ST

02
/
23

STUDIA TURISTICA

VŠP J
College of Polytechnics Jihlava

Title:	**Studia Turistica**
Volume:	14
Number:	2
Year:	2023
ISSN:	1804-252X
Publisher:	College of Polytechnics Jihlava Tolstého 16 586 01 Jihlava, Czechia
Editorial office:	Petr Scholz Editor-in-chief College of Polytechnics Jihlava Department of Travel and Tourism Tolstého 16 586 01 Jihlava, Czechia **studiaturistica@vspj.cz**
Technical support:	Anna Tlačbabová
Information for authors:	**https://studiaturistica.cz**

ST

First Czech Electronic Scientific Journal
in the Field of Tourism

STUDIA TURISTICA

Editor-in-chief	Petr SCHOLZ (College of Polytechnics Jihlava, Czechia)
Deputy Editor-in-chief	Ivica LINDEROVÁ (College of Polytechnics Jihlava, Czechia)
Editorial board	Nuno Miguel CASTANHEIRA ALMEIDA (University of Coimbra, Portugal) Martin BOLTIŽIAR (Constantine the Philosopher University in Nitra, Slovakia) Dana FIALOVÁ (Charles University, Prague, Czechia) Petr CHALUPA (College of Polytechnics Jihlava, Czechia) Stanislav IVANOV (Varna University of Management, Bulgaria) Petr JANEČEK (University of Economics, Prague, Czechia) Jana JARÁBKOVÁ (Slovak University of Agriculture in Nitra, Slovakia) Galyna KISH (Uzhorod National University, Ukraine) Joanna KOSMACZEWSKA (University of Economy in Bydgoszcz, Poland) Andrzej KOWALCZYK (University of Warsaw, Poland) Hilda KRAMÁREKOVÁ (Constantine the Philosopher University in Nitra, Slovakia) Alfred KROGMANN (Constantine the Philosopher University in Nitra, Slovakia) Ivica LINDEROVÁ (College of Polytechnics Jihlava, Czechia) Jana NÉMETHOVÁ (Constantine the Philosopher University in Nitra, Slovakia) Stanislava PACHROVÁ (College of Polytechnics Jihlava, Czechia) Lucie PLZÁKOVÁ (Czech Technical University in Prague, Czechia) Jasna POTOČNIK TOPLER (University of Ljubljana, Slovenia) Sanna-Mari RENFORS (Satakunta University of Applied Sciences, Pori, Finland) Anna ŠENKOVÁ (University of Presov, Slovakia) Jiří VANÍČEK (University of Economics, Prague, Czechia)
Reviewers	Tomáš ČIHÁK (College of Polytechnics Jihlava, Czechia) Martina DRAŠAROVÁ (College of Polytechnics Jihlava, Czechia) Eva JANOUŠKOVÁ (College of Polytechnics Jihlava, Czechia) Ivica LINDEROVÁ (College of Polytechnics Jihlava, Czechia) Jaroslava MALINNU (College of Polytechnics Jihlava, Czechia) Jana NÉMETHOVÁ (Constantine the Philosopher University in Nitra, Slovakia) Lucie PLZÁKOVÁ (Czech Technical University in Prague, Czechia) Jaromír RUX (College of Polytechnics Jihlava, Czechia) David RANDUŠKA (CzechTourism, Prague, Czechia) Jitka RYŠKOVÁ (College of Polytechnics Jihlava, Czechia) Petr SCHOLZ (College of Polytechnics Jihlava, Czechia) Alice ŠEDIVÁ NECKÁŘOVÁ (College of Polytechnics Jihlava, Czechia) Blanka ŠIMÁNKOVÁ HORNOVÁ (College of Polytechnics Jihlava, Czechia)

PUBLICATION ETHICS AND MALPRACTICE STATEMENT

DUTIES OF EDITOR-IN-CHIEF

The editor-in-chief is responsible for deciding which of the articles submitted to the conference proceedings should be published. He constrained by such legal requirements regarding libel, copyright infringement, and plagiarism.

Papers shall be evaluated solely on their scientific merit without regard to authors' race, gender, sexual orientation, religious belief, ethnic origin, citizenship, or political philosophy.

The editor-in-chief will make every effort to ensure the integrity of the blind review process. Each paper has two blind reviews. The editor-in-chief may confer with reviewers in making the decision. Unpublished materials disclosed in a submitted paper must not be used by anyone who has a view of the paper in their research without the express written consent of the author.

DUTIES OF REVIEWERS

Any reviewer who does not feel qualified enough to review the research reported in a paper should notify the editor-in-chief and excuse themselves from the review process.

Any papers received for the review must be treated as confidential documents. They must not be shown to or discussed with others.

Reviews should be conducted objectively. There shall be no personal criticism of the author. Reviewers are to express their views clearly with supporting arguments. Reviewers should identify every relevant published work that has not been cited by the author.

The relevant citation should accompany any statement that had been reported previously. Reviewers should also call to the editor-in-chief´s attention any substantial similarity or overlap between the paper under consideration and any other published paper of which they have personal knowledge.

Reviewers should not review papers in which they have conflicts of interest resulting from competitive, collaborative, or other reasons.

DUTIES OF AUTHORS

A study based on original research should present an accurate account of the work performed as well as an objective discussion of its significance within the scope of the given research field. In the case of empirically oriented research, the study should contain sufficient details and references to permit others to replicate the work. Fraudulent or knowingly inaccurate statements constitute unethical behaviour and are unacceptable.
By submitting a paper, an author confirms that he or she has written an entirely original work.

Submitting the same paper to more than one conference or journal concurrently constitutes unethical publishing behaviour and is unacceptable.

Authorship should be limited to those who have made a significant contribution to the conception, design, execution, or interpretation of the reported study. The corresponding author should ensure that all appropriate co-authors and no inappropriate co-authors are included in the paper and that all co-authors have seen and approved the final version of the paper and have agreed to its submission for publication.

When an author discovers a significant error or inaccuracy in their published work, they must promptly notify the editor-in-chief or publisher and cooperate with the editor to retract or correct the paper.
(Ethic statements are based on rules defined by the Committee on Publication Ethics/COPE.)

CONTENT

8 SCIENTIFIC PAPERS

9 **The Specifics of Overtourism in the Prachov Rocks**
Artur Boháč, Petr Vacek

18 **Turismus v městských destinacích zasažených terorismem malého rozsahu**
Tourism in Urban Destinations Hit by Low-scale Terrorism
Tomáš Krajňák, Jiří Vágner, Lenka Krajňáková

44 **Preference rodin s dětmi při účasti na cestovním ruchu v období před pandemií v podmínkách České a Slovenské republiky**
Preferences of Families with Children when Participating in Tourism during the Pre-pandemic Period – Study from the Czech Republic and Slovakia
Ivica Linderová

54 **Prístupnosť ponuky cestovného ruchu na území Slovenska pre telesne znevýhodnené osoby a ich dopyt po cestovnom ruchu**
Accessibility of Tourism Supply in Slovakia for People with Mobility Disabilities and their Demand for Tourism
Radka Marčeková, Ľubica Šebová, Kristína Pompurová, Ivana Šimočková, Izabela Lazurová

69 **Vnímání rizika během cest v době pandemie COVID-19**
Perception of Travel Risk during the COVID-19 Pandemic
Lukáš Pichlík, Petr Janeček

75 **Geocaching – turistika s přidanou hodnotou**
Geocaching – Hiking with Added Value
Ivan Růžička, Kamila Růžičková

84 **Tourism in Kempten as One of the Most Important Centres of Cultural Tourism in Bavaria**
Zygmunt Sawicki

EDITORIAL

Dear readers and friends of Studia Turistica,

Welcome to the second issue of the journal in 2023. We are delighted to offer you an exciting reading again. The first manuscript, titled „The Specifics of Overtourism in the Prachov Rocks," deals with the specifics of overtourism in the Prachov Rocks, a prominent part of the Protected Landscape Area Bohemian Paradise and the UNESCO Global Geopark Bohemian Paradise. Moreover, the text examines efforts to mitigate the influx of tourists or restrict their inappropriate behavior.

The aim of the second manuscript, „Tourism in Urban Destinations Hit by Low-scale Terrorism," is to reveal whether and in what ways the tourists' reactions change towards destinations hit by low-scale terrorism. The issue is analyzed using an example city destination of Munich, Germany.

Families with children are an attractive segment for destinations and tourism businesses. Different stages of the family life cycle are various claims for accommodation and catering services and miscellaneous preferences in using their free time. With its heterogeneity, this segment gives space to create a portfolio of products with different theme orientations. The third manuscript, „Preferences of Families with Children when Participating in Tourism during the Pre-pandemic Period – Study from the Czech Republic and Slovakia," is devoted to this topic and deals with mapping travel stereotypes, motives, and barriers to traveling with children.

The most essential prerequisite for developing tourism for people with mobility disabilities is the absence of architectural barriers. In addition to removing architectural barriers, it is also necessary to eliminate financial information or psychological barriers that arise because of society's prejudice against people with disabilities. The aim of the manuscript „Accessibility of Tourism Supply in Slovakia for People with Mobility Disabilities and their Demand for Tourism" is to examine the demand for tourism in Slovakia by visitors with mobility disabilities, the degree of adaptation of tourism supply for visitors with mobility disabilities in Slovakia and to find out the connection between the accessibility of tourism objects and facilities and the number of visitors in destinations using the example of Slovakia.

The following manuscript, „Perception of Travel Risk during the COVID-19 Pandemic, „ focuses on the perception and impact of risk on travel. Travel risk is a long-standing phenomenon that escalates with major crises facing tourism. This manuscript presents partial results of more comprehensive research conducted in 2021 and 2022. The findings show that the risk associated with the disease COVID-19 was perceived more significantly by those who could suffer more significant health problems from it.

The next manuscript, „Geocaching – Hiking with Added Value," focuses on analyzing geocaching as a modern form of tourism that combines GPS technology with the adventure of hunting hidden containers (caches) and exploring new places. From the analysis of existing facts and the results presented, it can be generally concluded that geocaching is currently a widespread and growing form of tourism. It positively impacts the tourism industry, increases awareness of nature, promotes active movement, and offers an exciting combination of GPS technology and physical activity to counteract the consequences of hypokinesia and the dependence of the younger generation on modern information technologies.

The aim of the last manuscript, „Tourism in Kempten as One of the Most Important Centers of Cultural Tourism in Bavaria," is to show the state of tourism in Kempten in recent years, as well as to examine the opinions of tourists regarding their motives for arrival at this tourist destination. The research results show intensive tourist traffic in Kempten, and the most important reasons for going there include cultural aspects and active recreation.

Thank you for your support!

Petr Scholz
Editor-in-chief

SCIENTIFIC PAPERS

ST

THE SPECIFICS OF OVERTOURISM IN THE PRACHOV ROCKS

Artur Boháč & Petr Vacek

Received: January 12, 2023 Accepted: March 27, 2023

Technical University of Liberec, Department of Geography, Studentská 1402/2, 461 17 Liberec;
e-mail: artur.bohac@tul.cz; petr.vacek@tul.cz

ABSTRACT

The submission deals with the specifics of overtourism in the Prachov Rocks, a prominent part of the Protected Landscape Area Bohemian Paradise and the UNESCO Global Geopark Bohemian Paradise, famous for its sandstone towers. The text primarily focuses on the impacts of overtourism on the local environment and people and follows its evolution with innovative methods. Comparing the actual state with old photographs accompanied by various measurements documents the environmental effects on the sandstone formations and tourist paths. The impact on the people living in nearby settlements is clear from the authors' observation and the results of qualitative research. Also, examples of specific tourist misbehaviour are introduced. Moreover, the text examines efforts to mitigate the influx of tourists or restrict their inappropriate behaviour. The submission is grounded in the authors' insider knowledge of the locality supported by qualitative research among locals and interviews with site administrators from the Schlik noble family, environmentalists and other stakeholders.

Keywords: Bohemian Paradise. Czechia. Geography of Tourism. Overtourism. Sandstone Rocks.

INTRODUCTION

The Prachov Rocks (Prachovské skály) are a popular tourist destination with a characteristic panorama located in northern Czechia, in the Hradec Králové Region, approximately 5 kilometres west of Jičín, a town of 15 871 inhabitants. They lie in the cadastres of municipalities Holín (settlements Horní Lochov, Pařezská Lhota and Prachov) and Zámostí-Blata (settlement Blata). The Jičín District is primarily rural and can be classified as an economic semiperiphery. Since 1933, the Prachov Rocks have been a protected natural reserve (přírodní rezervace) of 262 ha. They are now part of the Protected Landscape Area (PLA) Bohemian Paradise (CHKO Český ráj). The sandstone rocks prone to erosion have been modeled by wind and rain into unique shapes. Several rock towers have inspired names due to their appearances, such as the Leaning Tower, the Eagle and Devil's Tower. Other attractive points are the Bohemian Paradise Viewpoint, Peace Viewpoint or Haken's Viewpoint. Some movie scenes were filmed on the site, including Hellboy, Little Mermaid and Van Helsing. The site belongs to the Bohemian Paradise, a region known for its rocks, castle and chateaus, in all possible delimitations: Czech Tourism's tourist region, PLA, UNESCO Global Geopark and a cultural-historical region. Tourism has a long tradition in the Prachov Rocks. It developed during the Czech national revival in the 19th century due to the activity of Czech tourists and climbers. The 20th century brought mass construction of tourist facilities and the 21st century showed a steady increase in the number of tourists.

We primarily focus on the core of the Prachov Rocks in Holín municipality, known as the Rock City (Skalní město), with the most intense tourism and with paid entry. The site contains two excursion circuits, short (1.5 km) and long (3.5 km). It is open from 9:00 to 17:00 from April to December. The exception is the main season in July and August (the period of main holidays in Czech schools) when the site is open from 8:00 to 18:00. The site is a property of the Schlik noble family (company J. M. Schlik), who has managed it for four centuries except for 1949-1996. The text aims to understand the specifics of overtourism, such as erosion due to vandalism and crowding of people, littering, noise or lousy parking on the site through various methods and to promote several sustainable solutions.

LITERATURE REVIEW

This chapter deals with the literature on rural overtourism, tourism in sandstone rocks and the geography of the Bohemian Paradise. Rural tourism, especially in sandstone rocks, is a marginal topic in contemporary research. Drápela was the originator of many beneficial submissions in that field (Drápela, 2020; Drápela, 2021; Drápela et al., 2021). He brought a typology of negative impacts damaging nature in areas of sandstone rocks which we expanded. Butler's (2019) chapter is unique for its focus on sparsely inhabited tourist areas with a naturally tranquil pace of life. We also worked with texts focused on general overtourism (Mihalic, 2020; Milano, 2019; UNWTO, 2018) because the Prachov Rocks is not a typical rural site. Chromý, Semian, Kučera (2014) created a beneficial human--geographical and sociological analysis of the Bohemian Paradise helpful for understanding local ties to the territory. Bušek, Pásková, Zelenka (2016) researched the perception of the regional landscape mostly among visitors.

DATA AND METHODS

The article is grounded in analyzing primary and secondary sources (the literature mentioned above) within desk research, including a tourist map from Mapy.cz (2023) and information from Booking.com (2023) and Airbnb (2023) about accommodation. Data on visits to specific sites in the Bohemian Paradise were collected by the Czech Paradise Association (Sdružení Český ráj, 2022). All gathered information and statistics were geographically analyzed. Moreover, we conducted in-depth interviews with significant persons connected with the Prachov Rocks, Dominik Feštr, administrator of the site and Miloš Zeman, local forester and employee of the administrator. PLA Bohemian Paradise representative could not answer our questions even after urging. The central theme of the interviews was the overtourism in the Prachov Rocks and its effects on the local natural and social environment. Questionnaires were distributed to the people living in Prachov and Pařezská Lhota. Residents were chosen by random sampling. We have got back 16 filled questionnaires. The relatively small number is determined by the few people who live near the Prachov Rocks. 8 men and 8 women filled out the questionnaires. The average age of the respondents was 38. The questionnaires contained 8 open-ended questions. Open-ended questions were chosen because of our research's qualitative and idiographic focus.

Table 1: Questionnaire for local inhabitants

Age	Gender
1. What do Prachov Rocks mean to you?	
2. What is your favorite place in the Prachov Rocks?	
3. What effects do you perceive mass tourism has on the Prachov Rocks?	
4. Does mass tourism have an effect directly on you?	
5. Do you pay the entrance fee to the Prachov Rocks? If not, why?	
6. How do you rate the current administration of the Prachov Rocks?	
7. What would make you move from the area?	
8. If you could not visit the Prachov Rocks, which other location would you choose and why?	

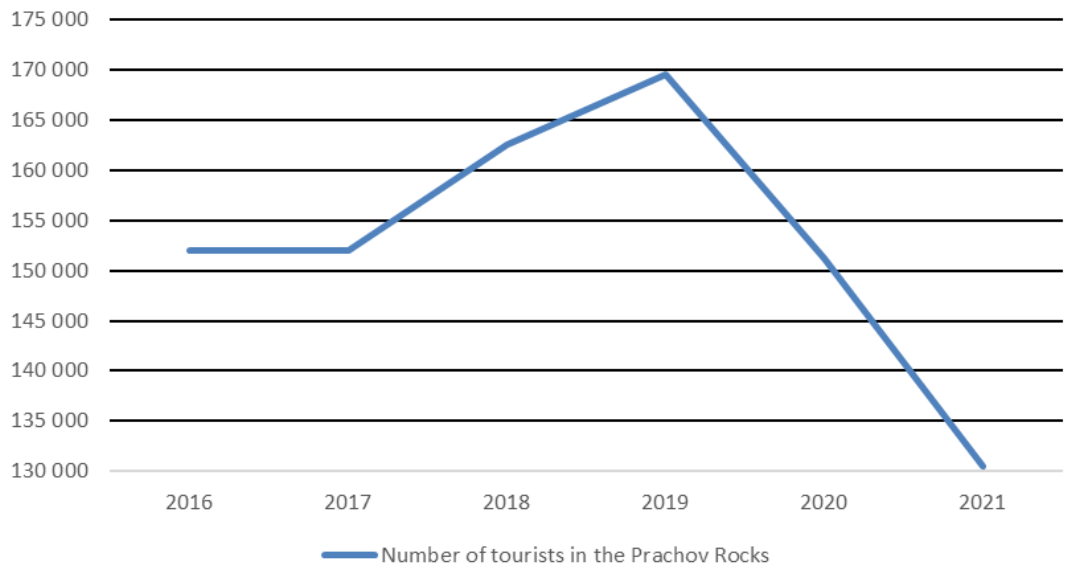
In addition, the text is based on the authors' covert observations during their stays in the region. Field research, performing various measurements documenting the erosion of sandstone and connected photographing were integral to our methodology. Petr Vacek is a resident of Pařezská Lhota with insider knowledge. The whole research was conducted in the second half of the year 2022. The authors took all photographs used in the text. The historic Imperial Corridor postcard is from Petr Vacek's family album.

RESULTS AND DISCUSSION

NUMBERS OF VISITORS

We observe a steady increase in the number of tourists, except for the years of the Covid-19 pandemic. The Prachov Rocks is the most visited site in the Bohemian Paradise (Sdružení Český ráj, 2022). The influx of tourists leads to negative impacts on the environment. During 2020 and 2021, the total number of visitors was lower. Still, high attendance was concentrated in the summer when anti-pandemic measures, including closing monuments or limiting the number of visitors, did not apply. Attendance was also increased by limited travel abroad. Czech tourists prevail on the site. Approximately 5% of visitors are foreigners.

Graph 1: Annual number of tourists in the Prachov Rocks



Source: Sdružení Český ráj, 2022

EVALUATION OF REALIZATION FACTORS

Entrances to the Prachov Rocks are relatively well accessible. On a larger scale, the site is 5 km from the critical road R35 connecting regional capitals Liberec and Hradec Králové and the railway 041 between Turnov and Hradec Králové in the northern direction from the site. As for public transport from the towns of regional importance and traffic hubs, the bus operated by BusLine goes on the road R35 11x on weekdays and 4x per day on weekends. It goes from Liberec to Hradec Králové or only to Jičín. During July and August, bus no. 391 operates. This bus connects Turnov and Jičín. It has many bus stops near the tourist highlights of the Bohemian Paradise, including bus stops in Holín-Prachov few metres from the Prachov Rocks. The most suitable standard bus stops for a 5 km walking trip to the Prachov Rocks are Libuň, Jinolice and Podůlší. The passenger train operated by the Czech Railways (České dráhy) goes 9x on weekdays and 7x per day during weekends. The most suitable train stops are Libuň and Jinolice. In the south, there is a road R16 connecting Mladá Boleslav and Jičín. Bus connection between these two towns, 13x on weekdays and 5x per day on weekends, operated chiefly by Arriva, is frequent. Railway 064 from Mladá Boleslav to Mladějov is in the west. Mladějov is 6 km from the Prachov Rocks. The train run by the Czech Railways goes 11x on weekdays and 8x per day during weekends. Public transport is of good quality. More comfortable transportation by car has downsides in the area. Most roads in the area are narrow and crowded with tourists and cyclists during the primary season. Parking opportunities are insufficient, considering the approximate attendance 2 500 people per day in July and August and the approximate parking capacity of 185 places for cars.

There are many accommodation options within a radius of 5 km from the Prachov Rocks. However, most of them are only small apartments or cottages. Locals usually rent them to guests for a week. They advertise them on specialized websites or rent them to their acquaintances. Rentals often operate within the grey economy. There are three hotels with a capacity of around 50 guests, Parkhotel Skalní město, Hotel Brada and Hotel Pod Šikmou věží. The name Parkhotel Skalní město is probably a marketing move luring drivers heading to the near Prachov Rocks on the free parking possibilities for the hotel's guests. Five camps and auto camps are also in the radius mentioned above. The largest camps, Autokemp Jinolice and Eden Jinolice, can accommodate around 200 guests and also have places for tents. The camps are usually open from May to September. These camps lie next to the Jinolice Ponds, 2 km from the Prachov Rocks. Generally, the accommodation offer is not enough, considering the popularity of the Prachov Rocks. In January, most rooms or houses are reserved for the summer months. Another negative is a lack of quality hotels and restaurants for wealthier tourists. Therefore, the Prachov rocks are often visited as part of a one-day trip which does not contribute much to the region's development (Drápela, 2020).

OVERTOURISM PERCEPTION

The Prachov Rocks mean a lot to the locals. The rocks epitomize their home, memories and area for relaxation. Chromý, Semian, Kučera (2014) reveal the regional identity among the respondents. Locals can be divided into two groups concerning favorite places in the Prachov Rocks. The first larger group prefer calmer places outside the Rock City, e.g. pond Pelíšek, Scout Viewpoint and godforsaken valleys. One respondent mentioned a rock vista outside the tourist routes where his deceased friend has a small memorial. The second group likes the Rock City the most despite the intensive tourism. Generally, we can observe the usual perception of mass tourism in rural settings where few inhabitants live. They feel overwhelmed by the influx of tourists (cf. Butler, 2019). The most frequently described problems are noise from loud tourists or their portable music players, which disturb forest animals. Residents notice garbage near tourist routes, particularly tissues, plastic waste or diapers. Some tourists are lazy to take their litter and throw it into the nearest trash bin. The number and placement of trash bins are adequate on the site. Locals also point to the destruction of tourist routes on sandstone due to the erosion caused by walking and roads surrounding the Prachov Rocks due to increased traffic. Excessive erosion may lead to landslides. Generally, crowded Rock City with queues at entrances or famous viewpoints is perceived as a problem. Tourists in the Bohemian Paradise want to see and photograph the highlights, as we know from previous research (Drápela et al., 2021). A well-known choking point is a 35 cm wide rock crevice within a short circuit excursion. Another negative is the creation of new paths by unruly tourists, which often leads to irreversible damage to the subsoil or bilberries. Tourists also do not respect private lands and ignore warning signs. Locals also complain about intentional vandalism, including engraving and painting on

the rocks, predominantly on lookout points or on rocks along main tourist circuits. One respondent points to the climbers using magnesium which pollutes rocks. Two respondents mentioned building inukshuks (stone figures) as a negative phenomenon (cf. Drápela, 2021). Moreover, they point to excrement pollution related to the lack of public toilets and the possibility of entering with dogs. Dogs are often off-leash and excrete without control. The entrance fee for a dog is only 10 CZK compared to 100 CZK for an adult and 50 CZK for a reduced fee. A lack of toilets is one of the biggest problems of the site. There is no public toilet. Public toilets are located in private hotels, Turistická chata and Parkhotel Skalní město. Nevertheless, their owners do not like visitors who only want to use a restroom and do not buy anything. One respondent mentioned rising prices during the main season. They are probably related to several restaurants where it is perceptible. Other respondent listed drones as a negative because it disturbs falcons' nesting.

