

**Česká zemědělská univerzita v Praze**

**Provozně ekonomická fakulta**

**Katedra statistiky**



**Diplomová práce**

**Analýza preferencí a chování účastníků cestovního  
ruchu**

**Bc. Dana Kopencová**

© 2013 ČZU v Praze

**ČESKÁ ZEMĚDĚLSKÁ UNIVERZITA V PRAZE**

Katedra statistiky

Provozně ekonomická fakulta

# **ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE**

Kopencová Dana

Hospodářská a kulturní studia

Název práce

**Analýza preferencí a chování účastníků cestovního ruchu**

Anglický název

**Analysis of preferences and behaviour of tourist traffic participants**

---

## **Cíle práce**

Cílem diplomové práce bude zhodnocení vývoje cestovního ruchu v ČR včetně analýzy chování účastníků cestovního ruchu, které bude ověřeno pomocí dotazníkového šetření.

## **Metodika**

Pro zpracování diplomové práce budou použity metody z oblasti analýzy časových řad a z oblasti analýzy kvalitativních znaků.

## **Harmonogram zpracování**

Zpracování literární rešerše: 06/2012

Sběr podkladových údajů: 07/2012 – 10/2012

Statistické zpracování dat a vyhodnocení výsledků: 11/2012 – 03/2013

Odevzdání práce: 03/2013

### Rozsah textové části

60 - 80 stran

### Klíčová slova

cestovní ruch, dotazníkové šetření, kvalitativní znaky, trendy, statistika cestovního ruchu

### Doporučené zdroje informací

Foret, M.: Marketingový průzkum: poznáváme svoje zákazníky. Brno: Computer Press, 2008. ISBN 978-80-251-2183-2  
Franke, A. a kol.: Statistika cestovního ruchu. Praha: Wolters Kluwer ČR, 2012. ISBN 978-80-7357-717-9  
Herzmann, J., Novák, I., Pecáková, I.: Výzkumy veřejného mínění. Praha: VŠE, 1995. ISBN 80-7079-570-0  
Hindls, R., Hronová, S., Seger, J.: Statistika pro ekonomy, 8. vyd. Praha: Professional Publishing, 2007. ISBN 978-80-86946-43-6  
Indrová J. a kol.: Cestovní ruch (základy). 2. vyd. Praha: Oeconomica, 2009. ISBN 978-80-245-1569-4  
Indrová J. a kol.: Mezinárodní cestovní ruch (vybrané kapitoly). Praha: Oeconomica, 2007. ISBN 978-80-245-1287-7  
Pecáková, I.: Statistické aspekty terénních průzkumů I. Praha: VŠE, 1995. ISBN 80-7079-737-1  
Reichel, J.: Kapitoly metodologie sociálních výzkumů. Praha: Grada, 2009. ISBN 978-80-247-3006-6  
Řezanková, H.: Analýza dat z dotazníkových šetření. 3. vyd. Praha: Professional Publishing, 2011. ISBN 978-80-7431-062-1  
Svatošová, L., Kába, B.: Statistické metody II. Praha: PEF ČZU, 2008. ISBN 978-80-213-1736-9  
Zelenka J., Pásková, M.: Výkladový slovník cestovního ruchu. 2. vyd. Praha: Linde Praha, 2012. ISBN 978-80-7201-880-2

### Vedoucí práce

Hošková Pavla, Ing., Ph.D.

### Termín odevzdání

březen 2013



**doc. RNDr. Bohumil Kába, CSc.**

Vedoucí katedry



**prof. Ing. Jan Hron, DrSc., dr.h.c.**

Děkan fakulty

V Praze dne 13.12.2012

### Čestné prohlášení

Prohlašuji, že svou diplomovou práci "Analýza preferencí a chování účastníků cestovního ruchu" 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 literatury na konci práce. Jako autorka uvedené diplomové práce dále prohlašuji, že jsem v souvislosti s jejím vytvořením neporušila autorská práva třetích osob.

V Praze dne 29. 11. 2013

---

## Poděkování

Ráda bych touto cestou poděkovala Ing. Pavle Hoškové, Ph.D. za odborné vedení, poskytnuté rady a připomínky, které přispěly k vypracování této diplomové práce. Dále děkuji i všem ostatním za rady a podporu poskytnuté během psaní.

# **Analýza preferencí a chování účastníků cestovního ruchu**

---

## **Analysis of preferences and behaviour of tourist traffic participants**

### **Souhrn**

Předmětem této diplomové práce je analýza preferencí a spotřebního chování účastníků cestovního ruchu. První část práce se zabývá teorií týkající se cestovního ruchu. Nejprve je cestovní ruch definován a je popsán jeho historický vývoj. Dále je představena typologie cestovního ruchu a klasifikace služeb v cestovním ruchu. Poté je práce zaměřena na statistický monitoring cestovního ruchu v České republice. Následující kapitoly jsou věnovány trendům v cestovním ruchu. V druhé části práce jsou pomocí vlastního dotazníkového šetření analyzovány preference a spotřební chování účastníků cestovního ruchu. Získané údaje jsou zpracovány za použití metod analýz kvalitativních znaků.

### **Summary**

The subject of this thesis is an analysis of preferences and behaviour of tourist traffic participants. The first part of this thesis deals with a theory of travel and tourism. First, the travel and tourism is defined and its historical development is described. Then, a typology of travel and tourism and a classification of services are presented. After that the thesis is focused on a statistical monitoring of tourism in the Czech Republic. Following chapters are dedicated to trends in the travel and tourism. In the second part of this thesis, preferences and behaviour of tourist traffic participants are analyzed with own survey. Obtained data are processed with methods of analysis of qualitative characters.

**Klíčová slova:** cestovní ruch, dotazníkové šetření, kvalitativní znaky, trendy, statistika cestovního ruchu

**Keywords:** travel and tourism, survey, qualitative characters, trends, statistic of travel and tourism

## Obsah

1 Úvod.....	11
2 Cíl práce a metodika .....	12
3 Teoretická východiska .....	13
3.1 Cestovní ruch .....	13
3.2 Historický vývoj cestovního ruchu .....	14
3.2.1 Etapizace novodobého cestovního ruchu.....	15
3.3 Typologie cestovního ruchu.....	18
3.3.1 Druhy cestovního ruchu.....	19
3.3.2 Formy cestovního ruchu .....	22
3.4 Klasifikace služeb cestovního ruchu.....	25
3.5 Statistický monitoring cestovního ruchu v České republice.....	26
3.6 Trendy v národním cestovním ruchu České republiky .....	30
3.6.1 Národní cestovní ruch v období první republiky .....	30
3.6.2 Národní cestovní ruch po druhé světové válce .....	31
3.6.3 Národní cestovní ruch v období 1989 – 1993.....	32
3.6.4 Národní cestovní ruch po roce 1993 .....	33
3.7 Trendy ovlivňující vývoj cestovního ruchu v Evropě .....	35
3.8 Světové trendy v cestovním ruchu.....	38
4 Metodika práce .....	45
4.1 Dotazníkové šetření .....	45
4.2 Analýza kvalitativních znaků.....	47
4.2.1 Asociační tabulky .....	47
4.2.2 Kontingenční tabulky.....	50
5 Praktická část .....	53

5.1 Vyhodnocení dotazníkového průzkumu .....	53
5.2 Vlastní analýza kvalitativních znaků .....	67
6 Závěr .....	80
7 Seznam použitých zdrojů.....	82
8 Přílohy.....	85

## **Seznam tabulek a grafů**

### **Seznam tabulek**

Tabulka 1 Asociační tabulka 2 x 2.....	47
Tabulka 2 Kontingenční tabulka k x m.....	50
Tabulka 3 Jezdíte na dovolenou? .....	53
Tabulka 4 Kde raději trávíte svou dovolenou? .....	53
Tabulka 5 Pohlaví .....	54
Tabulka 6 Jaké dovolené dáváte přednost?.....	57
Tabulka 7 Z jakého důvodu nejčastěji jezdíte na dovolenou? .....	60
Tabulka 8 Jaký způsob zabezpečení své dovolené upřednostňujete? .....	60
Tabulka 9 Kde jste se tohoto druhu dovolené zúčastnil/a?.....	66
Tabulka 10 Hypotéza č. 1 - kontingenční tabulka (frekvence dovolené a preference kvalita/cena služeb).....	68
Tabulka 11 Hypotéza č. 1 - teoretické četnosti.....	68
Tabulka 12 Hypotéza č. 2 - kontingenční tabulka (věk a způsob zabezpečení dovolené) ..	69
Tabulka 13 Hypotéza č. 2 - teoretické četnosti.....	69
Tabulka 14 Hypotéza č. 3 - kontingenční tabulka (věk a účast na dovolené podle světových trendů).....	71
Tabulka 15 Hypotéza č. 3 - teoretické četnosti.....	71



Tabulka 16 Hypotéza č. 3 - nová kontingenční tabulka (věk a účast na dovolené podle světových trendů).....	71
Tabulka 17 Hypotéza č. 3 - nové teoretické četnosti.....	72
Tabulka 18 Hypotéza č. 4 - kontingenční tabulka (četnost dovolené a místo pobytu dovolené) .....	73
Tabulka 19 Hypotéza č. 4 - teoretické četnosti.....	73
Tabulka 20 Hypotéza č. 5 - kontingenční tabulka (vzdělání a destinace) .....	74
Tabulka 21 Hypotéza č. 5 - teoretické četnosti.....	74
Tabulka 22 Hypotéza č. 5 - nová kontingenční tabulka (vzdělání a destinace).....	74
Tabulka 23 Hypotéza č. 5 - nové teoretické četnosti.....	75
Tabulka 24 Hypotéza č. 6 - kontingenční tabulka (pracovní pozice a ochota investovat do dovolené v zahraničí).....	75
Tabulka 25 Hypotéza č. 6 - teoretické četnosti.....	76
Tabulka 26 Hypotéza č. 6 - nová kontingenční tabulka (pracovní pozice a ochota investovat do dovolené v zahraničí) .....	76
Tabulka 27 Hypotéza č. 6 - nové teoretické četnosti.....	76
Tabulka 28 Hypotéza č. 7 - kontingenční tabulka (pracovní pozice a ochota investovat do dovolené v ČR).....	78
Tabulka 29 Hypotéza č. 7 - teoretické četnosti.....	78
Tabulka 30 Hypotéza č. 7 – nová kontingenční tabulka (pracovní pozice a ochota investovat do dovolené v ČR).....	78
Tabulka 31 Hypotéza č. 7 - nové teoretické četnosti.....	79
<b>Seznam grafů</b>	
Graf 1 Z jakých důvodů zůstáváte raději doma? .....	54
Graf 2 Věk .....	55
Graf 3 Nejvyšší dosažené vzdělání.....	56

Graf 4 Pracovní pozice .....	56
Graf 5 Jak často jezdíte na dovolenou? .....	57
Graf 6 V jakém ročním období obvykle jezdíte na dovolenou? .....	58
Graf 7 Jak dlouho obvykle trvá vaše dovolená? .....	58
Graf 8 Při výběru místa pobytu vaší dovolené preferujete spíše: .....	61
Graf 9 Při výběru vaší dovolené kladete větší důraz na: .....	61
Graf 10 Jakou maximální částku byste byl/a ochoten/ochotna investovat za dovolenou v zahraničí za jednu osobu? .....	62
Graf 11 Jakou maximální částku byste byl/a ochoten/ochotna investovat za dovolenou v ČR za jednu osobu? .....	63
Graf 12 Znáte některý ze současných světových trendů v cestovním ruchu? .....	64
Graf 13 Zúčastnil/a jste se někdy dovolené podle současných světových trendů v cestovním ruchu? .....	64
Graf 14 Kterého druhu dovolené podle současných světových trendů v cestovním ruchu jste se zúčastnil/a? .....	65
Graf 15 Kolikrát jste se zúčastnil/a dovolené podle současných světových trendů? .....	66

# 1 Úvod

Cestovní ruch je velice významnou součástí nejen světové ekonomiky, ale i národního hospodářství většiny vyspělých zemí světa. Během posledních několika desítek let se stal největším a nejrychleji rostoucím ekonomickým odvětvím ve světě a zahrnuje celou řadu oborů. Má značný vliv na platební bilanci, rozvoj regionů, příjmy místních rozpočtů, podílí se na tvorbě HDP a napomáhá v investiční oblasti regionů. Je také největším tvůrcem pracovních míst a v některých státech dokonce tvoří hlavní zdroj příjmů obyvatel.

Zároveň se ale také cestovní ruch stal běžnou součástí života lidí, ukazatelem životní úrovně a důležitým společenským fenoménem. Cestovní ruch napomáhá k všestrannému rozvoji osobnosti, vzdělávání, poznávání, obnově fyzických i psychických sil, lepšímu porozumění mezi lidmi či k tvorbě nového moderního životního stylu (CzechTourism, 2012).

Přesto se cestovní ruch musel v posledních letech potýkat s řadou nepříznivých událostí (např. teroristické útoky, ekonomická krize), se kterými se musel vyrovnat a zajistit, aby nedocházelo ke stagnaci odvětví.

V souvislosti s ekonomickými, sociálními, politickými změnami, změnami v životním stylu, zvyšováním vzdělání, globalizací a novými technologiemi neustále dochází ke změnám v preferencích a spotřebním chování účastníků cestovního ruchu. Ti se stávají daleko náročnější, co se týče trávení svého volného času, a proto musí být cestovní kanceláře a ostatní organizace cestovního ruchu schopné na tyto změny co nejrychleji zareagovat a včas přijít s novými nápady, jak rozšířit svou nabídku o nové produkty a uspokojit tak nové požadavky zákazníků a uspět v konkurenčním boji. Proto se objevuje mnoho nových trendů, které mají za úkol podpořit poptávku a zvýšit zájem potenciálních účastníků cestovního ruchu o cestování.

## **2 Cíl práce a metodika**

Cílem této diplomové práce je analýza preferencí a spotřebního chování účastníků cestovního ruchu, které bude zjišťováno pomocí vlastního dotazníkového šetření. Dotazník bude také zaměřen na povědomí respondentů o nových současných světových trendech v cestovním ruchu.

Pro vyhodnocení dotazníku a zjištění základních názorů respondentů budou nejprve použity základní popisné charakteristiky. Sebrané informace budou vyjádřeny pomocí absolutních a relativních četností a pro lepší přehlednost budou tyto informace znázorněny pomocí grafů a tabulek.

Následně bude stanoveno několik pracovních hypotéz. Získané informace pak budou zpracovány za použití metod analýz kvalitativních znaků. Příslušné údaje tedy budou zpracovány do asociačních a kontingenčních tabulek, na jejichž základě bude zkoumáno, zda mezi nimi existuje závislost a její případná intenzita.

## 3 Teoretická východiska

### 3.1 Cestovní ruch

Cestovní ruch je neustále se rozvíjející odvětví a v dnešní době se stává stále více důležitou součástí společnosti. Hlavním motivem účasti na cestovním ruchu je záměrná změna prostředí, která dává člověku možnost uspokojovat některé jeho potřeby, které není schopen z různých důvodů dostatečně uspokojit ve svém běžném prostředí (např. z nedostatku možností, příležitostí či kvality). K těmto potřebám patří například odpočinek, rekreace, zábava, poznání, kulturní nebo sportovní zážitky, upevňování zdraví či možnost seberealizace. Účastí na cestovním ruchu tedy člověk vyjadřuje své potřeby, zájmy a cíle. Zároveň platí, že lidé jsou mnohem informovanější, zkušenější a náročnější a za peníze, které jsou ochotni utratit, očekávají stále vyšší hodnotu (Jakubíková, 2009, s. 11).

Cestovní ruch je tedy stále výraznější složkou spotřeby obyvatelstva a také se stává značným ekonomickým fenoménem. Aby totiž bylo možné cestovní ruch realizovat, je nutné zajistit řadu ekonomických činností (doprava, podmínky pro pobyt a využití volného času), díky čemuž se cestovní ruch stává významnou oblastí podnikatelských příležitostí a zároveň pomáhá rozvoji nejen regionálních celků, ale také národních a světových ekonomik (Indrová, 2007, s. 7).

Z toho vyplývá, že cestovní ruch je složitým sociálně ekonomickým jevem, jehož přesné definování je značně obtížné. Jak se cestovní ruch vyvíjel, měnily se i jeho definice. Na počátku 20. století bylo snahou především odlišení cestovního ruchu od širšího pojmu cestování. V dalších letech se objevují jiná pojetí – např. ekonomické, sociální či dopravní.

Za přelomovou definici považuje Indrová (2007, s. 10) definici dvou švýcarských profesorů Waltera Hunzíkera a Kurta Krapfa z roku 1942, která říká, že cestovní ruch je souhrnem vztahů a jevů, které vyplývají z cestování a pobytu nerezidentů, pokud ovšem nevedou k trvalému usídlení a nejsou spojeny s žádnou výdělečnou činností. Toto vymezení se stalo základem pro další vývoj v definování cestovního ruchu a uvedené základní znaky se objevují i v současných definicích.

Pro účely statistického sledování a srovnávání však bylo nutné sjednocené a mnohem přesnější vymezení, o což se na různých konferencích pokoušela řada mezinárodních organizací. Avšak i přes tuto snahu byla dlouhou dobu tato pojmová nejednotnost velkým problémem statistiky světového cestovního ruchu.

Významným přelomem v definování cestovního ruchu a to i vzhledem k jeho statistickému sledování byla Mezinárodní konference o statistice cestovního ruchu, kterou uspořádala Světová organizace cestovního ruchu v roce 1991 v Ottawě. Na této konferenci došlo k unifikaci základních pojmů, které souvisí s cestovním ruchem a cestováním. Pojmy byly tedy přesně klasifikovány a vymezeny, díky čemuž byla sjednocena terminologie a zároveň tím byla umožněna unifikace sběru a zpracování statistických údajů o cestovním ruchu (Indrová, 2007, s. 12).

Podle definice Světové organizace cestovního ruchu (1991) je tedy cestovní ruch „činnost osoby, cestující na přechodnou dobu do místa mimo její běžné životní prostředí a to na dobu kratší než je stanovena (u domácího cestovního ruchu je tato doba šest měsíců, u mezinárodního cestovního ruchu jeden rok), přičemž hlavní účel její cesty je jiný než vykonávání výdělečné činnosti v navštíveném místě.“

V roce 2008 pak došlo k revizi a úpravě této definice. Samotná definice cestovního ruchu nebyla po své obsahové stránce změněna, došlo však k zpřesnění její poslední části. Nová definice vymezuje cestovní ruch jako „činnost osob cestujících do míst a pobývajících v místech mimo své obvyklé prostředí po dobu kratší, než je stanovena, za jakýmkoliv hlavním účelem (obchod, trávení volného času nebo jiný osobní účel) jiným než být zaměstnán rezidentním subjektem v navštíveném místě“ (Palatková, Zichová, 2011, s. 12).

Na základě existence množství definic lze shrnout tři základní rysy cestovního ruchu:

- 1) změna místa běžného životního prostředí,
- 2) dočasnost cesty a pobytu,
- 3) nevýdělečný charakter cesty a pobytu (Indrová, 2007, s. 11).

### **3.2 Historický vývoj cestovního ruchu**

Počátky cestování sahají daleko do historie. Bývá spojováno již se starověkými civilizacemi. Za nejstarší cestovatele jsou považováni Egypťané, Sumerové, Řekové

a Římané. K hlavním důvodům cestování patřilo v minulosti především zajištění obživy, náboženství, obchod, objevitelské cesty či politické a vojenské motivy.

Od středověku docházelo k rozvoji obchodních a objevitelských zámořských cest a je známa řada významných cestovatelů té doby. Patří k nim např. Marco Polo, Kryštof Kolumbus, Vasco de Gama, Fernão de Magalhães či Bartolomeu Diaz (Ryglová, 2007, s. 14).

Zrod novodobého cestovního ruchu značně souvisel s průmyslovou revolucí a s rozvojem výrobních sil a celé společnosti na přelomu 19. a 20. století. Na základě toho se mohl cestovní ruch dále rozvíjet. Postupně byla zkracována pracovní doba a zároveň měli lidé více peněžních prostředků. A díky rozvoji dopravy se naskytla příležitost cestovat více lidem, což mělo za následek další rozvoj ubytovacích a stravovacích zařízení. A kvůli negativním důsledkům průmyslu (horší životní a pracovní prostředí) lidé cítili větší potřebu návratu k přírodě a regenerace sil (Francová, 2003, s. 9).

### **3.2.1 Etapizace novodobého cestovního ruchu**

Vymezení etap cestovního ruchu je nejednotné. Hlavním důvodem je neexistence jednomyslného přístupu k historickým stránkám cestování a cestovního ruchu, neboť k tomuto účelu je třeba brát v úvahu celkový socio-ekonomický vývoj a ten se v různých částech světa liší.

Palatková a Zichová (2011, s. 13-17) člení cestovní ruch do čtyř etap. První etapou je období do první světové války, druhou je meziválečné období, třetí etapa probíhala od druhé světové války do počátku 90. let a poslední etapa trvá do současnosti.

#### **První etapa – do první světové války**

Do první světové války se cestovní ruch vyvíjel především ve vyspělejších zemích. Rozvoj výroby přispěl k většímu fondu volného času, který dal možnost nejdříve vyšším a později i středním a nižším vrstvám společnosti účastnit se cestovního ruchu. Vzhledem k ekonomickým rozdílům však byla tato účast rozdílná. Lidé z vyšších vrstev trávili svůj volný čas především v lázeňských střediscích a letoviscích a jejich pobyty zde měly dlouhodobější charakter. Střední a nižší vrstvy trávily spíše kratší pobyty především v přírodě.

První etapa je typická liberalizací cestovního ruchu, což znamená, že lidé mohli cestovat volně bez větších administrativních omezení.

Také došlo ke značnému rozvoji materiálně-technické základny a to především v lázeňských, rekreačních a přímořských střediscích.

Mezi důležité vynálezy tohoto období patří parní stroj a spalovací motor, které měly obrovský význam pro rozvoj dopravy. Velmi podstatnou se stala železniční doprava, protože zvýšila přepravní kapacity a snížila cenu dopravy.

Vzhledem k tomu, že nastal velký rozkvět cestovního ruchu, objevila se také potřeba vytvoření nové specifické pracovní síly a to nejen ve sféře ubytovacích a stravovacích služeb, ale zejména v oblastech zprostředkovávání služeb.

V této etapě navíc vznikl organizovaný cestovní ruch. Jeho zrod se datuje do roku 1841, kdy Angličan Thomas Cook uspořádal první hromadný organizovaný zájezd vlakem. Thomas Cook byl také zakladatelem první cestovní kanceláře na světě.

## **Druhá etapa – mezi dvěma světovými válkami**

Po první světové válce státy přistoupily v zájmu obnovy národního hospodářství k ochranným opatřením. Byl zredukován mezinárodní obchod a zároveň i mezinárodní cestovní ruch. K dalšímu snížení objemu zahraničního a domácího cestovního ruchu přispěl krach na newyorské burze a následná světová hospodářská krize ve 30. letech. Tato omezení a zhoršení ekonomických podmínek vedly ke zpomalení rozvoje materiálně-technické základny.

