

Univerzita Palackého v Olomouci

Fakulta tělesné kultury



Fakulta
tělesné kultury

GLAMPING V ČESKÉ REPUBLICE – POVĚDOMÍ A PREFERENCE UŽIVATELŮ

Bakalářská práce

Autor: Eva Skočková

Studijní program: Rekreologie, pedagogika volného času

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

Olomouc 2024

Bibliografická identifikace

Jméno autora: Eva Skočková

Název práce: Glamping v České republice – povědomí a preference uživatelů

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

Pracoviště: Katedra rekreologie

Rok obhajoby: 2024

Abstrakt:

Tato bakalářská práce se zaměřuje na povědomí o pojmu glamping a preference uživatelů v České republice. Cílem studie je zjistit míru povědomí českých turistů o glampingu a jejich preference mezi glampingem, hotely, penziony a tradičními kempy. Pro splnění tohoto cíle byla jako hlavní metoda zvolena online anketa.

Práce poskytuje komplexní přehled o glampingu, jeho historii, vývoji a typech glampingového ubytování. Dále analyzuje motivace a překážky ovlivňující volbu glampingu, včetně situace během pandemie COVID-19. Výsledky ukazují, že většina respondentů projevila povědomí o glampingu, což naznačuje jeho známost a relevanci mezi českými turisty.

Motivací pro volbu glampingu jsou především přímý kontakt s přírodou a nové zážitky. Výzkum identifikuje preference turistů, kteří upřednostňují tradiční formy ubytování, jako je kempování, hotel či penzion. Finanční aspekty, zejména vysoké náklady, hrají klíčovou roli při rozhodování o druhu ubytování.

Klíčová slova:

Glamping, alternativní ubytování, luxusní ubytování

Souhlasím s půjčováním práce v rámci knihovních služeb.

Bibliographical identification

Author: Eva Skočková
Title: Glamping in the Czech Republic – user awareness and preferences

Supervisor: Ing. Halina Kotíková, Ph.D.
Department: Department of Recreation and Leisure Studies
Year: 2024

Abstract:

This bachelor's thesis focuses on the awareness of the concept of glamping and user preferences in the Czech Republic. The aim of the study is to find out the level of awareness of Czech tourists about glamping and their preferences between glamping, hotels, guesthouses and traditional camps. To meet the objective, an online survey was convened as the main method.

The work provides a comprehensive overview of glamping, its history, development and types of glamping accommodation. It also analyzes the motivations and obstacles influencing the choice of glamping, including the situation during the COVID-19 pandemic. The results show that the majority of respondents showed awareness of glamping, which indicates its familiarity and relevance among Czech tourists.

The motivation for choosing glamping is primarily direct contact with nature and new experiences. The research identifies the preferences of tourists who prefer traditional forms of accommodation such as camping, hotel or guesthouse. Financial aspects, especially high costs, play a key role in deciding on the type of accommodation.

Keywords:

Glamping, alternative accommodation, luxury accommodation

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

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

V Olomouci dne 26. června 2024

.....

Tímto bych ráda vyjádřila své upřímné poděkování Ing. Halině Kotíkové, Ph.D., za její cenné rady, trpělivost a odborné vedení při psaní této bakalářské práce. Děkuji také za ochotu a čas, který mi věnovala.

OBSAH

Obsah	7
1 Úvod	9
2 Teoretická část	10
2.1 Definice pojmu glamping	10
2.1.1 Historie a vývoj glampingu	11
2.1.2 Typy glampingových ubytování	13
2.1.3 Charakteristika glampingové nabídky	15
2.2 Glamping ve světě	17
2.3 Glamping v České republice	18
2.3.1 Vývoj glampingu v ČR	18
2.3.2 Glamping na českém trhu	19
2.3.3 Ukázky glampingu v České republice	21
2.4 Glamping ve světě a v České republice během pandemie Covid 19	22
2.5 Motivace a překážky turistů při výběru glampingu	23
3 Cíle	26
3.1 Povědomí a preference českých uživatelů	26
3.2 Výzkumné otázky	26
4 Metodika	27
4.1 Metody sběru dat	27
4.1.1 Anketní šetření	27
4.1.2 Aplikace sběru dat	28
5 Výsledky	29
5.1 Míra povědomí a znalosti pojmu glamping mezi českými turisty	29
5.2 Informační zdroje pojmu glamping	30
5.3 Zkušenosti českých turistů	31
5.4 Motivace českých turistů při výběru ubytování	32
5.5 Preference českých turistů	33
6 Diskuse	35
7 Závěry	38

8	Souhrn	39
9	Summary.....	40
10	Referenční seznam	42
11	Přílohy	44
	11.1 Seznam tabulek.....	44
	11.2 Seznam obrázků.....	46
	11.3 Ukázky glampingu v České republice	49
	11.4 Výsledky anketního šetření.....	51
	11.5 Typy glampingových ubytování	57

1 ÚVOD

V dnešní době se turismus stává stále důležitějším a populárnějším odvětvím, které ovlivňuje ekonomiku i životní prostředí. Jedním z trendů v oblasti ubytování, který získává na popularitě, je glamping. Tato specifická forma kempování spojující pohodlí a komfort s přírodním prostředím se stává světovým fenoménem a dnes nabízí zcela nový způsob trávení dovolené.

Přestože se glamping stává stále populárnějším toto téma není v českém prostředí příliš prozkoumané. Například jak dobře jsou čeští turisté s tímto pojmem obeznámeni a zda by dali přednost glampingu při výběru ubytování. Tato práce se zaměřuje na povědomí o glampingu mezi českými turisty a na jejich preference v této oblasti. Cílem je zjistit, jaká je úroveň znalosti a zájmu o glamping v České republice a co ovlivňuje rozhodování turistů při výběru tohoto druhu ubytování.

V teoretické části práce budou definovány základní pojmy spojené s glampingem, jako je jeho historie, vývoj, typy ubytování a charakteristika nabídky. Dále se práce zaměří na situaci glampingu v České republice, jeho vývoj na českém trhu a specifika, která s sebou tato forma ubytování přináší.

V praktické části práce bude popsána metodologie výzkumu, včetně návrhu ankety a způsobu sběru dat. Na základě získaných výsledků výzkumu budou prezentovány informace o úrovni povědomí o glampingu mezi českými turisty, jejich preferencích a bariérách ovlivňujících jejich rozhodování.

Tato práce přináší nový pohled na fenomén glampingu v kontextu České republiky a může sloužit jako cenný zdroj informací pro turistický průmysl. Přináší také vhled do motivací a preferencí českých turistů v oblasti ubytování a pomáhá nám lépe porozumět současným trendům v cestovním ruchu.

2 TEORETICKÁ ČÁST

Moderní cestovatelé hledají nejen tradiční formy ubytování, ale i inovativní a zážitkové možnosti, které by jim umožnily uniknout z každodenního stereotypu a prožít něco jedinečného. Jedním z takových trendů je glamping.

Teoretická část práce charakterizuje a definuje pojem glamping. Podrobněji se věnuje historii a vzniku tohoto fenoménu. Práce se soustředí na typy a nabídku tohoto alternativního ubytování. Poskytuje informace o glampingu ve světě a specifika v České republice, včetně vývoje, aktuálního stavu na trhu a uvádí konkrétní příklady. V práci je rovněž popsán vliv pandemie Covid-19 na tento segment. Závěr poskytne rešerši portugalské studie, která zkoumala motivace a překážky, kterým turisté čelí při výběru glampingu.

2.1 Definice pojmu glamping

Pojem glamping vznikl spojením dvou anglických slov „glamorous“ (působivý, oslňující, fascinující, elegantní) a „camping“ a doslova znamená okouzlující luxusní kempování.

Najít definici, která popisuje glamping anebo ubytování stejného vybavení a charakteru, která lze také považovat za glampingová, nabízí různé názory. Podle Oxfordského slovníku je glamping formou kempování, která zahrnuje ubytování, zařízení a služby, které jsou luxusnější než ty, které jsou tradičně spojovány s kempováním (Oxford Dictionary, 2018).

Bonifačić a Milohnić (2014) popisují glamping, jako nový trend neo-komfortu, výrazně zdůrazňují důležitost umístění kempování do popředí zájmu cestovního ruchu, a to prostřednictvím luxusního zážitku v přírodě.

Jako dovolenou v luxusním kempu v unikátním přírodním prostředí popisuje glamping také Sakáčová (2013), která dále uvádí, že se glamping vyznačuje komfortem a využívá vysoce kvalitní služby, které zahrnují možnost vyzkoušet si dobrodružné aktivity, jíst vynikající čerstvé jídlo a vychutnat si lahodné nápoje. Je prostředkem k útěku do přírody a relaxaci ekologickým a udržitelným způsobem.

Tradiční kempování je obvykle způsob být blízko v kontaktu s přírodou. To je dle autorů Boscoboinik a Bourquard (2012) bohužel pro některé nepohodlné a glamping tak nahrazuje předem připraveným a pohodlným ubytováním nežádoucí aspekty kempování, jako jsou dřevěné stany, páchnoucí spacáky a špatné jídlo.

Cílem glampingu je, dle autorů Boscoboinik a Bourquard (2012), nabídnout hostům alternativu k masovému turismu, kde si mohou nerušeně užít dovolenou, rekreaci a další

turistické aktivity. Glamping také lze chápat jako specifickou formu venkovské turistiky, protože se zaměřuje na unikátní krajinu a přírodní prostředí. Hlavním cílem glampingu však není integrace hostů do života místních obyvatel a zemědělských činností, což je typické pro standardní zařízení venkovské turistiky (Petruša & Vlahov, 2019).

Výhody glampingu spočívají v pohodlí a eleganci, které tato forma ubytování v přírodě nabízí. Na rozdíl od běžného kempování, glamping umožňuje užít si komfortního ubytování, které je obklopeno krásami přírody. Podobně definuje tento fenomén De Wolfová (2021) „komfortní campování, kombinující autentické luxusní ubytování a klid přírody“ (p. 9). Jedinečnost prostředí je další výhodou. Luxus, který glamping nabízí, si však cestující musí zaplatit.

2.1.1 Historie a vývoj glampingu

Ačkoli glamping často představuje relativně nový trend, který se objevil a zažil vzestup teprve v 21. století, jeho původ ve velmi podobné podobě sahá daleko do historie. V průběhu historie byli cestovatelé s vysokým společenským statusem nuceni trávit určitý čas v místech mimo svá bydliště, kde nebylo žádné pevné ubytovací zařízení. V Osmanské říši cestovali panovníci spolu s armádou do válek a na válečné výpravy daleko od svých domovů. Vzhledem k tomu, že takové cesty byly často dlouhodobé, nechtěli se sultáni vzdát luxusu, kterému se těšili ve svých domovech. Proto pro ně byly zhotovovány prostorné luxusní stany, které připomínaly přenosné paláce, zdobené hedvábím a dalšími drahými látkami. To lze považovat za počátek glampingu. (Sakáčová, 2013).

Podobná forma glampingu je zmiňována v 16. století v Evropě, přesněji ve Skotsku, kde král Jakub V. cestoval se svou matkou a papežským zástupcem do dnešního Highland Perthshiru. Při této příležitosti nechal vévoda z Athollu zhotovit luxusní chatu, v níž během návštěv přebývali a užívali si veškerého pohodlí, které měli ve svém paláci (Lindsay, 2003).

Bartle (1992) uvádí, že na začátku dvacátého století se safari v Africe stalo populární aktivitou pro mnoho bohatých a nečinných Britů a Američanů, kteří zde jezdili za lovem. Tito cestovatelé chtěli zachovat veškeré vybavení luxusního bydlení i v divočině, takže během jejich pobytu v přírodě jim bylo dopřáno veškeré domácí pohodlí. MacLeod (2017) ve své práci popisuje, jak britští a američtí aristokraté na těchto afrických safari nechtěli obětovat luxus a pohodlí, a jejich požadavky byly splněny honosnými plátěnými stany s veškerým vybavením. Na každého aristokrata bylo potřeba až 60 místních dělníků, kteří nesli veškeré osobní věci, stany,

vybavení a zásoby jídla, což jim umožnilo užívat si zachovalou přírodu i přepychové ubytování. Tato forma již měla všechny nejdůležitější vlastnosti glampingu.

Koncept glampingu tedy není zcela nový, ačkoli termín glamping vznikl teprve před několika lety. Portál GlampingHub uvádí rok 2007, kdy podle Google trends lidé začali hledat slovo „glamping“, přičemž většina vyhledávání pocházela z Irska a Velké Británie. Od roku 2010 se začal pomalu rozmáhat a velký nárůst popularity zaznamenal od roku 2013.

Rozvoj glampingu také podpořili podnikatelé v cestovním ruchu, kteří nebyli v nejatraktivnějších turistických lokalitách, a proto chtěli najít mezeru na trhu, která by zahrnovala nové, bohaté klienty, kteří hledají luxusní ubytování a jsou ochotni zaplatit vysokou cenu. Kromě podnikatelů, rozvoji přispěli také mileniálové narození v letech 1980 až 2000, kteří se chtěli odlišit od generace svých rodičů prostřednictvím nových zážitků (Petruša & Vlahov, 2019).

Moderní glamping se poprvé objevil na počátku 21. století na hudebních festivalech ve Velké Británii a Irsku. Nárůst festivalů a s tím zastoupení starších účastníků, kteří disponovali vyššími příjmy a mohli si dovolit větší komfort, vedl k tomu, že se stany na festivalových táborech staly pohodlnějšími, prostornějšími a honosnějšími (MacLeod, 2017). První festivalový glampingový camp, Camp Kerala, byl založen na hudebním festivalu v Glastonbury již v roce 2005 a pobývali v něm především slavné osobnosti. Právě sláva a exkluzivita tohoto kempu zapříčinila následný rozvoj glampingu (MacLeod, 2017).

Novodobý glamping se rychle rozvíjí a podle Petruša a Vlahova (2019) má na rozvoj glampingu vliv „silný pozitivní důraz na životní prostředí, udržitelný rozvoj, transformace turistické poptávky a nové vnímání významu přírodních autentických a venkovských míst“ (p. 837). Tato tendence reflektuje stále větší zájem o ekologicky šetrné cestování a autentické zážitky v přírodě. Moderní glampingové destinace často kladou důraz na udržitelnost, využívají obnovitelné zdroje energie a snaží se minimalizovat svůj ekologický otisk. Portál GlampingHub na udržitelnost navazuje a láká cestovatele motem „méně je více“. Hotely, ať se snaží sebevíc, jsou často energeticky neefektivní a používají neudržitelné materiály. Glamping ubytování ve většině případů využívá okolních prvků a vytváří nejlepší prostor pro ekologické cestování a udržitelný cestovní ruch (GlampingHub, n.d.).

2.1.2 Typy glampingových ubytování

Jak ve světě, tak i v České republice nabízí glamping různé typy speciálních ubytovacích jednotek, z nichž každá poskytuje jedinečný zážitek a je navržena tak, aby harmonicky zapadla do okolní krajiny a je koncipována s ohledem na pohodlí hostů a respekt k přírodnímu prostředí. Místa se mohou lišit v závislosti na lokalitě. Boscoboinik a Bourquard (2012) uvádí, že místa, kde se můžeme setkat s glampingem jsou výjimečná, daleko od davu turistů, a také nabízejí originální aktivity dobře začleněné do jejich prostředí. Petruša a Vlahov (2019) definují glampingové ubytování jako „ekologické a udržitelné, postavené podle architektonických modelů, které mají nulový dopad na životní prostředí“ (p.838). S neustálým vývojem a kreativitou přichází inovativní typy ubytování, které dokonale ladí s potřebami moderních cestovatelů. De Wolfová například ve své práci charakterizuje 7 hlavních typů glampingových objektů a ty pak dále rozepisuje (Tabulka 1).

