. Šance bude i zajít si do restaurace a ochutnat tradiční české jídlo. Ve 20:00 hodin je v plánu let balonem, celkem budou k dispozici 4 balony pro 2 osoby. Let balonem se zajisté stane nejzajímavější a nejromantičtější aktivitou dne, protože je během něj krásný výhled na historickou Prahu zalitou září zapadajícího slunce. Cena zahrnuje: Dopravu mikrobusem, ubytování, 3x snídani, služby průvodce, zákonné pojištění CK, informační materiály a DPH, jízdu v transportéru BVP, let balonem.

Cena zahrnuje: Doprava mikrobusem, ubytování, 3x snídaně, služby průvodce, zákonné pojištění CK, informační materiály a DPH, jízda v transportéru BVP, let balonem.

Cena nezahrnuje: Stravování, adrenalinové aktivity, doprava MHD v Praze.

Kalkulace:

Tabulka 12. Kalkulace ceny zájezdu Action days

Položka	Výpočet	Cena za počet účastníků	Cena za jednoho účastníka
Doprava			
Celkem km	265,9 km *24 Kč/km	6 381,6 Kč	797,7 Kč
Celkem		6 381,6 Kč	797,7 Kč
Ubytování			
Penzion Na Střelnici	1 noc * 2 694 Kč	2 694 Kč	336,8 Kč
Hotel Bílý Páv	1 noc * 3 977 Kč	3 977 Kč	497 Kč
Villa Ptýrov	1 noc * 1840 Kč	1 840 Kč	230 Kč
Celkem		8 511 Kč	1 064 Kč
Stravování			
Snídaně v penzionu Na Střelnici	1 snídaně * 8 os. * 90 Kč	720 Kč	90 Kč
Snídaně v hotelu Bílý Páv	1 snídaně * 8 os. * 80 Kč	640 Kč	80 Kč
Snídaně ve Ville Ptýrov	1 snídaně * 8 os. * 90 Kč	720 Kč	90 Kč
Celkem		2 080 Kč	260 Kč
Ostatní			
Cestovní pojištění AXA Assistance	8 osob* 345 Kč/os/pobyt	2 760 Kč/pobyt	345 Kč
Služby průvodce	2dні* 900Kč/den	1 800 Kč	225 Kč
Ubytování průvodce a řidiče	1 064 Kč/ 3 přenocování/ * 2 osoby	2 128 Kč	266 Kč
Jízda BVP	239Kč* 8os.	1 912Kč	239 Kč
Let balonem	2999 Kč * 4 balony/ 2 os.	11 996 Kč	1 499,5 Kč
Celkem		20 596 Kč	2 574,5 Kč
Předběžná cena zájezdu		37 569,6 Kč	4 696,2 Kč
Marže cestovní kanceláře	37 569,6 Kč*0,2	7 513,9 Kč	939,2 Kč
DPH 21%	45 083,5 Kč* 0,21	9 467,5 Kč	1 183,4 Kč
Prodejní cena zájezdu (uvedeno bez vstupu)		54 551 Kč	6 819 Kč

Zdroj: Vlastní zpracování, 2018

Tabulka 13. Doplnkové poplatky (zájezd 3)

Vstupné a adrenalinové aktivity	
Spolujezdce rallye (1 hod)	20 480 Kč
Zorbing	1 352 Kč/ 2 os.
Airsoft	290 Kč
Offroad jízda (15-30 min)	4 399 Kč
Jízda ve Ferrari 458 (15 min/ 15 km)	959 Kč
Televizní věž Praha	230 Kč/dospěli, 160 Kč/studenti
Pražský hrad a Zlatá ulička	250 Kč/dospěli, 125 Kč/studenti

Zdroj: Vlastní zpracování, 2018

Celková cena zájezdu zahrnuje počet ujetých kilometrů, ubytování v hotelech (z toho vypočtena cena za stravování), služby průvodce, ubytování průvodce a řidiče, pojistné, jízda v BVP a večerní let balonem. K předběžné ceně zájezdu je přičteno DPH 21% a marže CK 20%. Tato celková cena je rozpočítaná na 8 účastníků. Zájezd je určen jak pro úplné začátečníky, tak pro zkušené cestovatele.