Insufficient capacity of parking lots leads to parking outside the reserved space. There are three paid parking lots – Parking lot Prachov – entrance to the rocks (intended more for tourists accommodated in the nearby facility, with a capacity of 20-30 cars), Parking lot Prachov (intended for one-day visitors, with a capacity of 60-70 cars) near the upper entrance and central Parking lot Prachov Rocks – Turistická chata with an extension to the road (intended for one-day visitors, with a capacity of 75-85 cars) next to the lower (main) entrance. The extension on the road is a specific instance. There are traffic signs permitting free parking along, but they are intentionally wrapped in plastic to confuse tourists and make them pay for parking within the central Parking lot Prachov Rocks – Turistická chata. In the case of an extreme rush of tourists, a meadow next to the parking lots near the upper gate is used for paid parking. The parking usually costs 100 CZK per car. Illegal parking on private land or the edge of the crucial narrow road between Pařezská Lhota and Prachov is usual during the main season. Property owners try to send the parking tourists away or they call the police. The police do not tend to take the initiative independently and wait for locals' complaints. The natural landscape area volunteers also strive to prevent inappropriate behavior of tourists, but they are few and have no power.

Table 2: List of effects of mass tourism in the Prachov Rocks according to locals (question 3)

Effect	Number of mentions
Noise	5
Garbage	10
Increased traffic on the roads	2
Queues, extreme number of tourists	5
Erosion of sandstone rocks	4
Walking outside tourist routes, entering private properties	2
Vandalism	3
Inukshuks	2
Excrements	6
Drones	1
Forest fires	1
Rising prices during the main season	1
Parking	6

Source: Sdružení Český ráj, 2022

Overtourism is primarily about the perception of the locals or tourists (UNWTO, 2018). Locals perceive overtourism negatively. Nobody mentioned anything positive. The destination irritation index is undoubtedly high (Doxey, 1975, in Mihalic, 2020). Therefore, it is evident we did not ask the accommodation lessors. Respondents refer to the disappearing genius loci of the area. One respondent thinks it is a natural consequence of the site's beauty. Locals do not visit the site during the summer season (cf. Milano, 2018) or they enter it after opening hours. Despite all the complications, most inhabitants have no plans to leave their residences near the rocks. One respondent left his residence after 20 years of living there because of mass tourism. They see as an alternative to the Prachov Rocks less known sites in the Bohemian Paradise, such as the Příhrazy Rocks or other sandstone rocks areas in the Czech Republic, such as the Adršpach-Teplice Rocks or the Bohemian Switzerland, which also suffer from overtourism.

SITE'S MANAGEMENT

Most respondents criticized the management because of the evident focus on economic profit from the entrance fees and logging at the expense of care about the site. Three respondents recommend introducing the reservation system like in the Adršpach Rocks to prevent crowding. One respondent would appreciate a more frequent police presence in the locality. Locals do not pay to visit the Rock City for various reasons. They visit the rocks out of season, out of opening hours or they know the paths bypassing three official entrances. Some respondents do not want to pay because they have lived in the area their whole life and perceive entrance fees as unnatural. They do not think owners invest enough money in site maintenance or point non-respecting the card of the Czech Association of Climbers (ČHS) – in contrast to the Adršpach Rocks. Allegedly, there was an agreement between old countess Schlik and the locals about free access to the rocks, but it is not kept anymore. The site administrator has different opinions about the state of the locality. He claims everyday work, including garbage collection, cutting grass and repairing paths and railings. Forestry is an integral part of site management, and the administrator strives to gradually replace coniferous forests with original mixed forests. He is proud of the introduction of sewage, but we note this did not improve the situation with the toilets. The local forester emphasizes respectful logging on the site using horses and cable cars and care of forest animals. Volunteers from the Czech Union of Nature Protectors Prachov Rocks (ČSOP Prachovské skály) partly maintain the site. They prepare information boards and repair routes damaged by erosion.

SANDSTONE EROSION CAUSED BY TOURISTS

Erosion is a big problem leading to the loss of natural rock shapes. In the Prachov Rocks, tourists have strong positive emotions towards viewpoints like the Peace Viewpoint (Bušek, Pásková, Zelenka, 2016). Erosion can even be dangerous even for them. Extreme erosion can lead to the loss of attractivity in several localities. Erosion is visible on the rocks, particularly on the stairs, and on the soil where tree roots are exposed. More frequent repairs or building artificial walkways and bridges are solutions to erosion, but they demand noticeable investments. Below you will find several types of stair erosion.

Picture 1: Centrally eroded stairs cut into the rock under Všetečka's Viewpoint

Source: Authors´ photo

To calculate the loss of sandstone, we had to estimate the original dimensions of step 1. The original step should have dimensions of 70x35x35. Under this assumption, the sandstone's extreme loss of 30.5 cm (in height) in the center of the step occurred during the 100 years since the viewpoint was declared. That gives us 0.305 cm in 1 year on average. In the last decades, the average annual loss has been more intense. A repair, i.e. filling the gap in the step with artificial material, would reduce the value of the locality.

Picture 2: Stairs inclined due to erosion nearby April Towers

Source: Authors´ photo

This block of stairs is declined due to the subsidence of the deposited material below them. Initially, the block was relocated by humans and put on wood or directly on the soft base. A repair is possible in this case. It would be enough to supplement and strengthen the subsoil.

Picture 3: Stairs made from sandstone blocks in a bad state on the long excursion circuit

Source: Authors´ photo

These steps are prone to shifts and small landslides if we have a large slope angle and intensive tourism. Then we have to deal with randomly arranged stones and crooked railing. However, the substrate can be reconsolidated, restored or modified under this type of stairs and the individual stairs (blocks) can be replaced easily.

Picture 4, 5: Imperial Corridor in 1899 and 2022

Source: Authors´ photo

The Imperial Corridor's erosion is not as visible as in other presented places, probably because of less influence of wind. Sand on the stairs allegedly acts as a shock absorber.

CONCLUSION

We observe a gradual increase in visitor numbers in the Prachov Rocks, which should make it manageable for the site administrators. Nevertheless, the current situation is not entirely satisfactory for locals and tourists. The problems can be found in the lack of investment in the site, certain alienation of the owners and locals, and the imperfect strategy of working with tourists. Another aspect is the bad behavior of tourists well-documented in the chapter above. Education using information boards and consistent supervision should limit their misbehavior on the site with the highest level of protection. Investments in the site from the money collected from entrance fees should be more specific and transparent. For example, 15% of the entrance fee should be for repairing paths and combating erosion and 10% for upgrading other infrastructure such as public toilets. Few percent of profit could finance full-time employees – guards on the site. This approach would increase the credibility of the administrators. We found that erosion is the most significant danger for the site and brought its typology. Erosion prevention lies in building artificial walkways to restrict contact with sandstone as much as possible. The influx of tourists should be limited by a reservation system that could prevent lines and illegal parking in the Rock City surroundings. Opening hours of the site could be prolonged by 3 hours during July and August when the days are long and shortened in December. Spring in the rocks is beautiful and a season could start in March. It matches the proven strategy of tourism deseasonalization. Spreading tourists in time and space should be a goal in the Bohemian Paradise. There are forgotten locations in the region, e.g. Kozákov, Borek Rocks and the area around Semily, deserving a promotion.

Acknowledgements

This research was funded by the Technology Agency of the Czech Republic, grant number TL03000020, project name „Proactive solutions to the negative effects of overtourism.“ The authors also thank the Technical University of Liberec, which is co-financing this project.

REFERENCES

- Airbnb (2023). Pobyty. (2023, January 12). Retrieved from: https://www.airbnb.cz
- Booking.com (2023). Pobyty. (2023, January 12). Retrieved from: https://www.booking.com
- Bušek, M., Pásková, M., & Zelenka, J. (2016). Landscape Perception of the Bohemian Paradise. *Czech Journal of Tourism*, 5(2), 111-133.
- Butler, R. W. (2019). Overtourism in rural settings: the Scottish Highlands and Islands. In R. Dodds & R. W. Butler (Eds.), *Overtourism: issues, realities and solutions* (pp. 199-213). Oldenbourg: DeGruyter.
- Chromý, P., Semian, M., & Kučera, Z. (2014). Regional Awareness and Regional Identity in Czechia: Case Study of the Bohemian Paradise. *Geografie, 119*(3), 259-277.
- Drápela, E. (2020). Mass Tourism in the Bohemian Paradise: Both a Treat and an Opportunity. In I. Linderová (Ed.), *Proceedings of the Topical Issues of Tourism: Overtourism – Risk for a Destination* (pp. 31-40). Jihlava: College of Polytechnics.
- Drápela, E., Boháč, A., Böhm, H., & Zágoršek, K. (2021). Motivation and Preferences of Visitors in the Bohemian Paradise UNESCO Global Geopark. *Geosciences, 21*(3).
- Drápela, E. (2021). Prevention of damage to sandstone rocks in protected areas of nature in northern Bohemia. *AIMS Geosciences, 7*(1), 56-73.
- Geopark Český ráj (2019). Strategie rozvoje globálního Geoparku UNESCO Český ráj 2020-2030. Turnov.
- IDOS.cz (2023). Všechny jízdní řády. (2023, January 20). Retrieved from: https://idos.idnes.cz/
- Mapy.cz (2023). Turistická mapa ČR. (2023, January 20). Retrieved from: https://mapy.cz/
- Mihalic, T. (2020). Conceptualising overtourism: A sustainability approach. *Annals of Tourism Research, 84*, 103025.
- Milano, C. (2018). Overtourism, Social Unrest and Tourismphobia. A controversial debate. *Pasos-Revista De Turismo Y Patrimonio Cultural, 16*(3), 551-564.
- Sdružení Český ráj (2022). Návštěvnost památek, turistických cílů, akcí a infocenter Českého ráje v roce 2021. (2023, January 29). Retrieved from: https://www.cesky-raj.info
- UNWTO (2018). *‚Overtourism‘? Understanding and Managing Urban Tourism Growth beyond Perceptions. Executive Summary*. Madrid: UNWTO.

TURISMUS V MĚSTSKÝCH DESTINACÍCH ZASAŽENÝCH TERORISMEM MALÉHO ROZSAHU

TOURISM IN URBAN DESTINATIONS HIT BY LOW-SCALE TERRORISM

Tomáš Krajňák, Jiří Vágner & Lenka Krajňáková

Received: April 27, 2023 Accepted: November 14, 2023

katedra sociální geografie a regionálního rozvoje, Přírodovědecká fakulta, Univerzita Karlova, Albertov 6, 128 00 Praha 2,
e-mail: tomas.krajnak@natur.cuni.cz

ABSTRAKT

Dosavadní výzkum odhalil, že terorismus povětšinou negativně působí na turismus. Zmíněný dopad se však různí v závislosti na mnoha faktorech. Jedná se i o intenzitu a komunikační rozsah teroristických incidentů. Předchozí výzkum se nicméně zaměřoval takřka výhradně na destinace zasažené terorismem velkého rozsahu, a tudíž téma dopadů terorismu malého rozsahu na turismus zůstává neprobádané. Cílem článku tak je odhalit, zda a jakým způsobem se proměňují reakce turistů vůči destinacím zasažených terorismem malého rozsahu. Zkoumány jsou jak reakce potenciálních turistů, tak těch skutečných, kteří do destinace přicestovali. Za tímto účelem článek využívá sekundárních i primárních dat, a to na příkladu německého Mnichova, kde se v roce 2016 uskutečnil teroristický incident. Odhaleno bylo, že i terorismus malého rozsahu proměňuje reakce (potenciálních) turistů. Vliv na poptávku v turismu existoval, byl negativní a nikoliv marginální. V případě turistů, kteří do destinace skutečně dorazili, nedocházelo k zásadním změnám v chování, nicméně i oni hrozbu terorismu vnímali. Reakce domácí poptávky v turismu pak byla podstatně odolnější než reakce té zahraniční. Ani jedna z předložených studií však neprokázala, že by interregionální turisté reagovali citlivěji než turisté z bližších trhů. Viditelná bezpečnostní opatření a pořádání nejrůznějších společenských událostí byly identifikovány jako vhodné nástroje, jak vylepšit reakce turistů potenciálně ovlivněné terorismem.

Klíčová slova: Bezpečnost. Městská destinace. Mnichov. Poptávka v turismu. Percepce rizik. Strach. Terorismus. Turistické chování.

ABSTRACT

Previous research showed that terrorism mostly influences tourism negatively. The influence, however, varies depending on many factors. These include the intensity and communication range of terrorist incidents. Previous literature focused almost exclusively on destinations hit by high-scale terrorism. As a result, the topic of the influence of low-scale terrorism on tourism remains understudied. Therefore, the article aims to reveal whether and in what ways the tourists' reactions change towards destinations hit by low-scale terrorism. Both potential and actual tourists' reactions are addressed. For this purpose, the article employs secondary and primary data based on the case of Munich, Germany, hit by a terrorist incident in 2016. The article discovered that low-scale terrorism changes (potential) tourists' reactions. The influence on tourism demand existed, was negative and not marginal. In the case of tourists who arrived at the destination, no substantial changes in behaviour occurred. Nevertheless, even they perceived the threat of terrorism. Domestic tourism demand was more resilient than the foreign one. Neither of the present studies proved that interregional tourists would react more sensitively than tourists from more distant source markets. Visible security measures and organising various social events were identified as appropriate tools for improving tourists' reactions possibly influenced by terrorism.

Keywords: City destination. Fear. Munich. Risk perception. Security. Terrorism. Tourism demand. Tourist behaviour.

ÚVOD

Pandemie covid-19 odkryla širší veřejnosti zranitelnost, která doprovází odvětví turismu. Jednalo se o bezprecedentní krizi, jež celosvětově a dlouhodobě ochromila jeho fungování (Kvítková & Petrů, 2021; Nekolný & Krajňák, 2021; Novotný, 2022). Nejrůznější krize nicméně takřka vždy, ač v menší míře, nepříznivě doléhají na moderní turismus. Zejména bezpečnostní hrozby povětšinou zapříčiňují pokles poptávky v turismu (Ivanov, Gavrilina, Webster, & Ralko, 2017; Neumayer, 2004; Saha & Yap, 2014; Yap & Saha, 2013).

Jednou z bezpečnostních hrozeb, která takto působí, je terorismus (Krajňák, 2021). Avšak výzkum ukazuje, že v některých méně častých případech dopad terorismu na turismus v zasažené destinaci může být nevýznamný (Larsen, Brun, Øgaard, & Selstad, 2011; Nikšić Radić, Dragičević, & Barkiđija Sotošek, 2018; Parida, Bhardwaj, & Roy Chowdhury, 2017, 2018; Rittichainuwat & Chakraborty, 2009) a v ještě výjimečnějších situacích dokonce pozitivní (Saha & Yap, 2014; Wolff & Larsen, 2014). Vysvětlení pro toto limitované až pozitivní působení terorismu spočívá v mnoha důvodech. V případech, kdy se turisté překvapivě po incidentu méně obávají a více se do zasažené destinace vydávají než před incidentem, zřejmě jako zásadní podmínka platí, že incident musí být považován spíše za náhodný/neorganizovaný a výskyt terorismu v destinaci musí být velmi vzácný, aby došlo u turistů k chybnému úsudku neboli tzv. hráčovu omylu, že se teroristický incident ve stejné destinaci nezopakuje (Wolff & Larsen, 2014, 2017).

Přestože tyto případy, kdy terorismus pozitivně ovlivní turismus, jsou ojedinělé, destinace vskutku nemusí pokaždé pociťovat citelné negativní působení teroristických incidentů. Například pro destinace ve vyspělých státech či v těch s vysokými příjmy terorismus není tak škodlivý jako vůči destinacím v rozvojových/nízkopříjmových státech (Buigut, Braendle, & Sajeewani, 2017; El-Sahli, 2018; Liu & Pratt, 2017; Llorca-Vivero, 2008; Mitra, Pham, & Bandyopadhyay, 2018; Thompson, 2011). Určitou imunitu též vykazují destinační státy s vyšší závislostí na turismu, tj. často takové, které jsou jedinečné, a v důsledku obtížněji nahraditelné (Liu & Pratt, 2017; Neumayer, 2004). Tudíž u destinací postavených například na pobytovém přímořském turismu neplatí, že by jejich unikátnost dokázala přebít obavy turistů, a naopak k tomu může docházet u destinací primárně zaměřených na dobrodružné aktivity, přírodu či kulturu (Morakabati & Kapuściński, 2016). U městských destinací, na které se zaměřuje tento článek, se zase dopady mohou lišit v závislosti na velikosti města či struktuře jejich turistů (Boger, Varghese, & Rittapirom, 2005; Greenbaum & Hultquist, 2006; Schmude, Karl, & Weber, 2020; Vanneste, Tudorache, Teodoroiu, & Steenberghen, 2017).

Dále velmi záleží na celkové bezpečnostní situaci v destinaci a jejím okolí, kdy turismus v politicky a bezpečnostně stabilních státech nemusí být teroristickým incidentem ovlivněn (Saha & Yap, 2014). Samozřejmě to platí i o státech, které jsou méně náchylné na terorismus (Butnaru et al., 2018; Mitra et al., 2018; Voltes-Dorta, Jiménez, & Suárez-Alemán, 2016). Právě frekvence terorismu představuje jednu z klíčových proměnných, která určuje, zda a jak bude turismus novým incidentem zasažen (Fischhoff, De Bruin, Perrin, & Downs, 2004; Pizam & Fleischer, 2002; Wolff & Larsen, 2017), což je v souladu i se zjištěním, že důležitější než výskyt incidentu je pravděpodobnost dalších útoků (Walters, Wallin, & Hartley, 2019). Přesto když už k incidentu dojde, to jak budou reagovat (potenciální) turisté, velmi záleží i na jeho vlastnostech, tedy například zda byli zasaženi turisté a turistická infrastruktura, zda měl incident transnacionální charakter, na jeho lokaci, na reakci bezpečnostních složek a dalších (Drakos & Kutan, 2003; Kapuściński & Richards, 2016; Llorca-Vivero, 2008; Mitra et al., 2018; Wolff & Larsen, 2017; Yaya, 2009).

Nicméně možná nejdůležitější vlastností teroristického incidentu určující reakci turismu je jeho intenzita, kterou lze měřit například počtem obětí. Výzkum ukazuje, že intenzivnější incidenty více snižují poptávku v turismu (Bassil, Hamadeh, & Samara, 2015; Drakos & Kutan, 2003; Mitra et al., 2018). Tento efekt lze přičítat i tomu, že intenzivnějším incidentům je věnovaná větší pozornost klíčovými institucemi, jako jsou vlády či média, jejichž informace zprostředkovaně mohou odradit velké množství turistů od cestování především do zasažené destinace (Buigut et al., 2017; Hoffman & Shelby, 2017). Výzkumy, které se věnovaly dopadům terorismu na jednotlivé turistické destinace, doposud zkoumaly především vliv právě těchto incidentů většího rozsahu, zatímco méně intenzivní a méně medializované incidenty zůstávaly na pokraji výzkumného zájmu. Ovšem detailní pochopení toho, jak turismus v destinacích

zasažených terorismem malého rozsahu skutečně reaguje, je též důležité, jelikož obdobné incidenty jsou stále častější, a i ony mají potenciál měnit charakter turistického chování.

Cílem tohoto článku je tudíž odhalit, zda a jakým způsobem se proměňují reakce turistů vůči destinacím zasažených terorismem malého rozsahu. Daná problematika je analyzována na příkladu městské destinace německého Mnichova. Jedná se o město, kterému se nevyhnula specifická vlna terorismu v Evropě v druhé dekádě 21. století. Předchozí výzkumy ukazují, že tato vlna negativně ovlivnila evropský turismus (Corbet, O'Connell, Efthymiou, Guiomard, & Lucey, 2019; Schmude et al., 2020; Vanneste et al., 2017). Nicméně tyto studie se zaměřily na destinace zasažené terorismem většího rozsahu, jakými byly například Paříž či Brusel (National Consortium for the Study of Terrorism and Responses to Terrorism, 2020). Přitom tato vlna terorismu, krom toho, že její aktivity lze chápat jako zaměřené na městské prostředí, a v nich na měkké cíle například v podobě davů osob na veřejných prostranstvích, s sebou přinesla i mnoho incidentů menšího rozsahu, a to i jako důsledek individuálních útočníků s omezenými kontakty na teroristické organizace či „weaponizace" nástrojů každodenního užívání, jako jsou nože či dopravní prostředky (Nesser, 2018; Nesser, Stenersen, & Oftedal, 2016). Právě v případě Mnichova došlo k incidentu, který lze považovat za terorismus malého rozsahu (National Consortium for the Study of Terrorism and Responses to Terrorism, 2020), a tudíž posloužil jako vhodné prostředí pro uskutečnění daného výzkumu. Ten se zaměřil na dopady terorismu nejen na potenciální turisty, tj. jakým způsobem se proměnila poptávka v turismu, ale i na skutečné turisty, tj. jaké byly dopady na lokální turistické chování, vnímání a pocity těch osob, které do Mnichova přijeli.

PŘEHLED LITERATURY

Terorismus je „zpochybňovaný pojem", u nějž neexistuje shoda na jednotné definici. V důsledku jich existuje nespočetné množství, které se liší i v těch nejzákladnějších aspektech (Schmid, 2013). Pro účely tohoto článku lze terorismus chápat na základě následující definice, která pokrývá většinu konsenzuálních bodů v akademickém prostředí. Jedná se o „plánované užití nebo hrozbu užití výjimečného násilí nebo brutality subnárodními skupinami k dosažení politických, náboženských nebo ideologických cílů prostřednictvím zastrašování širšího publika, které obvykle není přímo zapojené do tvorby politiky, jež se teroristé snaží ovlivnit" (Enders & Sandler, 2002, s. 145–146).

Obdobně jako v případě definic, existuje i mnoho různorodých typologií terorismu. Zajímavostí je, že zřídka uvažují dělení dle jeho dopadů (Marsden & Schmid, 2013). Pro tento článek je nicméně zásadní dělení terorismu dle rozsahu těchto dopadů. Tedy zde vymezujeme terorismus malého rozsahu a velkého rozsahu, přičemž rozsah se odvíjí primárně od počtu přímých obětí, zranění a škod na majetku. Ovšem jelikož terorismus má z definice dva druhy obětí (přímé a nepřímé) a cílovou skupinou terorismu nejsou jeho přímé oběti, ale širší publikum, lze do tohoto dělení uvažovat i jeho komunikační rozsah. Ten je samozřejmě obtížně měřitelný, a i proto dělící linii ponecháváme spíše vágní. Nicméně za terorismus malého rozsahu tento článek uvažuje incidenty, které jsou méně intenzivní (např. vždy 10 a méně obětí) a kterým je věnována relativně omezená pozornost.

Samotná podstata terorismu je jedním z důvodů, proč může představovat jednu z největších hrozeb pro turismus. Tedy na rozdíl od jiných událostí ohrožujících turismus, terorismus se záměrně pokouší vyvolávat negativní psychologické reakce, zejména strach, a ovlivňovat chování společnosti, někdy i turistické. Terorismus může být považován za zásadní hrozbu pro turismus i proto, že se s ním pojí určité kognitivní předsudky doprovázející rozhodovací procesy. Je například prokázáno, že lidé přeceňují možné negativní události, které mají nízkou pravděpodobnost, ale vysokou závažnost (Kahneman & Tversky, 1979; Sunstein, 2003). Kromě toho se lidé při hodnocení rizika neřídí jen kvantitativními hodnotami, jako jsou pravděpodobnost a závažnost, ale i jeho kvalitativními charakteristikami. Rovněž v tomto ohledu je terorismus teoreticky nebezpečnější pro turismus než jiné hrozby, jelikož se jedná o člověkem vytvořenou, smrtelnou, nekontrolovatelnou a nedobrovolnou hrozbu (Kapuściński & Richards, 2016; Schusterschitz, Schütz, & Wiedemann, 2010).

