

VYSOKÁ ŠKOLA POLYTECHNICKÁ JIHLAVA

Cestovní ruch

**NÁKUPNÍ CHOVÁNÍ SPOTŘEBITELŮ SLUŽEB ČR
OVLIVNĚNÉ PANDEMIÍ**

KORONAVIRU

Bakalářská práce

Autor práce: Markéta Hrnčířová

Vedoucí práce: Ing. Bc. Martina Doležalová

Jihlava 2023

Vysoká škola polytechnická Jihlava

Tolstého 16, 586 01 Jihlava

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Autor práce: **Markéta Hrnčířová**

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 koronaviru**

Vedoucí práce: **Ing. Martina Doležalová**

Cíl práce: **Cílem práce je pomocí dotazníkového šetření porovnat nákupní chování spotřebitelů služeb CR během pandemie koronaviru v roce 2020 a 2021.**

Abstrakt

Tato bakalářská práce s názvem „Nákupní chování spotřebitelů služeb CR ovlivněné pandemií koronaviru“ popisuje, jak se změnilo nákupní chování spotřebitelů služeb cestovního ruchu v době koronavirové pandemie. Obsahem této práce je komparace nákupního chování v roce 2020 a 2021. Teoretická část definuje základní pojmy, které jsou aplikovány v praktické části práce, jedná se o pojmy cestovní ruch, služby cestovního ruchu, koronavirus a nákupní chování. V praktické části je vyhodnoceno dotazníkové šetření, jehož cílem je komparace nákupního chování spotřebitelů při nákupu své hlavní dovolené v roce 2020 a 2021.

Klíčová slova

Cestovní ruch; covid-19; dotazníkové šetření; dovolená; nákupní chování

Abstract

This bachelor thesis with the name „The Effect of the COVID-19 Pandemic on Consumers of Tourist Services“ describes how the purchasing behaviour of tourism services was changed by the pandemic of coronavirus. In this thesis I resorted the comparison of purchasing behaviour in 2020 a 2021. Theoretical part defines basic terms which were need to explain for practical part. There were terms like tourism, tourism services, coronavirus and purchasing behaviour. Practical part was dealing with the basis of a survey where the questions about their main vacation were compared in 2020 and 2021 when there was pandemic of conavirus.

Keywords

Covid-19; purchasing behaviour; survey; tourism; vacation

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 pro vedení, vypracování a zveřejňování závěrečných prací na VŠPJ, 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 3. května 2023

.....

Podpis studenta/ky

Poděkování

Tímto bych chtěla poděkovat vedoucí mé bakalářské práce paní Ing. Martině Doležalové za její cenné rady, trpělivost, konzultace a vedení při psaní této bakalářské práce. Dále bych také ráda poděkovala své rodině za trpělivost, podporu během celého mého studia. Děkuji také všem, co dotazník vyplnili.

Obsah

Seznam grafů	7
Seznam tabulek	Chyba! Záložka není definována.
Seznam zkratk	8
Úvod	9
1 Cestovní ruch	10
1.1 Druhy cestovního ruchu	10
1.2 Formy cestovního ruchu	11
1.3 Předpoklady CR	11
1.4 Typy účastníků v CR	12
2 Služby CR	14
2.1 Služby a jejich vlastnosti	14
3 Pandemie koronaviru	19
3.1 Základní informace o covid-19	19
3.2 Příznaky a očkování	19
3.3 Vývoj Covid-19 v České republice	20
3.4 Situace ve světě	22
3.5 Úbytek turistů – dopad na cestovní ruch	22
3.6 Přeplněnost některých památek v ČR	23
3.7 Programy na podporu CR za koronavirové pandemie	24
4 Nákupní chování	26
4.1 Spotřební chování	27
4.2 Faktory ovlivňující nákupní chování	27
4.3 Další vlivy ovlivňující nákupní chování	27
4.4 Rozhodovací proces při nákupu	28
5 Praktická část	30
5.1 Dotazníkové šetření	30
5.2 Rozbor otázek z dotazníku	30
6 Vyhodnocení dotazníku	31
6.1 Vyhodnocení výsledků	51
Závěr	54
Seznam použité literatury	56
Internetové zdroje	57
Přílohy	60

Seznam obrázků

Obr. 1: Způsob zajištění dovolené v roce 2020	31
Obr. 2: Způsob zajištění dovolené v roce 2020	32
Obr. 3: Jak moc měl koronavirus vliv na nákup vaší dovolené na škále od 1 do 10?.....	33
Obr. 4: Kde jste strávili svoji dovolenou během pandemie v roce 2020?.....	34
Obr. 5: Kde jste strávili svoji dovolenou během pandemie v roce 2021?.....	34
Obr. 6: Druh pobytu v roce 2020	36
Obr. 7: Druh pobytu v roce 2021	36
Obr. 8: Postup při neuskutečnění pobytu v roce 2020	37
Obr. 9: Postup při neuskutečnění pobytu v roce 2021	38
Obr. 10: Délka dovolené před pandemií koronaviru	38
Obr. 11: Délka dovolené v roce 2020.....	39
Obr. 12: Délka dovolené v roce 2021.....	39
Obr. 13: Způsob platby dovolené v roce 2020.....	40
Obr. 14: Způsob platby dovolené v roce 2021.....	41
Obr. 15: Jaký dopravní prostředek jste využil(a) k dopravě v roce 2020?	41
Obr. 16: Jaký dopravní prostředek jste využil(a) k dopravě v roce 2021?	42
Obr. 17: V jakém roční období jste hlavní dovolenou strávil(a) v roce 2020?	43
Obr. 18: V jakém roční období jste hlavní dovolenou strávil(a) v roce 2021?	43
Obr. 19: Druh ubytování na dovolené v roce 2020.....	44
Obr. 20: Druh ubytování na dovolené v roce 2021.....	45
Obr. 21: Druh stravování na dovolené v roce 2020	45
Obr. 22: Druh stravování na dovolené v roce 2021	46
Obr. 23: Co pro vás bylo důležité při výběru dovolené během pandemie?	47
Obr. 24: S kým jste cestoval(a) před pandemií?	48
Obr. 25: S kým jste cestoval(a) během pandemie v roce 2020?.....	49
Obr. 26: S kým jste cestoval(a) během pandemie v roce 2021?.....	49
Obr. 27: vaše pohlaví.....	50
Obr. 28: Věkové složení respondentů.....	50
Obr. 29: Nejvyšší dosažené vzdělání respondentů	51

Seznam zkratek

CA	Cestovní agentura
CK	Cestovní kancelář
CR	Cestovní ruch
ČR	Česká republika
AHR ČR	Asociace hotelů a restaurací v ČR
UNIHOST	Sdružení podnikatelů v pohostinství, stravovacích a ubytovacích službách ČR
UNWTO	Světová organizace cestovního ruchu
TIC	Turistické informační centrum

Úvod

Tato bakalářská práce se zabývá tématem vlivu koronavirové pandemie na nákupní chování spotřebitelů služeb cestovního ruchu. V době výběru tématu byla problematika koronavirové pandemie velice aktuální. Vzhledem k časovému odstupu od přihlášení po sepsání práce aktuálnost tématu již není tak intenzivní, přesto dozvuky koronavirové pandemie, která se v cestovním ruchu projevila nejvíce a v podstatě po nějakou dobu ho téměř zastavila, trvají dodnes a ještě po nějakou dobu se v cestovním ruchu projevovat budou. Tato práce pojednává o vlivu koronavirové krizi, která zasáhla jak cestovní ruch, tak i ostatní hospodářské oblasti po celém světě.

Cílem této práce je pomocí dotazníkového šetření porovnat nákupní chování spotřebitelů služeb CR během pandemie koronaviru v roce 2020 a 2021. Práce se dělí na teoretickou část a praktickou část. V teoretické části jsou rozebrány důležité pojmy jako je cestovní ruch, nákupní chování, služby cestovního ruchu a koronavirus, které je potřeba znát pro praktickou část.

Teoretická část je rozdělena do čtyř kapitol. První se zabývá základními pojmy z oblasti cestovního ruchu jako jsou druhy, formy a předpoklady cestovního ruchu a dále typy účastníků. Druhá kapitola se zabývá službami cestovního ruchu a jejich vlastnostmi. Věnuje se službám dopravním, stravovacím, ubytovacím, informačním a službám cestovních kanceláří a agentur. Třetí kapitola se zaměřuje na koronavirovou pandemii. Uvádím v ní základní informace, příznaky, očkování, vývoj situace v ČR a ve světě. Poslední kapitola teoretické části se věnuje nákupnímu chování, kde definuji pojmy jako zákazník, spotřebitel, spotřební chování, faktory ovlivňující nákupní chování a rozhodovací procesy při nakupování.

Praktická část se zaměřuje na porovnání změn nákupního chování spotřebitelů cestovního ruchu v roce 2020 a 2021, které vychází z provedeného dotazníkového šetření. Dotazník je složen ze 30 otázek. Výsledky dotazníku jsou vyhodnoceny pomocí grafů a tabulek. V závěru této práce jsou pak interpretovány celkové výsledky dotazníkového šetření.

1 Cestovní ruch

Dle definice UNWTO je cestovní ruch mezinárodně definován jako sociální, ekonomická a kulturní činnost osob cestujících do míst a pobývajících v místech mimo své obvyklé prostředí po dobu kratší než jeden ucelený rok, za účelem trávení volného času, obchodu a za jinými účely nevztahujícími se k činnosti, za kterou jsou z navštíveného místa odměňováni (UNWTO, 2008).

Cestovnímu ruchu můžeme rozumět ve dvou rovinách. První z pohledu spotřeby, kdy dochází k uspokojování potřeb účastníků cestovního ruchu. Z druhého pohledu jde o příležitosti podnikatelské, které se podílí na společenské ekonomice (Ryglová, 2009, s. 9).

Cestovní ruch přispívá k ekonomice národní i světové. V roce 2019 byl celosvětový podíl cestovního ruchu na HDP 10,3 %. V roce 2020 to bylo pouze 5,3 % a v roce 2021 6,1 %. Tržby z cestovního ruchu za rok 2020 poklesly o 4,9 mld dolarů a v roce 2021 vzrostly o 1 mld dolarů. V cestovním ruchu přišlo o práci celosvětově 62 milionů osob, což byl pokles o necelých 19 %. V roce 2019 pracovalo v cestovním ruchu 333 milionů osob a v roce 2020 byl zaznamenán pokles na 271 milionů osob. Během roku 2021 se počet pracovních míst v cestovním ruchu zvýšil o 18 milionů (WTTC, neuvedeno).

V destinacích cestovního ruchu musí být vytvořené zázemí pro ubytování, pro trávení volného času turistů a také musí být zajištěna přeprava do dané destinace. Díky cestovnímu ruchu a jeho multiplikačnímu efektu vznikají nové možnosti podnikání (Indrová, 2007, s. 7).

Cestování slouží k tomu, aby lidé mohli poznávat nová místa, provozovat pohybové aktivity, odpočívat, zklidnit se, seberealizovat se, načerpat na cestách nové zážitky a kulturní poznání (UNWTO, 2008). Vliv kladných zkušeností a referencí předávaných mezi spotřebiteli CR rozvíjí zájem o snahu prožít stejné cestovatelské zážitky.

Cestovní ruch se rozdělujeme na druh a formu (Čertík, 2001, s.16).

1.1 Druhy cestovního ruchu

Cestovní ruch se podle druhu zaměřuje na jevy a jakým způsobem se uskutečňuje s ohledem na podmínkách společenských, ekonomických, geografických a dalších (Indrová, 2007, s. 17).

Měřítko podle vztahu k platební bilanci daného státu – Příjezdový cestovní ruch lze definovat jako pobyt cizinců, kteří přijedou do České republiky. Tranzitní cestovní ruch definujeme tak, že danou zemí turisté pouze projíždí do své cílové destinace. Oba tyto druhy CR jsou přínosné pro platební bilanci a patří do aktivního CR. U výjezdového CR obyvatelé ze své země cestují do cizích zemí. Tento druh CR je považován z důvodu platební bilance za pasivní.

Dle místa uskutečnění CR – O domácím cestovním ruchu hovoříme tehdy, pokud rezidenti cestují v rámci České republiky tedy tuzemska. V rámci zahraničního cestovního ruchu přijedou zahraniční turisté do dané destinace nebo touto destinací pouze projíždí. Jedná se také o činnosti, kdy obyvatel daného státu vyjede do zahraničí. Dalším druhem cestovního ruchu je tzv. vnitřní cestovní ruch, ten zahrnuje aktivity v rámci příjezdového a domácího CR. Do národního cestovního ruchu patří výjezdový a domácí CR. Světovým cestovním ruchem chápeme všechny CR na celém světě, kdy se přejdou hranice země.

Dle doby trvání – Krátkodobý cestovní ruch je pobyt na krátkou dobu, turisté musí přenocovat na 2 noci a doba pobytu je do 3 dnů. Dlouhodobý cestovní ruch je definován na dobu delší jak 3 dny.

Dle způsobu zabezpečení průběhu – se dělí na organizovaný a neorganizovaný CR. V rámci organizovaného cestovního ruchu je pobyt organizován cestovní kanceláří nebo nějakým jiným prostředníkem. Neorganizovaný cestovní ruch si organizuje každý turista sám.

Dle způsobu účasti a formy nákladů účasti – dělíme ho na volný a vázaný CR. Volnému cestovnímu ruchu se také říká komerční, to znamená, že turista si sám platí výdaje. Vázaný cestovní ruch, někdy také nekomerční, kdy si osoba platí jen část výdajů, zbytek většinou platí zdravotní pojišťovny nebo zaměstnavatel, pokud zaměstnanec splní podmínky, které byly předem určeny (Čertík, 2001, s.16-19).

1.2 Formy cestovního ruchu

Jedná se především o motiv, proč se cestovatelé rozhodli vycestovat (Indrová, 2007, s. 17).

Formy cestovního ruchu rozdělujeme do devíti kategorií.

- Rekreační forma CR – řadíme ji do formy primárního CR, kdy si návštěvníci odpočinou jak duševně, tak i fyzicky.
- Kulturně-poznávací forma CR – turisté navštěvují především historické památky a také akce kulturního rázu.
- Lázeňsko-léčebná forma CR, kdy se návštěvníci léčí a rekreují v lázních. Lázeňský CR patří mezi nejvýznamnější atraktivity formy CR v Česku.
- Sportovně-rekreační formu CR – během pobytu jsou provozovány především sportovní aktivity jako je cyklistika, pěší turistika, sporty provozované ve vodě, turistika v horách a také lyžování. Pro pěší turistiku jsou u nás dobré podmínky, jelikož jsou cesty velmi kvalitně udržovány a také značení patří k nejkvalitnějším v Evropě.
- Forma CR spojená s profesními motivy – patří sem turistika kongresová, incentivní (cesty kolektivů z práce, které je mají namotivovat), cesty obchodní a také účast na výstavách a veletrzích.
- Seniorská forma CR – stárnutí populace, aktivní senioři, důležitý segment CR atd.
- Mládežnická forma CR – jedná se o klienty, kteří svoji cestu můžou později zopakovat
- Turistika venkovská, kam se řadí i ekoturistika a agroturistika, provozována většinou ve společnostech, které jsou dobře technicky vyspělé. Návštěvníkům většinou záleží na regeneraci a ekologii.
- Další formy CR jako jsou např. turistika lovecká, náboženská, nákupní, průmyslová nebo dobrodružná (Čertík, 2001, s.16-19).

1.3 Předpoklady CR

Chceme-li cestovní ruch realizovat v požadované kvalitě a dále jej rozvíjet s ohledem trvalé udržitelnosti je třeba aby vybraná oblast disponovala následujícími předpoklady:

Předpoklady přírodní – záleží zejména na podmínkách klimatu, terénním rázu jako jsou hory, roviny, pouště, vrchoviny atd., dále na tocích vodstva, vodních plochách, přírodních zdrojích

(prameny s léčivou vodou) a také výjimečné přírodní atraktivity, do kterých můžeme zařadit činné sopky, přírodní rezervace a propasti.

Předpoklady kulturně-historické – především závisí na architektonických památkách, kam řadíme zámky, hrady, církevní stavby, skanzeny, památníky a památkové rezervace. Dále také akce kulturního charakteru, významná místa (místa, kde se narodily významné osobnosti, bojiště, které jsou důležitá z historie), lidové umění a tradice (lidové kroje, architektura a tradiční zvyky).

Předpoklady sociálně-ekonomické – do předpokladů ekonomických patří úroveň státní ekonomiky, platební bilance, jak vysoké je HDP, jaký stupeň životní úroveň v dané zemi je, jak vysoký disponibilní příjem obyvatelstvo má, jaká je na trhu úroveň nabídky služeb, dále např. fond volného času a další.

Předpoklady materiálně-technické – tyto předpoklady souvisí s dopravní dostupností, kapacitou a úrovní ubytování, maloobchodu, stravování, rekreačně-sportovních a kulturních institucí, které jsou používány v cestovním ruchu.

Předpoklady politické – závisí na politické situaci v zemi, zda má země stabilní nebo nestabilní politiku. Zda se v zemi vyskytuje násilí nebo ne, válka, převrat a teror. Záleží také na zajištění bezpečnosti návštěvníků, aby nedošlo k okrádání nebo provozování násilí na turistech.

Předpoklady ekologické – záleží, zda je v zemi vhodné přírodní prostředí, kam se zahrnuje čistota vody, vzduchu a kvalita potravin. Jsou spojené s přírodními katastrofami jako jsou výbuchy sopek záplavy, tsunami, zemětřesení nebo pandemie. Přílišná koncentrace turistů naopak může způsobit mnohdy až nevratné škody na životním prostředí a místní krajině.

Předpoklady personální – souvisí s tím, na jaké úrovni jsou profesionální pracovníci v oblasti cestovního ruchu.

Předpoklady administrativní – tento předpoklad se vztahuje k pravidlům vjezdu a výjezdu z dané země, tedy souvisí s cestovním ruchem zahraničním. Jako jsou víza, pravidla směnářské, pasové a celní kontroly. Česká republika je členem Evropské unie, a tak jsou pravidla pro vjezd a výjezd do zemí, které jsou členy EU jednodušší než do zemí, které členy nejsou.

Předpoklady demografické – do předpokladů demografických patří zvyky, mentalita, věkové složení, míra vzdělanosti, úmrtnosti, porodnosti, osídlení a jeho charakter obyvatelstva dané země (Čertík, 2001, s. 25-27).

1.4 Typy účastníků v CR

Stálý obyvatel (rezident) v domácím cestovním ruchu je osoba, která žije alespoň šest po sobě následujících měsíců na jednom místě, před příjezdem do jiného místa kratší na dobu než šest měsíců. V zahraničním cestovním ruchu je to osoba, která žije v zemi alespoň jeden rok před příjezdem do jiné země na kratší dobu než jeden rok (Hesková, 2010, s. 11).

Návštěvníky můžeme rozdělit z hlediska důvodu návštěvy. Z důvodu zábavy, jde většinou o dovolenou, provozování sportů, poznání kultury, návštěvu příbuzných a známých. Další je služební cesta, kde je důvodem obchod, schůzky a úkol služební. Posledním důvodem jsou ostatní motivy turistické a tam spadá pobyt studijní a tranzitní cesty (Ryglová, 2009, s. 15).

Výletník neboli jednodenní návštěvník, stráví v destinaci čas bez toho, aniž by tam přenocoval, většinou je to do 24 hod.

Turista je v mezinárodním významu typ účastníka, který vycestuje do cizí země, ve které trvale nežije a stráví tam alespoň jednu noc. Z hlediska domácího CR je turista osoba, která trvale pobývá v zemi a vycestuje mimo její běžné prostředí a stráví tam alespoň jednu noc. Podle doby pobytu je můžeme rozlišit na turistu na dovolené a turistu pobývacího krátkodobě (Indrová, 2007, s. 14).

Turistu jde dále dělit na:

Masového turistu, který má příjmy středních tříd. Přepokládají, že jim budou splněna všechna přání hotelovým personálem (Hesková, 2010, s.62).

Organizovaný masový turista je turista, který cestuje v početnější skupině, chce pobývat v hotelech, jíst jídlo, které je mu známo a domluvit se v jazyku, který ovládá. Účastní se skupinových zájezdů v doprovodu průvodce a jeho pobyt je naplánovaný a má přesný plán. V kontaktu s místním obyvatelstvem a kulturou jsou pouze okrajově.

Individuální masový turista je turista, který ve většině případů radši cestuje sám než ve skupině. Je také rád ubytován v prostředí, které je mu známo tak jako organizovaný masový turista (Tourism teacher, 2023).

Turista objevitel je turista vyhledávající nové objevy a informace o navštívených místech. Navazuje kontakt s místním obyvatelstvem. Většinou nepreferuje leteckou dopravu do jeho destinace a cesta proto trvá déle. Může to být i pár týdnů.

Elitní turista, je turista, který se většinou zdržuje v místě pobytu své dovolené delší dobu než masový turista. Cestuje po celém světě. Vyhledává zážitky, které nejsou jen tak pro každého. Navštěvuje Nepál, africké buše atd. Tento typ turisty nenavštěvuje centra plná turistů, nepotřebuje k pobytu služby vysokého standardu a umí se přizpůsobit místním podmínkám.

Turista neobvyklý má zálibu v kulturách „primitivních“. Používá ale při pobytu všechny civilizační přednosti.

Turisté individuální cestují většinou v menších skupinách nebo jednotlivě. Tento typ turistů je na vzestupu. Zaplatí si za služby vysokého standardu.

Turista charterový se málo zajímá o místní obyvatelstvo a jejich kulturu. Jezdí na kratší pobyt a využívá všechny služby, které hotel nabízí tak, aby dovolená byla co nejvíce podle jeho představ. Dále tento typ turistů můžeme dělit podle kulturního zájmu. A to na turisty motivované kulturou – do této skupiny se řadí menší počet těchto turistů. Jejich nároky jsou velmi vysoké a jejich příjmy patří k těm vyšším. Většinu pobytu si naplánují oni sami. Využívají cestovní kancelář jen z důvodu zajištění informací o zajímavých místech a aktivitách v dané oblasti. Dalším typem charterových turistů jsou turisté inspirovaní kulturou. Tito turisté patří k nejčtenějším z charterových turistů. Zavítají však jen na akce kulturní a památky v oblasti jejich dovolené. Většinou se nevracejí na místa, které již navštívili. Požadují toho vidět co nejvíce během jejich krátkého pobytu a aby to stálo co nejméně. Třetím typem charterových turistů jsou turisté, které lze získat pro kulturu. Přezdívá se jim turisté „flegmatici“. Většinu svého času na své dovolené tráví na pláži a občas se jedou podívat na památky (Hesková, 2010, s. 62).