5. Zhodnocení výsledků a doporučení

Po provedení analýzy webových stránek cestovních kanceláří je možné říct, že české CK mají malou a nerůznorodou nabídku adrenalinových produktů. Nabídka je orientována spíše na zahraniční zájezdy v rámci Evropy nebo jiných kontinentů. Z celého spektra CK byly nalezeny jen čtyři cestovní kanceláři nabízejících adrenalinové produkty na území ČR: Klíč, Kudrna, Adventura, Hroch. Samozřejmě se nabídka postupem času může měnit a ostatní CK mohou navrhnout nové produkty.

Z výsledků dotazníkového šetření bylo zjištěno, že velký počet respondentů již adrenalinový turismus nebo samostatné aktivity vyzkoušel. Nejvíce využívanými aktivitami jsou parašutismus, lanová centra a speciální adrenalinové parky i jízda na koních. Hlavním důvodem, který motivuje lidi k vyzkoušení dané aktivity, je touha po nových zážitcích, dalším důležitým motivem je překonání vlastního strachu, především strachu z výšky. Přes 80% respondentů, kteří nikdy nezažili danou aktivitu, je ochotno ji v budoucnu zkusit. Převážná většina dotázaných je spokojena s bezpečností adrenalinových aktivit nabízených na území České republiky a po nich následuje 35% respondentů, kteří tyto aktivity také považují za bezpečné, ale nemají dostatek informací, které by to potvrdily. Třetina dotázaných pak preferuje samostatně organizovaný pobyt, a proto neví, jaká je nabídka adrenalinových zájezdů nabízených CK. Tento výsledek je důvodem malé nabídky produktů nabízených CK, že nejsou o zájezdy daného typu velká poptávka na trhu. Příčinou může být nedostatečná informovanost o existenci daných zájezdů, protože je to nový trend a potřebuje delší čas pro rozvoj (danou variantu uvedlo 54% respondentů z celkového počtu 226).

Pro zvýšení počtu zájemců o adrenalinové aktivity a zájezdy, informovanosti a rychlejšímu rozvoji dané turistiky se doporučuje:

- Navázat silnější spolupráci s externími společnostmi jako jsou turistická infocentra, ubytovací zařízení, turistické dopravní firmy atd.
- Více propagovat na internetu a sociálních sítích, kde mladí lidé tráví velké množství času (formou reklamy, webových stránek či krátkých videí, což by zvýšilo informovanost klientů i návštěvnost webových stránek CK a CA. zvýšil by se počet klientů, a zároveň by se byla poskytnuta informace o možnosti adrenalinového turizmu.

- Propagovat pomocí televizní reklamy, v časopisech (pouze reklama nebo odborné články), na billboardech, nebo jiných místech vhodných pro umístění reklamy.
- Vylepovat plakáty na vysokých školách a u spolupracujících externích společností.
- Prohlídky cestovních kanceláří a agentur, přednášky a konference na vysokých školách (cílová skupina mladých lidí). Informování by se mělo týkat dané cílové skupiny a obsahovat informace o možnostech tohoto turismu, o bezpečnosti a zajímavých místech pro vyzkoušení aktivit poskytovaných právě CK a CA.
- Investovat do PPC (pomocí Sklik, Google adwards a Facebooku) reklamy, která by zvýšila návštěvnost webových stránek CK a CA nebo firem nabízejících adrenalinové aktivity, a zároveň by se zvýšilo povědomí o možnostech adrenalinového turismu.

6. Závěr

Tato diplomová práce se zabývala zhodnocením adrenalinového cestovního ruchu jako nové formy současného turismu v České republice. V první části této práci bylo úkolem vymezit nejdůležitější teoretické informace týkající se cestovního ruchu, charakterizovat zážitkový turismus jako celek a definovat jeho podtyp, adrenalinový turismus. V druhé části bylo úkolem zanalyzovat nabídku adrenalinových produktů na trhu českého cestovního ruchu, provést dotazníkové šetření a jako poslední úkol navrhnout vlastní adrenalinové zájezdy s provedením kalkulace ceny.