Dosavadní výzkum, který se věnoval reakcím turistů vůči terorismu, lze rozdělit na dva základní typy studií. První typ je postavený na sekundárních datech, které vyjadřují skutečnou poptávku v turismu (například prostřednictvím uskutečněných turistických příjezdů či příjmů). Druhý typ naopak využívá primární data, která jsou sbírána zejména prostřednictvím

dotazníkových šetření, spíše výjimečně skrz jiné metody sběru dat, jako jsou rozhovory s turisty. Tento druhý typ studií má potenciál odkrývat a potvrzovat hypotézy vzniklé na základě výsledků prvního typu studií, tedy hledat případné příčiny v různorodých psychologických reakcích turistů vůči terorismu, neboť dokáže pokrýt i perspektivu neuskutečňované a potlačené poptávky v turismu. Ačkoliv oba typy studií jednoznačně dokládají negativní působení terorismu na turismus, ani jeden z nich nepřichází s definitivním tvrzením, že by terorismus představoval nejzávažnější hrozbu pro turistické chování. Některé studie sice dokládají, že terorismus patří mezi přední hrozby ovlivňující turistické chování (Bowen, Fidgeon, & Page, 2014; Ekeberg, Fauske, & Berg-Hansen, 2014; Gray & Wilson, 2009; Karl, Muskat, & Ritchie, 2020; Norton, 1987; Sönmez & Graefe, 1998), jiné však poukazují na jeho relativně omezené působení, a to i vůči jiným bezpečnostním hrozbám (Brun, Wolff, & Larsen, 2011; Larsen, Brun, & Øgaard, 2009; Neumayer, 2004; Parida et al., 2017; Rittichainuwat & Chakraborty, 2009; Saha & Yap, 2014; Wolff & Larsen, 2014; Yap & Saha, 2013). Již v úvodu bylo nastíněno, že jeden z důvodů rozdílných zjištění spočívá v charakteru uvažovaných destinací a teroristických incidentů.

Další zdůvodnění lze hledat v časovém rozhraní, které studie zohledňují. Opomeneme-li fakt, že většina studií se zaobírala primárně časovým obdobím posledních tří dekád a často se zkoumaly roky zatížené zásadními teroristickými incidenty jako rok 2001 (Krajňák, 2021). Klíčové je vědomí, že obavy turistů bývají povětšinou nejvyšší a záměry cestovat nejslabší po incidentech (Brun et al., 2011; McKercher & Hui, 2004). Některé studie však došly k závěru, že nejvyšší dopad není ihned po incidentu, ale dochází k určitému zpoždění (Afonso-Rodríguez, 2017; Bhattacharya & Basu, 2010; Enders & Sandler, 1991; Enders, Sandler, & Parise, 1992; Yaya, 2009). Takové zpoždění u poklesu poptávky v turismu můžete nabrat i několik (až 18) měsíců (Krajňák, 2021). Jiné studie však odhalily okamžitou reakci turistů v tom smyslu, že se poptávka v turismu v důsledku terorismu snížila zásadně již v nejbližších dnech po útoku (Bassil et al., 2015; Karl, Winder, & Bauer, 2017; Masinde & Buigut, 2018; Nikšić Radić et al., 2018). Zajímavostí je, že tyto studie odhalily relativně krátkou dobu trvání dopadů terorismu na poptávku v turismu, tj. pouze pár měsíců. Studie obecně ukazují, že tento vliv terorismu je pouze přechodný, zhruba mezi 2 až 39 měsíci (Krajňák, 2021). Jelikož odlišnosti v době trvání se dle Neumayera (2004) odvíjí i od intenzity mediálního pokrytí incidentů, lze předpokládat, že v případě terorismu malého rozsahu se jeho efekt přestane projevovat (pokud vůbec dojde k negativní reakci), resp. poptávka v turismu se plně zotaví, spíše v nižších jednotkách měsíců. Plné zotavení pak je nezbytné chápat jako posun na hodnoty, na kterých by turismus byl v případě scénáře bez incidentu, tj. jde o návrat do trendové linie (Bonham, Edmonds, & Mak, 2006).

Síla dopadů terorismu na turismus též závisí na struktuře zdrojových trhů jednotlivých destinací. Ukazuje se, že domácí turismus je vůči terorismu odolnější než zahraniční turismus (Fleischer & Buccola, 2002; Greenbaum & Hultquist, 2006; Schmude et al., 2020; Vanneste et al., 2017; Voltes--Dorta et al., 2016; Wolff & Larsen, 2014; Yechiam, Barron, & Erev, 2005). V případě příjezdového zahraničního turismu reagují povětšinou citlivěji interregionální než intraregionální turistické toky (Larsen et al., 2011; Morakabati, 2013; Tremblay, 1989; Wolff & Larsen, 2014). Nejen geografická poloha, ale i ekonomická výkonnost zdrojových trhů může být určující, jelikož příjezdy z rozvojových států se ukazují jako odolnější vůči terorismu (Buigut, 2018). Dopady terorismu bývají na reakce zdrojových trhů závažnější, jestliže oběti jsou stejné národnosti či obdobné kultury (Neumayer & Plümper, 2016). Obecně národnost či kultura (potenciálních) turistů (Reisinger & Mavondo, 2006; Seabra, Dolnicar, Abrantes, & Kastenholz, 2013), ale i jejich pohlaví (Brun et al., 2011; Isaac, 2021; Wolff & Larsen, 2017), věk (Brun et al., 2011; Isaac, 2021; Walters et al., 2019; Wolff & Larsen, 2017), politické postoje (Fuchs, Uriely, Reichel, & Maoz, 2013), rodičovství, zkušenosti s destinací (Isaac, 2021), zkušenosti s terorismem (Seabra et al., 2013), cestovní preference (Kapuściński & Richards, 2016; Morakabati & Kapuściński, 2016; Seabra et al., 2013; Walters et al., 2019) cestovní znalosti (Walters et al., 2019) či účel cesty (Vanneste et al., 2017) mohou být zásadními charakteristikami, které určují jak silně jednotlivec na terorismus zareaguje v rámci svého turistického chování.

Reakce (potenciálních) turistů na terorismus jsou též závislé na tom, v jaké fázi cestování se daná osoba nachází (Wolff, Larsen, & Øgaard, 2019). Jelikož se skuteční turisté rozhodli do destinací přicestovat, není překvapivé, že jejich obavy z terorismu bývají z pravidla nižší než u těch, kteří jsou ještě v rozhodovací fázi, a často tyto obavy u nich

vůbec nevznikají (Larsen et al., 2009; Uriely, Maoz, & Reichel, 2007; Vanneste et al., 2017; Wolff & Larsen, 2014; Wolff et al., 2019). Výjimku představují okamžiky, kdy se stávají (nepřímými) svědky teroristických incidentů v navštívené destinaci (Ferreira, Graciano, Leal, & Costa, 2019). Nízké až nulové obavy z terorismu jsou dány i nejrůznějšími osobními odůvodněními, které skuteční turisté zapojují při návštěvě destinace. Jedná se o představy, že se terorismus již nebude opakovat, že se zvýšila bezpečnostní opatření po teroristických incidentech, že absentují možné cíle pro teroristy, dále chápání terorismu jako něčeho, čemu nelze předcházet, jelikož se může stát kdekoli a kdykoli, či v některých v některých výjimečných případech chápání destinace jako bezpečnější v porovnání s domovem či obecně se světem (Ferreira et al., 2019; Fuchs et al., 2013; Rittichainuwat & Chakraborty, 2009; Uriely et al., 2007; Wolff & Larsen, 2014). Přesto i lokální turistické chování se může kvůli terorismu proměňovat. Například Walters et al. (2019) ukázaly, jak se zvyšující se hrozbou terorismu rostou preference vůči etablovaným hotelům před více lokálními možnostmi ubytování a vůči organizovanému skupinovému cestování před individuálním. I některé mikroprostory s nejrůznějšími sociálními a fyzickými atributy mohou u turistů vyvolávat pocity většího ohrožení terorismem (Chen & Noriega, 2004). U městských destinací se turisté mohou v důsledku zdráhat navštěvovat rušná místa a společenské události, místa předchozích teroristických útoků, místa bez bezpečnostních opatření, dále využívat hromadnou dopravu či je prozkoumávat v nočních časech (Ferreira et al., 2019; Vanneste et al., 2017).

V městských destinacích jsou však dopady terorismu na turismus relativně málo zkoumané (Krajňák, 2021). Přitom městská prostředí jsou přirozeným cílem terorismu (Ross, 1993; Savitch & Ardashev, 2001) a teroristické incidenty související s turismem se uskutečňují zejména v městských destinacích (Pizam & Smith, 2000). Vybádáno nicméně je, že i poptávka v turismu ve městech je povětšinou negativně ovlivňována terorismem a literatura též prokázala platnost rozdílů v turistických reakcích na městský terorismus, a to na základě některých dříve nastíněných atributů, které se pojí s destinacemi nebo zdrojovými trhy (Boger et al., 2005; Corbet et al., 2019; Greenbaum & Hultquist, 2006; Schmude et al., 2020; Vanneste et al., 2017). Jednou z nezodpovězených otázek však pak bezpochyby zůstává, jak různorodé vlastnosti městského terorismu ovlivňují turistické chování vůči městskému prostředí, a obecně jak a případně proč (potenciální) turisté (ne)reagují na terorismus malého rozsahu.

DATA A METODY

Článek je založen jak na primárním, tak sekundárním výzkumu (resp. datech). Ještě před popisem použitých metod a dat je ovšem nezbytné představit konkrétní oblast výzkumu.

TERORISMUS A TURISMUS V NĚMECKÉM MNICHOVĚ

Mnichov, hlavní město Bavorska s populací přibližně 1,5 milionu obyvatel (Bayerisches Landesamt für Statistik, 2023), byl vybrán jako případová studie pro zhodnocení reakcí (potenciálních) turistů vůči terorismu malého rozsahu z několika důvodů. Tím nejzásadnějším je proběhnuvší incident z 22. července 2016, kdy došlo ke střelbě v lokálním obchodním centru, resp. v jeho okolí, který se nachází v obytné čtvrti Moosach. Střelba si vyžádala 9 úmrtí a dalších 27 osob bylo zraněno (National Consortium for the Study of Terrorism and Responses to Terrorism, 2020). Pachatelem činu byl David Ali Sonboly, osmnáctiletý rodilý Němec íránského původu, který se těsně po útoku sám zastřelil. Vyšetřování odhalilo, že pachatel před útokem, na který se připravoval zhruba rok, sepsal manifest (Abendzeitung, 2016a). Incident se odehrál na páté výročí teroristického útoku, jehož pachatelem byl Nor Anders Breivik. Dle mnoha dalších indicií byl mnichovský incident od počátku dáván do spojitosti s krajně pravicovým a protiimigračním motivem a v roce 2019 byl vskutku označen za politicky motivovaný trestný čin s tímto extremistickým pozadím (Deutsche Welle, 2019). Na základě nastíněného tak lze incident vskutku považovat za terorismus, a to malého rozsahu.

Každopádně Mnichov má relativně bohatou historii terorismu. V letech 1970–2019 se zde uskutečnilo 52 teroristických incidentů. Ty nejzávažnější představovaly únos a zabití izraelských atletů během letních olympijských her v roce 1972 či bombový útok na Oktoberfestu v roce 1980. Od roku 1990 se z toho v Mnichově odehrálo 15 teroristických incidentů, po většinou bez obětí na životech. Incident z roku 2016 byl z hlediska počtu obětí v tomto období nejzávažnějším. Minimálně do roku 2019 – z metodických důvodů uvedených v následujícím textu jsou pro tento článek relevantní teroristické

incidenty a další data pouze do tohoto uvedeného roku – nebyl zaznamenán žádný další (National Consortium for the Study of Terrorism and Responses to Terrorism, 2020). Ačkoliv incident z roku 2016 byl motivován krajně pravicovou ideologií, Mnichov v těchto letech též představoval jedno z německých měst ohrožených tzv. třetí fází džihádistického terorismu v Evropě (Nesser, 2018; Nesser et al., 2016). Ještě v roce 2019 bylo Německo dle místních úřadů stále na úrovni zvýšené hrozby terorismu, a to od útoku kamionem na vánočních trzích v Berlíně z 19. prosince 2016 (Bundesministerium des Innern und für Heimat, 2019). Od roku 2014 bylo vskutku možné pozorovat určitý nárůst v počtu teroristických incidentů v Německu oproti relativně klidnému období na začátku tisíciletí. Kromě mnichovského a berlínského incidentu z roku 2016, lze z významnějších zmínit sebevražedný bombový útok ve městě Ansbach v roce 2016, ke kterému se přihlásil Islámský stát (1 úmrtí – pachatel, 15 osob zraněno), či útok nožem v Hamburku z roku 2017, který měl též džihádistický motiv (1 úmrtí, 7 osob zraněno – pachatel). Oba zmíněné však lze považovat za terorismus malého rozsahu. Zároveň je ovšem nutné zmínit, že z období 1970–2019 byl rok 2016 v Německu nejzávažnějším, co se týče počtu obětí na životech v důsledku teroristických incidentů (National Consortium for the Study of Terrorism and Responses to Terrorism, 2020).

Z pohledu turismu se Mnichov spolu s Berlínem a Hamburkem řadí mezi přední tři městské destinace v Německu. Z těchto měst má pak Mnichov nejvyšší podíl přenocování turistů na počet obyvatel (Namberger, Jackisch, Schmude, & Karl, 2019). V posledním roce před vypuknutím pandemie covid-19, tj. v roce 2019, bylo v Mnichově zaznamenáno 18,3 milionu přenocování a 8,8 milionu příjezdů turistů v/do ubytovacích zařízeních (München Tourismus, 2020). S 3,9 miliony, představoval Mnichov město, které mělo v Německu nejvyšší podíl zahraničních příjezdů (Landeshauptstadt München, 2020). V letech 2010–2019 ze zahraničních turistů nejčastěji do Mnichova přijížděli občané Spojených států amerických, následovaní občany Itálie, Velké Británie a Severního Irska, Švýcarska a Rakouska (Příloha 1). Navzdory značnému významu zahraničního turismu, občané Německa v Mnichově převažovali (München Tourismus, 2020). Mnichov tedy představuje populární turistickou destinaci jak pro zahraniční, tak i domácí turisty, což z něj činí vhodnou oblast pro zevrubný výzkum dopadů terorismu na turistické chování.

STUDIE DOPADŮ TERORISMU NA POTENCIÁLNÍ TURISTY

Sekundární data ohledně vývoje poptávky v turismu v Mnichově byla získána od München Tourismus, tedy obecní organizace v oblasti turismu při oddělení práce a ekonomického rozvoje na Magistrátu města Mnichov (München Tourismus, 2020), které vycházejí z Bavorského zemského úřadu prostatistiku a zpracování dat. Většina získaných dat pro tento výzkum je veřejně dostupná. Konkrétně byla využita data ohledně příjezdů, které jsou definovány jako počet hostů, kteří přijeli ve sledovaném období do ubytovacích zařízení a obsadili v nich dočasně lůžko. Využitá data ohledně příjezdů pokrývala roky 2010–2019, což je období ohraničené bezprecedentními událostmi (Velká recese a pandemie covid-19), které zásadním způsobem ovlivnily celosvětovou poptávku v turismu, a zároveň období jejího relativně stabilního růstu – obojí platí též pro poptávku v turismu v Německu (Nekolný & Krajňák, 2021; Papatheodorou, Rosselló, & Xiao, 2010; World Tourism Organization, 2022; World Tourism Organization & International Labour Organization, 2013; Yang, Altschuler, Liang, & Li, 2021). Období 2010–2019 tak posloužilo pro pozdější výpočty. Uvažována byla roční i měsíční frekvence dat, měsíční data za příjezdy jsou však dostupná z uvažovaného období jen pro roky 2014–2019. Z hlediska členění, jsou data za příjezdy od München Tourismus rozdělená na domácí (tj. příjezdy německých občanů) a zahraniční turismus. Příjezdy ze zahraničí jsou pak dále organizací členěny za jednotlivé státy (v případě nižších podílů příjezdů jsou státy shluknuté do větších celků), rozdělené do pěti makroregionů – Evropa, Afrika, Asie, Amerika a Austrálie (včetně Oceánie).

Analýza dopadů teroristického incidentu z roku 2016 na poptávku v turismu v Mnichově je postavena na porovnávání uskutečněných příjezdů s očekávanými příjezdy dle lineárního vývoje, který by proběhl v případě scénáře bez teroristického útoku. Obdobný metodický přístup byl použit například pro výpočet finančních ztrát turismu v Paříži po teroristických incidentech v roce 2015 (Schmude et al., 2020). V našem článku je nicméně pro určení lineárního vývoje uvažováno podstatně delší časové období. Kromě toho náš článek nechápe zotavení turismu jako okamžik návratu do předkrizové úrovně, ale jako návrat do lineárního trendu (Bonham et al., 2006), který je v případě Mnichova kladný. Zmíněný postup byl zvolen i z toho důvodu, že v případě Mnichova (na rozdíl od Paříže) se analyzuje efekt terorismu malého rozsahu, který se již při prvotním

náhledu do celkového objemu příjezdů neprojevuje jako příliš silný, tedy v důsledku incidentu nedochází k meziročním poklesům. V souladu s touto skutečností a poznatky předchozích studií je předpokládáno relativně krátké časové působení. Proto jsou výpočty ztrát, tj. nenaplnění scénáře, ke kterému by došlo bez incidentu z roku 2016 na základě lineárního vývoje (sestaven z let 2010–2019, bez roku 2016), a jejich rozdílů mezi jednotlivými trhy prováděny pouze pro rok 2016. Jelikož nastíněný metodický přístup neumožňuje eliminaci působení jiných faktorů, které mohly ovlivnit poptávku v turismu v Mnichově z různých trhů, je v některých případech přistupováno i k doplňkové metodě meziročního porovnávání, která pomáhá naznačovat vliv incidentu u komplikovanějších vývojů.

Přestože je pro odhalování reakce různých trhů uvažován pouze krátkodobý efekt teroristického útoku, analýza v další fázi též mířila na podchycení časového vývoje a konkrétní doby trvání působení mnichovského incidentu. Výpočty byly postaveny na měsíčních hodnotách, jelikož data za kratší časové úseky (dny, týdny) nejsou pro turistické příjezdy do Mnichova dostupná. Z důvodu uskutečnění mnichovského incidentu v půli roku 2016 a nutnosti ponechání co nejvíce dat pro výpočet lineárního trendu bez teroristického útoku, bylo zapotřebí vypočítat rovnici tohoto trendu pro jednotlivé měsíce od července 2016 do června 2017 z dat za roky 2014–2019, přičemž uvedené měsíce nebyly pro jeho výpočet uvažovány (model 1). Tento model tudíž uvažoval s dobou trvání účinků incidentu po dobu kratší než 12 měsíců, a má deduktivní charakter. Jelikož však existuje možnost delšího působení incidentu na poptávku v turismu v Mnichově, byl sestaven i model, který se zaměřuje na měsíce po červnu 2017. Výpočty ztrát provádí tak, že postupuje po jednotlivých měsících (a postupně je vyřazuje z výpočtu lineárního trendu bez teroristického incidentu) do té doby, než dojde k plnému zotavení turistických příjezdů, tj. návratu do trendové linie (model 2). Model je tedy řízený daty („data-driven style“) a má více induktivní charakter. Jeho nevýhodou však je menší množství hodnot vstupujících do výpočtu lineárního trendu.

STUDIE DOPADŮ TERORISMU NA SKUTEČNÉ TURISTY

Článek dále předkládá výsledky z výzkumu, který proběhl přímo v Mnichově. Pro tuto studii tedy byla získávána primární data, a to na základě postřehů turistů, kteří v červnu roku 2019 navštívili Mnichov. Na sběr dat byla uplatňována restrikce ze dvou klíčových perspektiv – zaměřoval se pouze na městské centrum Mnichova a na zahraniční turisty. Sběr dat byl postaven na dotazníkovém šetření s turisty, kteří participovali na procházce s výzkumníkem skrze centrum, během níž byla diskutována role terorismu. Pro procházky byla předem definována jednotná trasa, která vedla podél sedmi míst. Mezi nimi byly turistické atraktivity, důležité uzly hromadné dopravy či zabezpečené až střežené objekty (Obrázek 1). Podél trasy měli participanti možnost narazit i na viditelná bezpečnostní opatření, která též plní protiteroristickou funkci. Jednalo se o policisty či jiný bezpečnostní personál, bezpečnostní kamery a opatření pro kontrolu přístupu (bezpečnostní květináče a výsuvné patníky). Procházka trvala v průměru 48 minut (σ = 11 minut). Ještě před začátkem procházky byli participanti seznámeni se soudobým terorismem a jeho historií v Mnichově včetně incidentu z roku 2016, a to formou infografiky. Tento postup pomohl sjednotit znalosti participantů o terorismu v Mnichově a zaměřil jejich pozornost výhradně na tuto hrozbu. Obecně využití prvotní procházky pomohlo získat postřehy od participantů za standardizovaný výsek městského centra, čímž se vytvořila příležitost pro porovnání reakcí vůči terorismu mezi jednotlivými místy. Před započetím procházky obdrželi participanti mapu s vyznačenými místy plánované návštěvy. Mapa jim pomohla i při vyplňování dotazníku, k čemuž přistoupili ihned po konci procházky. Dotazník byl v angličtině a týkal se postřehů ohledně terorismu právě na základě procházky. Od všech participantů byl dále získán písemný informovaný souhlas.

Obrázek 1: Trasa procházky s participanty skrz městské centrum Mnichova

Zdroj dat: OpenStreetMap contributors (2020).

Participanti byli pro studii získáváni prostřednictvím nenáhodného výběru. Konkrétně se jednalo o homogenní výběr na základě dobrovolnosti (Ritchie, Lewis, & Elam, 2003). Participanti byli tudíž individuálně kontaktováni a hromadně oslovováni na turistických webových stránkách a aplikacích typu CouchSurfing, Airbnb a na specializovaných Facebookových stránkách. Ačkoliv metoda online náboru participantů má určitá omezení, v případě této studie se jednalo o vhodnou první volbu, jelikož obsahem procházky a dotazníku bylo citlivé téma terorismu, turisté představují obtížně dosažitelnou populaci a procházka má určitý rušivý efekt na návštěvu jednotlivých turistů. Výzkum pak ukazuje, že online nábor může vést k vyšší diverzitě a zahrnutí marginalizovaných skupin (Upadhyay & Lipkovich, 2020). Celkem se procházky zúčastnilo a dotazník vyplnilo 24 participantů. Charakteristika tohoto vzorku (včetně atributů, které doprovázely charakter návštěvy centra Mnichova u různých participantů) je předložena v Tabulce 1. Charakteristiky byly vybírány na základě předpokladů předchozí literatury ohledně jejich vlivu na závislé proměnné, které sledovala tato studie, a byly tak též použity k pozdější analýze. Zásadní je zmínit, že z hlediska národností bylo snahou dosáhnout dostatečné diverzity, aby byly pokryty postřehy turistů z vícero světových regionů, a to ve světle terorismu, jemuž čelí celá globální společnost. Kromě toho je nutné vzorek považovat za relativně mladý, když všem participantům bylo v době sběru dat méně než 40 let.