2 Služby CR

Služby cestovního ruchu dělíme na primární a sekundární. Primární potřeby neboli cílové, kam řadíme využití sportovní, historické a kulturní poznání. Sekundární nazýváme zprostředkující služby jako je strava, místo na přespání, doprava do cílového místa pobytu atd. (Orieška, 2010, s. 7).

Služby můžeme charakterizovat jako statky ekonomické a většinou charakteru nehmotného.

2.1 Služby a jejich vlastnosti

Vlastnosti služeb rozdělujeme do dvou skupin, a to na obecné vlastnosti a speciální vlastnosti, které se používají jen v cestovním ruchu.

Obecné vlastnosti služeb se vyznačují svou nemateriálností, dochází k využití lidské práce. Dále pomíjivostí, vnější faktor je zapojen do procesu poskytování služeb a harmonie mezi spotřebou a poskytnutí služeb.

Speciální vlastnosti služeb pak můžeme charakterizovat jako spotřebitelova neanonymnost, služby jsou vázané na místo a časově na primární nabídku CR, služby jsou jednoduše nahraditelné a charakter služeb je zastoupený z mnoha oborů. Poptávka je sezonní a dynamická, požadují se informace o službách a kvalita poskytovaných služeb, potřeba služby zprostředkovávat, služby jsou komplexní a doplňují se (Orieška, 2010, s. 9).

V této části se věnuji službám CR jako je doprava, ubytování, stravování, služby cestovních kanceláří a informační služby.

2.1.1 Dopravní služby

Služby dopravy mají za úkol přepravit účastníky, kteří se podílí na cestovním ruchu, z místa bydliště do požadovaného místa a také nazpět a přesouvání se v místě jejich pobytu. Důležitou součástí dopravy v cestovním ruchu je individuální a veřejná doprava. Účastník cestovního ruchu může využít i veřejnou dopravu v místě pobytu, která má předem dané podmínky pro přepravu a tarify (Orieška, 2010, s. 37).

Při rozvoji cestovního ruchu v některých destinacích a oblastech se buduje specifická dopravní infrastruktura jen kvůli CR. Jedná se o lyžařské vleky, horské tratě a lanovky (Ryglová, 2009, s. 51).

Doprava silniční

Tento druh dopravy nedokáže přepravit tolik osob najednou, je realizována auty a autobusy. Výhodami silniční dopravy je dostupnost míst CR, přepravní pohotovost je vysoká, nezávislost a rychlost. Jako nevýhodu bych zmínila omezenou možnost zavazadel a nákladu, silnice mohou být nebezpečné a znečišťování ovzduší výfukovými plyny.

V tomto druhu dopravy se používají autobusy, osobní automobily a taxi. Autobusy pak dělíme na veřejné a neveřejné. Veřejné se dělí na kyvadlovou a linkovou dopravu. Neveřejná autobusová doprava se dělí na předem objednané zájezdy, transfery, vyhlídkové a okružní jízdy (Orieška, 2010, s. 78–80).

Silniční doprava je nejrozšířenějším druhem dopravy v ČR. Další výhodou je také, že se díky silniční dopravě dostanete do míst, které ostatními druhy dopravy nejsou přístupné. Dochází k navázání dalších druhů dopravy jako je letecká, vodní a železniční (Indrová, 2007, s. 54).

Dělí se na vnitrostátní a mezinárodní silniční dopravu. Vnitrostátní silniční doprava se odehrává v rámci jednoho státu, což znamená, že cílové a nástupní místo leží ve stejné zemi. Mezinárodní silniční doprava se provozuje na území dvou a více států nebo v rámci jednoho státu, ale vozidlo překročí během jízdy na území druhého státu (Orieška, 2010, s. 79).

Doprava letecká

Jedná se o nejmladší druh dopravy a také je nejrychlejší. Její výhodou je její rychlost, pohodlnost a bezpečnost, vhodná pro delší vzdálenosti (Orieška, 2010, s. 54).

Náklady jsou vyšší a jsou promítnuty v ceně (Indrová, 2007, s. 54).

Leteckou dopravu můžeme rozdělit na dva typy a to na pravidelnou leteckou dopravu a nepravidelnou leteckou dopravu, které se říká charterová. Pravidelná letecká doprava létá podle zveřejněného letového řádu, který se uskutečňuje na pravidelných linkách. Charterová doprava je pak na objednání, většinou pro cestovní kanceláře, které si je objednají pro své zákazníky a dále pak pro zájmové kluby a skupiny.

Dále leteckou dopravu rozdělujeme na vnitrostátní a mezinárodní. Vnitrostátní letecká doprava létá bez překročení hranic daného státu. Mezinárodní letecká doprava je provozována na území více států (Orieška, 2010, s. 54).

Doprava vodní

Přepravuje účastníky ČR skrz vodní cesty. Jeden z nejstarších druhů dopravy. Dopravu vodní můžeme charakterizovat její pomalejší rychlostí, není tak dostupná jako ostatní druhy dopravy. Používá se pro plavby rekreační, kde je možnost se ubytovat a stravovat během plavby. Mezi výhodou patří, že pojme velkou kapacitu cestujících a to hlavně v dopravě námořní. Dělíme ji na vnitrozemskou a námořní (z hlediska druhu, kterou vodní cestu používají). Z časového hlediska pak na pravidelnou a nepravidelnou. V Česku se setkáme jen s dopravou vnitrozemskou, provozují se plavby po řekách, vodních nádržích, kanálech a jezerech (Orieška, 2010, s. 94-95).

Dopravu vodní můžeme rozdělit do tří druhů plavidel a to na:

Plavidla rekreační – čluny a motorové lodě řadíme do individuálních plavidel, kde není možné přenocovat. Dále se sem řadí hausbóty, což je soukromé plavidlo, kde je možnost se ubytovat a obytné lodě, které si lidé často pronajímají.

Lodě výletní – mají větší přepravní kapacitu, ale není zde možnost přenocovat. Dělí se na pravidelnou a nepravidelnou. Přepravují turisty např. po přehradách, speciální lodě jako pirátské a výletní přepravující klienty na ostrovy.

Lodě kajutové – tyto lodě mají místo pro přenocování cestujících. Místa mohou začínat na desítkách až stovkách turistů (především pro říční dopravu), některé přepraví i tisícovky osob (uplatňovány v námořní dopravě). Doba přepravy trvá většinou několik dní a na lodích jsou poskytovány služby jak základní jako je strava, ubytování a přeprava osob, tak i rekreační, zábavní, společenské a ostatní služby (Ryglová, 2011, s. 70).

Dále můžeme vodní dopravu rozdělit na hromadnou a individuální. Do hromadné vodní dopravy patří výletní lodě, trajekty, okružní plavby a kabotáž. Do individuální vodní dopravy pak jachty, motorové čluny atd. (Ryglová, 2009, s. 61).

Doprava železniční

Je jednou z nejstarších druhů dopravy. Za výhody železniční dopravy považujeme její pohodlí, rychlost, bezpečnost a přepravení velkého počtu osob. Vlaky mezinárodního charakteru obsahují restaurační vozy a možnosti přespání v lůžkových vozech (Indrová, 2007, s. 55).

Rozděluje ji na vnitrostátní a mezinárodní, pravidelnou a nepravidelnou. Vlaky podle kategorií rozdělujeme na expresy, rychlíky, osobní a spěšné (Orieška, 2010, s. 40-42).

Služby ostatních druhů dopravy

Jedná se o dopravu místní. V centrech měst je provozována městská hromadná doprava. V našich podmínkách se využívají tramvaje, autobusy a trolejbusy. V Praze pak i metro. V ostatních zemích se používá nadzemní rychlodráhy. V některých městech se používají kočáry, které tahají koně. V horských městech, kde najdeme lyžařská střediska, se můžeme setkat s lanovkami, vleky a zubačkou (Orieška, 2010, s. 109-110).

2.1.2 Ubytovací služby

Služby ubytovací nabízí možnost přespání nebo také možnost se ubytovat přechodně v daném místě. Ubytovaní dělíme podle klasifikace a kategorizace.

Kategorizace ubytovacích zařízení rozdělujeme podle druhu.

Hotel – druh ubytování, které musí mít alespoň 10 pokojů. V nabídce mají možnost stravování, využití konferenční místnosti, relaxování, zábavní a společenské služby.

Hotel garni – tak jako hotel obsahuje nejméně 10 pokojů, ale nemá tak velké prostory pro stravování, většinou jsou v nabídce alespoň snídaně.

Penzion – obsahuje nejméně 5 a nejvíce 20 pokojů. Nabízí doplňkové a společenské služby v omezeném množství. Je třeba mít místnost, která slouží ke stravování.

Motel – slouží především pro motoristy a musí mít nejméně 10 pokojů sloužících k ubytování. Najdeme je poblíž silnic a dálnic, kde mají řidiči možnost zaparkovat své vozidlo.

Botel – jedná se o zakotvenou loď, které musí kotvit trvale. Hosté jsou ubytováni v kajutách (Orieška, 2010, s.120-122).

Chata – budova, kterou si můžete pronajmout na určitou dobu.

Kemp – v nabídce většinou mají svoje chaty a bungalovy, je zde možnost si dovést své vlastní zařízení na ubytování jako je např. stan, obytný přívěs a auto.

Turistická ubytovna – v jedné místnosti ubytovny najdeme více lůžek. Není zde takový komfort a vybavenost jako v jiných ubytovacích zařízeních (Ryglová, 2011, s.50).

Depandance – jedná se o budovu, která stojí vedle ubytovacího zařízení a nemá recepci. Většinou se nachází do 500 m (Ryglová, 2009, s. 43).

Klasifikace stanovuje minimum požadavků, které musí třídy mít. Klasifikace řadí ubytovací zařízení do pěti tříd a ty jsou označeny od jedné do pěti hvězdiček podle kvality služeb a jaké vybavení mají pokoje daného ubytování. Jedna hvězdička znamená turistickou třídu, dvě hvězdičky economy, tři standart, čtyři pak první třídu a pět hvězdiček luxusní třídu. Certifikace znamená, že ubytovací zařízení dostane speciální certifikát, který je vyznačen speciální nálepkou, což je Klasifikační znak. Certifikace však není povinná. Udělují ji AHR ČR a UNIHOST (Orieška, 2010, s.123).

2.1.3 Stravovací služby

Stravovací služby uspokojují potřeby výživy. Tyto služby jsou využity během přepravy i v cílovém místě během pobytu účastníků.

Pokud se turisté účastní mezinárodního cestovní ruchu, dochází během stravování i ke kulturnímu seznámení daného regionu a národa (Indrová, 2007, s. 41).

Stravovací služby mají funkce jako je základní stravování, kam patří menu v jídelním lístku a nápoje, dále stravování doplňkové, občerstvení a společenské a zábavní služby.

Během pobytu na dovolené se můžeme stravovat i individuálně, provozováno většinou v ubytovacím zařízení, které turista momentálně využívá jako jsou např. apartmány, studia, ubytování v soukromí nebo třeba v kempu.. Tento druh stravování většinou bývá levnější, ale nevýhodou je, že zabere volný čas a je ve formě konzerv, sušeného jídla nebo polotovarů a hotových jídel (Orieška, 2010, s. 137).

Zařízení hostinská můžeme rozdělit podle druhu na: restaurace a bary. Restaurace se zaměřují na prodej jídel, je zde však možnost koupit i nápoje a provozovat společenskou zábavu. Restaurace dělíme podle druhu na: restaurace, jídelny, pohostinství, samoobslužná restaurace, motorest, bistro, bufet, kiosek a občerstvení. Bary dominují prodejem nápojů, možnost realizace společenské zábavy a zakoupíte zde také pokrmy studené kuchyně, minutky a cukrářskou výrobu. Dělíme je na bary denní, noční, lobby, vinárna, espresso, kavárna, noční klub, hostinec, výčep piva, pivnice, dancing a variety (Orieška, 2010, s. 140-142).

2.1.4 Služby cestovních kancelář a agentur

Cestovní kanceláře a cestovní agentury nabízejí další služby spojené s cestovním ruchem. Podávají informace, které mají souvislost s podílením se na cestovním ruchu. Zarezervují vám sedadla v autobuse, vlaku, letadle a dalších dopravních prostředcích. Zprostředkují vám prodej dopravních cenin jak tuzemských, tak zahraničních. Tematicky zaměřené akce jsou vhodné pro jednotlivce i skupiny osob. Dále také zprostředkovávají výlety jednodenní. Prodají léčebné lázeňské pobyty. Zajistí služby průvodce, pojišťovací a kongresové. Pomohou s opatřením víza, taxislužby a půjčením auta jak v ČR, tak i zahraničí. Zprostředkují prodej vstupenek na sportovní a kulturní akce a mohou také provozovat směnárenské služby. Prodávají kolky, mapy, ceniny, pomůcky a zboží k cestování (Ryglová, Burian, Vajčnerová, 2011, s. 60-61).

Cestovní kancelář

Cestovní kanceláře mají za hlavní cíl své činnosti vytvořit a zabezpečit služby cestovního ruchu v takové kombinaci, aby zaujaly zákazníka a poté si je zakoupil. Dále nabízejí

a sestavují forfaitové zájezdy, kdy jsou splňovány specifické požadavky zákazníka. Cestovní kanceláře můžeme dělit na specializované a základní. Cestovní kanceláře základní nabízí služby v celém spektru. Cestovní kanceláře specializované jsou pouze zacíleny na určitý druh nabízených služeb, někdy také na klientelu (Ryglová, Burian, Vajčnerová, 2011, s. 60-62, s. 88).

Cestovní kanceláře se musí pojistit proti úpadku dle zákona č. 159/1999 Sb. v pozdějším znění na základě směrnice Rady EP č. 90/314 EHS (Zákon č. 159/1999 Sb).

K nejznámějším cestovním kancelářím v ČR patří Alexandria, Blue Style, Fischer, Čedok, Invia a Redok. K říjnu 2022 je v ČR 584 cestovních kanceláří (Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2022).

Cestovní agentura

Přeprodávají zájezdy, které byly vytvořeny cestovní kanceláří a CA za to dostává provizi. Cestovní agentury nemusí být pojištěny proti úpadku. Dále také zabezpečují jednotlivé služby CR (Ryglová, Burian, Vajčnerová, 2011, s. 88).

2.1.5 Služby poskytující informace v CR

Informační služby v CR jsou získávány většinou z internetu, turistických informačních centrech, ze systémů rezervačních a informačních. Služby informační poskytují informace o cílových destinacích, jaké služby poskytují a objektech CR. Jsou to informace o přírodě, podmínkách klimatu, infrastruktuře, o místním obyvatelstvu, kde se ubytovat a stravovat atd.

Turistická informační centra – najdeme je na místech a v centrech, kde probíhá CR. Jedná se o veřejnou službu. Poskytují veřejnosti informace bezplatně, jako doplňující mají placené služby. Dávají informace o službách a atraktivitách o daném místě a kraji a regionu. Dále nabízí materiály informační a propagační. Značí se písmenem I. Poskytují informace skrz telefon, elektronická média, poštu, tištěné podobě a osobně.

Informační a rezervační systémy – význam pojmu informační systém CR lze vysvětlit jako skupinu lidí, proces a zařízení na sběr informací, analyzování, zachovávání, třídění, poskytování a hodnocení informací potřebných během rozhodování v CR. Jejich charakter je mnoho oborový, řadíme do nich státní správu, samosprávu místní, regionální a celostátní. Patří sem informační systémy počítačů, TIC, městské plány, vyznačení cest turistických a cyklotras.

Internet – díky internetu se dostaneme k různým databázím, jako je i nabízení služeb CR. Najdeme zde nabídku cestovních agentur a kanceláří, dále si můžeme objednat hotelový pokoj, informace o dopravních spojení nebo se podívat na restaurace (Orieška, 2010, s. 26-35).

Dále na internetu najdeme různé rezervační systémy na prodej služeb jako je Booking, Trivago, Hotels.com, Agoda, Expedia, atd. (Maxi-booking, nedatováno).

Pro rezervování letů slouží tyto portály Skyscanner, KIWI.com, Momondo, Google Flights atd. (Travel freak, 2023).

3 Pandemie koronaviru

Tato kapitola se věnuje koronavirové pandemii. Poté, co se objevil covid-19, život každého z nás se změnil. Pokud jde o různá omezení, které se pojí s restrikcemi proti šíření koronaviru, jednalo se např. o nošení roušek a respirátorů, používání desinfekce, online výuku, omezení pohybu lidí, očkování proti koronaviru, uzavření ubytovacích a stravovacích zařízení, omezení spojené s cestováním atd. Vládní opatření se zaměřovala na omezení pohybu a setkávání se osob, aby nedocházelo k šíření koronaviru, to se následně podepsalo na stavu ekonomiky a také v dalších sférách.

Během pandemie koronaviru musel být několikrát vyhlášen nouzový stav.

Jednou z nejvíce postižených oblastí byl také cestovní ruch, kdy byla uzavřena ubytovací a stravovací zařízení. Problémy měla i letecká doprava. Dopad to také mělo na cestovní kanceláře a cestovní agentury, kterým klesly prodeje nabízených služeb. Některé kvůli tomu musely dokonce ukončit činnost nebo se dostaly do úpadku.

3.1 Základní informace o covid-19

Jedná se o nový typ koronaviru zapříčiněný SARS-CoV-2. Tento typ koronaviru se nejdříve objevil v Číně ve městě Wuchanu, a to v prosinci roku 2019. Během posledních tří let bylo objeveno několik mutací koronaviru.

Koronavirus se zjistí pomocí PCR testů nebo antigenních testů, které však nejsou tak spolehlivé.

Kvůli pandemii koronaviru byla zavedena opatření jako nošení roušek a respirátorů ve vnitřních prostorách, odstup od ostatních alespoň 1,5 m, pravidelné mytí rukou a aplikace dezinfekce (Covid.gov, 2022).

Virus byl přenášen především vzduchem pomocí kapének a po dotyku povrchů, kterých se dotkla osoba, která byla infikovaná nebo blízkým kontaktem s nakaženým. Přenášel se také, když infikovaný zakašlal, smál se, kýchal, zpíval a mluvil (Cleveland Clinic, 2022).

Domácí izolace byla původně na 14 dní od potvrzeného pozitivního testu. Během varianty omicron byla ale zkrácena na 5 dní (Covid.gov, 2022).

Omicron byl zatím poslední známá mutace a byl velice nakažlivý. Navíc se projevoval jako nachlazení. Příznaky většinou bývaly rýma, kašel, bolest v krku, únava a kýchání. Tato varianta však nebyla tak nebezpečná, a proto nebylo hospitalizováno tolik lidí v nemocnicích. Dále také byla menší úmrtnost (NBC News, 2021).

3.2 Příznaky a očkování

Příznaky se lišily podle mutace koronaviru. Většinou se projevoval ztrátou čichu a chuti, rýmou, bolením kloubů, kašlem, horečkou a únavou. Dále se také mohl projevovat bolestmi hlavy, v krku, vyrážkou, zažívacími problémy a také problémy s očima jako začervenání a podrážděnost. Některé příznaky mohly být závažnější, projevovaly se bolestmi na hrudi, pacient měl potíže s dýcháním a trpěl dušností. Pokud byl průběh nemoci závažný, mohlo dojít k hospitalizaci

v nemocnici. Příznaky se převážně objevily během 5 až 6 dní, ale u některých jedinců to mohlo trvat až 14 dní (WHO, nedatováno).

Na koronavirus bylo možné se očkovat, to však nezajistí, že nemoc nedostanete. Díky očkování byste však měli mít mírnější příznaky, být chráněni před smrtí a před hospitalizací. Nejdříve stačily dvě dávky vakcíny, poté se přeočkovávalo již třetí dávkou.

V EU byly dostupné vakcíny od značky Pfizer, Moderna, AstraZeneca a Johnson & Johnson.

3.3 Vývoj Covid-19 v České republice

V České republice se první případ koronaviru objevil 1. března 2020. Poté následovalo vyhlášení prvního nouzového stavu a to 12. března 2020. Nouzový stav může trvat nejdéle 30 dní, vyhláší ho vláda, pokud dochází k haváriím průmyslovým, ekologickým, živelným pohromám nebo dalšímu nebezpečí, které může ohrožovat zdraví, životy a také majetek občanů. Pokud ho vláda chce prodloužit, potřebuje souhlas Poslanecké sněmovny. Nouzový stav urychlil snižování pohybu osob, docházelo k uzavírání základních, středních a vysokých škol, restaurací a obchodů (Advokátní deník, 2021).

Během roku 2020 kvůli koronavirové pandemii byla spousta zájezdů zrušena přímo cestovními kancelářemi, případně lidé své dovolené zrušili sami. Pokud se zájezdy měly konat v termínech od 20. února do 31. srpna 2020, byly vydávány vouchery místo vrácení peněz za zaplacený zájezd, které vyplývají ze zákona č. 185/2020 Sb. Vouchery se vydávaly, aby cestovní kanceláře nezkrachovaly. Vouchery byly označeny jako Lex Voucher, platily do 31. srpna 2021 a musely být proplaceny nejpozději do 15. září 2021 (Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2021).

Od března 2020 došlo k uzavření ubytovacích zařízení jako jsou hotely, penziony atd. Jak stravovací služby, tak i ubytovací služby musely uzavřít své podniky. První omezení ohledně stravování se událo 13. března 2020. Jednalo se o uzavření v nočních otevíracích hodinách. 14. března došlo k úplnému uzavření restaurací a stravovacích zařízení. Prodávala se pouze jídla s sebou. Toto uzavření trvalo do 11. května 2020. Restaurace tak mohly otevřít, ale servírovat jen na zahrádkách a dalších venkovních prostorech. Stoly musely mít mezi sebou mezery alespoň 1,5 m, dále se po použití zákazníků vždy musely vydezinfikovat. Dále se mohly otevřít i vnitřní prostory restaurací od 25. května 2020, otevřeno mohlo být pouze od 6 hodin do 23 hodin (Podnikatel, 2021).