Tabulka 1

Typy glampingových objektů

Rozdělení objektů	Definice
Stany	Safari stany, stany ve tvaru zvonu, stany s podstavou
Jurty a Teepee	Jurty jsou inspirované tradičním bydlením mongolských kmenů Teepee jsou inspirované tradičním bydlením severoamerických indiánů
Kopule	Klenuté ekologické struktury, izolované proti chladu a teplu
Karavany	Moderně renovované a luxusně zařízené historické karavany Cikánské karavany, hliníkové karavany, maringotky, vlakové vozy, vagóny, historická pojízdna vozidla a přívěsy
Malé mobilní domky a objekty	Přestavěné kontejnery, dřevěné stavby na přívěsech
Jedinečné dřevěné stavby	Domy na stromech, posedy, domy na vodní hladině, domy na chůdách
Větší stavby	Moderně vybavené boudy, sruby, chaty a chatky umístěné v divoké přírodě

Poznámka. Rozdělení typů glampingových objektů dle De Wolfové, T. (2021) Vlastní zpracování

Vzhledem k důležitosti spojení s přírodou v zachovalém prostředí našlo mnoho typů glampingu inspiraci v primitivních nebo tradičních obydlích, jako jsou mongolské stany, indiánské stany, iglú převzaté od Eskymáků atd. (Petruša & Vlahov, 2019).

Na základě prací autorů (Hrgović et al.,2018; Petruša & Vlahov, 2019) a internetových portálů (GlampingHub; Amazing Places) můžeme charakterizovat tyto ubytovací jednotky, které jsou v příloze této práce doplněny obrázkovou dokumentací:

- Jurtový stan je tradiční kruhová struktura s kopulovitou střechou, která má své kořeny ve střední Asii, kdy v dobách Čingischána byly používány jako pohodlná obydlí během vojenských tažení (Hrgović et al., 2018). Jurta se skládá z dřevěného rámu tvořeného několika dřevěnými tyčemi spojenými v centrálním bodě, čímž vzniká pevná a stabilní konstrukce. Tento rám je pokryt plátnem, kůží nebo jiným textilním materiálem, který zajišťuje izolaci a ochranu před nepříznivými povětrnostními podmínkami.
- Safari stany jsou inspirovány tradičními stany používanými při afrických safari expedicích (Petruša & Vlahov 2019). Jsou velmi rozšířené, což je pochopitelné, protože se jedná o nejstarší formu glampingového ubytování (Petruša & Vlahov, 2019). Tyto prostorné a luxusní stany jsou obvykle vybaveny pevným podlahovým rámem, pohodlnými postelemi, nábytkem a někdy i vlastní koupelnou. Safari stany jsou navrženy tak, aby poskytovaly maximální komfort v přírodním prostředí, a často mají velká okna a verandu.
- Teepee, tradiční obydlí severoamerických indiánů, má charakteristický kuželovitý tvar. Konstrukce teepee je tvořena dlouhými dřevěnými tyčemi, které jsou svázány na vrcholu a rozprostřeny do kruhu na zemi. Tyto tyče jsou pokryty plátnem nebo kůží, což vytváří prostorný a dobře větraný interiér. Teepee jsou ideální pro letní glamping, protože jejich konstrukce umožňuje snadné větrání a poskytuje stín během horkých dní (Amazing Places, n.d.).
- Treehouse, nebo domeček v korunách stromů, je jednou z nejoblíbenějších a nejromantičtějších forem glampingu. Tyto struktury jsou postaveny mezi větvemi stromů a nabízejí jedinečný zážitek bydlení v přírodě s výhledem na okolní krajinu z ptačí perspektivy. Mezi domy na stromech můžeme zařadit také lesní posedy. Domky na stromech jsou inspirovány bydlením domorodých kmenů v jihovýchodní Asii a byly populární již během středověku v Itálii či Anglii, kde zdobily mnoho zahrad a sloužily jako místo k meditaci pro mnichy (GlampigHub, 2019).
- Maringotky a přestavěné autobusy představují další unikátní formu glampingového ubytování. Maringotky jsou často umístěny na malebných místech s krásnými výhledy, což zajišťuje nejen komfortní, ale i vizuálně atraktivní pobyt. Přestavěné autobusy, které jsou často kreativně upravené a designově laděné, nabízejí podobný komfort.
- Bubliny a kopule jsou moderní a designově inovativní glampingové jednotky, často charakterizované prosklenými stěnami či stropy, které umožňují nerušený výhled

na noční oblohu a okolní přírodu. Tyto konstrukce jsou vyrobeny z pevných a odolných materiálů, které zajišťují bezpečnost a komfort hostů.

- Tiny Houses, jsou malé komfortní chatky, představují plně vybavené obydlí, které navzdory svým kompaktním rozměrům nabízejí veškeré pohodlí běžného domova. Tiny Houses jsou oblíbené pro svou ekologičnost a minimalistický přístup k bydlení, který klade důraz na udržitelnost a jednoduchost.
- Sudy neboli válcovité chatky vyrobené ze dřeva, představují další originální formu glampingu. Tyto jednotky, inspirované tvarem tradičních vinných sudů, nabízejí pohodlný a útulný prostor pro pobyt.
- Hausbóty nabízejí unikátní glampingový zážitek na vodě. Tyto plovoucí domy jsou často kotveny v klidných zátokách nebo na jezerech. Pobyt na hausbótu umožňuje hostům užívat si nádherné výhledy na vodní plochy a okolní krajinu, a zároveň nabízí možnost rybaření, plavání a dalších vodních aktivit přímo z pohodlí jejich ubytování.

Tato práce nemůže pokrýt veškeré možnosti glampingového ubytování, neboť nabídka je velmi široká. Na trhu se pravidelně objevují nové a inovativní typy glampingových jednotek, které přinášejí různé zážitky a stále více se přizpůsobují potřebám a preferencím moderních cestovatelů.

2.1.3 Charakteristika glampingové nabídky

Ve srovnání s tradičním kempováním a chatařením je glamping podstatně náročnější. Lze bez přehánění konstatovat, že vytvoření skutečně kvalitního glampingového projektu je obtížnější než vybavení velkého hotelu. Přestože glamping na první pohled působí velmi jednoduše, jeho podstatou je malý prostor, což klade zvýšené nároky na každý detail. Nic zde nesmí chybět, ale ani být nadbytečné (Tomis, 2021). Kromě výjimečných umístění v přírodním prostředí, bývá také nabídka založena na originálních aktivitách a autentickém vybavení dobře začleněném do okolí (Boscoboinik & Bourquard, 2012). Pro každý z typů glampingového ubytování je společná vysoká úroveň pohodlí. Mezi běžná zařízení glampingu patří kuchyně, postele, koberce, dřevěné podlahy, pěkné ložní prádlo a dekorace, nádobí, vlastní koupelna, elektřina, osvětlení, teplo, uzamykatelné dveře, a obzvláště skvělý výhled (Glamping, 2020). De Wolfová (2021) uvádí, že „ubytování by mělo být komfortní, autentické a lokalizováno na unikátním místě“ (p. 25). Zelený (2023) se dívá na glampingovou nabídku všeobecně a uvádí, že je „ideálním řešením pro samotáře, páry i rodiny. Je možné ho provozovat u lesa, vody, moře,

na louce, vinici, zahradě, v oboře či na ostrově“. V některých regionech Španělska a Francie se nacházejí speciální ubytovací zařízení, která jsou poháněna solární energií. Tato ubytování jsou vybavena vlastní koupelnou, čímž zajišťují hostům maximální komfort a soukromí. Kromě základního ubytování nabízejí tato zařízení širokou škálu dalších služeb. Mezi tyto služby patří například venkovní kino, které umožňuje hostům vychutnat si filmy pod širým nebem v příjemné atmosféře. Další výhodou je přítomnost plaveckého bazénu, který poskytuje možnost relaxace a aktivního odpočinku. Pro milovníky wellness a zdravého životního stylu jsou k dispozici lekce jógy. Hosté mohou také využít nabídku masáží. Součástí těchto ubytovacích zařízení jsou také restaurace pod širým nebem (Boscoboinik & Bourquard, 2012).

Glampingová nabídka se neustále vyvíjí a přizpůsobuje se měnícím se požadavkům a očekáváním moderních turistů. Tento trend je patrný zejména v rozšiřování doplňkových služeb, které obohacují pobyt a zvyšují jeho atraktivitu. Vedle standardních vybavení, která zajišťují vysokou úroveň pohodlí, se stále více zaměřují na poskytování zážitků, jež spojují luxus s přírodou. Jedním z klíčových aspektů je udržitelnost. Využívání obnovitelných zdrojů energie, jako je solární energie, nejenže snižuje ekologickou stopu, ale také přitahuje ekologicky uvědomělé cestovatele. Další významnou součástí glampingové nabídky je personalizace zážitků. Moderní glampingová zařízení často nabízejí individuální programy a aktivity, které odpovídají specifickým zájmům a potřebám hostů. A mohou to být již zmíněné soukromé lekce jógy, personalizované masáže nebo dokonce speciální kulinářské zážitky s místními šéfkuchaři. Významným trendem je také integrace moderních technologií do glampingových zařízení. Bezdrátové připojení k internetu, inteligentní osvětlení a další technologické vymoženosti se stávají standardem, který je stále více vyhledáván nejen mladší generací cestovatelů.

V neposlední řadě je důležité zmínit roli estetiky a designu v glampingové nabídce. Stylové a pečlivě navržené interiéry, které často reflektují místní kulturní a přírodní motivy, přispívají k celkovému zážitku a pocitu autenticity. Tento aspekt je klíčový, protože vytváří nezapomenutelné zážitky, které motivují hosty k opakovaným návštěvám a pozitivním recenzím (Sun & Huang, 2022).

Celkově lze říct, že glampingová nabídka představuje dynamický a inovativní segment cestovního ruchu, který reaguje na současné trendy a potřeby turistů. Spojuje luxus a komfort s ekologickou odpovědností a autentickými zážitky, čímž vytváří atraktivní alternativu k tradičním formám ubytování.

2.2 Glamping ve světě

V současné době zažívá glamping bezprecedentní nárůst popularity na celosvětové úrovni. Trh s glampingem je rozšířen po celém světě, zahrnující oblasti jako USA (s největšími lokalitami v Kalifornii, Texasu, New Yorku, Coloradu a Washingtonu), Kanadu, Austrálii a Nový Zéland. Přestože je stále dostatek prostoru pro růst ve všech regionech, přítomnost glampingových míst je uznávána i v Evropě, Asii, dalších částech Severní Ameriky (zejména Mexiko), Střední Americe a Jižní Americe, i když zatím nedosahuje stejné úrovně jako v jiných částech světa (GlampingHub, 2019).

Ve svém výzkumu Petruša a Vlahov (2019) prezentovali tabulku (Tabulka 2) celosvětové nabídky glampingu prostřednictvím tří hlavních portálů, specializovaných na tuto formu ubytování. Portály Glamping, Glampinghub, Glamping Gateway na jednom místě sdružují globální nabídku glampingu. Autoři v této práci uvádí, že údaje je třeba považovat za odhad skutečné situace, a to ze dvou důvodů. Původní klasifikace glampingu se mírně liší, stejně jako geografické rozložení, ale pro účely tohoto výzkumu byly údaje upraveny tak, aby je bylo možné porovnat. Vzhledem k tomu, že se stále jedná o nový trend, který není v odborné literatuře dostatečně prozkoumán, a stále neexistují jednotná pravidla, co přesně se za glamping považuje, zahrnují údaje i ubytovací zařízení, která při zohlednění předchozích definic nemusí splňovat podmínky tohoto trendu.

Tabulka 2

Glamping offer world wide

	Africa	Australia & New Zeland	Asia	Europe	Sout America	North America	Middle America & Caribbean
glamping.com	110	45	88	184	44	243	63
glampinghub.com	242	825	151	1381	176	9713	245
glampinggetaway.com	46	25	32	87	15	122	28

Poznámka. Zdroj Petruša & Vlahov 2019.

2.3 Glamping v České republice

V České republice je glamping poměrně novým trendem. Zatímco v zahraničí už si získal značnou popularitu, v Česku zatím nebyly vydány žádné knihy zaměřené výhradně na tuto formu rekreace. Nicméně, čím dál tím více se glamping začíná dostávat do povědomí české veřejnosti. Díky rostoucí popularitě sociálních médií, internetovým recenzím a zahraničním inspiracím začínají lidé objevovat přednosti tohoto luxusního způsobu pobytu v přírodě.

2.3.1 Vývoj glampingu v ČR

Ačkoli jsou zdroje informací o tomto trendu převážně omezeny na internetové články i glampingová místa se postupně začínají nacházet na mapě cestovního ruchu v České republice. Česká republika se může pyšnit tradicí sportování, kdy v letních měsících obyvatelé rádi vyjíždějí na kole a v zimě se věnují lyžování. Místní turistické trasy patří mezi nejlépe označené na celém světě, a to také podporuje popularitu turistky. Právě podle výkonné ředitelky projektu Amazing Places, Hany Krausové (2020) v Česku „nejvíc frčí hory, a trendem posledních měsíců je glamping. Ve světě je to hit, u nás začala taková místa vznikat teprve někdy před dvěma lety“. (Amazingplaces.cz, 2020).

V portálu Forbes.cz J. Mertová (2021) popisuje první český glamping u Dobčických rybníčků jako:

„Místo, které bylo prvním glampingem v Česku, vzniklo v roce 2009, kdy tenhle pojem označující spojení luxusu a kempování ještě nikdo neznal. A i po více než deseti letech je mezi českými glampingy stále jedním z nejprodávanějších a obsazeno má na rok dopředu“.

Z. Tomis (2021) také zmiňuje ve svém článku Dobčické rybníčky, neoznačuje tento glamping prvním projektem, ale uvádí že, „s úspěchem pravděpodobně prvního takového projektu, kterým byly Dobčické rybníčky, začaly brzy růst další“ (Forbes, 2021).

Ve své práci de Wolfová (2021) popisuje, že „na území České republiky se v daném roce nacházelo 64 zařízení s glampingovou nabídkou, 2 portály inzerující glampingové pobyty a minimálně 3 společnosti nabízejí glampingové vybavení“ (p. 58). Ve srovnání s rokem 2017 lze konstatovat, že nabídka glampingu v České republice vykazuje neočekávaně rozsáhlý rozvoj a zjevně manifestuje tendenci neustálé expanze. V roce 2020 bylo zaznamenáno zahájení provozu minimálně 17 identifikovanými glampingovými areály a jedním online portálem specializujícím se na nabídku glampingových pobytů (de Wolfová, 2021).

M. Zelený (2023) pro Finmag.cz uvádí, že v Česku se dostal glamping do popředí zájmu během uplynulých pěti let, kdy strmě vzrostla jak poptávka zákazníků, tak výstavba nových ubytování. Na základě informací portálu GlampingCZ.cz je aktuálně k dispozici kolem 300 glampingových míst. Rostoucí popularita přitahuje také stále více investorů.

Vznikají nová místa, ty stávající se modernizují a rozšiřují, což vede k čím dál větší konkurenci na trhu. Zároveň to pro zákazníka znamená větší výběr, lepší ceny a služby. Dle Zeleného (2023), dalším z klíčových faktorů ovlivňujících současný trh s glampem je rostoucí důraz na udržitelnost a ekologii. Mnozí provozovatelé usilují o minimalizaci svého environmentálního dopadu prostřednictvím využívání obnovitelných zdrojů energie, úspor vody a podpory odpovědného cestovního ruchu. Tímto přístupem oslovují ekologicky smýšlející hosty, kteří chtějí zažít spojení s přírodou bez negativních dopadů na životní prostředí (Finmag, 2023).