První světová válka však měla i určitá pozitiva. Díky ní nastal technický pokrok - zejména v oblasti dopravy. Rychle se vyvíjela především doprava silniční, což vedlo k sociálním změnám. Ty umožňovaly účastnit se cestovního ruchu stále širším vrstvám obyvatel, i když v různých podobách vzhledem k různému množství disponibilních finančních prostředků.

Také došlo k rozvoji základních forem a druhů cestovního ruchu a ten se začíná nově přesouvat i do jiných ročních období.

Následně si státy uvědomily důležitost příjezdového cestovního ruchu jako zdroje devizových prostředků a začaly ho podporovat. Příjezdový cestovní ruch se tak stal



součástí hospodářských ekonomik států. V důsledku toho bylo nutné založit mezinárodní orgány a organizace, které měly za úkol řešit otázky a problémy týkající se cestovního ruchu na mezinárodní úrovni, což dále vedlo k zlepšování a rozšiřování služeb.

Důležitou se také stala odborná příprava a vzdělávání pracovníků a v zemích s tradicí cestovního ruchu (např. Rakousko, Švýcarsko) vznikají specializované školy pro přípravu profesionálů v cestovním ruchu.

### **Třetí etapa – od druhé světové války do počátku 90. let**

Po druhé světové válce došlo k rozdělení světa na dva bloky. V každém bloku probíhal odlišný vývoj, což mělo za následek také rozdílný vývoj cestovního ruchu.

Země s tržní ekonomikou nejprve prochází růstem. I přes problémy v 70. a 80. letech, kvůli kterým dochází k ekonomickému poklesu (různé krize, nezaměstnanost, vysoká inflace) se domácí i zahraniční cestovní ruch stává obvyklou součástí spotřeby obyvatelstva a dokonce se stává masovým.

Také vývoj v zemích s centrálně plánovanou ekonomikou byl nejdříve úspěšný. V 80. letech ovšem došlo k prohloubení ekonomických problémů a ke stagnaci. Vyvíjel se především cestovní ruch domácí, protože volný pohyb osob i přístup k zahraniční měně byl omezený.

Celkově se v této etapě cestovní ruch stává důležitou součástí ekonomického a společenského života. Účastníky jsou lidé ze všech vrstev. Do cestovního ruchu také začíná zasahovat stát, který se snaží podpořit rozvoj jeho potenciálu.

Vedle dlouhodobého cestovního ruchu se rozvíjí i krátkodobý a příměstský cestovní ruch, protože lidé mají více volného času, jsou mobilnější a jejich životní úroveň je vyšší. Navíc v průmyslových aglomeracích a velkých městech není příliš příznivé životní prostředí. Vzhledem k novým potřebám se cestovní ruch dále rozšiřuje do různých forem a druhů a začíná se také uskutečňovat v zimní sezóně.

Dochází i ke změnám v materiálně-technické základně. Budují se komplexní střediska, sportovní zařízení pro možnost aktivního využívání volného času a dochází k výstavbě v horských oblastech. Důležitým druhem dopravy je na krátké a střední vzdálenosti

doprava silniční. Velký význam získává letecká doprava, které poskytuje možnost cestovat téměř do celého světa.

Zkvalitňují se poskytované služby, neboť se neustále zvyšuje vzdělávání a kvalifikace pracovníků v cestovním ruchu.

### **Čtvrtá etapa – 90. léta až současnost**

Poslední etapa souvisí hlavně s politicko-ekonomickými změnami, které proběhly ve střední a východní Evropě a vedly k rozpadu centrálně plánovaných ekonomik. Vlivem nenasycené poptávky došlo k plnohodnotnému zapojení do mezinárodního cestovního ruchu. To vše se ale netýkalo pouze zemí východního bloku. I pro země bývalého západního bloku se objevily nové možnosti – nové cílové destinace, nové trhy a investiční příležitosti.

Přestože se cestovní ruch vyvíjel v různých zemích vlivem vnitřních faktorů rozdílně, kvůli globalizaci na něj mají také vliv i společné vnější faktory. Včetně již zmiňovaných politicko-ekonomických změn jsou to také globalizační, integrační a liberalizační procesy, bezpečnost, technicko-technologické, demografické a sociální faktory.

Po roce 2001 došlo k velkému poklesu cestovního ruchu kvůli teroristickým útokům a následné válce v Iráku. Menší zájem o cestování zapříčinila i ekonomická krize v roce 2008.

### **3.3 Typologie cestovního ruchu**

Za typologii cestovního ruchu je považován soubor různých účelových členění vztahů a jevů, které se týkají cestovního ruchu. Jejich úkolem je systematické uchopení určitých charakteristik. V samotném členění však panuje značná nejednotnost a při vymezování druhů a forem jsou prosazována různá hlediska. Stejně tak není možné zcela vyjmenovat všechny kategorie, protože cestovní ruch se rozvíjí velmi rychle a dynamicky a nové druhy a formy se objevují neustále (Gavlasová, 2008, s. 28).

### **3.3.1 Druhy cestovního ruchu**

Druhy cestovního ruchu zohledňují především jevový průběh cestovního ruchu a způsob jeho realizace v závislosti na geografických, ekonomických, společenských a jiných podmínkách. Toto členění je založeno na vnějších faktorech.

#### **Cestovní ruch podle místa realizace**

Jedná se o členění podle území, na kterém cestovní ruch probíhá.

- a) domácí cestovní ruch – účastníci cestovního ruchu nepřekračují státní hranice své země, cestovní ruch probíhá pouze na území jejich vlastního státu,
- b) zahraniční cestovní ruch – vždy dochází k překročení hranic, dle daného státu se může dále rozlišovat na:
  - výjezdový cestovní ruch (pasivní, outgoing) – výjezdy občanů dané země do zahraničí,
  - příjezdový cestovní ruch (aktivní, incoming) – příjezdy zahraničních návštěvníků do dané země,
  - tranzitní cestovní ruch – průjezdy zahraničních návštěvníků přes území daného státu, aby dosáhli cíl cesty ve státě jiném,
- c) vnitrostátní cestovní ruch – cestovní ruch na území určitého státu, tedy cestovní ruch domácí a příjezdový,
- d) národní cestovní ruch – cestovní ruch obyvatelstva určitého státu, tedy cestovní ruch domácí a výjezdový,
- e) mezinárodní cestovní ruch – cestovní ruch mezi státy bez konkrétního teritoriálního určení, tedy zahraniční cestovní ruch více států,
- f) světový cestovní ruch – veškerý cestovní ruch na světě, při kterém dochází k překročení hranic, tedy veškerý příjezdový a výjezdový cestovní ruch všech států světa,
- g) cestovní ruch světa – veškerý cestovní ruch, který je na světě realizován, tedy domácí a zahraniční cestovní ruch všech států.

#### **Cestovní ruch podle délky pobytu**

Dělení se zabývá cestovním ruchem z hlediska času.

- a) krátkodobý cestovní ruch – délka pobytu je obvykle do tří přenocování,
- b) dlouhodobý cestovní ruch – pobyt trvá více než tři přenocování, avšak není delší než šest měsíců v domácím cestovním ruchu nebo jeden rok v zahraničním cestovním ruchu.

### **Cestovní ruch podle vlivu na platební bilanci státu**

Toto dělení se týká především vlivu cestovního ruchu na národní ekonomiku ve vztahu k zahraničí.

- a) aktivní cestovní ruch – příjezdy zahraničních návštěvníků představují příliv devizových prostředků a aktivně ovlivňují platební bilanci státu,
- b) pasivní cestovní ruch – občané dané země odčerpávají devizové prostředky země se záměrem nákupů v zahraničí, což ovlivňuje platební bilanci pasivně.

### **Cestovní ruch podle způsobu zabezpečení cesty a pobytu**

- a) organizovaný cestovní ruch – cesta a pobyt jsou zajištěny cestovní kanceláří nebo jiným podnikatelským subjektem,
- b) neorganizovaný cestovní ruch – účastník si vše zajišťuje sám.

### **Cestovní ruch podle příslušnosti účastníků ke skupině**

- a) individuální cestovní ruch – účastník cestuje sám či se svojí rodinou,
- b) skupinový cestovní ruch – cesta a pobyt jsou zajištěny hromadně pro vytvořené skupiny.

### **Cestovní ruch podle způsobu financování**

Členění řeší, z jakých zdrojů jsou hrazeny výdaje, které se týkají účasti na cestovním ruchu.

- a) komerční (volný) cestovní ruch – veškeré výdaje hradí účastník sám ze svých vlastních zdrojů,
- b) sociální (vázaný) cestovní ruch – je vázán na splnění stanovených podmínek, za kterých jsou náklady zcela či částečně hrazeny jiným subjektem než samotným účastníkem (např. zdravotní pojišťovnou, podnikem).

## **Cestovní ruch podle dopadu na životní prostředí**

- a) měkký cestovní ruch – minimálně narušuje životní prostředí v navštíveném místě,
- b) tvrdý cestovní ruch – působí zřetelné změny na životním prostředí.

## **Cestovní ruch podle věku účastníků**

Dělení dle věku předpokládá, že různé věkové skupiny mají různé potřeby a nároky na poskytované služby a tím pádem také různé spotřební chování.

- a) cestovní ruch dětí – organizované cesty a pobyty dětí do 15 let bez rodičů (např. školní výlety, školy v přírodě, letní tábory),
- b) cestovní ruch mládeže – cestovní ruch mladých lidí ve věku mezi 15 - 24 lety, kteří již cestují samostatně bez svých rodičů a prozatím i bez své vlastní rodiny,
- c) cestovní ruch rodin s dětmi – cestovního ruchu se účastní celá rodina – rodiče společně s dětmi, kterým je do určité míry přizpůsoben rozsah a typ služeb,
- d) cestovní ruch osob v produktivním věku (bez účasti dětí) – účastníky jsou lidé nad 40 let, kteří mají již odrostlé děti, dobrý fyzický stav, dostatek volného času a finančních prostředků,
- e) cestovní ruch seniorů – cestovní ruch obyvatel v postproduktivním věku, který zohledňuje zájmy, potřeby a možnosti seniorů, vzhledem ke stárnutí obyvatelstva v posledních letech nabývá velkého významu.

## **Cestovní ruch podle použitého dopravního prostředku**

- a) silniční individuální doprava (automobil, motocykl, kolo),
- b) autobusová doprava,
- c) železniční doprava,
- d) lodní doprava,
- e) letecká doprava,
- f) kombinovaná doprava,
- g) vertikální doprava (lanovky, vleky, výtahy),
- h) městská hromadná doprava.

### **Cestovní ruch podle ročního období**

- a) letní cestovní ruch,
- b) zimní cestovní ruch,
- c) sezónní cestovní ruch – období, ve kterém do dané destinace cestuje nejvíce návštěvníků,
- d) mimosezónní cestovní ruch – období, ve kterém do dané destinace cestuje nižší počet návštěvníků.

### **Cestovní ruch podle způsobu ubytování**

- a) hotelový cestovní ruch – účastníci cestovního ruchu jsou ubytováni v hromadných ubytovacích zařízeních typu hotel,
- b) parahotelový cestovní ruch – jiný typ ubytovacího zařízení (např. turistické ubytovny, chatové osady, kempy, chaty a chalupy).

### **Cestovní ruch podle převažujícího místa pobytu**

V tomto případě záleží na charakteru cílového místa pobytu a s tím související strukturou a úrovní poskytovaných služeb.

- a) městský cestovní ruch – tzv. city-break, má krátkodobější charakter a hlavními motivy jsou zážitky v historicky, kulturně a společensky zajímavých městech,
- b) venkovský cestovní ruch – uskutečňuje se mimo urbanizované celky v prostředí venkova,
- c) cestovní ruch ve střediscích cestovního ruchu – je vázán na resorty, které byly vybudovány pro účely cestovního ruchu (např. přímořská, horská, zábavní),
- d) lázeňský cestovní ruch – zahrnuje spíše dlouhodobější pobyty spojené s léčbou v lázeňském prostředí.

### **3.3.2 Formy cestovního ruchu**

Formy cestovního ruchu naopak kladou důraz na motivaci návštěvníků a vyjadřují charakter trávení času ze strany účastníka. K základním motivům patří motivy rekreační, kulturní, společenské, sportovní, ekonomické a specifické.

## **Rekreační cestovní ruch**

Rekreační cestovní ruch je nejrozšířenější formou cestovního ruchu. Jedná se o odpočinkovou formu cestovního ruchu, jejímž základním motivem je obnova fyzických i psychických sil účastníků. Z tohoto důvodu bývá realizován ve vhodném rekreačním prostředí, což k této obnově sil přispívá. Nemusí se jednat pouze o pasivní odpočinek. V dnešní době je kladen důraz i na aktivní způsob trávení dovolené a tato forma cestovního ruchu se často kombinuje s formami ostatními.

## **Kulturně-poznávací cestovní ruch**

Tato forma cestovního ruchu je orientována na poznávání historie, kultury a tradic. Má výchovně vzdělávací funkci a přispívá ke kulturnímu rozhledu. Řadí se sem návštěvy kulturně historických památek (hrady, zámky, lidová architektura), kulturních zařízení (muzea, galerie, knihovny), akcí (divadla, festivaly, slavnosti) či kulturní krajiny (zahrady, parky).

## **Sportovně-turistický cestovní ruch**

Jde o pobyty se sportovní náplní, jejichž snahou je zlepšit kondici účastníka a posílení zdraví. Patří sem pěší turistika, cykloturistika, vodní turistika a horská turistika. Specifickou formou je lovecká turistika, což je forma cestovního ruchu zaměřená na pobyty spojené s lovem zvěře a rybolovem. Do této kategorie spadá také sportovní diváctví, tedy pasivní účast na sportovních akcích.

## **Zdravotně-orientovaný cestovní ruch**

Do této formy cestovního ruchu se řadí cesty do lázní či rekreačních center, kde je hlavním motivem zlepšení zdravotního stavu účastníka. K tomuto účelu jsou využívány různé léčebné procedury (např. koupele, masáže, cvičení, relaxace). V současné době tato forma cestovního ruchu zažívá rozkvět, neboť se lidé stále více zajímají o péči o své zdraví a zdravý způsob života.

### **Přírodní cestovní ruch**

Cílem účasti na této formě cestovního ruchu je pobyt v přírodě a její hlubší poznávání, stejně tak jako poznávání života v ní. Jedná se především o atraktivní a výjimečná přírodní místa jako jsou např. národní parky, přírodní rezervace, chráněné krajinné oblasti, ale také exotičtější místa a atraktivity jako jsou pouště, pralesy či safari. Specifickým typem přírodního cestovního ruchu je ekoturismus. Jde o pobyt v přírodě, který nenarušuje její přirozené prostředí a chrání její hodnoty.

### **Venkovský cestovní ruch**

Venkovský cestovní ruch je zaměřen na pobyty zahrnující různé rekreační aktivity na venkově (např. pěší turistika, pozorování přírody, vyjížděky na kole či koni). Formou venkovského cestovního ruchu je agroturistika, kde mají účastníci možnost strávit určitý čas na farmách či statcích a poznat tamní způsob života. Tento pobyt kromě blízkého kontaktu s přírodou nabízí i možnost vyzkoušet si různé zemědělské činnosti (např. práce na poli, pomoc při sklizni, péče o zvířata). Dalším typem je ekoagroturistika, která také nabízí pobyty na farmách, které navíc mají certifikát ekologického zemědělství. Do venkovského cestovního ruchu také patří chataření a chalupaření.

### **Vzdělávací cestovní ruch**

Hlavním důvodem účasti na této formě cestovního ruchu je další vzdělávání, získání určitých znalostí a dovedností a osobní rozvoj (např. výuka jazyků, sportů). Na základě toho je také zařízen speciální program pobytu.

### **Kongresový cestovní ruch**

Kongresový cestovní ruch je určen především pro odborníky z různých oborů za účelem setkávání, možností získávání nových informací a vyměňování si zkušeností na různých kongresech, konferencích, sympoziích nebo seminářích. Na rozdíl od ostatních forem cestovního ruchu nebývá realizován ve volném čase. V současné době je o tuto formu cestovního ruchu stále větší zájem a stává se velmi lukrativní záležitostí.



## **Cestovní ruch se společenskými motivy**

Smyslem této formy cestovního ruchu je sociální kontakt a komunikace mezi lidmi. Patří sem návštěvy příbuzných a přátel a návštěvy společenských akcí.

Uvedený výčet forem cestovního ruchu není a nemůže být úplný. Formy cestovního ruchu jsou totiž vytvářeny na základě motivací účastníků cestovního ruchu, které jsou značně specifické a neustále se mění. Existuje tedy celá řada dalších forem cestovního ruchu – např. náboženský a poutní, nákupní, dobrodružný, zážitkový, politický, vojenský apod. Navíc se tyto formy cestovního ruchu v praxi neobjevují vždy v čisté formě, ale dochází k jejich vzájemnému prolínání (Drobná, Morávková, 2010, s. 13 - 17).

## **3.4 Klasifikace služeb cestovního ruchu**

Služby cestovního ruchu jsou službami komplexními a mají značný vliv na rozvoj cestovního ruchu. Jsou poskytovány řadou podnikatelských i nepodnikatelských subjektů, jejichž snahou je uspokojit přání a potřeby účastníků cestovního ruchu. Vzhledem k tomu, že nabízené služby mohou být velmi rozdílné, dochází pro potřeby cestovního ruchu k jejich klasifikaci podle různých kritérií.

### **Podle významu na spotřebě účastníků**

- a) základní služby – bez nich by nebyla účast na cestovním ruchu pro účastníky možná (doprava, ubytování, stravování),
- b) doplňkové služby - spojené s využíváním atraktivit, jsou důležitější pro motivaci účastníka cestovního ruchu.

### **Podle charakteru spotřeby**

- a) služby osobní – okamžitý užitný efekt (např. odnesení zavazadel),
- b) služby věcné – užitný efekt se dostaví zprostředkovaně hmotným statkem (např. úprava lyžařské výstroje).

### **Podle způsobu úhrady**

- a) služby placené – služby jsou poskytovány proti peněžní úhradě ze strany účastníka cestovního ruchu (např. prodej zboží, půjčování sportovních potřeb, hlídání dětí),

- b) služby neplacené – poskytování určitých služeb na náklady podniku (např. podávání informací, buzení, zprostředkování taxi).

### **Podle místa**

- a) služby poskytované v místě obvyklého pobytu,
- b) služby poskytované během přepravy,
- c) služby v rekreačním prostoru.

### **Podle způsobu zabezpečení**

- a) služby vlastní,
- b) služby poskytované dodavatelským způsobem – není zapojen mezičlánek (ubytovací a stravovací služby),
- c) služby obstarávané - jsou využívány cestovní kanceláře a agentury.

### **Podle funkcí ve vztahu k jednotlivým uspokojovaným potřebám**

- a) služby cestovního ruchu
  - dodavatelské služby – služby dopravní, ubytovací, stravovací, informační, sportovně-rekreační, kulturně-společenské, lázeňské, kongresové, venkovského cestovního ruchu, průvodcovské, asistenční, animační,
  - zprostředkovatelské služby – služby informační, služby cestovních kanceláří a agentur,
- b) ostatní služby
  - specializované služby pro cestovní ruch – služby informační, pojišťovací, směnárenské, pasových a celních orgánů,
  - služby místní infrastruktury v cílovém místě – služby informační, obchodní, komunální, zdravotnické, policejní, záchranné, poštovní a telekomunikační (Jakubíková, 2009, s. 22-24).

## **3.5 Statistický monitoring cestovního ruchu v České republice**

Statistický monitoring cestovního ruchu je podle Palatkové a Zichové (2011, s. 80) „proces sběru, třídění, zpracování a interpretace dat, která odrážejí reálné procesy probíhající

v ekonomické sféře“. Jeho cílem je získání časově i prostorově srovnatelných údajů, které popisují dění v cestovním ruchu ve sledované destinaci za určité období. Hlavní podmínkou úspěšného monitoringu je stanovení srovnatelných kritérií sledování cestovního ruchu. Jedná se tedy o zpracování metodiky a standardů sběru, třídění a zpracování dat. To má za úkol řada mezinárodních organizací (např. Světová organizace cestovního ruchu, Mezinárodní měnový fond) či národní organizace (Český statistický úřad, Česká centrála cestovního ruchu).

Statistický monitoring je možné rozdělit podle několika hledisek:

- 1) Statistický monitoring podle využití metody monitoringu
  - dotazování účastníků cestovního ruchu,
  - dotazování poskytovatelů a zprostředkovatelů služeb,
  - pozorování,
  - další metody.
- 2) Statistický monitoring podle typu turismu
  - aktivní cestovní ruch,
  - pasivní cestovní ruch,
  - domácí cestovní ruch,
  - další druhy cestovního ruchu (vnitřní, zahraniční apod.).
- 3) Statistický monitoring podle předmětu sledování
  - monitoring nabídky,
  - monitoring poptávky,
  - monitoring ekonomických efektů cestovního ruchu (satelitní účet cestovního ruchu).

Nejdůležitějšími organizacemi, které se zabývají statistickým monitoringem v České republice, jsou Český statistický úřad, Česká národní banka, Ministerstvo pro místní rozvoj a Česká centrála cestovního ruchu. K dalším organizacím, které sledují cestovní ruch, patří např. Ministerstvo kultury, Mezinárodní letiště Václava Havla Praha, Pražská informační služba, národní parky, různé profesní organizace, kraje a obce a řada dalších.

Statistický monitoring má však i určité problémy. Jedná se např. o existenci nesouvislých časových řad sledovaných dat kvůli změnám metodiky sledování či problematické praktické využití některých časových řad, vysoké časové, metodické a finanční nároky,

nedostatečné sledování cestovního ruchu na regionální a místní úrovni, obtížná srovnatelnost nebo nízká věrohodnost některých dat (Palatková, Zichová, 2011, s. 80 - 81).

## **Český statistický úřad**

Český statistický úřad je ústředním orgánem státní správy České republiky. Byl zřízen v roce 1969 a jeho posláním je shromažďovat, zpracovávat a šířit statistické informace. Jednou z částí organizační struktury Českého statistického úřadu je Sekce produkčních statistik, jejíž součástí je Odbor statistiky služeb, kam spadá Oddělení statistiky cestovního ruchu, ale také s ním související Oddělení statistiky obchodu, pohostinství a ubytování a Oddělení statistiky dopravy, informačních a komunikačních činností.

Cílem statistického monitoringu cestovního ruchu Českého statistického úřadu je poskytování objektivních informací ekonomického, sociálního, demografického a ekologického vývoje cestovního ruchu v České republice a zajištění jak vnitrostátní, tak mezinárodní srovnatelnosti těchto informací.

Český statistický úřad sleduje od 90. let nabídku a poptávku v cestovním ruchu a od roku 2003 sestavuje satelitní účet cestovního ruchu na národní úrovni. K hlavním sledovaným oblastem patří kapacity a návštěvnost ubytovacích zařízení, domácí a výjezdový cestovní ruch a činnost kulturních zařízení (Český statistický úřad, 2012).