Na podzim došlo k nástupu druhé vlny koronaviru a další vyhlášení nouzového stavu se událo 5. října 2020, který byl účinný až do 11. dubna následujícího roku (Advokátní deník, 2021).

Další omezení ohledně restaurací přišla na začátku září 2020, kdy se znovu změnila otevírací doba restaurací. Otevíraly od 6 hodin a zavíraly o půlnoci. Toto omezení však platilo jen v Praze, na Uherskohradištsku a ve Středočeském kraji, kde byla koronavirová situace horší než v jiných oblastech. Poté toto opatření začalo znovu platit na území celé ČR. Na začátku října začalo platit následující opatření – nejdříve 6 osob u jednoho stolu, později jen 4 osoby u stolu a zavírací doba byla zkrácená na 20. hodinu večer. Od poloviny října byl znovu zaveden zákaz přístupu veřejnosti a znovu se prodávalo jen přes výdejní okénka.

Koncem října se musely znovu uzavřít ubytovací zařízení a to až do začátku prosince 2020. Poté došlo k rozvolnění opatření během prosince, ale opět musely být uzavřeny od 18. prosince 2020.

Restaurační zařízení znovu otevřely až od začátku prosince 2020 a otevírací doba byla znovu omezena. Znovu se restaurace uzavřely od 18. prosince (Podnikatel, 2021).

Na konci prosince 2020, přesně 27.12. se začalo s očkování proti covid-19. První očkovací vakcíny bylo od firem BioNTec a Pfizer. Nejdříve se začalo s očkováním lidí pracujících ve zdravotnictví a seniorů. Tyto vakcíny byly podány ve dvou dávkách a rozestup mezi nimi byl 21 dní (Vláda, 2021).

Od 1. března do 21. března 2021 platilo nařízení k úplnému omezení pohybu lidí mezi okresy. Pokud občané pracovali v jiném okrese, museli mít speciální potvrzení, kde musel stát důvod, proč cestuje do jiného okresu (Ministerstvo vnitra České republiky, 2021).

Ubytovací zařízení byla uzavřena od prosince 2020 až do května 2021. Výjimka platila pro jedince ubytované za účelem pracovní cesty nebo z důvodu návštěvy lékaře. Restaurace zůstaly zavřené až do 17. května 2021. Poté došlo k znovuotevření zahrádek, omezení otevírací doby však stále trvalo. Zákazníci se museli prokázat negativním testem, očkováním nebo oznámení o prodělaném covidu.

Od 24. května 2021 se znovu hotely a penziony otevřely. Hosté se museli prokazovat negativními testy. Ubytovací kapacity nebyly nijak omezeny (původně měla být nejvíce 25% obsazenost). Do května 2021 bylo uzavřeno víc než 80 % ubytovacích zařízení v ČR.

Vnitřní prostory znovu otevřely od 31. května 2021 a došlo ke zrušení omezení otevírací doby. Od začátku listopadu byli poskytovatelé stravovacích zařízení povinni zkontrolovat, zda jsou zákazníci očkovaní, prodělali nemoc nebo mají negativní test na koronavirus, před prodejem služeb. Koncem listopadu se již zákazníci nemuseli prokazovat negativním testem a znovu byla zavedená omezená otevírací doba (Podnikatel, 2021).

Další nouzový stav byl vyhlášen 25. listopadu 2021 a platil od 26. listopadu do 25. prosince 2021. Byly zrušeny trhy vánoční, dále došlo k zavření barů, restaurací a klubů v noční otevírací době. Nebylo povoleno jíst v obchodních centrech, jídlo si zákazníci mohli pouze odnést sebou. Dále byly povoleny akce do 1 000 účastníků. Prodávání vánočních stromů a kaprů však povoleno bylo (Advokátní deník, 2021).

Od konce prosince 2021 už neplatila omezená otevírací doba restaurací. Od začátku ledna 2022 znovu mohlo sedět 6 zákazníků u jednoho stolu (Podnikatel, 2021).

Dále byly vouchery vystaveny na kulturní akce. Vouchery byly vystavovány na akce, které se měly konat do 30. září 2021. Pokud tyto akce byly zrušeny, zákazníci dostali voucher v ceně vstupenky a mohli si o vouchery požádat do 31. prosince 2021. Po vydání voucheru musela být zákazníkovi nabídnuta jiná akce, a to nejpozději do 6. měsíců, kdy akce se musí konat do 31. října 2022. Pokud nová akce stojí více než původní, nemůže pořadatel akce tento rozdíl požadovat. V případě, že nebyl voucher vydán zákazníkovi od podání jeho žádosti do jednoho měsíce, musí pořadatel peníze vrátit do 14 dní. Jestliže osoba, která měla vstupenku na akci a je těhotná, na rodičovské, na mateřské, má kartičku ZTP, uchází se o zaměstnání nebo osoby, kterým je nad 65 let, musí jim být peníze za vstupenku vráceny a to do 14 dnů (Covid.gov, 2022).

3.4 Situace ve světě

Během první vlny pandemie bylo více zaznamenaných nakažených v Severní Americe a Evropě. Naopak v Asii jich bylo více ve druhé a třetí vlně koronaviru.

V Oceánii bylo potvrzeno něco přes 5 mil. nakažených, v Africe 11,5 mil., necelých 56 mil. v Jižní Americe, v Severní Americe pak 94 mil., v Asii 142 mil. a v Evropě 180 mil. do září 2022.

Pozitivních a smrtelných případů bylo nejvíce v Evropě, nejméně pak v Oceánii. V Africe nebylo tolik nakažených také kvůli nedostatečnému testování.

Koncem března 2022 necelých 65 % světové populace bylo naočkováno první dávkou proti covid-19.

Začátkem roku 2022 se rozšířil omikron v Evropě a Americe, jednalo se o velmi nakažlivou variantu (Frontiers, 2022).

V roce 2022 hlásila i Severní Korea kolem 4,75 mil. případů covid-19. Po dvou letech Japonsko v roce 2022 otevřelo hranici pro turisty z 98 zemí a regionů. Brazílie hlásila přes 600 tisíc úmrtí do poloviny roku 2022, což je druhá největší úmrtnost na covid-19 na světě (BBC, 2022).

V prosinci 2022 v Číně zavedli novou metodu, jak počítat počet úmrtí na koronavirus. Což znamenalo, že počítali pouze ty, kteří umřeli na nemoci respirační, kam řadí zápal plic. Tato metoda se přičila Světové zdravotnické organizaci. Čína používala vlastní očkování, které nebylo tak účinné jako ostatní vakcíny (BBC, 2022).

3.5 Úbytek turistů – dopad na cestovní ruch

Kvůli pandemii koronaviru došlo k úbytku turistů, hlavně těch zahraničních. Přispělo k tomu uzavření hranic a koronavirová opatření během pandemie. Letecká doprava na tom byla z hlediska cestování nejhůře – především v období dubna a května v roce 2020. Světové organizace cestovního ruchu (UNWTO) a společnost Statista ve svých datech prezentují pokles turismu oproti roku 2019. Tento pokles byl o 73 % v roce 2020. V roce 2021 dosáhl dokonce 85 % a to v prvních pěti měsících daného roku.

Co se týče úbytku letů, byla Česká republika čtvrtou v celé Evropské unii. Češi trávili svoji dovolenou během pandemie koronaviru hlavně v České republice. V roce 2020 vrostl počet českých hostů, kteří zvolili přenocování v ubytovacích zařízeních u nás a to na 80 %. Oproti tomu v roce 2019 to bylo pouze 50 %. Čeští turisté však nenahradili zahraniční klientelu, která je ochotna utratit více peněz než tuzemští návštěvníci (Euractiv, 2021).

Ve 2. čtvrtletí roku 2021 ze zahraničních turistů přijelo nejvíce Němců, kterých se ubytovalo kolem 57 000. Na druhém místě byly Slováci s počtem 53 000 a na třetím místě pak Poláci s necelými 20 000. Dále pak Rakušané, Ukrajinci, Italové, Francouzi, Maďaři, Američané a Rumuni (Česká televize, 2021).

Asociace cestovních kanceláří ČR připomněla, že na rozdíl od ostatních zemí v EU Česká republika příjezdový cestovní ruch nijak nepodpořila. *Český cestovní ruch bude s dopady pandemie a obrovským propadem příjezdové turistiky zápasit minimálně 2-3 roky. Jen v loňském roce činil propad cestovního ruchu více jak 161 mld. Kč. „Bez pomoci budoucí vlády není šance tento negativní vývoj zvrátit. Zároveň odmítáme cynickou strategii, že kdo do roku 2023 přežije, ten*

přežije. Cestovní ruch není abstraktní kategorie. Mluvíme kromě jiného o osudech statisíců zaměstnanců,“ říká viceprezident ČUCR Martin Plachý (Česká unie CR, 2021).

V 2. čtvrtletí roku 2018 přijelo do Česka necelých 185 000 turistů z Číny (Český statistický úřad, 2018).

V roce 2020 a 2021 byl zaznamenán velký pokles počet příjezdů turistů z Číny. V 2. čtvrtletí roku 2019 zavítalo do Česka necelých 184 000 turistů z Číny (Česká televize, 2021).

V roce 2021 v rozmezí od dubna až do června to bylo pouze 434 čínských turistů. Dále docházelo k úbytku dalších asijských turistů, avšak jihokorejských turistů nebylo tak markantně (Česká televize, 2021).

V roce 2020 došlo k úbytku hostů i v českých lázeňských městech. Během 2. čtvrtletí se návštěvnost snížila na čtvrtinu, do lázní zavítalo 57 000 návštěvníků, 51 000 z toho však bylo Čechů. V procentuálním vyjádření je to pokles o necelých 62 % českých hostů a o 94 % hostů z ciziny (Pražský deník, 2020).

3.5.1 Úbytek turistů v Praze

Jednou z nejpostiženějších lokalit byla Praha. V roce 2020 od dubna do června zaznamenala Praha úbytek turistů o 94 %, kteří se v hlavním městě ubytovali (Pražský deník, 2020).

Ztráty se pohybovaly v miliardách. V prvním půlroce 2021 Prahu nenavštívilo ani 1,9 milionů turistů. Zahraničních turistů přijelo kolem 268 000. V roce 2019 byla návštěvnost Prahy 8,4 milionů turistů, zahraničních z toho bylo kolem 6,8 milionů (Euractiv, 2021).

Praha jako region přesto patřila k nejnavštěvovanějším. Navštívilo ji 252 000 návštěvníků, bylo to hlavně kvůli turistům z ČR. Díky poklesu cen ubytování to přilákalo mnoho turistů na víkendové pobyty (Pražský deník, 2020).

Památky jako Václavské náměstí, Karlův most, Pražský hrad a Staroměstské náměstí, které jsou za normální situace až přeplněné, byly v době koronavirové skoro prázdné. Na Karlově mostě se denně za normálních okolností prochází až kolem 50 000 lidí (Česká televize, 2020).

V roce 2021 turistů v Praze oproti roku 2020 ubylo. Do Prahy jezdili hlavně domácí turisté (Pražsky patriot, 2021).

V roce 2022 se turisté do Prahy začínali znovu vracet, a to především z Evropy a USA. Stále se ale do hlavního města nevraceli Rusové a také turisté z jihovýchodní Asie. Důvod Rusů je především kvůli válce s Ukrajinou. Turisté z asijských zemí nejezdili hlavně kvůli omezením v jejich zemi, jelikož zde byla koronavirová situace horší než v Evropě (Náš region, 2022).

3.6 Přeplněnost některých památek v ČR

Díky koronaviru se zvýšila návštěvnost v tuzemsku domácími turisty, což paradoxně vedlo k tzv. overturismu na některých místech v ČR.

Jedním z těchto míst byla Sněžka, kde díky nouzovému stavu v roce 2020 došlo k přetížení návštěvníky. Díky této situaci mnoho turistů chodilo do zakázaných zón, páchali různé škody a přestupky. V některé dny se na Sněžku vypravilo i více než 10 000 lidí za den. Byly aplikované i zvláštní sítě, které chrání endemické rostliny před turisty. Kvůli neukázněným turistům byly

nasazení strážci parku a také policie. Dále to souviselo s přeplněnými parkovišti, a tak turisté parkovali na místech, kde se nesmělo parkovat, jako byly louky, les a cesty v lese. Docházelo také k nedovolenému rozdělání ohně a táboření, objevilo se i více odpadu po turistech a exkrementů (Seznam zprávy, 2021).

Další památkou, kde se vyskytl během koronavirové pandemie overturismus, byl Lednicko-valtický areál. Před vypuknutím pandemie zámek v Lednici navštívilo kolem 400 000 lidí za rok, kteří si zakoupili vstupenku na prohlídky interiéru zámku. Do zámeckého parku pak zavítalo kolem 2 milionů lidí. Skladba domácích turistů byla 60 % a zahraničních turistů pak 40 %. Do této oblasti jezdili hodně cyklisté, kteří jezdili v areálu, i když se to nesmí. Turisté také produkují více odpadu, který pak musí být v areálu uklizen.

Mikulov se také potýkal s overturismem. Ročně na Svatý kopeček zajde až 250 000 návštěvníků, jezdí tam především poutníci a vinaři.

Dalšími místy, kde docházelo k overturismu během pandemie, byly např.: Český Krumlov, Adršpašsko-teplické skály, Kutná Hora a hrad Kašperk (Seznam zprávy, 2022).

3.7 Programy na podporu CR za koronavirové pandemie

Tato část je věnována programům, které podporovali cestovní ruch během pandemie koronaviru v roce 2020 a 2021.

- Covid gastro

Jednalo se o podporu stravovacích zařízení během pandemie koronaviru, kdy provozovny musely zavřít. Náhrada platila pro období od 9. října 2020 do 10. ledna 2021. *Výše náhrady je 400 Kč za pracovníka nebo spolupracujícího živnostníka na den, po který byla činnost omezena. Podmínka poklesu tržeb za 4. čtvrtletí roku 2020 oproti 4. čtvrtletí roku 2019 alespoň o 30 %* (BDO, 2021).

- Covid ubytování

Podpora pro ubytovací zařízení, které přišly o své tržby během pandemie koronaviru. Tento program byl rozdělen na dvě části – Covid ubytování a ubytování II. Covid ubytování platilo od 7. září do 3. listopadu 2020. Výše příspěvku byla od 100 do 330 Kč (Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2020).

Covid ubytování II je pokračující program Covid ubytování. Podporuje uzavřené podniky od 22. října 2020 do 22. ledna 2021 (nepočítá se tam období od 3. prosince do 17. prosince 2020, kdy mohly ubytovací zařízení znovu otevřít). Výše podpory je 100 až 330 Kč na jeden pokoj. V tomto programu nedostaly podporu kempy (Podnikatel, 2021).

- Podpora CR

Tento program se týkal cestovních kanceláří, cestovních agentur a průvodců. Cestovním kancelářím se podpora odvíjí procentuálně od naplánovaných tržeb z prodaných služeb a zájezdů pro rok 2020. Pro cestovní agentury se výše podpory odvíjí od zrušení zájezdů z důvodu pandemie koronaviru. Zájezd si musel zákazník zakoupit v období od 1. prosince 2019 do 1. října 2020 (BDO, 2021).

- **Program Antivirus A Plus**

Vztahoval se na ty podniky, které musely úplně uzavřít nebo musely omezit svoji činnost (restaurace – výdejní okénka). Pokud nemohou zaměstnanci kvůli uzavření podniku z důvodu pandemie vykonávat svou práci, musí jim být nahrazena mzda ve výši 100 % průměrného výdělku. Zaměstnavatel tak může dostat náhradu na jednoho zaměstnance nejvíce ve výši 50 000 Kč (E-consulting, 2020).

- **Covid lázně**

Program Covid lázně podporoval lázeňské zařízení během pandemie koronaviru v roce 2020 a 2021. V roce 2020 to platilo pro lázeňské pobyty, které se měly uskutečnit do 31. prosince. Podpora měla za úkol pokrýt náklady, které vznikly, kdy zahraniční klienti nepřijeli do lázní a podpořit lázeňský cestovní ruch (Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2021).

V roce 2021 se jednalo o dotaci, která přispěla 4 000 Kč na lázeňský pobyt v českých lázních, aby došlo k opětovné podpoře lázní v Česku. Aby klienti tuto dotaci obdrželi, museli splnit následující podmínky: strávit v lázeňském zařízení alespoň 6 nocí a projít si alespoň 5 procedurami. Tato dotace se dala využít do konce roku 2021 (TTG, 2021).

4 Nákupní chování

Spotřební chování zákazníků je ovlivněno především procesy psychickými, díky kterým se projevují vlastnosti duševní, všichni jedinci mají tuto skladbu a ta formuje osobnostní charakter každého z nás (Vysekalová, 2011, s. 26).

Jde o rozpoznání psychických zvláštností jedince, jeho charakteristiku v pojmech psychických vlastností či rysů osobnosti (2011, s. 26).

Toto chování můžeme pozorovat u spotřebitele v době, kdy hledá, užívá, nakupuje, nakládá a hodnotí výrobky a služby, které mají uspokojit jeho potřeby. Soustředí se také na rozhodovací proces jedinců, pokud spotřebovávají vlastní zdroje – svoje peníze, čas a úsilí, výrobky a služby, které užívají během svojí spotřeby.

Z hlediska nákupního chování máme dva typy spotřebitelských jednotlivců. První je spotřebitel osobní, ten kupuje věci pouze pro svoje potřeby, pro celou domácnost nebo pro své kamarády dárky. Druhý je pak spotřebitel organizační, kam patří organizace ziskové a neziskové, úřady státní, místní a národní vládní a instituce (řadí se sem nemocnice, věznice a školy). Nakupují služby a zboží, které potřebují pro svoji činnost (Bačuvčík, 2016, s. 11)

Potřebujeme vědět, jak se spotřebitel zachová při vzniklých situacích a proč se zachoval tak, jak se zrovna zachoval. Chceme vědět, co máme očekávat od chování spotřebitele, když podmínky změníme, a to nástroji marketingovými. Informace o spotřebním chování můžeme vzít z různých disciplín vědy. Jsou to vědní disciplíny jako sociologie, biologie srovnávací, psychologie, neurofyzilogie, teorie informací, fyziologie a další.

Každý zákazník má nějaký motiv k nákupu, aby uspokojil svoje potřeby (Bártová, Bárta, Koudelka, 2007, s. 8-9).

Potřeby lidí můžeme formulovat jako pocit nedostatku. Což zahrnuje základní potřeby tělesné, kam se počítá ošacení, potrava, bezpečí a teplo (Kotler, 2007, str. 40).

Pro marketingový výzkum je důležité, že potřebou je pocit uspokojení, ne předmět, který spotřebitel kupuje, a právě tak motivy jsou uspokojení (2007, s. 9).

- Spotřebitel

Definici spotřebitele najdeme v zákoně č. 89/2012 Sb. občanského zákoníku. *Spotřebitelem je každý člověk, který mimo rámec své podnikatelské činnosti nebo mimo rámec samostatného výkonu svého povolání uzavírá smlouvu s podnikatelem nebo s ním jinak jedná (Podnikatel.cz, 2012).*

Za spotřebitele můžeme označit člověka, který spotřebuje dané statky (Bačuvčík, 2016, s. 12).

- Zákazník

Pojmem zákazník můžeme označit osobu, která poptává zboží a služby. Zákazníka charakterizuje provedení nákupu. Prodávající by měl se zákazníkem kromě prodeje zboží a služeb i udržovat dlouhodobé vztahy. Aby se zákazník k němu vracel (Bačuvčík, 2016, s. 11-12).

4.1 Spotřební chování

Všechny osoby, které provádí spotřebu, patří do specifické společnosti, ve které ukazují svoje chování a v ní se nějak projevují. Toto chování se projevuje ve chvíli, kdy spotřebitelé spotřebují určité produkty, a to buď hmotné nebo nehmotné. Spotřební chování tedy můžeme nazvat jako vyzískávání, odložení a používání výrobků (Koudelka, 2010, s. 7).

Spotřební chování zahrnuje jak důvody, které vedou spotřebitele k užívání určitého zboží, tak způsoby, kterými to provádějí, a to včetně vlivů, tento proces provázejících. Obecně řečeno: proč a jak spotřebitelé užívají výrobky (2010, s. 7).

4.2 Faktory ovlivňující nákupní chování

Nákupní chování ovlivňují kulturní, osobní a sociální faktory.

- Kulturní faktory

Hlavní faktor, díky kterému je člověk ovlivňován. Působí na nás jak z ohledu chování, tak při přání. Skrz rodinu, která nás ovlivňuje kulturně od útlého věku, si vytváříme preference, hodnoty a způsob, jakým se chováme. Kultura je složena ze subkultur, jako je rasa, náboženství, národnost a regiony geografické.

- Osobní faktory

Do osobních faktorů řadíme vlastnosti osobnosti každého z nás. Patří sem zaměstnání, věk, ekonomická situace, hodnoty, ve kterém stádiu životního cyklu se nacházíme a životní styl. Trendy nás ovlivňují, jak při nakupování nábytku, oblečení a také jak se stravujeme je ovlivněno naším věkem. Ovlivnit spotřebu můžeme taky podle toho, kolik je v rodině členů, jejich věkem, pohlavím a v jakém životním cyklu se rodina nachází. Dále také záleží na zaměstnání. Jaký produkt si vybereme také závisí na výši příjmu, dluzích, spoření a úsporách rodiny. Pro výběr značky je významná i osobnost člověka. Lidé, kteří spadají do stejné subkultury a mají stejné zaměstnání, nemusí mít stejné preference.

- Sociální faktory

Do sociálních faktorů patří rodina, skupina referenční, postavení a role ve společnosti. Skupiny referenční působí na naše chování a názory buď přímo nebo nepřímo. Skupiny s přímým vlivem nazýváme skupiny členské. Ty se dále dělí na primární, kam patří rodina, kamarádi, sousedé nebo lidé se, kterými se baví neformálně a často s nimi pobývá. Do skupin sekundárních patří formální typ skupiny jako jsou náboženské nebo firemní.