Cílem této práce bylo zanalyzovat současnou nabídku adrenalinových produktů českými cestovními kancelářemi na tuzemském cestovním trhu. V práci byly popsány produkty čtyř cestovních kanceláří, které se zaměřují především na adrenalinový turismus, a to: Klíč, Kudrna, Adventura, Hroch.

Dalším cílem bylo zjistit, zda je nový trend adrenalinového turismu populární mezi turisty v ČR. Tento cíl byl naplněn pomocí dotazníkového šetření, kterého se zúčastnilo 273 respondentů, z nichž 226 patřilo k požadované cílové skupině (osoby znající pojem adrenalinový turismus, které už adrenalinové aktivity zkusily nebo by chtěly zkusit v budoucnu), což je dostatečný počet pro získání relevantních odpovědí. Dotazníkového šetření se zúčastnilo nejvíce lidí ve věkové kategorii 22–26 let, což je skupina, která adrenalinové aktivity zkouší nejčastěji. Mezi nejvíce využívanými aktivitami byl uveden parašutismus, lanová centra a speciální adrenalinové parky, jízda na koních a rafting. Po analýze sleduje závěr, že adrenalinový turismus je známý, ale není populární. Turisti dávají přednost vyzkoušení těchto zážitku v rámci Evropy nebo na jiných kontinentech.

Na základě znalosti současné nabídky adrenalinového turismu a dotazníkového šetření byla práce ukončena navržením třech adrenalinových zájezdů, které by bylo možno zrealizovat v praxi. Zájezdy byly navrženy pro tuzemské a zahraniční turisty ve věku 18-35 let. Zvolenou cílovou destinací byl Středočeský kraj a hlavní města Praha.

Práce byla ukončena zhodnocením všech výsledků praktické části a navržením doporučení cestovním kancelářím, agenturám a ostatním subjektům, které v dané oblasti realizují své podnikatelské aktivity, pro zvýšení počtu zájemců, nárůstu informovanosti o zájezdech nabízených cestovními kancelářemi a rychlejšímu rozvoje dané turistiky.

7. Seznam použitých zdrojů

1.9 Tištěné zdroje

BERÁNEK Jaromír a kol. *Ekonomika cestovního ruchu*. Praha: Mag Consulting, 2013. ISBN 978-80-86724-46-1.

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

DÖMEOVÁ, Ludmila. *Venkovský cestovní ruch v České republice*. Praha: Česká zemědělská univerzita v Praze, 2012. ISBN 978-80-213-2264-6

DROBNÁ, Daniela., MORÁVKOVÁ, Eva. *Cestovní ruch: pro střední školy a pro veřejnost*. Praha: Fortuna, 2010. ISBN 978-80-7373-079-6.

FRANCOVÁ, Eva. *Cestovní ruch*. Olomouc: Univerzita Palackého, 2003. ISBN 80-244-0719-1.

HENDL, Jan. *Kvalitativní výzkum: základní metody a aplikace*. Praha: Portál, 2005. ISBN 8073670402.

HESKOVÁ, Marie. *Cestovní ruch: pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. Praha: Fortuna, 2006. ISBN 80-7168-948-3.

HOLLOWAY, J. CHRISTOPHER. *Marketing for tourism*. Fourth Edition. London: Ashford Colour Press Ltd., 2004. 510 s. ISBN 0-276-68229-6.

HORNER, Susan., SWARBROOKE, John. *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času: aplikovaný marketing služeb*. Praha: Grada, 2003. ISBN 80-247-0202-9.

HRALA, Václav. *Geografie cestovního ruchu*. Praha: Idea servis, 2001. ISBN 80-85970-36-8.

JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. *Marketing v cestovním ruchu*. Praha: Grada, 2009. Marketing (Grada). ISBN 978-80-247-3247-3.

JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. *Marketing v cestovním ruchu: jak uspět v domácí i světové konkurenci*. Praha: Grada, 2012. ISBN 978-80-247-4209-0.