## **Česká národní banka**

Česká národní banka je ústřední bankou České republiky a orgánem, který vykonává dohled nad finančním trhem. Je nezávislou institucí, jejímž hlavním úkolem je péče o cenovou stabilitu. Dále vykonává dohled nad finančním systémem a podporuje jeho vyvážený rozvoj. Také je jejím úkolem zajištění hladkého oběhu peněz a plynulost platebního styku (Česká národní banka, 2012).

Česká národní banka se zabývá statistikou cestovního ruchu v rámci platební bilance, která je součástí bilance služeb běžného účtu. Bilance služeb zachycuje zahraniční cestovní ruch aktivní (vývoz služeb cestovního ruchu) a pasivní (dovoz služeb cestovního ruchu). Cestovní ruch v platební bilanci zahrnuje příjmy a výdaje všech návštěvníků, které realizovali za zboží a služby pro osobní spotřebu během pobytu v destinaci.

Avšak na rozdíl od metodiky Světové organizace cestovního ruchu a jejího vymezení cestovního ruchu, do které nejsou zahrnuty cesty za účelem vykonávání výdělečné činnosti, je položka cestovního ruchu počítána na základě metodiky Mezinárodního měnového fondu a skládá se z cest soukromých a služebních (Palatková, Zichová, 2011, s. 98 - 99).

### **Ministerstvo pro místní rozvoj**

Ministerstvo pro místní rozvoj České republiky bylo zřízeno v roce 1996 a je součástí systému ústředních orgánů státní správy. Jednou z oblastí, kterou se ministerstvo zabývá, je i oblast cestovního ruchu. Ministerstvo je metodickým a koordinačním orgánem pro všechny subjekty, které v této oblasti působí a jeho cílem je vytváření podmínek pro rozvoj cestovního ruchu v České republice.

Statistiky a analýzy ministerstva obsahují statistiky cestovního ruchu od roku 1993. Předmětem jejich sledování jsou především informace o příjezdovém, výjezdovém a domácím cestovním ruchu, devizových příjmech a výdajích a analýzy cestovního ruchu v České republice i ve světě (Ministerstvo pro místní rozvoj, 2012).

### **Česká centrála cestovního ruchu**

Česká centrála cestovního ruchu (CzechTourism) je státní příspěvková organizace zřízená v roce 1993 rozhodnutím ministra hospodářství. Následně se stalo zřizovatelem Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, neboť je ústředním orgánem státní správy ve věcech cestovního ruchu. Hlavním cílem této organizace je propagování České republiky jako atraktivní turistické destinace jak na domácím, tak i na zahraničním trhu.

Součástí České centrály cestovního ruchu je Odbor výzkumů, trendů a inovací, jehož cílem je poskytování zpravodajských, analytických a informačních služeb. Odbor průběžně sleduje vývoje trendů, analýzy vývoje statistických ukazatelů, probíhá zde také monitoring a profilování zahraničních i tuzemských návštěvníků, analýzy a studie domácího, výjezdového a příjezdového cestovního ruchu a mnoho dalších výzkumů (CzechTourism, 2012).

## **3.6 Trendy v národním cestovním ruchu České republiky**

### **3.6.1 Národní cestovní ruch v období první republiky**

#### **Výjezdový cestovní ruch**

Rozvoj výjezdového cestovního ruchu nastal téměř okamžitě po vzniku Československa v roce 1918 a díky rostoucí prosperitě československé ekonomiky se mohl dále vyvíjet. K překročení hranic bylo nutné vlastnit cestovní pas a v některých případech i vízum. Nejnavštěvovanějšími zeměmi bylo Rakousko, Maďarsko, Německo, Jugoslávie, Francie a Itálie.

Ve druhé polovině 20. let však nastala změna. Kvůli světové hospodářské krizi v letech 1929 až 1933 byl přerušen přirozený vývoj výjezdového cestovního ruchu. Vzhledem k vzniklým ekonomickým problémům byla zavedena ochranná opatření, která vedla k útlumu výjezdového cestovního ruchu. Došlo k oslabení koruny a tedy zdražení služeb v zahraničí. Tím pádem se snížil počet zahraničních výjezdů a výdajů. V důsledku této situace se změnila poptávka obyvatel, kteří začali upřednostňovat domácí cestovní ruch.

#### **Domácí cestovní ruch**

Domácího cestovního ruchu se v meziválečném období účastnily široké vrstvy obyvatelstva. K nejnavštěvovanějším destinacím patřila především lázeňská města a hlavní město Praha. Do Prahy se však jezdilo spíše na služební cesty.

Ke značnému oživení domácího cestovního ruchu došlo na konci 20. a ve 30. letech. Řadou organizací byl podporován především zájem o východní části země až na Podkarpatskou Rus.

V období první republiky také vznikla speciální forma cestovního ruchu - tramping, který byl populární spíše u nižších společenských tříd. K oblíbeným aktivitám patřila pěší turistika, cykloturistika, vodáctví, horolezectví a podobné aktivity.

### **3.6.2 Národní cestovní ruch po druhé světové válce**

#### **Výjezdový cestovní ruch**

V období po druhé světové válce se výjezdový cestovní ruch zpomalil především kvůli zařazení Československa do socialistického bloku. V 50. letech docházelo k účasti na výjezdovém cestovním ruchu minimálně a mírný rozvoj nastal až na počátku 60. let (kolem 400 tisíc cest). Během dalších dvaceti let značně narostl počet výjezdů (více než 10 milionů v roce 1980). V 80. letech byl však tento růst přerušen kvůli ekonomickým problémům (ropná krize) a různým administrativním opatřením, která komplikovala cesty do zahraničí. V roce 1989 tak počet výjezdů klesl na 8,9 milionů cest.

Převážná většina cest (kolem 90 %) směřovala do zemí socialistického bloku (Bulharsko, Kuba, Maďarsko, Mongolsko, NDR, Polsko, Rumunsko, Sovětský svaz) a byla realizována na základě mezinárodních dohod o bezvízovém styku.

Výjezdy do zemí západní Evropy probíhaly především organizovaně, pokud byly splněny politické předpoklady účastníků. Velká část z nich byly cesty pracovní či pro pracovní kolektivy. Neorganizovaný výjezdový cestovní ruch podléhal zásadám pro povolování cest.

Pro cesty do zahraničí bylo třeba mít cestovní pas a tzv. výjezdní doložku (dokument, který danou cestu povoloval a zároveň obsahoval řadu údajů – účel cesty, navštívené země, počet cest a jejich časové omezení). K dalším potřebným dokumentům patřilo vízum a devizový příslib (písemné povolení, které sloužilo k nákupu zahraniční měny).

#### **Domácí cestovní ruch**

Vzhledem k politickým změnám, které nastaly po druhé světové válce, došlo k orientaci domácí poptávky na domácí cestovní ruch, který se tak stal základem účasti na cestovním ruchu té doby.

Důležitou součástí domácího cestovního ruchu se staly jednodenní výlety, pobyty na vlastních chatách a chalupách a pobyty u příbuzných a známých. Domácí cestovní ruch byl představován především vázaným cestovním ruchem a prostor pro rozvoj volného cestovního ruchu se zmenšoval.

V druhé polovině 60. let se díky zvětšování fondu volného času a nárůstu automobilismu začal cestovní ruch intenzivně rozvíjet. Rostla účast na domácím cestovním ruchu (asi 28,7 milionů účastníků), ovšem délka pobytů se zkracovala. V 80. letech nárůst pokračoval i přes řadu ekonomických problémů na téměř 172 milionů účastníků.

### **3.6.3 Národní cestovní ruch v období 1989 – 1993**

#### **Výjezdový cestovní ruch**

Po pádu socialistického systému a otevření hranic se západní Evropou dochází k výrazné změně výjezdového cestovního ruchu. Vzhledem k neuspokojené poptávce dochází ke značnému nárůstu zahraničních cest. Jedná se převážně o jednodenní výlety do sousedních zemí (Rakousko, Německo), jejichž častým motivem byly nákupy. V roce 1990 bylo uskutečněno 21 milionů výjezdů, o rok později dokonce 41 milionů. Pokles přišel v roce 1992, kdy počet cest činil přibližně 33 milionů. A kvůli rozdělení Československa v roce 1993 došlo k dalšímu snížení na 31 milionů cest do zahraničí. K nejčastěji navštěvovaným zemím však stále patřily země bývalého socialistického bloku (73 % cest).

V tomto období dochází ke změně poptávky po výjezdovém cestovním ruchu na základě motivace. Lidé toužili navštívit a poznat zakazovanou západní Evropu. Navíc získali jednodušší přístup k devizovým prostředkům. Oproti předchozímu období se změnila nabídka organizovaného cestovního ruchu. A díky možnosti využívání informačních a komunikačních technologií se rozšířila nabídka cestovního ruchu neorganizovaného. Současně dochází k poklesu vázaného cestovního ruchu a více se rozvíjí cestovní ruch volný.

#### **Domácí cestovní ruch**

Po otevření hranic v roce 1989 se postavení domácího cestovního ruchu změnilo. Výjezdový cestovní ruch začal ovlivňovat objem domácího cestovního ruchu a zahraniční destinace se staly velkou konkurencí destinacím domácím, což vedlo vzhledem k nenasycené poptávce k poklesu domácího cestovního ruchu. Domácí cestovní ruch se stává vzhledem k výjezdovému druhořadým.

V této době nastává privatizace, díky které bylo vytvořeno nové konkurenční prostředí v cestovním ruchu a tím docházelo k postupnému zvyšování kvality nabízených služeb.



Dále také roste podíl volného cestovního ruchu a klesá podíl vázaného. Dochází ke značnému poklesu podílu organizovaného domácího cestovního ruchu. Důležitou součástí stále zůstává cestovní ruch mimo veřejné formy (chaty, chalupy, pobyty u příbuzných). Převažují jednodenní cesty.

### **3.6.4 Národní cestovní ruch po roce 1993**

#### **Výjezdový cestovní ruch**

Po rozdělení Československa v roce 1993 se změnila struktura a objem poptávky ve výjezdovém cestovním ruchu. Došlo ke změně motivace účasti na cestovním ruchu. K běžnému uspokojení potřeb relaxace a poznávání se přidává uspokojení takových potřeb, jako je např. uznání a seberealizace. Také dochází k častějšímu využívání dražších a kvalitnějších služeb (např. letecká doprava namísto autobusové dopravy).

V tomto období jsou účastníci cestovního ruchu schopnější lépe definovat svá přání, požadavky a potřeby, protože jsou mnohem zkušenější a vzdělanější. Mají velké množství informací a nabídek a jednodušší přístup k nim. Jsou schopni lépe posoudit poměr mezi cenou a výkonem a ví tedy, co za své peníze mohou požadovat. Také vlastní více disponibilních finančních prostředků, díky kterým mohou čerpat mnohem širší škálu služeb. Roste počet účastníků neorganizovaného výjezdového cestovního ruchu, zejména z mladších věkových skupin. Mladí lidé jsou totiž lépe jazykově vybaveni, mají dostatek finančních prostředků, ale i určitou nechuť k organizovanému cestovnímu ruchu.

V první polovině 90. let patřila k oblíbeným destinacím západní a jižní Evropa a cesty měly krátkodobější charakter. Ve druhé polovině 90. let se změnila orientace především na Chorvatsko. K dalším často navštěvovaným zemím patří Slovensko, Itálie, Španělsko, Řecko, Francie, Rakousko a Německo.

Mezi hlavními motivy cest jsou rekreace a sport, návštěvy příbuzných a známých nebo poznávání. Dochází k růstu podílu ubytování v hotelích a podobných zařízeních. Lidé dávají přednost hotelům s kvalitnějšími a dražšími službami. Především v letních měsících převažují dlouhodobější pobyty. K nejčastěji využívaným dopravním prostředkům stále patří automobil a autobus. Na delší cesty se však stále více využívá letecká doprava (Palatková, Zichová, 2011, s. 133 - 148).

Průměrné výdaje na jednu delší cestu v roce 2003 byly přibližně 12 400 Kč. Do roku 2008 se výdaje vyšplhaly na téměř 15 000 Kč. Od roku 2009 se v důsledku ekonomické krize částka snížila na 12 300 Kč. Stejný vývoj měly i průměrné výdaje na jednu kratší cestu. V roce 2003 činily 3 000 Kč. Do roku 2008 výdaje stouply na 5 000 Kč a v následujících letech poklesly na 3 500 Kč (Český statistický úřad, 2012).

### **Domácí cestovní ruch**

Stejně jako u výjezdového cestovního ruchu se i v domácím cestovním ruchu změnila motivace účastníků. Důležitým se stalo uspokojování nejen potřeb relaxačních, ale také potřeby seberealizace a uznání. Na základě zkušeností účastníků cestovního ruchu ze zahraničí rostou požadavky a nároky na zboží a služby i v domácím cestovním ruchu. Lidé preferují kvalitnější ubytovací služby a důležité jsou pro ně i služby doplňkové (např. informační služby, služby kulturních a sportovních zařízení). Také jsou náročnější, co se týče úrovně destinace, ale i veřejných statků, které jsou jim zde k dispozici (např. veřejná doprava, dopravní infrastruktura).

Od druhé poloviny 90. let klesl podíl organizovaného a vázaného cestovního ruchu. Důležitými stále zůstávají pobyty ve vlastních ubytovacích zařízeních, které mají krátkodobější charakter. Delší cesty se konají především během prázdnin a k hlavním motivům pro účast na těchto cestách patří rekreace a sport, návštěvy příbuzných a známých a pobyty na chatách a chalupách. Průměrná délka pobytu je osm přenocování. Nejoblíbenějšími destinacemi jsou Jihočeský, Královéhradecký, Středočeský, Liberecký a Moravskoslezský kraj. Většina delších cest bývá realizována vlastním automobilem a účastníci jsou nejčastěji ubytováni u svých příbuzných a známých, ve vlastních rekreačních zařízeních či hotelech a podobných zařízeních (Palatková, Zichová (2011, s. 148 - 151).

Průměrné výdaje na jednu delší cestu byly v roce 2003 kolem 3 000 Kč. Tato částka se v dalších letech postupně zvyšovala a v roce 2008 přesáhla 4 000 Kč. V následujících dvou letech se průměrné výdaje snížily zpět na hranici 3 000 Kč. Průměrné výdaje na jednu kratší cestu činily 800 Kč. V následujících letech vzrostly na 1300 Kč a poté klesly opět na 800 Kč (Český statistický úřad, 2012).

### **3.7 Trendy ovlivňující vývoj cestovního ruchu v Evropě**

Cestování je v dnešní době důležitou součástí životů většiny lidí. Ve společnosti však neustále dochází k různým změnám, které ovlivňují i cestovní ruch. Stejně tak se neustále mění preference a spotřební chování potenciálních účastníků cestovního ruchu. Cestovní ruch by tedy měl být schopen tyto změny co nejrychleji přijmout a zároveň jim přizpůsobit novou nabídku služeb a produktů.

#### **Demografie**

Lidé se dožívají stále vyššího věku a obzvláště ve vyspělejších zemích mívají senioři nejen dostatek volného času, ale také finančních prostředků, lepší zdravotní stav a dobrou fyzickou kondici. Díky těmto aspektům se zvětšuje poptávka seniorů v cestovním ruchu více než poptávka v cestovním ruchu obecně.

Důležitým segmentem trhu jsou však i mladí lidé, jejichž příjmy rostou a věk zakládání rodin se zvyšuje. Častější jsou jednočlenné domácnosti, což vede k vyšším disponibilním příjmům a větší kupní síle na osobu.

Také existuje stále více lidí, kteří se stěhují do zahraničí za prací. Významné jsou i studijní pobyty v zahraničí. Je běžné, že studenti během svého pobytu danou destinaci procestují a často jsou zde také navštěvováni svou rodinou či přáteli.

V důsledku těchto demografických změn ve společnosti do budoucna poroste poptávka v cestovním ruchu především z hlediska kvality, pohodlí, bezpečnosti a jednodušších způsobů dopravy. Větší zájem bude o relaxační aktivity (např. golf, plavání, turistika) a také o produkty zaměřené na jednotlivce. Dále se zvýší poptávka po pobytech v období mimo hlavní sezónu, kdy dojde k přesunu dovolených především do zimního období. Oblíbenými se stanou vzdálenější destinace, zároveň však vzroste poptávka i po kratších pobytech (např. prodloužené víkendy). Na významu také získají zahraniční cesty za příbuznými či přáteli.

#### **Zdraví**

Společnost si čím dál více uvědomuje význam zdraví. Tento fakt sice nebude nijak výrazně ovlivňovat přímo objem poptávky v cestovním ruchu, ale bude mít vliv na rozhodování při výběru destinace a také na chování během pobytu.

S ohledem na zdraví poroste poptávka po aktivních dovolených a také po aktivitách, které jsou s touto formou pobytů spojené. Větší obliby dosáhnou wellness či lázeňské pobyty a fitness centra. Poptávka po dovolených pouze v letním období bude klesat.

### **Vnímavost a vzdělání**

Do budoucna bude nadále růst průměrná úroveň vzdělanosti, což povede k větší poptávce po speciálních produktech při organizování dovolené s důrazem kladeným na umění, kulturu či historii. Tento trend se bude týkat nejen individuálního cestování, ale svou nabídku budou muset přizpůsobit i cestovní kanceláře. Zájemci o cestovní ruch budou navíc vyžadovat lepší a tvořivější způsoby poskytování informací. V neposlední řadě se zvýší poptávka po nových destinacích především střední a východní Evropy.

### **Volný čas**

Vzhledem k velkému tlaku na život jednotlivce, který je způsoben moderním stylem života celé společnosti, se zvyšuje poptávka po volném čase, odpočinku a relaxaci. Lidé tedy budou preferovat především relaxační pobyty. Zároveň však bude hlavní dovolená zkracována a bude nahrazována větším množstvím krátkodobých dovolených.

Na základě větší potřeby volného času bude docházet ke snižování volných disponibilních příjmů, a proto se zvedne poptávka po levnějších produktech a službách.

### **Zkušenosti s cestováním**

Účastníci cestovního ruchu jsou stále zkušenější a do budoucna si budou své cesty raději zajišťovat sami podle svých vlastních představ a potřeb. Lidé budou své dovolené doplňovat dalšími alternativními způsoby trávení svého volného času.

Důležitým aspektem pro ně bude poměr kvality a ceny. V důsledku tohoto trendu se mohou destinace s nepřijatelným standardem služeb dostat do problémů. Objeví se roztržitost v preferencích dovolených a smíšené spotřební chování – lidé budou střídat levnější a luxusnější dovolené, krátkodobé a dlouhodobé cesty apod. Věrnost návštěvníků určité destinace bude slábnout. Na významu získá mobilita, takže vzroste poptávka po půjčovnách aut, motocyklů a kol.

## **Informační technologie**

Pronikání internetu do cestovního ruchu, jeho dostupnost a využívání za účelem získávání informací či nákupu produktů a služeb cestovního ruchu bude neustále růst. Snadná dostupnost informací o regionech, produktech a službách povede k větší konkurenci na trhu cestovního ruchu. Lidé si budou pomocí internetu častěji organizovat své cesty sami, což bude mít za následek pokles významu cestovních kanceláří a agentur. Velice důležitým hlediskem bude existence spolehlivých on-line rezervačních systémů.

## **Doprava**

Na klasické způsoby cestování bude mít vliv lepší dostupnost vysokorychlostních vlaků a nízkonákladových leteckých dopravců, díky čemuž vzroste poptávka po prodloužených víkendech v zahraničních městech. V případě kratších pobytů mimo sezónu dosáhnou většího úspěchu právě ty destinace, které budou snáze dostupné. Vysokorychlostní železnice získají na úkor letecké dopravy větší přepravní podíl. Individuální cesty vlastními automobily budou negativně ovlivněny kvůli celkovému přetížení silniční dopravy. Zároveň však nadále poroste potřeba mobility, což povede k častějšímu vypůjčování automobilů. Sníží se důležitost autobusové dopravy. Převážně u účastníků cestovního ruchu nad 50 let se stanou významnějšími okružní plavby.

## **Trendy v ekonomice**

Světové hospodářství nabývá díky globalizaci stále většího regionálního charakteru, v důsledku čehož se zvýší konkurence v celosvětovém měřítku. V rozvíjejících se zemích vzniknou nové turistické cíle. Tyto destinace, ale i destinace evropské bude potřeba více propagovat a posílit jejich destinační marketing. Nejen v cestovním ruchu bude do budoucna narůstat význam služeb. Navíc bude nutná tvorba nových produktů v cestovním ruchu, která bude zaměřena na nové trhy. Především kvůli mladším generacím, které budou v tomto globalizovaném světě vyrůstat, bude třeba všechny nezbytné informace a služby poskytovat pomocí moderních komunikačních kanálů.

## **Udržitelný rozvoj a životní prostředí**

Společnost si stále více uvědomuje důležitost životního prostředí, ekologie a trvale udržitelného rozvoje, což bude mít vliv na větší poptávku po destinacích, kde bude klíčová příroda, ale zároveň i populace.

Znečišťování a klimatické změny mohou podstatně ovlivňovat přímořská letoviska či destinace, které lákají návštěvníky pro svou krásnou přírodu. Lidé budou mít větší zájem o návštěvy nezníčených regionů. Poptávka po ekoturistice a podobných formách cestovního ruchu vzroste. Lidé budou upřednostňovat destinace také za účelem podpory místního obyvatelstva. Dále budou zvyšovány náklady na udržování přírodních zdrojů, které mají souvislost s cestovním ruchem (např. pláže, jezera, areály pro zimní sporty...).

## **Jistota a bezpečí**

Součástí života moderní společnosti se bohužel stávají takové fenomény jako např. teroristické útoky, válečné konflikty, znečištěné životní prostředí a další problémy, které budou mít vliv na neustálé zvyšování potřeby jistoty a bezpečí. Tyto negativní jevy pak povedou k výraznějším kontrolám během cestování.

Lidé účastníci se cestovního ruchu se budou vyhýbat méně bezpečným destinacím. Náklady na bezpečnost vzrostou. S velkou pravděpodobností se zvýší počet destinací, do kterých bude zavedena vízová povinnost (především vzdálenější destinace). S ohledem na větší potřebu ochrany budou nutné další certifikace, klasifikace či směrnice v mezinárodním cestovním ruchu. Na druhou stranu se jak průmysl cestovního ruchu, tak i jeho účastníci naučí flexibilně reagovat na nastalé změny na trhu (Belejová, 2003; Institut obchodu a cestovního ruchu, 2006).

## **3.8 Světové trendy v cestovním ruchu**

### **Asketická dovolená**

Asketismus je specifický životní styl, který je typický odpíráním různých rozkoší a požitků. Jde o přísný, odříkavý a zdrženlivý způsob života, který bývá spojován s náboženstvím. Původně šlo o trvalé úsilí jak pomocí soustavného cvičení upevňovat disciplínu a dosáhnout tak dokonalosti (Klimeš, 1994). A přestože bývá dovolená zpravidla

spojována s odpočinkem, relaxací či poznáváním, existují lidé, kteří chtějí alespoň na chvíli radikálně změnit stereotypní způsob svého běžného života a zažít pocity nedostatku, deprivace či vyčerpání ve stylu asketismu.