4.3 Další vlivy ovlivňující nákupní chování

Během nákupu nás také ovlivňuje hudba, design obchodu, světla, jaké barvy byly v prostorách zvoleny a zda je obchod přehledně uspořádán. Hudba na nás zákazníky doléhá zpříma a probouzí v nás různé emoce. Hudbu v daném obchodě můžeme vnímat buď pozitivně nebo negativně, a to souvisí s budováním dlouhodobého vztahu se zákazníkem. Pokud má z hudby pozitivní pocity, prostředí považuje za sympatické a je možné, že bude chtít znovu zavítat do tohoto obchodu. Hudba také působí na dobu strávenou v daném prostředí (Bačuvčík, 2016, s. 14-15).

4.4 Rozhodovací proces při nákupu

Nákupní rozhodovací proces můžeme popsat jako proces, kdy se zákazník postupně rozhodne, zda výrobek nebo službu koupí, jak koupí tento produkt nebo službu, jak s produktem naloží a zda bude odpovídat jeho očekáváním a jak se projeví v dalším spotřebním chování. Rozhodovací proces při nakupování rozdělujeme na pět fází.

Fáze rozhodovacího procesu:

- **Rozpoznání problému**

Jde o moment, ve kterém si osoba všimne rozdílu mezi stavem reálným a tím, který vyžaduje. Pokud zvolíme příhodný podnět, můžeme pomoc spotřebiteli odhalit tuto neshodu. Můžeme je rozdělit na dvě roviny, a to na nepříznivou změnu stavu současného a zvýšení úrovně stavu požadovaného.

Nepříznivá změna stavu současného – k tomuto stavu dochází ze tří důvodů, a to když dojde k poruše zařízení, většinou používané ke spotřebě dlouhodobé. Druhým důvodem je vyčerpání zásob, to souvisí s běžnou spotřebou. Třetí důvod je pak pokles kvality. Ne vždy tyto změny musí souviset s výrobky. Někdy také mohou souviset se spotřebitelovou predispozicí. Dále také situace finanční a změna nástrojů marketingových.

Zvýšení úrovně stavu požadovaného – druhou možností je změnění požadavků na daný stav. Spotřebitel má vše, co potřebuje, ale objeví nějakou novinku. Poté dojde ke změně v jeho představách a spotřebitel je touží lépe ukojit. Spotřebitel vnímá, že se mu rozšířily možnosti, které uspokojí jeho potřeby.

- **Hledání informací**

Pokud spotřebitel zaznamenal nebo zjistil nedostatečný stav, pustí se do sbírání informací. Hledá informace, které bude potřebovat, až se rozhodne k nákupu. Toto hledání může trvat různě dlouho, mnoha způsoby a důkladností. Hledání můžeme rozdělit na vnější a vnitřní. Vnější hledání je sbírání informací na základě rozhodování, které vidí ve svém okolí. Pokud informace vnitřní nemají dostatečnou váhu, zaměří se spotřebitel na vnější informace. Vnitřní hledání je založeno na obnovení informací, které si spotřebitel pamatuje. Vypírají většinou ze zkušeností nebo se jedná o útržkovité vjemy, které si spotřebitel uložil v paměti. Informace o výrobku můžeme získat z rozdílných zdrojů. Získáváme je z okolí referenčního, kam spadají známí, rodina a kolegové v práci. Tento zdroj je považován za nejvýznamnější a nejdůvěryhodnější. Další jsou zdroje neutrální, které pochází ze zdrojů nezávislých, jako jsou ty komunikační (zprávy, noviny, časopisy, rubriky a přílohy časopisů), zaměřené na testy spotřebních výrobků, informace z vládních institucí a sdružení spotřebitelské.

- **Hodnocení alternativ**

Když se rozhodujeme, jaký výrobek zakoupíme, vybíráme při tom, jaký typ výrobku zvolíme, rozhodnutí zevnitř souboru výběrového a hodnocení. Než se rozhodneme o alternativě, musíme zvážit různé aspekty výrobku jako typ, okruh výběru (vybírání z několika značek), hodnocení a rozhodnutí zevnitř souboru výběrového. Po zjištění určitých informací se zákazník začne koncentrovat na vymezený okruh typový.

- **Nákupní rozhodnutí**

Poté, co zhodnotíme náhradní řešení, dospějeme k záměru kupnímu a poté se rozhodneme, co koupíme anebo nekoupíme. Díky této fázi si uvědomíme předešlé kroky

kupního rozhodování. Po zhodnocení všech možných alternativ jsme vybrali vhodný výrobek, který si chceme koupit. Záměr nákupu však není stejný s tím, co si koupíme. Ten je ještě filtrován přímými okolnostmi, které ještě zasahují do rozhodnutí nákupního. Tato fáze končí koupí některého výrobku nebo dojde k odložení koupě z nějakého důvodu nebo pokud spotřebitel odmítne nákup provést např: z důvodu opravy.

- **Ponákupní chování**

Započne, když spotřebitel užívá daný výrobek. Porovnává to, co očekával a danou skutečnost. Je důležité, aby zákazníci byly spokojeni se zakoupeným výrobkem po porovnání. Aby splnil to, co očekával od daného výrobku. Většinou můžeme říct, zda jsme s výrobkem spokojeni nebo nespokojeni už po prvním použití (Koudelka, 2010, s.125-135).

5 Praktická část

Dotazníkové šetření spadá do kvantitativního výzkumu. V této bakalářské práci jsem zkoumala chování spotřebitelů, kteří spotřebovávají služby cestovního ruchu v období pandemie koronaviru v roce 2020 a 2021. Dotazník byl poslán přes sociální sítě. Cílem tohoto dotazníku bylo porovnat změny v nákupním chování spotřebitelů služeb ČR v letech 2020 a 2021.

Dotazník je složen z uzavřených, otevřených a polootevřených otázek, kde mohli respondenti uvést vlastní odpověď. V dotazníku byla také použita otázka se seřazením, kdy respondenti seřazovali položky od nejdůležitějších po nejméně důležité. Celý dotazník si můžete prohlédnout v příloze 1 této bakalářské práce.

5.1 Dotazníkové šetření

Otázky pro rok 2020 a 2021 byly shodné, aby se poté daly porovnat. Dohromady vyplnilo dotazník 175 respondentů. Dotazník byl distribuován online a respondenti ho mohli vyplnit od ledna 2022 do června 2022.

5.2 Rozbor otázek z dotazníku

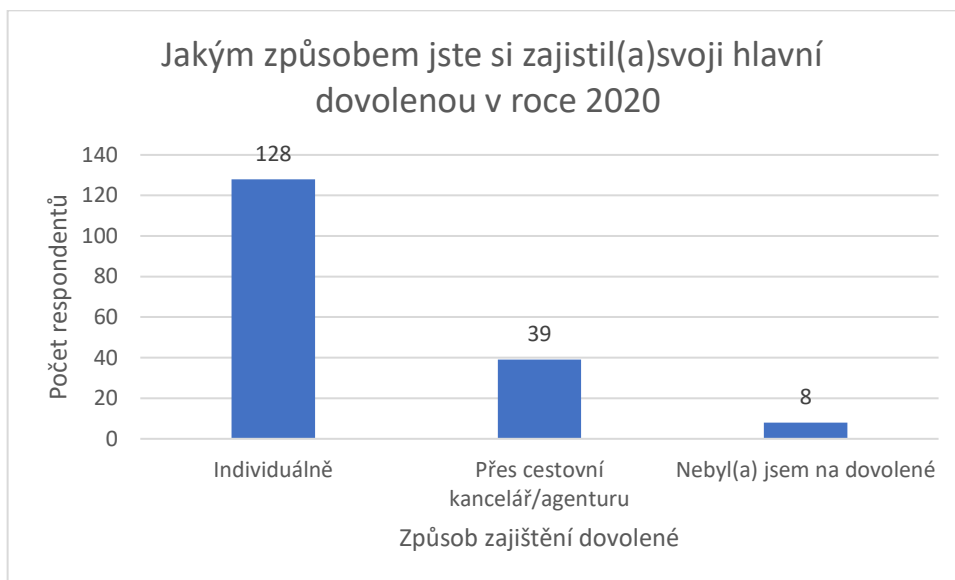
Dotazník je složen celkově z 30 otázek. Otázky se týkají cestování během pandemie koronaviru v roce 2020 a 2021. Otázky byly rozděleny na dvě části, a to v první části jsou zaměřené na otázky ohledně cestování a změny nákupního chování a ve druhé části jsou otázky demografického charakteru. U většiny otázek bylo možné vybrat pouze z jedné odpovědi.

6 Vyhodnocení dotazníku

V této části jsou rozebrány výsledky dotazníku, doplněny grafy a tabulky.

U 1. a 2. otázky bylo na výběr zařízení dovolené individuálně, přes CK nebo CA a možnost nebyl/a jsem na dovolené.

1. otázka: Jakým způsobem jste si zajistil(a) svoji hlavní dovolenou v roce 2020?

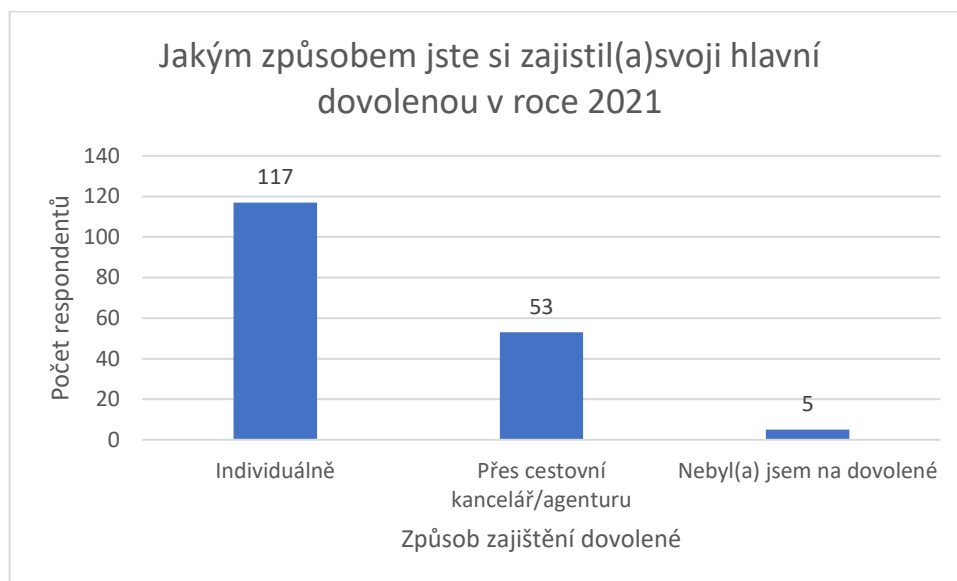


Obr. 1: Způsob zajištění dovolené v roce 2020

Zdroj: vlastní zpracování

Z grafu lze vyčíst, že nejvíce respondentů si svou dovolenou zařídilo individuálně. Pro rok 2020 to konkrétně bylo 128 osob. Dalším způsobem zařízení dovolené bylo přes cestovní kancelář/agenturu, tuto možnost zvolilo 38 respondentů. A pouze 8 osob nebylo vůbec na dovolené. Z grafu je patrné, že respondenti si častěji organizovali svoji dovolenou sami než s pomocí cestovní kanceláře/agentury.

2. otázka: Jakým způsobem jste si zajistil(a) svoji hlavní dovolenou v roce 2021?



Obr. 2: Způsob zajištění dovolené v roce 2020

Zdroj: vlastní zpracování

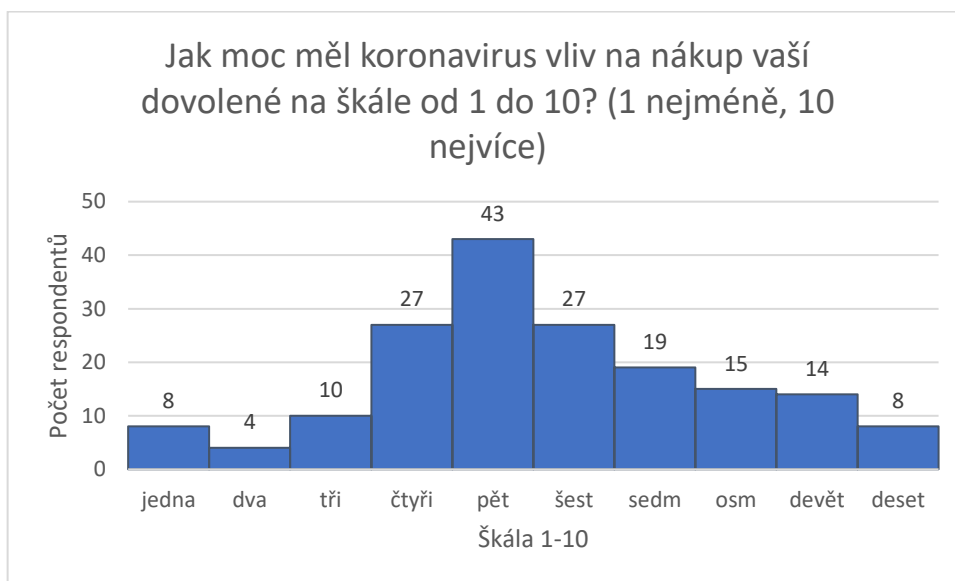
V roce 2021 si 117 respondentů zařídilo svou hlavní dovolenou individuálně. Přes cestovní kancelář/agenturu to bylo 53 a pouze 5 respondentů se žádné dovolené nezúčastnilo.

Můžeme si všimnout, že odpovědi v obou letech jsou velmi podobné. Převažovalo individuální zajišťování dovolené. V roce 2021 si můžeme všimnout mírného vzrůstu zajištění dovolené přes CK/CA. Ve srovnání s rokem 2020 respondenti předpokládali, že se zakoupené zájezdy již uskuteční. Dotazovaní se domnívali, že dopady pandemie nejsou již tak závažné (ubýlo velmi těžkých případů). Vliv určitě také sehrálo proočkování populace. Klienti CK/CA chtěli využít voucherů, které měli k dispozici z roku 2020. Jejich platnost byla do 31.8.2021. Někteří respondenti nebyli na dovolené v roce 2020 ani 2021. Dle mého názoru se také projevila jistá nedočkavost turistů k vycestování i přes omezení, plynoucí z povinných testů na covid při odjezdu i návratu z dané destinace.

3. otázka: Pokud jste cestovali s cestovní kanceláří/agenturou, která to byla?

Tato otázka byla otevřená a respondenti uváděli s jakou CK nebo CA cestovali. Respondenti uváděli tyto CK a CA: respondenti volili jak velké – Invia, Čedok, Alexandrie, Fischer, Bluestyle Booking, RegioJet tak i menší CK a CA jako jsou České kormidlo, Čebus, Zájezdy.cz, Voma, Simon Tourist, Sunny days, Inter zbiroh, Monatour a Alcampos.

4. otázka: Jak moc měl koronavirus vliv na nákup vaší dovolené na škále od 1 do 10? (1 nejméně, 10 nejvíce)



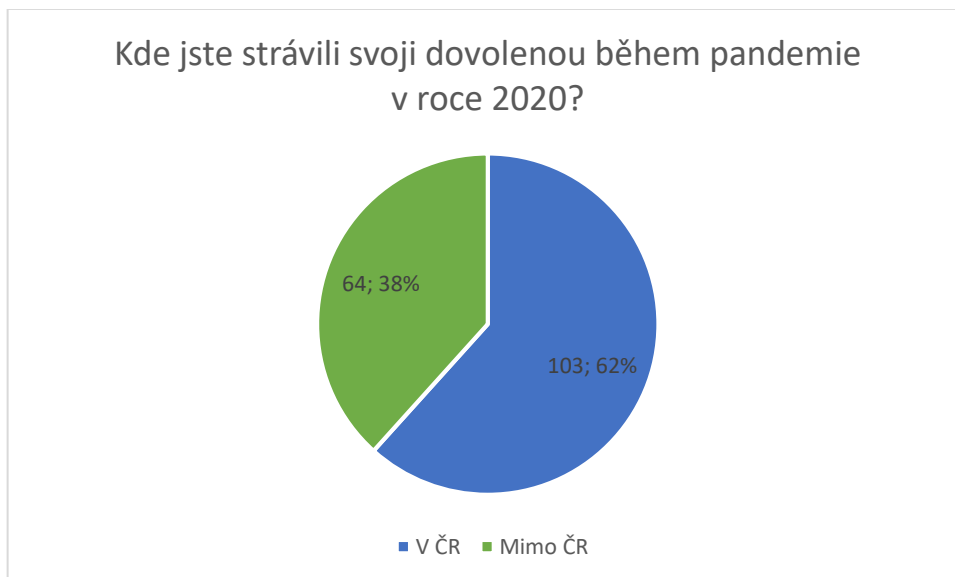
Obr. 3: Jak moc měl koronavirus vliv na nákup vaší dovolené na škále od 1 do 10?

Zdroj: vlastní zpracování

Jednalo se o škálovou otázku. Respondenti měli vybrat, jak moc ovlivnil koronavirus jejich nákupní chování při výběru jejich dovolené od 1-10. Což je 1 - nejméně ovlivnění a 10 - nejvíce ovlivnění. V grafu vidíme, že nejvíce respondentů zvolilo číslo 5, které je uprostřed škály, zvolilo ho celkem 43 respondentů. Druhou nejčastější odpovědí pak bylo číslo 6 a číslo 4, které obě byly zvoleny 27krát. Číslo 1, které znamenalo nejmenší ovlivnění koronavirem, bylo zvoleno pouze 8krát. Číslo 10, které značí nejvíce ovlivněný koronavirem, zvolilo také 8 dotazovaných. Pokud se podíváme na škálu od 5 do 10, vidíme tedy, že koronavirová omezení měla vliv na větší počet dotazovaných. 126 respondentů odpovědělo, že na ně koronavirová pandemie měla vliv závažný až velmi závažný, v některých případech až ohrožující. Hodnocení 10 tedy znamenalo, že respondenti po uvážení rizik svůj záměr dovolené vůbec neuskutečnili.

Otázkami 5 a 6 jsem zjišťovala, kde respondenti strávili svoji hlavní dovolenou během roku 2020 a roku 2021. Jednalo se o polootevřenou otázku, kde bylo na výběr pobyt v České republice nebo mimo ČR, kde respondenti uvedli, v jaké cizí zemi konkrétně pobývali.

5. otázka: Kde jste strávili svoji dovolenou během pandemie v roce 2020?

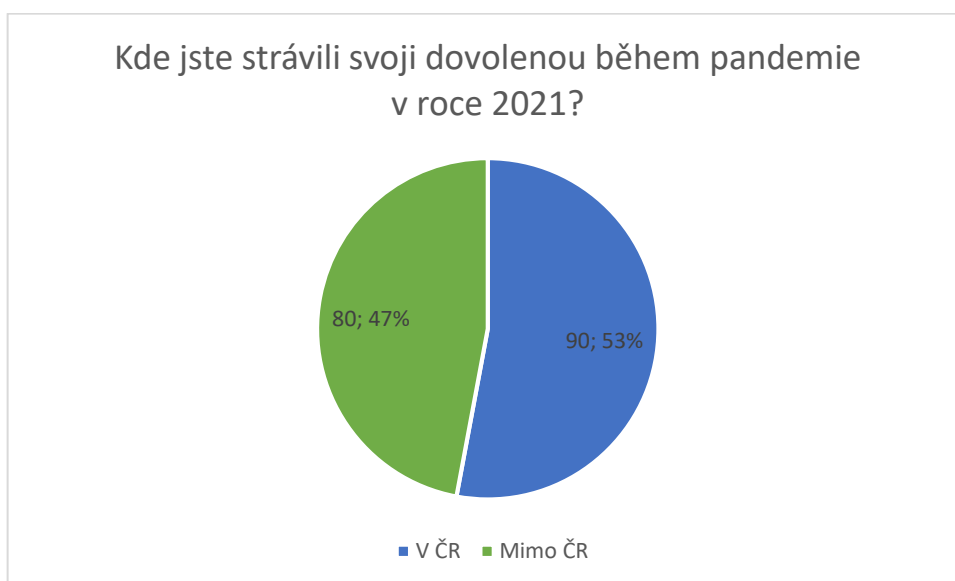


Obr. 4: Kde jste strávili svoji dovolenou během pandemie v roce 2020?

Zdroj: vlastní zpracování

Tento koláčový graf ukazuje, kde respondenti strávili svoji hlavní dovolenou v roce 2020. V České republice strávilo 103 respondentů. Což představuje necelých 62 % z celkového počtu 167 respondentů, kteří byli na dovolené. Mimo Českou republiku svou dovolenou trávilo celkem 64 respondentů. Nejvíce navštěvovanou zemí v roce 2020 bylo Chorvatsko s počtem 22 a na druhém místě byla Itálie s počtem 13.

6. otázka: Kde jste strávili svoji dovolenou během pandemie v roce 2021?



Obr. 5: Kde jste strávili svoji dovolenou během pandemie v roce 2021?

Zdroj: vlastní zpracování

Na tomto grafu vidíme, že respondenti již trávili svoji hlavní dovolenou více v zahraničí než v roce 2020. V Česku strávilo svou dovolenou 90 respondentů což je 53 %. V zahraničí pak 80 dotazovaných což představuje 47 %. Tak jako v roce 2020 se na prvním místě umístilo Chorvatsko s počtem 23. Na druhém místě byla Itálie s počtem 15 respondentů.

Kompletní seznam uvedených zemí je zobrazen v tabulce 1.