Glampingová asociace

Česká republika již zvažuje založení glampingové asociace, v dubnu 2024 se v O2 universu konal nultý ročník "Glampingu v Čechách". Tato unikátní akce spojila milovníky glampingu z celé České republiky. Cílem bylo propojit českou glampingovou komunitu a podpořit další rozvoj tohoto moderního trendu. Konference zahrnovala témata jako právní úskalí provozu glampingu, marketing, realizaci a zkušenosti z Velké Británie a USA (GlampingCZ, 2024). Idnes.cz (2024) uvádí, že zájem o vlastní asociaci potvrdil Tomáš Pochop, ředitel marketingové agentury BPR, která mezi dalšími provozuje také portál GlampingCZ. Vznik asociace je zatím spíše ve fázi přípravy a momentálně se dávají dohromady odborníci. Pochop by byl ale rád, kdyby mohla vzniknout ještě v průběhu roku 2024.

Vznik glampingové asociace v České republice by mohl podpořit nárůst popularity. GlampingHub (2019) uvádí, že právě založení Americké asociace glampingu v dubnu 2018 a série akcí Global Glamping Summit, z nichž druhá se konala v listopadu 2018 v Kalifornii, přispěly k rozšíření povědomí a zvýšilo oblíbenost tohoto trendu.

2.3.2 Glamping na českém trhu

Na trhu se objevuje stále více nových objektů, které nabízejí širokou škálu možností, jež jsou u jiných typů ubytování obtížné k nalezení. V důsledku rychlého růstu tohoto segmentu se majitelé glampingových zařízení stále více zaměřují na potřeby zákazníků, což se pozitivně odráží na kvalitě poskytovaných zážitků. Při výstavbě těchto zařízení se stále častěji využívají moderní

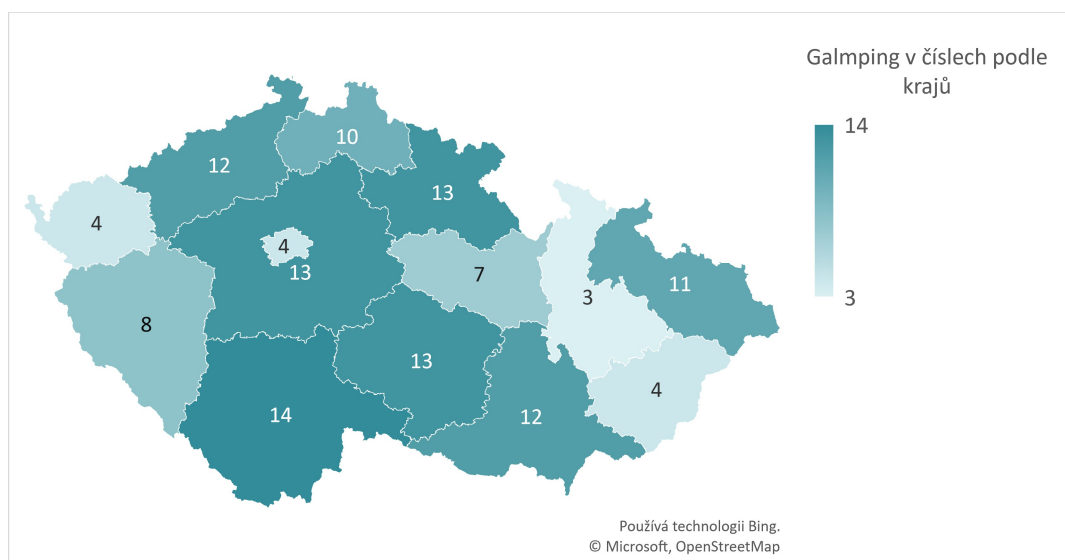
technologie a materiály, přičemž je kladen důraz na ekologické aspekty a udržitelnost, které hrají stále významnější roli (GlampingCZ, n.d.).

V této bakalářské práci budou uvedeny přední internetové portály s nabídkou glampingu pro český trh. Z níže uvedených platform je patrné, že i v Česku má glampingová nabídka své zastoupení.

- GlampingCZ.cz - ve spolupráci s českou marketingovou společností BPR – Bohemia public relation s.r.o. vznikl projekt *GlampingCZ*, který buduje glampingová místa v Česku, Slovensku, Slovinsku a Portugalsku. Přímo Portál *GlampingCZ* slouží jako glampingový informační a rezervační pro Českou republiku. S nabídkou až 22 glampingových míst v České republice.
- Glampingczech.cz - Domovská stránka portálu *GlampingCzech* se vyznačuje interaktivní mapou, která uživatelům ušetří spoustu času při vyhledávání ideálního místa pro jejich luxusní kempování. Díky této funkci mohou uživatelé snadno vybrat své preferované lokality podle kraje. Celkem nabízí 128 exkluzivních glampingových objektů, z nichž největší nabídka se nachází v kraji Vysočina a středočeském kraji. Pro lepší představu je možné si prohlédnout mapu s označením těchto oblastí na Obrázku 1.

Obrázek 1

Glampingová místa podle kraje



Poznámka. Zdroj Glampingczech.cz. Vlastní zpracování

- Kudyznudy.cz - Portál Kudy z nudy se specializuje na podporu domácího cestovního ruchu a pomáhá českým podnikatelům v propagaci jejich nabídek (Kudy z nudy, n.d.). Jinak to není ani s glampingem, přímo tento portál nabízí článek, ve kterém charakterizuje 100 glampingových lokalit v České republice (Kudy z nudy, n.d.). Na tomto portále není možná rezervace, ale nabízí veškeré informace o provozovateli včetně adresy, GPS, kontaktu a odkazu na příslušné webové stránky.
- Amazingplaces.cz – portál *Amazing Places* se prezentuje jako tým nadšenců, kteří na svých cestách objevili a shromáždili kouzelná místa k ubytování po České republice, Slovensku a Rakousku. Nabízejí výjimečné chalupy, roubenky, mlýny, statky, apartmány a hotely, které se vyznačují vysokou kvalitou služeb, nádherným prostředím, tradičním stylem a dobrým designem. Všechny destinace osobně vyzkoušeli, aby zajistili vysoký standard ubytování a služeb. Na tomto portálu lze rezervovat 76 různých typů glampingového ubytování.
- Glampinghub.com – jednou z předních světových webových stránek o luxusním kempování je *GlampingHub*. Na tomto portálu lze rezervovat 10 různých glampingových míst, která se nacházejí v České republice.
- Booking.com – vůbec nejrozšířenější rezervační portál s ubytováním *Booking* pro český trh nabízí 82 možností luxusního ubytování.

Sami majitelé glampingového ubytování si uvědomují důležitost internetových stránek jako klíčového nástroje pro propagaci svého podnikání. Tyto stránky nejenže slouží jako informativní platforma, kde mohou prezentovat své jedinečné nabídky a luxusní vybavení, ale také jako efektivní rezervační systém pro zájemce o pobyt. Díky těmto domovským stránkám majitelé mohou oslovit široké spektrum potenciálních zákazníků, kteří hledají nezapomenutelný pobyt v harmonii s přírodou a komfortem moderních technologií. Pro majitele glampingového ubytování jsou tato webová sídla nedocenitelným prostředkem k dosažení konkurenční výhody a k posílení své pozice na trhu s ubytováním.

2.3.3 Ukázky glampingu v České republice

Tato kapitola se zaměřuje na ukázky glampingu, které se nacházejí v České republice. Pro orientaci a pochopení nabídky bude představeno pouze několik reprezentativních lokalit a jejich krátká charakteristika. Jako zdroj byly použity domovské stránky majitelů glampingu. Podrobnější obrázkovou dokumentaci poskytuje příloha této práce.

RozhledNa Ještěd

Kousek od Liberce v obci Křížany se nachází ubytování s výhledem na Ještěd. Jedná se o mimořádně originální subtilní stavbu, která se tyčí v hladině vrcholů stromů s obytným patrem a panoramatickou terasou na střeše. Toto ubytování je vybaveno grilem, saunou, venkovní i vnitřní toaletou, venkovní sprchou. Ubytování je bez elektrické energie (rozhledna-jested.cz).

Glamping Valašsko

V obci Halenkov, kousek od Vsetína, se na samotě u lesa nachází modřínová maringotka. Ubytování je vhodné pro 2 nocležníky. Má plně vybavenou kuchyň a na terase je možnost grilování. V rezervačním systému si hosté mohou přiojednat snídani. Pod maringotkou u potoka se nachází wellness se saunou, koupací kádí a lavicí na posezení. Toaleta je řešena separační moderní obdobou dřevěného WC (glampingvalassko.cz).

Glamping Liška

Luxusní ubytování pro 4 osoby v plně vybaveném geodetickém stanu (kopule). V zimním období je stan vytápěn kamny. Okolí stanu je vybaveno velkou terasou s lázeňským prostorem s finskou saunou a relaxačními lehátky. Na terase je možnost grilování. Toto ubytování se nachází v Dolní Branné, kousek od Špindlerova mlýna (glampingliska.cz).

Dobčické rybníčky

Krásné originální ubytování nedaleko vesnice Holašovice, které nabízí 4 chatičky, které jsou pojmenovány Madlenka, Verunka, Amálka, Sofinka a Alička a jedno Teepee s názvem Jiřík. Hosté mohou využít ohniště s grilem, venkovní terasu nebo saunu. Ubytování se nachází v naprostém soukromí u rybníku a jsou budovány v absolutním souladu s přírodou, jsou tedy bez přívodu elektřiny. Pro osprchování se čerpá užitková voda z rybníků a ke každé ubytovací jednotce patří suchý záchod (dobcickerybnicky.cz).

2.4 Glamping ve světě a v České republice během pandemie Covid 19

Pandemie Covid-19 přinesla zásadní změny v cestovním ruchu po celém světě, a to včetně segmentu glampingu. Tento specifický typ ubytování, zaznamenal během pandemie výrazný nárůst popularity. Na pozadí zuřící pandemie COVID-19, cestovatelé dávali přednost návštěvě přírodních oblastí a zapojení se do rekreaci v přírodě, což byly hnací faktory rozmachu glampingu (Hong et al., 2020). Omezení mezinárodního cestování a obavy z tradičních hotelových pobytů

vedly mnoho lidí k hledání alternativních možností, kde by mohli bezpečně trávit svůj volný čas. Glamping se stal jedním z nejoblíbenějších klíčových slov cestovního ruchu v souvislosti s vypuknutím epidemie Covid 19. Uprostřed koronavirové pandemie, spotřebitelé preferovali ubytování, které umožňuje sociální distancování, jsou blíže domova a poskytují venkovní rekreaci (Craig, 2021). Tato forma ubytování se ukázala jako ideální řešení, nabízející nejen izolaci a bezpečí, jak potvrzuje také Craig (2021), který ve své práci uvádí, že tento trend umožňuje cestovatelům dodržovat sociální distancování, čímž se snižuje riziko nákazy ve srovnání s pobyty v tradičních ubytovacích zařízeních, ale umožňuje také unikátní zážitky a komfort. Tento trend byl pozorovatelný jak ve světě, tak i v České republice, kde se glamping stal jednou z preferovaných forem rekreace během pandemických omezení. A zřejmě vedla také k většímu povědomí o tomto typu ubytování. Významný nárůst poptávky po glampingu v tomto období reflektuje širší změny v preferencích a chování turistů, které pandemie Covid-19 akcelerovala.

Graig a Karabas (2021) uvádí, že dostupnost, popularita a zájem o glamping rostly již před Covidem 19. Vnímání zdravotních rizik však v průběhu pandemie přetrvávaly napříč světem a ovlivňovaly volby cestovatelů (Kissler et al., 2020). Cestovatelé preferovali ubytování v menších zařízeních se zájmem omezit kontakt během dovolené, aby se zamezilo šíření viru. Omezení kontaktů je během glampingového pobytu zaručeno díky osamocené lokalitě v přírodě, malé velikosti areálů a dalšími prvky glampingu, jako jsou např. připravené piknikové koše se snídaní před objektem nebo bezkontaktním „check-inem“ (De Wolfová, 2021).

Trend dovolených v tuzemsku byl patrný jak v zahraničí, tak i v České republice. V zahraničí se zvýšila poptávka po domácích a evropských glampingových destinacích na úkor vzdálenějších destinací. Podobný vývoj byl pozorován i v Česku, kde provozovatelé glampingových zařízení zaznamenali pokles zájmu zahraničních turistů, a naopak nárůst domácí klientely. Tento posun byl zřejmý zejména během pandemie Covid-19, kdy lidé hledali bezpečnější a bližší možnosti rekreace, což vedlo k růstu popularity glampingu na domácím trhu (De Wolfová, 2021).

2.5 Motivace a překážky turistů při výběru glampingu

Inspirací k průzkumu o povědomí a preferencích českých turistů je i studie portugalské Univerzity Aveiro z roku 2018 „Toursits' motivations and obstacles for choosing glamping“. Tato studie použila kvalitativní přístup zaměřený na prozkoumání motivace a překážek spotřebitelů při výběru glampingu a jejich vnímání rozdílů mezi glampingem a kempováním.

Studie nejprve popisuje „nature based tourism“ (NBT) – přírodní turistiku, která nabízí turistům možnost zapojit se do přírodního, kulturního, architektonického a krajinného dědictví, přičemž klade důraz na ochranu přírody a ekologické postupy. Vzestup NBT je poháněn městským životním stylem moderní společnosti, který podněcuje touhu znovu se spojit s přírodou (Park et al., 2010; Priskin, 2001; Waitt et al., 2003). Poté se přesouvá k tématu spojení přírody a turistiky formou glampingu a jeho charakteristice.

Za cíle si studie s využitím poznatků z literatury stanovila zjistit motivační pohnutky spotřebitelů, identifikovat překážky, které brání ve volbě této alternativy ubytování a prozkoumat jaké rozdíly vnímají spotřebitelé mezi glampingem a kempováním.

Na základě těchto pilířů bylo využito kvalitativního explorativního přístupu pomocí výzkumné techniky „focus group“, která shromažďuje data prostřednictvím skupinové interakce na téma určené výzkumníkem, přičemž zdůrazňuje, že jde o metodu zaměřenou na sběr dat, využívající skupinovou diskusi a aktivní roli výzkumníka při jejím vytvoření (Morgan, 1996). Bylo uspořádáno 7 focus groups s celkem 54 účastníky ve věku od 19 do 73 let, různých profesí, vzdělání a pohlaví. Skupiny byly namíchány také podle zkušeností s glampingem na ty, kteří zkušenosti mají, nemají, nebo o glampingu ještě neslyšeli. Diskuze probíhaly od června do prosince 2017 a účastníci se aktivně podíleli na výměně názorů. Záznamy z jednání byly přepsány pro analýzu a obsah byl ověřen dvojjazyčným odborníkem. Pro hloubkovou interpretaci dat bylo využito techniky obsahové analýzy.

Výzkumné zjištění studie poskytuje důkazy o tom, že i přes společné aspekty s kempingem je glamping vnímán jako odlišný typ ubytování, určený pro specifickou skupinu spotřebitelů. Nejvýznamnějším motivačním faktorem pro spotřebitele je přímý kontakt s přírodou, což činí tento typ ubytování odlišným od jiných luxusních resortů a hotelů. Komfort a soukromí jsou důležité, ale odlišný zážitek je motivačním faktorem. Překážky pro spotřebitele zahrnují vysoké náklady, omezenou nabídku, nedostatek povědomí a vnímání neautentičnosti.