Příkladem asketické dovolené může být tzv. radikální fitness pro ty, kteří si chtějí vyzkoušet něco, co ještě nezkusili a zažít, jaké to je, muset si sáhnout až na samé dno svých sil. Pro tento druh fitness je typický časný budíček s rozcvičkou, dlouhé pochody či mnohakilometrové jízdy na kole apod. To vše v doprovodu přísné diety. Jiný způsob jak uniknout stresu každodenního života, může být jóga. Pobyt v centrech je vhodný pro všechny, kdo se chtějí věnovat meditaci a očistit svou duši. Oblíbené jsou také hotely, které dříve sloužily jako věznice. Turisté si zde mohou vyzkoušet např. nocleh na nepohodlné pryčně v malé místnosti se zamřížovaným oknem (Šindelářová, 2008a).

### **Responsible Travel**

Responsible Travel, neboli snaha cestovat zodpovědně ve vztahu k životnímu prostředí, se v cestovním ruchu objevuje stále častěji. Smyslem zodpovědného cestování je úsilí o minimalizaci negativních dopadů cestování a cestovního ruchu na životní prostředí. Responsible Travel zahrnuje tři hlediska – ekologické, sociokulturní a ekonomické.

Mezi zásady Responsible Travel, které může dodržovat každý účastník cestovního ruchu a tím tak pomoci ke zlepšení situace, patří: před odjezdem si zjistit dostatek informací o destinaci, naučit se alespoň pár frází v daném jazyce, nebalit si zbytečné věci (především pokud se z nich může stát odpad), zvolit si ekologicky šetrnou dopravu, během pobytu využívat služeb místních podnikatelů, nakupovat místní produkty a výrobky a neustále se chovat zodpovědně k okolí (Šindelářová, 2008b).

### **CouchSurfing**

CouchSurfing je speciální projekt, který funguje na principu bezplatného sdílení ubytování. Tento způsob cestování se objevil v USA v roce 2003, kdy vznikla nezisková organizace CouchSurfing International. Cílem této organizace je zprostředkovávat bezplatné ubytování na základě ochoty sdílet svůj domov s podobně smýšlejícími lidmi. Typickými uživateli této služby jsou především mladí lidé, kteří jsou schopni se dorozumět anglicky.

CouchSurfing tedy nejen pomáhá cestovatelům minimalizovat náklady na cestování, ale také jim umožňuje získávat nové kontakty a přátele v navštívené zemi, mají příležitost lépe poznat místní kulturu a navíc je tato forma cestování v souladu s myšlenkou udržitelného rozvoje.

CouchSurfing je s více než třemi miliony členů v současné době největší organizací zabývající se zprostředkováváním bezplatného ubytování, ale není jedinou. Dalšími podobnými organizacemi jsou např. německý The Hospitality Club, francouzský BeWelcome, švýcarský Servas Open Doors či Warm Showers, která je určená především cyklistům (Šindelářová, 2008c).

### **Dark Tourism**

Cílem účastníků tzv. Dark Tourismu (temného turismu) jsou místa, kde se odehrálo nějaké neštěstí či tragédie. Často jsou to hřbitovy, místa konfliktů, věznění, vražd či místa, kde došlo k nějaké přírodní katastrofě.

Jako specifická forma cestovního ruchu je Dark Tourism produktem moderní doby, neboť společnost neustále hledá nové destinace a zážitky a důležitým prvkem během cest se stává poznávání a vzdělávání. Nejedná se však o novodobý fenomén. Podobná místa měla určitou schopnost přitahovat pozornost již v dřívějších stoletích. I přesto je však Dark Tourism považován za poměrně kontroverzní. Vždy záleží na kulturních hodnotách a časovém hledisku, kdy jsou lidé konkrétní místo ochotni přijmout jako turistickou atrakci (např. rozdíl mezi vnímáním míst, kde zabíjel Jack Rozparovač a místem, kde zemřela princezna Diana).

Mezi nejproslulejší místa Dark Tourismu patří Muzeum Anny Frankové v Amsterdamu, německý nacistický koncentrační a vyhlazovací tábor Osvětim-Březinka v Polsku, Ground Zero v New Yorku připomínající teroristické útoky z 11. září 2001, Arlingtonský hřbitov v USA, vražedná pole v Kambodži, Hirošimský památník míru, Černobyl na Ukrajině či Pearl Harbor na Havaji (Šindelářová, 2008d).

### **Diaspora Tourism**

Novým trendem v cestovním ruchu je Diaspora Tourism, neboli cestování do bývalé domoviny. Jedná se o formu cestovního ruchu, kdy lidé, kteří kdysi emigrovali, navštěvují



své mateřské země jako turisté. Účastníky Diaspora Tourism však nemusí být přímo emigranti samotní, ale může se také jednat o jejich potomky, kteří chtějí navštívit a poznat zem svého původu. K hlavním motivům, proč se turisté navrací do své rodné země, patří především poznávání země a jejího kulturního dědictví, sváteční návštěvy při zvláštních příležitostech (např. Vánoce, Velikonoce, různé slavnosti a rodinné oslavy) či investice do nemovitostí a přípravy na možný návrat do země (Šindelářová, 2008e).

### **Gay turismus**

Gay komunita představuje po celém světě až 10 % účastníků cestovního ruchu. Charakteristickým znakem je jejich poměrně dobré finanční zajištění, neboť v domácnosti disponují dvěma příjmy a bývají bezdětní. Navíc po legalizaci svazků lidí stejného pohlaví začali i gayové jezdit na svatební cesty, za které se nebojí utrácet. Pečlivě si však vybírají destinaci, kterou mají v plánu navštívit. Preferují místa, která jsou otevřená, vstřícná, přátelská a tolerantní k jejich komunitě. V tomto směru je velmi důležitý správný marketing, který má za úkol vytvořit vhodnou image destinace, protože tento segment trhu se bude i nadále rozvíjet. Průkopníkem v oblasti propagace gay turismu se stalo americké město Philadelphia, které se v roce 2003 aktivně zapojilo mezi několik světových měst, která se otevřeně hlásí k přátelskému postoji k této minoritě.

Gay turismus je také často spojován s pořádáním speciálních akcí, jako jsou např. různé festivaly, karnevaly, slavnostní přehlídky, konference či sportovní hry. K nejoblíbenějším destinacím patří Argentina, Austrálie a Španělsko, z měst jsou to např. Buenos Aires, Barcelona nebo Amsterdam. Mezi nejnavštěvovanějšími destinacemi jsou to pak především velká města v USA – New York, Las Vegas, San Francisco, Los Angeles a z evropských měst Londýn a Paříž. Poměrně oblíbená je i Česká republika, která je považována za jednu z nejvíce tolerantních zemí bývalé východní Evropy (Šindelářová, 2008f).

### **Léčebný turismus**

Cesty a pobyty spadající do léčebného turismu jsou uskutečňovány za účelem podstoupení nějakého léčebného nebo estetického zákroku v jiné zemi, než je země rezidentská. Jedná se o fenomén 21. století, ovšem již ve starověku byli lidé ochotní cestovat na velké vzdálenosti za léčivými prameny a léčiteli.

Hlavním motivem k podniknutí těchto cest je zpravidla nižší cena požadovaného zákroku v zahraničí nebo jeho nedostupnost v dané zemi. K nejčastějším zákrokům patří neakutní chirurgické zákroky (např. náhrady kloubů, kardiochirurgické, ortodontické či stomatologické zákroky), léčba neplodnosti nebo plastická chirurgie. A v případě, že člověk tuto cestu podnikne, často ji rád spojí s odpočinkem a poznáváním navštívené země.

K největšímu rozmachu léčebného turismu dochází v USA, jelikož lékařská péče je zde velice nákladná. Oblíbenými jsou kvalitní nemocnice v Latinské Americe, Asii, ale také ve východní Evropě (Šindelářová, 2008g). Podle žebříčku světového magazínu Forbes (2013) patří k nejlepším destinacím léčebného turismu na světě Austrálie, Čína, Kostarika, Indie, Izrael, Japonsko, Korea, Mexiko, Singapur a Thajsko. V roce 2008 se na čtvrtém místě tohoto žebříčku umístila dokonce Česká republika, neboť především Praha je poměrně oblíbena díky cenově dostupné plastické a estetické chirurgii.

### **Mladí cestovatelé**

Segment mladých cestovatelů je v současné době jedním z nejdynamičtěji rostoucích segmentů na celosvětovém trhu cestovního ruchu. Moderní mladí lidé cestují častěji než dříve. Díky cestování chtějí získat nové zkušenosti, zážitky i informace. Jsou daleko odvážnější a navštěvují stále větší množství různých destinací a neustále se snaží objevovat nová místa. Čím jsou v cestování zkušenější, tím spíše si vybírají místa mimo běžné turistické destinace. Důležitá je pro ně však i zábava a rekreace. Typickým rysem při organizování pobytů je využívání internetu a různých rezervačních systémů. Velmi podstatným aspektem je pro mladé cestovatele cena, ovšem v posledních několika letech se jejich průměrná útrata během pobytů začíná postupně zvyšovat. Mezi nejpoblárnější destinace patří především Evropa (jižní, severní a východní), severní Amerika, jihovýchodní Asie, Čína či Japonsko.

V souvislosti s cestováním mladé generace také vznikl nový pojem Gap Year, který by se mohl volně přeložit jako určitý přelomový rok. Výraz Gap Year vysvětluje stále častější fenomén, kdy se mladí lidé rozhodnout cestovat po ukončení svých studií, před nástupem do zaměstnání nebo při jeho změně.

Existuje však rozčlenění do tří věkových skupin, ze kterých je patrné, že tento jev nemusí být vždy spojován pouze s mladou generací:

- 18 – 24 let – období před, během nebo po zakončení studia,
- 25 – 35 let – období přestávky v kariéře, před založením rodiny,
- 55 – 65 let – před nebo po odchodu do důchodu (Šindelářová, 2008h).

## **Volunturismus**

Pojem volunturismus pochází z anglického výrazu „voluntourism“. Tento termín vznikl na základě spojení slov „voluntary“ (dobrovolný) či „volunteer“ (dobrovolník) a „tourism“ (cestovní ruch). Do češtiny by se dal volunturismus přeložit jako dobrovolnická turistika. Jak už název napovídá, jedná se o kombinaci dovolené a aktivní pomoci v navštívené destinaci.

Dobrovolnické cesty byly původně uskutečňovány lidmi, kteří měli určitou vazbu na danou destinaci nebo konkrétní problém. Jednalo se o intenzivní dobrovolnické programy spíše krátkodobějšího charakteru a rozhodně nebyly považovány za dovolenou.

K propojení dobrovolnické pomoci s dovolenou došlo během 90. let 20. století. Tyto pobyty fungují v praxi tak, že dobrovolník přes týden pracuje a během víkendu má příležitost poznat danou destinaci, kulturu a obyvatele a to daleko lépe než běžný turista, neboť se na určitý čas sám stane součástí této komunity. Tato specifická forma cestovního ruchu láká především mladé lidi během studia, seniory toužící po novém uplatnění či lidi, kteří si chtějí na čas odpočinout od každodenního života. Účastníky tohoto typu pobytů tak zpravidla pojí touha pomáhat a zároveň možnost cestovat a poznávat nová místa. Druhy pomoci mohou být různé – humanitární, ekologické, vědecké či vzdělávací. Mezi nejoblíbenější destinace patří především exotické země jako je např. Ekvádor, Bolívie, Malawi, Dominikánská republika, Tanzanie, Čína, Indie či Thajsko (Šindelářová, 2008i).

## **Cestování seniorů**

Seniorský cestovní ruch je součástí tzv. cestovního ruchu pro všechny (či sociálního cestovního ruchu), který si klade za cíl vytvořit vhodné podmínky pro cestování co nejširším vrstvám obyvatelstva (např. seniorům, rodinám s nízkými příjmy, zdravotně

handicapovaným apod.), neboť každý člověk má podle Globálního kodexu cestovního ruchu právo na účast na cestovním ruchu (Indrová, 2008, s. 25).

Podíl seniorů v populaci v dlouhodobém měřítku poroste, v důsledku čehož se také bude zvětšovat i jejich podíl na cestovním ruchu. Senioři jsou díky lepší zdravotní péči zdravější, zvyšuje se jejich životní úroveň a pozitivně se mění jejich životní filozofie a pohled na svět. Dnešní senioři se necítí tak staří a chtějí nejen aktivně žít, ale také aktivně odpočívat.

Jako účastníci cestovního ruchu jsou ochotni si připlatit za kvalitní služby. Své cesty si raději kupují s dostatečným předstihem a důkladně si je naplánují, čímž chtějí snížit riziko vzniku neočekávaných stresujících situací. Není moc typické, aby si zboží či služby objednávali přes internet. Cestují i mimo sezónu a často jezdí s vnoučaty či jiným doprovodem. Ovšem kvůli svému vyššímu věku bývají náchylnější k různým zdravotním komplikacím či úrazům, se kterými je třeba počítat (Vogelová, 2009).

### **Singltrek**

Singltrek (z anglického „single track“ – jednokolejová trať) je nový druh přírodní stezky určený především cyklistům. Tyto speciální stezky svým pojetím respektují přírodní prostředí a terén, díky čemuž se výborně hodí do daného prostředí a nevytváří tak zřetelnou stopu jako běžné cesty. Navíc jsou schopné odolávat jak obvyklé turistické zátěži, tak přírodním vlivům. Zásluhou těchto vlastností tyto stezky spadají i do trendu udržitelného rozvoje. Trasy jsou díky svému terénu spíše pro zkušenější cyklisty, kteří si tak mohou užít mimořádnou a dynamickou jízdu (CzechTourism, 2011).

### **Slow Travel**

Slow Travel je zvláštní forma udržitelného cestovního ruchu. Jde o životní postoj, jehož smyslem je intenzivní poznávání a nové zážitky z navštívené destinace spíše než běžný způsob hektického cestování. Tito cestovatelé upřednostňují postupné objevování zajímavostí a atraktivit dané destinace, rádi se do této země vrací. Smyslem Slow Travel je kvalita, ne kvantita. Tento způsob cestování je sice časově náročnější, ale cestovatel má díky němu příležitost získat jedinečné a neopakovatelné zážitky (CzechTourism, 2011).

## 4 Metodika práce

Preference a spotřební chování účastníků cestovního ruchu bude zkoumáno vlastním dotazníkovým šetřením. Následovat bude analýza získaného materiálu, tedy zpracování a zjišťování vzájemných vztahů a souvislostí mezi odpověďmi, pomocí metod analýz kvalitativních znaků.

### 4.1 Dotazníkové šetření

Dotazníková šetření se využívají často a v celé řadě oblastí. Avšak tvorba takového šetření není triviální záležitostí a je důležité věnovat velkou pozornost nejen přípravě šetření, samotné tvorbě dotazníku, ale samozřejmě i vlastnímu statistickému zpracování.

Prvním bodem přípravy dotazníkového průzkumu je stanovení programové otázky, která přesně definuje cíl výzkumu, tedy co chceme zkoumat a proč.

Dalším krokem je určení způsobu výběru respondentů a stanovení rozsahu výběru. Je důležité, aby byl vybraný vzorek respondentů dostatečně reprezentativní.

Následuje vlastní rozpracování dotazníku, což znamená, že dojde k převodu programové otázky na otázky zjišťovací. Programová otázka totiž bývá spíše abstraktní povahy a bylo by těžké na ni odpovědět přímo. Otázky zjišťovací jsou naopak vyjádřeny konkrétněji a odpovědi pak slouží k analýze zkoumaného problému. Je velice důležité, aby byly otázky formulovány srozumitelně a jednoznačně. Otázky by neměly být příliš osobní, neboť by se mohlo stát, že na ně respondenti nebudou chtít odpovídat nebo budou odpovědi zkreslené. Důležité je i pořadí otázek, které by na sebe měly logicky navazovat. Pozornost by měla být také věnována stanovení přijatelného počtu otázek, neboť málo i moc otázek může ohrozit kvalitu analýz. Počet otázek by tedy měl být takový, aby bylo možné zkoumaný problém dobře analyzovat, a zároveň množství otázek nesmí respondenta unavovat (Svatošová, Kába, 2008, s. 28-29).

Jak uvádí Řezanková (2007, s. 11-12), otázky mohou být rozděleny do dvou základních skupin na:

- otázky, které se týkají názorů a chování respondenta – jde o otázky, které jsou zaměřené k vlastnímu problému (tzv. meritorní otázky) či otázky pomocné (kontaktní a větvící) a kontrolní,
- otázky, které jsou kladeny za účelem získání jiných údajů (např. demografických) – jedná se o otázky analytické (třídící a identifikační), které bývají zařazovány na konec dotazníku.

Mezi další druhy otázek patří:

- uzavřené – respondentovi jsou nabízeny varianty odpovědí. V rámci těchto otázek jsou rozlišovány otázky alternativní, které nabízejí dvě různé varianty a otázky selektivní, které mají více než dvě varianty a vždy je nutné, aby byly nabídnuty všechny možné odpovědi, je dobré zařadit i možnost „nevím“ či „jiné“, tyto otázky jsou z hlediska testování nejvhodnější,
- otevřené – nechávají odpověď na respondentovi, doplňují a rozvíjejí základní poznatky a škála hodnot se vytváří až dodatečně, neměly by v dotazníku převažovat,
- polouzavřené (polootvřené) – kombinace uzavřených otázek a jedné otevřené otázky.

Další fází je ověření dotazníku. Toto ověření probíhá pomocí pilotního průzkumu, kterého se účastní pouze malý počet respondentů. Díky pilotnímu průzkumu dojde k prověření otázek – zda jsou otázky vhodně formulované, dostatečně konkrétní, respondenti jim rozumějí apod. Po tomto předvýzkumu by také mělo být provedeno i statistické zpracování získaných dat, aby byla šance včas zjistit, jestli je možné otázky zpracovat a získat tak potřebné informace. Pokud pilotní průzkum odhalí nedostatky, je možné ještě otázky snadno upravit. Pokud jsou otázky opraveny či průzkum žádné nedostatky neobjeví, může začít vlastní šetření.

Poslední etapou je analýza získaného materiálu a jeho zobecnění. Pro hodnocení jednotlivých otázek a zjištění základních názorů jsou využívány základní popisné charakteristiky vyjádřené především v absolutních a relativních četnostech. Pro lepší představu je také vhodné podpořit získané četnosti pomocí grafického znázornění.

K dalšímu zpracování získaných dat a zjištění vztahů mezi nimi jsou používány metody analýz kvalitativních znaků (Svatošová, Kába, 2008, s. 31-32).

## 4.2 Analýza kvalitativních znaků

Mezi kvalitativními znaky, tedy znaky vyjádřenými slovně, můžeme stejně jako mezi znaky kvantitativními, které jsou vyjádřeny číselně, zkoumat existenci závislosti a její intenzitu. Kvalitativní znaky mohou být:

- alternativní – nabývají dvou obměn a závislost mezi nimi je asociační,
- množné – nabývají více obměn a závislost je kontingenční.

Získané odpovědi jsou na základě množství obměn zpracovávány do tabulek asociačních či kontingenčních a jejich následná analýza umožňuje řešit dva základní úkoly:

- 1) zjištění, zda mezi získanými znaky existuje závislost,
- 2) pokud závislost existuje, posouzení její síly.

### 4.2.1 Asociační tabulky

Do asociační tabulky 2 x 2 jsou utříděny výsledky sledování dvou kvalitativních alternativních statistických znaků. Ve vnitřním poli tabulky se nacházejí sdružené četnosti (a, b, c, d), které představují třídění podle obou statistických znaků. Okrajové (marginální) četnosti prezentují výsledky třídění podle jednoho znaku (a + b, c + d, a + c, b + d). Rozsah souboru je označen písmenem n.

Tabulka 1 zobrazuje, jak jsou uspořádány znaky v asociační tabulce 2 x 2.

**Tabulka 1 Asociační tabulka 2 x 2**

Znak A	Znak B		Celkem
	Ano	Ne	
Ano	a	b	a + b
Ne	c	d	c + d
Celkem	a + c	b + d	n

Zdroj: Svatošová, Kába, 2008, s. 7

## Testování nezávislosti znaků

Pro testování nulové hypotézy  $H_0$ : Mezi sledovanými znaky neexistuje závislost, mohou být použity dva testovací postupy:

- 1)  $\chi^2$ - test nezávislosti,
- 2) Fisherův faktoriálový test.

Pro výběr vhodného testu existují tři pravidla:

- 1) pokud je rozsah souboru  $n$  větší než 40, použije se  $\chi^2$  - test nezávislosti,
- 2) pokud je rozsah souboru  $n$  menší než 20, použije se Fisherův faktoriálový test,
- 3) pokud je rozsah souboru  $n$  větší než 20 a zároveň menší než 40, musí se nejprve vypočítat očekávané četnosti  $a_0, b_0, c_0, d_0$ , které získáme pomocí vzorců:

$$a_0 = \frac{(a+b)(a+c)}{n} \quad (4.1)$$

$$b_0 = \frac{(a+b)(b+d)}{n} \quad (4.2)$$

$$c_0 = \frac{(c+d)(a+c)}{n} \quad (4.3)$$

$$d_0 = \frac{(c+d)(b+d)}{n} \quad (4.4)$$

- a) v případě, že jsou všechny očekávané četnosti větší než 5, použije se  $\chi^2$  - test nezávislosti,
- b) v případě, že je aspoň jedna z očekávaných četností menší než 5, použije se Fisherův faktoriálový test.

## $\chi^2$ - test nezávislosti

Nulová hypotéza  $H_0$ : Mezi sledovanými znaky neexistuje závislost, je testována za pomoci testového kritéria  $\chi^2$ :



$$\chi^2 = \frac{n(ad - bc)^2}{(a + b)(a + c)(b + d)(c + d)} \quad (4.5)$$

Výsledná hodnota testového kritéria  $\chi^2$  je pak porovnána s kritickou hodnotou  $\chi_{\alpha}^2(1)$ , kdy mohou nastat tři situace:

- 1) v případě, že  $\chi^2$  je větší než  $\chi_{\alpha}^2(1)$ , je nulová hypotéza  $H_0$  zamítnuta,
- 2) v případě, že  $\chi^2$  je menší než  $\chi_{\alpha}^2(1)$ , není nulová hypotéza  $H_0$  zamítnuta,
- 3) v případě, že se  $\chi^2$  rovná  $\chi_{\alpha}^2(1)$ , nelze učinit závěr.

### Fischerův faktoriálový test

Při použití Fisherova faktoriálového testu nejprve v asociační tabulce najdeme nejmenší sdruženou četnost, která je postupně v pomocných tabulkách 2 x 2 snižována po jedné až na nulu a to při zachování marginálních četností. Pro původní i nově vzniklé tabulky je pak vypočítána pravděpodobnost  $p_i$ :

$$p_i = \frac{(a + b)!(c + d)!(a + c)!(b + d)!}{n!a!b!c!d!} \quad (4.6)$$

Součet všech pravděpodobností  $p_i$  je hodnotou testového kritéria, která je porovnána s hladinou významnosti  $\alpha$ . Opět mohou nastat tři situace:

- 1) v případě, že  $p$  je menší než  $\alpha$ , je nulová hypotéza  $H_0$  zamítnuta,
- 2) v případě, že  $p$  je větší než  $\alpha$ , není nulová hypotéza  $H_0$  zamítnuta,
- 3) v případě, že se  $p$  rovná  $\alpha$ , nelze učinit závěr.

