

VYSOKÁ ŠKOLA POLYTECHNICKÁ JIHLAVA

Katedra cestovního ruchu

**Nákupní chování spotřebitelů služeb ČR
ovlivněné pandemií Covid-19**

bakalářská práce

Autor: Marietta Zemanová

Vedoucí práce: Ing. Martina Doležalová

Jihlava 2022

Vysoká škola polytechnická Jihlava

Tolstého 16, 586 01 Jihlava

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Autor práce: **Marietta Zemanová**

Studijní program: **Ekonomika a management**

Obor: **Cestovní ruch**

Garant studijního oboru: **prof. PhDr. Petr Chalupa, CSc.**

Název práce: **Nákupní chování spotřebitelů služeb CR ovlivněné pandemií covid-19**

Vedoucí práce: **Ing. Martina Doležalová**

Cíl práce: **Práce reflektuje změnu poptávky z důvodu celosvětového výskytu pandemie covid-19. Cílem práce je pomocí dotazníkového šetření zjistit změny v nákupním chování spotřebitelů služeb v cestovním ruchu v období 2019/2021.**

Abstrakt

Bakalářská práce se zabývá změnou nákupního chování spotřebitelů služeb v cestovním ruchu během pandemie Covid-19. Stěžejní pro zjištění změn v poptávce oproti roku před pandemií je dotazníkové šetření, z kterého bakalářská práce bude vycházet a podle kterého jsou určeny závěry.

Klíčová slova

Covid-19; časová osa; Koronavirus; nákupní chování; pandemie; poptávka.

Abstract

The bachelor thesis deals with the change in shopping behavior of consumers of services in tourism during the Covid-19 pandemic. Main for determining changes in demand compared to the year before the pandemic is a questionnaire survey, on which the bachelor's thesis will be based and according to which the conclusions are determined.

Keywords

Coronavirus; Covid 19; Demand; Pandemic; Shopping behavior; Timeline

Prohlašuji, že předložená bakalářská práce je původní a zpracoval/a jsem ji samostatně. Prohlašuji, že citace použitých pramenů je úplná, že jsem v práci neporušil/a autorská práva (ve smyslu zákona č. 121/2000 Sb., o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů, v platném znění, dále též „AZ“).

Byl/a jsem seznámen/a s tím, že na mou bakalářskou práci se plně vztahuje **AZ**, zejména § 60 (školní dílo).

Podle § 47b zákona o vysokých školách souhlasím se zveřejněním své práce podle směrnice prorektora pro studium č. 2/2020, a to bez ohledu na výsledek obhajoby.

Beru na vědomí, že VŠPJ má právo na uzavření licenční smlouvy o užití mé bakalářské práce a prohlašuji, že **s o u h l a s í m** s případným užitím mé bakalářské práce (prodej, zapůjčení apod.).

Jsem si vědom/a toho, že užít své bakalářské práce či poskytnout licenci k jejímu využití mohu jen se souhlasem VŠPJ, která má právo ode mě požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, vynaložených vysokou školou na vytvoření díla (až do jejich skutečné výše), z výdělku dosaženého v souvislosti s užitím díla či poskytnutím licence.

V Jihlavě dne 27. července 2022

.....

Podpis studenta/ky

Poděkování

Ráda bych touto cestou poděkovala své vedoucí bakalářské práci Ing. Martině Doležalové za svůj unikátní a pohodový přístup, a dále velký dík náleží mé rodině a nejbližším za podporu.

Obsah

Seznam obrázků	7
Seznam tabulek	8
Seznam zkratk	9
1 Úvod	10
2 Teoretická část	11
2.1 Cestovní ruch	11
2.2 Subjekt cestovního ruchu	12
2.3 Poptávka v ČR.....	14
2.4 Faktory ovlivňující poptávku v cestovním ruchu.....	15
2.5 Nákupní chování spotřebitelů v cestovním ruchu	22
2.6 Covid 19	24
2.7 Pandemie	26
2.8 Časová osa pandemie	28
2.9 Cestování v době pandemie	34
2.10 Letecká doprava v době pandemie	35
2.11 Hlavní dopady pandemie na cestovní ruch	36
3 Praktická část.....	38
3.1 Metodologie výzkumu	38
3.2 Výzkumné otázky a hypotézy	39
4 Vyhodnocení výsledků dotazníkového šetření	41
5 Vyhodnocení hypotéz	66
Závěr	68
Seznam použité literatury	70
Internetové zdroje.....	71
Přílohy	73

Seznam obrázků

Obrázek 1 Maslowova pyramida potřeb v cestovním ruchu	19
Obrázek 2 Model nákupního chování	23
Obrázek 3 Pohlaví respondentů	41
Obrázek 4 Věkové složení respondentů.....	42
Obrázek 5 Způsob zajištění hlavní dovolené	44
Obrázek 6 Způsob úhrady jednotlivých služeb.....	49
Obrázek 7 Způsob úhrady jednotlivých služeb.....	49
Obrázek 9 Preference ročního období pro uskutečnění dovolené	50
Obrázek 10 Délka dovolené.....	51
Obrázek 11 Způsob dopravy	52
Obrázek 12 Kategorie ubytování	53
Obrázek 13 Kategorie ubytování	53
Obrázek 14 Způsob stravování	54
Obrázek 15 Způsob stravování	55
Obrázek 16 Destinace hlavní dovolené 2019	56
Obrázek 17 Podíl dovolených v tuzemsku a zahraničí 2019	56
Obrázek 18 Destinace hlavní dovolené 2020	57
Obrázek 19 Podíl dovolených v tuzemsku a zahraničí 2020	58
Obrázek 20 Destinace hlavní dovolené 2021	59
Obrázek 21 Podíl dovolených v tuzemsku a zahraničí 2021	59
Obrázek 22 Covidové cestovní pojištění	61
Obrázek 23 Omezení na hlavní dovolené	63
Obrázek 24 S kým respondenti cestovali.....	65

Seznam tabulek

Tabulka 1 Tabulkové zpracování výsledků 22. otázky.....	43
Tabulka 2 Spojitost věkové kategorie s neuskutečněním hlavní dovolené	45
Tabulka 3 Rozdělení způsobu sjednání hlavní dovolené na osobní a bezkontaktní	47
Tabulka 4 Přesnější vyhodnocení způsobu sjednání hlavní dovolené	48
Tabulka 5 Průměrná částka na dovolenou	60
Tabulka 6 Změny na dovolené.....	62
Tabulka 7 Srovnání dovolených před a během pandemie	64

Seznam zkratk

CA	Cestovní agentura
CK	Cestovní kancelář
ČR	Česká republika
OSN	Organizace spojených národů
UNWTO	Světová organizace cestovního ruchu

1 Úvod

Vše začalo v prosinci v roce 2019, kdy se začínaly objevovat první zprávy o jakési nové nemoci která postihuje obyvatele v Čínském Wuchanu. Ještě tenkrát nikdo nevěděl o čkráčí, ale zanedlouho na to odborníci rozklíčovali, o co se jedná a nemoci dali název Covid-19. Od té doby se svět začal pomalu propadat do pandemie, která i přes aktuální vakcíny a různá další podpůrná řešení nemoci, nemusí být zdaleka u konce.

Od března roku 2020 začala pandemie nabírat na síle i v České republice a díky tomu se nastartovala stále se opakující situace, stejně tak jako všude ve světě, s různými zprvu protiepidemickými a dále pak s protipandemickými opatřeními, které zahálily státy včetně České republiky do doby omezující lidské svobody.

Tato pandemická opatření ovlivnila skoro celé hospodářství, a přece jedno z nich vyšlo snad úplně nejhůře, a to bylo odvětví cestovního ruchu. V roce 2020 to vypadalo, že se snad úplně přestane cestovat, což díky letnímu rozvolňování nakonec nebylo úplnou pravdou. Nicméně, díky opatřením a strachu z nemoci, byli lidé někdy i donuceni změnit svoji volbu v tom, kde stráví svoji hlavní dovolenou. K rozhodovacímu procesu nenapomohly ani složitosti spojené s vycestováním díky pandemii. Vyplňování různých formulářů, povinnost testování a dokazování bezinfekčnosti, to všechno byly faktory, které měly značný vliv na rozhodování.

Přesně tyto faktory daly za vznik této bakalářské práci. Zaznamenat a vyhodnotit jaký vliv měla pandemie v letech 2020 a 2021 na nákupní chování spotřebitelů cestovního ruchu.

Cílem této práce je tedy sestavení hypotéz, na jejichž základě bude postaveno dotazníkové šetření, ze kterého se vyhodnotí vliv pandemie na spotřebitele v cestovním ruchu a jak se změnilo jejich čerpání služeb cestovního ruchu. To vše s porovnáním s rokem 2019, rokem před pandemií.

2 Teoretická část

2.1 Cestovní ruch

Hovoříme-li o cestovním ruchu, máme tím na mysli většinou pohyb lidí, kteří cestují do různých destinací, aby navštívili památky, potkali se s přáteli a příbuznými, dopřáli si dovolenou, a hlavně odpočinuli od monotónnosti běžného života. Když se však podíváme na účastníky cestovního ruchu ze širšího hlediska, náleží sem neodmyslitelně i osoby, které cestují za povinnostmi jako je práce, kongresy, veletrhy, různá setkání profesního či profesionálního charakteru. (GOELDNER, 2014)

Porovnáme-li definice cestovního ruchu, zjistíme, že jsou si v mnohém podobné, avšak mohou se lišit například úhlem pohledu autora. Bormanova definice je založena na rozlišení účelu cesty a klade důraz na její dočasnost. *„Cesty, které jsou podnikány za účelem zotavení, zábavy, obchodu a povoláním nebo i z jiných příčin (za zvláštními událostmi) a dochází při nich k dočasné změně místa bydliště. Nepatří sem však dojíždění za prací“* (LEHKÝ, 2009), (ŠAUER A KOL. 2015). Hunziker a Krapf definují cestovní ruch jako *„souhrnné označení vztahů a jevů, vznikajících na základě cesty a pobytu místně cizích osob, pokud se pobytem nesleduje usídlení a není s ním spojena žádná výdělečná činnost“*. Tato definice se stala stěžejní v poválečném období pro vědecké zkoumání cestovního ruchu. (ŠAUER A KOL., 2015)

Světová organizace cestovního ruchu UNWTO, definuje cestovní ruch jako kulturní a ekonomický jev, který zahrnuje pohyb lidí z místa běžného životního prostředí na jakákoliv jiná místa, která nejsou součástí běžného životního prostředí, kvůli osobním, obchodním či pracovním záměrům. (UNWTO, 2022)

Cestovní ruch je jedním z nejrozsáhlejších odvětví služeb. Je také významným společensko-ekonomickým fenoménem. A to z pohledu jednotlivce, tak i celé společnosti. Každý rok se kvůli cestovnímu ruchu dá do pohybu největší množství lidské populace, a to za rekreací, poznáním a naplněním vlastních snů. Cestovní ruch se stal součástí způsobu života obyvatel, především ekonomicky vyspělých zemí. Vedle obchodu s ropou a automobilovým průmyslem se řadí ve světovém měřítku ke třetímu největšímu exportnímu odvětví. (HESKOVÁ, 2011)

V současné době se stal cestovní ruch součástí odvětví společenské činnosti. Vznik soudobého cestovního ruchu se pojí s průmyslovou revolucí ve vyspělých státech. Cestovní ruch se začal formovat na přelomu 19. a 20. století jako důsledkem technického, ekonomického a sociálního rozvoje.

Podmínky pro vznik a rozmach nynějšího cestovního ruchu předpokládají schopnost:

- svobodně vycestovat, existenci primární nabídky neboli produktu, jako předmětu spotřeby určeného k čerpání v cestovním ruchu
- technický, ekonomický a sociální rozvoj na takové úrovni, aby zabezpečoval vytvoření dostatečného volného časového fondu pro čerpání produktu cestovního ruchu
- musí být uspokojována taková úroveň základních životních potřeb, aby vznikl prostor pro uspokojování i méně nutných potřeb. Do méně nutných potřeb právě patří cestovní ruch, budování potřebných dopravních zařízení, ubytovacích zařízení, pohostinských, sportovně-rekreačních a dalších zařízení.

Kvůli komplexnosti cestovního ruchu je potřeba ho zkoumat z několika pohledů. Kdyby tomu tak nebylo, bylo by vysvětlování z pohledu jedné vědní disciplíny nedostatečné. Na cestovní ruch lze nahlížet z pohledu ekonomie, sociologie, kulturní antropologie, geografie a z mnoho dalších. (LINDEROVÁ, 2013).

2.2 Subjekt cestovního ruchu

„Z ekonomického hlediska je subjekt cestovního ruchu každý, kdo uspokojuje své potřeby během cestování a pobytu mimo místa trvalého bydliště spotřebou statků cestovního ruchu. Vystupuje tedy jako nositel poptávky po cestovním ruchu.“ (LINDEROVÁ, 2013).

UNWTO definuje účastníka cestovního ruchu jako *„každou osobu, která pobývá přechodně mimo místo svého běžného pobytu po dobu nepřevyšující 12 po sobě jdoucích měsíců, přičemž motivací pro cestu není výdělečná činnost v tomto místě a účastní se tedy některého druhu nebo formy cestovního ruchu.“* (ŠAUER A KOL., 2015)

Dle statistiky je účastník cestovního ruchu výletník, návštěvník nebo turista, avšak do struktury cestujících, podle mezinárodní konference o statistice cestovního ruchu z roku

1991, se řadí i stálý obyvatel. (HESKOVÁ, 2011). Aby se cestující dal sledovat ve statistickém měření, musí splňovat podmínky, jako jsou cestovat mimo místo trvalého bydliště mezi různými oblastmi či zeměmi za jakýmkoliv účelem a jakýmkoliv dopravním prostředkem. (LINDEROVÁ, 2013)

Návštěvník

- V domácím cestovním ruchu je to osoba, která putuje v rámci země svého trvalého bydliště, mimo obvyklé místo svého pobytu na kratší dobu než šest po sobě jdoucích měsíců. Hlavním důvodem nesmí být výdělečná činnost.
- V zahraničním cestovním ruchu je to osoba, která cestuje mimo zemi svého trvalého bydliště na dobu kratší, než je dvanáct po sobě jdoucích měsíců, za jiným záměrem, než je výdělečná činnost.

Turista

Pro domácí i zahraniční cestovní ruch je to osoba, která plní stejná kritéria jako návštěvník. Cestuje tedy mimo obvyklé místo svého pobytu ať už v rámci země svého trvalého pobytu nebo do zahraničí, a to na maximálně dvanáct po sobě jdoucích měsíců s jiným hlavním důvodem pro vycestování, než je výdělečná činnost. Proto aby byl cestující klasifikován jako turista, musí během svého cestování alespoň jednou přenocovat. Dle délky pobytu se turista dělí na:

- Turista na dovolené, který setrvává na jednom místě více než určený počet nocí nebo dní.
- Krátkodobě pobývajícím turistu, který cestuje na dobu nepřekračující určený počet nocí nebo dní, ale zahrnuje pobyt alespoň s jedním přenocováním.

Výletník

Výletníkem se stává každý jednodenní návštěvník, který nepřesáhne v místě 24 hodin a nevyužije žádnou z možností ubytování. (HESKOVÁ, 2011), (LINDEROVÁ, 2013).

Stálý obyvatel (rezident)

- V domácím cestovním ruchu se jedná o jedince, který žije na jednom místě bez přerušení alespoň šest měsíců před příjezdem do jiné destinace na dobu, která je kratší než šest měsíců.

- V zahraničním cestovním ruchu je jím každý, který žije v zemi minimálně jeden rok, než přijede do země jiné na kratší dobu, než je jeden rok.

Jedná se o občany státu a cizince postačující tyto podmínky. (HESKOVÁ, 2011)

2.3 Poptávka v CR

Na poptávku cestovního ruchu se lze dívat z vícero aspektů. Účel zkoumání poptávky a oborová specializace jednotlivce, který poptávku studuje, udává úhel pohledu. Proto se také není možné setkat s jednotlivou definicí poptávky. Převažuje však spíše ekonomické vymezení, a to z toho důvodu, že samotný koncept poptávky pochází z ekonomie. Z pohledu ekonomiky charakterizujeme poptávku, jako ochotu a schopnost nakoupit celkové množství zboží a služeb, které všichni spotřebitelé chtějí koupit za určité ceny v průběhu dané časové periody. Poptávku tvoří subjekt cestovního ruchu neboli účastník cestovního ruchu, který má za cíl uspokojit své konkrétní potřeby spjaté s cestováním a pobytem mimo své obvyklé životní prostředí, s očekáváním získání uceleného prožitku dle charakteru a rozsahu jeho individuálních potřeb. Poptávka v cestovním ruchu se časem mění tedy roste a klesá. V období hlavní sezóny, se dá očekávat velký růst poptávky a také i růst cen. Mimo sezónu klesá cena, ale také i poptávka. (ŠAUER A KOL., 2015) (LINDEROVÁ, 2013)

Mimo ekonomického vysvětlení poptávky v cestovním ruchu se běžně setkáváme s psychologickou nebo geografickou definicí poptávky. Psychologové zkoumají poptávku cestovního ruchu přes filtr motivací a chování návštěvníků v destinacích. Předmětem zkoumání jsou v tomto případě pohnutky, které podněcují touhu cestovat a vzorce chování účastníků cestovního ruchu. Geografická definice spočívá v prostorové distribuci poptávky a v zjišťování ovlivňujících faktorů. (ŠAUER A KOL., 2015)

Bereme-li v potaz zájem a dostatečné prostředky pro participaci v cestovním ruchu, můžeme rozdělit poptávku do tří kategorií: efektivní, potlačená a nulová poptávka.

Efektivní poptávka

- Je to typ poptávky, o které se obecně hovoří, pokud se zmiňuje poptávka v cestovním ruchu. Efektivní poptávka zahrnuje všechny účastníky cestovního ruchu, kteří buďto jsou právě v destinaci, či jsou na cestě do nebo z destinace.

Potlačená poptávka

- Do této poptávky se zahrnují ty části obyvatel, kteří by rádi vycestovali, mají chuť a touhu cestovat, avšak z jakési příčiny nemohou. Potlačenou poptávku dále můžeme rozlišit na dva podtypy. Prvním je potenciální poptávka. Do tohoto podtypu lze počítat veškeré potenciální návštěvníky, kteří mají zájem o vycestování, avšak vycestovat nemohou, protože jim brání obtíže znemožňující realizaci cesty. Například je to ekonomická situace, zdravotní stav, starost o děti a tak dále. Potenciální poptávka se může stát efektivní za předpokladu, že dojde k odstranění obtíží znemožňující potenciálnímu návštěvníkovi účastnit se cestovního ruchu. Druhým podtypem je poptávka odložená. Svoji roli zde hrají faktory jako obsazenost hotelů, počasí, politická situace, přírodní katastrofy, pandemie, nedostupnost letenek či leteckých spojů.

Nulová poptávka

- Po celém světě najdeme lidi, kteří nemají ani ten nejmenší zájem cestovat anebo takové, kteří už zkrátka toho nejsou schopni kupříkladu díky stáří. Tato část populace se rozhodla využít svoje prostředky jinak než na participaci v cestovním ruchu. (ŠAUER A KOL., 2015)

2.4 Faktory ovlivňující poptávku v cestovním ruchu

Poptávka v cestovním ruchu velice snadno podléhá četným vlivům. Faktorů, které působí na poptávku v cestovním ruchu, existuje hned několik a dá se na ně pohlížet z různých směrů a úhlů. Ovlivňují zejména velikost, strukturu a rozdílně také chování subjektu cestovního ruchu. Primárně se dají faktory ovlivňující poptávku rozdělit na ekonomické a na mimoekonomické. Do ekonomických faktorů se řadí: situace na trhu, výše příjmů obyvatelstva, ceny běžných statků, dlouhodobé vlastnictví movitých a nemovitých statků, hrubý domácí produkt, stav úspor, nezaměstnanost a inflace. (ŠAUER A KOL., 2015) (LINDEROVÁ, 2013)

Ekonomické faktory:

Ekonomické faktory jsou přímo navázané na hospodářský rozvoj a jeho dosaženou úroveň. Klíčovou roli při ovlivňování poptávky po cestovním ruchu hraje právě hrubý domácí produkt, jelikož platí, čím vyšší hrubý domácí produkt tím jsou vyšší příjmy.

Zvyšuje se disponibilní zůstatek, spotřeba domácností a díky ekonomickému růstu jsou vyšší i důchody. Všechny tyto faktory ovlivňují rozhodovací schopnosti obyvatelstva, zda se mohou účastnit cestovního ruchu a v jak velké míře či nikoliv.

Pro míru spotřeby je důležité zohlednit počet ekonomicky činných členů domácnosti. Výše průměrného příjmu člena domácnosti rozhoduje o výši možných vynaložených prostředků na cestovní ruch. Příjmy se v domácnosti běžně dělí podle druhu a spěšnosti potřeb. Primárně je vždy nutnost zaopatřit základní potřeby. Vzhledem k tomu že potřeba účastnit se cestovního ruchu spadá k potřebám sekundárním, je tedy možné uspokojit touhu po cestování až po uspokojení potřeb primárních.