Jedním z hlavních přínosů studie je důkaz, že ačkoli glamping sdílí některé aspekty s kempováním, je vnímán jako velmi odlišná nabídka pro různé skupiny spotřebitelů. Zkušenosti s kempováním nevedou ke zvýšení zájmu o glamping, naopak vytvářejí negativní obraz.

Klíčovým zjištěním studie v rámci této bakalářské práce je identifikace nedostatku povědomí o glampingu jako jedné z hlavních překážek pro potenciální uživatele. Tento nedostatek povědomí vede k nižší míře zájmu o glamping, což je důležitý faktor, který je třeba zohlednit při zkoumání českého trhu. Závěry portugalské studie, že zkušenosti s tradičním kempováním nemusí nutně zvýšit zájem o glamping, ale mohou naopak vytvářet negativní obraz,

jsou důležité pro formování strategie rozvoje a propagace glampingu v České republice. Tato inspirace podtrhuje důležitost zvýšení povědomí o glampingu mezi českou veřejností a potřebu překonat vnímané překážky, aby bylo možné plně využít potenciál tohoto rostoucího segmentu turismu.

3 CÍLE

3.1 Povědomí a preference českých uživatelů

Cílem této bakalářské práce je analyzovat povědomí českých uživatelů o glampingu a jejich preference tohoto typu ubytování ve srovnání s tradičním kempováním. Práce se zaměří na zkoumání dvou hlavních oblastí:

- Míra povědomí a znalosti pojmu glamping mezi českými turisty.
- Zjištění preferencí českých turistů při volbě ubytování: glamping versus hotely, penziony, kempy

Výzkum bude proveden prostřednictvím veřejné ankety, která se bude zabývat povědomím a preferencemi uživatelů. Výsledky této práce přispějí k pochopení současných trendů v oblasti cestovního ruchu v České republice a mohou sloužit jako podklad pro další rozvoj a propagaci glampingových služeb v této zemi.

3.2 Výzkumné otázky

- Jaká je úroveň povědomí o pojmu glamping mezi českými turisty?
- Z jakých zdrojů se čeští turisté nejčastěji dozvídají o glampingu?
- Co motivuje české turisty k volbě glampingu před jiným typem ubytování?
- Jaké má glamping bariéry, které nejvíce ovlivňují rozhodování českých turistů při volbě tohoto typu ubytování?

4 METODIKA

Tato kapitola se zaměřuje na popis a aplikaci metod sběru dat, které byly použity k získání informací nezbytných pro analýzu povědomí českých uživatelů o glampingu a jejich preferencí v oblasti ubytování.

4.1 Metody sběru dat

V rámci této bakalářské práce byla zvolena metoda formou online ankety, která byla vytvořena pomocí platformy „Google formulář“. Oslovena byla široká veřejnost v oblasti cestování i mimo ni, s cílem získat komplexní pohled na téma a poskytnout relevantní informace od respondentů pro dosažení stanovených cílů výzkumu.

4.1.1 Anketní šetření

Celkově byla anketa navržena tak, aby poskytla ucelený pohled na povědomí, preference a motivaci respondentů v oblasti glampingu. Celkem obsahovala 16 otázek.

Začátek ankety se zaměřil na základní povědomí respondentů o glampingu, na to, zda tento koncept ubytování znají, a na otázky týkající se informačních zdrojů, které jim pomohly se s konceptem seznámit. Následně se anketa zaměřila na jejich definici glampingu s možností výběru z různých aspektů tohoto ubytování. Důležitou otázkou bylo také zjištění, zda respondenti vědí o existenci glampingové nabídky v České republice, což pomohlo určit míru informovanosti a dostupnosti tohoto fenoménu na domácím trhu.

Další část ankety se zaměřila na osobní zkušenosti respondentů s glampingem, včetně místa, kde tuto zkušenost získali, a typu glampingového zařízení, ve kterém byli ubytováni. Tato část měla za cíl zhodnotit aktuální úroveň zapojení respondentů do glampingového prostředí a jejich spokojenost s poskytovanými službami.

Následně bylo respondentům položeno několik otázek týkajících se jejich budoucích záměrů ohledně využití glampingu jako alternativy k tradičnímu ubytování, spolu s motivací a překážkami spojenými s touto volbou. Tyto otázky měly za cíl porozumět bariérám, které ovlivňují rozhodování respondentů o využití glampingu v blízké budoucnosti, a jaké jsou jejich preference ve výběru ubytování. Ale také porozumět motivaci, kvůli které toto alternativní ubytování chtějí vyzkoušet.

V závěru ankety byly zjišťovány demografické údaje respondentů, jako je věk a pohlaví.

4.1.2 Aplikace sběru dat

Anketní šetření bylo zpřístupněno online po dobu 14 dnů od 12.6.2024 do 25.6.2024. Zveřejnění proběhlo v těchto Facebookových skupinách „SpoluCestování“ a „Úžasná místa v Česku“ (o zveřejnění v této skupině, byl požádán správce skupiny – Kristýna). Anketa byla přidána také na cestovatelský portál „Cestuj levně“ a prostřednictvím emailu byla zaslána na Klub českých turistů (KČT). Během této doby se ankety zúčastnilo 124 respondentů. Tato metoda sběru dat poskytla možnost efektivně oslovit cílovou skupinu respondentů z různých geografických oblastí, kteří projevují zájem o cestování.

Online aplikace umožnila anonymitu respondentů, což může vést k otevřenějšímu a upřímnějšímu vyjádření jejich postojů a zkušeností. Díky možnosti online přístupu mají respondenti také možnost vyplnit dotazník podle svého uvážení, což zvyšuje pravděpodobnost jejich účasti a snižuje bariéry spojené s tradičními formami sběru dat, jako jsou osobní rozhovory nebo papírové dotazníky.

5 VÝSLEDKY

Tato kapitola představuje zpracování dat na základě ankety, kterou zodpovědělo 124 respondentů. Nejčastěji odpovídali respondenti ve věku 36 - 45let. Naopak pouze 4 z respondentů byli ve věku 56 a více let. Celkem se ankety zúčastnilo 68 žen a 54 mužů. Dva respondenti neuvedli pohlaví. Výzkum byl proveden s cílem zjistit míru povědomí o pojmu glamping mezi českými turisty, identifikovat zdroje, které české turisty o glampingu nejčastěji informují, pochopit motivace vedoucí k volbě glampingu před jinými typy ubytování a analyzovat bariéry, které ovlivňují rozhodování turistů mezi glampinem a tradičními formami ubytování, jako jsou hotely, penziony a kempy. Výsledky jsou prezentovány v jednotlivých podkapitolách, které podrobně zkoumají každý z těchto aspektů, a jsou doplněny obrázky, tabulkami a komentáři.

5.1 Míra povědomí a znalosti pojmu glamping mezi českými turisty

Z anketního šetření bylo zjištěno, že pouze 32 % respondentů nebylo obeznámeno o trendu glamping nebo o něm nikdy neslyšelo (Tabulka 2). Největší skupinu tvoří osoby ve věkové kategorii 36–45 let s mírnou převahou žen. Naopak celkem 68 % z dotazovaných tento trend znají a převážně ho definují jako „ubytování v přírodě s komfortem“ (Tabulka 3). 87 % respondentů je obeznámeno, že se tento typ ubytování nachází také v České republice viz tabulka 4.

Tabulka 2

Vizualizace odpovědí na otázku Slyšel/a jste někdy o glampingu

Slyšel/a jste někdy o glampingu?	Počet respondentů	v %
Ano	84	67,7
Ne	40	32,3

Poznámka. Zdroj Google formulář, výsledky anketního šetření. Vlastní zpracování

Tabulka 3

Vizualizace odpovědí na otázku „Jak byste definoval/a glamping“

Jak byste definoval/a glamping?	Počet respondentů	v %
Luxusní ubytování	16	19
Udržitelné a ekologické ubytování	14	16,7
Ubytování v přírodě s komfortem	78	92,9
Alternativa hotelu/penzionu	15	17,9
Jiné	4	6

Poznámka. Zdroj Google formulář, výsledky anketního šetření. Vlastní zpracování

Tabulka 4

Vizualizace odpovědí na otázku Věděl/a jste že je glampingová nabídka i v ČR

Věděl/a jste že je glampingová nabídka i v ČR?	Počet respondentů	v %
Ano	73	86,9
Ne	11	13,1

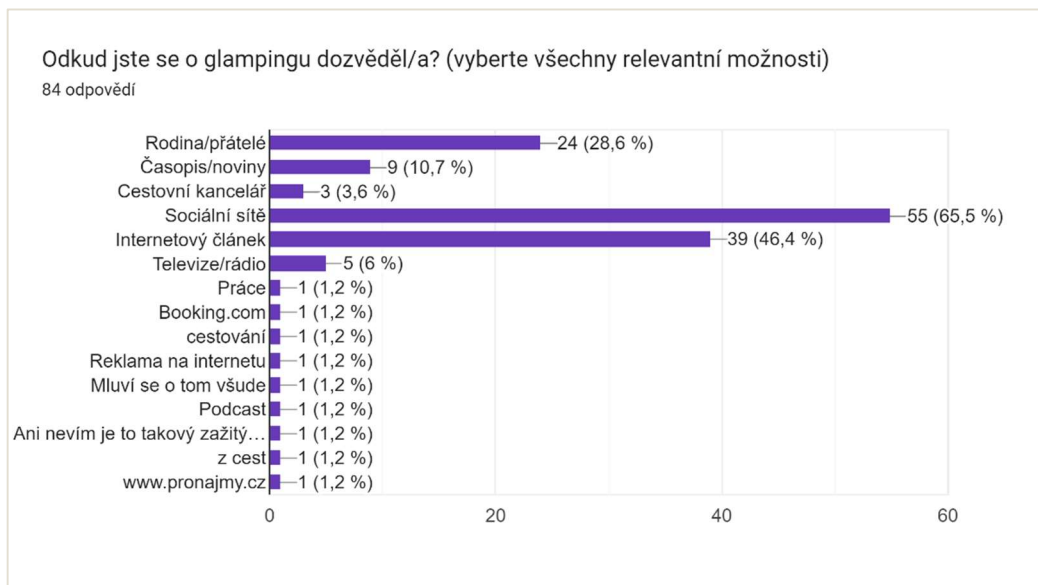
Poznámka. Zdroj Google formulář, výsledky anketního šetření. Vlastní zpracování

5.2 Informační zdroje pojmu glamping

V rámci provedeného anketního šetření měli respondenti možnost vybrat si z šesti předem definovaných možností zdrojů informací o glampingu. Nejčastěji uváděným zdrojem informací byly sociální sítě, které zvolilo 66 % respondentů. Z těchto respondentů bylo 56 % žen a 42 % mužů; jedna osoba neuvadla své pohlaví. Druhým nejčastěji uváděným zdrojem byly články na internetu, které uvedlo 46 % respondentů. Rodina a přátelé byli zdrojem informací pro 29 % respondentů. Pouhých 11 % dotazovaných získalo informace z časopisů, zatímco televize nebo rádio byly zdrojem informací pro 6 % respondentů. Cestovní kanceláře byly nejméně uváděným zdrojem informací, zvolilo je pouze 4 % respondentů (Obrázek 2). Respondenti také měli možnost uvést jiné zdroje informací v sekci „jiné“. V této sekci odpovědělo 9 respondentů. Mezi uvedenými odpověďmi se objevily například „Mluví se o tom všude“, „Z cest“ a „Podcast“.

Obrázek 2

Vizualizace odpovědí na otázku „Odkud jste se o glampingu dozvěděl/a“



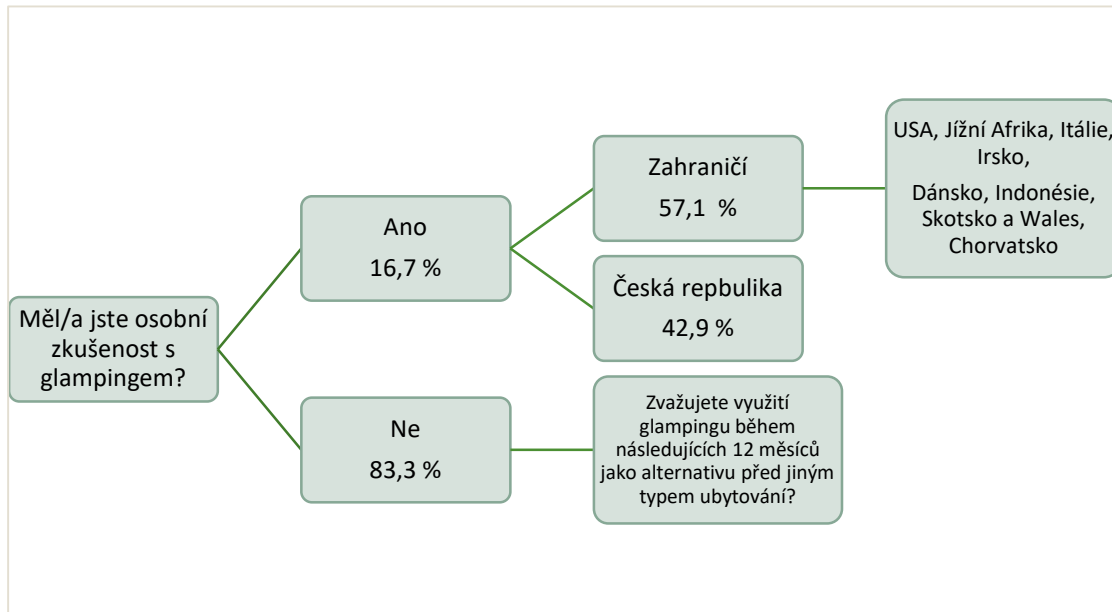
Poznámka. Zdroj Google formulář, výsledky anketního šetření

5.3 Zkušenosti českých turistů

Zde se anketní šetření rozděluje na respondenty, kteří měli glampingovou zkušenost (17 % z dotazovaných) a ty, kteří se s tímto typem ubytování osobně nesetkali. Těchto respondentů bylo 83 %. Pokud respondenti měli zkušenost s tímto fenoménem, anketa je odkázala na další sekci, která chtěla specifikaci a nabízela se otázka, kde měli možnost tento trend zažít. Pro lepší přehlednost viz. obrázek 3. Nejčastějším typem glampingového zařízení, se kterým mají respondenti zkušenost jsou jurtové stany a teepee. V obou případech 36 %. Po těchto typech následuje domeček v korunách stromů (21 %) a válcovitá chatka tzv. sud (21 %). Designovou stavbu ve tvaru kopule si mělo možnost vyzkoušet 14 %. V podrobnějším zpracování je také patrné, že 4 z dotazovaných měli možnost si glamping zažít více než jednou. Na otázku „Jak jste byl/a s ubytováním spokojen/a“ 79 % respondentů bylo velmi spokojeno a 21 % spokojeno. Mezi zahraniční zkušenosti patří USA, Jižní Afrika, Itálie, Irsko, Dánsko, Indonésie, Skotsko, Wales a Chorvatsko. V České republice si glamping mělo možnost vyzkoušet pouze 6 z dotazovaných.