Tabulka 1: Profil participantů a jejich procházek skrz městské centrum Mnichova

Proměnná	Dělení na dva typy populací	*n*
Pohlaví	žena muž	9 15
Věk	18–26 27–39	12 12
Věřící	ano ne	13 11
Národnost – evropská	ano ne	8 16
Národnost – nízkopříjmový stát[1]	ano ne	9 15
Zkušenost se zahraničním cestováním[2]	0–6 7 a více	13 11
Účel návštěvy Mnichova – dovolená	ano ne	17 7
První návštěva Mnichova	ano ne	19 5
Počet dní strávených v Mnichově	1–3 4 a více	17 7
Nedůvěra[3]	méně než 3 více než 3	19 5
Zkušenost s terorismem[4]	ano ne	8 16
Obecné obavy z terorismu[5]	méně než 3 více než 3	16 7
Počasí během procházky	slunečno zataženo/deštivo	19 5
Počet lidí v centru během procházky	více rušno méně rušno	11 13

Pozn.: [1] Vymezení dle seznamu OECD ohledně oprávnění přijímat oficiální rozvojovou pomoc (OECD, 2022). [2] Počet cest do zahraničí v letech 2016–2018. [3] Měřeno pomocí otázek na sociální důvěru a důvěru v úřady na pěti bodové škály, kde nejvyšší hodnota představovala nejvyšší nedůvěru (Rykkja, Lægreid, & Lise Fimreite, 2011). [4] Měřeno pomocí otázky, zda participant poznal někoho, kdo se stal obětí terorismu. [5] Měřeno pomocí otázek ohledně obecné obavy participanta z terorismu a hodnocení pravděpodobnosti, že se někdy stane obětí terorismu, a to na pěti bodové škály od možnosti „vůbec ne“ až po „extrémně“.

Dotazník se zaměřil na prozkoumání čtyř závislých proměnných souvisejících s terorismem v centru Mnichova. Hodnocení pravděpodobnosti teroristického útoku (1) bylo měřeno na pěti bodové škále od nízké po vysokou pravděpodobnost, a to zvlášť za každé ze sedmi navštívených míst. Strach z terorismu (2) byl též měřen pomocí odpovědí uváděných participanty. Konkrétně byli požádáni o vyjádření k šesti přídavným jménům (napjatý, úzkostný, nervózní, znechucený, vystrašený, nepříjemný) vyjadřujících jejich aktuální náladu a pocity v souvislosti s hrozbou terorismu v centru Mnichova. Participanti se vyjadřovali na devíti bodové škály od možnosti „vůbec ne“ až po „extrémně“. Tento způsob měření míry strachu vychází z předchozího výzkumu, který prokázal validitu tohoto konstruktu (Gleicher & Petty, 1992; Mewborn & Rogers, 1979). Pomocí stejné devíti

bodové škály byla u participantů měřena náklonost k viditelným bezpečnostním opatřením (3). Konkrétně participanti vyjadřovali své postoje na základě šesti přídavných jménech (užitečné, pozitivní, důležité, efektivní, spolehlivé a dobré). Konečně dotazník u participantů zkoumal i jejich náklonost k zapojování osobních strategií zvládání hrozby terorismu (4). Na čtyř bodové škále se vyjadřovali ohledně jejich souhlasu, či nesouhlasu s potenciálním zapojením devíti konkrétních strategií, které by jim mohly pomoci zvládat hrozbu terorismu. Tuto proměnnou lze rozdělit na tři typy strategií: prostorové (4a) spočívající ve vypořádávání se s hrozbou terorismu pomocí vyhýbání se určitým prostorům, časové (4b) spočívající ve vypořádávání se s hrozbou terorismu pomocí vyhýbání se určitým časovým obdobím, proaktivní (4c) spočívající ve vypořádávání se s hrozbou terorismu pomocí zvýšené ostražitosti a získáváním více informací.

U všech závislých proměnných byla zjištěna přijatelná interní reliabilita (Nunnally & Bernstein, 1994) – (1) $\alpha = 0{,}73$; (2) $\alpha = 0{,}72$; (3) $\alpha = 0{,}91$; (4) $\alpha = 0{,}88$; (4a) $\alpha = 0{,}82$; (4b) $\alpha = 0{,}89$; (4c) $\alpha = 0{,}74$. Pro potřeby analýzy byla sesbíraná data za tyto závislé proměnné standardizována do škály 0–1. Jelikož se jednalo o relativně malý vzorek ($n = 24$) a analyzovaná data povětšinou neměla normální rozložení, byly v průběhu analýzy využívány neparametrické testy, a to pro dva (Wilcoxonův párový) a více závislých (Friedmanův) a dva nezávislé výběry (Mann--Whitneyův U). Při (slovním) hodnocení věcné významnosti bylo vycházeno z navržené interpretace dle Cohena (1988). Kromě metod statistického usuzování bylo k analýze získaných dat využito i deskriptivní statistiky.

VÝSLEDKY A DISKUSE

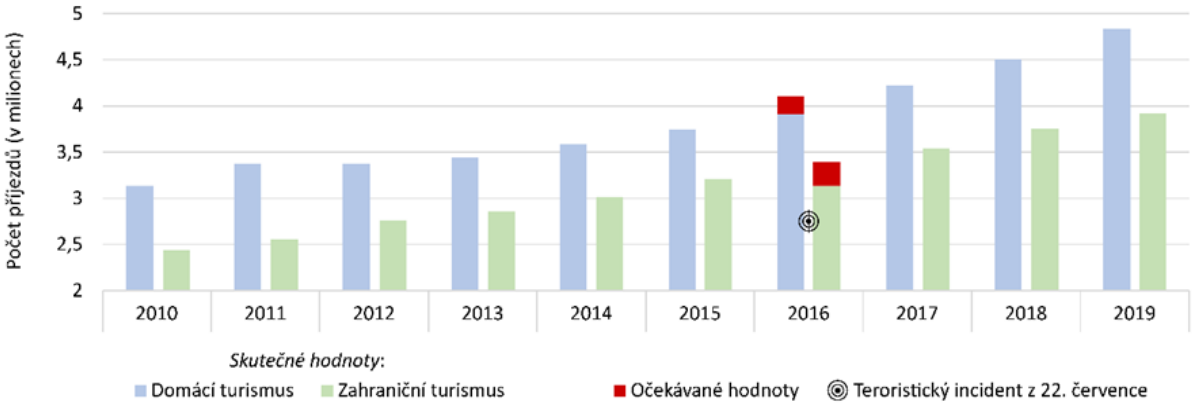
Zjištění ohledně toho, zda a jakým způsobem se proměňují reakce turistů vůči destinacím zasažených terorismem malého rozsahu, jsou rozdělena do dvou následujících částí (v souladu s rozdělením metodiky). Jednak je odhalováno, jak reagují potenciální trhy. Tedy především zda dochází k tomu, že někteří potenciální turisté jsou odrazeni terorismem malého rozsahu od cestování do destinace a případně z kterých trhů tito turisté pocházejí. Následně je pozornost věnována reakcím skutečných turistů, kteří do destinace zasažené terorismem malého rozsahu po nějaké době přicestovali.

DOPADY NA POTENCIÁLNÍ TURISTY NEBOLI PROMĚNY POPTÁVKY V TURISMU

Provedené výpočty odhalují, že incident z července 2016 negativně ovlivnil turistické příjezdy do německého Mnichova. Při pohledu na celkový objem příjezdů sice v roce 2016 nedošlo k meziročnímu poklesu, avšak při uvažování lineárního vývoje v období 2010–2019 je zřejmé, že příjezdy v roce 2016 ani zdaleka nenaplnily očekávání. Ztráta představovala téměř 453 tisíc příjezdů. Tato uvedená roční ztráta pak byla mezi lety 2010–2019 největší, což naznačuje, že teroristický útok v roce 2016 byl událostí, která mezi ekonomickou krizí z roku 2008 a krizí pandemie covid-19 od roku 2020, nejvýznamněji ovlivnila negativním směrem poptávku v turismu.

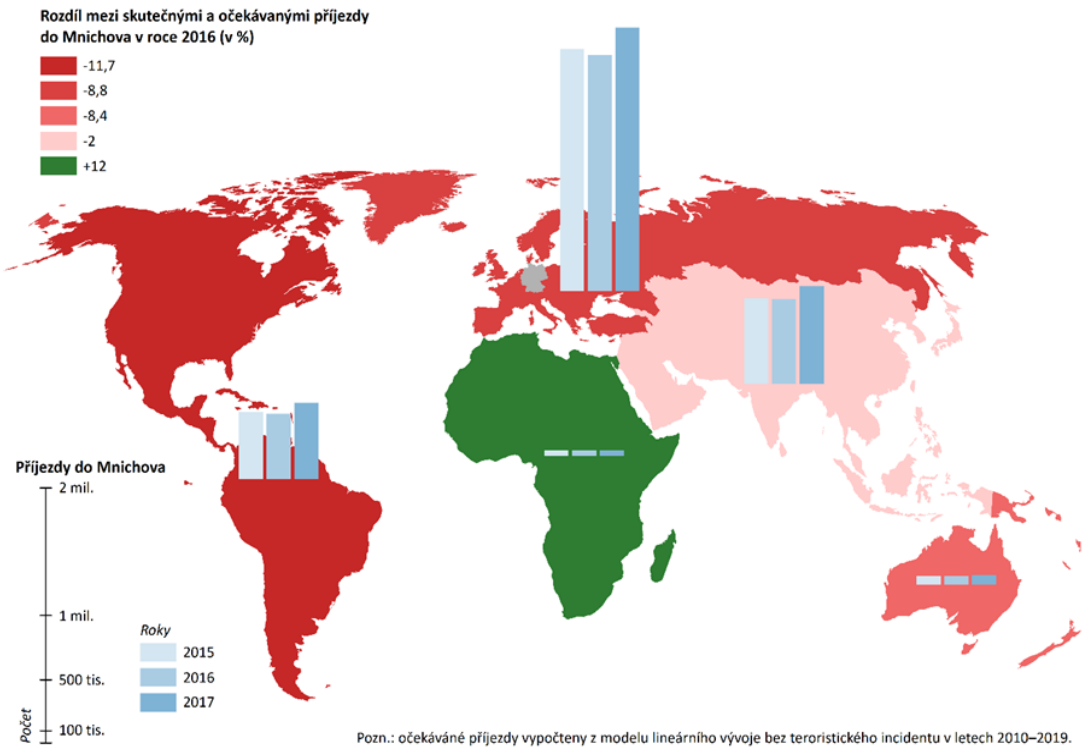
Tato ztráta byla hnaná zejména reakcí zahraničních trhů, u nichž dokonce došlo k reálnému poklesu počtu příjezdů do Mnichova oproti roku 2015. Co se týče vyčíslení ztrát, tak v roce 2016 se uskutečnilo o 259 tisíc zahraničních příjezdů méně, než předpokládal lineární vývoj. U domácího turismu představovala ztráta 193 tisíc příjezdů (Graf 1). Negativnější reakci zahraničního trhu oproti domácímu pak dokresluje i relativní vyjádření – skutečné hodnoty příjezdů byly oproti očekávaným hodnotám o 7,6 %, respektive 4,7 % nižší. U obou druhů turismu nicméně platí, že za období 2010-2019 zaznamenaly největší ztrátu v roce 2016. V případě zahraničního turismu pak šlo o jedinou významnou roční ztrátu v tomto období. Naproti tomu u domácího turismu příjezdy do Mnichova již v předchozích několika letech významně nenaplňovaly očekávání lineárního vývoje, což naznačuje existenci více faktorů, které negativně působily na domácí turismus.

Graf 1: Ztráta domácích a zahraničních příjezdů do Mnichova v roce 2016 v důsledku teroristického incidentu



Výše nastíněné tudíž indikuje, že zahraniční turismus v Mnichově byl zasažen silněji teroristickým incidentem malého rozsahu z roku 2016 než příjezdy německých turistů. Při detailnějším rozboru ztrát zahraničního turismu se ukázalo, že makroregionem, jehož výjezdy do Mnichova byly nejsilněji v roce 2016 zasaženy, byla Amerika. U ní došlo ke ztrátě více než 67 tisíc příjezdů, což v procentuálním vyjádření představuje ztrátu 11,7 %. Tato procentuální ztráta tak byla vyšší než u Evropy (nezahrnuje Německo), druhého relativně nejvíce postiženého makroregionu, u něhož skutečný počet příjezdů nenaplnil očekávání lineárního vývoje o 8,8 %. V absolutním vyjádření to ovšem znamenalo nejvyšší ztrátu ze všech makroregionů – z Evropy přijelo do Mnichova o 177 tisíc příjezdů méně, než předpokládal lineární vývoj. Nejvyšší absolutní ztráta u příjezdů z Evropy není překvapivá, jelikož se dlouhodobě jedná o nejsilnější zdrojový makroregion pro mnichovský turismus (München Tourismus, 2020). Avšak relativně vysoký pokles v procentuálním vyjádření je překvapivým zjištěním i vzhledem k tomu, že v případě domácího turismu se potvrdila větší odolnost geograficky blízkých trhů. Tedy při porovnání intraregionálního (tj. evropského) a interregionálního (ztráta 6 %) turismu, který směřoval do Mnichova, se předpokládaná větší citlivost geograficky vzdálenějších trhů neukázala. Nicméně z interregionálních trhů byla s Evropou procentuální ztráta srovnatelná u makroregionu Austrálie a Oceánie, kde nedošlo k naplnění očekávání o 8,4 %, respektive o 6 tisíc příjezdů. V případě asijského makroregionu sice též došlo ke ztrátě, ale byla překvapivě nevýznamná, tedy pouhá 2 %, což v absolutním vyjádření znamenalo ztrátu 13 tisíc příjezdů. U afrického makroregionu dokonce bylo překonáno očekávání, a to hned o 12 %, tedy o téměř 5 tisíc příjezdů (Obrázek 2).

Obrázek 2: Dopady teroristického incidentu v Mnichově na zahraniční příjezdy z makroregionů v roce 2016



Pro rozklíčování těchto rozdílů mezi makroregiony může pomoci vhled na vývoj příjezdů z klíčových států (Příloha 1). U nejsilnějšího zdrojového státu Spojených států amerických došlo k jedné z největších ztrát o 11,9 %, což v absolutním vyjádření znamenalo nenaplnění očekávání o 51 tisíc příjezdů. Tedy hned pětina ztráty ze zahraničního turismu byla dána neuskutečněnými příjezdy amerických turistů. Na ztrátě u příjezdů z amerického makroregionu se pak podíleli z více než tří čtvrtin. Z předních deseti států došlo k výrazným ztrátám též u Itálie (-27 tisíc příjezdů; -10,2 %), Velké Británie a Severního Irska (-13 tisíc příjezdů; -5 %), Rakouska (-19 tisíc příjezdů; -8, 2 %), Ruska (-47 tisíc příjezdů; -30,1 %), Číny (-11 tisíc příjezdů; -6,9 %), Francie (-7 tisíc příjezdů; -6,3 %) a Japonska (-12 tisíc příjezdů; - 13,7 %). Zmíněné ztráty u Rakouska a Francie naznačují, že větší odolnost blízkých trhů neplatí ani pro státy sousedící s Německem. V případě Švýcarska se sice v roce 2016 víceméně naplnil lineární scénář, který by proběhl bez teroristického útoku, avšak v roce 2016 se uskutečnilo o téměř 5 tisíc příjezdů méně než v roce 2015. Tedy i v případě příjezdů ze Švýcarska měl incident z roku 2016 negativní vliv, nicméně výpočty naznačují, že tento vliv byl déle trvající, respektive byl více rozložen do následující let, a tudíž byl v roce 2016 méně patrný. Příjezdy z Česka naproti tomu jednoznačně nenaplnily v roce 2016 očekávání, když u nich došlo k výrazné ztrátě 21,8 %, tj. téměř 7 tisíc příjezdů se neuskutečnilo. Nutno zdůraznit, že příjezdy z dalších sousedních států poukazují na určitou heterogenitu v reakci turistů z těchto blízkých trhů. U příjezdů z Dánska či případně i z Nizozemska nedošlo v roce 2016 k významným ztrátám, prokazující větší odolnost jejich turistů vůči incidentu z roku 2016 oproti turistům z ostatních sousedních států.

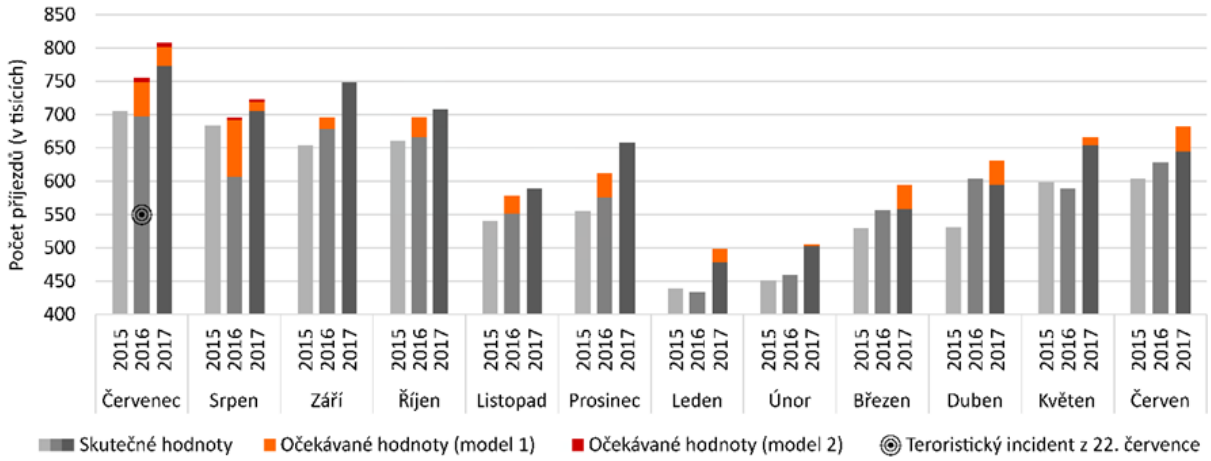
V případě ruských příjezdů je nutno zdůraznit, že lineární model vývoje nevystihuje ideálně scénář bez teroristického incidentu z roku 2016, jelikož v období 2010–2019 docházelo k výrazným výkyvům daných primárně geopolitickou situací, zejména pak ruskou anexí Krymu, což se promítlo do meziročního poklesu v roce 2014 a ještě výraznějšího poklesu v roce 2015. Nicméně v roce 2016 byla hodnota příjezdů z Ruska nejnižší za celé uvažované období a meziročně došlo k dalšímu poklesu, což naznačuje podstatný vliv teroristického incidentu v Mnichově z roku 2016. Značný vliv měl i na příjezdy z Číny, které v období 2010-2019 kontinuálně rostly s výjimkou roku 2016. Též příjezdy z Japonska byly v tomto roce incidentem zásadně ovlivněny negativním směrem. Na druhou stranu asijský makroregion se vyznačoval značnou variabilitou v reakcích, jelikož například příjezdy z Izraele takřka naplnily očekávání a meziročně vzrostly. Určitou rezistenci též prokázaly příjezdy z Indie, které sice v roce 2016 nenaplnily očekávání lineárního vývoje, což bylo obecně dáno slabším výkonem, který provázel příjezdy v období 2013–2016, ovšem meziročně jejich počet také vzrostl. V případě států Perského zálivu sice příjezdy zaznamenaly meziroční pokles o 5 tisíc, avšak i přesto představoval rok 2016 jeden z nejúspěšnějších, více turistů z Perského zálivu do Mnichova dorazilo jen v letech 2015 a 2017. Jinými slovy vliv mnichovského incidentu na tento trh byl spíše omezený z toho pohledu, že jiné události jej omezovaly podstatně více. Z předních deseti zdrojových států pak byl efekt incidentu poněkud omezený na příjezdy ze Španělska, u kterých došlo ke ztrátě 3 tisíc příjezdů, tj. nevýznamných 2,3 % a v meziročním srovnání příjezdy za rok 2016 vzrostly o 4 tisíce.

Dosud byly uvažovány pouze ztráty v roce 2016, jelikož se jednalo o teroristický incident malého rozsahu, a tak byl předpoklad relativně krátkého trvání negativních efektů. Avšak pro určení přesnějšího vymezení časového působení incidentu na turistické příjezdy lze využít dostupných měsíčních dat z let 2014–2019. Na základě prvního modelu, který počítal se ztrátou trvající kratší dobu než 12 měsíců (neuvažující hodnoty buď z roku 2016 nebo z roku 2017, v závislosti na daném měsíci, pro sestavení lineárního scénáře bez teroristického incidentu) se ukázalo, že se turistické příjezdy vrátily do trendové linie, tj. plně se zotavily, až v září roku 2017. Proto pro měsíce červenec a srpen jsou prezentovány i výsledky z druhého modelu (neuvažující jak hodnoty z roku 2016, tak z roku 2017 pro sestavení lineární scénáře bez teroristického incidentu).

Výpočty ukazují, že nejsilnější dopad měl incident na příjezdy bezprostředně po jeho uskutečnění. Tedy největší ztráta byla zaznamenaná v srpnu 2016, kdy se dle prvního modelu uskutečnilo o 86 tisíc příjezdů méně, než předpokládal lineární vývoj v srpnových měsících (-12,4 %). Dle druhého modelu došlo ke ztrátě 89 tisíc příjezdů (-12,8 %). Avšak již v samotném červenci 2016, kdy se incident odehrál, byla ztráta značná, dokonce nejvyšší po zmíněném srpnu (model 1: -51 tisíc, -6,8 %; model 2: -57 tisíc, -7,6 %). Zásadní je mít na vědomí, že incident se odehrál na večer 22. července, tj. zmíněná ztráta je relevantní pro 9 dnů, které do konce měsíce zbývaly, což poukazuje na okamžitou reakci potenciálních turistů.

Na druhou stranu již v září 2016 se turismus v Mnichově dokázal vrátit na předkrizovou úroveň, neboť přijelo více turistů než v září roku 2015 (kromě toho byly příjezdy v září 2016 vyšší než v srpnu 2016). Zároveň však výpočty z prvního modelu ukazují, že turismus v Mnichově zotavený nebyl, jelikož za lineárním vývojem zaostal o téměř 18 tisíc příjezdů (- 2,5 %). S určitou variabilitou ztráty pokračovaly i v následujících měsících do srpna 2017. Až v září, jak potvrdily oba modely, se příjezdy do Mnichova plně zotavily (Graf 2).

Graf 2: Časový vývoj dopadů teroristického incidentu z roku 2016 na turistické příjezdy do Mnichova



DISKUSE K PRVNÍ STUDII

Výsledky této studie ukázaly, že ačkoliv teroristický incident v Mnichově z roku 2016 nezastavil roční přírůstky celkového objemu turistických příjezdů do tohoto zasaženého města, dokázal je zásadně zpomalit. Tedy vliv terorismu malého rozsahu na poptávku v turismu existoval a nebyl marginální. Nicméně tato reakce nebyla jednotná a mezi různými zdrojovými trhy se lišila. Zahraniční turisté reagovali podstatně citlivěji než němečtí, což je v souladu s tvrzením předchozích studií, že domácí trhy jsou vůči terorismu v jejich státech více odolnější než zahraniční trhy (Fleischer & Buccola, 2002; Greenbaum & Hultquist, 2006; Schmude et al., 2020; Vanneste et al., 2017; Voltes-Dorta et al., 2016; Wolff & Larsen, 2014; Yechiam et al., 2005). Ke zdůvodnění této rozdílné reakce se nabízí několik vysvětlení. Jedním z těch nejsilnějších je prokázaný předsudek, který se týká mnoha potenciálních turistů domnívajících se, že domov je bezpečnější než zahraničí, a to bez ohledu na to, kde domov je („home-is-safer-than-abroad bias“). Tento předsudek vychází například z toho, že lidé mohou vnímat větší kontrolu nad situací, když se nachází ve známém prostředí, tedy v domácím státě. Zároveň do uvažování o zahraničí častěji vstupují spíše informace o negativních událostech a omezené informace z těchto destinací mají za následek větší pravděpodobnost vytváření katastrofických scénářů v myslích potenciálních turistů (Larsen et al., 2011; Wolff & Larsen, 2014, 2016; Wolff et al., 2019).