- KOTÍKOVÁ, Halina. *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. Praha: Grada, 2013. ISBN 978-80-247-4603-6.
- KRAUS, Daniel. *Trvale udržitelný rozvoj cestovního ruchu*. Brno, 2006. Diplomová práce. Masarykova univerzita.
- KUNEŠOVÁ, Eva., FARKOVÁ Blanka. *Technika zahraničních zájezdů*. 2., upr. a rozš. vyd. Praha: Idea servis, 2004. ISBN 80-85970-44-9.
- ORIEŠKA, Ján. *Služby v cestovním ruchu*. Praha: Idea servis, 2010. ISBN 978-80-85970-68-5.
- PAGE, Stephen J. *Tourism management*. 5th Edition. New York: Routledge, 2015. ISBN 9781138784574.
- PALATKOVÁ, Monika. *Marketingový management destinací*. Praha: Grada Publishing, 2011. ISBN 978-80-247-3749-2.
- PÁSKOVÁ, Martina., ZELENKA Josef. *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2002.
- PETRŮ, Zdenka. *Základy ekonomiky cestovního ruchu*. Praha: Idea servis, 2007. ISBN 978-80-85970-55-5.
- RAUTER, S., TOPÍČ, M., *Perspectives of the sport-oriented public in Slovenia on extreme sports*, 2011
- RYGLOVÁ, Kateřina. *Cestovní ruch: (soubor studijních materiálů)*. Ostrava: Key Publishing, 2007. ISBN 978-80-87071-44-1.
- STEHLÍK, E. a kol. *Základy marketingu*. Praha: Nakladatelství Oeconomica, 2002. ISBN 80-7079-527-1.
- SYSEL, Jiří., ZURYNEK, Josef. *Management cestovní kanceláře a cestovní agentury*. Praha: UJAK, 2009. ISBN 978-80-86723-78-5
- ŠIROKÝ, Jan. *Publikování a prezentace výsledků vědy a výzkumu*. Olomouc: Moravská vysoká škola Olomouc, 2010. ISBN 978-808-7240-410.
- Tomnyj, J., Tomnaja, L. *Ekonomika turisma*. Moskva: Sovětskij sport, 2003. ISBN 5-85009-777-5.

Wolf, Erik. *Culinary Tourism: The hidden harvest*. New York: Kendall Hunt, 2006. ISBN 978-0757526770

ZICHOVÁ, Jitka., PALATKOVÁ, Monika. *Ekonomika turismu: turismus České republiky*. Praha: Grada, 2014. ISBN 978-80-247-3643-3.

1.10 Elektronické zdroje

Adrex.com. [online]. Co je paragliding. [cit. 28.04.2017]. Dostupné z: <<http://adrex.com/cs/cz/vzduch/paragliding/clanky/paragliding-bezpecnost-pocity-a-zacatky>>.

Adrop.cz. Bungee jumping. [online]. [cit. 27.04.2017]. Dostupné z: <<https://www.adrop.cz/co-je-to-bungee-jumping>>.

Adventura.cz. *Adventura cestovní kancelář*. [online]. [cit. 11.10.2017]. Dostupné z: <<https://www.adventura.cz/>>.

Adventura.cz. *Kajak – intenzivní víkendové kurzy*. [online]. [cit. 11.10.2017]. Dostupné z: <<https://www.adventura.cz/zajezdy/6499-kajak-intenzivni-vikendove-kurzy/?filtr=zeme%3Dcesko>>.

Adventura.cz. *Představujeme Adventuru*. [online]. [cit. 11.10.2017]. Dostupné z: <<https://www.adventura.cz/proc-s-nami/predstavujeme-adventuru/>>.

Adventura.cz. *Seakajak - Vltava*. [online]. [cit. 11.10.2017]. Dostupné z: <<https://www.adventura.cz/zajezdy/6512-seakajak-vltava/?filtr=zeme%3Dcesko>>.

Adventura.cz. *Základní kury pohybu na via ferratach*. [online]. [cit. 11.10.2017]. Dostupné z: <<https://www.adventura.cz/zajezdy/6269-zakladni-kurz-pohybu-na-via-ferratach/>>.