Obrázek 3

Vizualizace odpovědí na otázku „Měl/a jste osobní zkušenost s glampingem“



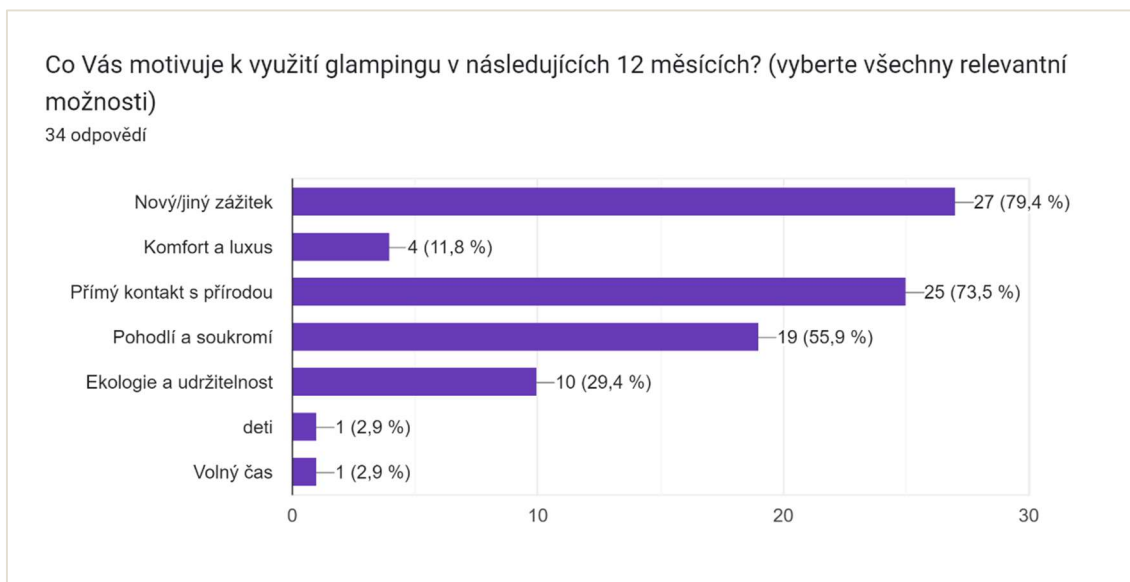
Poznámka. Zdroj Google formulář, výsledky anketního šetření. Vlastní zpracování

5.4 Motivace českých turistů při výběru ubytování

I v této sekci se názory respondentů lišily. Na otázku „Zvažujete využití glampingu během následujících 12 měsíců jako alternativu před jiným typem ubytování?“ pouze 41 % dotazovaných by zvolilo glamping jako alternativu před jiným typem ubytování, což představuje 34 respondentů převážně ve věku 25-36 let. Zajímavé je, že z těchto 34 respondentů by 11 chtělo glamping vyzkoušet znovu, přesto, že už osobní zkušenost mají. Nejčastější motivací těchto respondentů bylo zažít něco nového (79 %), následoval přímý kontakt s přírodou (74 %). Dalšími motivacemi byly pohodlí a soukromí (56 %), ekologie a udržitelnost (29 %), přičemž komfort a luxus hrály roli pouze pro 12 % respondentů. V sekci "jiné" se objevily pouze dvě odpovědi: „děti“ a „volný čas“ (Obrázek 4).

Obrázek 4

Vizualizace odpovědí na otázku „Co Vás motivuje k využití glampingu v následujících 12 měsících“



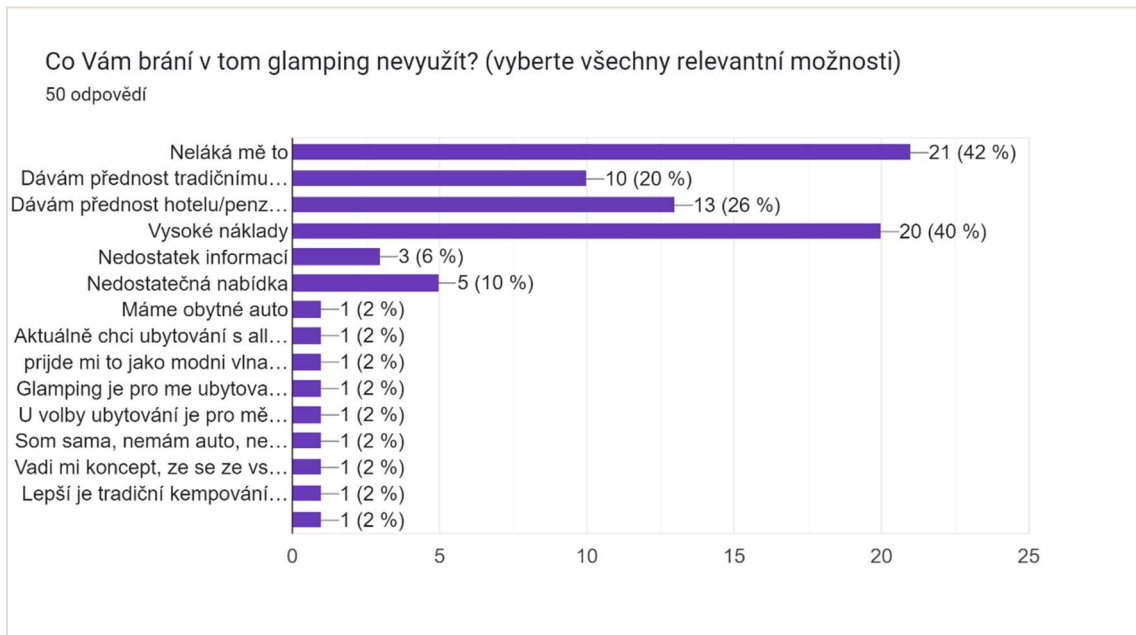
Poznámka. Zdroj Google formulář, výsledky anketního šetření

5.5 Preference českých turistů

Anketní šetření ukazuje, že větší procento respondentů by během následujících 12 měsíců glamping, jako alternativu před jiným typem ubytování ne zvolilo. Celkem 60 % dotazovaných, převážně ve věkové kategorii 26-35 let uvedlo, že by glamping nepreferovali. Mezi nejčastější bariéry, které ovlivňují rozhodování patří vysoké náklady tohoto typu ubytování (40 %) nebo tato volba ubytování dotazované neláká (42 %). 26 % dává přednost ubytování v hotelu nebo penzionu a 20 % by zvolilo raději tradiční kemp. Navíc 5 % dotazovaných uvádí, že je na trhu s glampingem nedostatečná nabídka a 3 % ovlivňuje také nedostatek informací. V této sekci se můžeme setkat s individuálními názory. Jeden z respondentů uvádí „Glamping je pro mě ubytování na jednu noc. Do našeho způsobu cestování tak moc nezapadá“. Jiný uvádí „Aktuálně chci ubytování s all inclusive“. S další odpovědí, se kterou se v dotazníku můžeme setkat je „U volby ubytování je pro mě klíčová dopravní dostupnost, což glamping zcela vyřazuje z možností“. Podrobnější přehled nabízí obrázek 5.

Obrázek 5

Vizualizace odpovědí na otázku „Co Vám brání v tom glamping nevyužít“



Poznámka. Zdroj Google formulář, výsledky anketního šetření

6 DISKUSE

Tato bakalářská práce se zaměřila na zkoumání dvou hlavních cílů.

V první řadě, bylo cílem prozkoumat míru povědomí a znalostí pojmu „glamping“ mezi českými turisty. Z výsledků provedeného průzkumu větší procento dotazovaných uvedlo, že jsou s pojmem obeznámeni. Konkrétně:

- 68 % respondentů o pojmu „glamping“ slyšelo.
- 87 % respondentů vědělo, že možnosti glampingu jsou dostupné i v České republice.
- 93 % respondentů bylo schopno správně definovat, co tento pojem znamená.

Tato zjištění ukazují, že "glamping" je mezi českými turisty poměrně dobře známý pojem a jeho míra povědomí je vysoká. Většina respondentů nejen znala samotný termín, ale také prokázala, že rozumí jeho významu a ví o jeho dostupnosti v rámci ČR.

Druhým cílem této práce bylo zjistit preference českých turistů při volbě ubytování mezi glampem, hotely, penziony a kempy. Tento cíl byl zkoumán pomocí otázky: „Zvažujete využití glampingu během následujících 12 měsíců jako alternativu před jiným typem ubytování?“

Ze získaných dat je zřejmé, že většina respondentů by glamping nevyužila jako alternativu k jiným typům ubytování v průběhu následujících 12 měsíců. Konkrétně 60 % respondentů. Tato zjištění prokazují, že i když je povědomí o glampingu mezi českými turisty relativně vysoké, jejich preference při skutečné volbě ubytování stále směřují k tradičnějším formám. Zde se nám nabízí také odpověď na výzkumnou otázku bariér, které nejvíce ovlivňují rozhodování českých turistů při volbě tohoto typu ubytování. Dle získaných dat, jsou hlavní překážkou vysoké náklady, dotazované také tento typ ubytování neláká. Dále jsou to zmíněné preference, kdy respondenti dávali přednost tradičním kempům nebo hotelům, či penzionům. Výsledky této práce lze porovnat s výsledky portugalské studie. Podle této studie jsou hlavní překážky pro rozvoj glampingu, jako možnosti cestovního ruchu vysoké náklady, omezená nabídka a nedostatek informací (Filipe et al., 2018). Tato bariéra může znamenat, že glamping cílí na jinou skupinu spotřebitelů. S tímto názorem se ztotožňuje také již zmíněná studie, která uvádí, že glamping představuje odlišnou nabídku pro zcela odlišné spotřebitele (Filipe et al., 2018). Když se podíváme do historie glampingu, už tehdy si tento luxus dovolili pouze aristokraté nebo králové.

Práce se také dotýkala tématu osobních zkušeností s tímto typem ubytování. V tomto případě data ukazují, že pouze malý počet respondentů mělo možnost, si glamping zažít. Přesněji:

- 17 % respondentů mělo osobní zkušenost s glampingem
- 57 % respondentů zažilo glamping v zahraničí
- 43 % respondentů zažilo galmping v České republice

Možná právě zmíněné bariéry naznačují malý počet osobních zkušeností s tímto alternativním ubytováním.

Na druhou stranu menší procento respondentů, kteří zvažují využití glampingu během následujících 12 měsíců jako alternativu před jiným typem ubytování, zodpověděli na výzkumnou otázku „Co motivuje české turisty k volbě glampingu před jiným typem ubytování?“. Data ukazují, že 80 % dotazovaných nejvíce motivuje „nový zážitek“. V již zmíněné studii se uvádí, že „pohodlí a soukromí jsou považovány za důležité aspekty glampingu, ale jiný zážitek je největším motivačním faktorem“ (Filipe et al., 2018, p.118). Pohodlí a soukromí si v anketním šetření zvolilo 56 % z dotazovaných. V teoretické části této práce nový zážitek zmiňují ve své práci také Petruša a Vlahov (2019), tito autoři uvádí, že mileniálové narození v letech 1980 až 2000, se chtěli odlišit od generace svých rodičů právě prostřednictvím nových zážitků. Dále české turisty motivuje přímý kontakt s přírodou, ale také pohodlí a soukromí. Komfort a luxus tedy není pro české turisty vůbec motivujícím prvkem, ačkoli právě glamping se tímto vyznačuje.

Jednou z výzkumných otázek této práce byla otázka „Z jakých zdrojů se čeští turisté nejčastěji dozvídají o glampingu?“. Celkově se mezi nejčastější odpovědi řadí internetové zdroje. Výsledky průzkumu ale ukazují, že nejčastějším zdrojem informací jsou sociální sítě. Celkem 66 % respondentů se o glamping dozvědělo právě na sociálních sítích. Není překvapivé, že sociální sítě dominují, protože v dnešní době jsou velmi populární a představují významný kanál pro sdílení informací a zkušeností mezi uživateli.

Dle zjištěných dat by se budoucí výzkum v tématu „glamping“ mohl zaměřit na délku pobytu, důvod, proč tento typ ubytování byl zvolen a finanční limit, který jsou uživatelé ochotni investovat do tohoto typu zážitku.

Na základě získaných dat je zřejmé, že i přes vysokou míru povědomí o glampingu mezi českými turisty je skutečný zájem o tento typ ubytování relativně nízký. Doporučením by v tomto případě mohlo být zavedení cenově výhodných balíčků, což by mohlo učinit glamping

dostupnějším pro širší veřejnost. Dále pak navázání spolupráce s cestovními kancelářemi a agenturami, což by mohlo pomoci při propagaci glampingu. Cestovní kanceláře mohou nabízet speciální balíčky zahrnující glampingové pobyty. Z cestovních kanceláří se mohou o tomto fenoménu dozvědět i starší generace, které v menší míře využívají sociální sítě.

Jedním z hlavních omezení tohoto výzkumu je relativně malý počet respondentů, který omezuje schopnost zobecnit výsledky na širší populaci českých turistů. Tato skutečnost může snížit platnost získaných dat.

7 ZÁVĚRY

Tato bakalářská práce poskytla komplexní přehled o pojmu glamping, jeho historii a vývoji, různých typech glampingového ubytování a specifikách nabídky této formy ubytování. Důležitou součástí teoretické části byla rovněž ukázka portugalské studie, která se zabývala výzkumem motivací a překážek, které ovlivňují volbu glampingu. V této práci je také zařazen glamping a jeho situace během pandemie COVID-19.

Větší část dotazovaných respondentů potvrdilo své povědomí o termínu "glamping". Výsledky naznačují, že trend glampingu není mezi českými turisty neznámý. Tato data poukazují na význam tématu a jeho relevanci mezi českými turisty. Pro dosažení hlubšího porozumění míry povědomí a znalostí pojmu "glamping" bylo klíčové formulovat jasné výzkumné otázky a stanovit si konkrétní cíle studie. V rámci dalšího šetření bylo zjištěno, že nejčastějším zdrojem informovanosti o tomto tématu jsou sociální sítě, a internet jako celek.

Získaná data dále poukazují, že přímý kontakt s přírodou, ale především nový zážitek představují největší motivaci pro volbu tohoto typu ubytování. V poslední řadě je to pak luxus, který čeští turisté zvažují jako nejmenší motivaci.

V této studii lze na základě získaných dat identifikovat preference českých turistů, kteří upřednostňují tradiční kempování či ubytování v hotelu či penzionu. Z výsledků mého průzkumu vyplývá, že tyto konvenční formy ubytování jsou oblíbenější. Zároveň je zjištěno, že vysoké náklady hrály klíčovou roli jako faktor ovlivňující rozhodování při výběru tohoto typu ubytování. Tato skutečnost naznačuje, že cena a finanční aspekty mají významný vliv na rozhodování českých turistů ohledně jejich preferencí v oblasti ubytování.

8 SOUHRN

Teoretická část práce se zabývá pojmem glampingu, jakožto alternativní formy ubytování, jeho historií, vývojem a charakteristikou. Definuje glamping a popisuje různé typy glampingových ubytování. Dále se zaměřuje na glamping jako fenomén ve světě a v České republice. Zahrnuje vývoj glampingu v ČR, jeho aktuální stav na českém trhu a ukázky glampingu v České republice. Důležitou součástí teoretické části je také kapitola věnovaná vlivu pandemie Covid-19 na glamping. Práce se zaměřuje na změny a výzvy, kterým čelí glampingoví provozovatele a turisté v souvislosti s pandemií. Další klíčovou oblastí je motivace a překážky, které ovlivňují turisty při výběru glampingu jako formy ubytování, které vycházejí z portugalské studie. Analýza motivů a bariér může poskytnout důležitý pohled na preferované vlastnosti a služby, které turisté očekávají od glampingového pobytu.

Celkově má teoretická část práce za cíl poskytnout komplexní přehled o glampingu jako trendu v cestovním ruchu, zdůraznit jeho význam a specifika ve světě i v České republice a analyzovat aktuální trendy a výzvy spojené s tímto druhem ubytování.