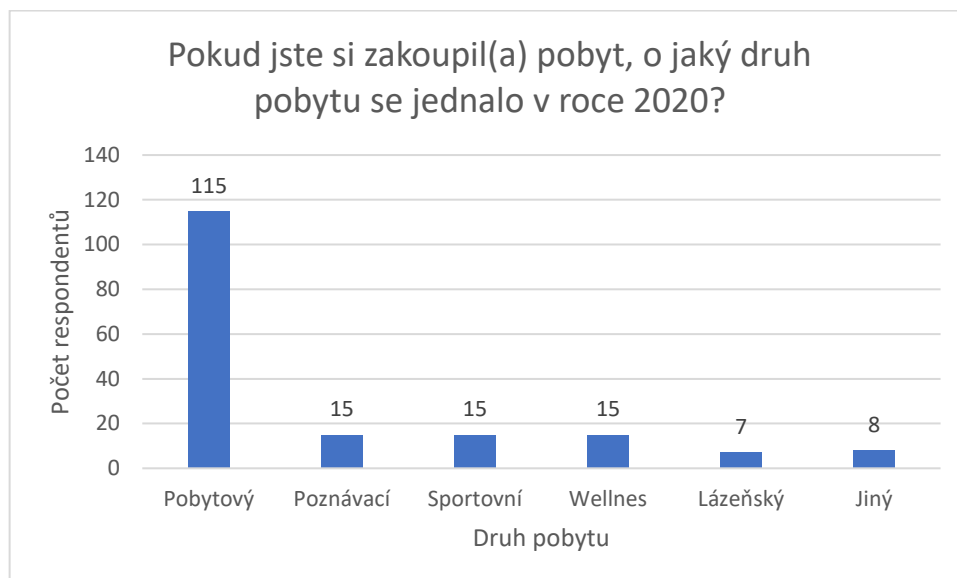
Tabulka 1: Seznam zemí v roce 2020 a 2021

Země	Počet respondentů, kteří vyjeli do zahraničí	
	2020	2021
Chorvatsko	22	23
Itálie	13	15
Bulharsko	5	4
Španělsko	4	2
Řecko	3	8
Turecko	2	6
Egypt	2	5
Malta	2	2
Francie	2	1
Maďarsko	2	1
Kypr	0	1
Madeira	0	1
Mallorca	0	1
Makedonie	1	0
Nizozemsko	0	1
Polsko	1	1
Portugalsko	1	5
Rakousko	1	2
Rumunsko	1	0
Slovensko	1	1
Švýcarsko	1	0

Zdroj: vlastní zpracování

Otázky 7 a 8 se zabývaly druhem pobytu, který si respondenti zakoupili.

7. otázka: Pokud jste si zakoupil(a) pobyt, o jaký druh pobytu se jednalo v roce 2020?



Obr. 6: Druh pobytu v roce 2020

Zdroj: vlastní zpracování

Tato otázka se týkala druhu pobytu, respondenti mohli vybrat z pobytového, lázeňského, sportovního, wellness, poznávacího nebo mohli doplnit svůj vlastní, pokud si z této nabídky nevybrali. Z grafu vyplývá, že v roce 2020 si respondenti zakoupili nejvíce pobytové zájezdy. Jednalo se o 115 respondentů. Dále pak sportovní, poznávací a wellness pobyt, které všechny tři zvolilo 15 respondentů. Nejméně pak respondenti volili lázeňský pobyt a jiný druh pobytu, který sami doplnili.

8. otázka: Pokud jste si zakoupil(a) pobyt, o jaký druh pobytu se jednalo v roce 2021?



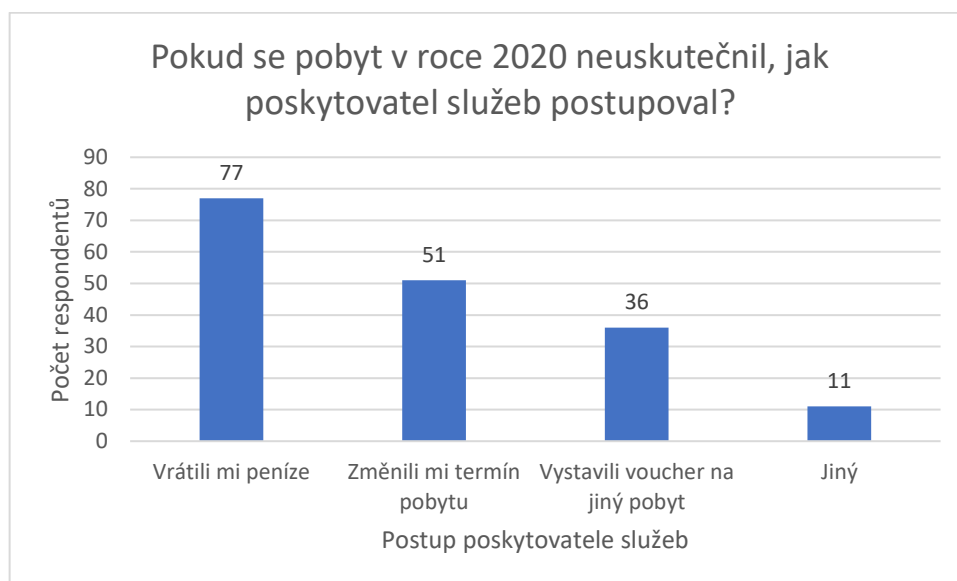
Obr. 7: Druh pobytu v roce 2021

Zdroj: vlastní zpracování

Tak jako v roce 2020 si dotazovaní nejvíce vybrali pobytový zájezd. Konkrétně si ho vybralo 101 respondentů, což je o něco méně než v roce 2020. Sportovní pobyt si v roce 2021 zvolilo 23 dotazovaných a poznávací pak 22, což bylo více než v roce 2020. Pro wellness se rozhodlo 17 respondentů. Nejméně zvolili opět lázeňský pobyt a jiný druh pobytu.

V obou případech převládal pobytový druh dovolené. Nejméně respondenti vybírali lázeňský pobyt. V roce 2020 měl poznávací, sportovní a wellness pobyt stejný počet odpovědí. V roce 2021 byl druhým nejvíce voleným druhem pobytu ten sportovní.

9. Pokud se pobyt v roce 2020 neuskutečnil, jak poskytovatel služeb postupoval?

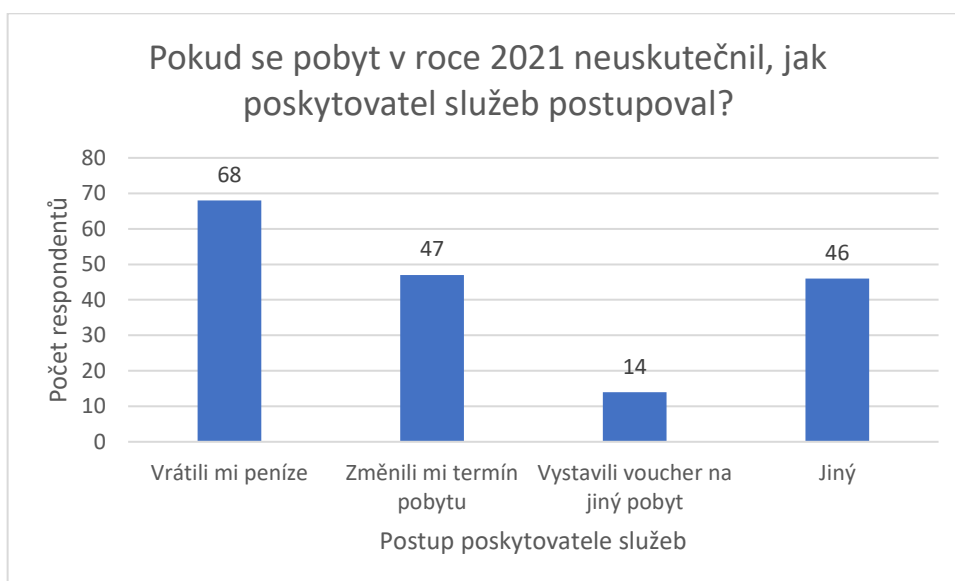


Obr. 8: Postup při neuskutečnění pobytu v roce 2020

Zdroj: vlastní zpracování

Z grafu vyplívá, že lidem byly nejčastěji vráceny peníze a to v 77 případech. Dále pak změna termínu dovolené, což zvolilo 51 respondentů a s vystavením voucheru od cestovní kanceláře/agentury se setkala pouze 36 dotazovaných.

10. Pokud se pobyt v roce 2021 neuskutečnil, jak poskytovatel služeb postupoval?



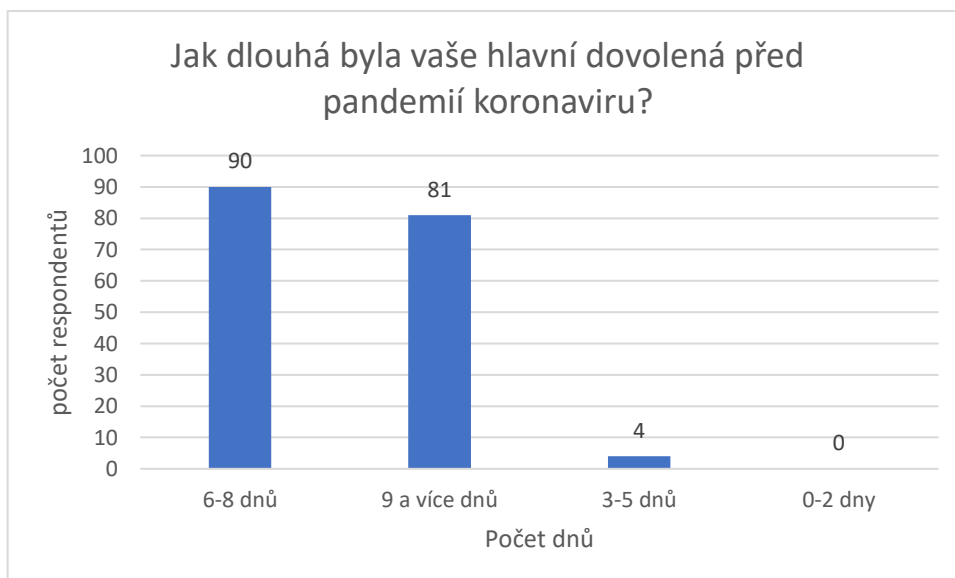
Obr. 9: Postup při neuskutečnění pobytu v roce 2021

Zdroj: vlastní zpracování

V roce 2021 byly vráceny peníze 68 respondentům, což je méně než v roce 2020. Termín byl změněn 47 dotazovaným, což je jen o 4 méně než v roce 2020. Voucher pak byl vystaven pouze 14 lidem.

V obou letech nejvíce respondentům byly vráceny peníze a druhou nejvíce volenou odpovědí bylo změna termínu pobytu.

11. Jak dlouhá byla vaše hlavní dovolená před pandemií koronaviru?



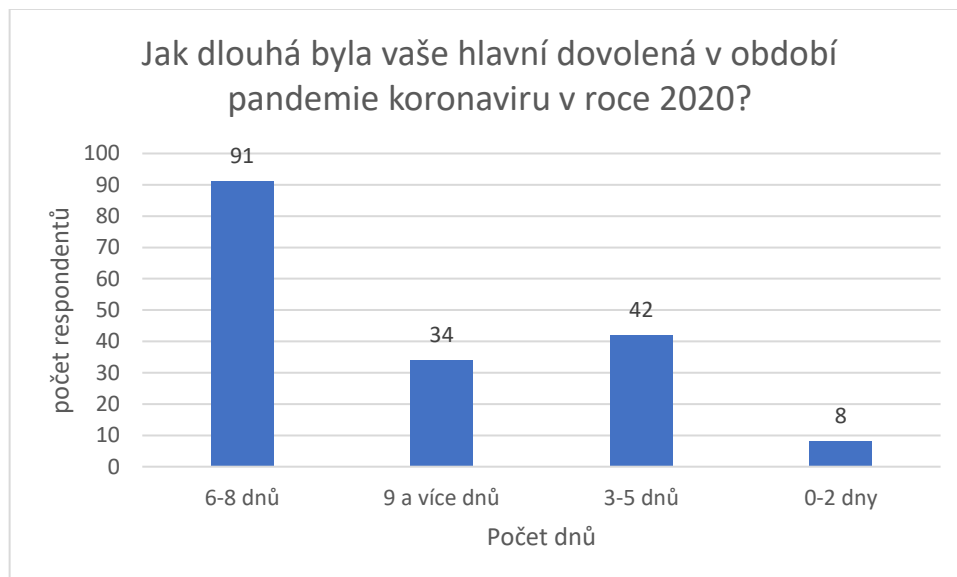
Obr. 10: Délka dovolené před pandemií koronaviru

Zdroj: vlastní zpracování

Tato otázka byla uzavřená a bylo možné vybrat ze čtyř možností. Z grafu vyplývá, že nejvíce dotazovaných trávilo svou hlavní dovolenou v délce od 6 do 8 dní. Tuto možnost zvolilo

dohromady 90 dotazovaných. Druhou nejvíce volenou možností bylo 9 a více dní, byla zvolena 81krát. Dále si pouze 4 respondenti zvolili možnost 3 až 5 dnů. Nikdo si nezvolil možnost 0 až 2 dny.

12. Jak dlouhá byla vaše hlavní dovolená v období pandemie koronaviru v roce 2020?

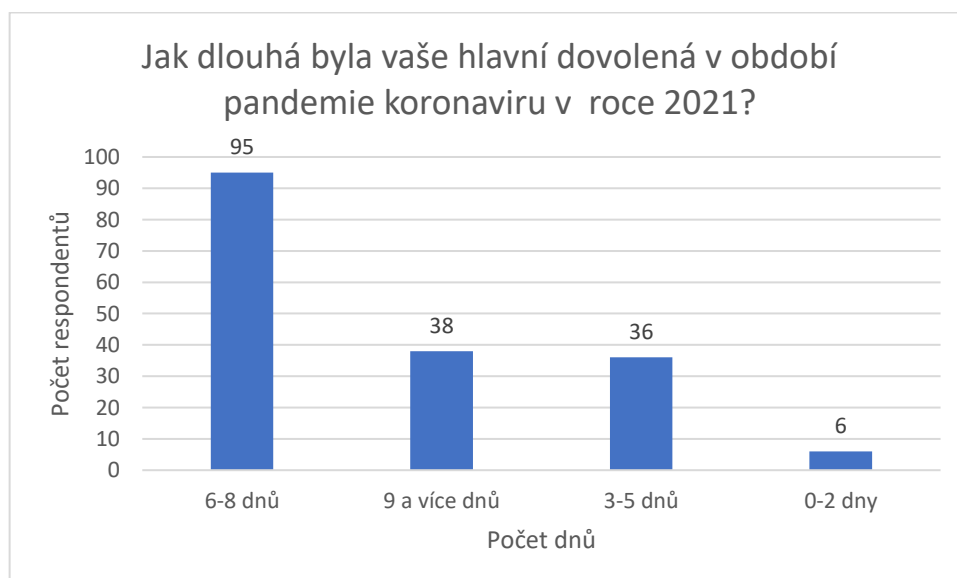


Obr. 11: Délka dovolené v roce 2020

Zdroj: vlastní zpracování

V roce 2020 nejvíce respondentů uvádělo, že strávili svoji hlavní dovolenou v rozmezí 6 až 8 dní. Tuto možnost si zvolilo 91 respondentů. Druhou nejvíce uváděnou odpovědí bylo 3 až 5 dní na rozdíl od roku 2019 před koronavirovou pandemií a uvedlo ji 42 respondentů. Uvedlo ji 42 dotazovaných. Nula až dva dny si zvolilo 8 respondentů.

13. Jak dlouhá byla vaše hlavní dovolená v období pandemie koronaviru v roce 2021?



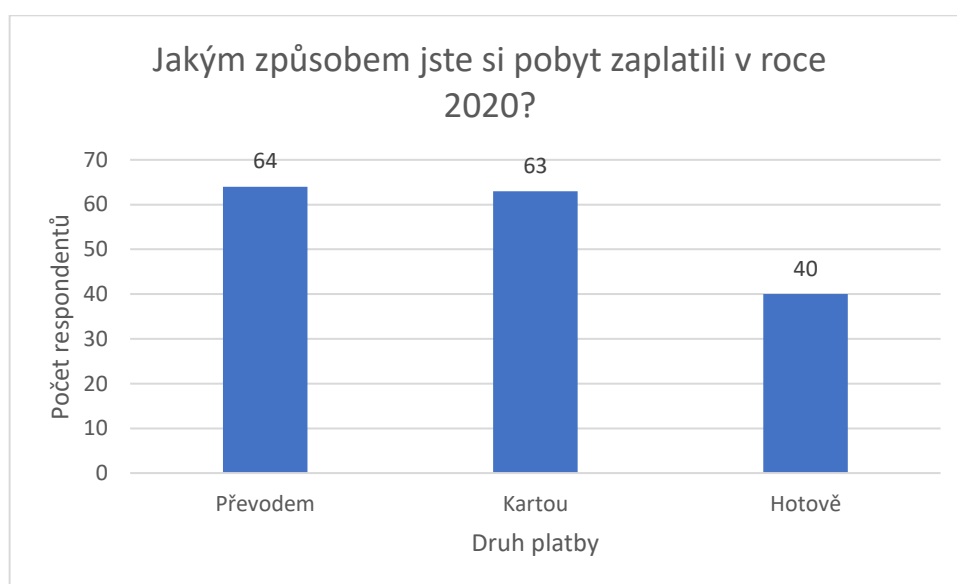
Obr. 12: Délka dovolené v roce 2021

Zdroj: vlastní zpracování

Tak jako v roce 2020 i v roce 2021 nejvíce respondentů zvolilo možnost 6 až 8 dnů. Tuto možnost zvolilo 95 respondentů, což je pouze o 4 více než v roce 2020. Druhou nejvíce zvolenou možností bylo 9 a více dní a tu si vybralo 38 osob. Na rozdíl od roku 2020 druhou nejvíce volenou odpovědí bylo 3 až 5 dní, což se v roce 2021 změnilo. Lidé si po roce, kdy tu byla koronavirová pandemie, chtěli na svých dovolených odpočinout déle. Pouze 36 respondentů jelo na dovolenou dlouhou 3 až 5 dní. Nejméně dotazovaných si zvolilo odpověď 0 až 2 a to pouze 6 z nich.

V roce 2020 i v 2021 respondenti nejvíce trávili svoji dovolenou od 6 do 8 dnů tak jako před kovidem. Druhou nejvíce uváděnou odpovědí v roce 2020 bylo 3 až 5 dnů dovolené, ale v roce 2021 to bylo 9 a více dní. 0 až 2 dny si vybralo minimum respondentů v oba roky, před koronavirovou pandemií nikdo z respondentů neměl dovolenou kratší dvou dní.

14. Jakým způsobem jste si pobyt zaplatili v roce 2020?

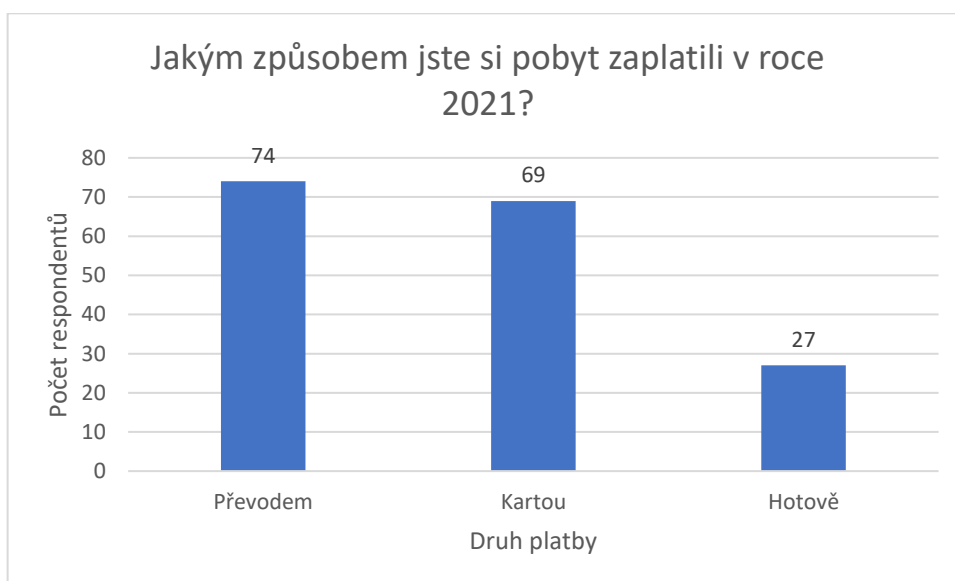


Obr. 13: Způsob platby dovolené v roce 2020

Zdroj: vlastní zpracování

V této otázce byly na výběr tři možnosti, jak si respondenti zaplatili svoji dovolenou a to hotově, kartou nebo převodem. Z grafu vyplývá, že nejvíce volenou odpovědí bylo jak zaplacení dovolené převodem tato možnost dosáhla 64 hlasů od respondentů. Kartou si svou dovolenou zaplatilo 63 osob. Možnost platby hotovostí si pak zvolilo 40 dotazovaných.

15. Jakým způsobem jste si pobyt zaplatili v roce 2021?



Obr. 14: Způsob platby dovolené v roce 2021

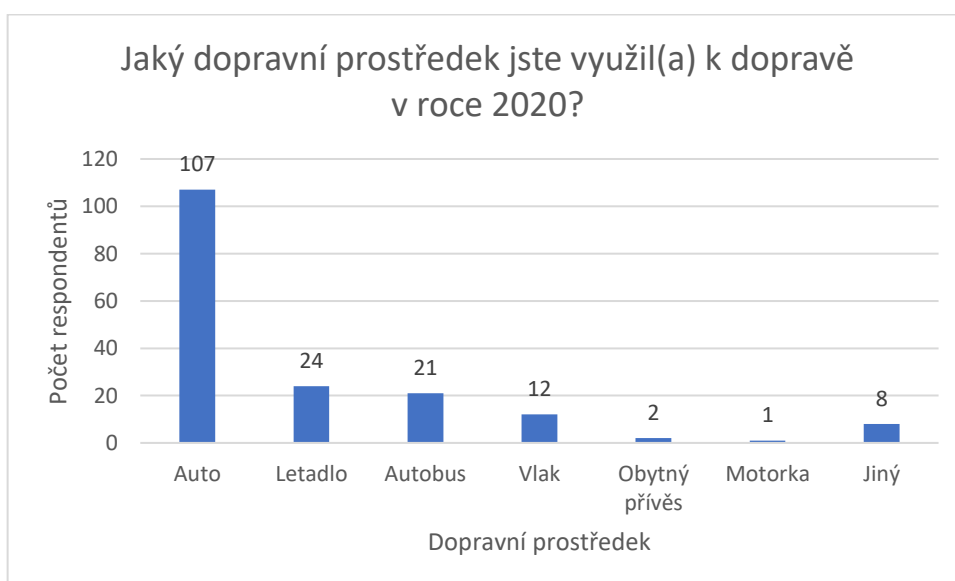
Zdroj: vlastní zpracování

Na rozdíl od roku 2020 si můžeme všimnout změny v nejvíce volené odpovědi. V roce 2021 respondenti nejvíce volili možnost bankovní převod a to dohromady 74 respondentů. Druhou nejvíce zvolenou odpovědí pak byla platba kartou, zvolilo ji 69 dotazovaných. Nejméně volenou možností bylo opět platba hotově s 27 hlasy.