Bolsatravel.cz. *Speleologie v Moravském Krasu*. [online]. [cit. 15.10.2017]. Dostupné z: <<http://www.bolsatravel.cz/zajezd/speleologie-v-moravskem-krasu/>>.

Cestování.cz. *KUDRNA s.r.o.* [online]. [cit. 15.10.2017]. Dostupné z: <<http://www.cestovani.cz/cestovky/kudrna/>>.

Ckklic.cz. *Adrenalin s CK Klíč*. [online]. [cit. 08.10.2017]. Dostupné z: <<http://www.ckklic.cz/zajezdy/adrenalin/adrenalinove-akce/adrenalinove-akce.6.html>>.

Ckklic.cz. *CK Klíč*. [online]. [cit. 08.10.2017]. Dostupné z: <<http://www.ckklic.cz/>>.

Ckklic.cz. *Divoká voda – rafting, yukony v Čechách a zahraničí*. [online]. [cit. 08.10.2017]. Dostupné z: <<http://www.ckklic.cz/zajezdy/lyze/skialpinismus-akce-na-skialpech-skitouring-skialpin/skialpinisticky-vikend-v-krkonosich-janske-lazne-snezka-janske-lazne.2.297.html>>.

Ckklic.cz. *Jednodenní rafting v Čechách a na Moravě (rafty)*. [online]. [cit. 08.10.2017]. Dostupné z: <<http://www.ckklic.cz/zajezdy/rafting/jednodenni-rafting-v-cechach-a-na-morave-rafty/jizera-rafting-rafting-na-jizere-na-raftu.16.315.html>>.

Ckklic.cz. *Skialpinismus – akce na skialpech, skitouring, skialpin*. [online]. [cit. 08.10.2017]. Dostupné z: <<http://www.ckklic.cz/zajezdy/lyze/skialpinismus-akce-na-skialpech-skitouring-skialpin/to-nejlepsi-z-nizkych-tater-na-skialpech-dumbier-a-chopok.2.10.html>>.

Conbiz.cz. *Vliv turistického ruchu na českou ekonomiku*. [online]. [cit. 05.03.2017]. Dostupné z: <<http://www.conbiz.cz/information/articles/economic-impact-tourism-czech-prague>>.

CZSO. cz. *Spotřeba cestovního ruchu v ČR*. [online]. [cit. 06.03.2017]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/tsa_t1_spotreba_prijezdoveho_cestovniho_ruchu_v_cr?p_p_id=3&p_p_lifecycle=0&p_p_state=maximized&p_p_mode=view&_3_struts_action=%2Fsearch%2Fsearch&_3_redirect=%2Fweb%2Fczso%2Fkatalog-produktu-vydavame&_3_keywords=Spot%25%99eba+cestovn%C3%ADho+ruchu+v+%25C4%8CR&_3_groupId=0>.

CZSO.cz. *Podíl cestovního ruchu na české ekonomice*. [online]. [cit. 12.03.2017]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/podil_cestovniho_ruchu_na_ceske_ekonomice>.

Destinace.kutnahora.cz. *Památky, Kutná Hora - městský informační portál*. [online]. [cit. 17.10.2017]. Dostupné z: <<http://destinace.kutnahora.cz/d/pamatky-1>>.

DIVIŠOVÁ, Anna. *Rozvoj cestovního ruchu v mikroregionu: přínosy a nevýhody pro občany a podnikatele v obci mikroregionu*. [online]. Brno: Fond mikroprojektů, 2015. [cit. 13.04.2017]. Dostupný z <<http://docplayer.cz/3230863-Rozvoj-cestovniho-ruchu-v-mikroregionu-prinosy-a-nevyhody-pro-obcany-a-podnikatele-obci-mikroregionu.html>>.

Hotel.cz. *Hotel V Pivovaře, Davle*. [online]. [cit. 19.10.2017]. Dostupné z: <https://v-pivovare.hotel.cz/>>.

Hotel.cz. *Sportcentrum Brandýs*. [online]. [cit. 19.10.2017]. Dostupné z: <<https://sportcentrum.hotel.cz/>>.