Důležité, při participaci na dlouhodobém cestovním ruchu, jsou úspory. Přemýšlíme-li o spojitosti příjmů a účasti na turismu, neopomíjenou součástí jsou i půjčky obyvatelstva na nákup dlouhodobých spotřebních předmětů. Výše splátek může nežádoucím způsobem ovlivnit zájem na cestovním ruchu. Budou-li splátky příliš vysoké a doba splatnosti moc dlouhá, subjekt cestovního ruchu rezignuje od účasti na cestovním ruchu nebo pozmění délku pobytu v destinaci a výrazně ji sníží, což se projeví na příjmech z cestovního ruchu. Půjčky či úvěry však mohou mít i pozitivní vliv na příjmy v cestovním ruchu, a to konkrétně na domácí cestovní ruch, jsou-li jimi pořízeny například rekreační chaty, chalupy, osobní automobily či karavany. Tyto statky umožní vycestovat na výlety, na chalupy do jiného regionu, ubytování v kempech či jen tak v přírodě.

Zohledníme-li ceny různých ekonomických statků, služeb, spotřebního zboží, i to má svůj vliv na účasti v cestovním ruchu. Významný je poměr základních jednotlivých druhů služeb cestovního ruchu jako je přeprava, ubytování, stravování. Čím budou základní služby dražší, tím omezenější bude následná spotřeba ostatních služeb a statků v destinaci. Pokud růst cen není adekvátně vyrovnán růstem příjmů nebo snížením cen statků potřebných pro život. Opačný efekt nastane, zachová-li se stejná hladina příjmů nebo se zvýší a ceny služeb a ekonomických statků poklesnou. Tímto se dá očekávat zvýšená spotřeba v cestovním ruchu. (LINDEROVÁ, 2013)

Mimoekonomické faktory ovlivňující poptávku cestovního ruchu jsou z pohledu demografického, přirozený pohyb obyvatelstva, složení podle pohlaví, věkové složení, počet členů v domácnosti. Z pohledu:

- geografického: poloha destinace, podnebí, počasí, přírodní katastrofy,
- sociálního: hodnotící stanoviska, trendy, móda, reklama, úroveň vzdělání, kultura a stupeň životní úrovně, společensko-politická situace
- psychologického: potřeby, zájmy, preference, návyky, kupní motivy,
- administrativně-politického: pasová, vízová a celní politika a omezení, devizová vybavenost, bezpečnost cestování.

Svoji roli hraje i technologická vybavenost. (ŠAUER A KOL., 2015) (LINDEROVÁ, 2013)

Demografické faktory:

Demografický vliv na poptávku v cestovním ruchu je přímý a nepřímý. Přímým vlivem se rozumí účast obyvatel na cestovním ruchu při dosažení určité životní úrovně a takzvaného blahobytu. Čím vyšší je životní úroveň, hospodářský rozvoj daného státu, tím rozsáhlejší je i poptávka po službách v cestovním ruchu. Nepřímý vliv je navázán na růst počtu ekonomicky činného obyvatelstva.

Hlavním demografickým vlivem na poptávku v cestovním ruchu je věková diverzifikace obyvatelstva. Několik let můžeme pozorovat trend stárnutí obyvatelstva. Díky tomu se prodlužuje doba odchodu do důchodu. S tímto trendem je i spjatá stále lepší zdravotní péče a trend zdravého životního stylu. Dohromady tyto ukazatele zajišťují dlouhodobější a kvalitnější život. Dalším faktorem je i pokles porodnosti, čímž seniorů přibývá. S odchodem do důchodu se pojí i větší časový fond, proto je důležité nachystat nabídku na míru pro seniory, aby měli možnost si svoji dovolenou užít. Současní senioři jsou aktivnější a disponují i většími finančními možnostmi. Mají tak zájem o vzdálenější destinace a aktivnější dovolenou.

Pokud se přesuneme od seniorů na druhou stranu věkového žebříčku, do věkového rozmezí 15 až 25 let, velkou roli v poptávce hrají i mladí cestující. Jejich podíl na participaci v cestovním ruchu má stoupající trend. Mládežnický cestovní ruch se momentálně řadí do nejrychleji se rozvíjející části cestovního ruchu. Další samostatnou a zajímavou částí v cestovním ruchu jsou nezadaní, tak zvaní „singles“. Díky jejich specifickým potřebám jsou jimi vyhledávány jiné služby, než by vyhledávala rodina s dětmi.

Právě rodiny s dětmi se stávají speciální klientelou, a to z pohledu budoucí poptávky. Malé děti si destinaci můžou oblíbit a pak se v budoucnu budou vracet, ať už sami nebo se svoji budoucí rodinou. Existují i sítě speciálních hotelů, které jsou přímo zaměřeny na potřeby dětí. (ŠAUER A KOL., 2015) (LINDEROVÁ, 2013)

Sociálně – kulturní faktory

Do sociálně kulturních faktorů náleží volný čas, kultura a vzdělání. Volný čas je klíčovou veličinou a hraje zásadní roli při vzniku a rozvoji cestovního ruchu. Časový fond můžeme rozdělovat na pracovní a mimopracovní, kde mimopracovní dále můžeme dělit na čas vázaný a volný. Pracovní čas je dle vykonávané práce či legislativní úpravy stanoven. Mimopracovní čas vázaný zahrnuje různé přípravy například do práce, zabezpečení fyziologických potřeb, jídlo spánek hygiena, starost o rodinu a domácnost, nákupy. Volný čas nastává tehdy, když jsou splněny veškeré povinnosti a zůstává prostor na nepovinné činnosti. Cestovní ruch vyžaduje značnou část volného času, nicméně zasahuje i do pracovních aktivit. K propojování pracovního a mimopracovního volného času probíhá na pracovních cestách, kongresech, veletrzích, sympoziích či incentivních pobytech. (ŠAUER A KOL., 2015) (LINDEROVÁ, 2013)

Z pohledu cestovního ruchu je nejvýznamnější volný čas během dovolené, stává se tak předpokladem k rozvoji dlouhodobého cestovního ruchu. „*Rozvoj cestovního ruchu je vázaný jistou mírou socioekonomického rozvoje. Socioekonomický rozvoj společnosti je dán vzdělanostní a kulturní úrovní.*“ (LINDEROVÁ, st.46, 2013) Následný způsob využívání volného času je spjat s úrovní dosaženého vzdělání a úrovní kultury. Osoby s vyšším dosaženým vzděláním mají větší motivaci se častěji účastnit cestovního ruchu, mají interest v poznání jiných zemí, odlišných kultur a cestují do vzdálenějších destinací. (ŠAUER A KOL., 2015) (LINDEROVÁ, 2013)

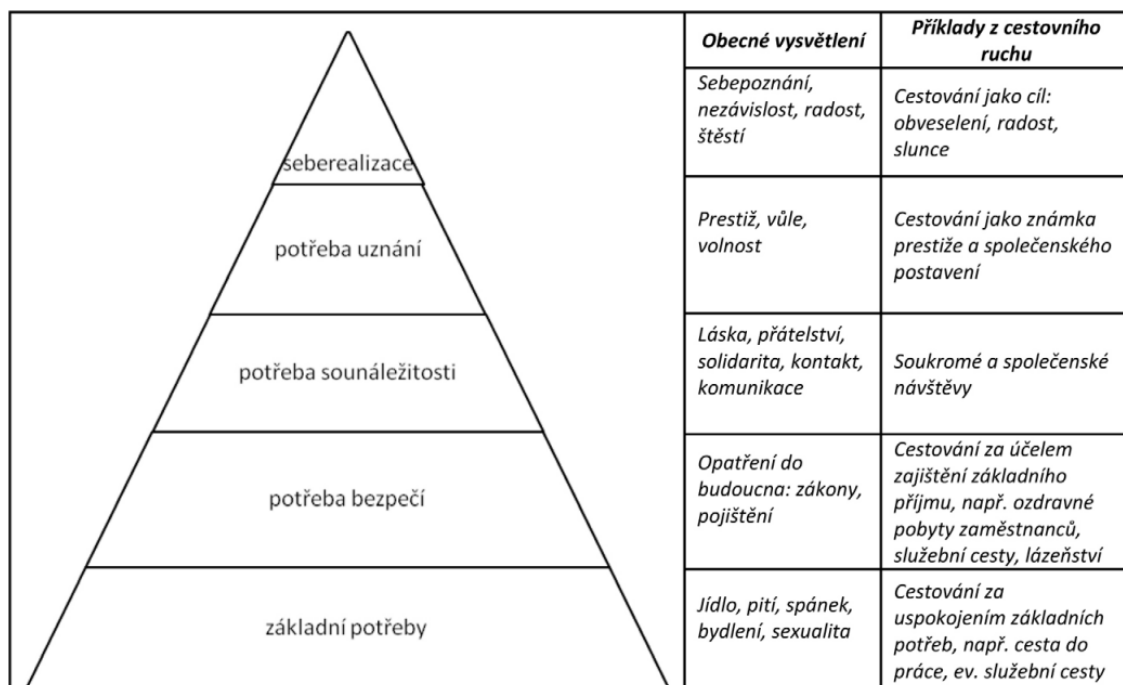
Psychologické faktory

Subjekt cestovního ruchu se na participaci v cestovním ruchu, destinaci, ubytovacích zařízeních rozhoduje na základě svých individuálních vnitřních potřeb a tužeb. Potřeba znázorňuje touhu po něčem, co jednotlivec vyžaduje uspokojit. Jde o věci, které jsou pro život daného jedince nezbytně nutné. Tyto potřeby jsou vždy subjektivním nedostatkem a liší se. Potřeby se dělí na nezbytné (primární), které se musí uspokojovat každý den a jedná se o spánek, stravování, vylučování a zbytné (sekundární), které se

tvoří postupně v závislosti na stupni rozvoje společnosti. (ŠAUER A KOL., 2015) (LINDEROVÁ, 2013)

V rovině uspokojování potřeb, můžeme mezi potřeby zařadit i cestovní ruch. Než přijde na uspokojení potřeby jako je cestování nebo účast na cestovním ruchu, je nutné v první řadě uspokojit potřeby nezbytné. (LINDEROVÁ, 2013)

Budeme-li se zabývat hierarchií potřeb, asi nejznámějším autorem, který se této problematice věnoval byl Maslow. Dle jeho teorie hierarchie potřeb, jsou potřeby lidí něco jako motor, motivace se posouvat, dosahovat určitých cílů. Lidé vždy prahnou po splnění určité úrovně potřeby a v ten moment, kdy jsou do jisté míry uspokojeni, a motiv zeslábné, zatouží po něčem dalším, protože co už mají jim nadále nedostačuje. Podle Maslowa jsou potřeby lidí odstupňovány podle důležitosti do pěti příček. Přesné pořadí příček není však vždy u každého stejné. Díky kulturním rozdílům se vyskytují i výjimky. Spojitost mezi Maslowovou teorií a cestovním ruchem spočívá v tom, že cestovní ruch je brán v uspokojování různých potřeb jako efektivní nástroj, který nejen, že pomůže potřebu uspokojit, ale uspokojí ji na vyšší kvalitativní úrovni. (ŠAUER A KOL., 2015) (LINDEROVÁ, 2013)



Obrázek 1 Maslowova pyramida potřeb v cestovním ruchu
Zdroj: ŠAUER A KOL. 2015

Potřeby jsou podmíněné motivy. Působí na chování jedince. Pojednávají o vnitřních popudech, jejichž vliv nastartuje činnosti k ukojení potřeb. Díky určitým potřebám a

motivům dokážeme objasnit určitý typ chování, jelikož přímý akt dokáže vyvolat pouze silný motiv. Pro stvoření nabídky služeb turismu je nezbytné, znát motivy subjektů cestovního ruchu. (LINDEROVÁ, 2013)

Ekologické faktory

Při rozhodování o výběru dovolené, jedince ovlivňuje i životní prostředí ve kterém se běžně pohybuje. Rozhodující je typ krajiny, klimatické podmínky a poloha místa bydliště. Jinak se budou rozhodovat při výběru dovolené obyvatelé přímořských oblastí a jinak se budou rozhodovat obyvatelé žijící ve vnitrozemí. Dá se předpokládat, že větší preferenci strávit dovolenou u vody či moře bude mít obyvatel vnitrozemí než obyvatel přímořské oblasti. Stejně tak obyvatelé chladných a deštivých oblastí budou spíše vyhledávat teplé a slunné destinace. Životní prostředí lze rozdělit na tři kategorie. Obytné, pracovní a rekreační. Do obytného prostředí se řadí místa, ve kterém spočíváme podstatnou část z našeho časového fondu tedy asi tři čtvrtiny času. Pracovní je asi jedna čtvrtina časového fondu. Nejdůležitější kategorie je pro cestovní ruch rekreační prostředí. Právě změna prostředí od běžného, a tedy přírodní nebo uměle utvořený potenciál jsou motivátory k vycestování. V tomto směru je kladen důraz na udržitelnost rozvoje cestovního ruchu. Populární místa by se měla využívat v únosné míře, aby byla zachována i pro budoucí generace. Právě masový cestovní ruch je v tomto ohledu nešetrný a způsobuje přehlcování atraktivních a populárních destinací. (ŠAUER A KOL., 2015) (LINDEROVÁ, 2013)

Politické a administrativní faktory

Tyto faktory působí na poptávku v cestovním ruchu hlavně negativně. Jedná se o terorismus, hospodářskou nestabilitu, občanské nepokoje, války, pandemie či jiná zdravotní rizika. Právě v období válečného konfliktu či občanských nepokojů nebudou chtít návštěvníci riskovat svoje zdraví či zdraví svých blízkých, a tak do dané destinace buď vůbec nevycestují nebo zvolí oblast, která není zasažená. Při válečných konfliktech se důrazně nedoporučuje navštěvovat danou destinaci, kde válečný konflikt probíhá. Válečný konflikt, při své délce, může v daném místě cestovní ruch úplně zlikvidovat a následná obnova může trvat několik let, pokud je obnova destinace možná.

Podobně jako války a nepokoje působí na cestovní ruch probíhající pandemie či sezóně vyvolané místní epidemie. Rizikem jsou onemocnění jako hepatitida A, horečka

dengue, malárie. Před vycestováním do rizikových oblastí je nutné navštívit lékaře a podstoupit preventivní očkování. V případě všude přítomné pandemie je za potřeby řídit se vládními nařízeními.

Teroristické útoky vzbuzují strach také díky své nepředvídatelnosti. Teroristé si vybírají mnohdy turistická centra, letiště, nádraží, místa, která se vyznačují velkou lidnatostí. Po takovýchto útocích běžně dochází, po nějaký čas, k odlivu účastníků cestovního ruchu v destinaci. Ačkoliv mohl být odliv návštěvníků krátkodobý, i tak zanechá vliv na celkových příjmech z cestovního ruchu.

Další nepříjemností na cestování mohou být víza a vízové povinnosti. V zemích, kde stále probíhá vízová povinnost, mají různá pravidla a omezení pro vydání víz. Stává se, že vízum nemusí být schváleno, a tudíž daná osoba do destinace nemůže vycestovat. Také může být vízum podmíněno minimálním časovým intervalem mezi pobyty v destinaci. Některé země mají mezi sebou uzavřený bezvízový styk a v rámci Schengenském prostoru je tomu také tak, vízová povinnost je zrušena. (ŠAUER A KOL., 2015) (LINDEROVÁ, 2013)

Technologické faktory

Poptávka je v tomto směru přímo ovlivněna dostupnou dopravní infrastrukturou a dopravními spojeními do destinací. Nemá-li destinace zřízenou dopravní infrastrukturu, aspoň na takové úrovni, aby bylo možné se do destinace jednodušeji dostat, pak trpí poptávka po takové destinaci. Takový případ nastává, pokud v destinaci není zbudována vhodná síť pozemních komunikací nebo nejsou zřízeny přímé letové linky. S rozvojem pravidelných letových linek a dálnic se poptávka po takové destinaci zvyšuje. Pro účastníky cestovního ruchu je také důležitá bezpečnost, rychlost, třída komfortu a cena.

Rozhodujícím se stává, při výběru destinace, stupeň vybavení ubytovacích a pohostinných zařízení. Pokud jsou tato zařízení vybavena moderními technologiemi, například dostupná wi-fi, jejich atraktivita stoupá spolu s poptávkou.

V dnešní době internetu je velice důležité zřízení webových stránek. Na webových stránkách například rekreačního resortu potenciální návštěvník najde spoustu informací o konkrétním resortu. Stejně tak cílem vyhledávání jsou možnosti dopravy a volnočasové aktivity. Pokud tedy existují webové stránky, další místa, kde je možné

propagovat ubytovací, stravovací zařízení, letenky a tak podobně, jsou sociální sítě jako je Facebook, Twitter, Instagram, Tiktok, LinkedIn. (LINDEROVÁ, 2013)

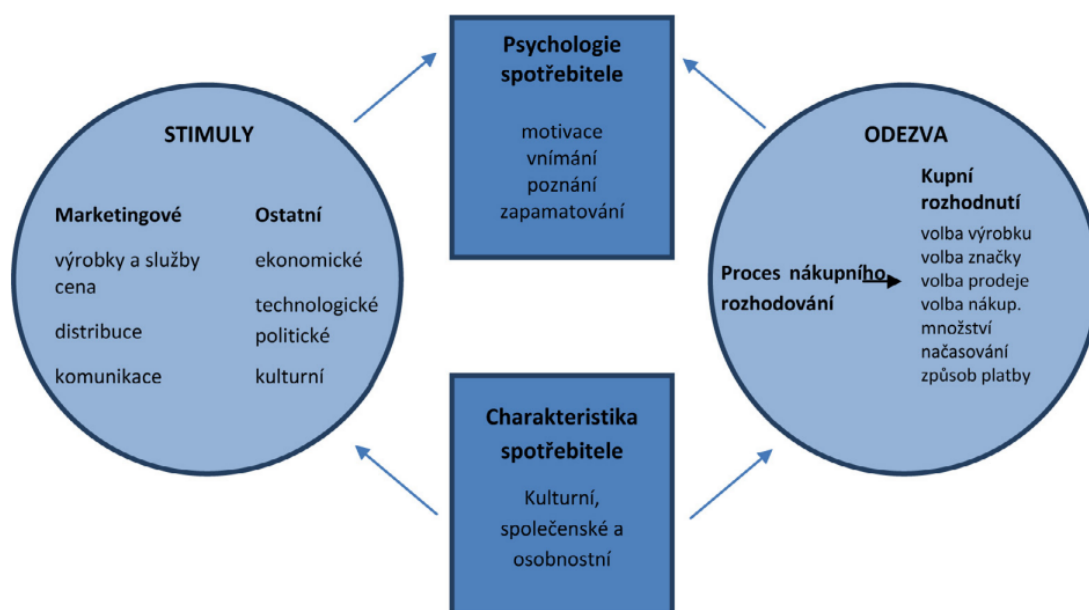
2.5 Nákupní chování spotřebitelů v cestovním ruchu

Nákupní chování je důležité znát při komplexní znalosti fungování poptávky. Nákupní chování znázorňuje finální podobu poptávky v cestovním ruchu. Modely chování jsou podstatné pro rozvoj a pro růst marketingu. Pro marketing je stěžejní správně pochopit chování spotřebitelů a podle jakého vzorce si vybírají konkrétní destinace. Tato schopnost je klíčová pro úspěšné fungování destinace na trhu.

Definice nákupního chování říká, že jde o takové chování, jímž se spotřebitelé řídí při hledání, nakupování, užívání, hodnocení a využívání statků a služeb, od kterých mají svá konkrétní očekávání a kterými chtějí uspokojit své potřeby.

Morrisonovo pojetí vysvětluje nákupní chování jako způsob, kterým spotřebitelé zvolí a spotřebovávají zaplacené statky a služby, a jak se k zakoupeným statkům a službám chovají poté, co si je pořídí.

Kotler a Keller popisují nákupní chování pomocí modelu stimulu a odezvy. Vliv marketingu a životního prostředí se propisuje do vědomí spotřebitele. Při následném propojení několika psychologických procesů s povahovými rysy nákupčího vznikne rozhodovací proces, který následuje koupí. Do procesu vstupují faktory motivace, vnímání poznání a zapamatování, které se následně promění v stimul v akci.



Obrázek 2 Model nákupního chování

Zdroj: ŠAUER A KOL. 2015

Vybírací nákupní proces vždy začíná rozeznáním potřeby. Potřeba je vyvolaná touhou nebo vnitřním pocitem nedostatku. Vnitřní potřeba je vlastní motivace, pocit spánku, hladu, vnějším podnětem k vyvolání potřeby slouží reklama, chování nejbližšího okolí. Cílem marketingových pracovníků je zhotovení marketingové strategie na základě přesného určení podmínek vzniku potřeb a uskutečnění marketingových aktivit které u zákazníků vyvolají motivaci k vycestování do propagované destinace.

Jakmile je vytvořena motivace, touha po dovolené, spotřebitel začne shromažďovat informace o destinacích. Při výběru destinace hraje roli osobní preference každého spotřebitele. Každý spotřebitel má svá kritéria pro výběr a hodnocení potenciálních destinací k výběru. Výběr se dle kritérií zužuje. S rozhodujícím procesem se pojí řada otázek. Je rozhodující místo pobytu, destinace nebo aktivity? Jak rozhodující je kvalita poskytovaných jednotlivých služeb? Má vliv na rozhodovacím procesu jméno či značka a s tím spojené asociace? V první části procesu rozhodování, šlo o umístění destinace do potenciálních destinací, v informační části dochází k selekci na základě kritérií jednotlivce.