### Určení síly závislosti

Pokud mezi znaky existuje závislost, určujeme její sílu pomocí koeficientu asociace  $V$ :

$$V = \frac{ad - bc}{\sqrt{(a + b)(c + d)(a + c)(b + d)}} \quad (4.7)$$

Při výpočtu je také možné využít vypočtenou hodnotu testového kritéria  $\chi^2$ :

$$|V| = \sqrt{\frac{\chi^2}{n}} \quad (4.8)$$

Koeficient asociace může nabývat hodnot z intervalu  $\langle -1; 1 \rangle$ . Nulová hodnota znamená nezávislost znaků a hodnota 1 (příp. -1) značí úplnou závislost znaků (Svatošová, Kába, 2008, s. 7-10).

#### 4.2.2 Kontingenční tabulky

Kontingence je vztah dvou kvalitativních statistických znaků, kdy minimálně jeden z těchto znaků musí být znakem množným.

Tabulka 2 znázorňuje jak jsou uspořádány znaky v kontingenční tabulce  $k \times m$ :

**Tabulka 2 Kontingenční tabulka  $k \times m$**

Znak A	Znak B						Celkem $n_{i\cdot}$
	$b_1$	$b_2$	.....	$b_j$	.....	$b_m$	
$a_1$	$n_{11}$	$n_{12}$	.....	$n_{1j}$	.....	$n_{1m}$	$n_1$
$a_2$	$n_{21}$	$n_{22}$	.....	$n_{2j}$	.....	$n_{2m}$	$n_2$
$\vdots$	$\vdots$	$\vdots$	$\vdots$	$\vdots$	$\vdots$	$\vdots$	$\vdots$
$a_i$	$n_{i1}$	$n_{i2}$	.....	$n_{ij}$	.....	$n_{im}$	$n_i$
$\vdots$	$\vdots$	$\vdots$	$\vdots$	$\vdots$	$\vdots$	$\vdots$	$\vdots$
$a_k$	$n_{k1}$	$n_{k2}$	.....	$n_{kj}$	.....	$n_{km}$	$n_k$
<b>Celkem <math>n_{\cdot j}</math></b>	$n_1$	$n_2$	.....	$n_j$	.....	$n_m$	$n$

Zdroj: Svatošová, Kába, 2008, s. 13

## Testování nezávislosti znaků

Pro testování nezávislosti znaků v kontingenční tabulce se využívá zobecněný  $\chi^2$  - test nezávislosti, ve kterém se vychází z rozdílu sdružených četností  $n_{ij}$  a četností teoretických  $n_{0j}$ . Nejdříve je tedy třeba vypočítat teoretické četnosti:

$$n_{0j} = \frac{n_{i\bullet} \cdot n_{\bullet j}}{n} \quad (4.9)$$

### $\chi^2$ - test nezávislosti

Nulová hypotéza je stejná jako u asociační tabulky –  $H_0$ : Mezi sledovanými znaky neexistuje závislost. Dále je vypočítáno testové kritérium  $\chi^2$ :

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^k \sum_{j=1}^m \frac{(n_{ij} - n_{0j})^2}{n_{0j}} \quad (4.10)$$

Vypočtená hodnota testového kritéria je následně porovnána s kritickou hodnotou  $\chi_{\alpha(k-1)(m-1)}^2$ . Písmeno  $k$  v tomto případě označuje počet obměn prvního znaku,  $m$  pak počet obměn znaku druhého.

- 1) pokud je  $\chi^2$  větší než  $\chi_{\alpha(k-1)(m-1)}^2$ , pak nulovou hypotézu  $H_0$  o nezávislosti zamítáme,
- 2) pokud je  $\chi^2$  menší než  $\chi_{\alpha(k-1)(m-1)}^2$ , pak nulovou hypotézu  $H_0$  o nezávislosti nezamítáme,
- 3) pokud je  $\chi^2$  roven  $\chi_{\alpha(k-1)(m-1)}^2$ , pak nelze učinit závěr.

$\chi^2$  - test nezávislosti však nesmí být použit, pokud podíl teoretických četností menších než 5 překročí 20 % a některá z teoretických četností je menší než 1. V takovém případě musí dojít ke spojení slabých skupin, tedy ke sloučení řádků či sloupců. Je nutné, aby toto sloučení bylo logické, věcně správné a dobře interpretovatelné. Následně musí být opět vyjádřeny teoretické četnosti těchto sloučených řádků či sloupců a znovu musí být ověřeno, zda je tato podmínka splněna.

## Určení síly závislosti

Jak uvádí Svatošová a Kába (2008, s. 13-15), síla závislosti v kontingenční tabulce může být určena za pomoci Pearsonova koeficientu kontingence či Cramérova koeficientu kontingence.

### Pearsonův koeficient kontingence:

$$C = \sqrt{\frac{\chi^2}{\chi^2 + n}} \quad (4.11)$$

Protože Pearsonův koeficient kontingence nenabývá hodnoty 1, je třeba ho normalizovat pomocí hodnoty  $C_{\max}$ , která je uvedena v tabulkách. Po znormalizování hodnota 0 představuje nezávislost a hodnota 1 naopak absolutní závislost mezi znaky.

Normalizovaný koeficient:

$$C_n = \frac{C}{C_{\max}} \quad (4.12)$$

Hodnota  $C_{\max}$  je uvedena v tabulkách, ale lze také vypočítat:

$$C_{\max} = \sqrt{\frac{r-1}{r}}, \quad (4.13)$$

kde  $r$  je počet obměn toho znaku, který má méně obměn.

### Cramérův koeficient kontingence:

$$V = \sqrt{\frac{\chi^2}{n(q-1)}}, \quad (4.14)$$

kde  $q = \min(r, s)$ .

Hodnota 0 značí nezávislost a hodnota 1 představuje úplnou závislost znaků.

## 5 Praktická část

Preference a spotřební chování účastníků cestovního ruchu bylo zjišťováno pomocí vlastního dotazníkového šetření. Dotazník měl celkem 23 otázek. 19 otázek se týkalo samotných preferencí respondentů při výběru jejich dovolené a 4 otázky byly identifikační. Dotazník byl publikován na internetovém portále [www.vyplnto.cz](http://www.vyplnto.cz), kde byl k dispozici pro vyplnění od 18. července 2013 do 16. srpna 2013.

### 5.1 Vyhodnocení dotazníkového průzkumu

Dotazník celkem vyplnilo 238 respondentů. Z tohoto množství bylo vyloučeno 19 respondentů (8 %), neboť ti na dovolenou nejezdí (viz tabulka 3).

**Tabulka 3** Jezdíte na dovolenou?

Jezdíte na dovolenou?	
Ano	219
Ne	19

Zdroj: Vlastní šetření

Jak je vidět v tabulce 4, následující otázkou bylo eliminováno dalších 9 respondentů (4 %), protože ti svou dovolenou tráví raději v místě trvalého bydliště a pro účely výzkumu byli tedy nevyhovující.

**Tabulka 4** Kde raději trávíte svou dovolenou?

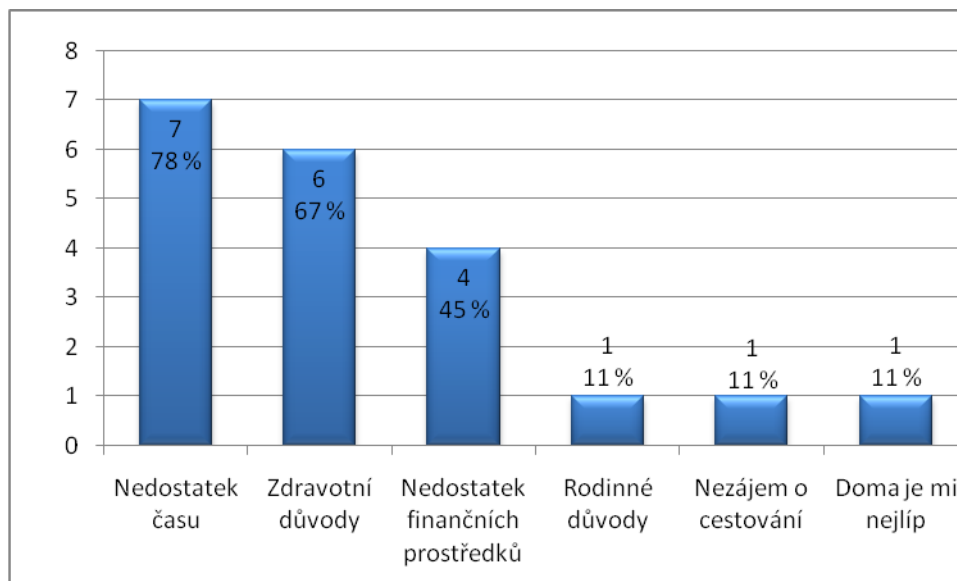
Kde raději trávíte svou dovolenou?	
Mimo místo trvalého bydliště	210
V místě trvalého bydliště	9

Zdroj: Vlastní šetření

Respondenti, kteří svou dovolenou tráví raději v místě trvalého bydliště, pokračovali otázkou, která se zajímala o důvody, proč raději zůstávají doma. Na výběr měli z několika možností – nedostatek finančních prostředků, nedostatek času, nezáměr o cestování, zdravotní důvody a možnost jiné důvody, u které měli respondenti příležitost dopsat svou vlastní odpověď. Z těchto možností museli respondenti zvolit alespoň jednu z nabízených odpovědí.

Jak je patrné z grafu 1, mezi nejčastější důvody, proč lidé raději tráví svou dovolenou v místě trvalého bydliště, patří nedostatek času (7 respondentů; 78 %), zdravotní důvody (6 respondentů; 67 %), nedostatek finančních prostředků (4 respondenti; 45 %), rodinné důvody (1 respondent; 11 %), nezájem o cestování (1 respondent; 11 %) či pocit, že doma je jim nejlépe (1 respondent; 11 %).

**Graf 1 Z jakých důvodů zůstáváte raději doma?**



Zdroj: Vlastní šetření

Z celkového množství 238 respondentů tak byly nakonec zjišťovány preference a spotřební chování na základě odpovědí 210 respondentů, z čehož 148 respondentů (70 %) byly ženy a 62 respondentů (30 %) byli muži (viz tabulka 5).

**Tabulka 5 Pohlaví**

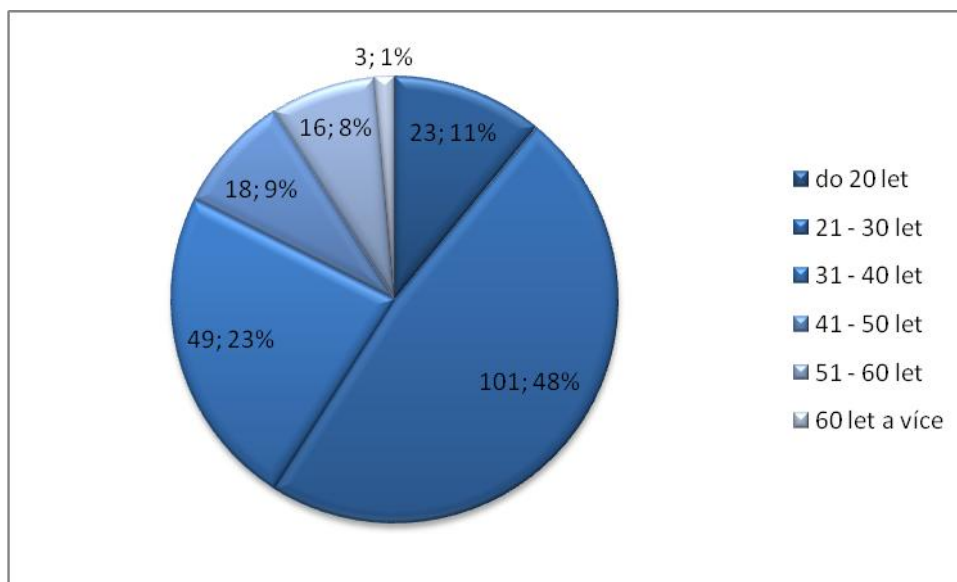
Pohlaví		
	Absolutní četnosti	Relativní četnosti
Žena	148	70%
Muž	62	30%

Zdroj: Vlastní šetření

Věkové kategorie byly rozděleny do šesti skupin, ze kterých mohli respondenti vybírat. Jak ukazuje graf 2, největší skupinou zkoumaného výběru byla věková kategorie 21 – 30 let, kde odpovědělo celkem 101 respondentů (48 %). Druhou největší skupinou pak byla kategorie 31 – 40 let se 49 respondenty (23 %). Dále to byla kategorie do 20 let s 23

respondenty (11 %). 18 respondentů (9 %) spadalo do kategorie 41 – 50 let. 16 respondentů (8 %) patřilo do kategorie 51 – 60 let. Nejmenší skupinou se 3 respondenty (1 %) byla kategorie 60 let a více.

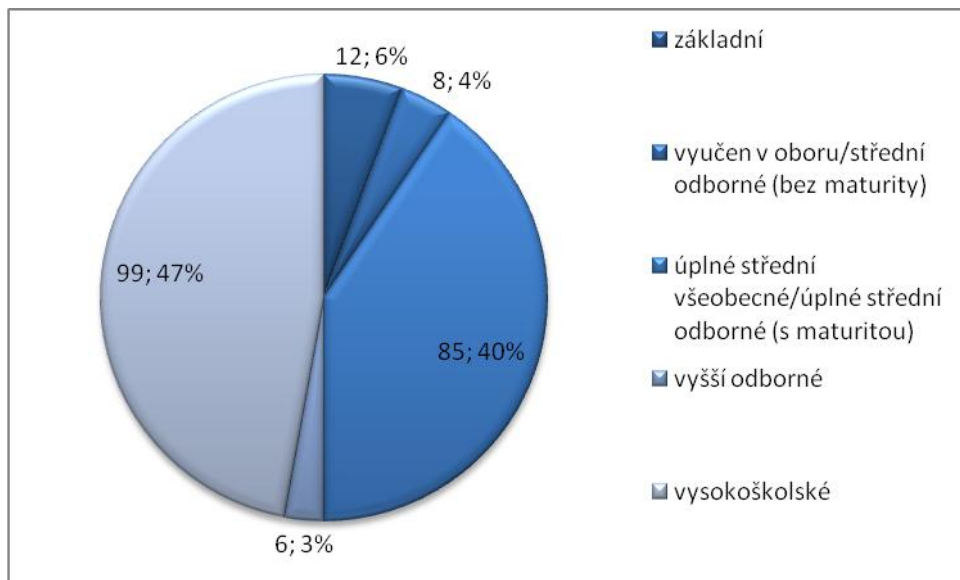
**Graf 2 Věk**



Zdroj: Vlastní šetření

Dále bylo zjišťováno nejvyšší dosažené vzdělání respondentů. Graf 3 zobrazuje, že nejpočetnější skupinou, která dotazník vyplnila, byli respondenti s vysokoškolským vzděláním, kterého dosáhlo celkem 99 respondentů (47 %). Úplné střední všeobecné či úplné střední odborné vzdělání s maturitou mělo celkem 85 respondentů (40 %). 12 respondentů (6 %) ukončilo pouze základní školu. Vyučení v oboru či střední odborné vzdělání bez maturity získalo 8 respondentů (4 %) a vyšší odborné vzdělání mělo 6 respondentů (3 %).

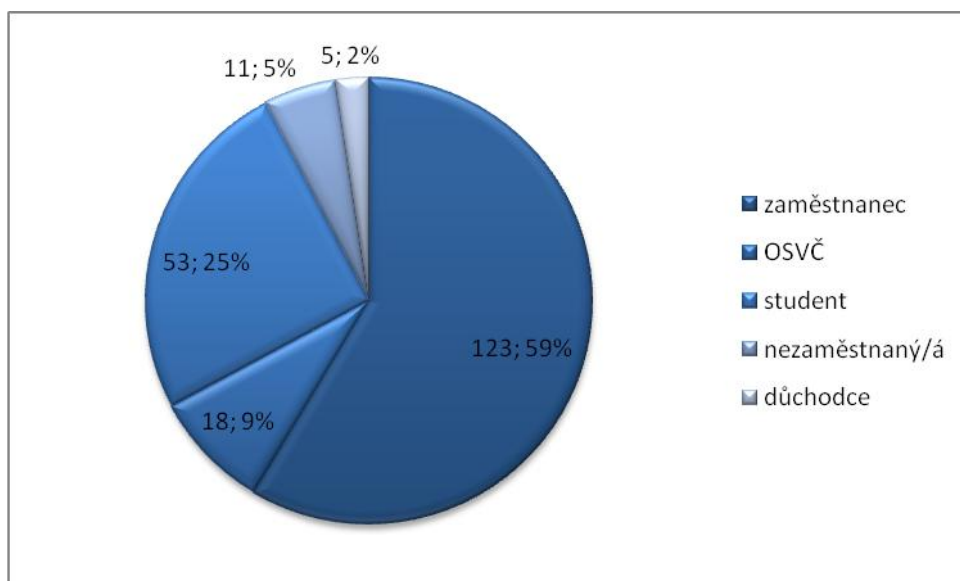
**Graf 3 Nejvyšší dosažené vzdělání**



Zdroj: Vlastní šetření

Co se týče pracovní pozice, jak je vidět z grafu 4, nejvíce respondentů zvolilo možnost zaměstnanec. Celkem to bylo 123 lidí (59 %). Druhou největší skupinou byli studenti – 53 respondentů (25 %). 18 respondentů (9 %) patřilo do kategorie osob samostatně výdělečně činných. 11 respondentů (5 %) bylo nezaměstnaných. Nejmenší skupinou byli důchodci. Tuto odpověď vybralo celkem 5 respondentů (2 %).

**Graf 4 Pracovní pozice**



Zdroj: Vlastní šetření



První otázka týkající se již vlastního zkoumání preferencí a spotřebního chování účastníků cestovního ruchu byla zaměřena na zjištění, jakému typu dovolené dávají respondenti přednost. Z dotazníku vyplynulo, že lidé většinou upřednostňují dovolenou v zahraničí před dovolenou v České republice. Pravděpodobně proto, že zahraniční dovolená je stále ještě pro většinu lidí mnohem lákavější než dovolená v tuzemsku. Jak je patrné z tabulky 6, z 210 odpovědí celkem 138 respondentů (66 %) zvolilo možnost dovolené v zahraničí a 72 respondentů (34 %) vybralo dovolenou v České republice.

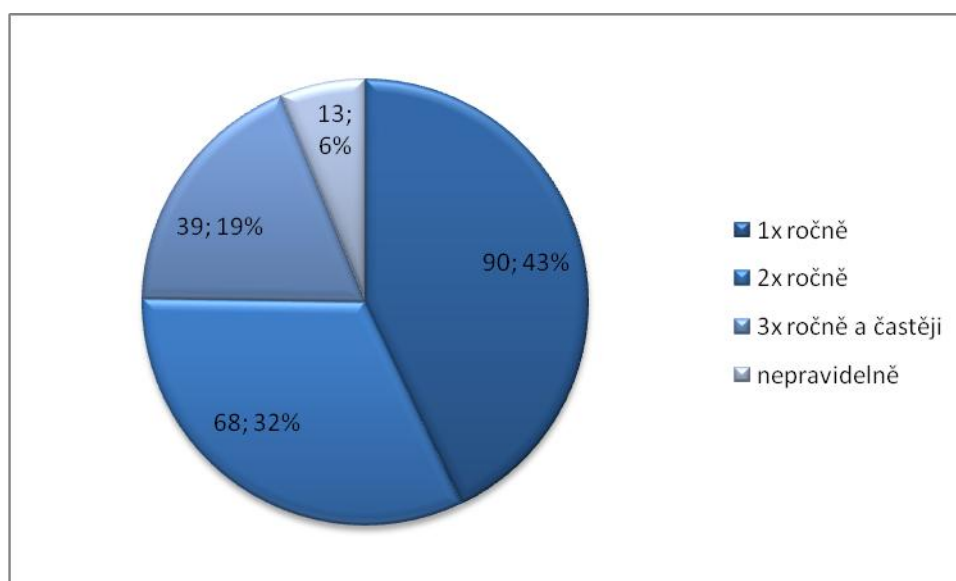
**Tabulka 6 Jaké dovolené dáváte přednost?**

Jaké dovolené dáváte přednost?		
	Absolutní četnosti	Relativní četnosti
Dovolená v zahraničí	138	66%
Dovolená v ČR	72	34%

Zdroj: Vlastní šetření

Druhá otázka měla za úkol zjistit, jak často respondenti jezdí na dovolenou. Graf 5 popisuje, že téměř polovina respondentů zvolila možnost 1x ročně. Celkem takto odpovědělo 90 respondentů (43 %). 68 respondentů (32 %) jezdí na dovolenou 2x ročně. 3x ročně nebo častěji jezdí na dovolenou 39 respondentů (19 %). Možnost nepravidelně si vybralo 13 respondentů (6 %). Mezi nejčastějšími odpověďmi u možnosti nepravidelně respondenti uváděli, že na dovolenou vyráží jednou za 2 až 4 roky.

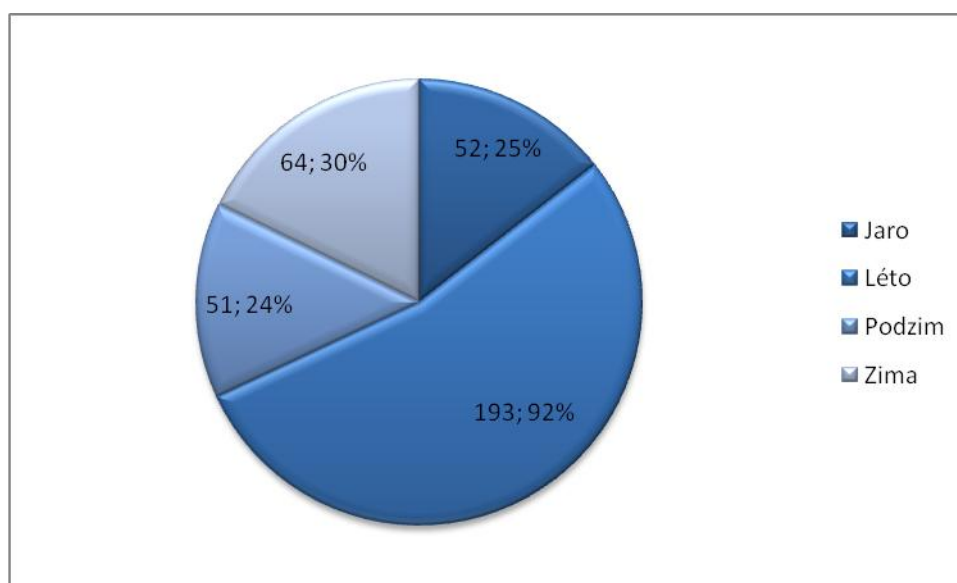
**Graf 5 Jak často jezdíte na dovolenou?**



Zdroj: Vlastní šetření

Třetí otázka se zabývala ročním obdobím, ve kterém respondenti obvykle jezdí na dovolenou. U této otázky si mohli respondenti vybrat více odpovědí. Není velkým překvapením, že k nejoblíbenějšímu ročnímu období patří léto, jak znázorňuje graf 6, které zvolilo celkem 193 respondentů (92 %). Druhé nejpopulárnější roční období je zima. Tuto možnost vybralo 64 respondentů (30 %). Jaro a podzim měly velice vyrovnané výsledky – jaro 52 respondentů (25 %) a podzim 51 respondentů (24 %).