Hotelmarketaprague.cz. *Hotel Markéta Prague*. [online]. [cit. 20.10.2017]. Dostupné z: <<https://www.hotelmarketaprague.cz/cz/>>.

Infocentrum-brandysko.cz. *Informační centrum Brandýs nad Labem - Stará Boleslav*. [online]. [cit. 19.10.2017]. Dostupné z: <<http://www.infocentrum-brandysko.cz/cs/turisticke-cile/>>.

IPodnikatel.cz. *Cestovní kancelář a cestovní agentura není to samé. Ne, pokud ji chcete provozovat*. [online]. [cit. 13.04.2017]. Dostupné z: <<http://www.ipodnikatel.cz/Zalozeni-zivnosti/cestovni-kancelar-a-cestovni-agentura-neni-to-same-ne-pokud-ji-chcete-provozovat.html>>.

Japonska-zahrada.cz. *Japonská zahrada Oleško*. [online]. [cit. 19.10.2017]. Dostupné z: <<http://www.japonska-zahrada.cz/>>.

Kite-kurz.cz. *Co je kitesurfing?* [online]. [cit. 28.04.2017]. Dostupné z: <<http://www.kite-kurz.cz/co-je-kitesurfing/article/13>>.

Kmvlne.ru. *Management turizma. Polozitelnyje i otricatelnyje aspekty turistickej dejatelnosti*. [Online]. [cit. 13.04.2017]. Dostupný z <http://www.vfmgju72tourism.ru/turizm_kak_sektor_ekonomiki_270/polojitelnye_i_otricatelnye_aspekty_turistskoi_deyatelnosti_274/index.html>.

Kudrna.cz. *Aktivní dovolená s outdoorovou cestovní kanceláří Kudrna*. [online]. [cit. 15.10.2017]. Dostupné z: <<http://www.kudrna.cz/>>.

Kudrna.cz. *Dog-skijøring a jízda se psím spřežením*. [online]. [cit. 15.10.2017]. Dostupné z: <<http://www.kudrna.cz/zajezd/dog-skijoering-a-jizda-se-psim-sprezenim.html>>.

Kudrna.cz. *Indiánské táboření s jízdou na koni*. [online]. [cit. 15.10.2017]. Dostupné z: <<http://www.kudrna.cz/zajezd/indianske-taboreni-s-jizdou-na-koni.html>>.

Kudrna.cz. *Krkonoše na sněžnicích*. [online]. [cit. 15.10.2017]. Dostupné z: <<http://www.kudrna.cz/zajezd/krkonose-na-sneznicich.html>>.

Kudrna.cz. *Westernové kurzy na Vysočině*. [online]. [cit. 15.10.2017]. Dostupné z: <<http://www.kudrna.cz/zajezd/westernove-putovani-vysocinou.html>>.

Mekuc.cz. *Památky a zajímavosti - Turistické informační centrum*. [online]. [cit. 19.10.2017]. Dostupné z: <http://www.mekuc.cz/stranka/informacni-centrum/pamatky-zajimavosti>>.

Mistopisy.cz *Davle - Památky a zajímavosti*. [online]. [cit. 19.10.2017]. Dostupné z: <https://www.mistopisy.cz/pruvodce/obec/1744/davle/pamatky-turistika/>>.

MMR. Cz. *Zákon č. 159/1999 Sb., o některých podmínkách podnikání v oblasti cestovního ruchu*. [online]. [cit. 13.04.2017]. Dostupné z: <http://www.mmr.cz/cs/Regionalni-politika-a-cestovni-ruch/Cestovni-ruch/Pravo-Legislativa/Prehled-platnych-pravnich-predpisu/Zakon-c-159-1999-Sb-o-nekterych-podminkach> >.

MMR.cz. *Ministerstvo pro místní rozvoj. Region a cestovní ruch*. [online]. [cit. 12.10.2017]. Dostupné z: <http://www.mmr.cz/getmedia/b4aff6ee-1f70-4bb7-bbc6142734ba4d5d/GetFile11.pdf>>.