Dle posloupnosti rozhodovacích kritérií se dají rozpoznat určité typy zákazníků. Prvními mohou být cenu preferující zákazníci, kteří se v první řadě budou rozhodovat podle ceny a mohou svoje kritéria kvůli ceně upravovat. Dalším typem jsou zákazníci,

kterí v první řadě vybírají destinaci neboli destinaci preferující, a dále řeší další kritéria, a pak tu jsou taky tací, kteří se zajímají hlavně o vybavenost infrastruktury a zajímají je především aktivity v místě. Jeden segment tvoří zákazníci rozhodující se podle klíče cena – aktivity – destinace, další segment zákazníků se rozhoduje v pořadí destinace – aktivity – cena a další například cena – destinace – aktivity.

Po celém procesu shromažďování informací a konečnému výběru, přechází spotřebitel k nákupu. V tento moment je podstatná fyzická i virtuální dostupnost veškerých služeb nebo balíčků služeb destinace, aby spotřebitel mohl nákup dokončit v danou chvíli a na daném místě.

Poslední fáze je post-nákupní chování spotřebitele. Jde především o hodnocení spokojenosti návštěvníka v destinaci a zdali byly uspokojeny jeho potřeby dle svých očekávání. V této fázi se buduje vztah k destinaci, který může vyústit k opakovaným návštěvám.

Jednotlivé kroky při rozhodování lze shrnout pomocí modelu AIDA. Ačkoliv je model AIDA starší záležitostí, dodnes se běžně používá. AIDA je zkratka složená z prvních písmen anglických slov Attention – pozornost, Interest – zájem, Desire – touha, Action – akce. Novějším modelem se stejným charakterem je model ADAM, stejně tak jako AIDA vychází z anglických slov Attention, Desire, Action a doplněný slovem Memory – paměť. Model ADAM klade důraz právě na post-nákupní fázi chování. Model AIDA se hojně využívá při plánování marketingových aktivit destinace. Pro každou jinou fázi rozhodovacího procesu je použit jiný marketingový nástroj a technika. (ŠAUER A KOL., 2015)

2.6 Covid 19

Covid-19 je nemoc, kterou způsobuje virus známý jako SARS-COV-2. Virus byl objeven koncem roku 2019 ve městě Wuhan v Číně. Nemoc se prokázala být velmi nakažlivá a rychle šířitelná po celém světě.

Nemoc Covid-19 nejčastěji způsobuje respirační problémy a dá se lehce zaměnit s obyčejnou chřipkou či nachlazením nebo také se zápallem plic. Nemoc se neomezuje pouze na oblast plic a nezpůsobuje pouze respirační potíže, nemoc může ovlivnit i jiné části celého těla.

Covid-19 patří do rodiny koronavirů, které způsobují naprosto běžná onemocnění jako je nachlazení, po méně běžné jako je akutní respirační onemocnění SARS nebo MERS.

Stejně tak jako jiná respirační onemocnění, koronaviry jsou charakteristické svým rychlým šířením skrze kapénky, vylučovanými pomocí sliznice. Samotné slovo korona je odvozeno od anglického slova crown, které znamená koruna. Názvem odkazuje právě na svůj vzhled, který má díky spike proteinu, jenž z něj trčí. Spike protein je tou částí viru, jenž se váže na lidskou buňku, proto aby ji infikoval a vytvořil podmínky pro replikaci a šíření. Virus v čase, díky spike proteinu mutuje, což znamená, že se musí průběžně monitorovat. Vir SARS-CoV-2 se geneticky upravuje napříč časem a vytváří genetické linie. Postupně se mění některé jeho atributy jako je rychlost šíření, závažnost a odolnost proti léčbě. Pak se těmito odchylkám přezdívá varianty. Dnes jich známe už několik. (CDC, 2021)

Mutace Alfa

První objevená mutace viru SARS-CoV-2 vznikla ve Velké Británii. Dnes ji známe spíše pod označením britská mutace. Díky ní se ve Velké Británii zostrila opatření proti šíření a celý svět na to zareagoval omezením cestování do a ze Spojeného království.

Mutace děsila především svojí schopností se opravdu rychle šířit. Je zaznamenáno, že nakažlivost britské mutace byla o 40 % vyšší než u původce. V České republice úřadovala nejvíce v únoru a březnu roku 2020.

Mutace Beta

V pořadí druhá rozšířená varianta koronaviru nese přezdívku Africká mutace, a to opět díky svému původu. Mutace beta se začala rozšiřovat na začátku roku 2021. Mutace se liší tentokrát nejen větší nakažlivostí, ale také větší virovou náloží. Africká mutace způsobovala četnější případy s těžkým průběhem a vyznačovala se zvýšenou odolností proti protilátkám.

Mutace gama

Mutace gama neboli brazilská varianta, brazilská mutace. Pravděpodobný původ by měla být Brazílie, nýbrž první případ byl prokázán v Japonsku u skupiny brazilských turistů. Při objevení mutace gama vydala zákaz cestovat do Brazílie jako první Velká Británie, kterou posléze následovala i Česká republika.

Mutace delta

Indická mutace, která byla poprvé zaznamenána v Indii, po zprávách z Indie, kde si vzala tisíce životů, vzbuzovala strach. Varianta delta byla opět o něco průbojnější než její předchůdkyně a nesla větší riziko hospitalizace. (Seznam Zprávy, 2021)

Mutace omikron

Varianta omikron byla doposud nejnakažlivější variantou, avšak také i nejmírnější, co se závažnosti prodělání nemoci týče. Omikron byl taktéž objeven v Jihoafrické republice. Varianta omikron velice rychle střídala variantu delta ve skoro všech zemích. Dle studií in vitro a in vivo může varianta omikron snižovat ochranný efekt nabitých protilátek z vakcinace a prodělané infekce. Tím způsobuje větší nakažlivost a reinfekci. (Seznam Zprávy, 2021)

Nejnovější varianta omikron XE

Varianta omikron XE je rekombinantní vir, což znamená, že vznikl kombinací různých variant, jimiž byl jedinec nakažen ve stejnou chvíli naráz. Nová varianta je o dalších 10 % nakažlivější než samotná varianta omikron. Co se týče příznaků, od omikronu se výrazně neliší. Dalším známým rekombinantním virem je varianta Deltakron, který se ještě v České republice neobjevil. (E15, 2022)

2.7 Pandemie

Pandemie a epidemie, na první poslech podobná slovíčka, jsou však v mnohém odlišná. Pandemie Covid-19 zachvátila celý svět, kéž by zůstala epidemií.

Pandemie je slovo složené ze slov pan: řecky všichni a démos: řecky lidé. To znamená, že se také jedná o epidemie ale právě takovou, která se šíří napříč celým světem bez ohledu na čas místo a třeba i kontinent. Navíc je to onemocnění, které je život ohrožující. Během naší historie se svět potkal s několika pandemiemi. Byla to pandemie moru, pandemie tuberkulózy, HIV či H1N1.

Proto, aby pandemie vůbec vznikla, musí být vytvořené určité podmínky pro její vznik, jako je vytvoření zcela nového kmene infekční choroby, která ještě nebyla objevena. Pandemie může vzniknout i ze stávajících chorob, pokud se nepodchytne jejich mutace.

Pandemie je vždy infekčního charakteru. Světová zdravotnická organizace WHO vydala v roce 1999 dokument, který pojednává o tom, jak se mají jednotlivé státy připravit při propuknutí pandemie a také uvedla příslušná opatření. Dokument byl od svého vzniku několikrát aktualizován. Na jeho základě by měla mít každá země připravený svůj vlastní realizovatelný plán, který může při vypuknutí pandemie aktivovat.

Epidemie. Pro úplnost a dovysvětlení rozdílů, epidemie se vyznačuje také vysokým výskytem infekčního onemocnění, avšak pouze na omezeném území během určitého časového úseku. Bývá tak označována situace, kdy je zvýšený výskyt již známého onemocnění oproti normálu v definované době. (Pandemie.cz, 2016-2022)

Fáze pandemie:

Světová zdravotnická organizace WHO, rozfázovala pandemii do 5-6 úrovní, s ohledem na vznik a rychlost šíření pandemie. Pro každou úroveň je vypracovaný plán, jak zamezit dalšímu šíření a jak, pokud možno, zastavit zdroj nákazy a vyléčit nemocné.

V určitých případech se nedají kroky stanovené organizací WHO následovat. Buď se nepředpokládá, že by pandemie mohla vzniknout, nebo se nákaza šíří takovým tempem, že státy nestačí jednotlivé kroky aplikovat. Když zmutované geny nereagují odborníkům na příslušnou léčbu, je za potřebí více času na vytvoření nových léků či vakcín, které s novým patogenem budou reagovat. Ukázalo se, že nejúčinnější řešení při boji s pandemií, je izolace a zamezení dalšího kontaktu nakažených s okolím.

1. fáze – infikování zvířat
2. fáze – infikování lidí zvířetem
3. fáze – infikování rodiny a blízkých
4. fáze – onemocnění se šíří mezi lidmi a vzniká epidemie
5. fáze – nemoc se šíří do dalších států a kontinentů, vzniká pandemie
6. fáze – infekce je po celém světě, umírají miliony lidí

Fáze na sebe navazují, je klíčové je včas rozpoznat, nakažené izolovat a předejít dalšímu šíření. (pandemie.cz, 2016-2022)

2.8 Časová osa pandemie

Listopad 2019

První nakažený nejmenovanou nemocí ve městě Chu-pej v Číně. Potvrzený byl 53letý muž až zpětně v březnu 2020. Čína tuto informaci tajila.

Prosinec 2019

První nakažený, uznaný čínskou vládou, který vyhledal zdravotní pomoc. V čínském Wu-chanu vzniklo ohnisko nákazy nemoci.

Leden 2020

Nový koronavirus se šíří do celého světa. Zjistilo se, že nemoc je přenosná z člověka na člověka. Ještě se nikdo neodvažuje odhadovat, jak nebezpečný virus je. Je připodobňován k nemoci SARS. Tentýž měsíc se virus pojmenoval SARS-CoV- 2. Umírá 1. nakažený, je jím jedna šedesátiletý muž. Koronavirus se rozšiřuje do Thajska, USA a Singapuru. Koncem ledna je ohlášena absolutní karanténa ve Wu-chanu. Objevují se 1. obavy v České republice. Zahájila se 1. preventivní opatření na letišti Václava Havla v Praze. 30. ledna světová zdravotnická organizace WHO vyhláší stav zdravotní nouze.

Únor 2020

1. nakažení v Itálii a Španělsku. Zákaz přímých letů do Číny z Česka. Nemoc dostala jméno Covid-19. 1. úmrtí mimo Asii ve Francii. Zhoršuje se situace v Itálii a Španělsku. Nákaza pohlcuje USA.

Březen 2020

První nakažený v Česku a zároveň i první úmrtí. Česká republika se pomalu uzavírá do lockdownu. Taktéž severní Itálie je v karanténě. Realizují se 1. namátkové kontroly na hranicích. Ministerstvo zahraničí doporučuje necestovat do Itálie. Od 11. března se uzavřely veškeré školy. Platí první nouzový stav: zákaz cestování do zahraničí, omezení pohybu. Probíhá uzávěra obchodů, restaurací, obchodních center, ruší se kulturní akce, divadla, trhy přehlídky. Opatření neplatí pro soudní jednání a pohřby.

Duben 2020

Nouzový stav trvá. Přidává se zákaz vycházení. Lidé smí pouze na nákup, do práce anebo na vlastní chatu. Je představen harmonogram rozvolňování. 20. dubna přichází první vlna rozvolnění, a to otevřením a povolením farmářských trhů a otevřením řemesla s provozovny.

Květen 2020

Počet nakažených ve světě překročil čtvrt milionu. Nejhuře jsou na tom Spojené státy Americké. V závěsu je Španělsko, Itálie, Velká Británie a Francie. Nový typ koronaviru má už nejméně dvě stě mutací. Zjistilo se, že se virus přizpůsobuje lidským hostitelům.

V Česku končí první nouzový stav a začíná velká vlna rozvolňování. Otvírají se nákupní centra, kadeřnictví, divadla, kina, zahrádky restaurací. Povolená účast na hromadných akcích je do sta osob. Platí povinnost nosit roušky.

Koncem května probíhá další rozvolňovací vlna. Otvírají se vnitřní prostory restaurací, kaváren, barů, pro veřejnost jsou zpřístupněny bazény a wellness centra a sportoviště. Hromadných akcí se smí účastnit až 300 osob. Ruší se zákaz cestování a hraniční kontroly.

Červen 2020

Ve vzorcích odpadních vod v Itálii ve městech Milán a Turín, byl zjištěn koronavirus. Vzorky byly nabrány už v prosinci 2019. Odborníci tvrdí, že koronavirus byl v Itálii o několik týdnů dříve než v půli února.

Začíná se řešit cestování a pro tento účel vláda připravila a schválila takzvaný cestovní semafor. Na semaforu jsou typické barvy: zelená žlutá a červená. Každá jednotlivá barva určuje míru bezpečnosti pro vycestování. Semafor se průběžně mění dle situace v jednotlivých zemích.

Červenec 2020

Odkládají se roušky po celé zemi ve vnitřních prostorách. Češi bez obav vyjíždějí na dovolené do Chorvatska. Chorvatsko nevyžaduje negativní testy, ani není návštěva omezena karanténou jak po příjezdu do Chorvatska, tak z něj.

Koncem července vláda představuje nový semafor. Ten nyní dělí Česko do čtyř úrovní v závislosti na riziku. Podle tohoto semaforu se v Česku budou řídit omezení pro dané okresy jako je například nošení roušek, uzavření divadel, restaurací a tak podobně.

Srpen 2020

Je spuštěný nový vládní semafor pro českou republiku.

Září 2020

První dopady rozvolněného léta se začínají projevovat. Restaurace a bary mají nařízeno zavírat nejdéle o půlnoci. Ze stran odborníků se objevují první dramatické scénáře vývoje pandemie. Mluví o 10 tisících nakažených denně.

Koncem měsíce září je vydána aktualizace takzvaného koronavirového semaforu. Na mapě semaforu Česka svítí oranžová barva neboli druhý stupeň ohrožení. Praha ovšem svítí po dlouhou dobu červeně, a tak se začíná ukazovat, že semafor neplní svoji funkci dostatečně. 30. září je po druhé vyhlášen nouzový stav.

Říjen 2020

5. října je zavedeno omezení pohybu, je omezen počet osob na hromadných akcích a restaurace mají nařízeno zavřít ve 22 hodin. U stolu však může sedět maximálně 6 osob. Přichází další vlna zavírání. 9. října se opět zavírají služby, restaurace můžou být otevřeny maximálně do 20 hodin a u stolu mohou lidé sedět maximálně po čtyřech. Zámky, galerie a výstavy se zavírají taktéž.

Je vyhlášen lockdown. Vše se zavírá včetně restauračních zařízení. Venku je povoleno se scházet ve skupince maximálně 6 lidí a nesmí být veřejně konzumovaný alkohol.

22. října je Česko v tvrdém lockdownu. Nastává omezení pohybu. Lidé mají pokut možno pracovat z domova. Otevřené zůstali pouze potraviny, lékárny a tankovací stanice. Semafor se zbarvil v celém Česku do červena. Platí zákaz vycházení po 21. hodině. Obchody mají nařízeno v neděli zavřít.

Listopad 2020

Češi jsou sice zavření doma, ale vzhledem k nerespektování nařízení se čísla stále nezlepšují. Jan Blatný přichází s novým protiepidemickým systémem PES, který je rozvržen do pěti stupňů. Česko se nachází v pátém stupni.

18. listopadu je nařízeno nové omezení pro obchody, a to se týká počtu osob na prodejně. Je stanoveno, že jedna osoba pro sebe musí mít 15 metrů čtverečních. Nařízení spadá do nového protiepidemického systému.

Nouzový stav se prodlužuje do 12. prosince a do Česka přichází první zmínka o očkovací vakcíně. Posouváme se z pátého do čtvrtého stupně systému PES. Je prodloužené časové okno pro vycházení a upravuje se i provozní doba obchodů.

30. listopadu se vláda rozhodne pro rozvolňování.

Prosinec 2020

Otevírají se restaurace, obchody služby, fitness centra, divadla, wellness a tak podobně, prodlužuje se doba na nákup v otevřených obchodech. Česko přešlo do třetího stupně systému PES.

Koncem prosince znovu dochází k plošnému uzavírání restaurací a hotelů. 21. prosince se schvaluje první vakcína proti koronaviru Evropskou komisí. Opět se schvaluje prodloužení nouzového stavu. Tentokrát do 22. ledna.

Leden 2021

Rozvolňování není přípustné.

Únor 2021

Počet nakažených je více jak milion obyvatel. Nouzový stav vláda vyhláší na základě žádosti hejtmanů. Koncem února, lékaři, odborníci a epidemiologové vyzývají k uzavření krajů a některých podniků a naléhají na znovuzavedení tvrdého lockdownu. Krátce na to se potvrzuje první nakažený s jihoafrickou mutací. S platností od 1. března vláda nachystala, představila a vyhlásila přísná opatření. Nově se nesmělo opouštět okres a místo jakékoli ochrany úst bylo nařízeno nosit respirátor. (CNN Prima news, 2021), (IDNES, 2022)

Březen 2021

1.března vyšla v platnost nová opatření. Nesmělo se tedy cestovat mezi okresy a ven se psem maximálně v rámci obce.

Ke konci měsíce byl znovu prodloužen lockdown, avšak s malou úpravou. Nově se mohlo na vycházky po celém okrese.

Duben 2021

Brazilská mutace koronaviru se objevila v Česku. Znovu mohli otevřít části zavřených prodejen, například prodejny dětského oblečení, papírnictví, farmářské trhy.

Celosvětově zemřelo na onemocnění covid-19 tři miliony lidí. Nejvyšší podíly nesou USA, Brazílie, Mexiko, Indie a Velká Británie.

Na konci dubna se potvrdil první případ indické mutace v Česku.

Květen 2021

Květen se nese v duchu rozvolňování. Jsou povoleny restaurační zahrádky s omezením 4 lidí u jednoho stolu a provedeným antigenním testem či potvrzením o očkování, venkovní akce se mohli konat za přítomnosti maximálně 700 lidí s nasazenými respirátory.

31. května se otevírají i vnitřní prostory restauračních zařízení, wellness, bazény, sauny. Podmínkou pro vstup je negativní test, certifikát o očkování nebo potvrzení o prodělané nemoci.

Červen 2021

Navyšuje se kapacita kulturních akcí.

Červenec 2021

Při návratu z ciziny je povinné testování. Očkování nezaručuje, že jedinec nemůže virus dál šířit.

Srpen 2021

Žáci se musí ve školách nechat testovat, aby mohli absolvovat výuku bez roušek nebo respirátoru.

Září 2021

U stolu v restauracích smí sedět maximálně 6 lidí. Hromadné akce se můžou konat v maximální kapacitě a v muzeích, zoo a hradech je zrušen limit 75 % kapacity.

Říjen 2021

Na hromadné akce se vrátili respirátory. Karanténa se může zkrátit na 7 dnů po prokázání negativního PCR testu.

Listopad 2021

Provozovatelé restaurací mají povinnost ověřovat doklad o bezinfekčnosti hostů.

Koncem listopadu přestali platit jako důkaz o bezinfekčnosti antigenní a PCR testy. Jako doklad o bezinfekčnosti sloužilo potvrzení o očkování či prodělané nemoci.

Znovu byl vyhlášen nouzový stav na 30 dní. Otevírací hodiny klubů a restaurací se opět zkrátily do 22. hodiny. Na veřejnosti se nesmí konzumovat alkohol, je zakázána konzumace jídla v jídelních zónách v nákupních centrech. Jsou zatrženy vánoční trhy a jediné, co zůstává povoleno, je prodej kaprů a vánočních stromků.

Mutace omikron zasahuje Česko.

Prosinec 2021

22. prosince vláda oznámila, jak budou vypadat vánoční svátky a následující týdny. Na Štědrý den obchody zavírali ve 12 hodin, kulturních akcí se smí účastnit maximálně 1000 sedících lidí. Bez usazení je maximální počet 100 lidí.

29. prosince byla zavedena speciální opatření kvůli nadcházejícím oslavám nového roku. Počet lidí u stolu je snížen na čtyři a večírků se může účastnit maximálně padesát lidí.

Cizinci mají povinnost před příjezdem do České republiky absolvovat PCR test, opatření platí pro očkované a lidi v ochranné lhůtě 180 dní po proděláním. (IDNES, 2022)

2.9 Cestování v době pandemie

Během pandemie se zavedli pro cestování nová opatření, která mají pomáhat v boji proti šíření koronaviru, a přitom zachovat možnost cestovat. Evropská komise chce zajistit volný pohyb osob, zboží a služeb, musí však být dodržována zdravotní a bezpečnostní opatření. Evropská komise zprovoznila tři iniciativy, které mají pomoci občanům cestovat po Evropě bez velkého rizika.

- Re-open EU

Re-open EU je platforma určená k poskytování informací o aktuálních cestovních a zdravotních opatřeních v zemích přidružených k Evropské Unii a Schengenu během pandemie. Platforma má pomoci při zajištění volného pohybu a zároveň udržet uživatele v bezpečí. Informace bývají aktualizovány každých 24 hodin. Re-open EU poskytuje barevnou mapu, kde jsou státy označeny barvou podle rizika vycestování. Čím tmavší červená barva tím rizikovější destinace. (EVROPA.EU, 2022)

- Digitální certifikát EU COVID

Potvrzení o ukončeném očkování, prodělaném covidu v posledních 180 dnech anebo potvrzení o negativním výsledku PCR testu. To vše se dá v takovém digitálním certifikátu najít. Každý členský stát pro to má jinou platformu nebo aplikaci. V České republice pro to slouží aplikace tečka.