Koncept familiárnosti s prostředím je klíčový v kriminologických studiích, které ukazují, že s její nižší úrovní se zvyšuje strach z viktimizace (Warr, 1990). Tento efekt novoty neboli absence předchozí zkušenosti by se měl zásadně projevovat prostorově, když se vzdáleností od bydliště rostou percepční nepřesnosti (Gould & White, 1992; Siwek, 2011). V důsledku by mělo platit, že lidé, kteří pobývají fyzicky blíže, do rizikové destinace spíše přicestují. Ovšem v případě působení mnichovského incidentu se vyjma odolnější reakce domácích trhů neprojevil předpoklad větší citlivosti geograficky vzdálenějších trhů. Ani celoevropská poptávka v turismu, ani ta ze sousedních států Německa se neukázaly jako odolnější vůči terorismu malého rozsahu než poptávka z ostatních světových regionů. Toto zjištění je v rozporu s některými studiemi, které zkoumaly rozdíly v reakcích zahraničních turistů z bližších a vzdálenějších regionů (Larsen et al., 2011; Tremblay, 1989; Wolff & Larsen, 2014). Na základě výsledků ohledně dopadů mnichovského incidentu lze tak vytvořit hypotézu, že v případě terorismu malého rozsahu se stírá jeho prostorový efekt na zahraniční poptávku v turismu, kde neplatí odolnější reakce turistů z geograficky bližších regionů oproti těm ze vzdálenějších. Vysvětlení může spočívat v tom, že terorismus malého rozsahu poutá větší mediální pozornost v bližších regionech a v těch vzdálených již nevstupuje tak často do povědomí veřejnosti, zatímco v případě terorismu velkého rozsahu není

mediální pozornost v soudobém globalizovaném světě tak rozdílná mezi různými makroregiony. Tedy tvrzení, že zahraniční interregionální turismus je citlivější než intraregionální, nelze brát jako dogma, ale jeho platnost zřejmě závisí na podmínkách v zasažených destinacích, zahrnující i charakter teroristických incidentů, jak naznačují i některé další studie (Corbet et al., 2019; Hamadeh & Bassil, 2017).

Též reakce asijských trhů vůči mnichovskému incidentu odpovídá nastíněné hypotéze postavené na roli médií v případě terorismu malého rozsahu. Tento makroregion vykázal spíše neočekávaně jednu z nejnižších ztrát z hlediska příjezdů do Mnichova. Nicméně při detailnějším pohledu se ukázaly podstatné rozdíly v reakcích jednotlivých asijských států. U Číny a Japonska došlo k relativně vysokým ztrátám, což je v souladu s předchozími zjištěními ohledně reakcí turistů z východoasijských států vůči terorismu (Reisinger & Mavondo, 2006; Schmude et al., 2020). Vezmeme-li příklad Číny, tak jedním z vysvětlení může být obecně nižší míra ochoty podstupovat riziko u kolektivních rozhodovatelů. Ti očekávají, že autority rizika sníží na minimum (Renn & Rohrmann, 2000). Příjezdy občanů Izraele naproti tomu nebyly mnichovským incidentem takřka ovlivněny, což lze vysvětlit jejich bohatou zkušeností s terorismem v domovském státě. Tyto zkušenosti mohou mít za následek absolutní obrat v předsudku, že domov je bezpečnější než zahraničí. Tedy mohou poskytovat turistům osobní zdůvodnění pro vycestování do zasažené destinace, kterou vnímají ve výsledku jako bezpečnější než jejich domácí oblast (Fuchs et al., 2013; Uriely et al., 2007; Yechiam et al., 2005). Opět je nutno zdůraznit, že nastíněné obrácení zmíněného předsudku by mělo teoreticky silně záviset na konkrétních podmínkách zasažené destinace.

Ani reakce amerického makroregionu, resp. občanů Spojených států amerických, u kterých byla zaznamenána v důsledku mnichovského incidentu jedna z největších ztrát, nebyla neočekávaná. Naopak byla v souladu s předchozím zjištěním, že tito turisté reagují na terorismus nejnegativněji, což autoři zdůvodňují traumatickými událostmi z 11. září 2001 (Reisinger & Mavondo, 2006). Skutečností je, že občané Spojených států amerických jsou pro teroristy jedním z nejčastějších cílů při jejich cestách do zahraničí (Neumayer & Plümper, 2011). Právě konkrétní oběti teroristických incidentů jsou dalším z faktorů, které ovlivňují reakce zdrojových trhů. Tedy dopad terorismu na poptávku v turismu ze zdrojového státu bývá silnější, když se jeho občané stanou oběťmi. Tento dopad nemusí být limitován pouze státními hranicemi, ale i turisté z kulturně blízkých států obětí mohou reagovat podobným způsobem (Neumayer & Plümper, 2016). V případě mnichovského incidentu bylo 7 z 9 obětí islámského vyznání a 3 byli turecké národnosti (Abendzeitung, 2016b; National Consortium for the Study of Terrorism and Responses to Terrorism, 2020). Ovšem jak v případě států s převažujícím muslimským obyvatelstvem, tak v případě Turecka se neprokázala negativnější reakce jejich turistů oproti jiným trhům (u Turecka dokonce došlo v roce 2016 k překonání předpokládaného lineárního vývoje a meziročnímu zvýšení počtu příjezdů do Mnichova). Obecně tedy nastíněné rozdíly mezi jednotlivými státy potvrzují, že v reakcích na terorismus sehrávají svoji roli i národnost či kulturní zázemí turistů (Karl & Schmude, 2017). A konečně reakce afrického makroregionu potvrzuje předchozí výzkum, že turisté z rozvojových států mohou být odolnější vůči terorismu (Buigut, 2018), a to na základě předpokladu, že tyto státy oceňují rizikové chování jako způsob podpory ekonomického růstu (Renn & Rohrmann, 2000).

Celkově zapříčinil teroristický incident v Mnichově v roce 2016, na základě výpočtů z ročních hodnot, ztrátu několika set tisíc turistických příjezdů do tohoto města. Nicméně následná analýza postavená na měsíčních hodnotách odhalila, že efekt incidentu trval i do roku 2017, když až v září 2017 došlo k plnému zotavení turismu v Mnichově. Po červenci 2016, kdy se incident odehrál, tak uběhlo dalších 13 měsíců, kdy terorismus ovlivňoval turismus. Jelikož se jednalo o terorismus malého rozsahu, dala se očekávat o něco kratší doba působení, například do jednoho roku, k čemuž dospěly některé předchozí studie (Bassil et al., 2015; Greenbaum & Hultquist, 2006; Karl et al., 2017; Masinde & Buigut, 2018; Nikšić Radić et al., 2018). Přesto toto zjištění nevybočuje z obecného časového rozmezí, ke kterému dospěla dosavadní literatura (Krajňák, 2021). Též se ukázalo, že nenastal zpožděný efekt, ale největší pokles poptávky v turismu následoval víceméně ihned po incidentu. Lze spekulovat, že Mnichov oproti jiným destinacím není tolik postaven na dlouhodobých rezervacích, které nelze rušit (Fielding & Shortland, 2011). Jako zásadní pro časové působení mnichovského incidentu na poptávku v turismu se však zdá být pořádání pivního festivalu Oktoberfest, který každoročně začíná již v září. Výsledky naznačují, že tlumil příjezdové ztráty v září 2016, kdy se turismus dokázal vrátit na

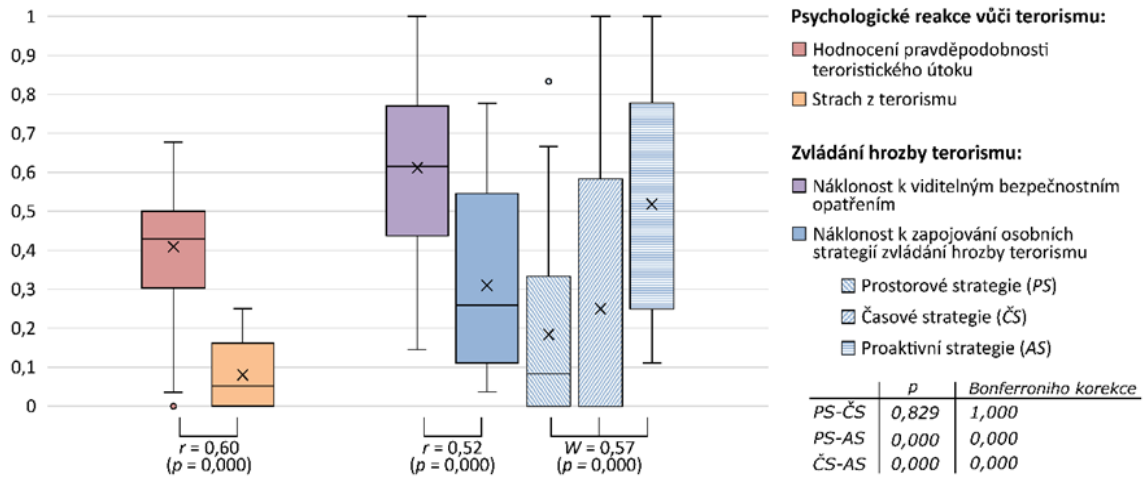
předkrizovou úroveň, tj. do Mnichova přijelo více turistů než v září roku 2015. Nelze pak vyloučit, že v případě jeho neuskutečnění by nastíněný zpožděný efekt nastal i v případě mnichovského turismu. Dále je pravděpodobné, že Oktoberfest mohl uspíšit jeho zotavení, jelikož právě v září následujícího roku po incidentu již byl mnichovský turismus plně zotaven. Samozřejmě nelze též opomíjet potenciál obdobných událostí utvářet pozitivní image destinace (Fialová & Lněnička, 2017; Richards & Wilson, 2004).

DOPADY NA SKUTEČNÉ TURISTY NEBOLI NA JEJICH LOKÁLNÍ CHOVÁNÍ, VNÍMÁNÍ A POCITY

V této části budou prezentovány výsledky na základě analýzy sesbíraných dat od skutečných turistů z Mnichova. V případě odhalování reakcí zahraničních turistů, kteří Mnichov, resp. jeho městské centrum, po incidentu z roku 2016 navštívili (v našem případě v první polovině roku 2019, tedy necelé tři roky po incidentu), se ukazuje, že město vnímají jako možný cíl dalšího teroristického útoku. Pravděpodobnost teroristického útoku v mnichovském městském centru sice participanti nepovažovali za vysokou, přesto ji v průměru hodnotili jako střední (Graf 3). Takto měřená percepce rizika (kognitivní psychologická reakce) se zásadně lišila od strachu z terorismu (afektivní psychologická reakce), který byl u participantů velmi nízký, a to takřka bez výjimek. Wilcoxonův párový test odhalil, že hodnoty byly statisticky významně vyšší (z = -4,17; p = 0,000) u hodnocení pravděpodobnosti terorismu (Me = 0,43; n = 24) než u strachu z něj (Me = 0,05; n = 24) – věcná významnost rozdílu byla velká (r = 0,60).

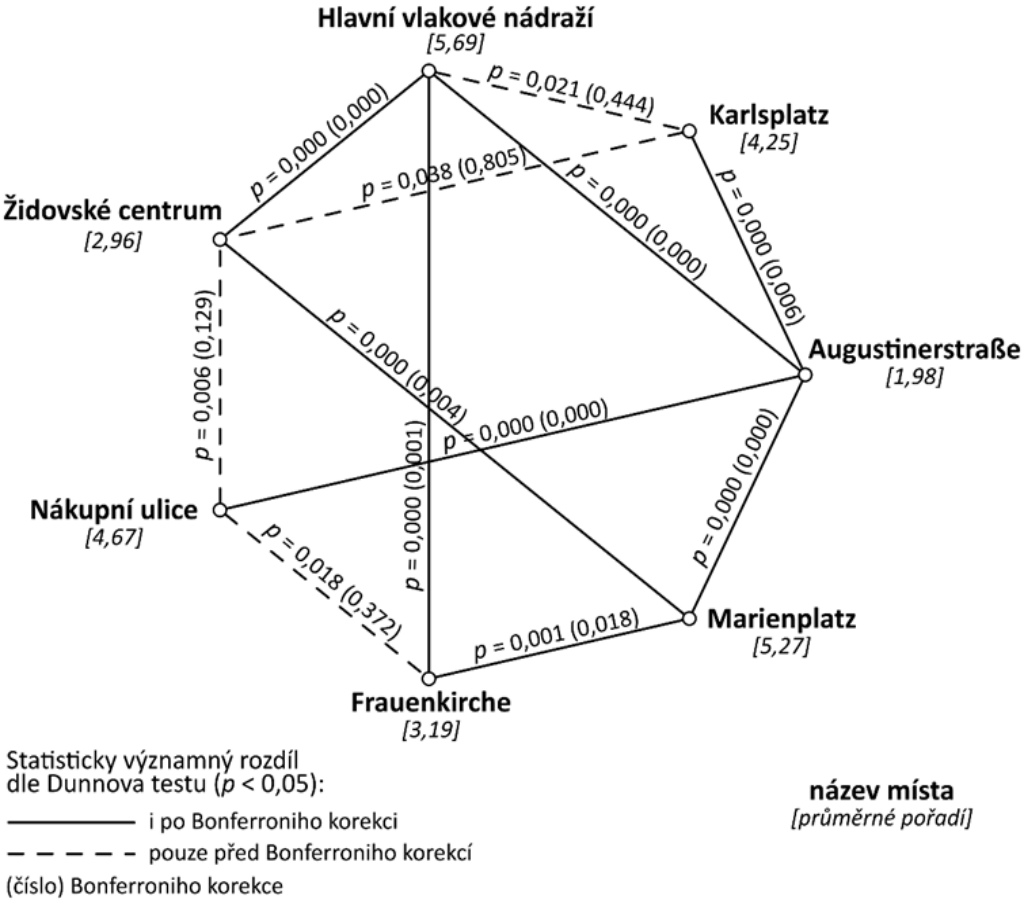
S ohledem na nízký strach participantů z terorismu v centru Mnichova je vcelku překvapivé zjištění, že byli značně nakloněni k přítomnosti zdejších viditelných bezpečnostních opatření. Osobní strategie zvládání hrozby terorismu naproti tomu byli participanti ochotni přijímat v menší, spíše omezené míře. I v tomto případě tedy Wilcoxonův párový test odhalil statisticky významné rozdíly (z = -3,63; p = 0,000), kdy hodnoty u náklonosti k bezpečnostním opatřením (Me = 0,61; n = 24) byly vyšší než u náklonosti k osobním strategiím (Me = 0,26; n = 24) – věcná významnost rozdílu byla velká (r = 0,52). Nejvíce pak participanti odmítali především prostorové a časové strategie, zatímco strategie v podobě proaktivity již byli participanti ochotni zapojovat více. Friedmanův test vskutku odhalil statisticky významné rozdíly v náklonosti participantů k těmto třem typům strategií zvládání hrozby terorismu, $\chi2$ (2, n = 72) = 27,21; p = 0,000. Věcná významnost rozdílů byla střední až velká (W = 0,57) a byla zapříčiněna větší náklonností participantů k proaktivním strategiím oproti prostorovým strategiím (p = 0,000) a oproti časovým strategiím (p = 0,000). Mezi náklonností k časovým a prostorovým strategiím nebyly rozdíly (p = 0,829).

Graf 3: Reakce participantů v souvislosti s hrozbou terorismu v městském centru Mnichova



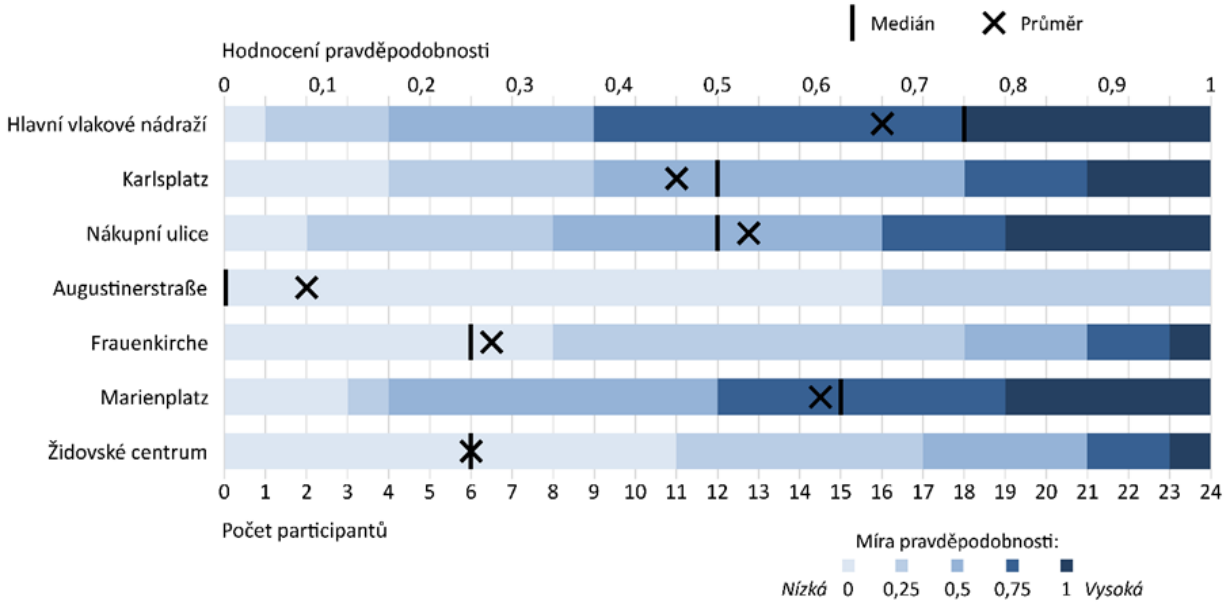
Analýza dále prokázala, že existují rozdíly ve vnímání ohrožení terorismem dle typů mikroprostorů s nejrůznějšími sociálními a fyzickými atributy. Tedy Friedmanův test odhalil statisticky významný vlivtypu navštíveného místa na hodnocení pravděpodobnosti teroristického útoku participanty, $\chi2$ (6, n = 168) = 67,37; p = 0,000. Věcná významnost vlivu byla střední až malá (W = 0,47). Statisticky významné rozdíly mezi konkrétními místy jsou vyobrazeny v Obrázku 3.

Obrázek 3: Výsledky post-hoc porovnávání rozdílů u navštívených míst v hodnocení pravděpodobnosti teroristického útoku participanty



Z navštívených míst hodnotili participanti pravděpodobnost teroristického útoku nejvyšší na hlavním vlakovém nádraží a na centrálním náměstí Marienplatz (Graf 4). V obou případech ji vskutku alespoň polovina participantů vnímala jako (spíše) vysokou. Naopak nejnižší pravděpodobnost útoku vnímali v ulici před budovou mnichovského policejního prezidia (Augustinerstraße), případně též při návštěvě židovského centra a katedrály Frauenkirche. V případě Augustinerstraße se dokonce všichni participanti víceméně shodli ohledně (spíše) nízké pravděpodobnosti útoku. Při hodnocení u židovského centra a Frauenkirche se sice objevili participanti, kteří i zde vnímali pravděpodobnost jako (spíše) vysokou, zajímavostí však je, že například u židovského centra se jednalo o participanta z Izraele, který ostatní navštívená místa v centru Mnichova hodnotil nižší pravděpodobností útoku.

Graf 4: Hodnocení pravděpodobnosti teroristického útoku participanty dle navštívených míst v městském centru Mnichova



Zmíněné naznačuje možnou existenci rozdílů ve vnímání pravděpodobnosti teroristického útoku na základě nejrůznějších charakteristik participantů a těch, které se týkaly jejich návštěvy centra Mnichova. Nicméně Mann-Whitneyův U test neodhalil statisticky významné rozdíly dle téměř všech uvažovaných charakteristik rozdělených vždy do dvou typů nezávislých populací (viz Tabulka 1). Pouze z hlediska věku byl odhalen staticky významný rozdíl (U = 33,00; z = -2,26; p = 0,024), kdy věková skupina participantů 18–26 let (Me = 0,48; n = 12) hodnotila pravděpodobnost útoku v centru Mnichova jako vyšší než věková skupina 27–39 let (Me = 0,38; n = 12) – věcná významnost tohoto rozdílu byla střední (r = 0,46).

Obdobně nebyl odhalen vliv téměř žádných uvažovaných charakteristik (vždy rozdělených do dvou typů populací) na strach z terorismu, náklonost k viditelným bezpečnostním opatřením a náklonost k zapojování osobních strategií zvládání hrozby terorismu. Jednou z výjimek byl odhalený rozdíl na základě vyspělosti států, z kterých participanti pocházeli (U = 27,50; z = -2,39; p = 0,015), kdy ti z nízkopříjmových států (Me = 0,77; n = 9) byli více nakloněni k viditelným bezpečnostním opatřením oproti participantům ze států vykazující vyšší příjmy (Me = 0,50; n = 15) – věcná významnost rozdílu byla střední (r = 0,49). Druhou výjimkou byl odhalený vliv obecných obav z terorismu na náklonost k zapojování osobních strategií zvládání této hrozby při návštěvě Mnichova. Tedy ti participanti, kteří měli větší obecné obavy z terorismu (Me = 0,56; n = 7) byli staticky významně více ochotni zapojovat osobní strategie než participanti s nižšími obavami (Me = 0,13; n = 16); U = 13,00; z = -2,89; p = 0,003; a věcná významnost tohoto rozdílu byla velká (r = 0,60).

DISKUSE K DRUHÉ STUDII

Výsledky této studie prokázaly existenci rozdílu mezi afektivními a kognitivními psychologickými reakcemi vůči terorismu (k prozkoumání v oblasti turismu vyzývali Larsen et al., 2009). Zmíněný rozdíl předpovídali již Loewenstein, Weber, Hsee, & Welch (2001) ve své hypotéze. Dle těchto autorů oba typy psychologických reakcí ovlivňují lidské rozhodování a chování nesoucí s sebou určité riziko, přičemž se oba typy navzájem ovlivňují. Nicméně afektivní psychologické reakce by měly být lepším prediktorem. Tato studie pak odhalila, že tento typ reakce byl takřka nepoznamenaný hrozbou terorismu, jelikož participanti uváděli strach z terorismu v městském centru Mnichova jako nízký. Dané zjištění nevybočuje od dosavadního výzkumu ohledně afektivních reakcí skutečných turistů vůči terorismu v evropských městech (Ferreira et al., 2019; Vanneste et al., 2017).

S ohledem na nízký strach z terorismu je však překvapivé, že participanti byli značně nakloněni k přítomnosti viditelných bezpečnostních opatření. Protiteroristická opatření představují jeden z obecných mechanismů využívaných ke zvládání hrozby terorismu, zároveň však jejich viditelnost může mít na mnohé civilisty určitý rušivý efekt. Tedy dle kritického přístupu mohou tato opatření selhat v tom smyslu, že mají přesně opačný efekt – místo aby strach z terorismu snižovali, tak jej zvyšují (Grosskopf, 2006). Ovšem výsledky předložené studie jsou v souladu spíše s tradičním přístupem (Dalgaard-Nielsen, Laisen, & Wandorf, 2016), k jehož platnosti se přiklání i většina zjištění z výzkumu v oblasti turismu, který prokázal převážně pozitivní postoje turistů vůči viditelným bezpečnostním opatřením v souvislosti s terorismem (Adeloye & Brown, 2018; Ferreira et al., 2019; Chen & Noriega, 2004; Isaac, 2021; Survila, Mikenas, & Zuromskaite, 2017; Vanneste et al., 2017).

Odhalená relativně velká ochota akceptovat přítomnost bezpečnostních opatření je pak v kontrastu vůči vcelku nízké ochotě participantů podílet se na zmírňování až eliminaci hrozby terorismu jako osobního rizika. Jako částečné vysvětlení rozdílu v náklonosti k těmto dvěma typům strategií využívaných ke zvládání hrozby terorismu lze využít teorií apelu strachu, které se shodují, že za určitých podmínek vede strach u jednotlivců ke změně chování od rizikového k méně rizikovému (Tannenbaum et al., 2015). Jelikož participanti strach z terorismu téměř nepociťovali, nepovažovali za nezbytné příliš měnit své chování. Výsledky tak naznačují, že za těchto podmínek se skuteční turisté při návštěvě městských destinací nechtějí nijak omezovat a ač si uvědomují možnost výskytu dalších teroristických incidentů, svoji ochranu přenechávají na zodpovědných úřadech (Hallman & Wandersman, 1992). Tedy výsledky naší studie indikují, že při návštěvách skutečných turistů městských destinací zasažených terorismem malého rozsahu víceméně nedochází ke změnám v prostorovém ani časovém chování v důsledku potenciální hrozby terorismu. Nicméně určité strategie osobního vypořádávání se s problémem v podobě hrozby terorismu, které proměňují chování, jsou skuteční turisté ochotni akceptovat. Jedná se o větší vnímavost,

podezřívavost či snahu o větší informovanost. Pro destinační management je však zásadní, že tyto strategie by již neměly mít vliv na charakter návštěvy destinací.