Pribram.eu *Město Příbram - oficiální stránky*. [online]. [cit. 20.10.2017]. Dostupné z: <http://pribram.eu/>>.

SKALICKÁ, Jitka. *Zážitková turistika zaměstná všech pět smyslů* [online]. 2007 [cit. 2017-04-12]. Dostupné z: http://www.cestovniruch.cz/results/zobraz_prispevek.php?id_prispevek=5658>.

Spektrumzdravi.cz. *Zorbing - adrenalinová jízda v uzavřené kouli*. [online]. [cit. 27.04.2017]. Dostupné z: <http://www.spektrumzdravi.cz/fitness/zorbing-a-aquazorbing-zazijte-adrenalinovy-pocit-v-uzavrene-pruhledne-kouli>>.

Surfwave.cz. *Vlna pod Zámkem – Brandýs nad Labem*. [online]. [cit. 19.10.2017]. Dostupné z: <http://www.surfwave.cz/vlna-pod-zamkem/>>.

TuristickýAtlas.cz. *Tipy na výlet, info pro turisty, vodáky i ostatní sportovce*. [online]. [cit. 20.10.2017]. Dostupné z: https://turistickyatlas.cz/vse/misto/6258_hrad-karlstejn.html>.

UNWTO. Org. *World Tourism Organization UNWTO*. [online]. [cit. 12.03.2017]. Dostupné z: <http://www2.unwto.org/>>.

Ygolok.net. *Turism: Aspekty turistického dějství*. [Online]. [cit. 10.04.2017] Dostupný z <http://www.ygolok.net/turizm/aspekty-turistskoj-deyatelnosti.html>>.

8. Přílohy

Příloha č. 1

Vážení respondenti,

Rada bych Vás poprosila o vyplnění dotazníku pro vypracování praktické části mé diplomové práce. Cílem dotazníku je zjistit, zda nový trend adrenalinový turismus je populární mezi tuzemskými a zahraničními turisty v ČR. Dotazník je anonymní. Děkuji za vyplnění dotazníku.

1) Jak často cestujete?

- Jednou za několik let
- Jednou za měsíc
- Jednou za rok
- Několikrát za rok

2) Jaký druh cestování preferujete nejvíce?

- Odpočinkový (na plážích, u moře, u řek)
- Poznávací (kulturní památky, historie)
- Dobrodružný (adrenalinové aktivity- rafting, let balonem, paintball)
- Obchodní (za nákupy)
- Gastronomický (ochutnávka jídla)
- Jiný

3) Znáte pojem adrenalinový turismus?

- Ano, znám
- Ano, pojem jsem slyšel (a), ale ho neznám
- Ne

4) Odkud jste získali informace o adrenalinovém turismu?

- Z televize
- Z časopisů
- Z internetu
- Z nabídky CK a CA

- Z novin
- Od kamarádů
- Jinak

5) Zkoušeli jste někdy adrenalinový turismus vy osobně?

- Ano, několikrát za rok
- Ano, jen jedenkrát to zkusil (a)
- Ano pravidelně jednou za rok to zkouším
- Ne, nikdy
- Ano, jen několikrát to zkusil (a) za svůj život

6) Jakou aktivitu jste už zkusili?

- Parašutismus
- Vysokohorská turistika
- Let balonem
- Pobyty v místech aktuálních válečných konfliktech
- Skoky z vysokých budov, mostů
- Rafting
- Potápění
- Lanová centra a speciální adrenalinové parky
- Jízda na koních
- Paragliding
- Zorbing
- Kiteboarding
- Airsoft
- Watersoft
- Kanoje
- Paintball

7) Jaké další aktivity chtěli byste zkusit v budoucnu?

- Parašutismus
- Vysokohorská turistika
- Let balonem
- Pobyty v místech aktuálních válečných konfliktech

- Skoky z vysokých budov, mostů
- Rafting
- Potápění (diving)
- Lanová centra a speciální adrenalinové parky
- Paintball
- Jízda na koních
- Paragliding
- Zorbing
- Kiteboarding
- Airsoft
- Watersoft

8) Chtěli byste zkusit adrenalinový turismus?