Certifikáty jsou uznatelné ve všech členských státech EU. Držitel certifikátu dál není nijak omezený ve volném pohybu. Držiteli certifikátu nesmí být nařízena další cestovní omezení, pokud nejsou opravdu nezbytná. (EVROPA.EU, 2022)

- Společný formulář pro trasování cestujících

Formulář slouží k výměně údajů mezi orgány členských států. Tyto údaje mají pomoci vysledovat potenciálně nakažené jedince. Jde hlavně o setkání v dopravních prostředcích, kde je těžší dodržovat hygienická opatření. Kritická bývají letadla a vlaky. Dále se dají formuláře využít pro sledování polohy cestujících.

- Cestující a práva cestujících

Během pandemie, i přes veškerá různá rozvolnění, se někteří cestující rozhodli nevyužít zakoupené služby ať už celých balíčků anebo jen chtějí vrátit zakoupené letenky,

místenky, palubní vstupenky a tak podobně. EU aby pomohla a odlehčila finanční tlak cestovním kancelářím a dopravcům, zavedla vydávání poukazů namísto vrácených peněz. V České republice se takto vydávali Lex vouchery. Pokud zákazník nechtěl službu spotřebovat kvůli probíhající pandemii, ať už byli důvody spojené s pandemií jakékoliv, měl možnost službu zrušit a místo finančních prostředků mu byl vystaven Lex voucher. Výjimku tvořili lidé ve starobním či invalidním důchodu, těhotné ženy a maminky na mateřské dovolené a lidé vedení na pracovním úřadě. Tito lidé, pokud nechtěli poukaz, měli nárok na vyplacení finančních prostředků. (EVROPA.EU, 2022)

2.10 Letecká doprava v době pandemie

Letecká doprava, díky pandemii koronaviru, utrpěla takovou krizi, jakou ještě nezaznamenala. Nejen že přispěla ke globálnímu šíření pandemie, ale hned na to byla skoro ze dne na den odstavena z provozu. Letecká doprava je neopomenutelnou částí cestovního ruchu a významným odvětvím. Predikce znovuoobnovení do jakéhosi zažitého normálu se jeví více než optimistické s přihlédnutím na ušlé příjmy, panující nedůvěru a nejistotu cestujících. Zasaženy jsou jak nízkonákladové, tak klasické aerolinie. Krize postihla i samotné výrobce letadel a oba hlavní výrobci hlásí obrovské ztráty. Poznamenána je i nákladní letecká doprava, nejvíce globální potravinové či zdravotní řetězce.

Díky vývoji pandemie a expandování pandemie do celého světa velkou rychlostí, mnohé státy zareagovali uzavřením států do takzvaných lockdownů a omezila pohyb občanů a možnosti vycestovat. Omezení byla na všech příčkách cestovního ruchu, což se podepsalo markantně na letecké dopravě.

Turismus se v březnu 2020 téměř zastavil. Nepovolené mezinárodní cestování zasáhlo 90 % světové populace. Zavírání hranic, karantény a všelijaké omezování volného pohybu zapříčinilo zbrzdění letecké dopravy. Vzhledem k tomu, že letecká doprava zažívala téměř svůj kolaps, utrpěli tím i služby na leteckou dopravu navázané, jako jsou pohostinné a ubytovací služby. V řádu měsíců začali některé letecké společnosti propouštět zaměstnance a některé museli vyhlásit bankrot. Jako první nízkonákladová společnost, která si zažádala o oddlužení, byla britská společnost Flybe. Další velké letecké společnosti zažádali o státní podpory.

Z dat mezinárodní asociace leteckých dopravců IATA vyplývá, že bylo zrušeno sedm a půl milionu letů, a to za období od ledna do července v roce 2020. Tento rok bude zřejmě zapsán jako nejhorší rok letecké historie. Čistá ztráta je odhadována na 84,3 miliard amerických dolarů. 32 milionu pracovních míst ve sféře letecké dopravy je v nebezpečí. IATA se domnívá, že úroveň osobní letecké dopravy by se mohla navrátit do stádia tak, jak vypadala před pandemií, nejdříve v roce 2024. Většina leteckých společností je likvidní nejdéle tři měsíce a delší dobu bez provozu by nebyla schopna zvládnout bez státní pomoci. Pro vlády je výhodné letecké společnosti finančně podpořit obzvlášť, pokud je cestovní ruch významnou položkou při tvorbě HDP. Lufthansa získala státní podporu ve výši 9 miliard EUR. Air France bylo poskytnuto 7 miliard EUR.

Díky pandemii prochází letecká doprava změnami, kterými se snaží uklidnit a znovu uspokojit pošramocenou poptávku. Mění se tedy zavedené standardy v rámci předletových kontrol a v průběhu letu. Na některých letištích se měří teplota, jsou všudypřítomné dezinfekce a ochranné prostředky, všude jsou vyžadovány rozestupy a mohou probíhat i náhodné testy na Covid-19. Dbá se daleko více o čistotu, provádí se tedy důkladnější úklidy letadel než doposud. Jako další změny se plánují na palubách letadel zřídit například látkové bariéry mezi sedadly. Firma Boeing chce využívat nové antimikrobiální materiály, které by eliminovali při dopadu jakýkoliv virus. (RÝŠAVÁ, 2020)

2.11 Hlavní dopady pandemie na cestovní ruch

Ekonomické dopady

Cestovní ruch spadá, jak už bylo řečeno, mezi hlavní ekonomické sektory světa. V roce 2019 cestovní ruch tvořil 7 % celosvětového obchodu. V zemích, ve kterých tvoří cestovní ruch markantní podíl na ekonomice, může cestovní ruch vytvářet přes 20 % HDP. Protože se stal cestovní ruch nejvíce zasaženým odvětvím, má tento zásah dopad na přidružené ekonomiky, zaměstnanost, živobytí, veřejné služby v celém světě.

Predikce z roku 2020 hovoří o celkovém poklesu příjmů z cestovního ruchu o 910 miliard amerických dolarů. Takový příjmový propad pocítí i hrubý domácí produkt, a to snížením o 1,5 % nebo až o 2,8 %. Cestovní ruch zaměstnává přibližně každého desátého pracujícího.

Dopady na životní prostředí

Pokles cestovního ruchu ovlivňuje jak příznivě, tak nepříznivě životní prostředí. Z negativního hlediska díky poklesu cestovního ruchu není možné financování ochrany biodiverzity. Díky poklesu turistů vyhledávajících pravou divočinu a divokou zvěř, se opět rozmohl černý trh se zvířecími trofejemi a znovu začali úřadovat ve větší míře pytláci. Zasaženi jsou poklesem turismu i domorodci, a zvláště domorodé ženy. Ty si přivydělávali prodejem kulturních řemeslných výrobků. Utrpělo zachování hmotného a nehmotného kulturního dědictví. Během pandemie bylo uzavřeno 90 % muzeí a zhruba 13 % z nich se znovu nikdy neotevře. Také bylo zakázáno, zrušeno či pozastaveno provozování tradičních festivalů a shromáždění, folklorních představení a různých tradic. (UNWTO, 2020)

3 Praktická část

3.1 Metodologie výzkumu

Pro praktickou část své bakalářské práce jsem se rozhodla využít dotazníkové šetření. Dotazníkové šetření se řadí mezi kvantitativní metodu výzkumu, které je pro moji práci na téma nákupní chování spotřebitelů služeb CR ovlivněné pandemií Covid-19 stěžejní.

Otázky v dotazníku jsou vytvořeny na základě předem stanovených hypotéz, které se opírají o rozhovor s jedním z investičních partnerů Invia Group, Jaroslawem Czernekem, novinové články a u jedné z hypotéz vycházím z mé celosemestrální praxe v cestovní kanceláři Krasim tour.

Celkově je v dotazníku 22 otázek, které jsem se snažila co nejvíce konkretizovat, avšak u několika málo otázek jsem zvolila typ otázek otevřených, protože pro mě byl důležitý i individuální výstup dotazovaných. Dotazník se tedy skládá převážně z maticových otázek, jelikož jsem zkoumala současně v jedné otázce roky 2019, 2020 a 2021. Maticové otázky se dále liší na maticové otázky, ve kterých bylo možné vybrat pouze jednu odpověď pro daný rok, a na maticové otázky, ve kterých bylo možné pro daný rok zvolit více odpovědí. V závěru dotazníku jsem použila čistě uzavřené otázky pro kategorizaci dotazovaných. Jak přesně dotazník vypadal je možné vidět v příloze.

3.1.1 Proces dotazování

Dotazník byl stvořen pomocí stránky Survio.com tudíž se jedná o elektronický dotazník. Tento typ byl zvolen z důvodu efektivní distribuce k dotazovaným a možnosti získat sumář zaznamenaných odpovědí. Dalším důvodem bylo pohodlí pro oslovené, jelikož se mohli k dotazníku kdykoliv vrátit a své odpovědi doplnit a také nebyli limitováni místem k vyplnění. Pro vyplnění stačil i mobilní telefon.

Dotazování bylo realizováno rozesláním přímého odkazu na dotazník se žádostí o vyplnění, a to od začátku dubna 2022 do začátku května 2022. K prvotní žádosti o vyplnění bylo připojeno, že se dotazník týká pouze osob, kteří mívají běžně alespoň jednu dovolenou v roce, při níž cestují. V úvodu dotazníku už bylo pouze stručně představeno, o jaký dotazník se jedná, k jakému účelu slouží a kdo je jeho autorem.

Respondenti

Ještě před tím, než jsem vůbec započala vytvářet dotazník, kladla jsem sama sobě otázku, komu budu chtít takový dotazník vlastně předložit. Zjistila jsem, že je pro mě důležité vybrat osoby, které jsou starší 18 let, jsou zaměstnaní nebo podnikají, a to, zdali pojedou na dovolenou či nikoliv, záleží pouze na nich samotných. Chtěla jsem tím vyselektovat všechny osoby, které se nemohou účastnit cestovního ruchu, ne proto, že by sami nechtěli ale proto, že si cestování nemohou sami zabezpečit či zafinancovat. Jako respondenty jsem si vybrala zaměstnance a podnikatele z Generali České pojišťovny, kde jsem požádala o vyplnění generální ředitele a jejich podřízené. Díky tomu pochází respondenti z různých koutů České republiky.

Celkově jsem získala 244 odpovědí, od respondentů starších 18 let, samostatně výdělečně činných či zaměstnaných, při zastoupení všech pohlaví.

3.2 Výzkumné otázky a hypotézy

Před vytvořením dotazníku, bylo zapotřebí stanovit několik základních hypotéz, které se postupně buďto potvrdí, nebo vyvrátí. Mé hypotézy a domněnky mi pomáhaly s kompletací otázek pro vytvoření dotazníku a v závěru bakalářské práce hypotézy vyhodnotím.

První hypotéza vychází z novinového článku na serveru iDNES.cz, který tvrdí, že nadpoloviční většina Čechů hodlá strávit svoji letní dovolenou v České republice. Článek vychází z průzkumu vyhledávače ubytování a aktivit Explorio.cz. (IDNES,2021)

- 1) Hypotéza: Během koronavirové pandemie spotřebitelé ve většině případů volili pobyty v tuzemsku

Druhá hypotéza vychází ze stejného článku. V článku dále rozebírají, že 29 % Čechů má v plánu při dovolené utratit více peněz než v letech minulých. Uvádí také že na rozpočet dvou třetin domácností se pandemie negativně nepodepsala. (IDNES,2021)

- 2) Hypotéza: V roce 2021 byla průměrná útrata za spotřebu služeb cestovního ruchu na 1 osobu vyšší než v roce 2020.

Třetí hypotéza vychází z rozhovoru s investičním partnerem Invia Group, Jaroslawem Czernekem, který udává propad v obrátu za rok 2020 na 30 až 40 % z roku 2019. Za rok 2021 evidují zlepšení které však v porovnáním s rokem 2019 vychází na 60 až 70 % obrátu. (EKONOM,2021)

- 3) . Hypotéza: Během koronavirové krize spotřebitelé spotřebovali menší množství služeb cestovního ruchu.

Čtvrtá hypotéza je založená na mé zkušenosti z celosemestrální praxe z cestovní kanceláře Krasim tour, kterou jsem absolvovala v roce 2020 od března do srpna. V kanceláři jsem byla během toho období, kdy museli být kanceláře ještě zavřené, ale také během rozvolnění. Bylo vcelku normální, že lidé během uzavření kanceláře vyřizovali své objednávky telefonicky či přes webové stránky cestovní kanceláře. Velká změna však nenastala ani po rozvolnění a při znovuotevření cestovní kanceláře. Lidé nadále volali či zasílali objednávky přes webové stránky. Velice sporadicky zavítali přímo k nám do kanceláře.

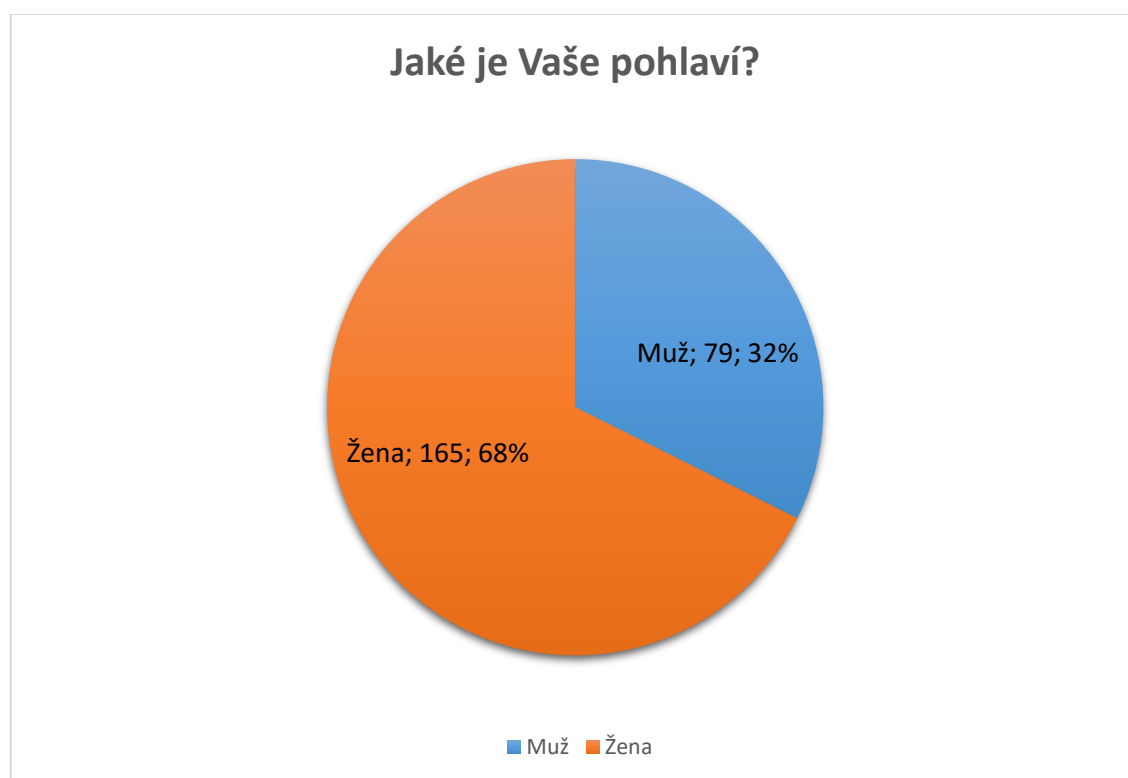
- 4) Hypotéza: V době koronavirové krize spotřebitelé upřednostňovali nákupy služeb CR bezkontaktně.

4 Vyhodnocení výsledků dotazníkového šetření

Výsledky z dotazníkového šetření byly převedeny do přehledných tabulek a grafů, ze kterých je možné vyčíst výsledky. Každý graf či tabulka bude doplněn o komentář ve kterém budou popsány výsledky.

Každá otázka z dotazníkového šetření je v bakalářské práci vyhodnocena a rozebrána zvlášť. Bylo rozhodnuto upřednostnit socio-demografické otázky, které jsou v dotazníku zasazeny až na samotný konec, a budou tedy vyhodnocovány jako první. Jedná se o otázky 20, 21 a 22. Dál se bude pokračovat s první otázkou z dotazníku a bude navazováno podle pořadí z dotazníku.

20. otázka: Jaké je Vaše pohlaví?

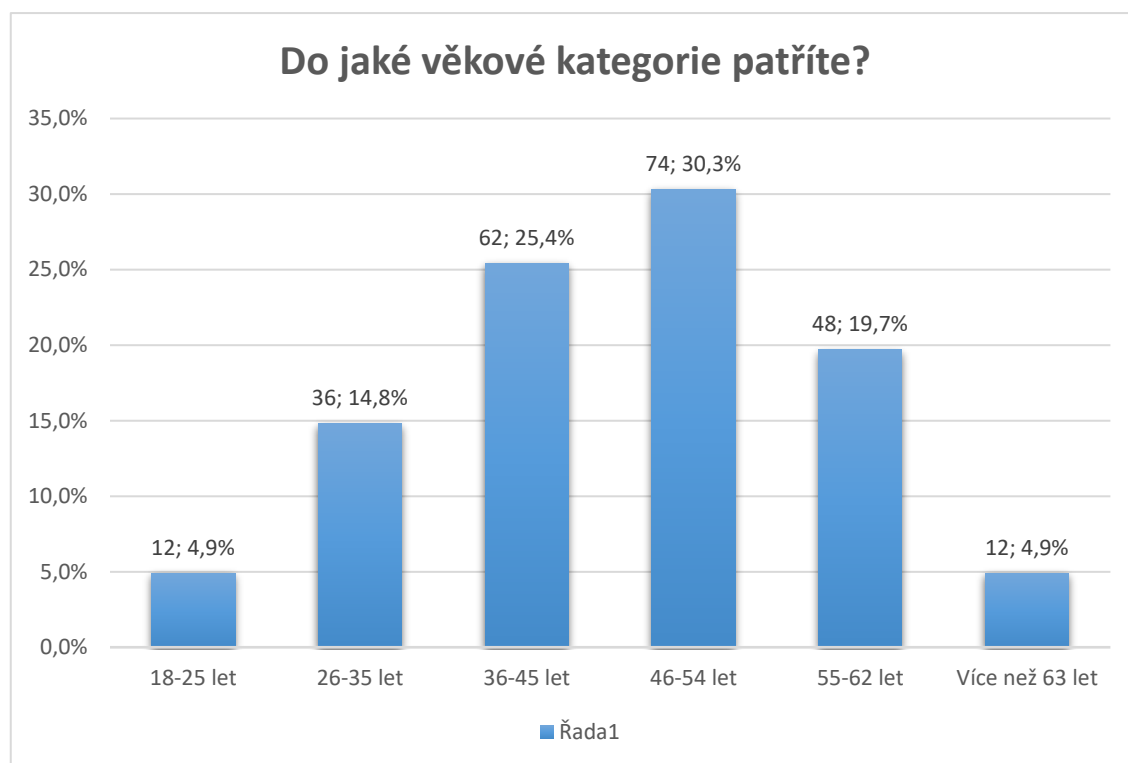


Obrázek 3 Pohlaví respondentů

(zdroj: vlastní zpracování, 2022)

Tato otázka měla pouze okrajovou selektivní důležitost. Vzhledem k charakteru dotazníku a tématu, není nutná vyváženost pohlaví. Vzhledem k distribuci dotazníku však může být usouzeno, že ženy byly více ochotné dotazník na dané téma vyplnit.

21. otázka: Do jaké věkové kategorie patříte?



Obrázek 4 Věkové složení respondentů

(zdroj: vlastní zpracování, 2022)

Tato otázka měla za úkol rozdělit respondenty do předem stanovených věkových kategorií. Pro tento účel bylo zvoleno 6 kategorií. Věk nebyl nijak omezen. Odpovídat mohl každý od dosažených 18 let.

Nejvíce respondentů se řadí do věkové kategorie 46-54 let. Druhou nejvíce zastoupenou kategorií je rozmezí od 36 do 45 let.

22. otázka: Kde bydlíte?

Tabulka 1 Tabulkové zpracování výsledků 22. otázky

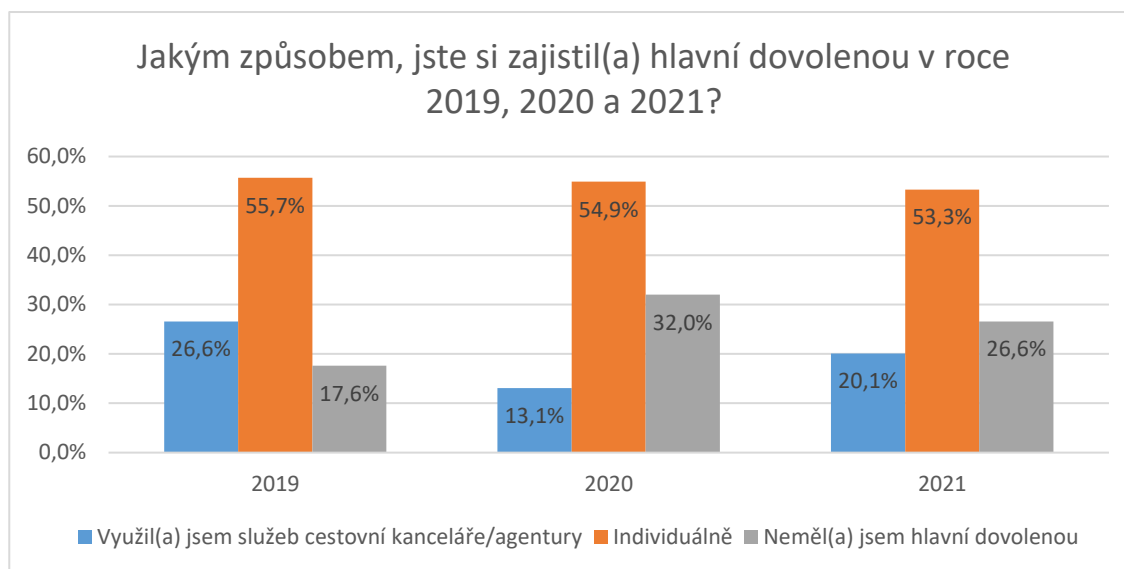
Kde bydlíte?