Hlavním cílem této práce bylo zjistit míru povědomí českých turistů o pojmu glamping a dále prozkoumat preference při výběru ubytování. Zda čeští turisté volí alternativní ubytování formou glampingu nebo se přiklánějí k hotelům, penzionům a tradičním kempům. Praktická část bakalářské práce využívá online anketu jako hlavní metodu sběru dat. Průzkum prostřednictvím online ankety byl proveden s cílem získat informace o povědomí, preferencích, a motivacích respondentů v oblasti glampingu. Anketa byla navržena tak, aby poskytla komplexní pohled na postoj a chování respondentů vůči glampingu. Obsahovala otázky, které pokrývaly různé aspekty glampingu od povědomí o konceptu až po osobní zkušenosti s tímto druhem ubytování. Anketa byla zpřístupněna online po dobu 14 dnů a byla distribuována prostřednictvím sociálních sítí, cestovatelských portálů a emailových zpráv. Celkem se do ankety zapojilo 124 respondentů.

Výsledky této práce ukazují, že za nejvýznamnější zjištění lze označit fakt, že většina respondentů byla obeznámena s pojmem "glamping", což naznačuje, že tento trend není mezi českými turisty neznámý a má svou relevanci. Výsledky naznačují, že sociální sítě a internet obecně jsou hlavními zdroji informovanosti o tomto alternativním ubytování. Zjištění rovněž ukazují, že nový zážitek a přímý kontakt jsou hlavními motivacemi pro volbu glampingu, zatímco luxus je méně důležitým faktorem pro české turisty. V rámci výzkumu bylo zjištěno, že preference českých turistů často směřují k tradičnímu kempování nebo ubytování v hotelu či penzionu. Překážkami při volbě luxusního kempování jsou značné vysoké náklady.

9 SUMMARY

The theoretical part of the thesis deals with the concept of glamping as an alternative form of accommodation, its history, development and characteristics. It defines glamping and describes different types of glamping accommodation. It also focuses on glamping as a phenomenon in the world and in the Czech Republic. It includes the development of glamping in the Czech Republic, its current state on the Czech market and examples of glamping in the Czech Republic. An important part of the theoretical part is also a chapter devoted to the impact of the Covid-19 pandemic on glamping. The thesis focuses on the changes and challenges faced by glamping operators and tourists in the context of the pandemic. Another key area is the motivations and barriers that influence tourists to choose glamping as a form of accommodation, based on a Portuguese study. The analysis of motives and barriers can provide important insights into the preferred features and services that tourists expect from a glamping stay.

Overall, the theoretical part of the thesis aims to provide a comprehensive overview of glamping as a trend in tourism, to highlight its importance and specificities in the world and in the Czech Republic, and to analyse current trends and challenges associated with this type of accommodation.

The main objective of this study was to determine the level of awareness of Czech tourists about the concept of glamping and to investigate preferences when choosing accommodation. Whether Czech tourists choose alternative accommodation in the form of glamping or they prefer hotels, guesthouses and traditional campsites. The practical part of the bachelor thesis will use an online survey as the main method of data collection. The online survey was conducted to obtain information about the awareness, preferences, and motivations of respondents in the glamping industry. The survey was designed to provide a comprehensive view of respondents' attitudes and behaviours towards glamping. It contained 16 questions covering various aspects of glamping from awareness of the concept to personal experience with this type of accommodation. The survey was made available online for 14 days and was distributed via social media, travel portals and email messages. A total of 124 respondents took part in the survey, providing a sufficient sample for data analysis.

The results of this work show that the most significant finding was that the majority of respondents were familiar with the term 'glamping', suggesting that this trend is not unknown among Czech tourists and has relevance. The results suggest that social networks and the

internet in general are the main sources of awareness of this alternative accommodation. The findings also show that direct contact with nature and a new experience are the main motivations for choosing glamping, while luxury is a less important factor for Czech tourists. The research found that the preferences of Czech tourists are often towards traditional camping or hotel or guesthouse accommodation. Barriers to the choice of luxury camping are the high costs.

10 REFERENČNÍ SEZNAM

- Boscoboinik, A., & Bourquard, E. (2012). Glamping and rural imaginary. *From production to consumption: Transformation of rural communities*, 35, 149.
- Craig, C. A. (2021). Camping, glamping, and coronavirus in the United States. *Annals of Tourism Research*, 89, 103071. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.103071>
- Craig, C. A., & Karabas, I. (2021). Glamping after the coronavirus pandemic. *Tourism and Hospitality Research*, 21(2), 251–256. <https://doi.org/10.1177/1467358421993864>
- De Wolfová, T. (2021). Glamping jako nová forma cestovního ruchu a analýza jeho potenciálu v Česku. *Univerzita Karlova*.
- Dobčické rybníčky (retrieved 28th June, 2024) <https://www.dobcickerybnicky.cz/>
- Filipe, S., Santos, C. A., & Barbosa, B. (2018, September). TOURISTS' motivations and obstacles for choosing glamping: an exploratory study. In *CBU International Conference Proceedings* (Vol. 6, pp. 113-119). <http://dx.doi.org/10.12955/cbup.v6.1142>
- GlampingHub.com, (2019). From camping to glamping: history and evolution. Retrieved from <https://glampinghub.com/blog/history-of-glamping/> on 14.5.2024.
- Glamping Liška (retrieved 28th June, 2024) <https://glampingliska.cz/>
- Glamping Valašsko (retrieved 28th June, 2024) <https://www.glampingvalassko.cz/>
- Glampingcz.cz, (n.d.), Jak se vyvíjí glamping? Retrieved from <https://www.glampingcz.cz/blog/jak-se-vyvi-ji-glamping/> on 5.6.2024.
- Hong, Y., Cai, G., Mo, Z., Gao, W., Xu, L., Jiang, Y., & Jiang, J. (2020). The impact of COVID-19 on tourist satisfaction with B&B in Zhejiang, China: An importance–performance analysis. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(10), 3747.
- Hrgović, A.M.V., Bonifačić, J.C., & Licul, I. (2018). Glamping—new outdoor accommodation. *Ekonomika misao i praksa*, 2, 621-639.
- Idnes.cz, (2024). Luxusní kempování uchvátilo Čechy. Glampaři chtějí i vlastní asociaci. Retrieved from https://www.idnes.cz/ekonomika/domaci/glamping-luxusni-forma-kempovani-dovolena.A240413_143624_lide-ceska_zof/ on 15.6.2024.
- Kissler, S. M., Tedijanto, C., Goldstein, E., Grad, Y. H., & Lipsitch, M. (2020). Projecting the transmission dynamics of SARS-CoV-2 through the postpandemic period. *Science*, 368 (6493), 860–868. <https://doi.org/10.1126/science.abb5793>
- Mertová, J. (2021). Rozjeli první český glamping. Teď u Dobčických rybníčků staví hospodu a zvířecí park. *Forbes*. Retrieved from <https://forbes.cz/rozjeli-prvni-cesky-glamping-ted-u-dobcickych-rybnicku-stavi-hospodu-a-zvireci-park/> on 6.6.2024.

- Milohnic, I., & Bonifacic, J. C. (2014). Global trends affecting camping tourism: managerial challenges and solutions. *In Faculty of Tourism and Hospitality Management in Opatija. Biennial International Congress. Tourism & Hospitality Industry* (p. 380). University of Rijeka, Faculty of Tourism & Hospitality Management.
- Park, J., Ellis, G. D., Kim, S. S., & Prideaux, B. (2010). An investigation of perceptions of social equity and price acceptability judgments for campers in the US national forest. *Tourism management*, 31(2), 202-212.
- Petruša, I., & Vlahov, A. (2019, June). The role of glamping in development of camping tourism offer-possibilities and future prospects in the republic of Croatia. *In Proceedings of FEB Zagreb International Odyssey Conference on Economics and Business* (Vol. 1, No. 1, pp. 834-843). University of Zagreb, Faculty of Economics and Business.
- Priskin, J. (2001). Assessment of natural resources for nature-based tourism: the case of the Central Coast Region of Western Australia. *Tourism management*, 22(6), 637-648.
- Robbins, M. (2011). Glamping 101: What is "glamorous camping," exactly? Retrieved from <http://www.gadling.com/2011/08/02/glamping-101-what-is-glamorous-camping-exactly/> on 18.6.2023.
- Rozhledna na Ještěd (retrieved 28th June, 2024) <https://www.rozhledna-jested.cz/>
- Sakáčová, K. L. (2013). Glamping-Nature served on silver platter. *Aalborg University*.
- Sun, T., & Huang, T. (2022). Research of glamping tourism based on the aesthetics of atmosphere. *Sustainability*, 15(1), 581.
- Tomis, Z. (2021). Jak poznat dobrý glamping? Ctí minimalismus, moderní technologie i ekologii. Retrieved from <https://forbes.cz/jak-poznat-dobry-glamping-cti-minimalismus-moderni-technologie-i-ekologii/> on 21.6.2024.
- Zelený, R. (2023). Ubytování v týpí, domku na stromě či jeskyni. Glamping zažívá v Česku boom. Retrieved from <https://www.finmag.cz/inspirace/448252-ubytovani-v-typi-domku-na-strome-ci-jeskyni-glamping-zaziva-v-cesku-boom/> on 20.6.2024.
- Waite, G., Lane, R., & Head, L. (2003). The boundaries of nature tourism. *Annals of tourism research*, 30(3), 523-545.

11 PŘÍLOHY

11.1 Seznam tabulek

Tabulka 1

Typy glampingových objektů

Rozdělení objektů	Definice
Stany	Safari stany, stany ve tvaru zvonu, stany s podstavou
Jurty a Teepee	Jurty jsou inspirované tradičním bydlením mongolských kmenů Teepee jsou inspirované tradičním bydlením severoamerických indiánů
Kopule	Klenuté ekologické struktury, izolované proti chladu a teple
Karavany	Moderně renovované a luxusně zařízené historické karavany Cikánské karavany, hliníkové karavany, Maringotky, vlakové vozy, vkóny, historická pojiždná vozidla a přívěsy
Malé mobilní domky a objekty	Přestavěné kontejnery, dřevěné stavby na přívěsech
Jedinečné dřevěné stavby	Domy na stromech, poseady, domy na vodní hladině, domy na chůdách
Větší stavby	Moderně vybavené boudy, sruby, chaty a chatky umístěné v divoké přírodě

Poznámka. Rozdělení typů glampingových objektů dle De Wolfové, T. (2021) Vlastní zpracování

Tabulka 2

Glamping offer world wide

	Africa	Australia & New Zeland	Asia	Europe	Sout America	North America	Middle America & Caribbean
glamping.com	110	45	88	184	44	243	63
glampinghub.com	242	825	151	1381	176	9713	245
glampinggetaway.com	46	25	32	87	15	122	28

Poznámka. Zdroj Petruša & Vlahov 2019

Tabulka 3

Vizualizace výsledku na otázku „Slyšel/a jste někdy o glampingu“

Slyšel/a jste někdy o glampingu?	Počet respondentů	%
Ano	84	67,7
Ne	40	32,3

Poznámka. Vlastní zpracování

Tabulka 4

Vizualizace odpovědí na otázku „Jak byste definoval/a glamping“

Jak byste definoval/a glamping?	Počet respondentů	%
Luxusní ubytování	16	19
Udržitelné a ekologické ubytování	14	16,7
Ubytování v přírodě s komfortem	78	92,9
Alternativa hotelu/penzionu	15	17,9
Jiné	4	6

Poznámka. Vlastní zpracování

Tabulka 5

Vizualizace výsledků na otázku „Věděl/a jste že je glampingová nabídka i v ČR“

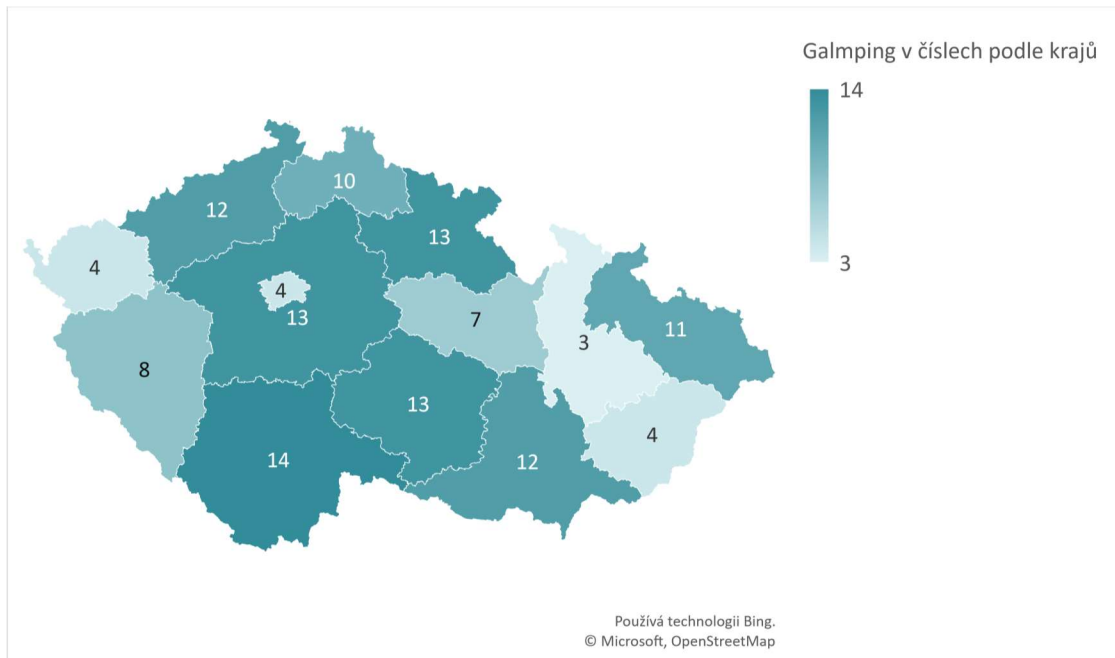
Věděl/a jste že je glampingová nabídka i v ČR?	Počet respondentů	%
Ano	73	86,9
Ne	11	13,1