Výsledky studie dále naznačují, že viditelná bezpečnostní opatření pozitivně působí na psychologické reakce turistů vůči terorismu. Místa zabezpečená viditelnými bezpečnostními opatřeními byla hodnocena jako s nejnižší pravděpodobností teroristického útoku. Zároveň často šlo o klidná místa a místa spojená s náboženstvím. Naproti tomu u rušných míst, příp. těch s vysokou koncentrací turistů, byla pravděpodobnost hodnocena jako vcelku vysoká. Tato zjištění jsou obecně v souladu s tvrzením, že různé mikroprostory s rozličnými sociálními a fyzickými atributy vyvolávají u skutečných turistů různou míru psychologické reakce vůči terorismu (Ferreira et al., 2019; Chen & Noriega, 2004; Vanneste et al., 2017).

Konečně naše analýza neodhalila takřka žádný vliv uvažovaných charakteristik participantů ani charakteru procházek skrz městské centrum na reakce participantů v souvislosti s hrozbou městského terorismu. Jedna z mála výjimek se projevila u věku. Věková skupina participantů 18–26 let hodnotila pravděpodobnost útoku jako vyšší než věková skupina 27–39 let. Dosavadní výzkum předkládá ambivalentní zjištění ohledně role věku. Zatímco někteří dokládají, že s věkem se u turistů zhoršují reakce vůči terorismu (Brun et al., 2011; Isaac, 2021), jiní autoři dospěli k závěrům, že starší turisté reagují méně citlivěji než ti mladší (Walters et al., 2019; Wolff & Larsen, 2017). Zřejmě tak platí, že vztah není lineární a ač starší věkové kategorie mohou vykazovat negativnější reakce vůči terorismu, tak i u těch nejmladších turistů bývají mínění o bezpečnosti relativně nepříznivá (Krajňák & Vágner, 2018).

LIMITY PŘEDLOŽENÝCH STUDIÍ A MOŽNOSTI SMĚŘOVÁNÍ BUDOUCÍHO VÝZKUMU

Výzkum představený v tomto článku má určité limity. Výpočty ztrát u poptávky v turismu v důsledku mnichovského incidentu z roku 2016 je zapotřebí chápat pouze jako orientační. Využitý metodický přístup totiž neumožňuje eliminovat vliv jiných faktorů, které mohly působit na poptávku v turismu v Mnichově, a to ať už na úrovni destinace nebo na úrovni zdrojových trhů. Nicméně snahou článku bylo primárně poukázat na trendy a porovnání nikoliv vypočítat skutečnou ztrátu turismu kvůli terorismu, což v realitě zřejmě ani nebude nikdy možné. Jednak proto, že žádná z metod nedokáže zcela očistit vliv jiných faktorů, avšak i proto, že turismus vytváří celou řadu přímých a multiplikačních příjmů (Korečková & Topinka, 2021). Odhlédneme-li od složitosti měřitelnosti multiplikačního efektu, už samotné ztráty u přímých příjmů z turismu je obtížné podchytit například v důsledku absentujících statistik (článek počítal pouze ztráty za hosty v ubytovacích zařízeních). Co se týče jiných faktorů, které v období po teroristickém incidentu z roku 2016 mohly ovlivňovat poptávku v turismu v Mnichově, tak je nezbytné připomenout, že Evropa i Německo byly v tomto období zasažené relativně velkým množstvím teroristických incidentů (National Consortium for the Study of Terrorism and Responses to Terrorism, 2020). Jako jeden z možných faktorů pak mohly působit na mnichovský turismus, ať už negativně, či pozitivně jako důsledek tzv. generalizačního/přelévacího, resp. substitučního efektu (Afonso-Rodríguez & Santana-Gallego, 2018; Drakos & Kutan, 2003; Enders et al., 1992; Greenbaum & Hultquist, 2006; Krajňák & Vágner, 2018; Neumayer, 2004; Neumayer & Plümper, 2016).

V případě výsledků u reakcí skutečných turistů je zásadním limitem malý vzorek, který byl postaven na nenáhodném výběru nemající ambice reprezentovat veškeré zahraniční turisty v Mnichově či globální turistickou společnost obecně. Nicméně takováto předložená pilotní studie představuje jeden z prvních náhledů do problematiky, jak reagují skuteční turisté, kteří navzdory určité hrozbě terorismu, do městské destinace přicestují. V důsledku nastíněné absence v literatuře dosud stále víme velmi málo, jak se mění jejich chování v těchto destinacích ať už v návaznosti na terorismus malého, či velkého rozsahu. Je tak zapotřebí dalších studií, pro něž předložená studie může být vhodným odrazovým můstkem. Pro podchycení reakcí skutečných turistů vůči novějším teroristickým incidentům velkého rozsahu pak může být vhodné zaměřit bádání i na mimoevropské městské destinace.

Mnichov jako destinace disponuje mnoha důvody, proč by měl jeho turismus být vcelku odolný vůči negativním dopadům terorismu. Jedná se o městskou destinaci ve vyspělém státě s vysokými příjmy (Buigut et al., 2017; El-Sahli, 2018; Liu & Pratt, 2017; Llorca-Vivero, 2008; Mitra et al., 2018; Thompson, 2011), který se navíc nachází

v relativně stabilním a bezpečném regionu (západní) Evropy (Saha & Yap, 2014), což dále zajišťuje nízkou pravděpodobnost opětovného výskytu teroristických incidentů (Walters et al., 2019). Tedy ač Mnichov má určitou historii teroristických incidentů, jejich výskyt je stále relativně vzácný, což by mělo zajišťovat omezený dopad na (psychologické) reakce turistů (Butnaru et al., 2018; Fischhoff et al., 2004; Mitra et al., 2018; Pizam & Fleischer, 2002; Voltes-Dorta et al., 2016; Wolff & Larsen, 2014, 2017). Zkoumání dopadů terorismu malého rozsahu na turismus v destinacích vyznačujících se větší (vnímanou) mírou nebezpečnosti se tak nabízí jako další možný směr výzkumu. Zároveň ačkoliv mnichovský incident z roku 2016 klasifikujeme jako terorismus malého rozsahu, lze nalézt incidenty s ještě menším rozsahem (např. bez obětí či neúspěšné, tj. neuskutečněné) a i na ně by mohl budoucí výzkum zaměřit svoji pozornost.

Konečně předložený článek neměl dostatečnou příležitost pokrýt reakce domácího turismu. Ten byl vcelku zanedbáván i předchozím výzkumem v oblasti dopadů terorismu na turismus (Krajňák, 2021). Příčinou může být předpokládané slabé až nevýznamné působení terorismu na tento druh turismu. Přesto zmíněný předpoklad je nezbytné empiricky otestovat a zejména v případě skutečných domácích turistů provést studie, které odhalí, zda se vskutku neproměňuje jejich lokální turistické chování, a to i v porovnání se skutečnými zahraničními turisty. Druhá příčina může spočívat v absenci dostupných dat ohledně domácího turismu. Přesto by se mohl budoucí výzkum dále pokusit o prozkoumání změn domácí poptávky v turismu v důsledku terorismu v těch destinacích, kde to data umožní. Odhalení případných rozdílných reakcí domácích trhů (například mezi regiony) by mohlo přinést zásadní poznatky jak pro teorii, tak pro praxi.

ZÁVĚR

Předložený článek se zaměřil na takřka neprobádané téma v oblasti výzkumu dopadů terorismu na turismus, když předmětem zájmu byly reakce (potenciálních) turistů vůči terorismu malého rozsahu. Dále je článek unikátní tím, že na základě výzkumu v rámci jedné destinace pokryl reakce jak skutečných, tak potenciálních turistů. Zároveň platí, že i zkoumané městské prostředí, resp. obecně nižší řádovostní jednotky, jsou stále nedostatečně prozkoumané prostory z hlediska dopadů terorismu na turismus.

Předchozí literatura prokázala, že dopady terorismu na turismus závisí mj. na intenzitě a komunikačním rozsahu incidentů. Předložený článek však dále odhalil, že i terorismus malého rozsahu proměňuje reakce (potenciálních) turistů. Vliv na poptávku v turismu existuje, je negativní a nelze jej označit za marginální. V případě turistů, kteří do destinace skutečně dorazí, nedochází k zásadním změnám v chování, nicméně i takovýto odolnější segment turistů často hrozbu terorismu vnímá a je obezřetnější. Reakce domácích turistů jsou pak podstatně odolnější než reakce těch zahraničních. Ani jedna z předložených studií z našeho výzkumu však neprokázala, že by na terorismus malého rozsahu reagovali interregionální turisté citlivěji než turisté z bližších trhů. Toto zjištění naznačuje, jak se působení terorismu velkého a malého rozsahu může lišit, když dosavadní studie převážně odhalovaly odolnější reakce zahraničních turistů z bližších oproti vzdálenějším trhům. Z nastíněného plyne jedna z praktických implikací tohoto článku, tj. krizový destinační management a marketing by měl ve svých snahách vždy zohledňovat o jaký teroristický incident se jedná a v návaznosti na zohlednění této skutečnosti správně cílit své snahy, např. v podobě oslovování vhodných trhů.

Ačkoliv cílem článku nebylo porovnávat rozdíl v reakcích mezi skutečnými a potenciálními turisty, rozpor v tom, že někteří potenciální turisté byli teroristickým incidentem odrazeni od cestování a ti skuteční nevykazovali zásadní změny v chování, je z výsledků patrný a logicky očekávatelný. Nižší obavy z terorismu u těch skutečných lze připisovat osobním odůvodněním mezi něž se řadí i předsudek, že zahraniční destinace je bezpečnější než domov (Fuchs et al., 2013; Uriely et al., 2007). Naproti tomu u potenciálních turistů povětšinou panuje opačný předsudek, že domov je bezpečnější než zahraničí (Larsen et al., 2011; Wolff & Larsen, 2014; Wolff et al., 2019). V tomto ohledu platí, že v dobách krizí je vhodné spoléhat na domácí turisty. Nicméně i skutečné turisty je v těchto případech vhodné ubezpečovat o jejich bezpečnosti a viditelná bezpečnostní opatření mohou být vhodným nástrojem v případě hrozby terorismu. Jak bylo zjištěno v předložené studii, v městských destinacích jsou turisté relativně nakloněni k jejich přítomnosti.

Viditelná bezpečnostní opatření však mohou představovat určitý symbol, že terorismus přeci jen vítězí. V tomto ohledu se nabízí další o něco vhodnější způsob, jak posilovat důvěru turistů. Tedy

další praktickou implikací, která plyne ze zjištění tohoto článku je, že v případě terorismu (malého rozsahu) může být pořádání společenských událostí vhodným marketingovým zotavovacím nástrojem. Tento nástroj může být o to víc vhodnou volbou, jelikož umožňuje „boj na dvou frontách“. Vůči terorismu vysílá signál o resilientní společnosti, která se nenechá zastrašit a ovlivnit, jak to vyžaduje protiteroristický přístup v podobě managementu strachu (Bakker & de Roy van Zuijdewijn, 2022). Vůči turismu je pak zásadní, že tento nástroj pomáhá okamžitě řešit pokles poptávky, zároveň však může pomáhat i s jejím možným růstem do budoucna, a to pomocí formování pozitivní na místo negativní image destinace, kterou terorismus může za sebou zanechat. V konečném důsledku tak pořádání nejrůznějších společenských událostí po nepříznivých momentech může napomáhat k utváření resilientní globální turistické společnosti (Veréb, Nobre, & Farhangmehr, 2020).

LITERATURA

- Abendzeitung. (2016a, červenec 25). Freund (16) des Amokläufers aus U-Haft entlassen! Získáno 14. březen 2023, z https://www.abendzeitung-muenchen.de/muenchen/freund-16-des-amoklaeufers-aus-u-haft-entlassen-art-352714
- Abendzeitung. (2016b, červenec 26). Hier trauern die Angehörigen um die OEZ-Opfer. Získáno 14. březen 2023, z https://www.abendzeitung-muenchen.de/muenchen/hier-trauern-die-angehoerigen-um-die-oez-opfer-art-353102?fbclid=IwAR03tf22LuqzyJXKpQ6Vpww_WjN6IXK3w8ntm_m-eiUvjYB7CwBci3FYWSU
- Adeloye, D., & Brown, L. (2018). Terrorism and domestic tourist risk perceptions. *Journal of Tourism and Cultural Change, 16*(3), 217–233. https://doi.org/10.1080/14766825.2017.1304399
- Afonso-Rodríguez, J. A. (2017). Evaluating the dynamics and impact of terrorist attacks on tourism and economic growth for Turkey. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events, 9*(1), 56–81. https://doi.org/10.1080/19407963.2016.1231196
- Afonso-Rodríguez, J. A., & Santana-Gallego, M. (2018). Is Spain benefiting from the Arab Spring? On the impact of terrorism on a tourist competitor country. *Quality & Quantity, 52*(3), 1371–1408. https://doi.org/10.1007/s11135-017-0527-2
- Bakker, E., & de Roy van Zuijdewijn, J. (2022). *Terrorism and counterterrorism studies: Comparing theory and practice* (Second, revised edition). Leiden: Leiden University Press.
- Bassil, C., Hamadeh, M., & Samara, N. (2015). The tourism led growth hypothesis: The Lebanese case. Tourism Review, 70(1), 43–55. https://doi.org/10.1108/TR-05-2014-0022
- Bayerisches Landesamt für Statistik. (2023). *Bevölkerung: Gemeinden, Geschlecht, Stichtag* [Data set]. Získáno z https://www.statistikdaten.bayern.de/genesis/online?operation=result&code=12411-003r&lerzeilen=false&language=de#abreadcrumb
- Bhattacharya, M., & Basu, K. (2010). Impact of terror incidents on the foreign tourist arrivals in India: An econometric exploration. *International Journal of Tourism Policy, 3*(3), 213–222. https://doi.org/10.1504/IJTP.2010.037993
- Boger, C. A., Varghese, N., & Rittapirom, S. D. (2005). The impact of the September 11 attacks on airline arrivals and conventions in nine major U.S. cities. *Journal of Convention & Event Tourism, 7*(2), 21–41. https://doi.org/10.1300/J452v07n02_02
- Bonham, C., Edmonds, C., & Mak, J. (2006). The impact of 9/11 and other terrible global events on tourism in the United States and Hawaii. *Journal of Travel Research, 45*(1), 99–110. https://doi.org/10.1177/0047287506288812
- Bowen, C., Fidgeon, P., & Page, S. J. (2014). Maritime tourism and terrorism: Customer perceptions of the potential terrorist threat to cruise shipping. *Current Issues in Tourism, 17*(7), 610–639. https://doi.org/10.1080/13683500.2012.743973
- Brun, W., Wolff, K., & Larsen, S. (2011). Tourist worries after terrorist attacks: Report from a field experiment. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism, 11*(3), 387–394. https://doi.org/10.1080/15022250.2011.593365
- Buigut, S. (2018). Effect of terrorism on demand for tourism in Kenya: A comparative analysis. *Tourism and Hospitality Research, 18*(1), 28–37. https://doi.org/10.1177/1467358415619670

- Buigut, S., Braendle, U., & Sajeewani, D. (2017). Terrorism and travel advisory effects on international tourism. *Asia Pacific Journal of Tourism Research, 22*(10), 991–1004. https://doi.org/10.1080/10941665.2017.1359193
- Bundesministerium des Innern und für Heimat. (2019, květen 14). Fallzahlen Politisch Motivierte Kriminalität 2018 vorgestellt. Získáno 17. říjen 2020, z http://www.bmi.bund.de/SharedDocs/pressemitteilungen/DE/2019/05/pmk-2018.html;jsessionid=1C203DA47D0812ACEBB7226BF0CD7541.1_cid364?nn=9390260
- Butnaru, G. I., Mironiuc, M., Alexandru Ioan Cuza University of IaSi, Romania, Huian, C., Alexandru Ioan Cuza University of IaSi, Romania, Haller, A. P., & Romanian Academy Branch of Iasi - ICES, Gh. Zane, Romania. (2018). Analysis of economic growth in tourism under the impact of terrorism and of the waves of refugees. *Amfiteatru Economic, 20*(12), 885–904. https://doi.org/10.24818/EA/2018/S12/885
- Cohen, J. (1988). *Statistical power analysis for the behavioral sciences* (2nd ed). Hillsdale, N.J: L. Erlbaum Associates.
- Corbet, S., O'Connell, J. F., Efthymiou, M., Guiomard, C., & Lucey, B. (2019). The impact of terrorism on European tourism. *Annals of Tourism Research, 75*, 1–17. https://doi.org/10.1016/j.annals.2018.12.012
- Dalgaard-Nielsen, A., Laisen, J., & Wandorf, C. (2016). Visible counterterrorism measures in urban spaces—Fear-inducing or not? *Terrorism and Political Violence, 28*(4), 692–712. https://doi.org/10.1080/09546553.2014.930027
- Deutsche Welle. (2019, říjen 25). „Radical right-wing" motives in Munich 2016 attack. Získáno 14. březen 2023, z Dw.com website: https://www.dw.com/en/germany-2016-munich-attack-had-radical-right-wing-motives-say-police/a-50991641
- Drakos, K., & Kutan, A. M. (2003). Regional effects of terrorism on tourism in three Mediterranean countries. *Journal of Conflict Resolution, 47*(5), 621–641. https://doi.org/10.1177/0022002703258198
- Ekeberg, Ø., Fauske, B., & Berg-Hansen, B. (2014). Norwegian airline passengers are not more afraid of flying after the terror act of September 11. The flight anxiety, however, is significantly attributed to acts of terrorism. *Scandinavian Journal of Psychology, 55*(5), 464–468. https://doi.org/10.1111/sjop.12137
- El-Sahli, Z. (2018). The role of inbound tourist flows in promoting exports. The World Economy, 41(5), 1457–1475. https://doi.org/10.1111/twec.12597
- Enders, W., & Sandler, T. (1991). Causality between transnational terrorism and tourism: The case of Spain. *Terrorism, 14*(1), 49–58. https://doi.org/10.1080/10576109108435856
- Enders, W., & Sandler, T. (2002). Patterns of transnational terrorism, 1970-1999: Alternative time-series estimates. *International Studies Quarterly, 46*(2), 145–165. https://doi.org/10.1111/1468-2478.00227
- Enders, W., Sandler, T., & Parise, G. F. (1992). An econometric analysis of the impact of terrorism on tourism. *Kyklos, 45*(4), 531–554. https://doi.org/10.1111/j.1467-6435.1992.tb02758.x
- Ferreira, M. L. do A., Graciano, P. F., Leal, S. R., & Costa, M. F. da. (2019). Night of terror in the city of light: Terrorist acts in Paris and Brazilian tourists' assessment of destination image. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo, 13*(1), 19–39. https://doi.org/10.7784/rbtur.v13i1.1445
- Fialová, D., & Lněnička, M. (2017). Motivace účastníků zimního cestovního ruchu. Případová studie Lipno nad Vltavou. *Studia Turistica, 8*(3), 7–23.
- Fielding, D., & Shortland, A. (2011). How do tourists react to political iolence? An empirical analysis of tourism in Egypt. *Defence and Peace Economics, 22*(2), 217–243. https://doi.org/10.1080/10242694.2011.542340
- Fischhoff, B., De Bruin, W. B., Perrin, W., & Downs, J. (2004). Travel risks in a time of terror: Judgments and choices. *Risk Analysis, 24*(5), 1301–1309. https://doi.org/10.1111/j.0272-4332.2004.00527.x
- Fleischer, A., & Buccola, S. (2002). War, terror, and the tourism market in Israel. *Applied Economics, 34*(11), 1335–1343. https://doi.org/10.1080/00036840110099252
- Fuchs, G., Uriely, N., Reichel, A., & Maoz, D. (2013). Vacationing in a terror-stricken destination: Tourists' risk perceptions and rationalizations. *Journal of Travel Research, 52*(2), 182–191. https://doi.org/10.1177/0047287512458833
- Gleicher, F., & Petty, R. E. (1992). Expectations of reassurance influence the nature of fear-stimulated attitude change. *Journal of Experimental Social Psychology, 28*(1), 86–100. https://doi.org/10.1016/0022-1031(92)90033-G
- Gould, P., & White, R. (1992). *Mental maps* (2nd ed). London ; New York: Routledge.

- Gray, J. M., & Wilson, M. A. (2009). The relative risk perception of travel hazards. *Environment and Behavior, 41*(2), 185–204. https://doi.org/10.1177/0013916507311898
- Greenbaum, R. T., & Hultquist, A. (2006). The economic impact of terrorist incidents on the Italian hospitality industry. *Urban Affairs Review, 42*(1), 113–130. https://doi.org/10.1177/1078087406290116
- Grosskopf, K. R. (2006). Evaluating the societal response to antiterrorism measures. *Journal of Homeland Security and Emergency Management, 3*(2), 76–86. https://doi.org/10.2202/1547-7355.1170
- Hallman, W. K., & Wandersman, A. (1992). Attribution of responsibility and individual and collective coping with environmental threats. *Journal of Social Issues, 48*(4), 101–118. https://doi.org/10.1111/j.1540-4560.1992.tb01947.x
- Hamadeh, M., & Bassil, C. (2017). Terrorism, war, and volatility in tourist arrivals: The case of Lebanon. *Tourism Analysis, 22*(4), 537–550. https://doi.org/10.3727/108354217X15023805452086
- Hoffman, A. M., & Shelby, W. (2017). When the "laws of fear" do not apply: Effective counterterrorism and the sense of security from terrorism. *Political Research Quarterly, 70*(3), 618–631. https://doi.org/10.1177/1065912917709354
- Chen, R. J. C., & Noriega, P. (2004). The impacts of terrorism: Perceptions of faculty and students on safety and security in tourism. *Journal of Travel & Tourism Marketing, 15*(2–3), 81–97. https://doi.org/10.1300/J073v15n02_05
- Isaac, R. K. (2021). An exploratory study: The impact of terrorism on risk perceptions. An analysis of the German market behaviours and attitudes towards Egypt. *Tourism Planning & Development, 18*(1), 25–44. https://doi.org/10.1080/21568316.2020.1753106
- Ivanov, S., Gavrilina, M., Webster, C., & Ralko, V. (2017). Impacts of political instability on the tourism industry in Ukraine. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events, 9*(1), 100–127. https://doi.org/10.1080/19407963.2016.1209677
- Kahneman, D., & Tversky, A. (1979). Prospect theory: An analysis of decision under risk. *Econometrica, 47*(2), 263–292. https://doi.org/10.2307/1914185
- Kapuściński, G., & Richards, B. (2016). News framing effects on destination risk perception. *Tourism Management, 57*, 234–244. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.06.017
- Karl, M., Muskat, B., & Ritchie, B. W. (2020). Which travel risks are more salient for destination choice? An examination of the tourist's decision-making process. *Journal of Destination Marketing & Management, 18*, 100487. https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2020.100487
- Karl, M., & Schmude, J. (2017). Understanding the role of risk (perception) in destination choice: A literature review and synthesis. *Tourism, 65*(2), 138–155.
- Karl, M., Winder, G., & Bauer, A. (2017). Terrorism and tourism in Israel: Analysis of the temporal scale. *Tourism Economics, 23*(6), 1343–1352. https://doi.org/10.1177/1354816616686417
- Korečková, J., & Topinka, D. (2021). The importance of singletrails in the forest environment for the recreation of residents and its benefits for regions. *Studia Turistica, 12*(3), 23–37.
- Krajňák, T. (2021). The effects of terrorism on tourism demand: A systematic review. Tourism Economics, 27(8), 1736–1758. https://doi.org/10.1177/1354816620938900
- Krajňák, T., & Vágner, J. (2018). Politicko-bezpečnostní rizika pro cestovní ruch: Prostorová percepce Blízkého východu potenciálními českými turisty. *Geografie, 123*(3), 379–405. https://doi.org/10.37040/geografie2018123030379
- Kvítková, Z., & Petrů, Z. (2021). COVID-19 pandemic: Challenges and consequences for the tour operators: Case of the Czech Republic. *Studia Turistica, 12*(2), 55–69.
- Landeshauptstadt München. (2020). Munich tourism: Gains and strong domestic upswing. Získáno 22. září 2020, z https://web.archive.org/web/20201112032250/https://www.muenchen.de/rathaus/wirtschaft_en/industries/tourism.html
- Larsen, S., Brun, W., & Øgaard, T. (2009). What tourists worry about – Construction of a scale measuring tourist worries. *Tourism Management, 30*(2), 260–265. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.06.004
- Larsen, S., Brun, W., Øgaard, T., & Selstad, L. (2011). Effects of sudden and dramatic events on travel desire and risk judgments. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism, 11*(3), 268–285. https://doi.org/10.1080/15022250.2011.593360
- Liu, A., & Pratt, S. (2017). Tourism's vulnerability and resilience to terrorism. *Tourism Management, 60*, 404–417. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.01.001