Během koronavirové pandemie byla nejvíce preferovanou metodou platba převodem oba dva roky, dále pak kartou a nejméně pak možnost platby hotově.

Polootevřené otázky 17 a 18 byly zaměřeny na dopravu během dovolených v roce 2020 a 2021.

16. Jaký dopravní prostředek jste využil(a) k dopravě v roce 2020?

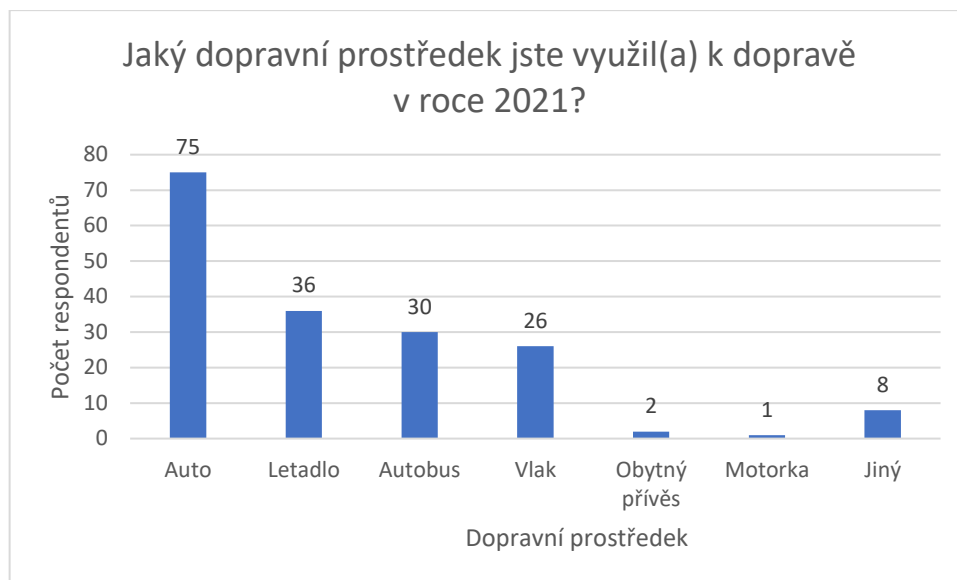


Obr. 15: Jaký dopravní prostředek jste využil(a) k dopravě v roce 2020?

Zdroj: vlastní zpracování

Z grafu můžeme vyčíst, že nejvíce využívaným dopravním prostředkem pro přepravu na dovolenou bylo auto. Tuto možnost využilo 107 respondentů. Druhým nejvyužívanějším prostředkem bylo letadlo, které si zvolilo 24 respondentů. Dále pak autobusová a vlaková doprava. Autobus k přepravě na dovolenou využilo 21 a vlakovou pouze 12.

17. Jaký dopravní prostředek jste využil(a) k dopravě v roce 2021?



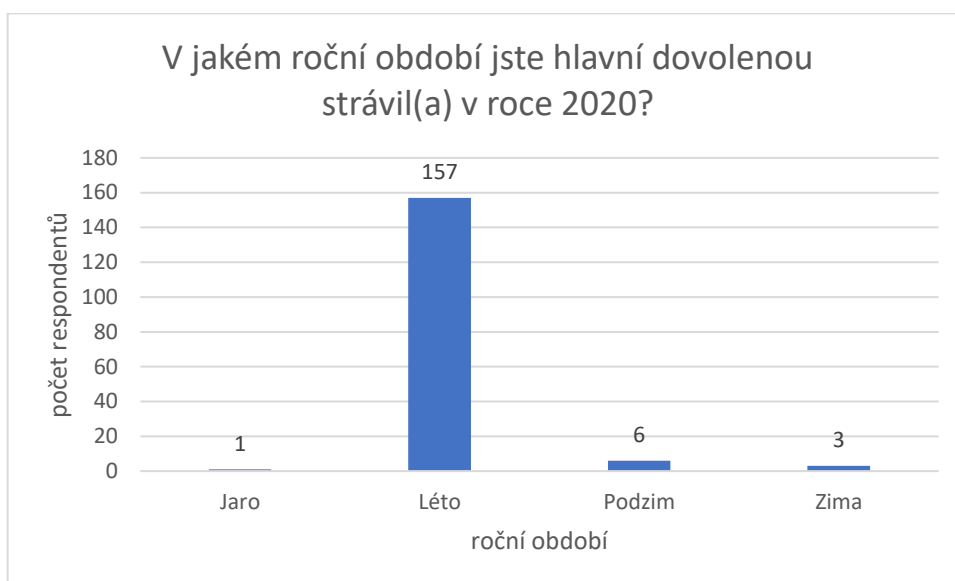
Obr. 16: Jaký dopravní prostředek jste využil(a) k dopravě v roce 2021?

Zdroj: vlastní zpracování

Tak jako v roce 2020 byla nejvíce využívanou dopravou ta automobilová. Byl to ale nižší počet než v roce 2020. Auto si k přepravě vybralo 75 dotazovaných. Na druhém místě se umístila letecká doprava. Ta naopak od automobilové vzrostla na 36 odpovědí. Třetí nejčastější odpovědí byla také autobusová doprava jako v roce 2020. Využilo ji však 30 respondentů, což je mírný nárůst. Vlakovou dopravu si vybralo 26 respondentů, jedná se tedy také o nárůst oproti roku 2020. Můžeme vidět, že lidé v roce 2021 znovu začali využívat více leteckou, autobusovou i vlakovou dopravu.

V roce 2020 i 2021 respondenti nejvíce preferovali dopravu osobním autem. Dále pak leteckou dopravu a také autobusovou. Někteří respondenti pak využili i vlakovou dopravu. Motorku a také obytný přívěs využilo minimum respondentů.

18. V jakém roční období jste hlavní dovolenou strávil(a) v roce 2020?

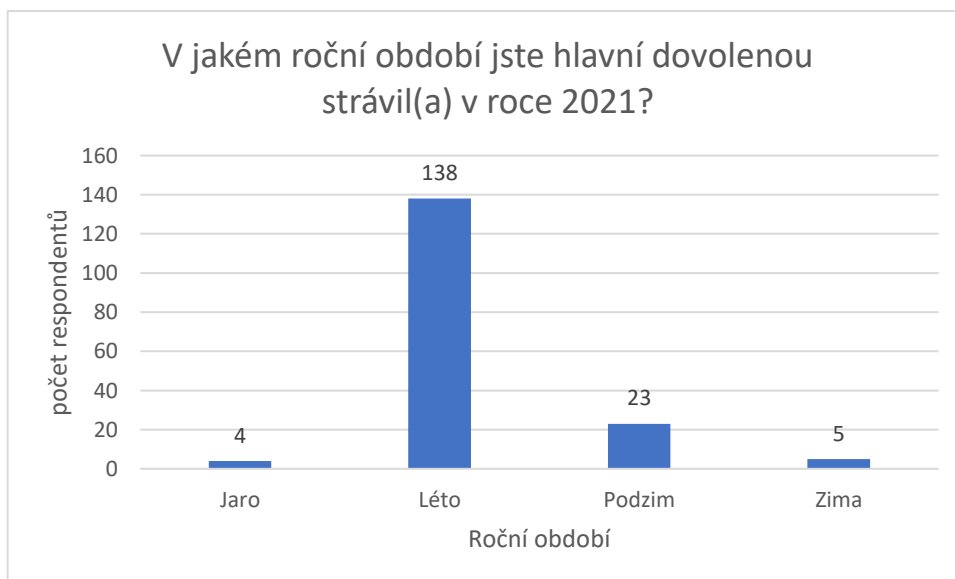


Obr. 17: V jakém roční období jste hlavní dovolenou strávil(a) v roce 2020?

Zdroj: vlastní zpracování

Z grafu jasně vyplývá, že nejvíce dotazovaných strávilo svoji dovolenou v letním období, kdy byly uvolněné některé restrikce proti koronaviru. Letní dovolenou si zvolilo 157 respondentů. Na podzim se na svoji dovolenou vypravilo 6 respondentů. V zimních měsících to byli pouze 3 respondenti. Na jaře to byl pouze 1 respondent a to hlavně z důvodu přísných kovidových opatření.

19. V jakém roční období jste hlavní dovolenou strávil(a) v roce 2021?



Obr. 18: V jakém roční období jste hlavní dovolenou strávil(a) v roce 2021?

Zdroj: vlastní zpracování

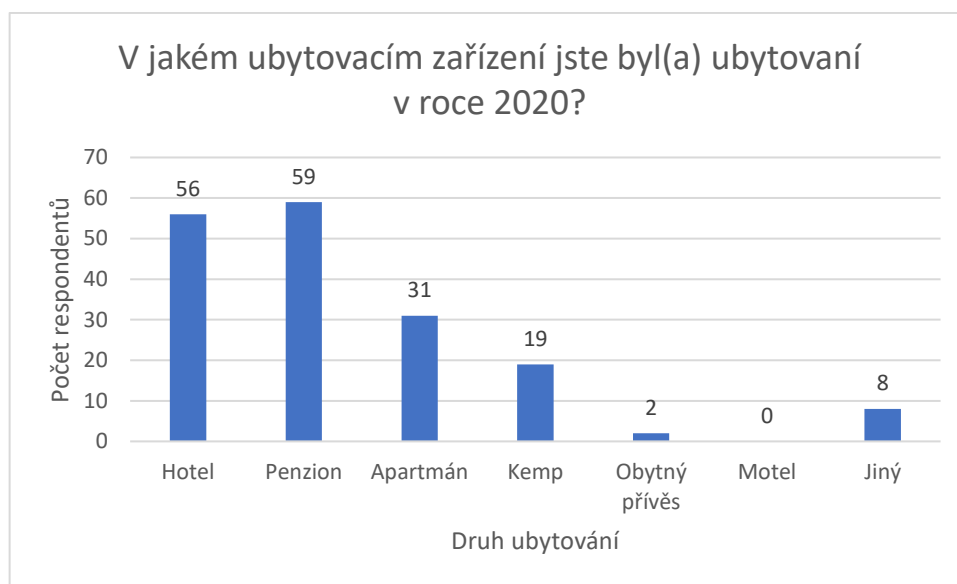
Nejvíce osob strávilo hlavní dovolenou v létě v roce 2021, kdy došlo ke zmírnění kovidových opatření, kvůli oživení CR v ČR. Dovolenou si v tomto ročním období zařídilo 138 respondentů.

Druhým ročním obdobím s nejvíce dovolenými byl podzim. Podzimní měsíce uvedlo 23 dotazovaných. Dále pak zima s 5 respondenty a jaro pouze s 4. Jak si můžeme všimnout, v roce 2020 si zařídilo více respondentů svou dovolenou v letních měsících než v roce 2021. A naopak na podzim už se rozhodlo vyjet více respondentů a to celkem o 17 dotazovaných.

Nejvíce respondentů bylo na dovolené v létě v oba roky. Na podzim 2021 vyjelo už více respondentů než v roce 2020. Jaro a zimu zvolilo zanedbatelné množství respondentů.

Otázky 20 a 21 byly polouzavřené a týkaly se ubytování respondentů na dovolené v roce 2020 a 2021.

20. V jakém ubytovacím zařízení jste byl(a) ubytovaní v roce 2020?

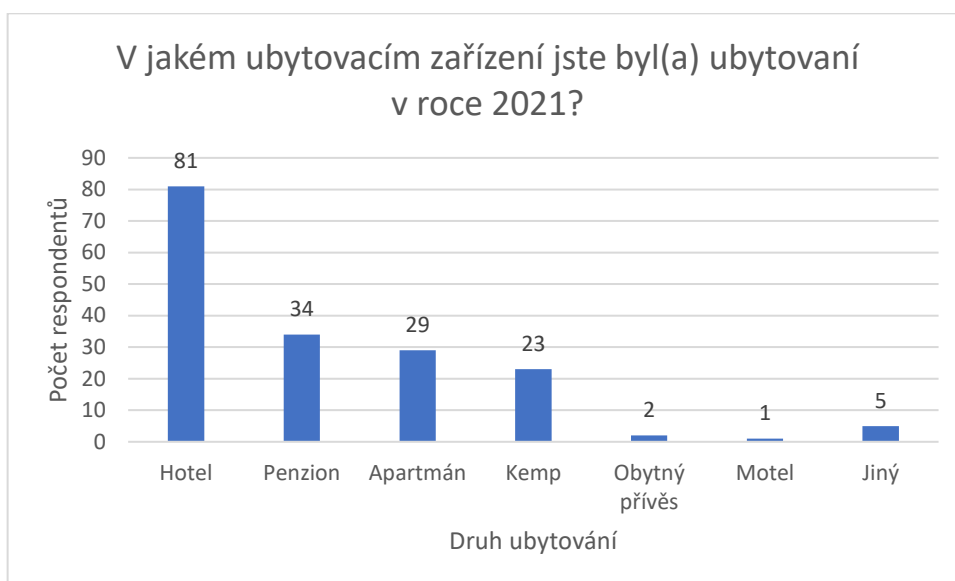


Obr. 19: Druh ubytování na dovolené v roce 2020

Zdroj: vlastní zpracování

Nejvíce zvolenou odpovědí byl penzion s 59 hlasy. Druhým nejvíce voleným ubytováním v roce 2020 pak byl hotel s 56 odpověďmi. Dále pak respondenti volili apartmány a to 31 z nich a kempy 19 z nich.

21. V jakém ubytovacím zařízení jste byl(a) ubytovaní v roce 2021?



Obr. 20: Druh ubytování na dovolené v roce 2021

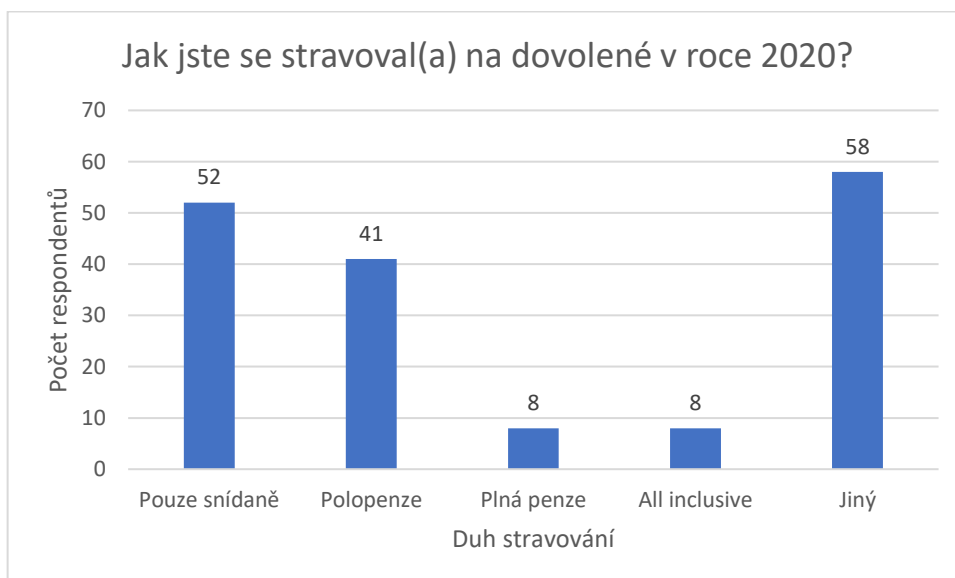
Zdroj: vlastní zpracování

V grafu vidíme, že dotazovaní nejvíce byli ubytováni v hotelech a to 81 z nich. Penzion se stal druhým nejvíce voleným ubytováním se 34 odpověďmi. V apartmánech bylo ubytováno celkem 29 respondentů a v kempech pak 23 osob. Obytný přívěs zvolili pouze 2 dotazovaní a motel pouze jeden. Na rozdíl od roku 2020 vidíme, že lidé si za ubytování připlatili a nejvíce byli ubytováni v hotelech.

V roce 2020 nejvíce respondentů bylo ubytováno v penzionu a v roce 2021 to byl hotel.

Další dvě otázky se týkaly stravování v rámci ubytování na dovolené v roce 2020 a 2021.

22. Jak jste se stravoval(a) na dovolené v roce 2020?

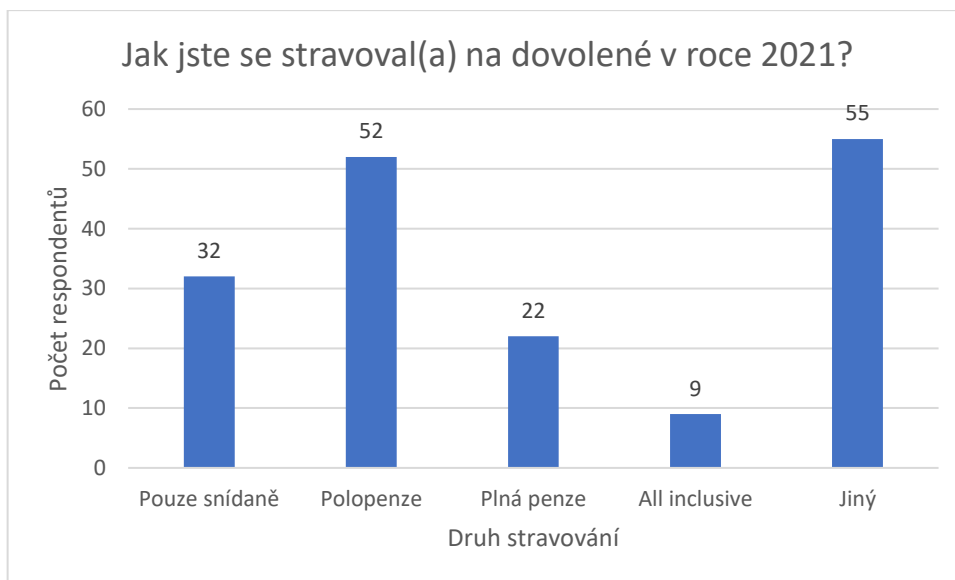


Obr. 21: Druh stravování na dovolené v roce 2020

Zdroj: vlastní zpracování

V roce 2020 si lidé nejvíce zvolili odpověď jiný, kde uváděli, že si svoji stravu zajistili sami a to 58 z dotazovaných. Pouze snídani si zvolilo 52 respondentů. Možnost polopenze využilo 41 osob. All inclusive pouze 8 a plnou penzi také 8 osob. Můžeme si všimnout, že dotazovaní volili spíše možnosti levnějšího stravování.

23. Jak jste se stravoval(a) na dovolené v roce 2021?



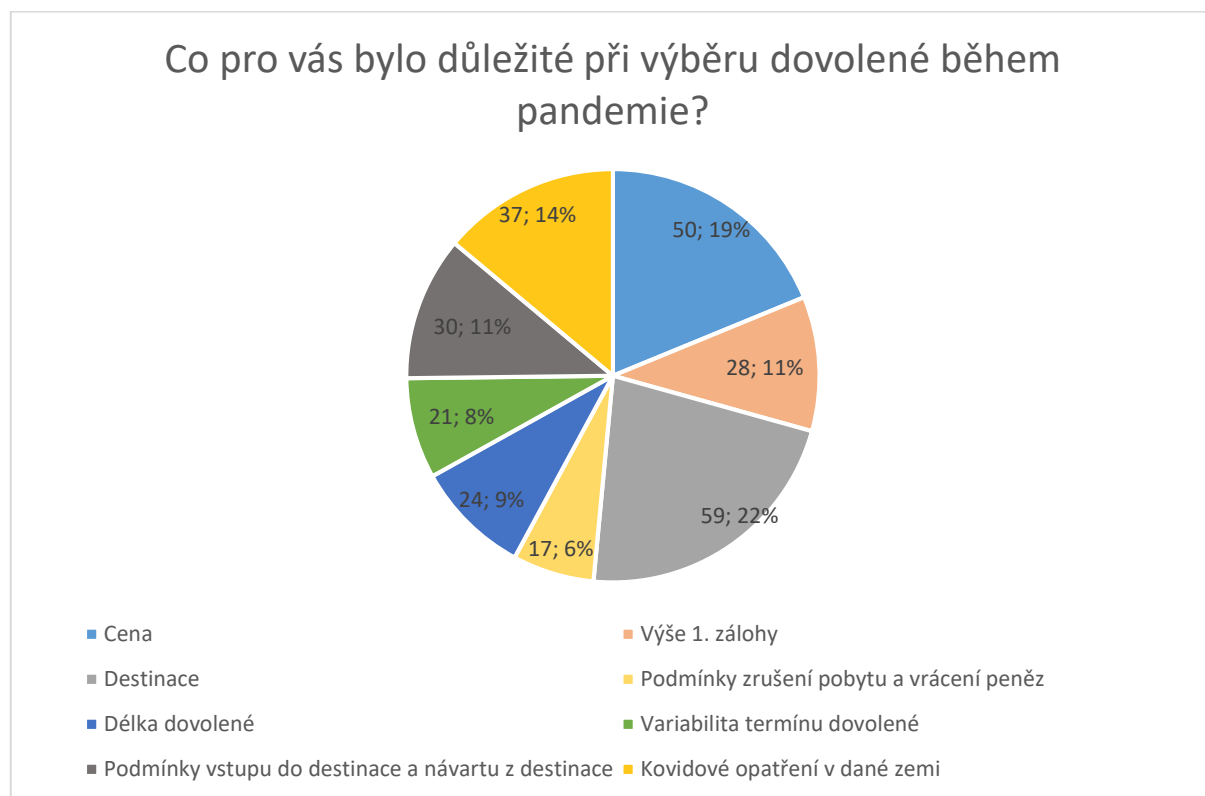
Obr. 22: Druh stravování na dovolené v roce 2021

Zdroj: vlastní zpracování

Tak jako v roce 2020 i v roce 2021 si respondenti nejvíce volili odpověď jiný a zařizovali svoji stravu sami. Dohromady si tuto možnost zvolilo 55 dotazovaných. Druhou nejvíce volenou odpovědí byla polopenze s 52 hlasy. Pouze snídani si vybralo 32 respondentů. Plnou penzi pak 22 a All inclusive 9 osob.