Kraj	Počet respondentů
Jihočeský kraj	8
Jihomoravský kraj	1
Karlovarský kraj	10
Královéhradecký kraj	21
Liberecký kraj	15
Moravskoslezský kraj	34
Pardubický kraj	1
Plzeňský kraj	1
Praha	23
Středočeský kraj	14
Ústecký kraj	107
Vysočina	4
Zlínský kraj	5
<i>Celkový součet</i>	244

(zdroj: vlastní zpracování, 2022)

Podle tabulkového zpracování je vidět, že dotazník měli respondenti možnost vyplnit téměř ve všech krajích České republiky. Nejvíce respondentů, přesněji 107, pochází z Ústeckého kraje. Druhým nejzastoupenějším krajem se stal se 34 respondenty kraj Moravskoslezský.

1. Otázka: Jakým způsobem jste si zajistil(a) hlavní dovolenou v roce 2019, 2020, 2021?



Obrázek 5 Způsob zajištění hlavní dovolené

(zdroj: vlastní zpracování, 2022)

Z grafického zpracování otázky na způsob zajištění hlavní dovolené můžeme vidět téměř vyrovnanou situaci ve všech letech. V každém předmětném roce, respondenti odpověděli, že si svoji hlavní dovolenou zajišťují převážně individuálně. V roce 2019 26,6 % dotazovaných pro zajištění své dovolené využilo služeb cestovní kanceláře či agentury. V roce 2020, při prvním roce pandemie, využilo služeb cestovní kanceláře či agentury pouhých 13,1 % z dotazovaných. To je o 13,5 % méně než v roce 2019. Pokud vezmeme v potaz, že v roce 2019 využilo služeb CK či CA 65 z dotazovaných respondentů, tak v roce 2020 jich bylo 32, což znamená pokles ve využití služeb CK a CA o 50,8 %. V roce 2021 využilo služeb CK a CA 20,1 % z dotazovaných. Je zde tedy vidět znovu zvyšující trend ve využití služeb CK a CA.

Podíváme-li se na variantu odpovědi „Neměl(a) jsem hlavní dovolenou“, v porovnání s rokem 2019 před pandemií, kde nevycestovalo 17,6 % respondentů, se toto číslo v obou letech zvýšilo. V roce 2020 neuskutečnilo hlavní dovolenou 32 % z dotazovaných, což je nárůst o 14,4 % v porovnání s rokem 2019. V roce 2021 neuskutečnilo hlavní dovolenou 26,6 % dotazovaných, což je oproti roku 2019 nárůst 9 % a ve srovnání s rokem 2020 pokles o 5,4 %.

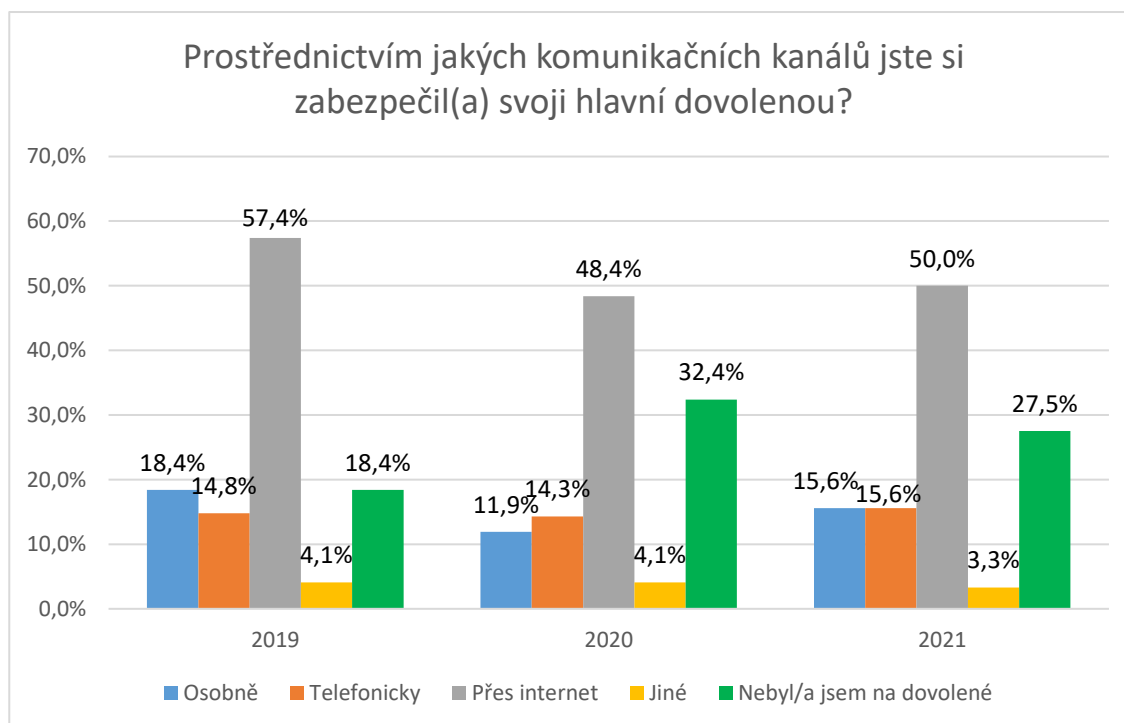
Tabulka 2 Spojitost věkové kategorie s neuskutečněním hlavní dovolené*Respondenti, kteří neměli hlavní dovolenou*

<i>Věk/Rok</i>	2019	2020	2021
<i>18-25 let</i>	7	6	7
<i>26-35 let</i>	4	11	7
<i>36-45 let</i>	11	17	13
<i>46-54 let</i>	9	22	20
<i>55-62 let</i>	6	15	11
<i>Více než 63 let</i>	6	7	7
<i>Celkový součet</i>	43	78	65

(zdroj: vlastní zpracování, 2022)

Když se zaměříme na věkové kategorie ve spojitosti s neuskutečněním hlavní dovolené v jednotlivých letech, tabulka ukazuje, že v roce 2019 ve věkové kategorii 36-45 let neuskutečnilo svoji hlavní dovolenou 11 respondentů. V tomto roce to byla nejzastoupenější kategorie. Změna nastala v roce 2020, kde v porovnání s rokem 2019 došlo k největšímu zvýšení neuskutečnění dovolených v kategorii 46-54 let. Kategorie 46-54 let je také v roce 2020 s 22 respondenty nejzastoupenější. Druhé největší zvýšení nastalo v kategorii 55-62 let, kde oproti roku 2019 v roce 2020 nevycestovalo dalších 9 respondentů. V roce 2021 Byla nejzastoupenější kategorie 46-54 let, stejně tak jako v roce 2020.

2. Otázka: Prostřednictvím jakých komunikačních kanálů jste si zabezpečil(a) svoji hlavní dovolenou?



(zdroj: vlastní zpracování, 2022)

Maticová otázka s více možnostmi pro označení odpovědí. Byl zvolen tento typ zaznamenávání odpovědí, jelikož je běžné při sjednávání dovolené využít více komunikačních kanálů. Respondenti odpovídali na otázku pro každý rok zvlášť a měli možnost zaznačit více odpovědí. V roce 2019 před pandemií koronaviru zaznačili respondenti, že si sjednávali dovolenou nejčastěji pomocí internetu. Obdobně tomu tak bylo i v rocích 2020 a 2021 avšak snížil se počet zaznačených odpovědí u výběru odpovědi „Osobně“.

Tabulka 3 Rozdělení způsobu sjednání hlavní dovolené na osobní a bezkontaktní*Prostřednictvím jakých komunikačních kanálů jste si zabezpečil(a) svoji hlavní dovolenou?*

Rok	Osobně	Bezkontaktně	Byli na dovolené	Nebyli na dovolené	Celkem
2019	49	151	200	44	244
2020	31	134	165	79	244
2021	39	138	177	67	244
Rok	Osobně	Bezkontaktně	Byli na dovolené	Nebyli na dovolené	Celkem
2019	20 %	62 %	82 %	18 %	100 %
2020	13 %	55 %	68 %	32 %	100 %
2021	16 %	57 %	73 %	27 %	100 %

(zdroj: vlastní zpracování, 2022)

Tabulka slouží k rozdělení komunikačních kanálů na osobní a bezkontaktní způsob sjednání hlavní dovolené v jednotlivých letech. Do osobního sjednání hlavní dovolené byly zahrnuty odpovědi každého respondenta, který zaznačil odpověď „osobně“ či „jiné“. Do bezkontaktního sjednání jsou započítány odpovědi zaznačené v možnostech „přes internet“ či „telefonicky“. Pro tuto tabulku bylo vyhodnocena odpověď každého respondenta zvlášť. Díky tomu bylo zjištěno, jakým způsobem si každý z respondentů sjednával svoji dovolenou v jednotlivých letech.

V roce 2019 si zabezpečilo 20 % z dotazovaných svoji hlavní dovolenou osobně a 62 % bezkontaktním způsobem. V roce 2020, zvolilo osobní způsob sjednání 13 % respondentů, 55 % respondentů si zabezpečovalo svoji dovolenou bezkontaktně. V roce 2021 si osobně zabezpečilo svoji dovolenou 16 % respondentů a bezkontaktně 57 % respondentů. Tato procentuální vyhodnocení zahrnují všechny respondenty bez rozdílu, zda na dovolené byli, nebo nebyli. Pro přesnější vyhodnocení je potřeba vycházet pouze z respondentů, kteří v jednotlivých letech na dovolené byli. Pro tyto účely vyhodnocení bude využita nadcházející tabulka.

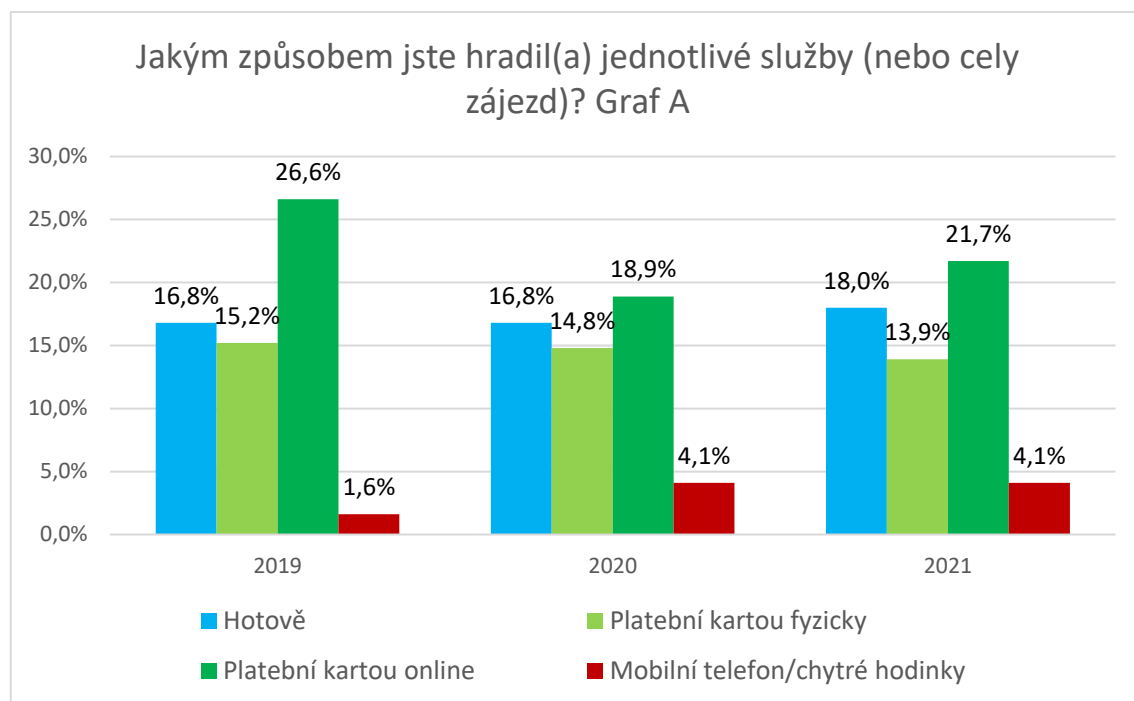
Tabulka 4 Přesnější vyhodnocení způsobu sjednání hlavní dovolené*Prostřednictvím jakých komunikačních kanálů jste si zabezpečil(a) svoji hlavní dovolenou?*

Rok	Osobně	Bezkontaktně	Byli na dovolené
2019	49	151	200
2020	31	134	165
2021	39	138	177
Rok	Osobně	Bezkontaktně	Byli na dovolené
2019	25 %	76 %	100 %
2020	19 %	81 %	100 %
2021	22 %	78 %	100 %

(zdroj: vlastní zpracování, 2022)

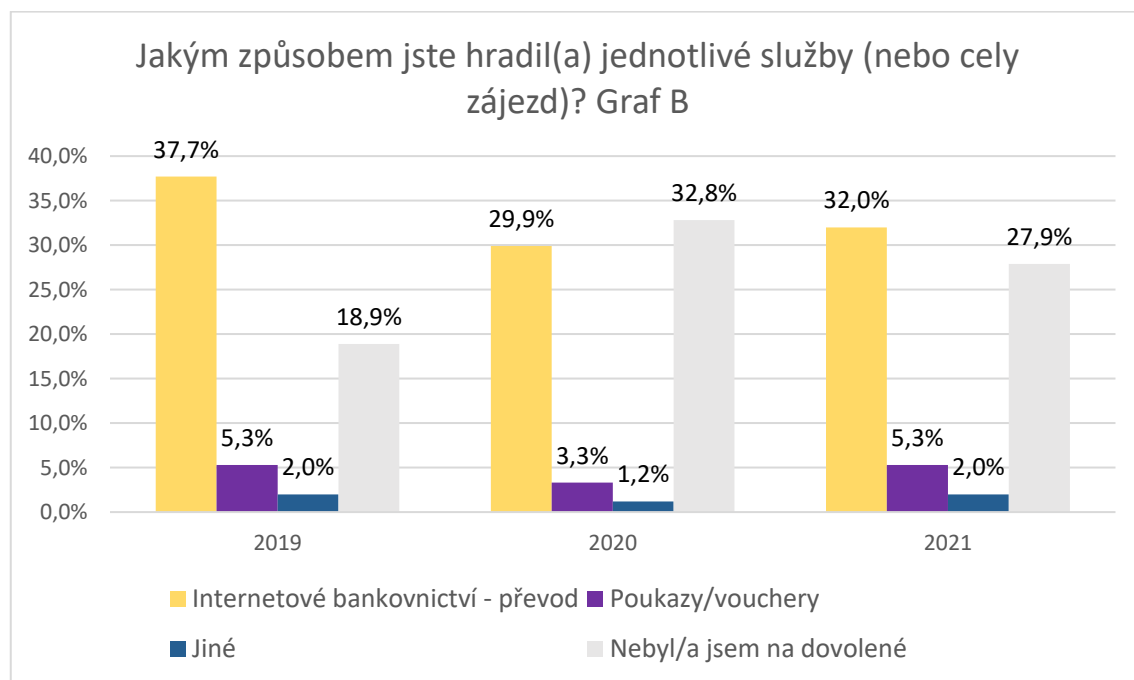
V tabulce je vycházeno z respondentů, kteří během dotazovaného období na dovolené byli. V tomto případě v roce 2019 mělo 200 z dotazovaných respondentů hlavní dovolenou. V roce 2020 hlavní dovolenou mělo 165 z dotazovaných a v roce 2021 177 z dotazovaných. Reálně si tedy sjednalo dovolenou osobně v roce 2019 25 % dotazovaných, v roce 2020 19 % dotazovaných a v roce 2021 22 %. Bezkontaktně si sjednalo dovolenou v roce 2019 76 % respondentů, v roce 2020 81 % respondentů a v roce 2021 78 % respondentů. Oproti roku 2019 před pandemií došlo v letech 2020 a 2021 k nárůstu počtu sjednaných dovolených bezkontaktně a došlo k poklesu sjednání hlavní dovolené osobně.

3. Otázka: Jakým způsobem jste hradil(a) jednotlivé služby (nebo celý zájezd)?



Obrázek 6 Způsob úhrady jednotlivých služeb

(zdroj: vlastní zpracování, 2022)



Obrázek 7 Způsob úhrady jednotlivých služeb

(zdroj: vlastní zpracování, 2022)

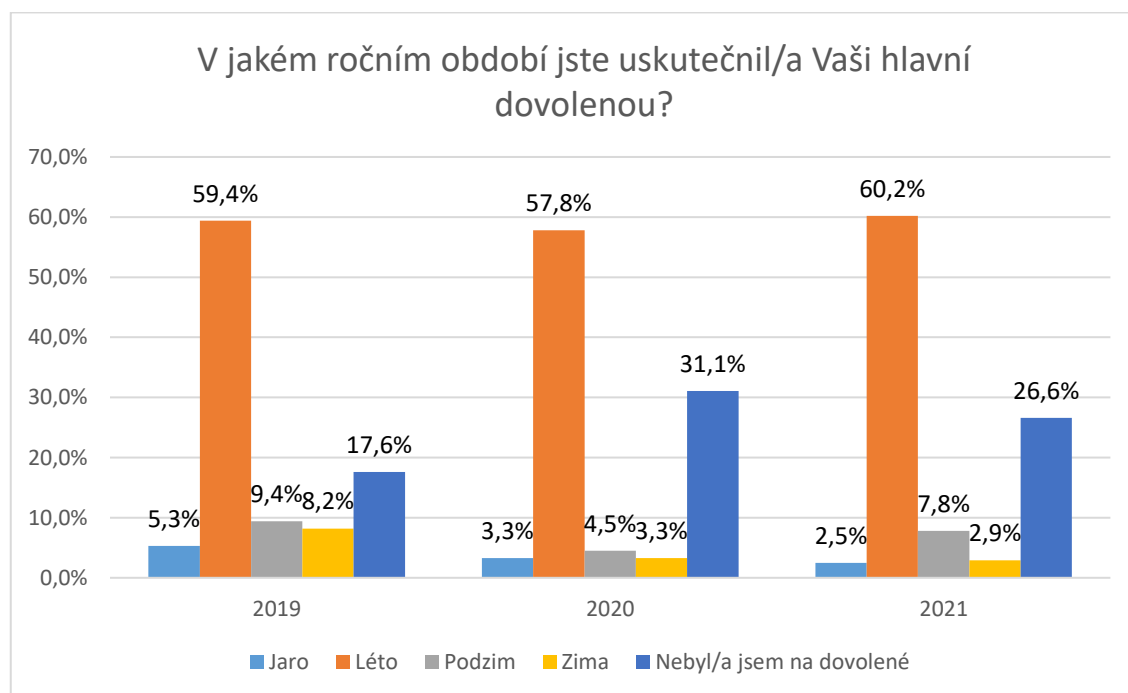
Maticová otázka s více možnostmi pro označení odpovědí. Z důvodu přehlednosti je tato otázka zpracována do dvou grafů. U této otázky opět mohli respondenti označovat více možností. Byl zvolen tento typ zaznamenávání odpovědí, protože je běžné hradit jak zájezd, tak jednotlivé služby rozlišným způsobem.

Z grafu je patrné, že ve všech letech respondenti hradili nejvíce služby cestovního ruchu přes internetové bankovníctví a platební kartou online.

V letech 2020 a 2021 došlo u respondentů k mírnému zvýšení ve využívání platby prostřednictvím mobilního telefonu či chytrých hodinek.

Je možné pozorovat, že i v probíhající pandemii v letech 2020 a 2021, dotazovaní neupravili výrazně způsoby úhrad jednotlivých služeb cestovního ruchu i přes veškerá doporučení platit bezhotovostně.