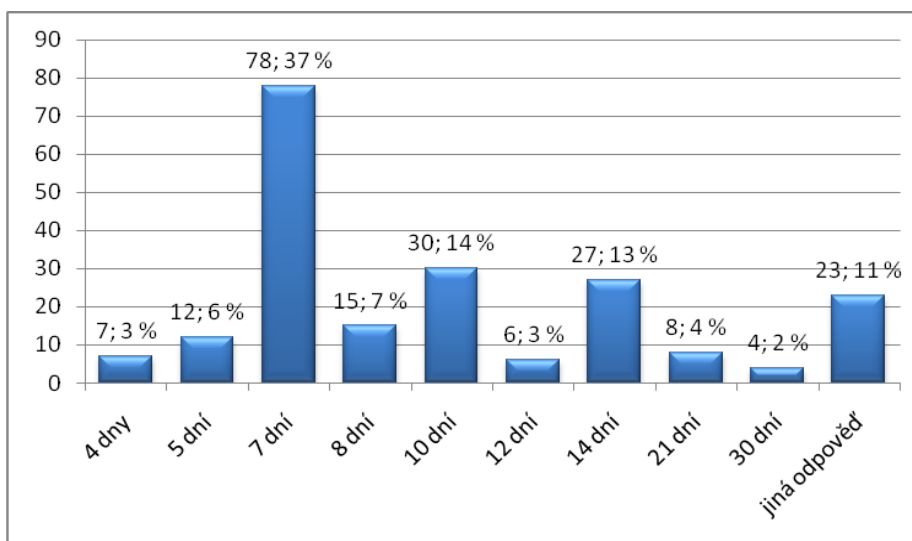
**Graf 6 V jakém ročním období obvykle jezdíte na dovolenou?**



Zdroj: Vlastní šetření

Další otázka byla zaměřena na obvyklou délku dovolené respondentů, kterou ukazuje graf 7. Nejpočetnější skupina respondentů tráví na své dovolené 7 dní. Celkem takto odpovědlo 78 ze všech dotazovaných (37 %). 30 respondentů (14 %) jezdí na dovolenou na 10 dní. Na 14denní dovolenou vyráží 27 respondentů (13 %). 15 respondentů (7 %) dává přednost dovolené v délce 8 dnů. 12 respondentů (6 %) obvykle jezdí na 5 dnů, 8 respondentů (4 %) na 21 dnů a 7 respondentů na 4 dny. Na 12 dnů jezdí obvykle 6 respondentů (3 %) a 4 respondenti tráví na své dovolené dokonce 30 dnů. Méně častou délku dovolené uvedlo zbylých 23 dotázaných (např. 3 dny, 6 dní, 35 dní, 60 dní apod.).

**Graf 7 Jak dlouho obvykle trvá vaše dovolená?**



Zdroj: Vlastní šetření

Následující otázka měla objasnit motivy účasti respondentů na cestovním ruchu a respondenti měli opět možnost zvolit více možností. Jak se dalo předpokládat, mezi nejčastější důvody, proč lidé jezdí na dovolenou, patří rekreace a odpočinek (viz tabulka 7). Takto odpovědělo celkem 186 respondentů (89 %). 148 ze všech dotázaných (70 %) zvolilo jako svůj motiv poznávání. Cestovního ruchu na základě společenských motivů (např. návštěvy příbuzných a známých, návštěvy společenských akcí apod.) se účastní 47 respondentů (22 %). Za sportem vyráží celkem 44 respondentů (21 %). Dobrodružství a adrenalin hledá na své dovolené 31 respondentů (15 %). 17 respondentů (8 %) jezdí na svou dovolenou především kvůli svému zdraví. K ostatním důvodům, proč jezdit na dovolenou, respondenti uváděli např. zábavu, koníčky, studium a procvičení si cizího jazyka, turistiku, workshopy, možnost strávit čas s kamarády či cesty za přírodou nebo nákupy a investice.

**Tabulka 7 Z jakého důvodu nejčastěji jezdíte na dovolenou?**

<b>Z jakého důvodu nejčastěji jezdíte na dovolenou?</b>		
	<b>Absolutní četnosti</b>	<b>Relativní četnosti</b>
Rekreace, odpočinek	186	89 %
Poznávání	148	70 %
Společenské motivy	47	22 %
Sport	44	21 %
Dobrodružství, adrenalin	31	15 %
Zdraví	17	8 %
Jiná odpověď	8	4 %

Zdroj: Vlastní šetření

Jak uvádí tabulka 8, následovalo zjišťování, jakému způsobu zabezpečení dovolené dávají respondenti přednost. Neorganizovanému způsobu zabezpečení cesty, kdy si cestu a pobyt člověk zajišťuje sám, dává přednost celkem 136 respondentů (65 %). Naopak organizovaný způsob zabezpečení dovolené, kdy cestu a pobyt zajišťuje cestovní kancelář, preferuje 74 respondentů (35 %).

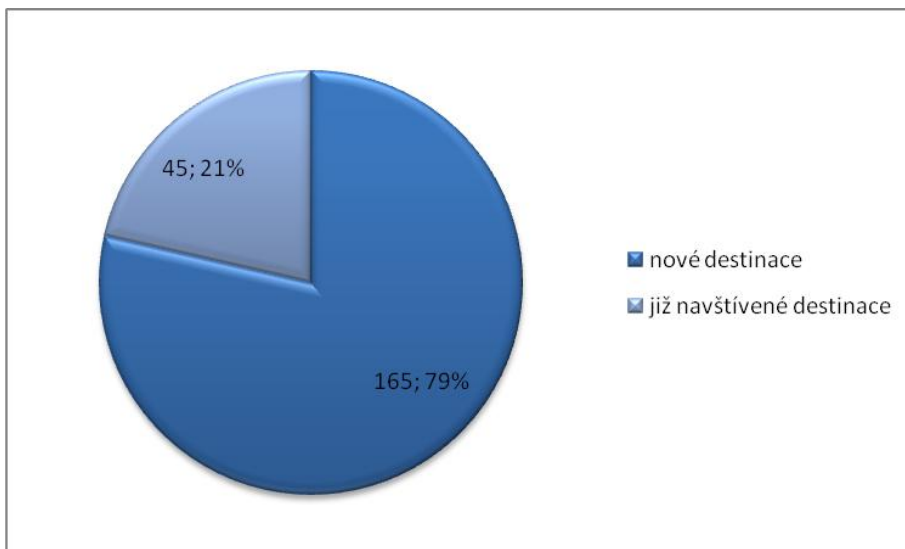
**Tabulka 8 Jaký způsob zabezpečení své dovolené upřednostňujete?**

<b>Jaký způsob zabezpečení své dovolené upřednostňujete?</b>		
	<b>Absolutní četnosti</b>	<b>Relativní četnosti</b>
Neorganizovaný	136	65%
Organizovaný	74	35%

Zdroj: Vlastní šetření

Sedmá otázka se týkala preferencí respondentů při výběru místa pobytu jejich dovolené. Jak je vidět z grafu 8, převážná většina z dotázaných upřednostňuje dovolenou v nových destinacích, které zatím ještě nenavštívila. Tuto možnost zvolilo celkem 165 respondentů (79 %). Destinacím, které respondenti již navštívili a rádi je navštěvují znovu, dává přednost 45 respondentů (21 %).

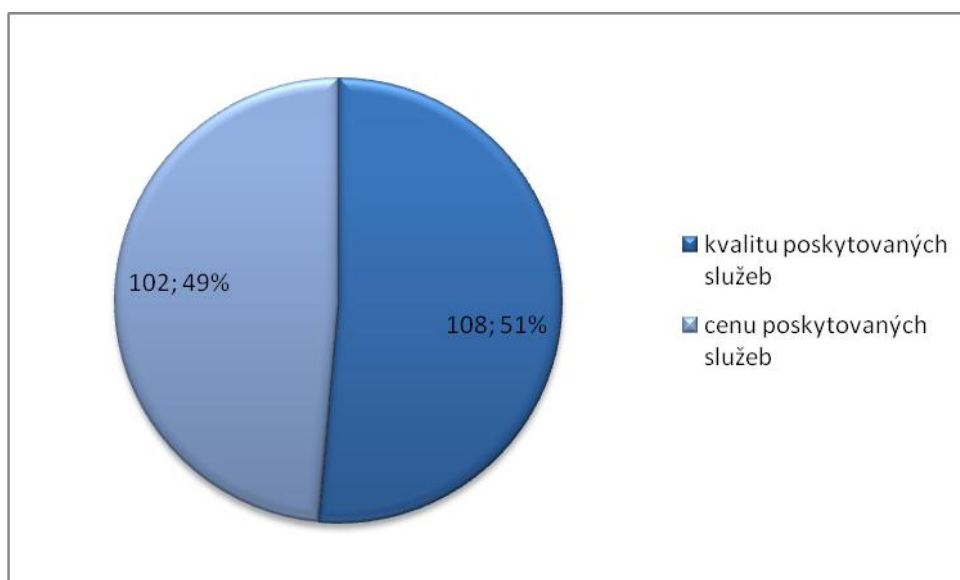
**Graf 8 Při výběru místa pobytu vaší dovolené preferujete spíše:**



Zdroj: Vlastní šetření

Dále bylo zkoumáno, zda při výběru dovolené kladou respondenti větší důraz na kvalitu či cenu poskytovaných služeb. Jak je patrné z grafu 9, odpovědi na tuto otázku byly velice vyrovnané. Kvalita poskytovaných služeb, kdy cena není pro respondenty natolik rozhodující, je preferována 108 respondenty (51 %). Cena poskytovaných služeb, kdy kvalita není hlavním kritériem výběru, je důležitá pro 102 respondentů (49 %).

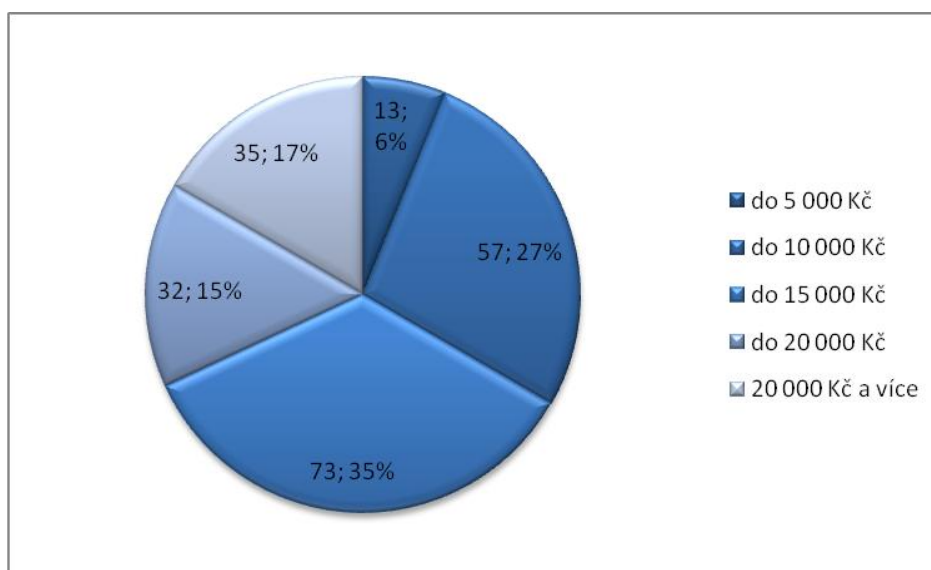
**Graf 9 Při výběru vaší dovolené kladete větší důraz na:**



Zdroj: Vlastní šetření

Devátou otázkou bylo zjišťováno, jakou maximální částku by byli respondenti ochotni investovat za dovolenou v zahraničí za jednu osobu. Jak ukazuje graf 10, nejvíce lidí by bylo utratilo za takovou dovolenou do 15 000 Kč. Tuto možnost vybralo 73 respondentů (35 %). Do 10 000 Kč by zaplatilo 57 respondentů (27 %). 35 ze všech dotázaných (17 %) by bylo ochotno zaplatit 20 000 Kč či více. Do 20 000 Kč bylo dalo za dovolenou 32 respondentů (15 %). 13 respondentů (6 %) by rádo zaplatilo pouze do 5 000 Kč.

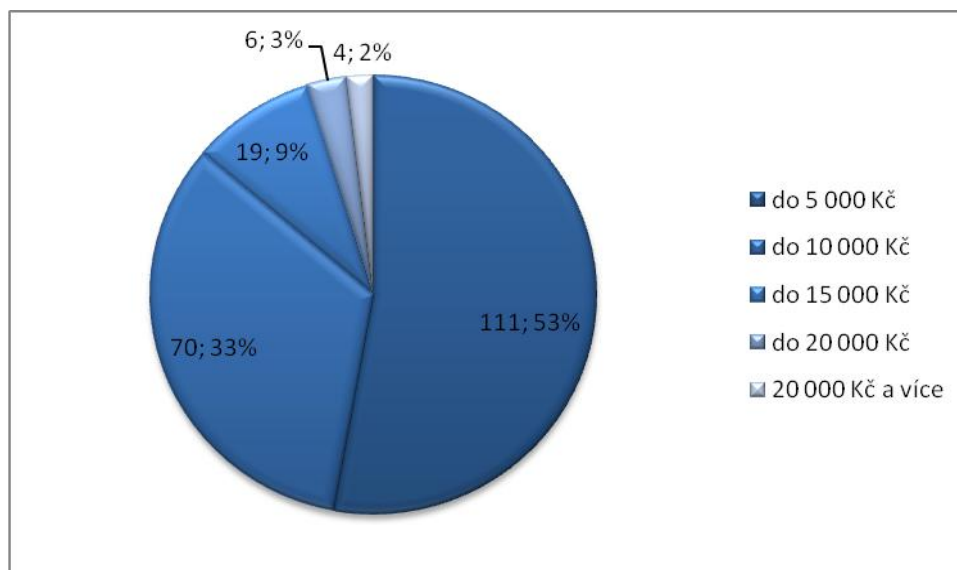
**Graf 10 Jakou maximální částku byste byl/a ochoten/ochotna investovat za dovolenou v zahraničí za jednu osobu?**



Zdroj: Vlastní šetření

Graf 11 také zobrazuje, jakou maximální částku by byli lidé ochotni investovat za dovolenou za jednu osobu, ovšem tentokrát v České republice. V tomto případě jsou respondenti za svou dovolenou nejčastěji ochotni utratit částku do 5 000 Kč. Takto odpovědělo dohromady 111 dotázaných (53 %). 70 respondentů (33 %) by zaplatilo za svou dovolenou do 10 000 Kč. Do 15 000 Kč je pak ochotno dát 19 respondentů (9 %). 6 respondentů (3 %) by zaplatilo za dovolenou až do 20 000 Kč. Více než 20 000 Kč jsou ochotni investovat pouze 4 respondenti (2 %).

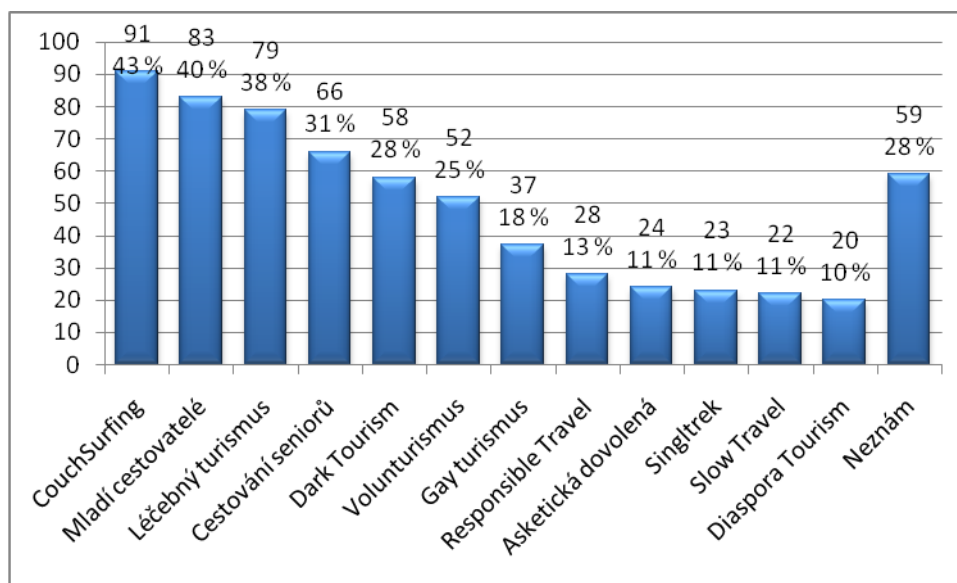
**Graf 11 Jakou maximální částku byste byl/a ochoten/ochotna investovat za dovolenou v ČR za jednu osobu?**



Zdroj: Vlastní šetření

Následující část dotazníku byla zaměřena na současné světové trendy v cestovním ruchu. Nejdříve bylo zjišťováno, zda respondenti vůbec některý ze současných světových trendů znají. U této otázky mohli respondenti zvolit více možností. Jak vyplynulo z odpovědí, k nejznámějším ze světových trendů patří CouchSurfing. Tento trend zná celkem 91 respondentů (43 %). Druhým nejznámějším trendem jsou mladí cestovatelé, které zná 83 ze všech dotázaných (40 %). Na třetím místě se umístil léčebný turismus, o kterém někdy slyšelo 79 respondentů (38 %). Cestování seniorů zná 66 respondentů (31 %). S pojmem Dark Tourism je obeznámeno 58 respondentů (28 %). Dále je to pak volunturismus, který zná 52 respondentů (25 %), gay turismus 37 respondentů (18 %) a asketická dovolená, o jejíž existenci ví 24 z dotázaných (11 %). Mezi nejméně známé trendy patří singlrek (23 respondentů, 11 %), Slow Tourism (22 respondentů, 11 %) a Diaspora Tourism (20 respondentů, 10 %). Celkem 59 ze všech dotázaných (28 %) žádný ze současných světových trendů v cestovním ruchu nezná (viz graf 12).

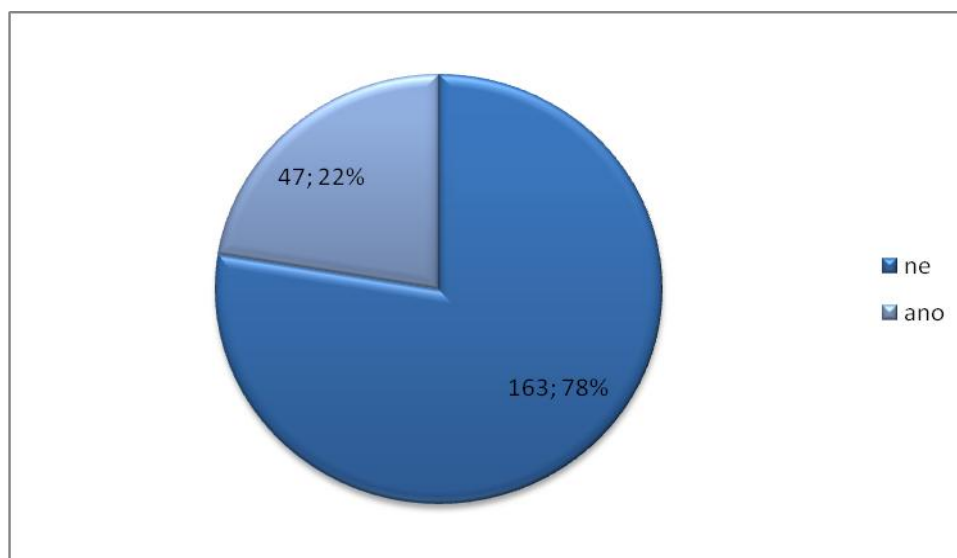
**Graf 12 Znáte některý ze současných světových trendů v cestovním ruchu?**



Zdroj: Vlastní šetření

Dále bylo zkoumáno, zda se někdo z respondentů někdy zúčastnil dovolené podle současných světových trendů v cestovním ruchu. Jak je patrné z grafu 13, většina z dotázaných se žádné takové dovolené nezúčastnila. Možnost ne zvolilo 163 z nich (78 %). Na dovolenou podle současných světových trendů vyrazilo pouze 47 respondentů (22 %).

**Graf 13 Zúčastnil/a jste se někdy dovolené podle současných světových trendů v cestovním ruchu?**

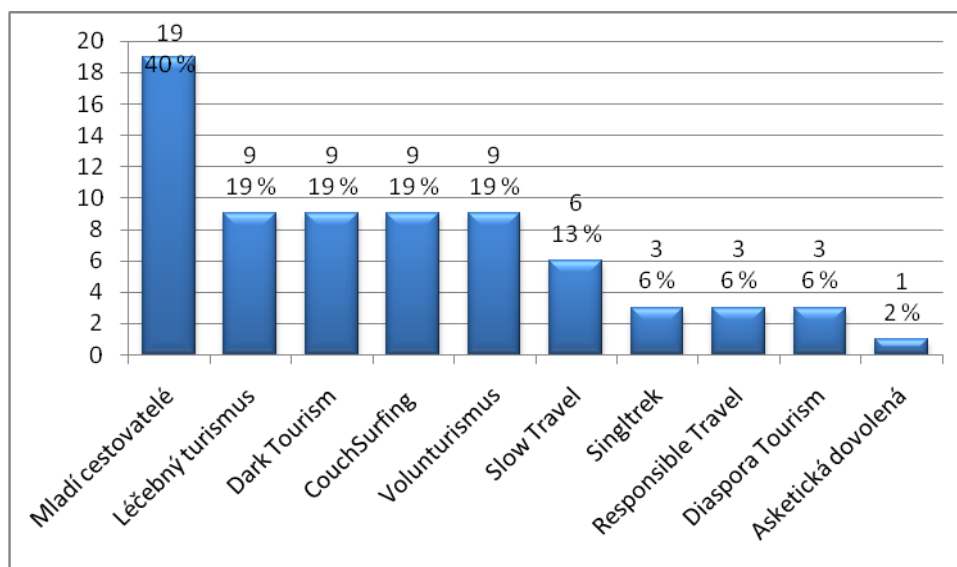


Zdroj: Vlastní šetření



Graf 14 znázorňuje, kterého druhu dovolené podle současných světových trendů v cestovním ruchu se respondenti zúčastnili. Respondenti opět mohli zvolit více odpovědí. Nejvíce ze 47 dotázaných, kteří se takovéto dovolené zúčastnili, byli mladí cestovatelé. Dohromady to bylo 19 respondentů (40 %). Léčebného turismu, Dark Tourismu, CouchSurfingu a volunturismu se zúčastnilo po 9 respondentech (19 %). 6 respondentů (13 %) vyrazilo na dovolenou podle trendu Slow Travel. Na dovolenou podle trendu singltrek jeli 3 respondenti (6 %). Stejně množství se zúčastnilo dovolené podle trendu Responsible Travel a Diaspora Tourism. Pouze 1 respondent (2 %) cestoval na asketickou dovolenou.