- Llorca-Vivero, R. (2008). Terrorism and international tourism: New evidence. *Defence and Peace Economics, 19*(2), 169–188. https://doi.org/10.1080/10242690701453917
- Loewenstein, G. F., Weber, E. U., Hsee, C. K., & Welch, N. (2001). Risk as feelings. *Psychological Bulletin, 127*(2), 267–286. https://doi.org/10.1037/0033-2909.127.2.267
- Marsden, S. V., & Schmid, A. P. (2013). Typologies of terrorism and political violence. In A. P. Schmid (Ed.), *The Routledge handbook of terrorism research* (First published in paperback, s. 158–200). London New York: Routledge, Taylor & Francis Group.
- Masinde, B., & Buigut, S. (2018). Effect of terrorism and travel warning on Kenyan tourism demand. *Tourism Analysis, 23*(2), 283–288. https://doi.org/10.3727/108354218X15210313771322
- McKercher, B., & Hui, E. L. L. (2004). Terrorism, economic uncertainty and outbound travel from Hong Kong. *Journal of Travel & Tourism Marketing, 15*(2–3), 99–115. https://doi.org/10.1300/J073v15n02_06
- Mewborn, C. R., & Rogers, R. W. (1979). Effects of threatening and reassuring components of fear appeals on physiological and verbal measures of emotion and attitudes. *Journal of Experimental Social Psychology, 15*(3), 242–253. https://doi.org/10.1016/0022-1031(79)90035-0
- Mitra, D., Pham, C. S., & Bandyopadhyay, S. (2018). Terrorism and international air travel: A gravity approach. *The World Economy, 41*(11), 2852–2882. https://doi.org/10.1111/twec.12680
- Morakabati, Y. (2013). Tourism in the Middle East: Conflicts, crises and economic diversification, some critical issues. *International Journal of Tourism Research, 15*(4), 375–387. https://doi.org/10.1002/jtr.1882
- Morakabati, Y., & Kapuściński, G. (2016). Personality, risk perception, benefit sought and terrorism effect: Perceived risk and terrorism effect. *International Journal of Tourism Research, 18*(5), 506–514. https://doi.org/10.1002/jtr.2068
- München Tourismus. (2020). Data, facts and market research [Data set]. Získáno z https://www.munich.travel/en/topics/about-us/data-facts-and-market-research
- Namberger, P., Jackisch, S., Schmude, J., & Karl, M. (2019). Overcrowding, overtourism and local level disturbance: How much can Munich handle? *Tourism Planning & Development, 16*(4), 452–472. https://doi.org/10.1080/21568316.2019.1595706
- National Consortium for the Study of Terrorism and Responses to Terrorism. (2020). *Global terrorism database* [Data set]. Získáno z https://www.start.umd.edu/gtd/access/
- Nekolný, L., & Krajňák, T. (2021). Dopady pandemie na turismus a rekreaci. *Geografické rozhledy, 31*(1), 20–23.
- Nesser, P. (2018). *Islamist terrorism in Europe: A history.* Oxford, UK ; New York: Oxford University Press.
- Nesser, P., Stenersen, A., & Oftedal, E. (2016). Jihadi terrorism in Europe: The IS-effect. *Perspectives on Terrorism, 10*(6), 3–24.
- Neumayer, E. (2004). The impact of political violence on tourism: Dynamic cross-national estimation. *Journal of Conflict Resolution, 48*(2), 259–281. https://doi.org/10.1177/0022002703262358
- Neumayer, E., & Plümper, T. (2011). Foreign terror on Americans. *Journal of Peace Research, 48*(1), 3–17. https://doi.org/10.1177/0022343310390147
- Neumayer, E., & Plümper, T. (2016). Spatial spill-overs from terrorism on tourism: Western victims in Islamic destination countries. *Public Choice, 169*(3–4), 195–206. https://doi.org/10.1007/s11127-016-0359-y
- Nikšić Radić, M., Dragičević, D., & Barkiđija Sotošek, M. (2018). The tourism-led terrorism hypothesis – Evidence from Italy, Spain, UK, Germany and Turkey. *Journal of International Studies, 11*(2), 236–249. https://doi.org/10.14254/2071-8330.2018/11-2/16
- Norton, G. (1987). Tourism and international terrorism. *The World Today, 43*(2), 30–33.
- Novotný, L. (2022). Reakce státu na zmírňování dopadů epidemie covid-19 na odvětví cestovního ruchu. *Studia Turistica, 13*(1), 18–25.
- Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1994). *Psychometric theory* (3rd ed). New York: McGraw-Hill.
- OECD. (2022). *DAC List of ODA Recipients* [Data set]. Získáno z https://www.oecd.org/dac/financing-sustainable-development/development-finance-standards/daclist.htm
- OpenStreetMap contributors. (2020). *Oberbayern* [Data set]. Získáno z http://download.geofabrik.de/europe/germany/bayern/oberbayern.html
- Papatheodorou, A., Rosselló, J., & Xiao, H. (2010). Global economic crisis and tourism: Consequences and perspectives. *Journal of Travel Research, 49*(1), 39–45. https://doi.org/10.1177/0047287509355327

- Parida, Y., Bhardwaj, P., & Roy Chowdhury, J. (2017). Determinants of tourism in Indian states: An empirical analysis. *Tourism Review, 72*(3), 330–343. https://doi.org/10.1108/TR-11-2016-0047
- Parida, Y., Bhardwaj, P., & Roy Chowdhury, J. (2018). Effects of economic development and crime on tourism in India. *Anatolia, 29*(1), 63–73. https://doi.org/10.1080/13032917.2017.1384742
- Pizam, A., & Fleischer, A. (2002). Severity versus frequency of acts of terrorism: Which has a larger impact on tourism demand? *Journal of Travel Research, 40*(3), 337–339. https://doi.org/10.1177/0047287502040003011
- Pizam, A., & Smith, G. (2000). Tourism and terrorism: A quantitative analysis of major terrorist acts and their impact on tourism destinations. *Tourism Economics, 6*(2), 123–138. https://doi.org/10.5367/000000000101297523
- Reisinger, Y., & Mavondo, F. (2006). Cultural differences in travel risk perception. *Journal of Travel & Tourism Marketing, 20*(1), 13–31. https://doi.org/10.1300/J073v20n01_02
- Renn, O., & Rohrmann, B. (2000). Cross-cultural risk perception: State and challenges. In O. Renn & B. Rohrmann (Ed.), *Cross-cultural risk perception: A survey of empirical studies.* Boston, MA: Springer US.
- Richards, G., & Wilson, J. (2004). The impact of cultural events on city image: Rotterdam, cultural capital of Europe 2001. *Urban Studies, 41*(10), 1931–1951. https://doi.org/10.1080/0042098042000256323
- Ritchie, J., Lewis, J., & Elam, G. (2003). Designing and selecting samples. In J. Ritchie & J. Lewis (Ed.), *Qualitative research practice: A guide for social science students and researchers* (s. 77–108). London ; Thousand Oaks, Calif: Sage Publications.
- Rittichainuwat, B. N., & Chakraborty, G. (2009). Perceived travel risks regarding terrorism and disease: The case of Thailand. *Tourism Management, 30*(3), 410–418. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.08.001
- Ross, J. I. (1993). Structural causes of oppositional political terrorism: Towards a causal model. *Journal of Peace Research, 30*(3), 317–329.
- Rykkja, L. H., Lægreid, P., & Lise Fimreite, A. (2011). Attitudes towards anti-terror measures: The role of trust, political orientation and civil liberties support. *Critical Studies on Terrorism, 4*(2), 219–237. https://doi.org/10.1080/17539153.2011.586206
- Saha, S., & Yap, G. (2014). The moderation effects of political instability and terrorism on tourism development: A cross-country panel analysis. *Journal of Travel Research, 53*(4), 509–521. https://doi.org/10.1177/0047287513496472
- Savitch, H. V., & Ardashev, G. (2001). Does terror have an urban future? *Urban Studies, 38*(13), 2515–2533. https://doi.org/10.1080/00420980120107529
- Seabra, C., Dolnicar, S., Abrantes, J. L., & Kastenholz, E. (2013). Heterogeneity in risk and safety perceptions of international tourists. *Tourism Management, 36*, 502–510. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2012.09.008
- Schmid, A. P. (2013). The definition of terrorism. In A. P. Schmid (Ed.), *The Routledge handbook of terrorism research* (First published in paperback, s. 39–157). London New York: Routledge, Taylor & Francis Group.
- Schmude, J., Karl, M., & Weber, F. (2020). Tourism and terrorism: Economic impact of terrorist attacks on the tourism industry. The example of the destination of Paris. *Zeitschrift für Wirtschaftsgeographie, 64*(2), 88–102. https://doi.org/10.1515/zfw-2019-0015
- Schusterschitz, C., Schütz, H., & Wiedemann, P. M. (2010). Looking for a safe haven after fancy thrills: A psychometric analysis of risk perception in alpine tourist destinations. *Journal of Risk Research, 13*(3), 379–398. https://doi.org/10.1080/13669870903134949
- Siwek, T. (2011). *Percepce geografického prostoru*. Praha: Česká geografická společnost.
- Sönmez, S. F., & Graefe, A. R. (1998). Determining future travel behavior from past travel experience and perceptions of risk and safety. *Journal of Travel Research, 37*(2), 171–177. https://doi.org/10.1177/004728759803700209
- Sunstein, C. R. (2003). Terrorism and probability neglect. *Journal of Risk and Uncertainty, 26*(2–3), 121–136. https://doi.org/10.1023/A:1024111006336
- Survila, A., Mikenas, E., & Zuromskaite, B. (2017). The impact of terrorism on the tourism sector of Lithuania. *Montenegrin Journal of Economics, 13*(3), 101–118. https://doi.org/10.14254/1800-5845/2017.13-3.9

- Tannenbaum, M. B., Hepler, J., Zimmerman, R. S., Saul, L., Jacobs, S., Wilson, K., & Albarracín, D. (2015). Appealing to fear: A meta-analysis of fear appeal effectiveness and theories. *Psychological Bulletin, 141*(6), 1178–1204. https://doi.org/10.1037/a0039729
- Thompson, A. (2011). Terrorism and tourism in developed versus developing countries. *Tourism Economics, 17*(3), 693–700. https://doi.org/10.5367/te.2011.0064
- Tremblay, P. (1989). Pooling international tourism in Western Europe. *Annals of Tourism Research, 16*(4), 477–491. https://doi.org/10.1016/0160-7383(89)90003-0
- Upadhyay, U. D., & Lipkovich, H. (2020). Using online technologies to improve diversity and inclusion in cognitive interviews with young people. *BMC Medical Research Methodology, 20*(1), 159. https://doi.org/10.1186/s12874-020-01024-9
- Uriely, N., Maoz, D., & Reichel, A. (2007). Rationalising terror-related risks: The case of Israeli tourists in Sinai. *International Journal of Tourism Research, 9*(1), 1–8. https://doi.org/10.1002/jtr.587
- Vanneste, D., Tudorache, P., Teodoroiu, F., & Steenberghen, T. (2017). The impact of the 2016 terrorist attacks in Brussels on tourism. *Belgeo*, (4), 1–26. https://doi.org/10.4000/belgeo.20688
- Veréb, V., Nobre, H., & Farhangmehr, M. (2020). Cosmopolitan tourists: The resilient segment in the face of terrorism. *Tourism Management Perspectives, 33*, 100620. https://doi.org/10.1016/j.tmp.2019.100620
- Voltes-Dorta, A., Jiménez, J. L., & Suárez-Alemán, A. (2016). The impact of ETA's dissolution on domestic tourism in Spain. *Defence and Peace Economics, 27*(6), 854–870. https://doi.org/10.1080/10242694.2015.1025485
- Walters, G., Wallin, A., & Hartley, N. (2019). The threat of terrorism and tourist choice behavior. *Journal of Travel Research, 58*(3), 370–382. https://doi.org/10.1177/0047287518755503
- Warr, M. (1990). Dangerous situations: Social context and fear of victimization. *Social Forces, 68*(3), 891. https://doi.org/10.2307/2579359
- Wolff, K., & Larsen, S. (2014). Can terrorism make us feel safer? Risk perceptions and worries before and after the July 22nd attacks. *Annals of Tourism Research, 44,* 200–209. https://doi.org/10.1016/j.annals.2013.10.003
- Wolff, K., & Larsen, S. (2016). Flux and permanence of risk perceptions: Tourists' perception of the relative and absolute risk for various destinations. *Scandinavian Journal of Psychology, 57*(6), 584–590. https://doi.org/10.1111/sjop.12326
- Wolff, K., & Larsen, S. (2017). A taxonomy of terror—About the effect of different kinds of terror on risk perceptions. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism, 17*(2), 111–128. https://doi.org/10.1080/15022250.2015.1137487
- Wolff, K., Larsen, S., & Øgaard, T. (2019). How to define and measure risk perceptions. *Annals of Tourism Research, 79*, 102759. https://doi.org/10.1016/j.annals.2019.102759
- World Tourism Organization. (2022). *145 key tourism statistics: Inbound tourism—Total arrivals* [Data set]. Získáno z https://www.unwto.org/tourism-statistics/key-tourism-statistics
- World Tourism Organization & International Labour Organization (Ed.). (2013). *Economic crisis, international tourism decline and its impact on the poor.* Madrid: World Tourism Organization. https://doi.org/10.18111/9789284414444
- Yang, Y., Altschuler, B., Liang, Z., & Li, X. (Robert). (2021). Monitoring the global COVID-19 impact on tourism: The COVID19tourism index. *Annals of Tourism Research, 90*, 103120. https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.103120
- Yap, G., & Saha, S. (2013). Do political instability, terrorism, and corruption have deterring effects on tourism development even in the presence of UNESCO heritage? A cross-country panel estimate. *Tourism Analysis, 18*(5), 587–599. https://doi.org/10.3727/108354213X13782245307911
- Yaya, M. E. (2009). Terrorism and tourism: The case of Turkey. *Defence and Peace Economics, 20*(6), 477–497. https://doi.org/10.1080/10242690903105414
- Yechiam, E., Barron, G., & Erev, I. (2005). The role of personal experience in contributing to different patterns of response to rare terrorist attacks. *Journal of Conflict Resolution, 49*(3), 430–439. https://doi.org/10.1177/0022002704270847

Příloha 1: Dopady teroristického incidentu v Mnichově na zahraniční příjezdy z vybraných států v roce 2016

Pořadí (příjezdy 2010–2019)	Stát	Skutečné příjezdy (2015)	Skutečné příjezdy (2016)	Očekávané příjezdy (2016)	Rozdíl mezi skutečnými a očekávanými příjezdy (2016, v %)	r2
1.	Spojené státy americké	384 419	378 513	429 472	-11,87	0,85
2.	Itálie	273 374	240 079	267 492	-10,25	0,60
3.	Velká Británie a Severní Irsko	259 712	246 536	259 587	-5,03	0,94
4.	Švýcarsko	238 394	233 853	232 743	+0,48	0,94
5.	Rakousko	214 747	213 843	232 827	-8,15	0,99
6.	Státy Perského zálivu	205 631	200 170	185 908	+7,67	0,78
7.	Rusko	119 075	109 383	156 375	-30,05	0,06
8.	Čína	142 116	141 456	152 005	-6,94	0,99
9.	Španělsko	127 822	131 632	134 700	-2,28	0,88
10.	Francie	102 351	107 286	114 459	-6,27	0,91
11.	Japonsko	91 471	78 239	90 685	-13,72	0,10
12.	Nizozemsko	82 931	92 840	95 838	-3,13	0,91
17.	Polsko	35 385	35 656	41 154	-13,36	0,95
19.	Belgie	30 092	31 565	33 766	-6,52	0,85
20.	Turecko	29 198	32 821	30 673	+7,00	0,97
22.	Česko	28 272	24 138	30 879	-21,83	0,95
23.	Indie	22 832	27 139	30 885	-12,13	0,90
24.	Dánsko	24 128	27 123	27 541	-1,52	0,93
25.	Izrael	24 445	26 049	26 519	-1,77	0,93

Pozn.: výpočty dle modelu lineárního vývoje bez teroristického incidentu v letech 2010–2019; r2 – míra vysvětlené variability modelem.

PREFERENCE RODIN S DĚTMI PŘI ÚČASTI NA CESTOVNÍM RUCHU V OBDOBÍ PŘED PANDEMIÍ V PODMÍNKÁCH ČESKÉ A SLOVENSKÉ REPUBLIKY

PREFERENCES OF FAMILIES WITH CHILDREN WHEN PARTICIPATING IN TOURISM DURING THE PRE-PANDEMIC PERIOD – STUDY FROM THE CZECH REPUBLIC AND SLOVAKIA

Ivica Linderová

Received: November 25, 2022 Accepted: January 4, 2023

Kontakt: Vysoká škola polytechnická Jihlava, Tolstého 16, 586 01 Jihlava,
e-mail: ivica.linderova@vspj.cz

ABSTRAKT

Studie se zabývá mapováním cestovních stereotypů, motivů a překážek cestování s dětmi. Průzkum je v širším kontextu navázán na postoje rodin s dětmi při cestování. Studie je realizována jako pilotní s perspektivou rozšíření v budoucnosti. Průzkum probíhal v první polovině roku 2020 a mapuje chování rodin s dětmi v podmínkách České republiky a Slovenska v období před zavedením restrikcí v souvislosti s pandemií Covid-19. Sběr dat byl realizován metodou dotazování. Data byla získávána v šesti oblastech, a sice (1) zájem o cestování, (2) služby v průběhu cesty/dovolené, (3) typy cest/výletů, (4) postoje k cestování, (5) využívání cestovní kanceláře a (6) sociální média. Z výsledků vyplývá preference zahraniční dovolené před dovolenou v tuzemsku a výrazný zájem o jednodenní výlety. Při rozhodování o místě pobytu hraje největší roli poměr ceny a kvality služeb a blízkost atrakcí a volnočasových aktivit. Za nejvíce atraktivní aktivity pro děti považují rodiče bazén, zoo, dětská hřiště a vodní parky. Cestování je respondenty považováno za možnost budování rodinných vazeb a nástroj ke sbližování rodiny. Plánovaní a příprava dovolené se děje převážně ve vlastní režii rodiny bez využití cestovní kanceláře. Služby sdílené ekonomiky jsou využívány minimálně.

Klíčová slova: Cestování. Rodina. Rodiny s dětmi. Rozhodování. Služby.

ABSTRACT

The study deals with the mapping of travel stereotypes, motives, and barriers to traveling with children. The survey is related to families with children when traveling. The study is affected as a pilot with the perspective of expansion in the future. The survey takes place in the first half of the year 2020 and it focuses on the behavior of families with children in the conditions of the Czech Republic and Slovakia during the pre-pandemic period. Data were collected in six areas, namely (1) interest in travel, (2) services during the trip/holiday, (3) types of trips/holiday, (4) attitudes towards travel, (5) travel agency use and (6) social media. The results show a preference for a foreign holiday over a domestic holiday and also a significant interest in one-day trips. When deciding on a place to stay, the ratio of price and quality of services and the nearest of the leisure activities plays the biggest role. Parents see as the most attractive activities for their children pool, zoo, playgrounds, and water parks. Respondents look for travel as an opportunity to build family relationship and as a tool to bring the family closer together. The planning and preparation of the vacation is mainly done by the family themselves without the use of a travel agency. The services of the shared economy are used minimally.

Keywords: Decision-making. Family. Family with children. Services. Traveling.

ÚVOD

Orientace na rodiny s dětmi je pro destinace a podniky cestovního ruchu výzvou a zároveň možností vychovat si budoucí klientelu. Cestování rodin s dětmi zahrnuje širokou škálu volnočasových aktivit, které je možné v území nabízet. Požadovaný standard služeb se také různí v závislosti od ekonomického a společenského statusu rodiny.

Rodiny mají v závislosti od svého životního cyklu různé požadavky při účasti na cestovním ruchu. Rodinný cestovní ruch je většinou chápan jako cestování s dětmi různého věku. Zde se také otvírá spektrum možností pro poskytovatele služeb. V závislosti od věku dětí se mění požadavky rodin při výběru ubytování, volnočasových aktivit a také možností stravování. Rodiny s předškolními dětmi vyhledávají zejména místa disponující dětským hřištěm, hernou, animačními programy a vybaveností pro malé děti včetně jídelních židliček, dětských postýlek a nabídky dětského menu. Rodiče se školními dětmi se zaměřují na aktivní trávení volného času a poznávaní. U rodin s teenagery se projevují tendence k dobrodružným aktivitám, vyhledávají zábavu a nevšední zážitky.

Pro trh cestovního ruchu je podstatné poznat motivy a postoje tohoto segmentu a přizpůsobit mu nabídku. V posledních letech se proměnila tak struktura rodiny, jako i principy rozhodování. Objevuje se více osamělých rodičů s dětmi, spojených rodin, netradičních rodin apod. Také více cestují rodiny, které jsou v širším kontextu považovány za znevýhodněné skupiny, např. rodiče se zdravotně znevýhodněnými dětmi.

PŘEHLED LITERATURY

Rodiny s dětmi je možné zařadit k největším cílovým skupinám na trhu cestovního ruchu. Jedná se o heterogenní skupinu účastníků cestovního ruchu, kdy se jejich preference mění a odvíjí zejména od věku dětí. Tato cílová skupina může být významným zdrojem příjmů pro destinace cestovního ruchu i jednotlivé poskytovatele služeb, pokud je nabídka služeb a využití volného času vhodně komunikována a přizpůsobena věku dětí.

Odvětví cestovního ruchu zaujalo proaktivní přístup k produktům a nabídce orientované na děti. Aktéři na trhu cestovního ruchu si uvědomují hodnotu změny místa pobytu u dětí a stejně tak skutečnost, že děti jsou obvykle doprovázeny dospělými (Wu et al., 2019).

S růstem disponibilních příjmů a podporou rodinného cestování se tento trh rychle rozvinul a rodiny se stali důležitým segmentem globálního cestovního ruchu (Schänzel & Yeoman, 2015 In Qiao et al., 2022). Účast na cestovním ruchu umožňuje členům rodiny strávit spolu nezapomenutelný čas a vytvářet společné vzpomínky, čímž vytváří efektivní spojení (Lehto et al., 2009; Carr, 2011 In Qiao et al., 2022). Cestovní ruch má významnou úlohu při budování rodinných vazeb a zkušenost společného cestování má pozitivní dopad na fungování rodiny (Siwek et al., 2022).

Rodiny hrají na trhu cestovního ruchu důležitou roli, a to navzdory zániku tradičních rodinných modelů. Existuje mýtus o úpadku rodiny. Ve skutečnosti se mění struktura rodin a tyto jsou propojeny jiným způsobem. Rodiny se mohou pohybovat od minimálně dvou členů (osamělý rodič s dítětem) až po vícegenerační rodiny (libovolný počet dospělých a dětí). Přitom se stále více odklánějí od tradiční velikosti rodin a genderové orientace, tj. dva heterosexuální rodiče a dvě děti (Schänzel & Yeoman, 2015).

Rodinu můžeme definovat jako koncept vztahů a interakcí mezi jejími členy (Schänzel, Yeoman & Backer, 2012).