Poznámka. Vlastní zpracování

11.2 Seznam obrázků

Obrázek 1

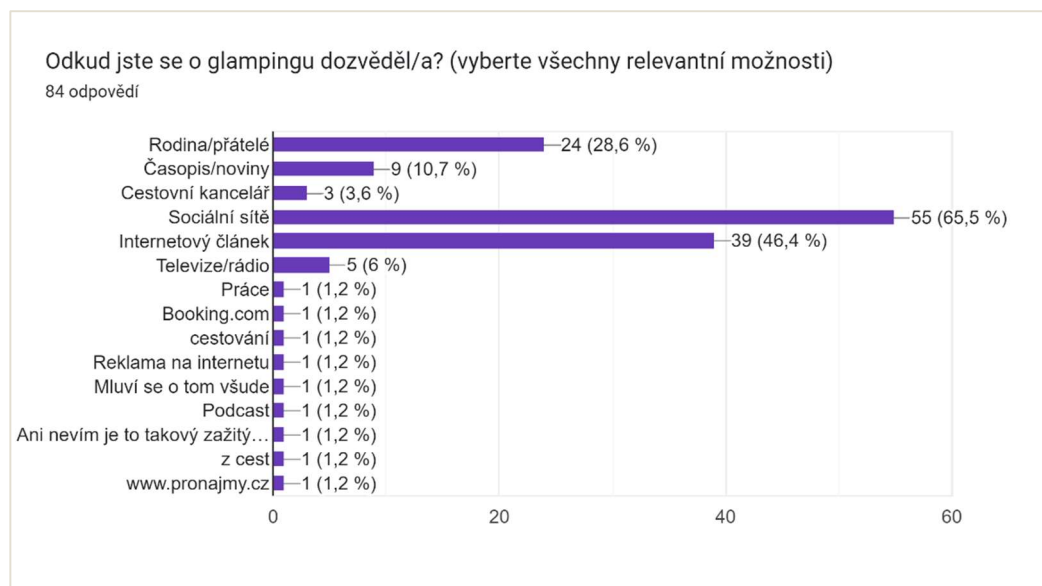
Glampingová místa podle kraje



Poznámka. Zdroj Glampingczech.cz. Vlastní zpracování

Obrázek 2

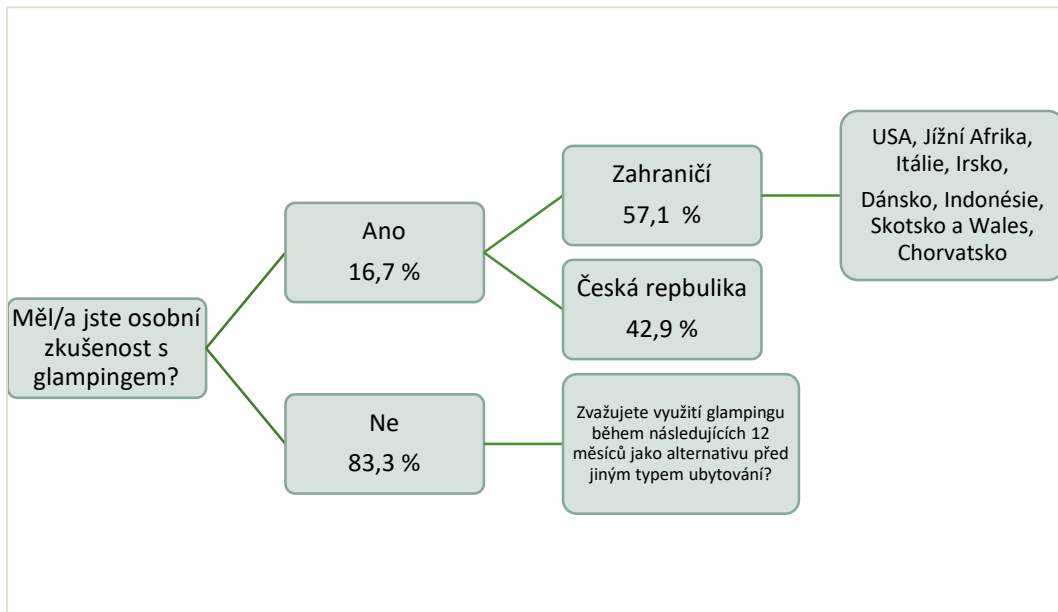
Vizualizace odpovědí na otázku „Odkud jste se o glampingu dozvěděl/a“



Poznámka. Zdroj Google formulář, výsledky anketního šetření

Obrázek 3

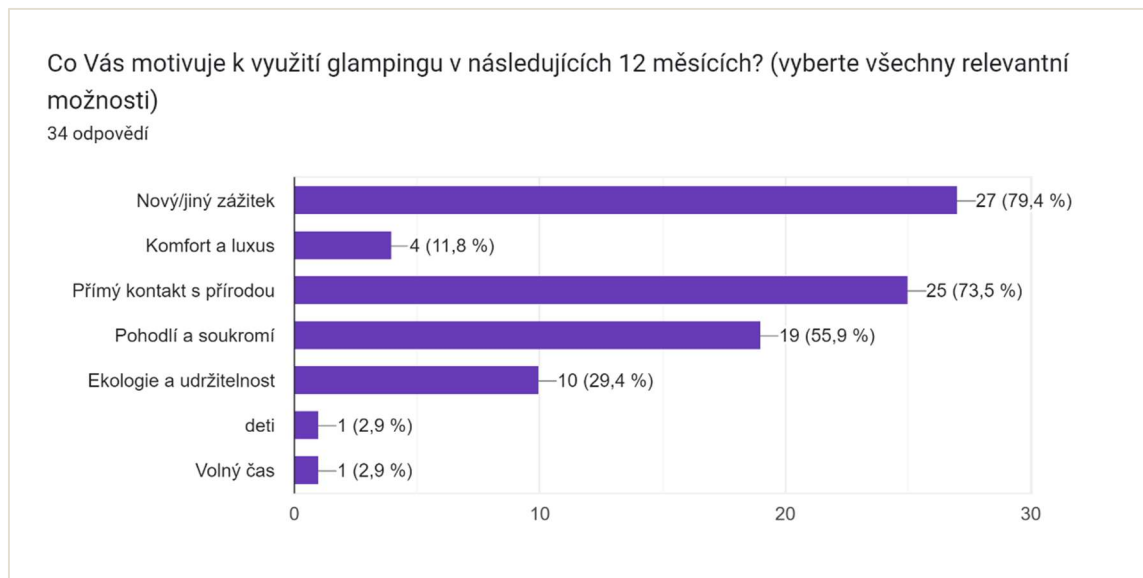
Vizualizace odpovědí na otázku „Měl/a jste osobní zkušenost s glampingem“



Poznámka. Vlastní zpracování

Obrázek 4

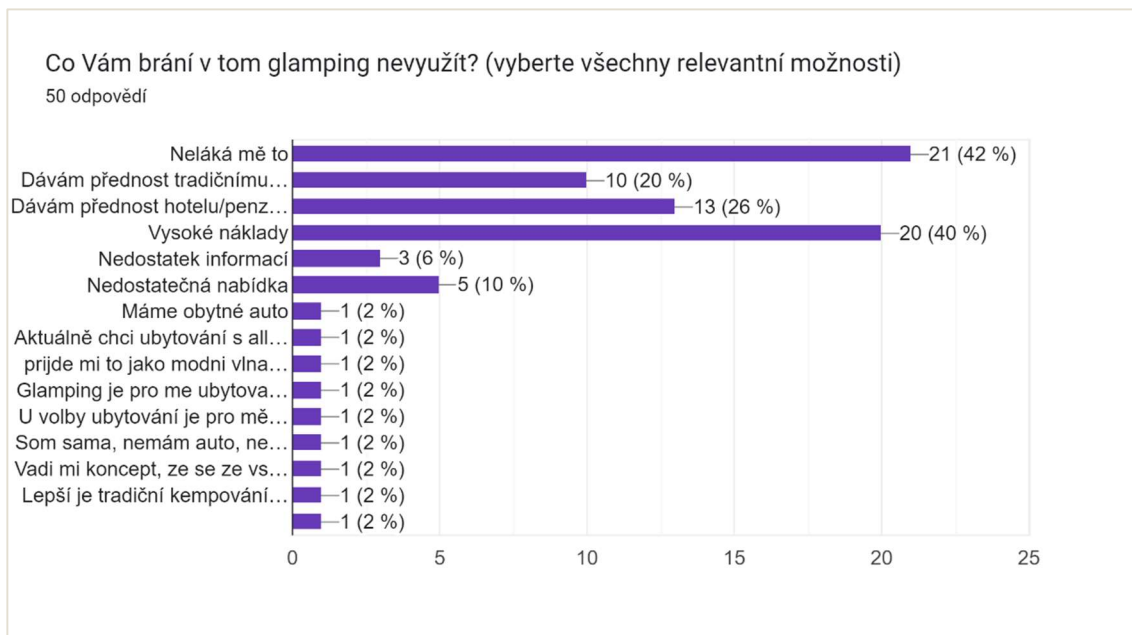
Vizualizace odpovědí na otázku „Co Vás motivuje k využití glampingu v následujících 12 měsících“



Poznámka. Zdroj Google formulář, výsledky anketního šetření

Obrázek 5

Vizualizace odpovědí na otázku co „Vám brání v tom glamping nevyužít“



Poznámka. Zdroj Google formulář, výsledky anketního šetření

11.3 Ukázky glampingu v České republice

Obrázek 6

Rozhledna Na Ještěd



Poznámka. Zdroj <https://www.rozhledna-jested.cz/>

Obrázek 7

Glamping Valašsko



Poznámka. Zdroj <https://www.glampingvalassko.cz/>

Obrázek 8

Glamping Liška



Poznámka. Zdroj <https://glampingliška.cz/>

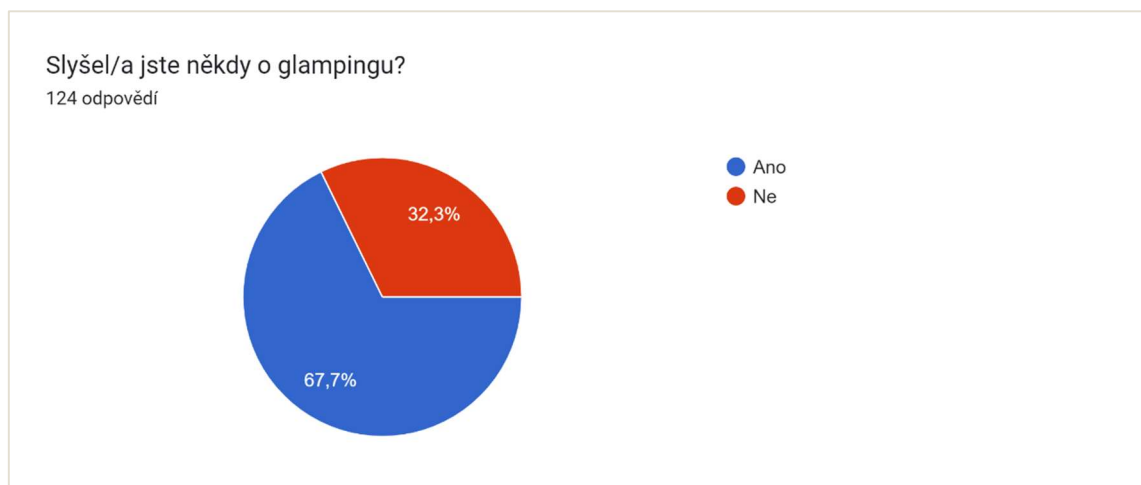
Obrázek 9

Dobčické Rybníčky

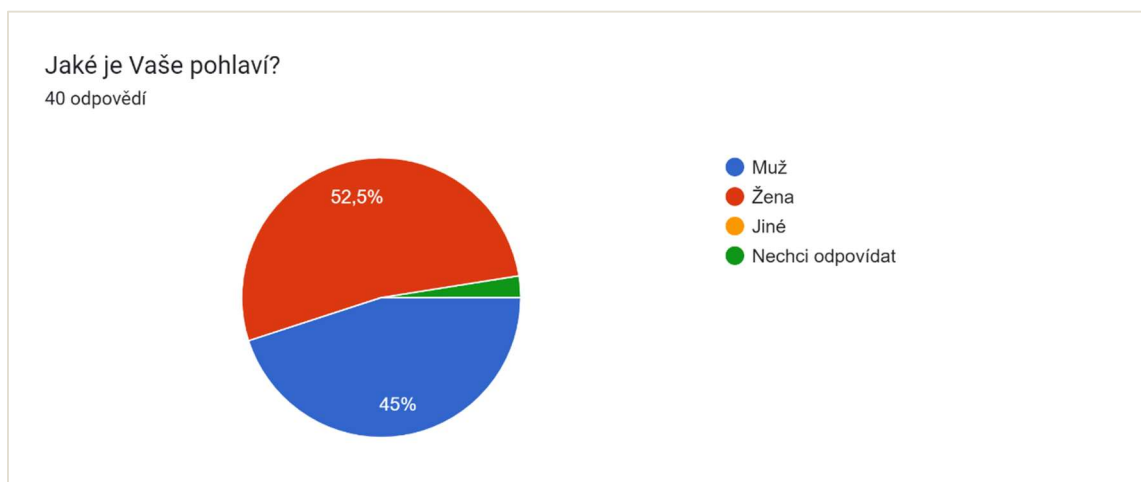
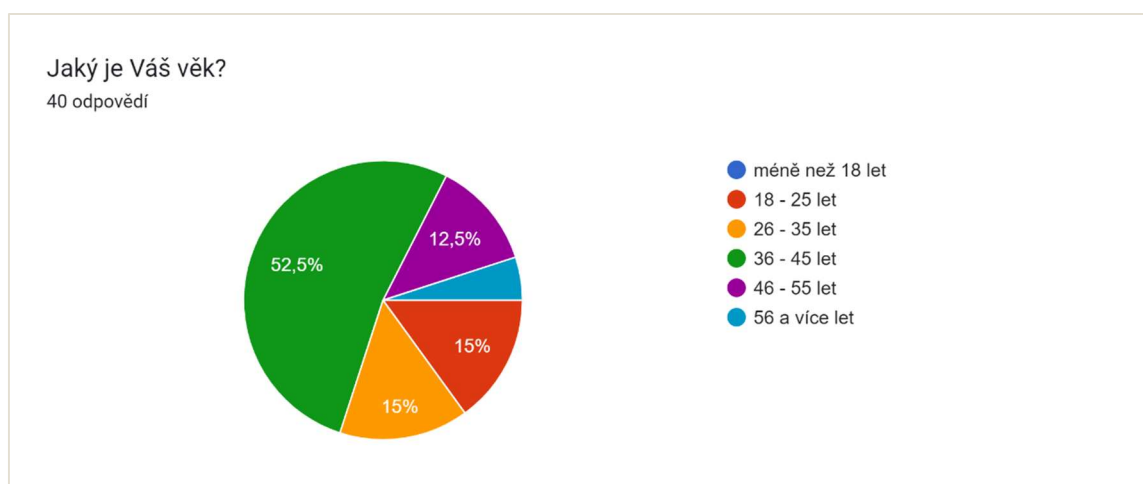