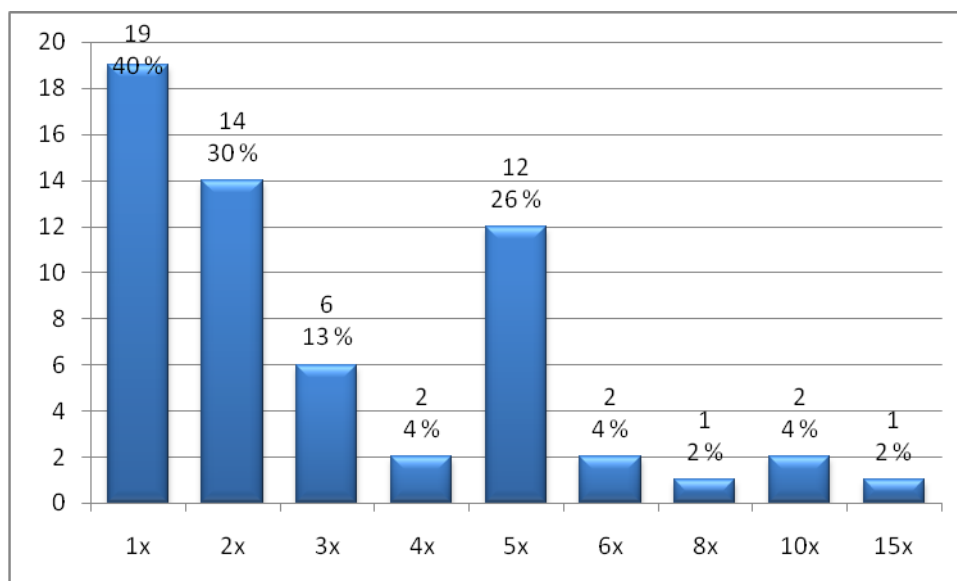
**Graf 14 Kterého druhu dovolené podle současných světových trendů v cestovním ruchu jste se zúčastnil/a?**



Zdroj: Vlastní šetření

Graf 15 uvádí četnosti, s jakou se respondenti účastnili dovolené podle současných světových trendů. Nejčastěji se respondenti takové dovolené zúčastnili 1x. Takto odpovědělo celkem 19 z nich (40 %). 2x na tuto dovolenou vyrazilo 14 respondentů (30 %). 12 respondentů (26 %) jelo na dovolenou podle současných světových trendů 5x. 6 respondentů (13 %) si tuto dovolenou zopakovalo 3x. 4x, 6x a 10x se dovolené zúčastnilo vždy po 2 respondentech. 1 respondent (2 %) se vydal na dovolenou 8x a 1 (2 %) dokonce 15x.

**Graf 15** Kolikrát jste se zúčastnil/a dovolené podle současných světových trendů?



Zdroj: Vlastní šetření

Pomocí patnácté otázky bylo zjišťováno, kde se respondenti dovolené podle současných světových trendů zúčastnili, zda v zahraničí nebo v České republice. Respondenti mohli zvolit obě možnosti. Jak je vidět v tabulce 9, převážná většina z dotazovaných se své dovolené zúčastnila v zahraničí. Celkem tuto možnost zvolilo 40 respondentů (85 %). V České republice dovolenou strávilo 20 respondentů (43 %).

**Tabulka 9** Kde jste se tohoto druhu dovolené zúčastnil/a?

Kde jste se tohoto druhu dovolené zúčastnil/a?		
	Absolutní četnosti	Relativní četnosti
Zahraníčí	40	85%
ČR	20	43%

Zdroj: Vlastní šetření

Poslední šestnáctá otázka byla zaměřena na názory respondentů na dovolenou podle současných světových trendů, které se zúčastnili. Z odpovědí vyšlo najevo, že všichni byli s touto dovolenou spokojeni, hodnotí ji velice kladně, dokonce ji označují jako lepší dovolenou než dovolenou klasickou a jako nezapomenutelnou životní zkušenost.

## 5.2 Vlastní analýza kvalitativních znaků

Pro zkoumání a analýzu vzájemných vztahů mezi jednotlivými znaky bylo stanoveno sedm pracovních hypotéz, které budou testovány pomocí metod analýz kvalitativních znaků. Získané údaje budou zpracovány do asociačních a kontingenčních tabulek. Na základě jejich analýzy pak bude možné určit, zda mezi znaky existuje závislost a její případná intenzita.

### Pracovní hypotézy

- 1)  $H_0$ : Mezi frekvencí účasti na dovolené a preferencí kvality/ceny poskytovaných služeb neexistuje závislost.
- 2)  $H_0$ : Mezi věkem a způsobem zabezpečení dovolené neexistuje závislost.
- 3)  $H_0$ : Mezi věkem a účastí na dovolené podle současných světových trendů neexistuje závislost.
- 4)  $H_0$ : Mezi četností dovolené a místem pobytu dovolené neexistuje závislost.
- 5)  $H_0$ : Mezi vzděláním a výběrem destinace neexistuje závislost.
- 6)  $H_0$ : Mezi pracovní pozicí a ochotou investovat do dovolené v zahraničí neexistuje závislost.
- 7)  $H_0$ : Mezi pracovní pozicí a ochotou investovat do dovolené v České republice neexistuje závislost.

### Hypotéza č. 1

V souboru 210 respondentů bylo podle frekvence účasti na dovolené zjišťováno, zda lidé vybírají svou dovolenou na základě kvality či naopak ceny poskytovaných služeb (viz tabulka 10).

$H_0$ : Mezi frekvencí účasti na dovolené a preferencí kvality/ceny poskytovaných služeb neexistuje závislost.

**Tabulka 10 Hypotéza č. 1 - kontingenční tabulka (frekvence dovolené a preference kvalita/cena služeb)**

Frekvence dovolené	Preference		Celkem
	kvalita služeb	cena služeb	
1x ročně	36	53	89
2x ročně	42	25	67
3x ročně a více	27	12	39
nepravidelně	3	12	15
<b>Celkem</b>	108	102	210

Zdroj: Vlastní šetření

Podle vzorce 4.9 byly stanoveny teoretické četnosti uvedené v tabulce 11.

**Tabulka 11 Hypotéza č. 1 - teoretické četnosti**

45,77	43,23
34,46	32,54
20,06	18,94
7,71	7,29

Zdroj: Vlastní šetření

Podmínka pro použití  $\chi^2$  testu nezávislosti je splněna, neboť žádná z teoretických četností není menší než 5 a může tedy být vypočteno testové kritérium  $\chi^2$  podle vzorce 4.10.

$$\chi^2 = \mathbf{18,574}$$

$$\chi_{0,05(3)}^2 = \mathbf{7,815}$$

$$\chi^2 > \chi_{0,05(3)}^2$$

Hodnota testového kritéria  $\chi^2$  je větší než kritická hodnota  $\chi_{0,05(3)}^2$ , nulovou hypotézu  $H_0$  můžeme tedy na hladině významnosti 0,05 zamítnout. Mezi frekvencí účasti na dovolené a preferencí kvality/ceny poskytovaných služeb existuje závislost. Lidé, kteří jezdí na dovolenou častěji, dávají přednost kvalitě poskytovaných služeb a cena pro ně není rozhodující. Naopak lidé, kteří jezdí na dovolenou pouze 1x ročně či nepravidelně, preferují spíše cenu poskytovaných služeb před kvalitou.

Síla závislosti byla určena pomocí normalizovaného Pearsonova koeficientu kontingence podle vzorců 4.11, 4.12 a 4.13.

$$C = \mathbf{0,285}$$

$$C_{\max} = 0,707$$

$$C_n = 0,403$$

Závislost mezi sledovanými znaky je středně silná.

## Hypotéza č. 2

Jak je vidět v tabulce 12, druhá hypotéza byla zaměřena na zjištění, zda věk souvisí se způsobem zabezpečení dovolené.

$H_0$ : Mezi věkem a způsobem zabezpečení dovolené neexistuje závislost.

Tabulka 12 Hypotéza č. 2 - kontingenční tabulka (věk a způsob zabezpečení dovolené)

Věk	Způsob zabezpečení dovolené		Celkem
	organizovaný	neorganizovaný	
do 20 let	9	14	23
21 - 30 let	38	63	101
31 - 40 let	13	36	49
41 - 50 let	3	15	18
51 - 60 let	8	8	16
60 let a více	3	0	3
<b>Celkem</b>	74	136	210

Zdroj: Vlastní šetření

Dále byly podle vzorce 4.9 stanoveny teoretické četnosti uvedené v tabulce 13.

Tabulka 13 Hypotéza č. 2 - teoretické četnosti

8,1	14,9
35,59	65,41
17,27	31,73
6,34	11,66
5,64	10,36
1,06	1,94

Zdroj: Vlastní šetření

Podmínka pro použití  $\chi^2$  testu nezávislosti je splněna, neboť podíl teoretických četností menších než 5 nepřekročil 20 % a žádná z nich není menší než 1. Následuje výpočet testového kritéria  $\chi^2$  podle vzorce 4.10.

$$\chi^2 = 11,769$$

$$\chi^2_{0,05(5)} = \mathbf{11,071}$$

$$\chi^2 > \chi^2_{0,05(5)}$$

Hodnota testového kritéria  $\chi^2$  je větší než kritická hodnota  $\chi^2_{0,05(5)}$ . Nulová hypotéza  $H_0$  může tedy být zamítnuta. Mezi věkem respondentů a způsobem zabezpečení dovolené existuje závislost. Je poměrně překvapivé, že největší procento preferencí neorganizovaného způsobu zabezpečení dovolené je mezi respondenty ve věkové kategorii 31 – 50 let. I lidé do 30 let dávají přednost neorganizovanému způsobu zabezpečení dovolené, ovšem ne v takovém míře. Lidé nad 51 upřednostňují organizovaný způsob zabezpečení své dovolené.

Pomocí vzorců 4.11, 4.12 a 4.13 byla vypočtena síla závislosti.

$$C = \mathbf{0,230}$$

$$C_{\max} = \mathbf{0,707}$$

$$C_n = \mathbf{0,326}$$

Závislost mezi sledovanými znaky je středně silná.

### **Hypotéza č. 3**

Jak znázorňuje tabulka 14, třetí hypotézou bylo zkoumáno, zda má věk vliv na účast na dovolené podle současných světových trendů.

$H_0$ : Mezi věkem a účastí na dovolené podle současných světových trendů neexistuje závislost.

**Tabulka 14 Hypotéza č. 3 - kontingenční tabulka (věk a účast na dovolené podle světových trendů)**

Věk	Účast na dovolené podle světových trendů		Celkem
	ano	ne	
do 20 let	8	15	23
21 - 30 let	32	69	101
31 - 40 let	4	45	49
41 - 50 let	1	17	18
51 - 60 let	0	16	16
60 let a více	2	1	3
<b>Celkem</b>	<b>47</b>	<b>163</b>	<b>210</b>

Zdroj: Vlastní šetření

Teoretické četnosti zobrazené v tabulce 15 byly stanoveny podle vzorce 4.9.

**Tabulka 15 Hypotéza č. 3 - teoretické četnosti**

5,15	17,85
22,60	78,40
10,97	38,03
4,03	13,97
3,58	12,42
0,67	2,33

Zdroj: Vlastní šetření

V tomto případě však není splněna podmínka pro použití  $\chi^2$  testu nezávislosti, jelikož podíl teoretických četností menších než 5 překračuje 20 % a zároveň je jedna z teoretických četností menší než 1. Je tedy nutné spojení slabých skupin, což ukazuje tabulka 16.

**Tabulka 16 Hypotéza č. 3 - nová kontingenční tabulka (věk a účast na dovolené podle světových trendů)**

Věk	Účast na dovolené podle světových trendů		Celkem
	ano	ne	
do 20 let	8	15	23
21 - 30 let	32	69	101
31 - 40 let	4	45	49
41 - 50 let	1	17	18
51 let a více	2	17	19
<b>Celkem</b>	<b>47</b>	<b>163</b>	<b>210</b>

Zdroj: Vlastní šetření

**Tabulka 17 Hypotéza č. 3 - nové teoretické četnosti**

5,15	17,85
22,60	78,40
10,97	38,03
4,03	13,97
4,25	14,75

Zdroj: Vlastní šetření

Po sloučení slabých skupin již podíl teoretických četností menších než 5 nepřesahuje 20 % a žádná z nich není menší než 1 a může tedy být vypočítáno testové kritérium  $\chi^2$  podle vzorce 4.10.

$$\chi^2 = \mathbf{17,239}$$

$$\chi_{0,05(4)}^2 = \mathbf{9,488}$$

$$\chi^2 > \chi_{0,05(4)}^2$$

Hodnota testového kritéria  $\chi^2$  je větší než kritická hodnota  $\chi_{0,05(4)}^2$  a nulovou hypotézu  $H_0$  můžeme zamítnout. Mezi věkem a účastí na dovolené podle současných světových trendů existuje závislost. Lidé do 30 let se účastní dovolené podle současných světových trendů častěji než lidé starší, neboť jejich preference účasti na takovéto dovolené jsou téměř 35 % a nad hranicí 31 let jsou jejich preference pouze do 10 %.

Síla závislosti byla určena podle vzorců 4.11, 4.12 a 4.13.

$$C = \mathbf{0,275}$$

$$C_{\max} = \mathbf{0,707}$$

$$C_n = \mathbf{0,389}$$

Závislost mezi sledovanými znaky je středně silná.

#### **Hypotéza č. 4**

Jak je patrné z tabulky 18, čtvrtá hypotéza se zabývala souvislostí mezi četností dovolené a preferencemi trávení lidí dovolené v zahraničí či naopak v České republice.

$H_0$ : Mezi četností dovolené a místem pobytu dovolené neexistuje závislost.



**Tabulka 18 Hypotéza č. 4 - kontingenční tabulka (četnost dovolené a místo pobytu dovolené)**

Četnost dovolené	Místo pobytu dovolené		Celkem
	zahraničí	ČR	
1x ročně	56	34	90
2x ročně	46	22	68
3x ročně a častěji	25	14	39
nepravidelně	11	2	13
<b>Celkem</b>	138	72	210

Zdroj: Vlastní šetření

Podle vzorce 4.9 byly stanoveny teoretické četnosti uvedené v tabulce 19.

**Tabulka 19 Hypotéza č. 4 - teoretické četnosti**

59,14	30,86
44,69	23,31
25,63	13,37
8,54	4,46

Zdroj: Vlastní šetření

Podmínka pro použití  $\chi^2$  testu nezávislosti je splněna, neboť podíl teoretických četností menších než 5 nepřekročil 20 % a žádná z nich není menší než 1. Následuje výpočet testového kritéria  $\chi^2$  podle vzorce 4.10.

$$\chi^2 = 2,706$$

$$\chi_{0,05(3)}^2 = 7,815$$

$$\chi^2 < \chi_{0,05(3)}^2$$

Hodnota testového kritéria  $\chi^2$  je menší než kritická hodnota  $\chi_{0,05(3)}^2$  a nulovou hypotézu  $H_0$  tedy nezamítáme. Mezi četností dovolené a místem pobytu dovolené neexistuje závislost. Bez ohledu na to, jak často lidé jezdí na dovolenou, dávají přednost dovolené v zahraničí.

### **Hypotéza č. 5**

V páté hypotéze bylo analyzováno, zda má vzdělání vliv na výběr zvolené destinace dovolené, tedy zda volí lidé spíše destinace nové a neznámé či naopak destinace již navštívené (viz tabulka 20).

H<sub>0</sub>: Mezi vzděláním a výběrem destinace neexistuje závislost.

**Tabulka 20** Hypotéza č. 5 - kontingenční tabulka (vzdělání a destinace)

Vzdělání	Destinace		Celkem
	nová	známá	
základní	11	1	12
vyučen v oboru/střední odborné (bez maturity)	5	3	8
úplné střední všeobecné/úplné střední odborné (s maturitou)	64	21	85
vyšší odborné	5	1	6
vysokoškolské	80	19	99
<b>Celkem</b>	165	45	210

Zdroj: Vlastní šetření

Následoval výpočet teoretických četností podle vzorce 4.9, které jsou uvedené v tabulce 21.

**Tabulka 21** Hypotéza č. 5 - teoretické četnosti

9,43	2,57
6,29	1,71
66,79	18,21
4,71	1,29
77,79	21,21

Zdroj: Vlastní šetření

Podmínka pro použití  $\chi^2$  testu nezávislosti není splněna, neboť podíl teoretických četností menších než 5 překračuje 20 %. Tabulka 22 zobrazuje nutné spojení slabých skupin. Sloučeno bude středoškolské vzdělání jak s maturitou, tak bez ní a vzdělání vyšší odborné a vysokoškolské.

**Tabulka 22** Hypotéza č. 5 - nová kontingenční tabulka (vzdělání a destinace)

Vzdělání	Destinace		Celkem
	nová	známá	
základní	11	1	12
vyučen v oboru/střední odborné (bez maturity), úplné střední všeobecné/úplné střední odborné (s maturitou)	69	24	93
vyšší odborné/vysokoškolské	85	20	105
<b>Celkem</b>	165	45	210

Zdroj: Vlastní šetření

**Tabulka 23 Hypotéza č. 5 - nové teoretické četnosti**

9,43	2,57
73,07	19,93
82,50	22,50

Zdroj: Vlastní šetření

Po spojení slabých skupin již podíl teoretických četností menších než 5 nepřekračuje 20 %. Může tedy být vypočítáno testové kritérium  $\chi^2$  podle vzorce 4.10.

$$\chi^2 = 2,634$$

$$\chi_{0,05(2)}^2 = 5,991$$

$$\chi^2 < \chi_{0,05(2)}^2$$

Hodnota testového kritéria  $\chi^2$  je menší než kritická hodnota  $\chi_{0,05(2)}^2$ . Nulovou hypotézu  $H_0$  tedy nezamítáme. Mezi vzděláním a výběrem destinace dovolené neexistuje závislost. Bez ohledu na vzdělání lidé raději jezdí na dovolenou do zahraničí.

### Hypotéza č. 6

Jak je vidět v tabulce 24, šestá hypotéza byla zaměřena na zjištění, zda pracovní pozice souvisí s ochotou investovat peníze do dovolené v zahraničí.

$H_0$ : Mezi pracovní pozicí a ochotou investovat do dovolené v zahraničí neexistuje závislost.

**Tabulka 24 Hypotéza č. 6 - kontingenční tabulka (pracovní pozice a ochota investovat do dovolené v zahraničí)**

Pracovní pozice	Ochota investovat do dovolené v zahraničí					Celkem
	do 5 000 Kč	do 10 000 Kč	do 15 000 Kč	do 20 000 Kč	20 000 Kč a více	
zaměstnanec	10	28	42	22	21	123
OSVČ	0	3	4	3	8	18
student	3	21	21	5	3	53
nezaměstnaný/á	0	4	3	2	2	11
důchodce	0	1	3	0	1	5
<b>Celkem</b>	13	57	73	32	35	210

Zdroj: Vlastní šetření

Podle vzorce 4.9 byly stanoveny teoretické četnosti uvedené v tabulce 25.

**Tabulka 25 Hypotéza č. 6 - teoretické četnosti**

7,61	33,39	42,76	18,74	20,5
1,11	4,89	6,26	2,74	3
3,28	14,39	18,42	8,08	8,83
0,68	2,99	3,82	1,68	1,83
0,31	1,36	1,74	0,76	0,83

Zdroj: Vlastní šetření

Podmínka pro použití  $\chi^2$  testu nezávislosti opět není splněna, jelikož podíl teoretických četností menších než 5 překračuje 20 % a zároveň jsou čtyři z teoretických četností menší než 1. Je tedy nutné spojení slabých skupin, jak je patrné z tabulky 26. Sloučeny byly skupiny pracujících, tedy zaměstnanci a OSVČ a skupiny respondentů, kteří nepracují, tedy studenti, nezaměstnaní a lidé v důchodu.

**Tabulka 26 Hypotéza č. 6 - nová kontingenční tabulka (pracovní pozice a ochota investovat do dovolené v zahraničí)**

Pracovní pozice	Ochota investovat do dovolené v zahraničí					Celkem
	do 5 000 Kč	do 10 000 Kč	do 15 000 Kč	do 20 000 Kč	20 000 Kč a více	
pracující (zaměstnanec, OSVČ)	10	31	46	25	29	141
nepracující (student, nezaměstnaný/á, důchodce)	3	26	27	7	6	69
<b>Celkem</b>	13	57	73	32	35	210

Zdroj: Vlastní šetření

**Tabulka 27 Hypotéza č. 6 - nové teoretické četnosti**

8,73	38,27	49,01	21,49	23,50
4,27	18,73	23,99	10,51	11,50

Zdroj: Vlastní šetření

Po sloučení slabých skupin již podíl teoretických četností menších než 5 nepřesahuje 20 % a žádná z nich není menší než 1 a může tedy být vypočítáno testové kritérium  $\chi^2$  podle vzorce 4.10.

$$\chi^2 = 10,999$$

$$\chi^2_{0,05(4)} = \mathbf{9,488}$$

$$\chi^2 > \chi^2_{0,05(4)}$$

Hodnota testového kritéria  $\chi^2$  je větší než kritická hodnota  $\chi^2_{0,05(4)}$  a nulovou hypotézu  $H_0$  zamítáme. Mezi pracovní pozicí a ochotou investovat do dovolené v zahraničí existuje závislost. Není překvapením, že lidé, kteří nepracují (studenti, nezaměstnaní, důchodci), jsou ochotni zaplatit za zahraniční dovolenou nižší částky než lidé, kteří pracují (zaměstnanci, OSVČ). Celkově je většina lidí ochotna za zahraniční dovolenou utratit do 15 000 Kč.

Síla závislosti byla určena pomocí normalizovaného Pearsonova koeficientu kontingence podle vzorců 4.11, 4.12 a 4.13.

$$C = \mathbf{0,223}$$

$$C_{\max} = \mathbf{0,707}$$

$$C_n = \mathbf{0,315}$$

Závislost mezi sledovanými znaky je středně silná.

### **Hypotéza č. 7**

V sedmé hypotéze bylo zkoumáno, zda pracovní pozice souvisí s ochotou investovat peníze do dovolené v České republice (viz tabulka 28).

$H_0$ : Mezi pracovní pozicí a ochotou investovat do dovolené v České republice neexistuje závislost.

**Tabulka 28 Hypotéza č. 7 - kontingenční tabulka (pracovní pozice a ochota investovat do dovolené v ČR)**

Pracovní pozice	Ochota investovat do dovolené v ČR					Celkem
	do 5 000 Kč	do 10 000 Kč	do 15 000 Kč	do 20 000 Kč	20 000 Kč a více	
zaměstnanec	60	43	11	6	3	123
OSVČ	5	11	1	0	1	18
student	36	12	5	0	0	53
nezaměstnaný/á	8	2	1	0	0	11
důchodce	2	2	1	0	0	5
<b>Celkem</b>	111	70	19	6	4	210

Zdroj: Vlastní šetření

Teoretické četnosti uvedené v tabulce 29 byly stanoveny podle vzorce 4.9.