4. Otázka: V jakém ročním období jste uskutečnil/a Vaši hlavní dovolenou?

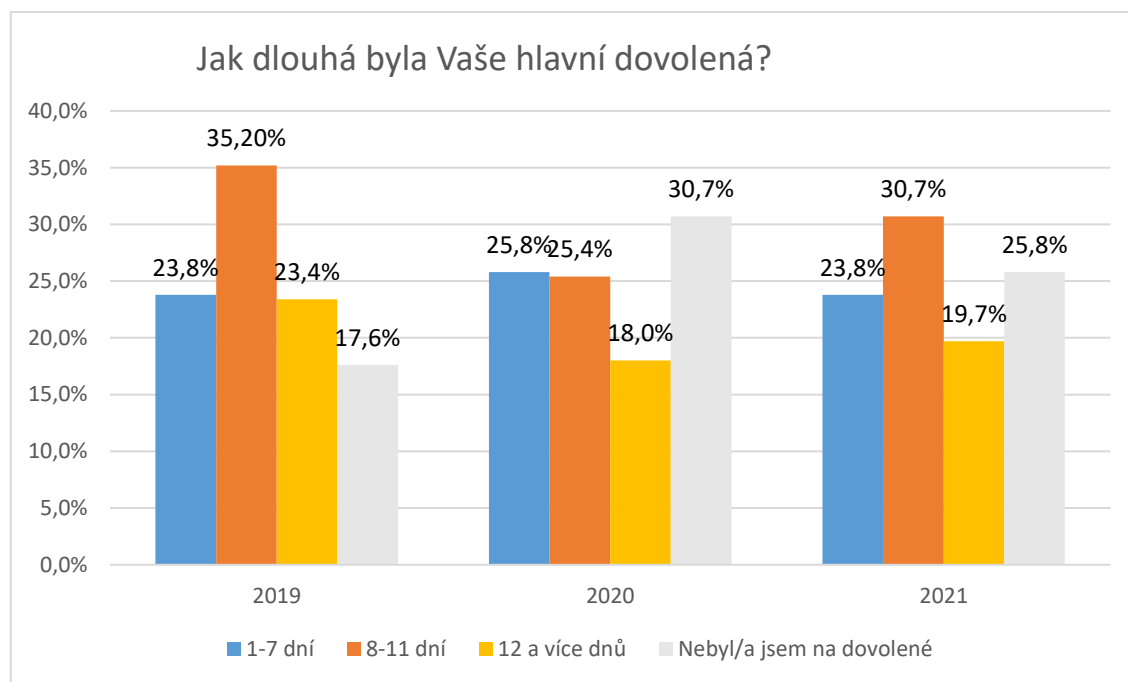


Obrázek 8 Preference ročního období pro uskutečnění dovolené

(zdroj: vlastní zpracování, 2022)

Tato otázka sloužila ke zjištění preference dotazovaných, v jakém období realizují svoji hlavní dovolenou. Ve všech letech je jednoznačná volba letního období. Největší vliv měla pandemie na pokles zimních dovolených. V roce 2019 respondenti více volili, v porovnání s roky 2020 a 2021, pro uskutečnění hlavní dovolené zimní období.

5. Otázka: Jak dlouhá byla Vaše hlavní dovolená?



Obrázek 9 Délka dovolené

(zdroj: vlastní zpracování, 2022)

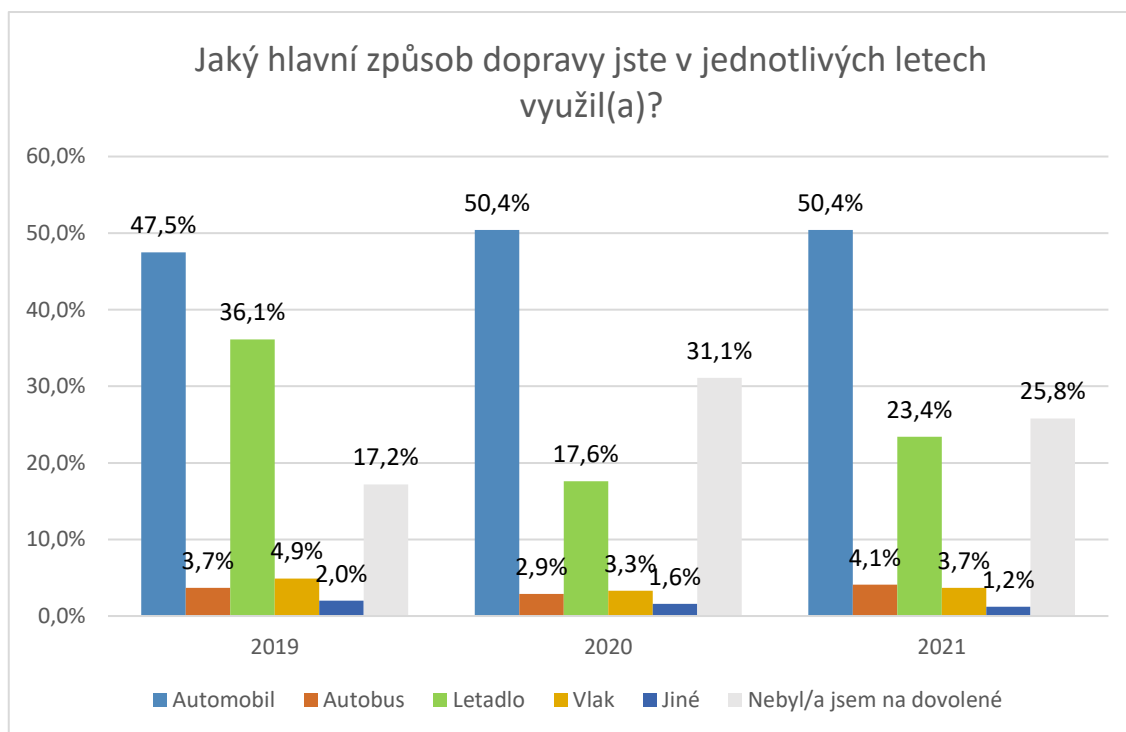
V této otázce, je zkoumáno, jak se změnila preference v délce dovolené v době pandemie. Z grafu je možné vypočítat, že respondenti oproti roku 2019, kde nejvíce volili délku dovolené 8-11 dní, dochází v dalších letech k poklesu. V roce 2020 jde o 9,8 % a v roce 2021 jde o 4,5 %.

V roce 2020 volili nejčastěji délku dovolené 1-7 dní a v roce 2021 dochází opět k nárůstu oproti roku 2020 u kategorie 8-11 dní. Délka dovolené 8-11 dní byla v roce 2021 znovu nejčastěji volenou délkou dovolené, obdobně jako v roce 2019.

U délky dovolené 12 a více dnů, je vidět, že dochází v roce 2020 k poklesu oproti roku 2019 a v roce 2021 dochází opět velmi mírnému nárůstu.

Pozorujeme tedy, že v období pandemických roků, respondenti spíše preferovali kratší dovolené.

6. Otázka: Jaký hlavní způsob dopravy jste v jednotlivých letech využil(a)?



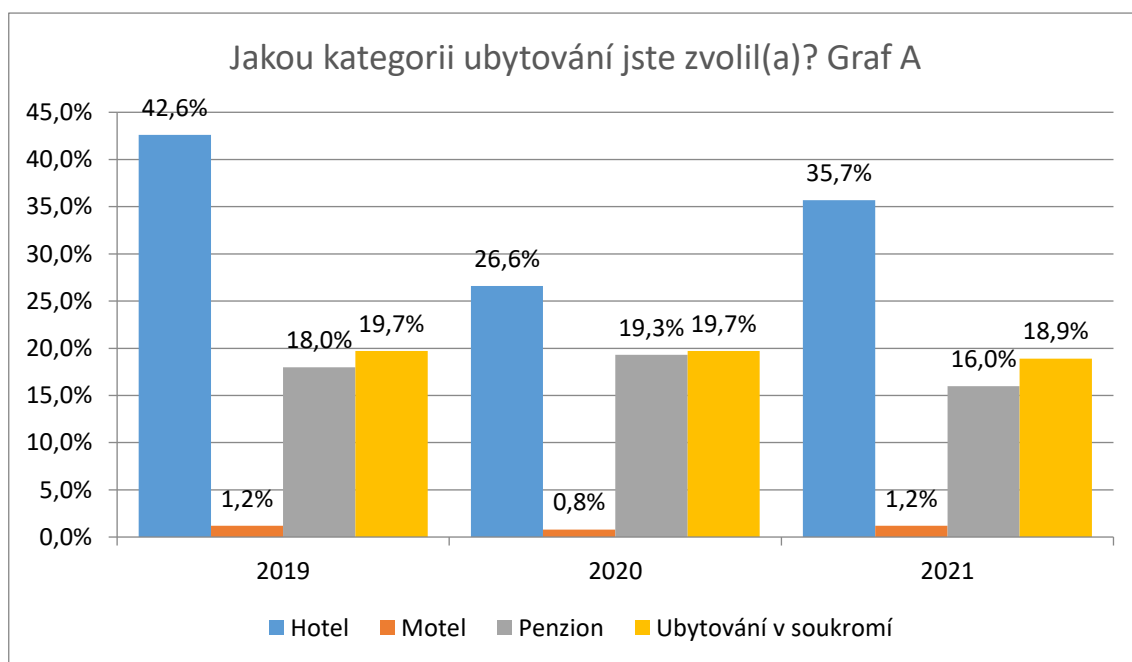
Obrázek 10 Způsob dopravy

(zdroj: vlastní zpracování, 2022)

Maticová otázka s více možnostmi pro označení odpovědí. V této otázce byla opět zvolena možnost zaznačení více odpovědí z důvodu možné volby kombinované dopravy.

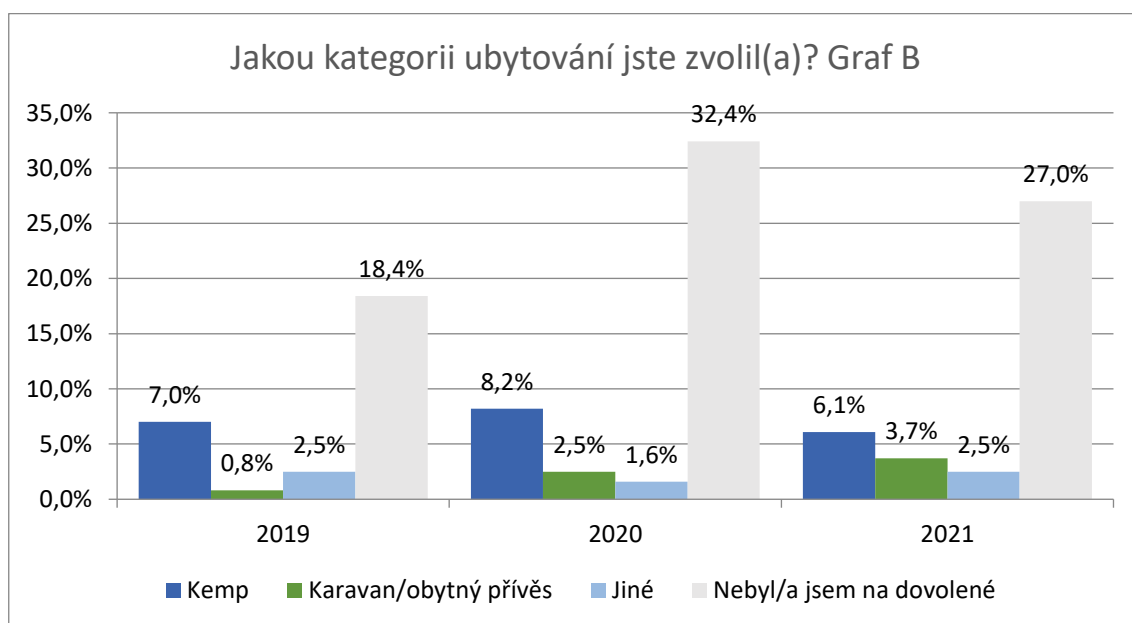
Nejčastější zaznačenou odpovědí pro volbu hlavního způsobu dopravy v jednotlivých letech je doprava pomocí automobilu. Podíl automobilové dopravy činí ve všech letech kolem 50 % zaznačených odpovědí. Druhou nejvíce označovanou variantou hlavního způsobu dopravy se stala letecká doprava. V pandemických letech 2020 a 2021 ve volbě letecké dopravy dochází k prudkému poklesu. U dalších způsobů dopravy nedochází k výrazným změnám.

7. Otázka: Jakou kategorii ubytování jste zvolil(a)?



Obrázek 11 Kategorie ubytování

(zdroj: vlastní zpracování, 2022)



Obrázek 12 Kategorie ubytování

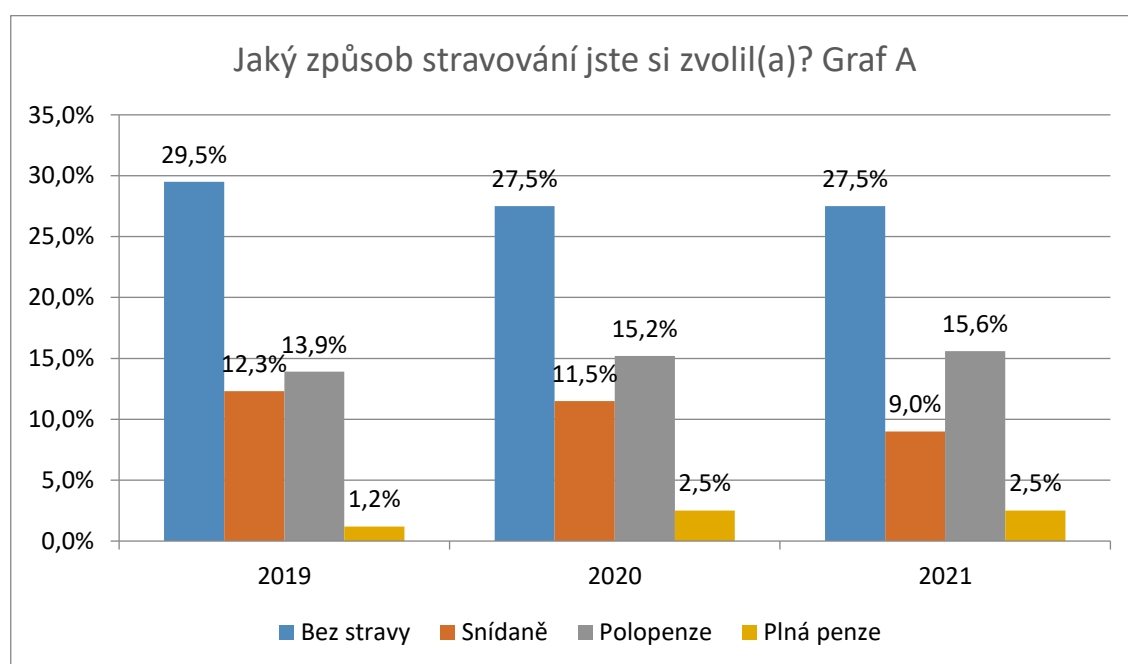
(zdroj: vlastní zpracování, 2022)

Maticová otázka s více možnostmi pro označení odpovědí. Z důvodu přehlednosti je tato otázka zpracována do dvou grafů. Více možností pro zaznačení odpovědi bylo zvoleno, protože z vlastních zkušeností vím, že mnoho lidí využívá více kategorií ubytování během dovolené. (poznávací zájezdy)

Z grafů vyplívá, že jako nejčastější kategorií ubytování respondenti využívali hotel, a to platí pro všechny dotazované roky. V roce 2020 však došlo k velkému poklesu výběru ubytování v hotelu a zároveň nedošlo k výraznějšímu poklesu v jiných ubytovacích kategoriích. Zdá se, že respondenti, kteří v tomto roce hlavní dovolenou neměli, historicky využívali pro své ubytování převážně hotely.

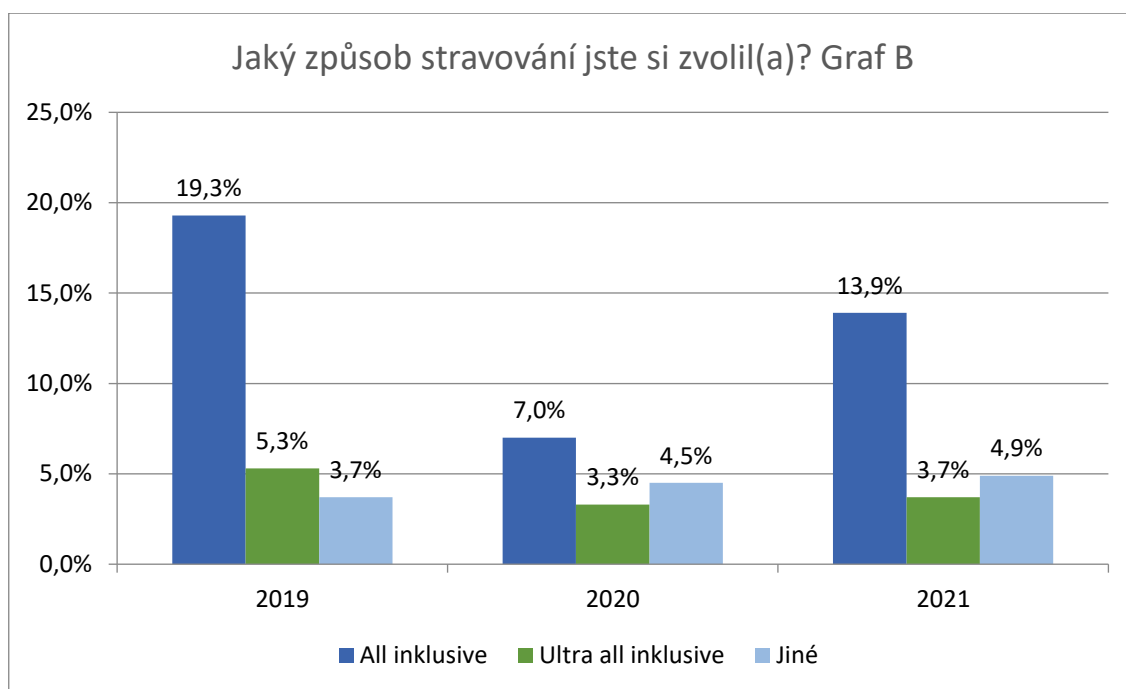
Roce 2021 vycestovalo více z dotazovaných a počet opovědí u výběru kategorie ubytování v hotelu opět vzrostl.

8. Otázka: Jaký způsob stravování jste si zvolil(a)?



Obrázek 13 Způsob stravování

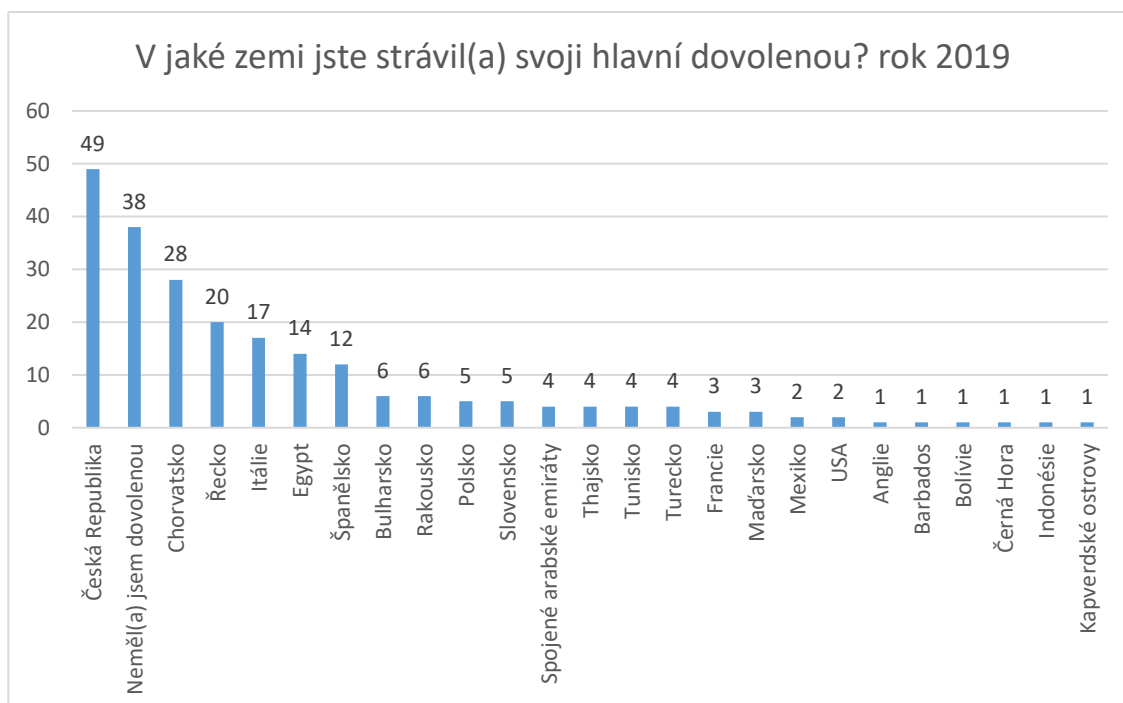
(zdroj: vlastní zpracování, 2022)

**Obrázek 14 Způsob stravování***(zdroj: vlastní zpracování, 2022)*

Maticová otázka s více možnostmi pro označení odpovědí. Z důvodu přehlednosti je tato otázka zpracována do dvou grafů. Zde byla zvolena tato možnost zadávání odpovědí z důvodu předešlé otázky. S možností změny ubytovací kategorie se může lišit i způsob stravování.

Nejzastoupenějším způsobem stravování se stal ve všech letech způsob bez stravy. V pandemických letech došlo v tomto ohledu jen k malému poklesu. K nejvýraznější změně, došlo v porovnání s rokem 2019, ve volbě odpovědi způsobu stravování All inclusive. V roce 2020 se snížil počet zaznačených odpovědí z 19,3 % na 7 % a v roce 2021 se snížil počet zaznačených odpovědí na 13,9 %. V roce 2021 nebyl pokles oproti roku 2019 tak markantní. V dalších způsobech stravování nedošlo v jednotlivých letech k výraznějším změnám.