- Ano
- Ne

9) Proč nechcete zkusit adrenalinový zážitek?

10) Jakou aktivitu chtěli byste zkusit jako první?

- Parašutismus
- Vysokohorská turistika
- Let balonem
- Pobyty v místech aktuálních válečných konfliktech
- Skoky z vysokých budov, mostů
- Rafting
- Potápění
- Lanová centra a speciální adrenalinové parky
- Jízda na koních
- Paragliding
- Zorbing
- Kiteboarding
- Airsoft
- Watersoft

11) Proč vás baví adrenalinový turismus?

- Pocit překonaného vlastního strachu
- Touha zkoušet nové věci
- Touha po adrenalinu
- Protože, to je nový trend, je to dnes módní
- Zkusit jak to bylo ve filmu
- Všichni zkouší i já chci
- Známi, kamarádi

12) Jakou formu organizace adrenalinového turismu preferujete?

- Organizovaný zájezd CK pro skupinu (pro 2 a víc osob)
- Organizovaný zájezd CK s individuálním programem (pro 1 osobu)
- Zájezd na míru
- Individuálně organizovaný pobyt (samostatně)

13) Jste spokojeni s nabídkou a množstvím adrenalinových aktivit poskytovaných českými cestovními kanceláři?

- Ano, cestovní kanceláře dokáží uspokojit požadavky i nejnáročnějších klientů
- Ano, cestovní kanceláře mohou uspokojit požadavky většiny klientů
- Ano, ale jen základní požadavky klientů
- Ne, nabídka je dost mala
- Nevím jaká je nabídka adrenalinových aktivit poskytovaných CK

14) Myslíte si, že v Česku je dostatečně různorodá nabídka adrenalinových aktivit?

- Celkově ano
- Ano, ale jen v některých sférách
- Nabídka je velká, ale malo různorodá
- Ne, není různorodá

15) Jste spokojeni s bezpečností adrenalinových aktivit nabízených na území ČR?

- Ano, úplně s tím spokojen (a)
- Ne, nemam k tomu důvěru
- Ano, ale zahraniční bezpečnosti víc věřím
- Myslím, že je to bezpečné, ale moc o tom nevím

16) Myslíte si, že adrenalinový turismus je v ČR populární?

- Ano, je populární
- Ano, ale je to nový trend a potřebuje čas pro větší rozvoj
- Ne, není populární vůbec

17) Jakou destinaci upřednostňujete pro adrenalinový turismus?

- Na území ČR
- V rámci Evropy
- Jiný světadíl

18) V jakém prostředí v Česku preferujete realizaci adrenalinových aktivit?

- Vzdušní
- Vodní
- Na zemi

19) V jakém ročním období chtěli byste zažít nebo už jste zažili adrenalinové aktivity v ČR

- Jaro
- Léto
- Podzim
- Zima

20) Kolik jste ochotni vynaložit na jednodenní adrenalinový pobyt?

- Méně než 1 000Kč
- 1 000-3 000Kč
- 3 001-5 000Kč
- 5000-10 000Kč
- Více než 10 000Kč

21) Jakého jste pohlaví?

- Žena
- Muž

22) Jaký je Váš věk?

- 18-21
- 22-26

- 26-30
- 30-35

23) Jaké máte dosažené vzdělání?

- Základní vzdělání
- Střední vzdělání bez maturity
- Střední vzdělání s maturitou
- Vyšší odborné vzdělání
- Vysokoškolské vzdělání - bakalářské
- Vysokoškolské vzdělání - magisterské
- Vysokoškolské vzdělání - doktorské

24) Jaká je Vaše hlavní současná ekonomická aktivita?

- Student
- Pracující student
- Zaměstnanec
- Mateřská dovolena
- Podnikatel nebo OSVČ

25) Jaký máte průměrný měsíční příjem?

- Do 10 000 Kč
- 10 001 – 20 000 Kč
- 20 001 – 30 000 Kč
- 30 001 – 40 000 Kč
- Více než 40 000 Kč
- Nechci odpovídat