Odpověď jiný byla u obou let nejvíce zvolenou odpovědí jiný, kde respondenti uváděli, že si strava zařídili sami. Druhou nejvíce volenou odpovědí byla pouze snídane v roce 2020 a v roce 2021 to byla polopenze. Nejméně volenou odpovědí byla All inclusive v obou letech.

24. Co pro vás bylo důležité při výběru dovolené během pandemie? (srovnejte od nejdůležitějšího - 1 po nejméně důležité - 8)



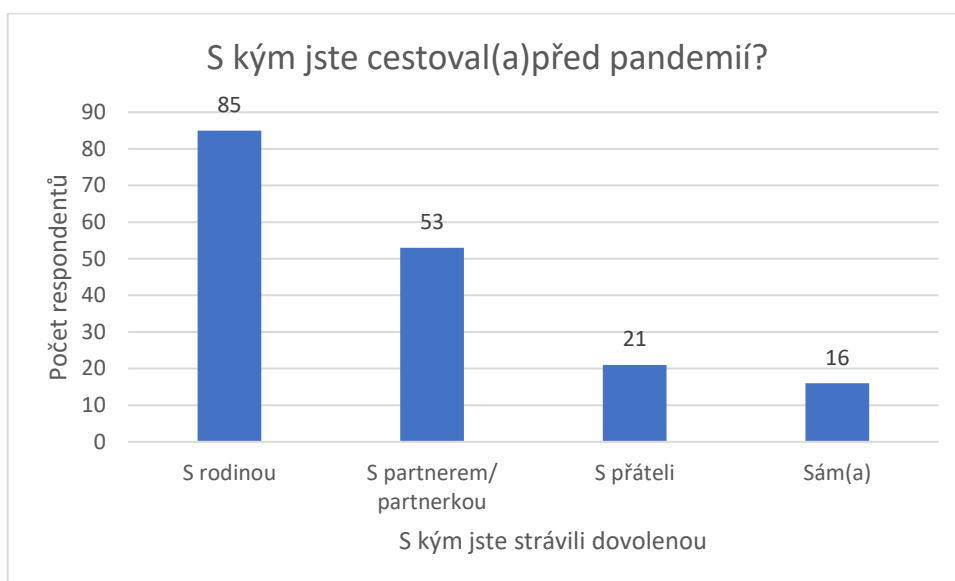
Obr. 23: Co pro vás bylo důležité při výběru dovolené během pandemie?

Zdroj: vlastní zpracování

Respondenti měli na výběr z osmi kategorií a ty srovnávali podle důležitosti. Srovnávali cenu, výši první zálohy, destinaci, podmínky zrušení pobytu a vrácení peněz, délku dovolené, variabilitu termínu dovolené, podmínky vstupu do destinace a návratu z destinace, kovidová opatření v dané zemi.

Nejvíce respondentů si zvolilo jako nejdůležitější faktor destinaci dovolené. Tuto možnost si vybralo 59 dotazovaných což představuje 22 %. Druhou nejčastěji uváděnou odpovědí pak byla cena a tu si vybralo 50 dotazovaných což je 19 %. Třetí nejvíce volenou možností bylo kovidová opatření v dané zemi a tu si zvolilo 37 respondentů.

25. S kým jste cestoval(a) před pandemií?



Obr. 24: S kým jste cestoval(a) před pandemií?

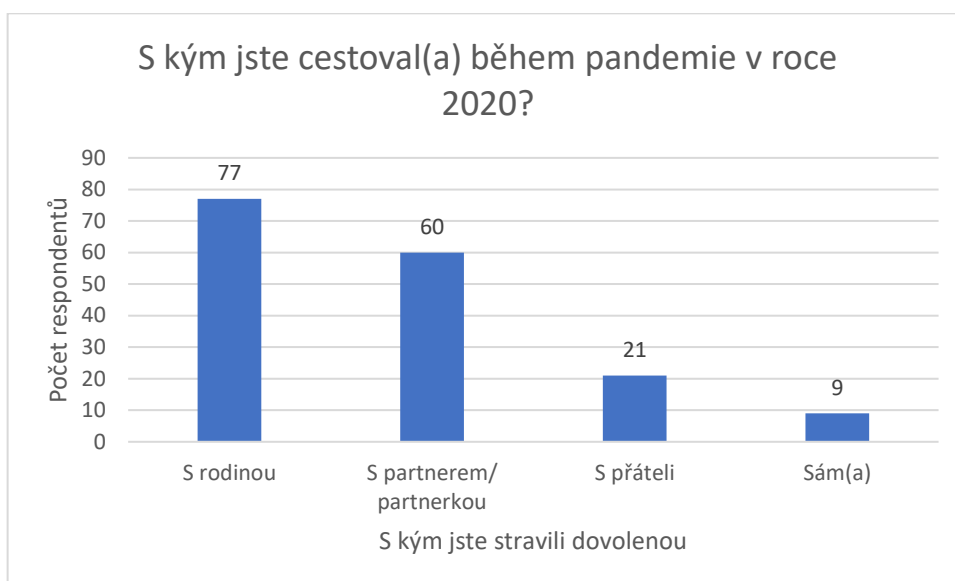
Zdroj: vlastní zpracování

Před koronavirovou pandemií respondenti nejvíce cestovali se svojí rodinou. Tuto možnost si vybralo 85 respondentů. Druhou nejvíce zastoupenou skupinou bylo cestování s partnerem/partnerkou s počtem 53 respondentů. Možnost s přáteli si zvolilo 21 dotazovaných. Nejméně dotazovaných cestovalo samo.

Další dvě otázky se týkaly informace, s kým respondenti cestovali během pandemie v roce 2020 a v roce 2021. Na výběr bylo cestovat sám/sama, s partnerem/partnerkou, s rodinou anebo s přáteli.

U otázky 26 a 27, které byly zaměřené na to, s kým jste strávila svoji dovolenou během pandemie. Bylo možné vybrat z cestovat sám/sama, s partnerem/partnerkou, s rodinou anebo s přáteli.

26. S kým jste cestoval(a) během pandemie v roce 2020?

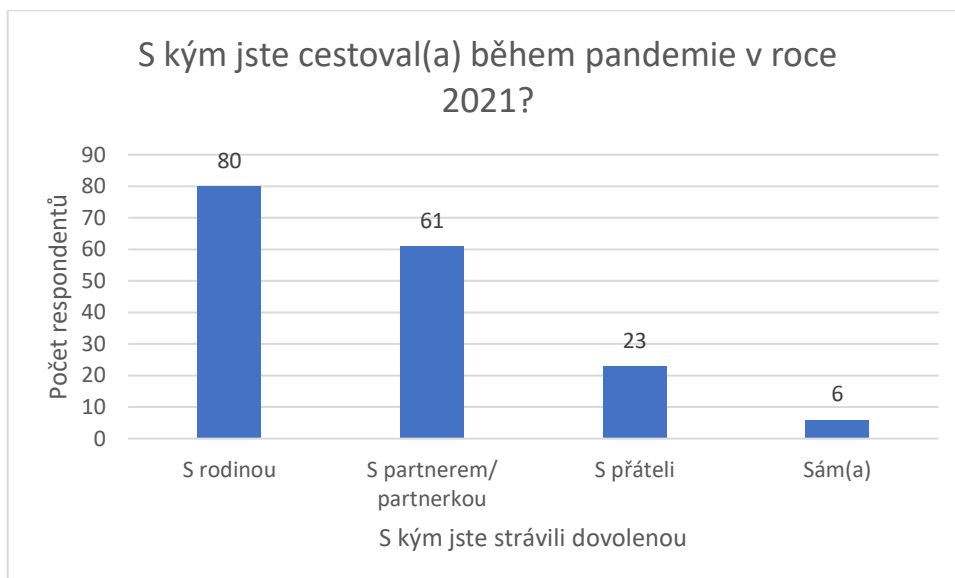


Obr. 25: S kým jste cestoval(a) během pandemie v roce 2020?

Zdroj: vlastní zpracování

Nejvíce respondenti uváděli, že cestovali se svojí rodinou. V grafu vidíme, že jich bylo dohromady 77. Druhou nejvíce volenou odpovědí bylo cestování s partnerem/partnerkou a zvolilo si ji 60 dotazovaných. S přáteli cestovalo 21 jedinců a sami se na dovolenou vypravilo 9 respondentů.

27. S kým jste cestoval(a) během pandemie v roce 2021?



Obr. 26: S kým jste cestoval(a) během pandemie v roce 2021?

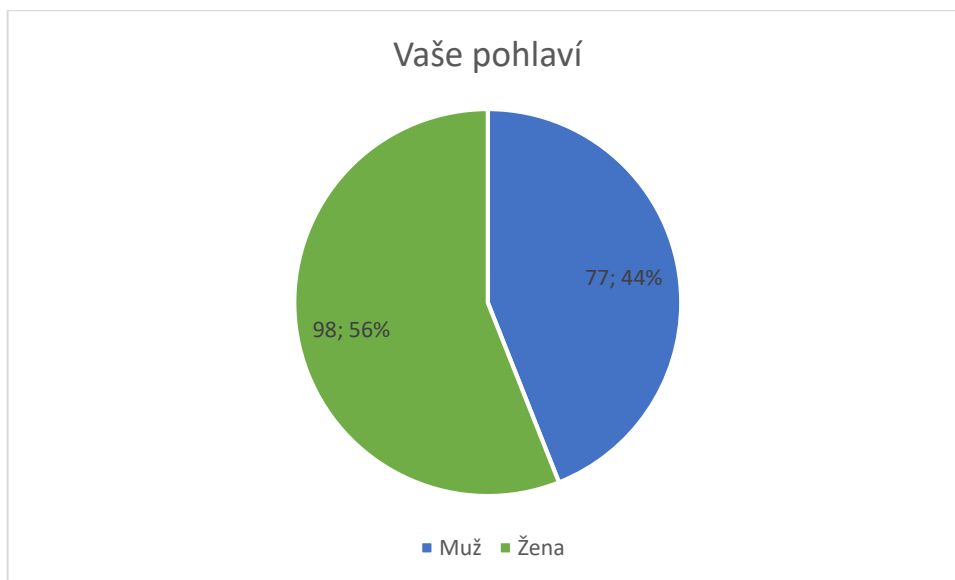
Zdroj: vlastní zpracování

Tak jako v roce 2020 nejvíce respondentů cestovalo se svojí rodinou i v roce 2021. Možnost s rodinou si zvolilo 80 respondentů. Možnost s partnerem/partnerkou byla druhou nejvíce volenou odpovědí s počtem 61 respondentů. S přáteli vycestovalo 23 dotazovaných a sami 6 respondentů.

Před pandemií i během pandemie nejvíce respondenti cestovali s rodinou, dále pak s partnerem/partnerkou a přáteli. Nejmenší počet respondentů vybral možnost cestovat sám/a.

Poslední tři otázky se týkaly demografického hlediska jako je jejich pohlaví, nejvyšší dosažené vzdělání a věk respondentů.

28. Vaše pohlaví

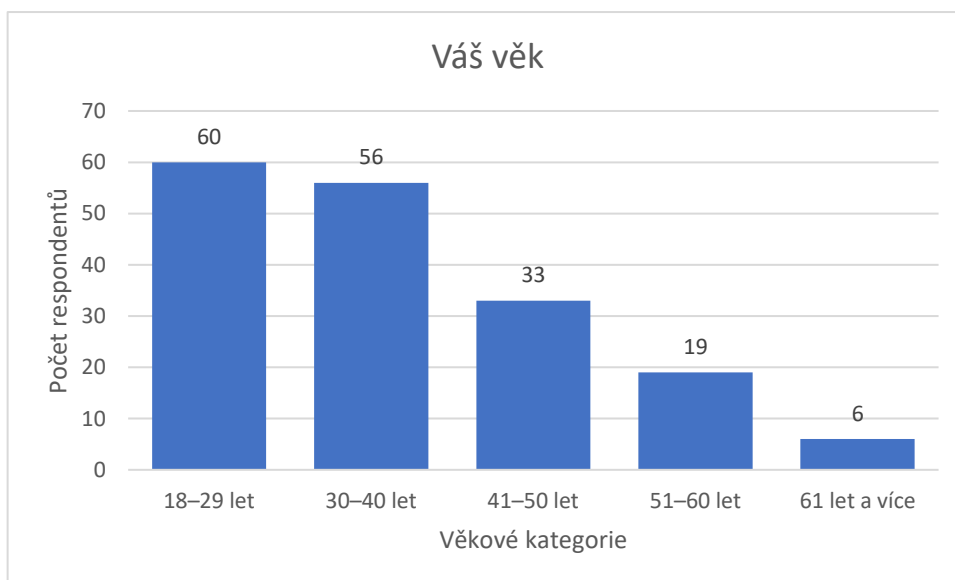


Obr. 27: vaše pohlaví

Zdroj: vlastní zpracování

Tento dotazník vyplnilo 77 mužů a 98 žen. V grafu vidíme mírnou převahu ženského pohlaví.

29. Váš věk



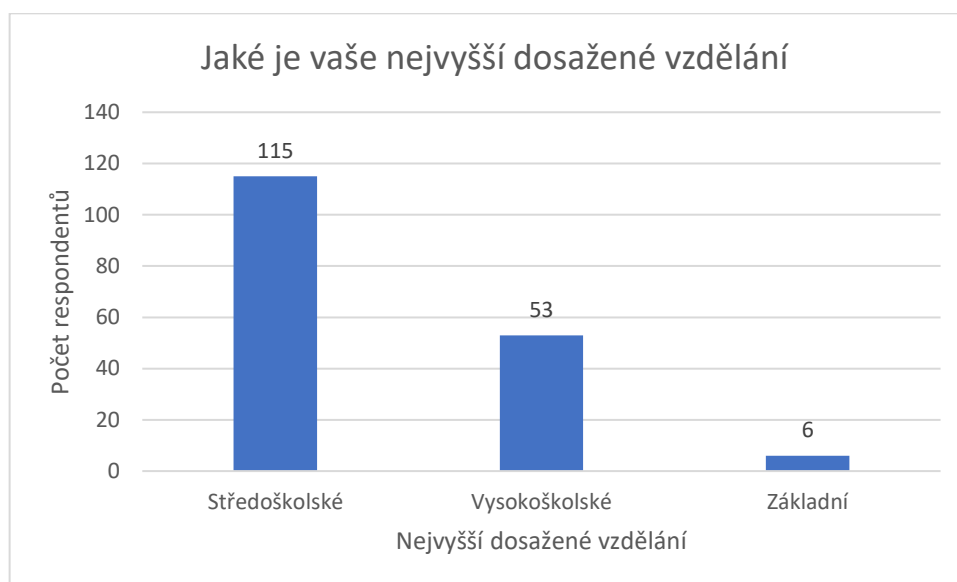
Obr. 28: Věkové složení respondentů

Zdroj: vlastní zpracování

Tato demografická otázka se týkala věku a byla rozdělena do 5 věkových kategorií. První věková skupina byla od 18 do 29 let, druhá od 30 do 40 let, třetí pak od 41 do 50 let, čtvrtá od 51 do

60 let a poslední 61 let a více. V grafu vidíme, do jaké věkové kategorie respondenti spadají. Nejvíce respondentů se řadilo do věkové kategorie 18-29 let, bylo to celkem 60. Na druhém místě byla věková kategorie 30-40 let s počtem 56 dotazovaných. Třetí se pak umístila kategorie 41-50 let s celkovým počtem 33 osob. Ve věkové kategorii 51-60 bylo celkem 19 osob. Nejméně zastoupenou věkovou kategorií pak byla 61 a více let pouze s 6 respondenty.

30. Jaké je vaše nejvyšší dosažené vzdělání



Obr. 29: Nejvyšší dosažené vzdělání respondentů

Zdroj: vlastní zpracování

U této poslední otázky bylo na výběr ze základního, středního a vysokoškolského vzdělání. Nejvíce zastoupený stupeň vzdělání bylo středoškolské vzdělání s počtem 115 respondentů. Dále pak vysokoškolské vzdělání zastoupeno 54 respondenty. Nejmenší zastoupení měl základní stupeň vzdělání s počtem pouze 6 dotazovaných.

6.1 Vyhodnocení výsledků

Výsledky tohoto šetření jsou si ve většině případů velmi podobné, jelikož v roce 2020 i 2021 nedocházelo k takovému uvolnění koronavirových restrikcí jako např. v roce 2022. Můžeme si však všimnout, že v roce 2021 už lidé cestovali více do zahraničí a začali znovu více využívat služby CR.

Tento dotazník byl vyplněn 175 českými respondenty. Převažovalo ženské pohlaví a to 56 %. Dotazník nejvíce vyplnili respondenti s dokončeným středoškolským vzděláním. Respondenti byli rozděleni do pěti věkových kategorií. Nejvíce respondentů spadalo do věkové kategorie 18-29 let, všechny věkové kategorie však měly zastoupení v dotazníku. Tyto demografické otázky najdeme na konci tohoto dotazníku. Dále se v dotazníku objevila škálová otázka a srovnávací otázka od nejdůležitějšího po nejméně důležité.

Další otázky byly stejné jak pro rok 2020 tak i 2021, aby se daly porovnat. Některé otázky se týkaly i hlavní dovolené před koronavirovou pandemií.

Jak v roce 2020, tak i v roce 2021 si můžeme všimnout, že respondenti nejvíce volili možnost cestovat individuálně. V roce 2021 už respondenti znovu začali více využívat služeb CK a CA. Ale i tak služeb CK a CA využilo poměrně málo respondentů, bylo to hlavně z důvodu nejisté situace během pandemie koronaviru. Docházelo k neuskutečnění zakoupených zájezdů, změně termínu atd.

Respondenti, kteří cestovali s CK a CA, uváděli jak velké a známé CK a CA (jako je např. Invia, Čedok, Alexandrie, Fischer atd.), tak i menší a oblastní CK a CA.

Škálová otázka se týkala ovlivnění koronavirem při nákupu hlavní dovolené, kdy měli respondenti srovnávat od 1-10 (1 bylo nejmenší a 10 nejvyšší ovlivnění). Nejvíce respondentů zvolilo číslo 5 a druhým nejvíce voleným číslem byla 6, což je uprostřed této stupnice. Číslo 10 (nejvyšší ovlivnění) zvolilo pouze 8 respondentů a číslo 1 (nejmenší ovlivnění) si vybralo opět pouze 8 respondentů. Můžeme si všimnout, že respondenti si více vybírali čísla od 5 do 10, které znamenali větší ovlivnění koronavirovou pandemií.

V obou letech můžeme vidět, že více než polovina respondentů strávila svoji hlavní dovolenou v ČR. V roce 2021 vyjelo pouze o 9 % více respondentů mimo ČR a to z důvodu přetrvávající pandemie koronaviru, lidé museli prokazovat svou bezinfekčnost. Nejčastěji navštěvovanou zemí v obou letech bylo Chorvatsko.

V roce 2020 i 2021 si respondenti nejvíce volili pobytový druh dovolené. Druhou nejvíce volenou variantou v roce 2020 byl poznávací pobyt a v roce 2021 to pak byl pobyt sportovní.

Pokud se pobyt neuskutečnil v obou letech, nejčastější odpovědí bylo vrácení peněz a druhou nejčastější pak byla změna termínu.

Před koronavirovou pandemií respondenti nejvíce trávili hlavní dovolenou v délce 6-8 dnů. Druhou nejčastější odpovědí o délce dovolené bylo 9 a více. Minimum respondentů zvolilo 3-5 dnů dlouhou dovolenou. Možnost 0-2 dny nezvolil nikdo z respondentů.

Nejvíce volenou odpovědí u délky dovolené bylo v obou letech 6-8 dnů, ke změně došlo u druhé nejvíce volené odpovědi. Kdy v roce 2020 to bylo 3-5 dnů, v roce 2021 byla změna na 9 a více dnů dovolené.

Způsob placení dovolené se nesl velmi podobně v obou letech. Respondenti upřednostňovali platbu převodem a kartou. Hotovost v obou případech skončila na třetím místě, ale v roce 2020 ji využilo více respondentů než v roce 2021.

Nejvíce využívaným dopravním prostředkem bylo v obou letech auto. V roce 2021 si můžeme všimnout pomalého nárůstu využití jiných dopravních prostředků jako je letadlo, autobus a vlak. Letecká doprava to měla během koronavirové pandemie těžší kvůli opatření proti koronaviru.

Otázka týkající se ročních období dopadla také podobně. Nejvíce respondentů strávilo svou hlavní dovolenou v létě v obou letech a to hlavně z důvodu uvolnění restrikcí v období léta. V roce 2021 se někteří respondenti vypravili na svoji hlavní dovolenou i na podzim. Na jaře 2020 to byl pouze 1 respondent a v roce 2021 pouze 4 a to z důvodu přísnějších opatření v jarních měsících. V zimě také v obou letech nevyjelo mnoho respondentů.

Pokud porovnáme ubytování, vidíme změnu v roce 2020 a 2021. V roce 2020 nejvíce respondentů bylo ubytováno v penzionech, ale hotel byl hned druhým nejčastějším typem ubytování. V roce 2021 na rozdíl od roku 2020 to byl hotel. Můžeme si ale všimnout, že na

prvních dvou místech se v obou letech umístil penzion a hotel. Respondenti si v roce 2021 oproti roku 2020 připlatili.

Co se týká stravování, respondenti nejvíce využili možnost jiný, kde většina uváděla vlastní stravování v obou letech. V roce 2020 se na druhém místě umístila možnost pouze snídaně a v roce 2021 to byla polopenze. Nejméně respondenti volili možnosti All inclusive a plnou penzi v obou letech. Většina respondentů na stravování spíše šetřila.

Srovnávací otázka ohledně důležitosti při výběru dovolené během pandemie byla rozdělena do osmi kategorií. Respondenti jako nejdůležitější faktor při výběru dovolené nejvíce volili destinaci, cenu dovolené a kovidová opatření v dané zemi.

Otázka týkající se s kým respondenti trávili svou hlavní dovolenou, nevykazovala velké změny oproti době před pandemií. Nejvíce respondentů cestovalo s rodinou jako již před pandemií koronaviru a to se nezměnilo ani během pandemie koronaviru. Výsledky byly velmi podobné jako před pandemií i u ostatních možností.