9. Otázka: V jaké zemi jste strávil(a) svoji hlavní dovolenou? rok 2019



Obrázek 15 Destinace hlavní dovolené 2019

(zdroj: vlastní zpracování, 2022)



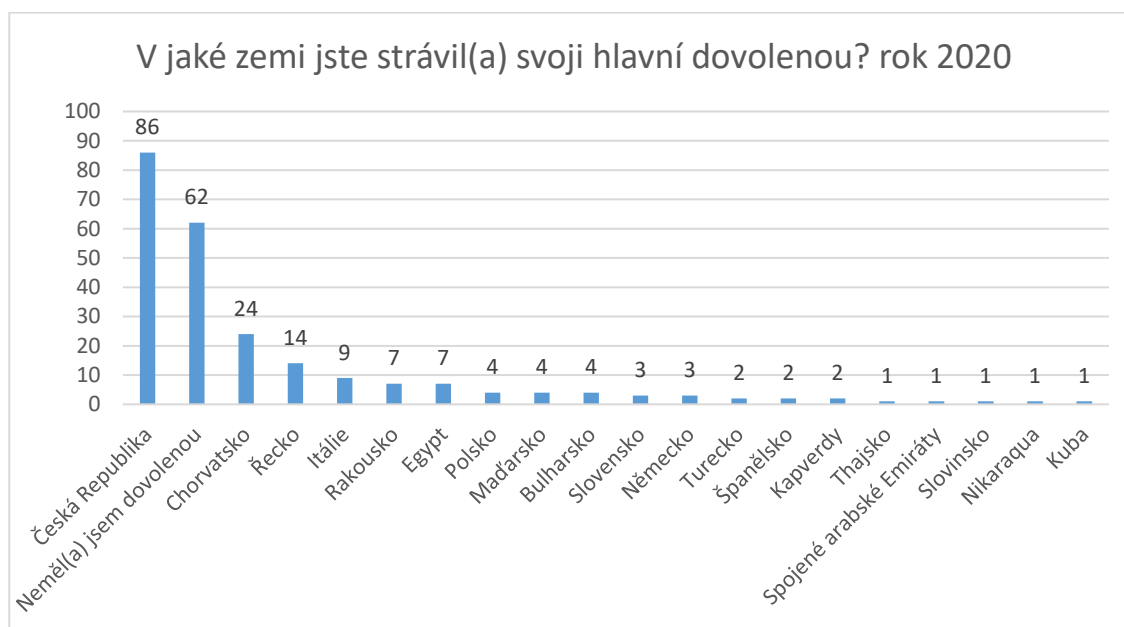
Obrázek 16 Podíl dovolených v tuzemsku a zahraničí 2019

(zdroj: vlastní zpracování, 2022)

Na obrázku číslo 12, je graficky znázorněno, ve kterých destinacích respondenti strávili hlavní dovolenou v roce 2019. V tomto roce nejvíce respondentů navštívilo destinace Chorvatsko, Řecko a Itálii.

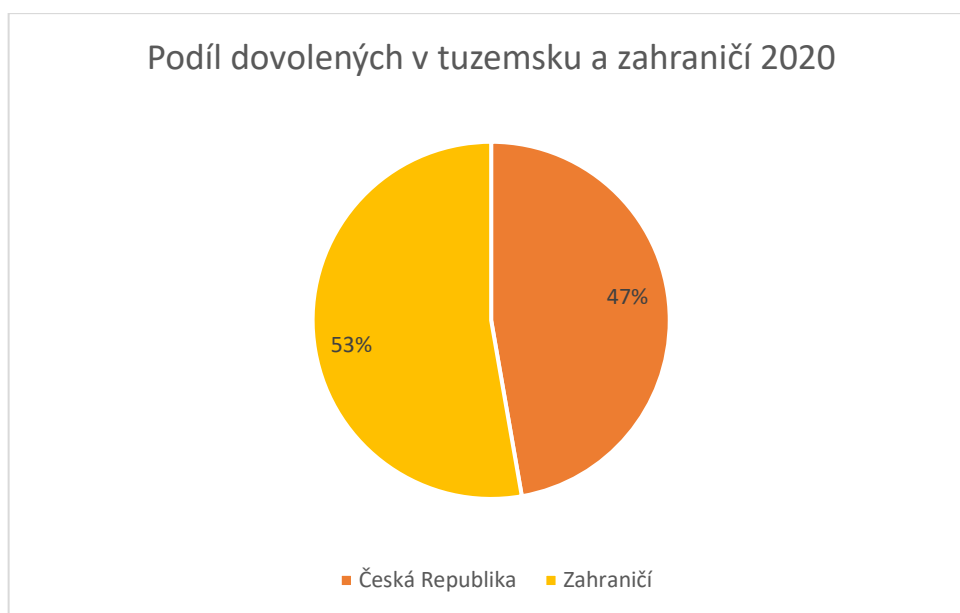
Na obrázku číslo 13, je vidět grafické znázornění podílu tuzemských a zahraničních dovolených. Hlavní dovolenou v tuzemsku strávilo 24 % z dotazovaných respondentů, kteří jeli v daném roce na dovolenou a pro zahraniční dovolenou se rozhodlo 76 % z nich.

10. Otázka: V jaké zemi jste strávil(a) svoji hlavní dovolenou? rok 2020



Obrázek 17 Destinace hlavní dovolené 2020

(zdroj: vlastní zpracování, 2022)



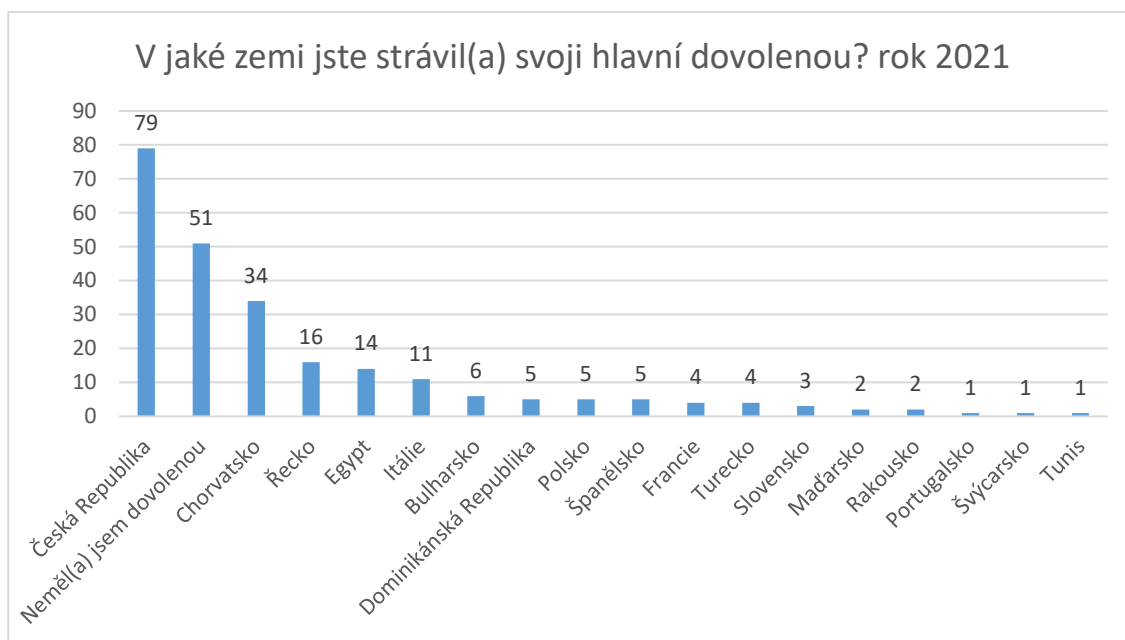
Obrázek 18 Podíl dovolených v tuzemsku a zahraničí 2020

(zdroj: vlastní zpracování, 2022)

Na obrázku číslo 14 je graficky znázorněno, ve kterých destinacích respondenti strávili hlavní dovolenou v roce 2020. Nejnavštěvovanější destinace se shodují s destinacemi z roku 2019.

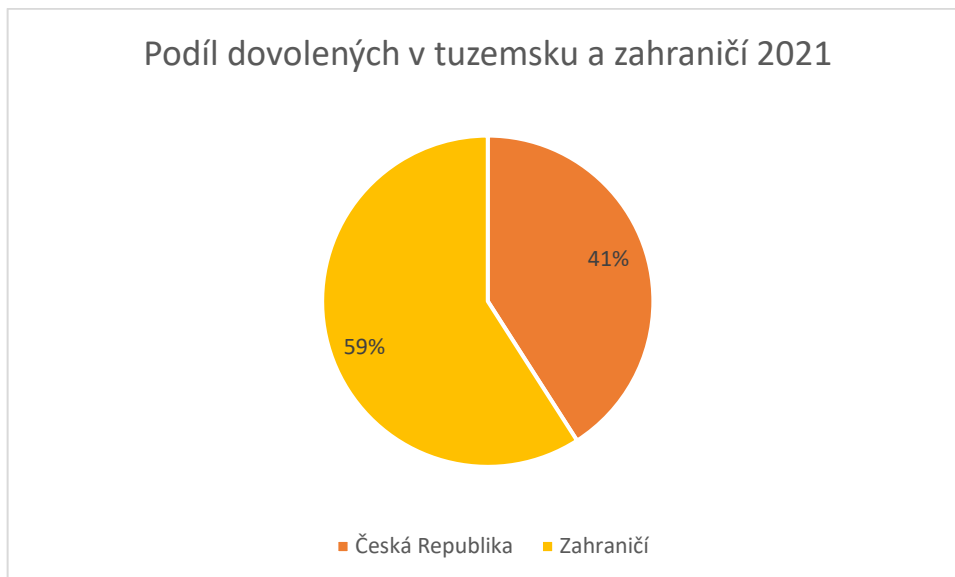
Na obrázku číslo 15, je vidět grafické znázornění podílu tuzemských a zahraničních dovolených. Hlavní dovolenou v tuzemsku strávilo 47 % z dotazovaných respondentů, kteří jeli v daném roce na dovolenou a pro zahraniční dovolenou se rozhodlo 53 % z nich.

11. Otázka: V jaké zemi jste strávil(a) svoji hlavní dovolenou? rok 2021



Obrázek 19 Destinace hlavní dovolené 2021

(zdroj: vlastní zpracování, 2022)



Obrázek 20 Podíl dovolených v tuzemsku a zahraničí 2021

(zdroj: vlastní zpracování, 2022)

Na obrázku číslo 16, je graficky znázorněno, ve kterých destinacích respondenti strávili hlavní dovolenou v roce 2021. V tomto roce nejvíce respondentů navštívilo destinace Chorvatsko, Řecko a Egypt.

Na obrázku číslo 17, je vidět grafické znázornění podílu tuzemských a zahraničních dovolených. Hlavní dovolenou v tuzemsku strávilo 41 % z dotazovaných respondentů, kteří jeli v daném roce na dovolenou a pro zahraniční dovolenou se rozhodlo 59 % z nich.

Otázka číslo 12, 13,14: Jakou částku jste cca celkem vynaložil(a) na dovolenou (včetně útraty během dovolené) na 1 osobu? 2019, 2020, 2021

Tabulka 5 Průměrná částka na dovolenou

Průměrná částka vynaložená na dovolenou (včetně útraty během dovolené) na 1 osobu

Rok	Částka
2019	26 458 Kč
2020	22 564 Kč
2021	24 610 Kč

(zdroj: vlastní zpracování, 2022)

Tyto otázky byly všechny otevřeného typu. Znamená to, že respondenti mohli vypsát přesnou částku útraty na jednu osobu za dovolenou. Byly shrnuty všechny tři otázky k jednomu vyhodnocení, jelikož vyhodnocovat každou otázku zvlášť by bylo nepředmětné.

Ze všech částek vypsáných respondenty v jednotlivých letech, byla vypočítána průměrná suma, kterou v uvedených letech průměrně respondenti vynaložili na jednu osobu během dovolené.

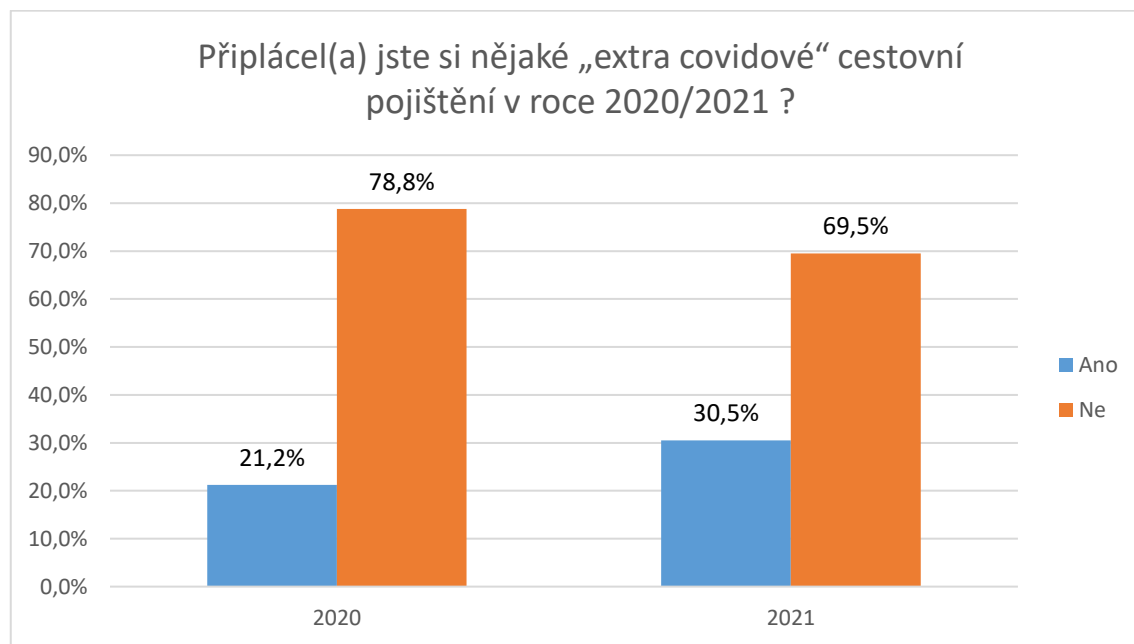
V roce 2019 před pandemií vynaložili respondenti průměrnou částku pro zabezpečení hlavní dovolené 26 458 Kč.

V roce 2020 vynaložili respondenti průměrnou částku pro zabezpečení hlavní dovolené 22 564 Kč.

V roce 2021 vynaložili respondenti průměrnou částku pro zabezpečení hlavní dovolené 24 610 Kč.

Ve srovnání s rokem 2019 se průměrná vynaložená částka na hlavní dovolenou v roce 2020 zmenšila o 3 894 Kč. V roce 2021 byla průměrná částka také nižší ve srovnání s rokem 2019. Oproti roku 2020 se lišila už jen o 1 848 Kč.

15. Otázka: Příplácel(a) jste si nějaké „extra covidové“ cestovní pojištění v roce 2020/2021?



Obrázek 21 Covidové cestovní pojištění

(zdroj: vlastní zpracování, 2022)

V roce 2020, díky covidové pandemii, začali pojišťovny nabízet k cestovnímu pojištění různá covidová připojištění, která měla pokrýt například storno zájezdu, z důvodu onemocnění nemocí covid-19 a s tím spojené povinnosti vykonat nařízenou karanténu.

Otázkou má být zjištěno kolik z respondentů, kteří měli v letech 2020 a 2021 hlavní dovolenou, si takové cestovní pojištění sjednalo.

V roce 2020 si covidové cestovní pojištění sjednalo 21,2 % respondentů. V roce 2021 si takové cestovní pojištění sjednalo 30,5 % respondentů. Je tedy možné říct, že zájem o toto pojištění měli respondenti v roce 2021 větší.

16. Otázka: Lišila se něčím Vaše dovolená, probíhající během pandemie covid-19, oproti standardním dovoleným, na které jste byl(a) zvyklý(á)?

Tabulka 6 Změny na dovolené

<i>Nejčastější změny</i>	
<i>Povinné nošení Roušek/respirátoru</i>	33
<i>Testování</i>	12
<i>Nutnost prokazování certifikátem</i>	12
<i>Omezené hotelové služby/stravování</i>	10
<i>Nutnost příletových a odletových formulářů</i>	10
<i>Hygienická opatření</i>	10
<i>Nejeli do zahraničí</i>	7
<i>Méně lidí</i>	7
<i>Změna destinace</i>	5
<i>Zavřené turistické atrakce a místa</i>	5
<i>Ubytování v soukromí</i>	4
<i>Měření teploty</i>	3
<i>Stres, nervozita a strach z nákazy</i>	3
<i>Rozestupy</i>	2
<i>Omezení pohybu</i>	2

(zdroj: vlastní zpracování, 2022)

Otevřená otázka, ve které respondenti přímo vyjadřovali, s jakými změnami se na svých dovolených setkali během pandemických roků 2020 a 2021.

Uvedené informace byly shrnuty a roztrženy do jednotlivých kategorií pro lepší přehlednost a možnost vyhodnocení.

Odpověď každého respondenta je vyhodnocena zvlášť přímo podle individuální zkušenosti.

Jako nejčastější změny oproti dovoleným před pandemií respondenti uvádí nošení roušek či respirátorů, povinnost testování před dovolenou nebo v místě dovolené a dále nutnost prokazování certifikátem o prodělání covidu, očkování či bezinfekčnosti.

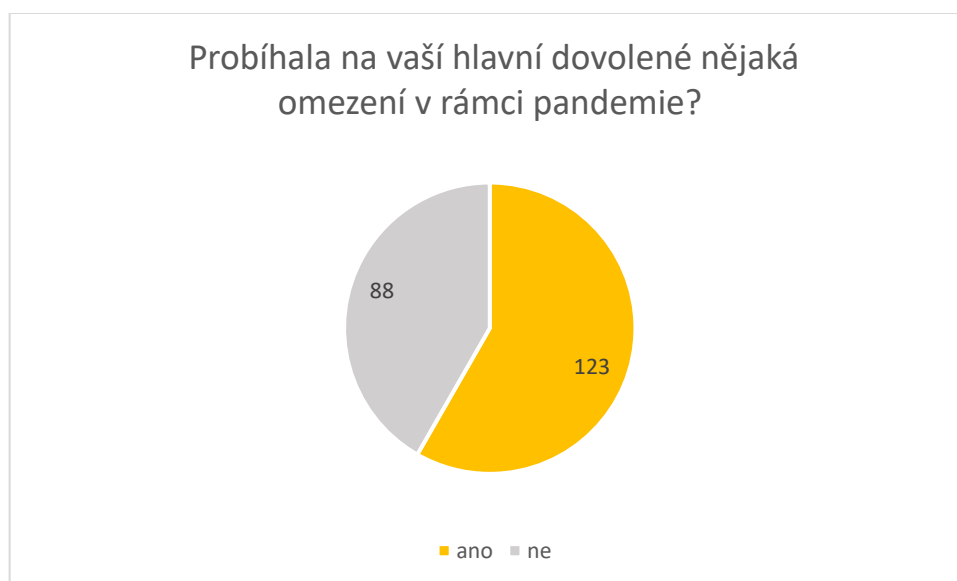
Dále respondenti uvádějí změny v podobě omezeného nebo pozměněného režimu stravování, omezené hotelové služby, povinnost příletových a odletových formulářů, zvýšené hygienická opatření. 7 z respondentů také uvedlo jako změnu fakt, že kvůli pandemii vůbec nejeli na zahraniční dovolenou a trávili svoji hlavní dovolenou na

místech v České republice. Také 7 respondentů uvedlo, že v místě hlavní dovolené, ubýlo dalších turistů, což obecně vnímali jako pozitivní faktor.

Další respondenti uvádí, že kvůli pandemii nemohli vycestovat do destinací na které byli zvyklí a museli proto volit destinaci jinou. Také uvádí, že díky pandemii nebyla k dispozici některé turistické atrakce či turistická místa a dále, že raději zvolili ubytování v soukromí namísto ubytování v ubytovacích zařízeních, kde se soustředí větší množství dalších turistů.

Okrajově pak zmiňovali jako změnu oproti letům před pandemií, že se setkávali s měřením teploty, se stresem, nervozitou a strachem z nákazy.

17. Otázka: Probíhala na vaší hlavní dovolené nějaká omezení v rámci pandemie?



Obrázek 22 Omezení na hlavní dovolené

(zdroj: vlastní zpracování, 2022)

Otevřená otázka, ve které měli respondenti možnost vypsát, zdali na jejich hlavní dovolené probíhala nějaká opatření a pokud ano, tak jaká.

123 respondentů uvedlo, že se na jejich hlavní dovolené setkali s protipandemickými omezeními.

Jednotliví respondenti konkrétně uvedli:

- Nebylo jim povoleno stravovat se ve vnitřních jídelnách
- Byly zrušené švédské stoly a jídlo jim bylo servírováno
- Celkový výběr pokrmů byl zmenšen, v porovnání se situací před pandemií
- Pokud si mohli pokrmy servírovat sami, museli mít nasazené rukavice
- U stolu jim bylo povoleno sedět pouze v omezeném počtu
- Stoly měly mezi sebou velké rozestupy
- Některé hotelové atrakce byly plně uzavřeny
- Byly zkrácené otevírací doby různých podniků
- Pro vstup do bazénu byl vyžadován certifikát o bezinfekčnosti
- Režim wellness byl značně omezen

18. Otázka: Pokud můžete srovnat, byla pro Vás příjemnější dovolená před pandemií koronaviru nebo během pandemie?

Tabulka 7 Srovnání dovolených před a během pandemie

Pokud můžete srovnat, byla pro Vás příjemnější dovolená před pandemií koronaviru nebo během pandemie?