**Tabulka 29 Hypotéza č. 7 - teoretické četnosti**

65,01	41,00	11,13	3,51	2,34
9,51	6,00	1,63	0,51	0,34
28,01	17,67	4,80	1,51	1,01
5,81	3,67	1,00	0,31	0,21
2,64	1,67	0,45	0,14	0,10

Zdroj: Vlastní šetření

Není splněna podmínka pro použití  $\chi^2$  testu nezávislosti, neboť podíl teoretických četností menších než 5 překračuje 20 % a zároveň je sedm z teoretických četností menší než 1. Tabulka 30 znázorňuje nutné spojení slabých skupin. Sloučení těchto skupin bude stejné jako u hypotézy č. 6, tedy na skupiny pracujících (zaměstnanci a OSVČ) a nepracujících respondentů (studenti, nezaměstnaní a důchodci).

**Tabulka 30 Hypotéza č. 7 – nová kontingenční tabulka (pracovní pozice a ochota investovat do dovolené v ČR)**

Pracovní pozice	Ochota investovat do dovolené v ČR				Celkem
	do 5 000 Kč	do 10 000 Kč	do 15 000 Kč	15 000 Kč a více	
pracující (zaměstnanec, OSVČ)	65	54	12	10	141
nepracující (student, nezaměstnaný/á, důchodce)	46	16	7	0	69
<b>Celkem</b>	111	70	19	10	210

Zdroj: Vlastní šetření

**Tabulka 31 Hypotéza č. 7 - nové teoretické četnosti**

74,53	47,00	12,76	6,71
36,47	23,00	6,24	3,29

Zdroj: Vlastní šetření

Po spojení slabých skupin již podíl teoretických četností menších než 5 nepřesahuje 20 % a žádná z nich není menší než 1. Může tedy být vypočítáno testové kritérium  $\chi^2$  podle vzorce 4.10.

$$\chi^2 = \mathbf{11,911}$$

$$\chi_{0,05(3)}^2 = \mathbf{7,815}$$

$$\chi^2 < \chi_{0,05(3)}^2$$

Hodnota testového kritéria  $\chi^2$  je větší než kritická hodnota  $\chi_{0,05(3)}^2$ . Nulovou hypotézu  $H_0$  můžeme zamítnout. Mezi pracovní pozicí a ochotou investovat do dovolené v České republice existuje závislost. Lidé, kteří nepracují (studenti, nezaměstnaní, důchodci) dávají v České republice přednost levnější dovolené. Všeobecně jsou lidé ochotni za dovolenou v České republice zaplatit částku do 5 000 Kč.

Pomocí vzorců 4.11, 4.12 a 4.13 byla vypočítána síla závislosti.

$$C = \mathbf{0,232}$$

$$C_{\max} = \mathbf{0,707}$$

$$C_n = \mathbf{0,327}$$

Závislost mezi sledovanými znaky je středně silná.

## 6 Závěr

Cílem této práce byla analýza preferencí a spotřebního chování účastníků cestovního ruchu.

Nejprve bylo nutné zaměřit se na teorii cestovního ruchu. Samotný cestovní ruch byl definován a popsán jeho historický vývoj. Práce pokračovala vysvětlením typologie a klasifikace služeb v cestovním ruchu. Dále byla práce zaměřena na statistický monitoring cestovního ruchu v České republice. Teoretická část práce byla zakončena představením trendů v cestovním ruchu.

Preference a spotřební chování účastníků cestovního ruchu bylo zkoumáno pomocí vlastního dotazníkového šetření. Jak z průzkumu vyplynulo, lidé preferují dovolenou v zahraničí před dovolenou v České republice. Nejčastěji na svou dovolenou vyráží 1x ročně a to především v létě. Dovolena obvykle trvá 7 – 14 dní. Nejběžnějším motivem k účasti na cestovním ruchu je rekreace a odpočinek, ale také poznávání. Většina lidí dává přednost neorganizovanému způsobu zabezpečení své dovolené, kdy si cestu i pobyt zajišťují sami. Lidé také raději navštěvují nové destinace, které zatím neznají než destinace, které již někdy navštívili. Při výběru své dovolené lidé kladou důraz stejnou měrou jak na kvalitu, tak na cenu poskytovaných služeb. Za zahraniční dovolenou jsou lidé ochotni utratit až 15 000 Kč a za dovolenou v České republice 5 000 Kč.

Co se týče současných světových trendů, více jak čtvrtina z dotázaných žádný z nich nezná. K těm nejznámějším pak patří CouchSurfing, mladí cestovatelé, léčebný turismus, cestování seniorů, Dark Tourism a volunturismus. Většina lidí se však žádného ze současných světových trendů zatím nezúčastnila. Nejčastěji jeli lidé na dovolenou do zahraničí podle trendů mladí cestovatelé, léčebný turismus, Dark Tourism, CouchSurfing a volunturismus. Ve většině případů se tohoto druhu dovolené zúčastnili 1 – 2x a byli s ní velice spokojeni.

Následovala vlastní analýza kvalitativních znaků. Testováno bylo celkem sedm hypotéz. Závislost byla zjištěna u pěti z nich:

- 1) mezi frekvencí účasti na dovolené a preferencí kvality/ceny poskytovaných služeb – lidé, kteří jezdí na dovolenou častěji, dávají přednost kvalitě poskytovaných služeb a cena pro ně není rozhodující;



- 2) mezi věkem respondentů a způsobem zabezpečení dovolené – mladší lidé do 30 let dávají přednost neorganizovanému cestovnímu ruchu;
- 3) mezi věkem a účastí na dovolené podle současných světových trendů – lidé do 30 let se účastní dovolené podle současných světových trendů častěji než lidé starší;
- 4) mezi pracovní pozicí a ochotou investovat do dovolené v zahraničí – lidé, kteří nepracují, jsou ochotni zaplatit za zahraniční dovolenou nižší částky než lidé, kteří pracují;
- 5) mezi pracovní pozicí a ochotou investovat do dovolené v České republice – lidé, kteří nepracují (studenti, nezaměstnaní, důchodci) dávají v České republice přednost levnější dovolené.

Naopak nezávislost byla zjištěna u dvou hypotéz:

- 1) mezi četností dovolené a místem pobytu dovolené,
- 2) mezi vzděláním a výběrem destinace dovolené.

Výsledky průzkumu ničím výrazně nepřekvapily. Naopak odpovídaly trendům, které se objevují v národním cestovním ruchu České republiky. Co se týče současných světových trendů, nejsou v České republice ještě tolik známé a bylo by přínosné, kdyby cestovní kanceláře a další organizace v cestovním ruchu zvýšily mezi lidmi o těchto způsobech cestování povědomí. Poskytlo by jim to možnost rozšířit svou nabídku. Tento návrh podporuje fakt, že lidé, kteří se dovolené podle současných světových trendů zúčastnili, s ní byli velice spokojeni. A vzhledem k tomu, že se dovolených podle současných světových trendů účastní především mladší lidé do 30 let, bylo by vhodné, aby se organizace cestovního ruchu zaměřily i na ostatní věkové skupiny. Také by bylo dobré, aby byla nabídka dovolených podle současných světových trendů rozšířena v České republice, neboť prozatím lidé jezdí na tyto dovolené spíše do zahraničí.

## 7 Seznam použitých zdrojů

- DROBNÁ, Daniela a Eva MORÁVKOVÁ. *Cestovní ruch pro střední školy a pro veřejnost*. Druhé upravené vydání. Praha: Fortuna, 2010, 200 s. ISBN 978-80-7373-079-6.
- FRANCOVÁ, Eva. *Cestovní ruch*. Olomouc: Univerzita Palackého, 2003, 119 s. ISBN 80-244-0719-1.
- GALVASOVÁ, Iva et al. *Průmysl cestovního ruchu*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2008, 264 s. ISBN 978-80-87147-06-1.
- INDROVÁ, Jarmila et al. *Cestovní ruch (základy)*. Praha: Nakladatelství Oeconomica, 2007, 120 s. ISBN 978-80-245-1252-5.
- INDROVÁ, Jarmila et al. *Cestovní ruch pro všechny*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2008, 87 s. ISBN 978-80-7399-407-05.
- JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. *Marketing v cestovním ruchu*. Praha: GradaPublishing, 2009, 288 s. ISBN 978-80-247-3247-3.
- KLIMEŠ, Lumír. *Slovník cizích slov*. 5. přepracované a doplněné vydání. Praha: Státní pedagogické nakladatelství, 1994, 855 s. ISBN 80-04-26059-4.
- PALATKOVÁ, Monika, ZICHOVÁ, Jitka. *Ekonomika turismu: Turismus České republiky*. Praha: GradaPublishing, 2011, 208 s. ISBN 978-80-247-3748-5.
- RYGLOVÁ, Kateřina. *Cestovní ruch (soubor studijních materiálů)*. 2. vyd. Ostrava: KeyPublishing, 2007, 81 s. ISBN 978-80-87071-44-1.
- ŘEZANKOVÁ, Hana. *Analýza dat z dotazníkových šetření*. Praha: Professional Publishing, 2007, 212 s. ISBN 978-80-86946-49-8.
- SVATOŠOVÁ, Libuše a Bohumil KÁBA. *Statistické metody II*. Praha: Česká zemědělská univerzita v Praze, 2008, 105 s.

### Internetové zdroje

- BELEJOVÁ, Monika. Trendy cestovního ruchu v Evropě. In: *CzechTourism* [online]. 2003 [cit. 2013-01-22]. Dostupné z: <http://www.czechtourism.cz/files/statistiky/etctrendy.pdf>

- *CzechTourism* [online]. 2005-2012 [cit. 2012-06-26]. Dostupné z: <http://www.czechtourism.cz/>
- *Česká národní banka* [online]. 2003-2012 [cit. 2012-06-27]. Dostupné z: <http://www.cnb.cz/cs/index.html>
- *Český statistický úřad* [online]. 2012 [cit. 2012-06-26]. Dostupné z: <http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/home>
- *Forbes* [online]. 2013 [cit. 2013-02-25]. Dostupné z: <http://www.forbes.com/>
- Charakteristika a význam cestovního ruchu v Česku. *CzechTourism: Česká centrála cestovního ruchu* [online]. 2005-2012 [cit. 2012-06-20]. Dostupné z: <http://www.czechtourism.cz/didakticke-podklady/1-charakteristika-a-vyznam-cestovniho-ruchu-v-cesku/>
- INSTITUT OBCHODU A CESTOVNÍHO RUCHU. *Destinační management a vytváření produktů v cestovním ruchu: Cestovní ruch, udržitelný rozvoj a životní prostředí* [online]. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2006 [cit. 2013-01-18]. Dostupné z: <http://www.mmr.cz/getmedia/cc80193b-e4e8-4694-8a65-728df70a5fd8>
- *Ministerstvo pro místní rozvoj ČR* [online]. 2012 [cit. 2012-06-26]. Dostupné z: <http://www.mmr.cz/>
- Singltrek. In: *CzechTourism* [online]. 2011 [cit. 2013-01-23]. Dostupné z: [http://www.czechtourism.cz/files/statistiky/clanky/11\\_07\\_11\\_singltrek\\_22\\_06\\_2011.pdf](http://www.czechtourism.cz/files/statistiky/clanky/11_07_11_singltrek_22_06_2011.pdf)
- Slowtravel jako forma udržitelného cestovního ruchu. In: *CzechTourism* [online]. 2011 [cit. 2013-01-23]. Dostupné z: [http://www.czechtourism.cz/files/statistiky/clanky/20\\_06\\_11\\_slow\\_travel.pdf](http://www.czechtourism.cz/files/statistiky/clanky/20_06_11_slow_travel.pdf)
- ŠINDELÁŘOVÁ, Lenka. Asketická dovolená. In: *CzechTourism* [online]. 2008a [cit. 2013-01-22]. Dostupné z: [http://www.czechtourism.cz/files/statistiky/clanky/23\\_06\\_08\\_asceticism.pdf](http://www.czechtourism.cz/files/statistiky/clanky/23_06_08_asceticism.pdf)
- ŠINDELÁŘOVÁ, Lenka. Cestovat zodpovědně. In: *CzechTourism* [online]. 2008b [cit. 2013-01-22]. Dostupné z: [http://www.czechtourism.cz/files/statistiky/clanky/14\\_04\\_08\\_cestovat\\_zodpovedne.pdf](http://www.czechtourism.cz/files/statistiky/clanky/14_04_08_cestovat_zodpovedne.pdf)

- ŠINDELÁŘOVÁ, Lenka. Co je to CouchSurfing? In: *CzechTourism* [online]. 2008c [cit. 2013-01-22]. Dostupné z:  
[http://www.czechtourism.cz/files/statistiky/clanky/29\\_05\\_08\\_couchsurfing.pdf](http://www.czechtourism.cz/files/statistiky/clanky/29_05_08_couchsurfing.pdf)
- ŠINDELÁŘOVÁ, Lenka. DarkTourism (temná turistika). In: *CzechTourism* [online]. 2008d [cit. 2013-01-22]. Dostupné z:  
[http://www.czechtourism.cz/files/statistiky/clanky/21\\_07\\_08\\_dark\\_tourism.pdf](http://www.czechtourism.cz/files/statistiky/clanky/21_07_08_dark_tourism.pdf)
- ŠINDELÁŘOVÁ, Lenka. Diaspora tourism - cestování do bývalé domoviny. *Cestovatel.cz* [online]. 2008e [cit. 2013-06-09]. Dostupné z:  
<http://www.cestovatel.cz/clanky/diaspora-tourism-cestovani-do-byvale-domoviny/>
- ŠINDELÁŘOVÁ, Lenka. Gay turismus. In: *CzechTourism* [online]. 2008f [cit. 2013-01-22]. Dostupné z:  
[http://www.czechtourism.cz/files/statistiky/clanky/17\\_12\\_08\\_gay\\_zprava.pdf](http://www.czechtourism.cz/files/statistiky/clanky/17_12_08_gay_zprava.pdf)
- ŠINDELÁŘOVÁ, Lenka. Léčebný turismus. In: *CzechTourism* [online]. 2008g [cit. 2013-01-22]. Dostupné z:  
[http://www.czechtourism.cz/files/statistiky/clanky/13\\_05\\_08\\_lecebny\\_turismus.pdf](http://www.czechtourism.cz/files/statistiky/clanky/13_05_08_lecebny_turismus.pdf)
- ŠINDELÁŘOVÁ, Lenka. Mladí cestovatelé. In: *CzechTourism* [online]. 2008h [cit. 2013-01-23]. Dostupné z:  
[http://www.czechtourism.cz/files/statistiky/clanky/26\\_09\\_08\\_mladi\\_cestovatele.pdf](http://www.czechtourism.cz/files/statistiky/clanky/26_09_08_mladi_cestovatele.pdf)
- ŠINDELÁŘOVÁ, Lenka. Volunturismus. In: *CzechTourism* [online]. 2008i [cit. 2013-01-22]. Dostupné z:  
[http://www.czechtourism.cz/files/statistiky/clanky/09\\_04\\_08\\_voluntourism.pdf](http://www.czechtourism.cz/files/statistiky/clanky/09_04_08_voluntourism.pdf)
- VOGELOVÁ, Markéta. Cestování seniorů. In: *CzechTourism* [online]. 2009 [cit. 2013-01-23]. Dostupné z:  
[http://www.czechtourism.cz/files/statistiky/clanky/09\\_03\\_09\\_seniorsky\\_cr.pdf](http://www.czechtourism.cz/files/statistiky/clanky/09_03_09_seniorsky_cr.pdf)

## Ostatní materiály

- International Conference on Travel and TourismStatistic. ConferenceResolutions WTO, Madrid, Juli 1991.

## **8 Přílohy**

Příloha 1 – Formulář dotazníku „Analýza preferencí a chování účastníků cestovního ruchu“

### **Analýza preferencí a chování účastníků cestovního ruchu**

Dobrý den,

jsem studentkou České zemědělské univerzity v Praze, obor Hospodářská a kulturní studia a tímto bych vás ráda poprosila o vyplnění tohoto dotazníku, který bude sloužit jako podkladový materiál k výzkumu do mé diplomové práce. Dotazník se zabývá preferencemi a spotřebním chováním účastníků cestovního ruchu.

Děkuji za vaši ochotu a čas.

Jezdíte na dovolenou?

- ano
- ne (konec dotazníku)

Jestliže jste odpověděl/a „ano“, uveďte, kde raději trávíte svou dovolenou?

- v místě trvalého bydliště
- mimo místo trvalého bydliště

Jestliže jste odpověděl/a „v místě trvalého bydliště“, uveďte, z jakých důvodů zůstáváte raději doma?

- nedostatek finančních prostředků
- nedostatek času
- nezájem o cestování
- zdravotní důvody
- jiné \_\_\_\_\_ (konec dotazníku)

Jaké dovolené dáváte přednost?

- dovolené v zahraničí
- dovolené v ČR

Příloha 1 – Formulář dotazníku „Analýza preferencí a chování účastníků cestovního ruchu“

Jak často jezdíte na dovolenou?

- 1x ročně
- 2x ročně
- 3x ročně a častěji
- nepravidelně – uveďte jak často \_\_\_\_\_

V jakém ročním období obvykle jezdíte na dovolenou?

- jaro
- léto
- podzim
- zima

Jak dlouho obvykle trvá vaše dovolená? (uveďte ve dnech)

\_\_\_\_\_

Z jakého důvodu nejčastěji jezdíte na dovolenou?

- Rekreace, odpočinek
- Poznávání
- Sport
- Dobrodružství, adrenalin
- Zdraví
- Společenské motivy (např. návštěvy příbuzných a známých, návštěvy společenských akcí apod.)
- Jiný \_\_\_\_\_

Jaký způsob zabezpečení své dovolené upřednostňujete?

- organizovaný (cesta i pobyt jsou zajištěny cestovní kanceláří)
- neorganizovaný (cestu i pobyt si zajišťuji sám/a)

Při výběru místa pobytu vaší dovolené preferujete spíše:

- destinace, které jste již navštívil/a
- nové destinace, které jste zatím nenavštívil/a

## Příloha 1 – Formulář dotazníku „Analýza preferencí a chování účastníků cestovního ruchu“

Při výběru vaší dovolené kladete větší důraz na:

- kvalitu poskytovaných služeb, cena není rozhodující
- cenu poskytovaných služeb, kvalita není hlavním kritériem výběru

Jakou maximální částku byste byl/a ochoten/ochotna investovat za dovolenou v zahraničí za jednu osobu?

- do 5 000 Kč
- do 10 000 Kč
- do 15 000 Kč
- do 20 000 Kč
- 20 000 Kč a více

Jakou maximální částku byste byl/a ochoten/ochotna investovat za dovolenou v ČR za jednu osobu?

- do 5 000 Kč
- do 10 000 Kč
- do 15 000 Kč
- do 20 000 Kč
- 20 000 Kč a více

Znáte některý ze současných světových trendů v cestovním ruchu?

- Asketická dovolená (snaha o radikální změnu stereotypního způsobu života spojená s pocitem nedostatku, deprivace, vyčerpání - např. radikální fitness, centra jógy, ubytování v hotelech vybudovaných v bývalých věznicích)
- CouchSurfing (bezplatné ubytování fungující na základě ochoty sdílet svůj domov)
- Dark Tourism (návštěvy míst, kde se odehrálo nějaké neštěstí či tragédie – např. Muzeum Anny Frankové, koncentrační tábor Osvětim, Ground Zero v New Yorku apod.)
- Diaspora Tourism (cestování do bývalé domoviny - emigranti či jejich potomci navštěvují rodnou zemi)
- Gay turismus (cestování gay komunity, často spojováno s různými akcemi – např. festivaly, karnevaly, přehlídky či konference)
- Léčebný turismus (návštěvy země za účelem podstoupení nějakého léčebného nebo estetického zákroku)
- Mladí cestovatelé (cestování mladých lidí, kteří jsou odvážnější, zkušenější, chtějí objevovat nová místa, cesty si zajišťují sami přes internet a často cestují po ukončení studií, před nástupem do zaměstnání či při jeho změně)
- Responsible Travel (snaha cestovat zodpovědně ve vztahu k životnímu prostředí a minimalizovat negativní dopady cestování na životní prostředí)
- Volunturismus (dobrovolnická turistika, kombinace dovolené a aktivní pomoci v navštívené destinaci)



Příloha 1 – Formulář dotazníku „Analýza preferencí a chování účastníků cestovního ruchu“

- Cestování seniorů (cestovní ruch s vhodnými podmínkami pro cestování seniorů)
- Singltrek (nový druh přírodní stezky určený především cyklistům, který respektuje přírodní prostředí a terén)
- Slow Travel (forma udržitelného cestovního ruchu, životní postoj, jehož smyslem je intenzivní poznávání, nové zážitky, postupné objevování zajímavostí, návraty do dané země namísto běžného hektického cestování)
- Neznám

Účastnil/a jste se někdy dovolené podle současných světových trendů v cestovním ruchu?

- ano
- ne

Kterého druhu dovolené podle současných světových trendů v cestovním ruchu jste se zúčastnil/a?

- Asketická dovolená
- CouchSurfing
- Dark Tourism
- Diaspora Tourism
- Gay turismus
- Léčebný turismus
- Mladí cestovatelé
- Responsible Travel
- Volunturismus
- Cestování seniorů
- Singltrek
- Slow Travel
- Neúčastnil/a jsem se

Jestliže jste se označil/a alespoň jeden ze současných trendů v cestovním ruchu, kolikrát jste se tohoto druhu dovolené zúčastnil/a?

- Asketická dovolená \_\_\_\_\_
- CouchSurfing \_\_\_\_\_
- Dark Tourism \_\_\_\_\_
- Diaspora Tourism \_\_\_\_\_
- Gay turismus \_\_\_\_\_
- Léčebný turismus \_\_\_\_\_
- Mladí cestovatelé \_\_\_\_\_
- Responsible Travel \_\_\_\_\_
- Volunturismus \_\_\_\_\_
- Cestování seniorů \_\_\_\_\_

Příloha 1 – Formulář dotazníku „Analýza preferencí a chování účastníků cestovního ruchu“

- Singltrek \_\_\_\_\_
- Slow Travel \_\_\_\_\_

Kde jste se tohoto druhu dovolené zúčastnil/a?

- v ČR
- v zahraničí

Uveďte váš názor na tuto dovolenou:

---

Pohlaví:

- Žena
- Muž

Věk:

- do 20 let
- 21 – 30 let
- 31 – 40 let
- 41 – 50 let
- 51 – 60 let
- 60 let a více

Nejvyšší dosažené vzdělání:

- základní
- vyučen v oboru/střední odborné (bez maturity)
- úplné střední všeobecné/úplné střední odborné (s maturitou)
- vyšší odborné
- vysokoškolské

Pracovní pozice

- zaměstnanec
- OSVČ
- student
- důchodce
- nezaměstnaný/á