Poznámka. Zdroj <https://www.dobcickerybnicky.cz/>

11.4 Výsledky anketního šetření

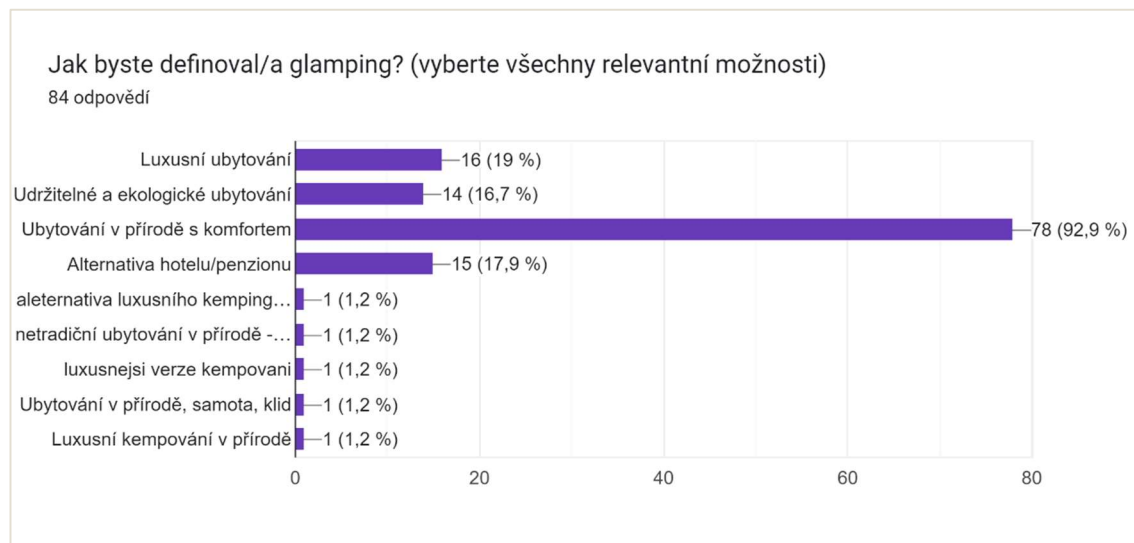
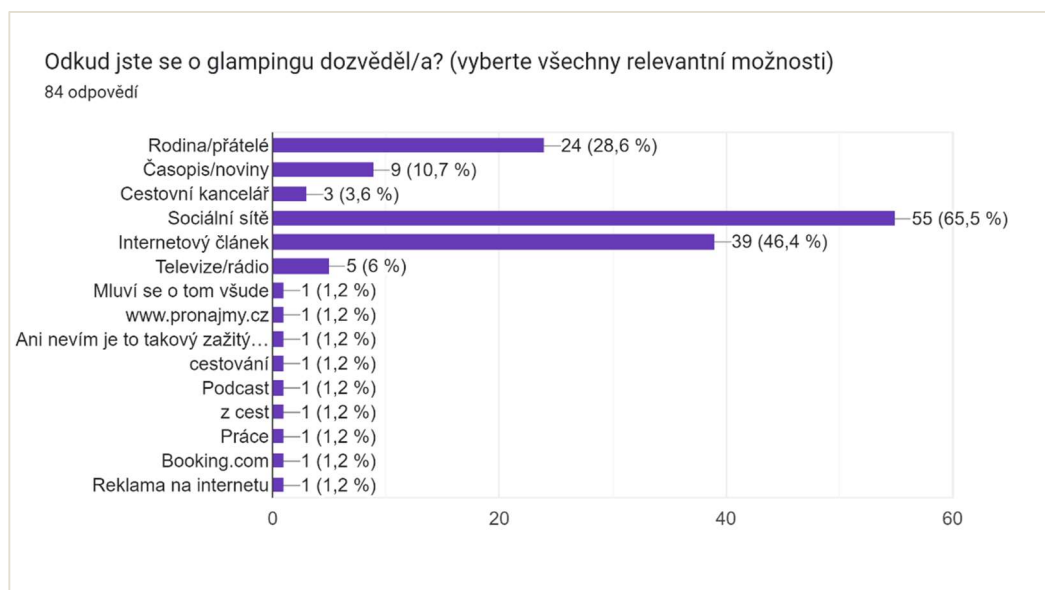


V případě volby „Ne“ dotazník přesune respondenta na následující otázky:



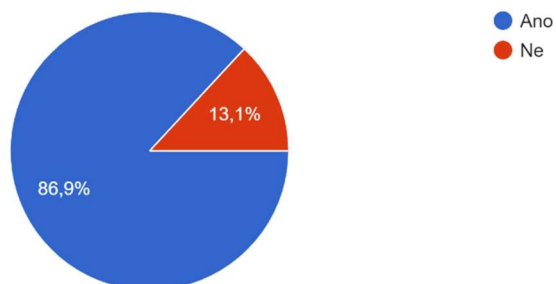
V případě odpovědi „Ne“ dotazník přesune respondenta na otázku „Zvažujete využití glampingu během následujících 12 měsíců jako alternativu před jiným typem ubytování?“

V případě odpovědi „Ano“ dotazník přesune respondenta na následující otázky:



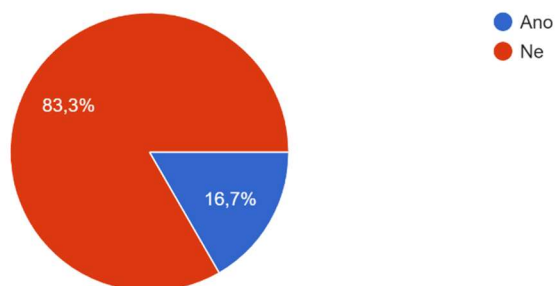
Věděl/a jste, že je glampingová nabídka i v České republice?

84 odpovědí



Měl/a jste osobní zkušenost s glampingem?

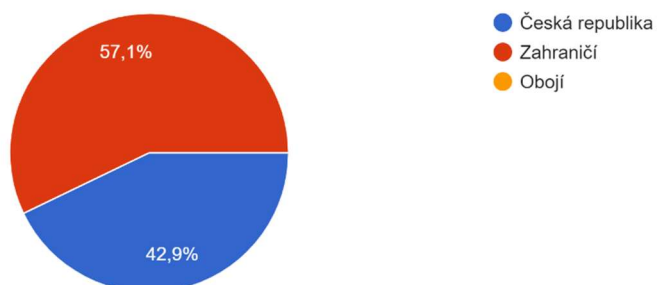
84 odpovědí



V případě odpovědi „Ano“ dotazník přesune respondenta na následující otázky:

Kde jste měl/a možnost glamping zažít?

14 odpovědí

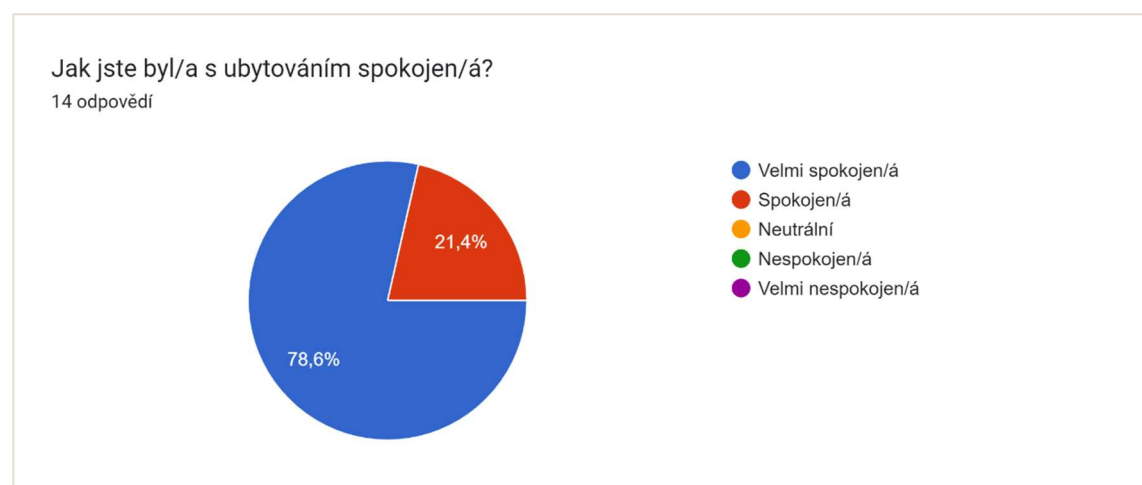
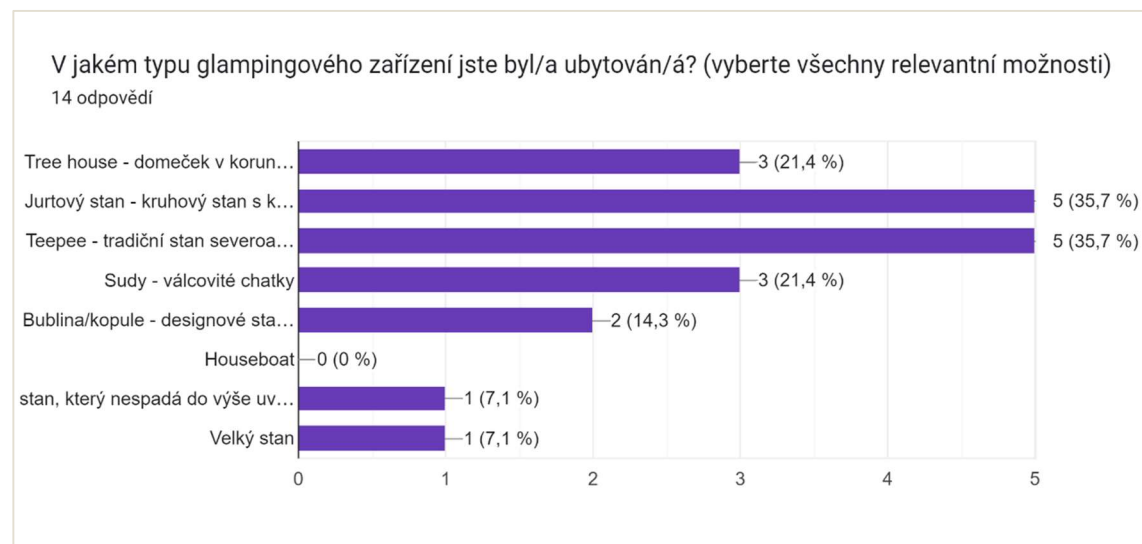


V případě odpovědí „Zahraničí“ a „Obojí“ dotazník přesune respondenta na otázku:

Můžete specifikovat, ve které zemi jste měl/a možnost glamping zažít?

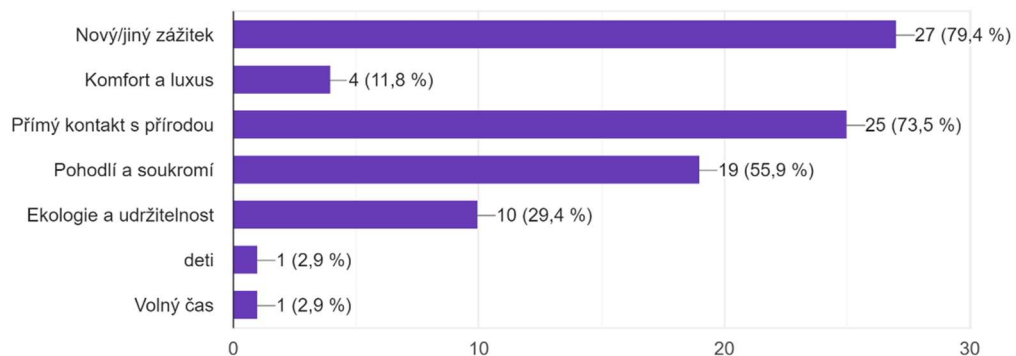
8 odpovědí

USA
Jížna Afrika
Itálie
Irsko
Dánsko
Indonésie
Skotsko a Wales
Chorvatsko



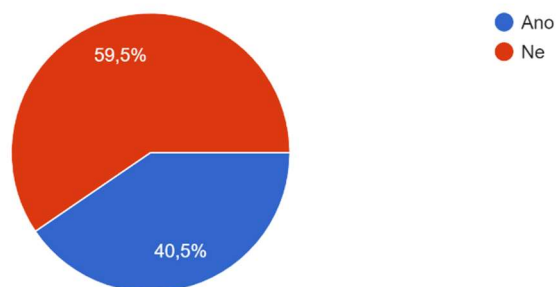
Co Vás motivuje k využití glampingu v následujících 12 měsících? (vyberte všechny relevantní možnosti)

34 odpovědí



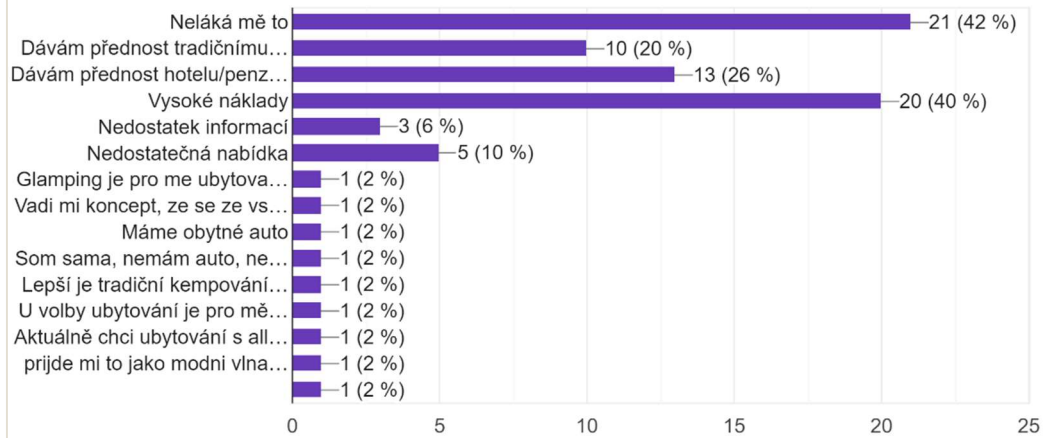
Zvažujete využití glampingu během následujících 12 měsíců jako alternativu před jiným typem ubytování?

84 odpovědí



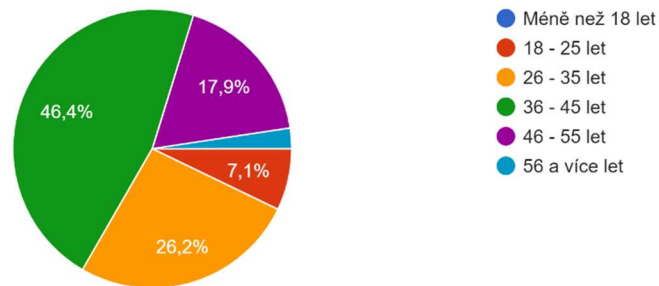
Co Vám brání v tom glamping nevyužít? (vyberte všechny relevantní možnosti)

50 odpovědí



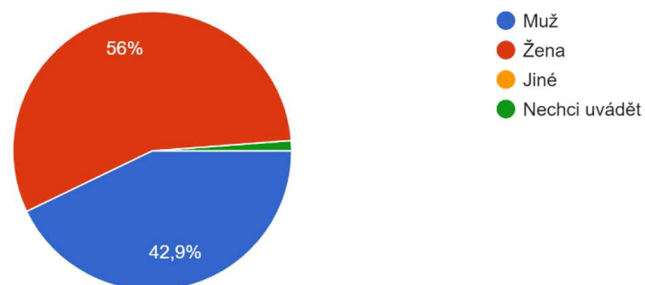
Jaký je Váš věk?

84 odpovědí



Jaké je Vaše pohlaví?

84 odpovědí



11.5 Typy glampingových ubytování

Obrázek 10

Jurtový stan – Wyoming, USA



Poznámka. Zdroj <https://www.glamping.com/destination/north-america/wyoming/saratoga/the-lodge-and-spa-at-brush-creek-ranch/>

Obrázek 11

Safari stan – Broadalbin, USA



Poznámka. Zdroj <https://glampinghub.com/unitedstatesofamerica/midatlantic/newyork/broadalbin/>

Obrázek 12

Teepee – Drslavice, Česká republika



Poznámka. Zdroj <https://www.glampingczech.cz/teepee-na-vrchu/>

Obrázek 13

Tree house – Pyskočely, Česká republika



Poznámka. Zdroj <https://www.stromhouse.cz/cs/stromhouse/>

Obrázek 14

Maringotka – Devon, Velká Británie



Poznámka. Zdroj <https://www.canopyandstars.co.uk/britain/england/devon/panson-mill/goldfinch>

Obrázek 15

Kopule – Torassieppi, Finsko



Poznámka. Zdroj <https://www.theaurorazone.com/aurora-dome/>

Obrázek 16

Tiny house – Halkidiki, Řecko



Poznámka. Zdroj <https://glampinghub.com/greece/centralmacedonia/kassandra/rent-a-beach-house-halkidiki/>

Obrázek 17

Sud – Isle of Arran, Skotsko



Poznámka. Zdroj <https://www.balmichaelglamping.co.uk/accommodation/>

Obrázek 18

Hauseboat – Loire Valley, Francie



Poznámka. Zdroj <https://glampinghub.com/france/centrevaleloire/loiretcher/holiday-in-loire-valley/>