Závěr

Cílem této bakalářské práce bylo pomocí dotazníkového šetření porovnat nákupní chování spotřebitelů služeb ČR během pandemie koronaviru v roce 2020 a 2021. V teoretické části jsem objasnila potřebné informace, které byly důležité pro praktickou část. Byly to pojmy jako nákupní chování, cestovní ruch, služby cestovního ruchu a také koronavirová pandemie. Otázky v dotazníku se týkaly hlavní dovolené, která proběhla v roce 2020 a 2021 a doprovodných služeb.

Praktická část byla složena z dotazníku, který obsahoval 30 otázek zaměřených na hlavní dovolenou respondentů v roce 2020 a 2021, tak aby se otázky daly poté porovnat. Dotazník vyplnilo dohromady 175 respondentů mužského a ženského pohlaví. Otázky jsem dále analyzovala a byly zpracovány do grafů a tabulky.

Z dat získaných z dotazníkového šetření vyplývá, že respondenti se chovali v obou letech velmi podobně jen s minimálními odchylkami. V roce 2020 sice nebylo ještě tolik případů nakažených, jelikož se podobná pandemie na našem území objevila poprvé (prasečí a ptačí chřipka ve světě neměla faktický dopad na občany ČR) byla opatření přísnější vzhledem k počtu nakažených. V roce 2021 přibýlo nových nakažených i reinfekcí koronaviru, proto platila nadále přísná protikoronavirová opatření (např. zákaz vycestování za hranice okresu) z důvodu násobného počtu nakažených.

Největší změna nastala v otázce ubytování, na prvním místě se v roce 2020 umístil penzion, hotel byl druhou nejvíce zvolenou odpovědí, penzion zvolilo o tři více respondentů. V roce 2021 byl na prvním místě hotel a druhý nejčastějším ubytováním byl penzion, kde byl rozdíl 47 ve prospěch hotelu.

Během koronavirové pandemie respondenti cestovali především v rámci České republiky nebo v Evropě s výjimkou Turecka a Egypta, v roce 2021 jeden respondent navštívil i Madeiru.

Můžeme si všimnout, že respondenti v otázce stravování na dovolené v roce 2021 oproti 2020 více volili možnosti jako plná penze a polopenze a méně respondentů si zvolilo možnost pouze snídaně.

Respondenti cestovali před pandemií i během pandemie nejvíce s rodinnými příslušníky a se svými partnery. Respondenti preferovali osobní automobilovou dopravu (64 % v roce 2020 a 44 % v roce 2021) před autobusovou, leteckou a vlakovou dopravu, kde docházelo k plošnému šíření viru.

Opatření spojená s cestováním byla přísnější v roce 2021, kdy se turisté museli prokazovat negativními testy a potvrzením o očkování. I přes tato stěžejní rizika však cestu podstoupili.

K oživení domácího CR došlo k rozvolnění opatření jak v létě 2020, tak 2021. Respondenti převážně cestovali po Česku, to však nenahradilo zahraniční klientelu, která je ochotna utratit větší objem peněz.

Přínosem této bakalářské práce je závěr, jak se změnilo nákupní chování během pandemie koronaviru určitého vzorku populace. Většina respondentů trávila dovolenou v tuzemsku (62 % v roce 2020 a 53 % v roce 2021), menšina pak vycestovala do zahraničí.

Mé šetření potvrdilo i obecný trend v rozhodování lidí v době pandemie, že cestování omezili nebo vážili okolnosti spojené s cestováním. Lidé se opravdu vážně zamýšleli nad tím, zda a kam

vůbec vycestují. Přínosem je také analýza vlivu pandemie koronaviru na nákupní chování spotřebitelů ČR s odstupem času.

Závěrem bych tedy konstatovala, že nákupní chování spotřebitelů v ČR se změnilo v tom, že cestovali sice většinou po tuzemsku, ale touha po cestování a odpočinku po psychickém vypětí spojeném s pandemií přetrvávala. Zážitky z dovolených pak přispěly k tomu, že lidé se vrátili odpočatí a byli mnohem lépe psychicky odolní ke snášení přetrvávajících nejistoty během dalšího období trvání pandemie.

Z mé vlastní zkušenosti mohu uvést, že během léta 2020 i 2021 jsem s rodinou vycestovala soukromě do Chorvatska k moři. Pobyt byl velmi relaxační a užila jsem si ho. Restrikce v Chorvatsku nebyly zdaleka tak přísné jako v ČR. V obou případech nedošlo k nakažení žádného člena rodiny.

Seznam použité literatury

- BAČUVČÍK, Radim. Spotřebitelské chování. Zlín: VeRBuM, 2016. ISBN 978-80-87500-81-1.
- BÁRTA, Vladimír, Jan KOUDELMKA a Hilda BÁRTOVÁ. Spotřebitel: Chování spotřebitele a jeho výzkum. Praha: Oeconomica, 2007. ISBN 978-80-245-1275-4.
- ČERTÍK A KOL., Miroslav. Cestovní ruch – vývoj, organizace a řízení. Praha: Off, 2001. ISBN 80-238-6275-8.
- HESKOVÁ, Marie. Cestovní ruch pro vyšší odborné a vysoké školy. 2. Praha: Fortuna, 2010. ISBN 978-80-7373-107-6.
- INDROVÁ, Jarmila. Cestovní ruch (základy). Praha: Oeconomica, 2007. ISBN 978-80-245-1252-5.
- KOTLER, Philip. Moderní marketing. 4. Praha: Grada, 2007. ISBN 978-80-247-1545-2.
- KOUDELKA, Jan. Spotřební chování. Praha: Oeconomica, 2010. ISBN 978-80-245-1698-1.
- ORIEŠKA, Ján. Služby v cestovním ruchu. Praha: Idea servis, 2010. ISBN 978-80-85970-68-5.
- RYGLOVÁ, Kateřina. Cestovní ruch Soubor studijních materiálů. 3. Ostrava: Key Publishing, 2009. ISBN 978-80-7418-028-6.
- RYGLOVÁ, Kateřina, Michal BURIAN a Ida VAJČNEROVÁ. Cestovní ruch – podnikatelské principy a příležitosti v praxi. Praha: Grada, 2011. ISBN 978-80-247-4039-3.
- VYSEKALOVÁ A KOL., Jitka. Chování zákazníka – Jak odkrýt tajemství "černé skříňky". Praha: Grada, 2011. ISBN 978-80-247-3528-3.

Internetové zdroje

- 10 000 lidí denně. Sněžku trápí fenomén známý i z Machu Picchu [online]. ČR: Seznam zprávy, 2022 [cit. 2022-12-28]. Dostupné z: <https://www.seznamzpravy.cz/clanek/domaci-zivot-v-cesku-10-000-lidi-denne-snezku-trapi-fenomen-znamy-i-z-machu-picchu-209507>
- 15 Best Flight Booking Websites for Cheap Flights in 2023 [online]. -: Travelfreak, 2023 [cit. 2023-01-12]. Dostupné z: <https://travelfreak.com/best-flight-booking-websites/>
- Cestovní ruch - 2. čtvrtletí 2018 [online]. ČR: Czso, 2018 [cit. 2023-01-11]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/ci/cestovni-ruch-2-ctvrtleti-2018>
- Cestovní ruch, který je v kritické kondici, stojí na okraji zájmu kandidujících politických stran [online]. ČR: Česká unie cestovního ruchu, 2021 [cit. 2022-12-12]. Dostupné z: <https://ceskauniecr.cz/cestovni-ruch-ktery-je-v-kriticke-kondici-stoji-na-okraji-zajmu-kandidujicich-politickych-stran/>
- Cestovní ruch se stále nevzpamatoval z covidu, Praha trpí [online]. ČR: Ondřej Plevák, 2021 [cit. 2022-12-12]. Dostupné z: <https://euractiv.cz/section/evropska-unie-a-svet/news/cestovni-ruch-se-stale-nevzpamatoval-z-covidu-praha-trpi-sektoru-navic-hrozi-nezajem-politiku/>
- Cohen's tourist typology- The 4 major types of tourists [online]. London: Tourism teacher, 2023 [cit. 2023-01-30]. Dostupné z: <https://tourismteacher.com/cohens-tourist-typology-types-of-tourists/>
- Coronavirus, COVID-19 [online]. -: Cleveland Clinic, 2022 [cit. 2022-12-12]. Dostupné z: <https://my.clevelandclinic.org/health/diseases/21214-coronavirus-covid-19>
- Coronavirus symptoms [online]. -: Who, - [cit. 2022-12-12]. Dostupné z: https://www.who.int/health-topics/coronavirus#tab=tab_3
- COVID - Lázně [online]. ČR: Mmr, 2021 [cit. 2023-01-12]. Dostupné z: <https://mmr.cz/cs/narodni-dotace/covid-prehled-programu/covid-lazne>
- Covid map: Coronavirus cases, deaths, vaccinations by country [online]. -: BBC, 2022 [cit. 2022-02-12]. Dostupné z: <https://www.bbc.com/news/world-51235105>
- Další kolo dotací pro hotely. Musí čestně prohlásit, že neporušily opatření [online]. ČR: Podnikatel, 2021 [cit. 2023-01-12]. Dostupné z: <https://www.podnikatel.cz/clanky/dalsi-kolo-dotaci-pro-hotely-musi-cestne-prohlasit-ze-neporusily-opatreni/>
- Data: Pandemie v Evropě zrušila cestování [online]. ČR: Seznam zprávy, 2022 [cit. 2022-12-12]. Dostupné z: <https://www.seznamzpravy.cz/clanek/fakta-data-pandemie-v-evrope-zrusila-cestovani-cesko-zachranili-domaci-turiste-185173>
- Economic Impact Reports [online]. -: World travel and tourism council, neuvedeno [cit. 2023-03-12]. Dostupné z: <https://wtcc.org/research/economic-impact>
- Evolving trend change during the COVID-19 pandemic [online]. -: Frontiers, 2022 [cit. 2022-02-12]. Dostupné z: <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fpubh.2022.957265/full>
- Finanční podpora státu v souvislosti s koronavirem COVID-19 [online]. ČR: BDO Česká republika, 2021 [cit. 2023-01-12]. Dostupné z: <https://www.bdo.cz/cs-cz/temata/aktualni-publikace/financni-podpora-statu-v-souvislosti-s-koronavirem-covid-19>

- Glossary of tourism terms [online]. -: UNWTO, 2008 [cit. 2022-02-12]. Dostupné z:
<https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms>
- Hotely netrpělivě čekají na rozvolnění i na své hosty [online]. ČR: Podnikatel.cz, 2021 [cit. 2023-01-12]. Dostupné z: <https://www.podnikatel.cz/clanky/hotely-netrpelive-cekaji-na-rozvolneni-i-na-sve-hosty-uz-spustily-rezervace/>
- China Covid: Five deaths under country's new counting method [online]. London: BBC, 2022 [cit. 2022-12-21]. Dostupné z: <https://www.bbc.com/news/world-asia-64044204>
- Informace o vakcínách dostupných v ČR [online]. ČR: Covid portál, 2022 [cit. 2022-12-12]. Dostupné z: <https://covid.gov.cz/situace/vakciny/informace-o-vakcinach-dostupnych-v-cr>
- Izolace [online]. ČR: Covid portál, 2022 [cit. 2022-12-12]. Dostupné z: <https://covid.gov.cz/situace/onemocneni-covid-19/izolace>
- Koronaviry – přehled [online]. Praha: Szú, 2020 [cit. 2022-11-28]. Dostupné z: <https://szu.cz/tema/prevence/koronaviry-prehled-1>
- MMR ČR v letošní výzvě COVID lázně dosud proplatilo 57 282 slevových poukazů [online]. ČR: TTG, 2021 [cit. 2023-01-12]. Dostupné z: <https://www.ttg.cz/mmr-cr-v-letosni-vyzve-covid-lazne-dosud-proplatilo-57-282-slevovych-poukazu/>
- Mutace koronaviru [online]. ČR: Covid portál, 2022 [cit. 2022-11-28]. Dostupné z: <https://covid.gov.cz/situace/onemocneni-covid-19/mutace-koronaviru>
- Největší otloukánek epidemie? Hospody byly od března 2020 zavřené skoro 260 dnů [online]. ČR: Podnikatel.cz, 2021 [cit. 2023-01-12]. Dostupné z: <https://www.podnikatel.cz/clanky/nejvetsi-otloukanek-epidemie-hospody-byly-od-brezna-2020-zavrene-skoro-260-dnu/>
- Nový Občanský zákoník – Díl 4 - Spotřebitel [online]. ČR: Podnikatel, 2021 [cit. 2022-12-16]. Dostupné z: <https://www.podnikatel.cz/zakony/novy-obcansky-zakonik/f4580253/>
- Omicron symptoms [online]. -: Nbc News, 2021 [cit. 2022-12-12]. Dostupné z: <https://www.nbcnews.com/health/health-news/omicron-symptoms-covid-what-to-know-rcna9469>
- Online booking portal for reservation [online]. -: MaxiBooking, neuvedeno [cit. 2023-01-12]. Dostupné z: <https://maxi-booking.com/blog/online-booking-portal-for-reservation/>
- Opatření [online]. ČR: Covid portál, 2022 [cit. 2022-12-12]. Dostupné z: <https://covid.gov.cz/opatreni>
- Posilovací dávka [online]. ČR: Covid portál, 2022 [cit. 2022-12-12]. Dostupné z: <https://covid.gov.cz/situace/ockovani/posilovaci-davka>
- Program Antivirus A Plus [online]. ČR: econsulting, 2020 [cit. 2023-01-12]. Dostupné z: <https://www.e-cons.cz/post/program-antivirus-a-plus>
- Seznam cestovních kanceláří [online]. ČR: Mmr, 2022 [cit. 2022-12-28]. Dostupné z: [https://www.mmr.cz/cs/ministerstvo/cestovni-ruch/seznam-cestovnich-kancelari/seznam-cestovnich-kancelari-\(1\)](https://www.mmr.cz/cs/ministerstvo/cestovni-ruch/seznam-cestovnich-kancelari/seznam-cestovnich-kancelari-(1))

- Sněžka, Krumlov a překvapivě i šumavský hrad [online]. ČR: Seznam zprávy, 2022 [cit. 2022-12-28]. Dostupné z: <https://www.seznamzpravy.cz/clanek/audio-podcast-stopaz-dojet-k-vrcholu-autem-cvaknout-fotku-na-instagram-jak-vznika-overturismus-210768>
- SeČTeno z Prahy: Pandemie omezila hlavně návštěvnost metropole [online]. ČR: Česká televize, 2020 [cit. 2022-12-12]. Dostupné z: <https://ct24.ceskatelevize.cz/regiony/3282158-secteno-z-prahy-pandemie-omezila-hlavne-navstevnost-metropole-letiste-zeje>
- Turismus v Praze se pomalu nadechuje [online]. ČR: Pražský patriot, 2021 [cit. 2022-12-12]. Dostupné z: <https://www.prazskypatriot.cz/turismus-v-praze-se-pomal-nadechuje-ve-srovnani-s-predlonskem-je-vsak-stale-hodne-pozadu/>
- Turismus v Praze se stále nevzpamatoval z covidu [online]. ČR: Náš region – Simona Knotková, 2022 [cit. 2022-12-12]. Dostupné z: <https://nasregion.cz/turismus-v-praze-se-stale-nevzpamatoval-z-covidu-288765/>
- Turisté berou Česko útokem [online]. ČR: Seznam zprávy, 2021 [cit. 2022-12-28]. Dostupné z: <https://www.seznamzpravy.cz/clanek/o-mnozstvi-exkrementu-nemluve-jak-se-projevuje-overturismus-v-cesku-166895>
- Turisté z Česka ve 2. čtvrtletí téměř zmizeli [online]. ČR: Pražský deník, 2020 [cit. 2022-12-12]. Dostupné z: <https://prazsky.denik.cz/podnikani/turistika-ubytovani-koronavirus-hotel-trzby-dopravce-cizinec.html>
- V České republice bude znovu platit nouzový stav, rozhodla vláda [online]. ČR: Advokátní deník, 2021 [cit. 2022-12-12]. Dostupné z: <https://advokatnidenik.cz/2021/11/26/v-ceske-republice-bude-znovu-platit-nouzovy-stav-rozhodla-vlada/>
- V Česku procitá cestovní ruch, návštěvnost je ale oproti roku 2019 jenom třetinová [online]. ČR: Česká televize, 2021 [cit. 2022-12-12]. Dostupné z: <https://ct24.ceskatelevize.cz/ekonomika/3352264-v-cesku-procita-cestovni-ruch-navstevnost-je-ale-proti-roku-2019-jenom-tretinova>
- V ČR bylo zahájeno očkování proti onemocnění covid-19, mezi prvními očkovánými byl i premiér Babiš [online]. ČR: Vláda, 2020 [cit. 2022-12-12]. Dostupné z: <https://www.vlada.cz/cz/media-centrum/aktualne/v-cr-bylo-zahajeno-ockovani-proti-onemocneni-covid-19--mezi-prvnimi-ockovanymi-byl-i-premier-babis-185837/>
- Vláda na tři týdny zakázala pohyb mezi okresy [online]. ČR: Klára Dlubalová, Mvcr, 2021 [cit. 2022-12-12]. Dostupné z: <https://www.mvcr.cz/clanek/vlada-na-tri-tydny-zakazala-pohyb-mezi-okresy-omezeni-ma-zabranit-sireni-agresivnich-mutaci-koronaviru.aspx>
- Vše o koronaviru [online]. ČR: Zprávy aktuálně, 2022 [cit. 2022-12-12]. Dostupné z: <https://zpravy.aktualne.cz/widget-koronavirus-vse-o-koronaviru/r~28c952346d0611eaa6f6ac1f6b220ee8/>
- Změny v podnikání cestovní kanceláře a cestovní agentury [online]. Nový Bydžov: Nový Bydžov, 2018 [cit. 2023-01-15]. Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/PDF/?uri=NIM:260715>

Přílohy

Příloha 1 – Dotazník

Dobrý den,

jmenuji se Markéta Hrnčířová a studuji na Vysoké škole polytechnické v Jihlavě. V rámci své bakalářské práce provádím výzkum, jak se změnilo nákupní chování spotřebitelů služeb cestovního ruchu během koronavirové krize. Vyplnění dotazníku vám zabere kolem 10 minut.

Dotazník

1. Jakým způsobem jste si zajistil(a) svoji hlavní dovolenou?

Rok 2020:

Rok 2021:

a) Individuálně

a) Individuálně

b) Přes cestovní kancelář/agenturu

b) Přes cestovní kancelář/agenturu

c) Nebyl(a) jsem na dovolené

c) Nebyl(a) jsem na dovolené

2. Pokud jste cestovali s cestovní kancelář/agenturou, která to byla? *(otevřená otázka)*

3. Jak moc měl koronavirus vliv na nákup vaší dovolené na škále od 1 do 10?
(1 nejméně, 10 nejvíce)

4. Kde jste strávili svoji dovolenou během pandemie?

Rok 2020:

Rok 2021:

a) V ČR

a) V ČR

b) Mimo ČR, kde

b) Mimo ČR, kde

5. Pokud jste si zakoupil(a) pobyt, o jaký druh pobytu se jednalo?

Rok 2020:

Rok 2021:

a) Poznávací

a) Poznávací

b) Pobytový

b) Pobytový

c) Sportovní

c) Sportovní

d) Wellness

d) Wellness

e) Lázeňský

e) Lázeňský

f) Jiný

f) Jiný....

6. Pokud se pobyt neuskutečnil, jak poskytovatel služeb postupoval?

Rok 2020:

Rok 2021:

a) Vrátili mi peníze

a) Vrátili mi peníze

b) Vystavili voucher na jiný pobyt

b) Vystavili voucher na jiný pobyt

c) Změnili mi termín pobytu

c) Změnili mi termín pobytu

7. Jak dlouhá byla vaše hlavní dovolená před pandemií koronaviru?

a) 0-2 dny

b) 3-5 dnů

c) 6-8 dnů

d) 9 a více dnů

8. Jak dlouhá byla vaše hlavní dovolená v období pandemie?

Rok 2020:

Rok 2021:

a) 0-2 dny

a) 0-2 dny

b) 3-5 dnů

b) 3-5 dnů

c) 6-8 dnů

c) 6-8 dnů

d) 9 a více dnů

d) 9 a více dnů

9. Jakým způsobem jste si pobyt zaplatili?

Rok 2020:

Rok 2021:

a) Hotově

a) Hotově

b) Kartou

b) Kartou

c) Převodem

c) Převodem

10. Jaký dopravní prostředek jste využil(a) k dopravě?

Rok 2020:

Rok 2021:

a) Auto

a) Auto

b) Letadlo

b) Letadlo

c) Vlak

c) Vlak

d) Autobus

d) Autobus

e) Jiné

e) Jiné

11. V jakém roční období jste hlavní dovolenou strávil(a)?

Rok 2020:

Rok 2021:

a) Jaro

a) Jaro

b) Léto

b) Léto

c) Podzim

c) Podzim

d) Zima

d) Zima

12. V jakém ubytovacím zařízení jste byl(a) ubytován?

Rok 2020:

Rok 2021:

a) Hotel

a) Hotel

b) Apartmán

b) Apartmán

c) Motel

c) Motel

d) Penzion

d) Penzion

e) Kemp

e) Kemp

f) Obytný přívěs

f) Obytný přívěs

g) Jiné

g) Jiné

13. Jak jste se stravoval(a) na dovolené?

Rok 2020:

Rok 2021:

a) Pouze snídáně

a) Pouze snídáně

b) Polopenze

b) Polopenze

c) Plná penze

c) Plná penze

d) All inclusive

d) All inclusive

- e) Jiné

14. Co pro vás bylo důležité při výběru dovolené během pandemie? (srovnejte od nejdůležitějšího - 1 po nejméně důležité - 8)

- #### h) Kovidová opatření v dané zemi

15. S kým jste cestoval(a) před pandemií?

- d) S přáteli

16. S kým jste cestoval(a) během pandemie?

Rok 2020:

Rok 2021:

- d) S přáteli

17. Vaše pohlaví

- b) muž

18. Váš věk

- a) 18–29 let
- b) 30–40 let
- c) 41–50 let
- d) 51–60 let
- e) 61 let a více

19. Jaké je vaše nejvyšší dosažené vzdělání

- a) Základní
- b) Středoškolské
- c) Vysokoškolské

Děkuji za Váš čas, který jste věnovali vyplnění dotazníku.