Odpovědi	Počet	%
Dovolená byla příjemnější před pandemií	101	41 %
Dovolená byla příjemnější během pandemie	38	16 %
Nepocíťoval jsem rozdíl	57	23 %
Nebyl jsem na dovolené/nemohu posoudit	48	20 %
Celkem	244	100 %

(zdroj: vlastní zpracování, 2022)

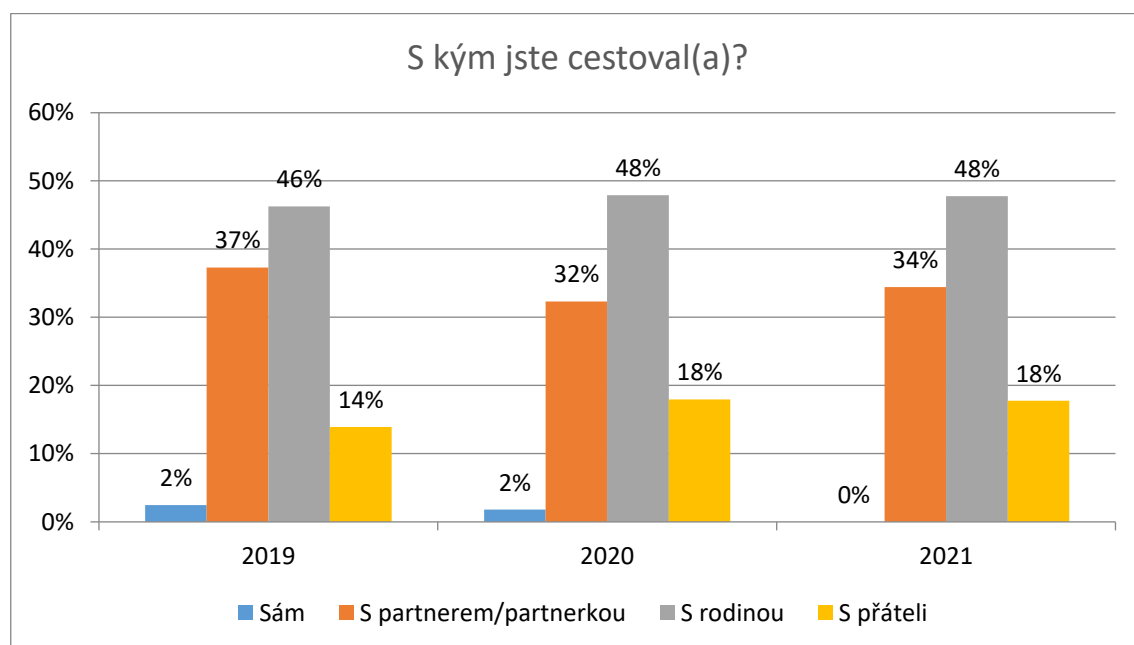
Otázka, která zkoumá osobní zhodnocení hlavních dovolených před pandemií koronaviru a během pandemie. 41 % dotazovaných se vyjádřilo, že jejich dovolená byla před pandemií příjemnější a lepší nežli ta, kterou absolvovali během pandemie.

16 % respondentů však zhodnotilo dovolenou během pandemie za příjemnější než před pandemií.

23 % respondentů uvedlo, že nepocíťovali žádný rozdíl ve strávení dovolené před nebo během pandemie koronaviru.

Celkem 20 % respondentů uvedlo, že na dovolené nebyli nebo nemohou tuto problematiku posoudit.

19. Otázka: S kým jste cestoval(a)?



Obrázek 23 S kým respondenti cestovali

(zdroj: vlastní zpracování, 2022)

Z grafu je zřejmé, že situace, s kým respondenti cestují se výrazně v jednotlivých letech nemění. V letech 2020 a 2021 dochází k menšímu snížení vycestování respondentů s partnery a zároveň dochází k mírnému zvýšení vycestování respondentů s přáteli. Dále je možné říct, že sám na hlavní dovolenou už téměř nikdo nejedí.

5 Vyhodnocení hypotéz

V této části, která se opírá o vyhodnocené otázky z dotazníku, se vyhodnotí předem stanovené hypotézy. Hypotézy se potvrdí nebo naopak vyvrátí.

- 1) *Hypotéza: Během koronavirové pandemie spotřebitelé ve většině případů volili pobyty v tuzemsku.*

Zdali je tato hypotéza pravdivá či nikoli, je možné zjistit z otázek číslo: 9, 10 a 11. Otázky rozebírají, kde respondenti trávili hlavní dovolenou v jednotlivých letech. Otázka číslo 9 představuje, jak respondenti cestovali rok před pandemií a zároveň slouží jako porovnávací rok s roky pandemickými neboli s lety 2020 a 2021.

V roce 2019, trávilo hlavní dovolenou v České republice 24 % respondentů, kteří tento rok zároveň uskutečnili hlavní dovolenou. V roce 2020, v česku trávilo hlavní dovolenou 47 % respondentů, kteří tento rok zároveň uskutečnili hlavní dovolenou, a v roce 2021 to bylo 41 % z dotazovaných, kteří tento rok zároveň uskutečnili hlavní dovolenou.

Vychází-li se přímo z novinového článku a zároveň z položené hypotézy, která hovoří, stejně jako novinový článek, o nadpoloviční většině Čechů volící spíše tuzemskou dovolenou nežli zahraniční, hypotéza pravdivá není. Ani v jednom z pandemických let 2020 a 2021, větší procentuální polovina respondentů, kteří v daných letech uskutečnili hlavní dovolenou, netrávila svoji hlavní dovolenou v České republice.

V roce 2020 trávilo nejvíce z dotazovaných respondentů, kteří v daných letech uskutečnili hlavní dovolenou, hlavní dovolenou v České republice ze všech tří let, avšak bylo jich pouze 47 %.

Hypotéza se nepotvrdila.

- 2) *Hypotéza: V roce 2021 byla průměrná útrata za spotřebu služeb cestovního ruchu na 1 osobu vyšší než v roce 2020*

Problematika k této hypotéze se nalézá v řešení otázek 12, 13 a 14. V roce 2020 byla průměrná útrata vynaložená na zabezpečení jednotlivých složek dovolené či celého zájezdu na jednu osobu 22 564 Kč. V roce 2021 tato částka vzrostla o 2 046 Kč, tudíž průměrná útrata na jednu osobu za dovolenou činila 24 610 Kč.

Hypotéza se potvrdila a je tedy pravdivá.

- 3) *Hypotéza: Během koronavirové krize spotřebitelé spotřebovali menší množství služeb cestovního ruchu.*

Pro vyhodnocení třetí hypotézy, se nejvíce hodí první otázka, ve které je rozebíráno, kolik procent respondentů v daných letech vůbec nevycestovalo a následně jsou v první otázce rozebírány i věkové kategorie. taktéž propojuje všechny další otázky v dotazníku. Pro srovnání se opět vychází z dat z roku 2019. Oproti roku 2019, kdy z dotazovaných respondentů nevycestovalo 17,6 % respondentů, se toto číslo v dalších letech zvedlo. V roce 2020 neuskutečnilo hlavní dovolenou 32 % dotazovaných respondentů a v roce 2021 neuskutečnilo hlavní dovolenou 26,6 % dotazovaných respondentů. Nejvíce se tento propad v cestování projevil ve věkové kategorii 46-54 let.

Z dat tedy vyplývá, že v obou letech nevycestovalo více respondentů než v roce 2019 a *hypotéza je tudíž pravdivá.*

- 4) *Hypotéza: V době koronavirové krize spotřebitelé upřednostňovali nákupy služeb CR bezkontaktně.*

Pro tuto hypotézu se vychází z otázky číslo 2, ze které vyplývá, že bezkontaktně si sjednalo dovolenou v roce 2019 76 % respondentů, kteří měli v daném roce hlavní dovolenou, v roce 2020 81 % respondentů, kteří měli v daném roce hlavní dovolenou a v roce 2021 78 % respondentů, kteří měli v daném roce hlavní dovolenou. Oproti roku 2019 před pandemií došlo v letech 2020 a 2021 k nárůstu počtu sjednaných dovolených bezkontaktně a došlo k poklesu sjednání hlavní dovolené osobně.

Hypotéza se potvrdila a je pravdivá.

Dotazníkovým šetřením se zjistilo, že tři ze čtyř stanovených hypotéz jsou pravdivé.

Závěr

Cílem práce bylo zjistit, pomocí dotazníkového šetření a předem stanovených hypotéz, jak pandemie koronaviru ovlivnila nákupní chování spotřebitelů cestovního ruchu ve srovnání s rokem 2019, rokem před pandemií. V této fázi práce, je možné tvrdit, že cíl práce byl naplněn a bylo zjištěno několik poznatků.

Nejdříve však bylo zapotřebí určit a rozebrat klíčová témata v teoretické části práce. V teoretické části jsou rozebrány témata spjatá s cestovním ruchem a ekonomikou: Cestovní ruch, co a kdo je subjektem cestovního ruchu, jaká je a jak funguje poptávka v cestovním ruchu, faktory ovlivňující poptávku v cestovním ruchu nebo faktory ovlivňující nákupní chování. Dále jsou rozebírána témata zaměřená na koronavirus: Co je Covid-19, pandemie, jak se cestovalo během pandemie, jak vypadala letecká doprava v době pandemie a jaké jsou hlavní dopady pandemie na cestovní ruch.

Pro praktickou část byly vytvořeny čtyři hypotézy, které se opíraly o novinové články, které vycházely z dalších průzkumů, o rozhovor s investičním partnerem Invia Group, který pro rozhovor poskytl data od společnosti Invia a jedna z hypotéz byla založena na mé celosemestrální praxi v cestovní kanceláři Krasim tour.

Po sestavení hypotéz bylo zapotřebí vytvořit samotný dotazník, který sloužil pro sběr dat. Dotazování probíhalo v rámci Generali České pojišťovny, díky tomu probíhal sběr dat téměř po celé České republice. Celkově se vrátilo 244 kompletních dotazníků.

Jednotlivé otázky z dotazníkového šetření byly následně převedeny a zpracovány do grafického znázornění, ke kterému byl vždy připojen komentář s vyhodnocením.

V poslední, praktické části bakalářské práce proběhlo vyhodnocení předem vytvořených hypotéz. Bylo zjištěno, že pouze první hypotéza, ve které se zkoumalo, zda respondenti volili pro trávení své hlavní dovolené raději Českou republiku, se nepotvrdila, a ačkoliv více respondentů oproti roku 2019 volilo Českou republiku jako svojí destinaci pro svoji hlavní dovolenou, nebylo to více jak 50 %. Další tři hypotézy se potvrdily jako pravdivé.

Přínosem bakalářské práce je zaznamenání, jak celosvětová pandemie mění naučené rozhodovací procesy, zejména v čerpání služeb cestovního ruchu. V bakalářské práci

jsou zaznamenány i překážky a omezení, které ovlivňovaly rozhodovací procesy a volby, jakým způsobem se sjednávaly jednotlivé služby.

Takové zachycení rozhodovacích procesů, může přispět v budoucnu k lepší adaptaci na nastalou situaci podobného charakteru a pomůže vyhodnotit, jak se budou spotřebitelé pravděpodobně chovat.

Bakalářskou práci může využít také každý, koho takové téma zajímá, nebo potřebuje větší objasnění celé problematiky. Také ji mohou využít další studenti, pro lepší orientaci u podobného tématu nebo pro pochopení vlivu pandemie na nákupní chování spotřebitelů cestovního ruchu.

Seznam použité literatury

GOELDNER, Charles R. Cestovní ruch : principy, příklady, trendy. Autor J R Brent (John Raymond Brent) Ritchie. 1. vyd. Brno: BizBooks, 2014. xviii, 545 s. :. ISBN 978-80-265-0298-2.

HESKOVÁ, Marie. Cestovní ruch : pro vyšší odborné školy a vysoké školy. 2., upr. vyd. Praha: Fortuna, 2011. 216 s. :. ISBN 978-80-7373-107-6

JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. Marketing v cestovním ruchu : jak uspět v domácí i světové konkurenci. 2., aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada, 2012. 313 s. :. ISBN 978-80-247-4209-0.

KRASTEV, Ivan. Už je zítra?, aneb, Jak pandemie mění Evropu. Překladatel Ladislav Nagy. První české vydání. Praha: Univerzita Karlova, nakladatelství Karolinum, 2020. 56 stran ; Politeia. ISBN 978-80-246-4647-3.

LEHKÝ, Ondřej. Potenciály cestovního ruchu a možnosti jejich další aktivace v jihočesko-rakouském a jihočesko-německém pohraničí [online]. České Budějovice, 2009 [cit. 2022-05-31]. Dostupné z: <https://theses.cz/id/op2dd2/402843>. Diplomová práce. Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích. Vedoucí práce RNDr. Jiří Šíp, Ph.D.

LINDEROVÁ, Ivica. Cestovní ruch : základy a právní úprava. 1. vyd. Jihlava: Vysoká škola polytechnická Jihlava, 2013. 265 s. :. ISBN 978-80-87035-82-5.

ŠAUER, Martin, Jiří VYSTOUPIL, Andrea HOLEŠINSKÁ, Monika PALATKOVÁ, Martina PÁSKOVÁ, Josef ZELENKA, Dana FIALOVÁ, Jiří VÁGNER, Petr HALÁMEK, Ondřej REPÍK a Ondřej PETR. Cestovní ruch. Učební text. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2015. 477 s

Internetové zdroje

Basics of COVID-19. *Centers for Disease Control and preventing* [online]. 1600 Clifton Road Atlanta, USA: U.S. Department of Health & Human Services, 2021 [cit. 2022-06-15]. Dostupné z: <https://www.cdc.gov/coronavirus/2019-ncov/your-health/about-covid-19/basics-covid-19.html>

CESTOVÁNÍ BĚHEM PANDEMIE KORONAVIRU. *Evropa.eu* [online]. Brusel: Evropská komise, 2022 [cit. 2022-06-20]. Dostupné z: https://ec.europa.eu/info/live-work-travel-eu/coronavirus-response/travel-during-coronavirus-pandemic_cs

CO JE TO PANDEMIE. *Pandemie.cz* [online]. Pandemie.cz, © 2016–2022 [pandemie.cz](https://www.pandemie.cz) [cit. 2022-06-15]. Dostupné z: <https://www.pandemie.cz/co-je-to-pandemie>

ČEŠI LETOS VĚTŠINOU ZŮSTANOU DOMA. NA DOVOLENÉ U NÁS ALE NEHODLAJÍ ŠETRĚT. *IDNES.cz* [online]. Praha: © 1999–2022 MAFRA, 2021, 10.5.2021 [cit. 2022-07-20]. Dostupné z: https://www.idnes.cz/ekonomika/domaci/dovolena-cesi-prazdniny-covid.A210506_114241_ekonomika_vebe

DIGITÁLNÍ CERTIFIKÁT EU COVID. *Evropa.eu* [online]. Brusel: Evropská komise, 2022 [cit. 2022-06-20]. Dostupné z: https://ec.europa.eu/info/live-work-travel-eu/coronavirus-response/safe-covid-19-vaccines-europeans/eu-digital-covid-certificate_cs

FÁZE PANDEMIE. *Pandemie.cz* [online]. Pandemie.cz, © 2016–2022 [pandemie.cz](https://www.pandemie.cz) [cit. 2022-06-15]. Dostupné z: <https://www.pandemie.cz/co-je-to-pandemie>

GLOSSARY OF TOURISM TERMS. UNWTO [online]. Madrid. Španělsko: UNWTO.org, 2022 [cit. 2022-06-01]. Dostupné z: <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms>

NOVÁ VARIANTA XE: Příznaky jsou podobné omikronu, ale je nakažlivější. *E15.cz* [online]. Praha: CZECH NEWS CENTER a.s, 2022 [cit. 2022-06-15]. Dostupné z: <https://www.e15.cz/XE-varianta-priznaky-covid-19-omikron>

PŘEHLEDNĚ: Dva roky s covidem. Neznalost, izolace, roušky i očkování. *Idnes.cz* [online]. Praha: © 1999–2022 MAFRA, 2022 [cit. 2022-06-20]. Dostupné z: https://www.idnes.cz/zpravy/domaci/pandemie-covid-19-uz-dva-roky-v-cesku-svet-nakazeni-umrti.A220228_155809_domaci_vank/25#space-a

PŘEHLEDNĚ: JAKÉ EXISTUJÍ MUTACE KORONAVIRU A ČÍM SE LIŠÍ?. *Seznam Zprávy* [online]. Praha: Seznam.cz, 2021 [cit. 2022-06-15]. Dostupné z: <https://www.seznamzpravy.cz/clanek/koronavirus-mutace-covid-138943>

RE-OPEN EU. *Evropa.eu* [online]. Brusel: Evropská komise, 2022 [cit. 2022-06-20]. Dostupné z: <https://reopen.europa.eu/cs>

ROK S KORONAVIREM.... *CNN Prima news* [online]. Praha: © FTV Prima spol. s r.o., 2021 [cit. 2022-06-20]. Dostupné z: <https://cnn.iprima.cz/prehledne-jak-sel-cas-s-koronavirem-v-cesku-pripomente-si-s-nami-prelomove-udalosti-roku-2020-15346>

RÝŠAVÁ, Michaela. Boj pandemie COVID-19 vs. letecká doprava má prozatím jasného vítěze: čelíme historické změně?. *ČNB.cz* [online]. Praha: © ČNB 2022, 2020 [cit. 2022-06-23]. Dostupné z: https://www.cnb.cz/cs/o_cnb/cnblog/Boj-pandemie-COVID-19-vs.-letecka-doprava-ma-prozitim-jasneho-viteze-celime-historicke-zmene/

TOURISM AND COVID-19 – UNPRECEDENTED ECONOMIC IMPACTS. *UNWTO.org* [online]. Madrid Španělsko: The World Tourism Organization (UNWTO), 2020 [cit. 2022-06-23]. Dostupné z: <https://www.unwto.org/tourism-and-covid-19-unprecedented-economic-impacts>

ZÁJEZDŮ SE PRODÁVÁ O TŘETINU MÉNĚ, LIDÉ SI ALE DOPŘÁVAJÍ DELŠÍ DOVOLENÉ A LEPŠÍ UBYTOVÁNÍ. *Ekonom.cz* [online]. Praha: Copyright ©1996-2022 Economia, 2021, 30.9.2021 [cit. 2022-07-20]. Dostupné z: <https://ekonom.cz/c1-66979930-zajezdu-se-prodava-o-tretinu-mene-lide-si-ale-dopravaji-delsi-dovolene-a-lepsi-ubytovani>

Přílohy

Příloha A

Nákupní chování spotřebitelů služeb CR. Jak se změnil výběr destinace před a během pandemie covid-19

Dobrý den,

mé jméno je Marietta Zemanová a toto je dotazník k mé bakalářské práci na téma Nákupní chování spotřebitelů služeb cestovního ruchu, ovlivněné pandemií covid-19. Prosím Vás o vyplnění tohoto dotazníku, který Vám zabere zhruba 10 minut Vašeho času. Dotazník je zaměřen na období před a během pandemie covid-19 a to na roky 2019, 2020 a 2021. Mnohokrát děkuji za vyplnění.

SPUSTIT DOTAZNÍK TEĎ

1. Jakým způsobem, jste si zajistil(a) hlavní dovolenou v roce 2019, 2020 a 2021?*

Vyberte jednu odpověď v každém řádku

	Využil(a) jsem služeb cestovní kanceláře/agentury	Individuálně	Neměl(a) jsem hlavní dovolenou
2019			
2020			
2021			

**9. V jaké zemi jste trávil(a) svoji hlavní dovolenou?
2019***

Napište jedno nebo více slov...

500

**10. V jaké zemi jste trávil(a) svoji hlavní dovolenou?
2020***

Napište jedno nebo více slov...

500

**11. V jaké zemi jste trávil(a) svoji hlavní dovolenou?
2021***

Napište jedno nebo více slov...

500

12. Jakou částku jste cca celkem vynaložil(a) na dovolenou (včetně útraty během dovolené) na 1 osobu? 2019*

Napište jedno nebo více slov...

500

13. Jakou částku jste cca celkem vynaložil(a) na dovolenou (včetně útraty během dovolené) na 1 osobu? 2020*

Napište jedno nebo více slov...

500

14. Jakou částku jste cca celkem vynaložil(a) na dovolenou (včetně útraty během dovolené) na 1 osobu? 2021*

Napište jedno nebo více slov...

500

15. Příplácel(a) jste si nějaké „extra covidové“ cestovní pojištění v roce 2020/2021 ?*

Vyberte jednu odpověď v každém řádku

	Ano	Ne
2020		
2021		

16. Lišila se něčím Vaše dovolená, probíhající během pandemie covid-19, oproti standardním dovoleným, na které jste byl(a) zvyklý(á)?*

Roky 2020-2021

Napište jedno nebo více slov...

500

17. Probíhala na vaší hlavní dovolené nějaká omezení v rámci pandemie?*

(roušky, usazení u stolu, stravování, švédské stoly, režim u bazénu, vstup na pláž, fakultativní výlety) Roky 2020-2021

Napište jedno nebo více slov...

500

18. Pokud můžete srovnat, byla pro Vás příjemnější dovolená před pandemií koronaviru nebo během pandemie?*

(Obsazenost ubytovacích zařízení, starostlivost personálu, ochota lidí pracujících v turismu)

Napište jedno nebo více slov...

500

19. S kým jste cestoval(a)?*

Vyberte jednu odpověď v každém řádku

	Sám	S partnerem/partnerkou	S rodinou	S přáteli	Nebyl/a jsem na dovolené
2019					
2020					
2021					

20. Jste:*

Vyberte jednu odpověď

21. Do jaké věkové kategorie patříte?*

Vyberte jednu odpověď

18-25 let

26-35 let

36-45 let

46-54 let

55-62 let

Více než 63 let

22. Kde bydlíte?*

(město, kraj)

Napište jedno nebo více slov...

500

Děkuji Vám mnohokrát za Váš čas věnovaný mému dotazníku!