Dovolená může hrát důležitou roli při upevňování rodinných vztahů a budování sociálního a rodinného kapitálu v rámci nejbližší i širší rodiny tím, že překonává narůstající problémy s mobilitou. Cestování za rodinou a návštěvou přátel a příbuzných se jeví jako zajímavý druh cestovního ruchu, protože lidé budou vždy cestovat, aby se znovu setkali (Schänzel & Yeoman, 2015).

Procesu rozhodování o rodinných cestách a dovolených a vlivu rodinných příslušníků na výběr destinace, termínu, typu ubytování a volnočasových aktivit byla věnována pozornost již od 70. let 20. století (Mirehie et al., 2021). V každé fázi životního cyklu totiž lidé pociťují potřebu změny místa pobytu a nějakým způsobem ji vnímají (Kozak & Karadag, 2012). Zpočátku měli v rodinách hlavní rozhodovací vliv muži. Přitom část rozhodnutí (70 %) byla sdílena mezi rodiči, a to např. výběr destinace a ubytování, ale o zvolené trase rozhodoval mužský partner (Myers & Moncrief, 1978 In Mirehie et al., 2021). Demografické a sociální změny počátkem 21. století měli vliv na změny a modifikaci procesu rozhodování rodiny. Patří mezi ně výraznější vstup žen na trh práce, což znamenalo dva zdroje příjmu pro rodinu. Vzrostl také vliv žen na rozhodování (Kang & Hsu, 2005 In Rojas-de-Gracia, Alarcon-Urbistondo & Gonzales Robles, 2018). Chování v rodinách se stalo demokratičtějším, a v nákupních procesech jsou ve větší míře, než v minulosti zohledňovány individuální preference všech jejich členů (Bronner

& de Hoog, 2008 In Rojas-de-Gracia, et al., 2018).
V posledních letech se také více do pozornosti dostává orientace na děti a přihlížení k jejich názorům. Rodiny se stávají demokratičtějšími a o výběru destinace a prázdninových aktivitách se diskutuje mezi všemi členy rodiny, včetně dětí (Schänzel & Yeoman, 2015). Děti však nelze považovat za homogenní skupinu. Jejich potřeby a požadavky je třeba rozlišovat dle věku.
Rozhodování přitom nezahrnuje jen rozhodnutí o tom, kam rodina vycestuje a kdy. Rozhodnutí jsou přijímána před a během cestování (Hyde, 2004 In Kozak & Karadag, 2012). Rozhodnutí přijatá před odjezdem zahrnují výběr ubytovacích zařízení, způsobu dopravy, či využití nebo nevyužití služeb cestovní kanceláře apod. Rozhodnutí přijatá během dovolené se skládají z několika dílčí rozhodnutí, jako je návštěva atraktivních míst, výběr restaurací atd. (Barles et al., 2008 In Kozak & Karadag, 2012).
Alkibay (2011 In Dosquet, Lorey & Ambaye, 2020) konstatuje, že spotřebitelé jsou obecně považováni součást nějaké rodiny. Proto je rodina důležitým prvkem moderních marketingových studií. Člen rodiny má významný vliv na ostatní členy. Přitom děti jako členové rodiny hrají důležitou roli při nákupu.
Podle studie realizované v roce 2020 v USA se na rozhodování o dovolené podílí děti ve věku 3 až 12 let a děti ve věku 13 až 17 let v 38 % rodin. Až v 86 % rodin zapojují děti nějakou mírou do procesu plánování a výběru dovolené. Rodiny, ve kterých děti neparticipují na rozhodování o dovolené, uvádějí jako důvod nejčastěji nízký věk dětí, jejich nerozhodnost a fakt že pro rodiče je zapojení dětí do rozhodování stresující. Tří z pěti rodičů však považují děti za podstatný zdroj inspirace a nápadů pro výběr dovolené. Děti a jejich nápady a návrhy jsou podle průzkumu podstatnou inspirací a předčili i cestovatelské průvodce, doporučení přátel, sociální média, podcasty, cestovní kanceláře nebo cestovatelské blogy (Chase Marriott Bonvoy Bold, 2020).
Při rozhodování o účasti na cestovním ruchu se u rodičů objevují jisté charakteristiky. Více rodin vyhledává aktivity, které budou zajímavé pro všechny členy rodiny. Rodiče zajímají návrhy jejich dětí na dovolenou. Rodiny vyhledávají autentické zážitky, jedinečné destinace a chtějí zažít něco nové (Chase Marriott Bonvoy Bold, 2020).
Investice do dnešních cestujících dětí budou formovat budoucnost cestovního ruchu. Zvýšená průměrná délka života, přesun prarodičů a rodičovských rolí a větší důraz kladený na méně dětí dává prostor pro nové, inovativní marketingové kampaně zaměřeny na dětské cestující a rodiče s dětmi. Budoucnost rodinného cestovního ruchu pak spočívá v zachycení různorodých potřeb dětí i dospělých různého věku, z různorodého etnického prostředí a s různorodými rodinnými strukturami. Trendy pak směřují ke zvyšující se heterogenitě, plynulosti a mobilitě v rodinách, které budou cestovat v budoucnu (Schänzel & Yeoman, 2015).

DATA A METODY

Cílem studie je zmapování cestovních stereotypů, motivů a překážek cestování s dětmi. Průzkum je v širším kontextu navázán na postoje rodin s dětmi při cestování, ale také na situaci v oblasti poskytování služeb pro děti.
Studie je realizována jako pilotní studie sloužící k vyhodnocení základních znaků, stereotypů, překážek a motivů cestování rodin s dětmi. Průzkum byl realizován v první polovině roku 2020. Mapuje tedy chování rodin s dětmi v období před zavedením restrikcí v souvislosti s pandemií Covid-19.
Sběr dat byl realizován metodou dotazování. Ke sběru dat byl využit online dotazník. Ten byl distribuován prostřednictvím sociálních sítí do online skupin zaměřených na rodiny s dětmi.
Dotazník byl rozdělen do pěti oblastí, a to (1) zájem o cestování, (2) služby v průběhu cesty/dovolené, (3) typy cest/výletů, (4) postoje k cestování, (5) využívání cestovní kanceláře a (6) sociální média.
Součásti dotazníku byly převážně uzavřené otázky s několika možnostmi výběru. Část otázek byla formulovaná jako otázky polootevřené.
Dotazník byl inspirován studii rodinného cestování v USA v roce 2019, kterou realizovala organizace Family Travel Association a zpracovala Minnaertová, která se rodinnému cestovnímu ruchu věnuje dlouhodobě.
Pilotní studie se účastnilo 74 respondentů, z toho 76 % žen a 24 % mužů. Více než polovina respondentů (55 %) byla ve věku 35 až 44 let, 47 % respondentů bylo ve věku 45 až 54 let. Pilotní studie se účastnili respondenti z České a Slovenské republiky. Českou republiku jako místo bydliště uvedlo 78 % respondentů, Slovensko 22 %.
Pokud se jedná o průměrný měsíční příjem domácnosti, respondenti uváděli nejčastěji příjmy od 20 000 do 39 999 CZK (36 %) a od 40 000 do 59 999 CZK (35 %). Průměrný měsíční příjem v rozmezí 80 000 až 99 999 CZK uvedlo 7 % respondentů. Průměrný měsíční příjem nad 100 000 CZK pak uvádí 12 % dotazovaných.
Část respondentů je zaměstnaná, a to 34 % na plný

úvazek, 19 % na částečný úvazek, 18 % tvoří osoby samostatně výdělečně činné. Mateřskou dovolenou uvádí 16 % respondentů. Až 40 % respondentů uvádí, že čerpají rodičovskou dovolenou. U některých se rodičovská dovolená překrývá s prací.

V rámci dotazníkového šetření byla zjišťována i skladba rodiny. Až 92 % uvádí tradiční rodinu, tj. otec, matka, děti. Smíšenou rodinu, kde je jedno nebo více dětí z předchozích vztahů, uvádí 5 % respondentů. Status svobodné matky nebo otce, případně stav rozvedený uvádí 3 % respondentů.

Většina respondentů uvádí, že součásti rodiny jsou dvě děti (60 %). U 32 % rodin mají jedno dítě. Tři děti uvádí 5 % respondentů a čtyři děti 3 %. Pět a více dítě neměla žádná rodina zařazena do pilotní studie.

U některých z rodin se vyskytly specifické znaky ve smyslu zdravotních potíží apod. Jednalo se o 4 % respondentů, kteří uváděli buď rodiče anebo dítě se specifickými potřebami.

Tabulka 1: Charakteristika typického účastníka pilotní studie

Věk	35 až 44 let
Počet dětí	2
Typ rodiny	tradiční rodina
Bydliště	Česká republika
Zaměstnaní	plný úvazek + rodičovská dovolená
Příjem	20 000 až 59 999 CZK

Zdroj: Vlastní zpracování, 2022.

VÝSLEDKY A DISKUSE

Cílem studie je zmapování cestovních stereotypů, motivů a překážek cestování s dětmi. Studie na vybraném vzorku respondentů sleduje četnost cestování v rámci volného času a dovolených, preferované destinace, účel cesty, důvody k neúčasti na cestovním ruchu, preferovaný standard služeb, požadovanou vybavenost, faktory ovlivňující výběr služeb, využívání cestovní kanceláře nebo sociálních médií atd.

ZÁJEM O CESTOVÁNÍ

V rámci zájmu o cestování byla u respondentů sledována průměrná četnost cest a také skutečnost, zda cestovali v roce 2019, který předcházel roku dotazování.

Téměř všichni respondenti (99 %) vykonali v roce 2019 cesty v rámci volného času. Z hlediska typu cest volili respondenti z více možností nebo kombinaci možností. Nejčetnější byly jednodenní výlety, které v roce 2019 realizovalo 61 %. Víkendový nebo prodloužený pobyt v tuzemsku absolvovalo 47 % respondentů a víkendový nebo prodloužený pobyt v zahraničí 22 % respondentů. Dovolené v tuzemsku se účastnilo 39 % respondentů a dovolené v zahraničí 54 %.

Pokud se respondenti pro účast na cestovním ruchu nerozhodli nebo ji omezili, uvádějí jako důvody nízký věk dětí, nemožnost vzít si volno z práce nebo příliš mnoho jiných výdajů, které zatěžují rodinný rozpočet.

V rámci dotazníkového šetření bylo identifikováno 29 atraktivit v České republice vyhledávaných v rámci rodinného cestovného ruchu. Pilotní studie se účastnili respondenti z České republiky a Slovenska, čili pro některé z nich návštěva těchto atraktivit znamenala zahraniční pobyt. Až 29 % respondentů uvedlo, že v letech 2017 až 2019 navštívili Zoo Praha. K dalším více navštěvovaným atraktivitám patří státní zámek Lednice (24 %) a Zoo Dvůr Králové (22 %). Respondenti dále uvádějí zábavní park Mirakulum v Milovicích (19 %), státní zámek a hrad Český Krumlov (15 %), Zoo Zlín-Lešná (15 %), Punkevní jeskyně a jeskyni Macocha (15 %).

Ze zahraničních destinací respondenti nejčastěji uváděli Rakousko (34 %), Chorvatsko (28 %), Itálii (27 %) a Německo (22 %). Respondenti s bydlištěm v České republice jako často navštěvovanou destinaci uváděli také Slovensko.

Většina respondentů uvádí, že jednodenních výletů

se účastní 5 a vícekrát za rok. Pobyty v tuzemsku v trvání 3 až 13 dnů realizuje shodně 28 % respondentů jednou nebo dvakrát za rok. Více než pětkrát za rok realizuje několika denní pobyty v tuzemsku 14 % respondentů. Pobyty na více než dva týdny realizuje v tuzemsku jen 8 % respondentů.

Několikadenní pobyty v trvání 3 až 13 dnů realizuje v zahraničí 46 % respondentů jednou ročně, 16 % respondentů dvakrát ročně. Téměř 18 % respondentů tyto pobyty nerealizuje. Zahraniční pobyty delší než 14 dnů realizuje jen 15 % respondentů, až 50 % respondentů se takových pobytů neúčastní.

Jako nejčastější účel cest vykonaných v rámci cestovního ruchu volili respondenti jednodenní výlety do přírody (80 %), návštěvu příbuzných a známých (77 %) a dovolenou (76 %). Návštěva rekreačních center jako aquapark, koupaliště nebo ski park měla také docela vysoké zastoupení. Za účel cesty ji označilo 62 % respondentů.

Pokud se jedná o náklady vynaloženy na cestování, nejčastěji se objevují náklady na rodinné cesty a dovolené do 40 000 CZK (15 %) a do 60 000 CZK (15 %).

Tabulka 2: Průměrné ročné výdaje na rodinné cesty a dovolené

Průměrný výdej v CZK do …	Počet respondentů v %
Méně než 10 000	2,7
Do 20 000	13,5
Do 30 000	10,8
Do 40 000	14,9
Do 50 000	6,8
Do 60 000	14,9
Do 70 000	8,1
Do 80 000	10,8
Do 90 000	2,7
Do 100 000	1,4
Více než 100 000	13,5

Zdroj: Vlastní zpracování, 2022.

SLUŽBY V PRŮBĚHU DOVOLENÉ

V průběhu dovolené jsou účastníky cestovního ruchu využívány jednotlivé služby. K základním službám cestovního ruchu patří služby ubytovací a stravovací. Tyto mohou výrazně ovlivnit spokojenost hosta s pobytem.

Respondenti v rámci pilotní studie označili jako preferovaný typ ubytování nejčastěji hotel (22 %) a penzion (21 %). Téměř 7 % respondentů uvedlo jako typ ubytování Airbnb a 3 % využití vlastního karavanu. Dále respondenti volili hotelový resort (12 %), kemp (11 %) a ubytování v soukromí (10 %).

Pokud se jedná o formu stravování, 30 % respondentů volilo vlastní stravování, 29 % preferuje polopenzi, 23 % all inklusive a 18 % snídaně v ceně ubytování.

V rámci pilotního šetření nás zajímalo také využívání služeb sdílené ekonomiky. Většina respondentů uvádí, že takovéto služby nevyužívá. Ubytování přes platformy Airbnb, Home Away apod. využilo již někdy v životě 39 % respondentů, couchsurfing 4 %. Stravovací služby přes platformy Eat With, Viz Eat, Bon Appetour, Eat Fastly, Meal Sharing apod. nevyužil nikdo z respondentů. Systém bikesharing, tedy sdílení kol využilo již 8 %, společné využívaní aut (tzv. carsharing) přes platformy Car4Way, Revolt, Ajo, Autonapul, Car2Go, Up! City, SHARE'Ngo, Carrivederci apod. 5 % respondentů. Na kratší vzdálenosti využilo 14 % respondentů služby společností Uber, Bolt, Taxify, Liftago, Lyft ap. Sdílení míst v autech na delší vzdálenosti (např. Carpul,

BlaBlaCar, Jízdomat) využilo 12 % respondentů.
Za nejpodstatnější faktory, které je ovlivňují při rozhodování o místě pobytu, respondenti označují poměr ceny a kvality služeb (76 %) a blízkost atrakcí a volnočasových aktivit (58 %). Pro 18 % respondentů je důležitá speciální vybavenost pro děti, např. dětské židličky, vanička, postýlka, přebalovací pult apod.). Po 15 % respondentů uvádí, že je ovlivňuje přítomnost restaurace a možnost stravování přímo v objektu ubytování nebo možnost přípravy vlastní stravy (kuchyňský kout, možnost vaření, sdílená kuchyňka).
Pro většinu respondentů (80 %) je z hlediska vybavení při rozhodování nejpodstatnější možnost vyžití pro děti. A to v podobě např. bazénu, pláže, dětské herny apod. Shodně, tedy 19 % respondentů uvádí jako podstatné volně dostupné Wi-Fi připojení a vyžití pro rodiče, např. ve formě wellness. Dětský klub s animací požaduje 8 % respondentů.
Většina respondentů uvádí jako nejvíce atraktivní aktivity v průběhu dovolené pro své děti bazén (78 %), zoo (77 %), dětská hřiště (74 %) a vodní parky (67 %). Sportovní vyžití je zastoupeno méně. Lyžování uvádí 22 % respondentů a cyklistiku 16 %.

TYPY POBYTŮ

Z hlediska typů výletů a dovolené většina respondentů absolvovala se svými dětmi dovolenou na horách (65 %), dovolenou u moře (61 %), dovolenou ve městě s návštěvou kulturně-historických památek (45 %). Tematické parky jako např. Legoland, Prátr, Disneyland navštívilo 14 % respondentů a okružní plavbu realizovalo 8 % respondentů.
Z outdoorových aktivit byla nejčastější turistika (77 %), návštěva národního parku nebo chráněné krajinné oblasti (72 %), kempování (36 %), cyklistika (30 %) a lyžování (28 %).
Pokud se jedná o kulturně-historické památky a kulturně-společenské atraktivity, k nejvíce preferovaným patřili historické památky jako hrady a zámky (77 %) a muzea (51 %). Rozličné hudební a umělecké akce jako taneční divadla, koncerty navštívilo 35 % respondentů a festivaly 23 %.

POSTOJE K CESTOVÁNÍ

Děti jsou na trhu cestovního ruchu chápany jako budoucí spotřebitelé. Jejich vztah k cestování do značné míry budují a ovlivňují rodiče a rodina jako taková. V rámci pilotní studie byly proto sledovány a analyzovány také postoje respondentů k cestování. Téměř všichni respondenti souhlasí s tím, že cestování buduje rodinné vazby (97 %) a sbližuje rodinu (93 %). Většina respondentů zároveň uvádí, že cestováním chce vytvořit vzpomínky pro své děti (88 %). K výroku, že dětem se vede ve škole lépe díky cestování, většina respondentů zaujímá neutrální (45 %) nebo negativní postoj (31 %).

Tabulka 3: Vnímaní společného cestování rodiči

Výrok …	Souhlasím v %
Společné cestování buduje rodinné vazby	97
Cestování sbližuje rodinu	93
Chci vytvořit více vzpomínek z cest pro moje děti	88
Často spolu mluvíme o našich zážitcích z cest	76
Věřím, že cestování je dobrá investice do budoucna mých dětí	76
Placená dovolená je pro mě možnost trávit více času s dětmi	74
Chci, co nejvíce využít období, kdy děti ještě chtějí se mnou cestovat	73
Jsou místa, kam chci vzít své děti dříve, než vyrostou	70
Je pro mě důležité, aby mé děti rozuměly jiné kultuře	69
Cestování je podstatná část vzdělávání mých dětí	69
Současné světové dění je podstatné pro naše rozhodování o dovolené	61
Moje děti mluví o svých zážitcích z našich společných cest (nejen se mnou)	51
Cestování změnilo můj vztah s dětmi k lepšímu	51
Pokaždé, kdy cestujeme, vybíráme novou destinaci	43

Cestování s dětmi mě činí lepším rodičem	42
K narozeninám a přes prázdniny daruji dětem radši zážitek než hmotný dárek	41
Moje děti objevují nové zájmy/hobby v průběhu cest	39
Moje děti si v průběhu výletů všímají věcí, které se učí ve škole (např. z historie, biologie, geografie)	34
Rádi sdílíme své fotky a dojmy z cest přes sociální sítě	22
Chci využít více volných dní k odhalování rodinné historie (původu)	18
Mým dětem se ve škole daří lépe díky cestování	18

Zdroj: Vlastní zpracování, 2022.

Většina respondentů (92 %) souhlasí s výrokem, že děti vlivem cestování získávají více zážitků a také že se cestováním vzdělávají (85 %). Zvýšení zájmu dětí o jiné kultury vlivem cestování hodnotí neutrálně 51 % respondentů.

Tabulka 4: Vliv společného rodinného cestování na děti

Výrok …	Souhlasím v %
Moje děti získávají více zážitků	92
Moje děti se cestováním vzdělávají	85
Moje děti jsou flexibilnější a lépe se adaptují	66
Moje děti vidí svět z jiné perspektivy	59
Moje děti jsou smělejší	55
Moje děti dokážou lépe komunikovat, domluvit se s jinými	51
Moje děti se stávají lepšími „světoobčany“	34
Moje děti se více zajímají o jiné kultury	32

Zdroj: Vlastní zpracování, 2022.

Za největší výzvy při rozhodování o společné cestě nebo dovolené s dětmi považují respondenti cenovou dostupnost (51 %) a věk dětí (34 %). Dále za významné považují najít destinaci případně aktivitu, se kterou budou spokojeni všichni (28 %). Bezpečnost cestování je také jedním z faktorů, který rodiče při výběru dovolené ovlivňuje (27 %). Pro pětinu respondentů je výzvou výběr ubytování a neschopnost dodržet režim a zvyky dětí před spaním. To považují za problém zejména rodiče malých dětí.

VYUŽÍVÁNÍ CESTOVNÍ KANCELÁŘE

Organizace dovolené je v současnosti stále častěji realizována prostřednictvím online prodejních portálů nebo ve vlastní režii. Cestovní kanceláře jako organizátora své dovolené volí stále méně účastníků cestovního ruchu.

Rodiny s dětmi, které se účastnili pilotní studie, volí cestovní kancelář vždy nebo většinou ve 24 %. Někdy využívá cestovní kancelář 42 % respondentů a vůbec 34 %.

Respondenti, kteří využívají služby cestovní kanceláře vždy nebo většinou, tak činí zejména z důvodů minimalizace nepříjemných překvapení v průběhu pobytu (32 %) a možnosti využití služeb delegáta v případě problémů (29 %). Dále respondenti uvádějí, že cestovní kancelář je v rámci produktů first minute a last minute schopna poskytnout lepší ceny (29 %).

Respondenti, kteří využívají služby cestovní kanceláře jenom někdy nebo vůbec, uvádějí, že je baví celý proces výběru, plánování a rezervace rodinné dovolené ve vlastní režii (54 %). Část z nich si myslí, že využití cestovní kanceláře by zvýšilo cenu dovolené (40 %). A část respondentů je přesvědčena, že ve

vlastní režii najde lepší možnosti pro svou rodinu (39 %). Překvapivé je, že 4 % respondentů uvádějí, že nevědí, jak si cestovní kancelář vybrat nebo že nenašli cestovní kancelář, které by důvěřovali.

SOCIÁLNÍ MÉDIA

Sociální sítě, Internet a digitalizace je nedílnou součásti života současné společnosti. Rodiny s dětmi také využívají sociální média při realizaci svých volnočasových aktivit.

Téměř všichni dotazování uvedli, že využívají Facebook (97 %). Zároveň respondenti využívají i některé další sociální sítě, a sice YouTube (46 %), Instagram (42 %), Pinterest (18 %), případně jiné (23 %), a to např. LinkedIn, Flickr).

Z hlediska obsahu sledují respondenti pilotní studie na sociálních sítích cestovní blogy (46 %), tematické parky (28 %), hotelové resorty (28 %) a profily destinací, případně destinačních organizací (22 %). Nic z uvedeného nesleduje 35 % respondentů.

Jako důvod sledování vybraných účtu na sociálních sítích uvádí většina respondentů inspiraci pro další výlet, či dovolenou (68 %), získaní informací o aktivitách pro děti případně rodiny (39 %), možnost prohlídnout si fotografie destinace, případně jednotlivých hotelů, restaurací a atraktivit cestovního ruchu (38 %). Informace o vybavení pro děti vyhledává prostřednictvím sociálních sítí 29 % respondentů. Pětina respondentů využívá sociální sítě ke sdílení své zkušenosti přímo s podnikem, či destinační organizací, a tedy ke zpětné vazbě.

KOMPARACE CHARAKTERISTIK CESTOVÁNÍ RODIN S DĚTMI V PROSTŘEDÍ ČESKÉ REPUBLIKY, SLOVENSKA A SPOJENÝCH STÁTŮ AMERICKÝCH

Pilotní studie realizována v podmínkách České republiky a Slovenska řešila cestovní stereotypy, motivy a překážky cestování s dětmi. Použitý dotazník byl inspirován šetřením prováděným v USA organizací Family Travel Association. Část otázek musela být přizpůsobena na podmínky České republiky a Slovenska, např. navštěvovaná místa apod. Zde tedy porovnání a konfrontace není na místě. U části výzkumu je ale možné komparovat chování rodin s dětmi při účasti na cestovním ruchu. Americké studie zaměřeny na rodinný cestovní ruch byly vydány v letech 2019, 2021 a 2022. Pro porovnání s pilotní studií realizovanou v České republice a na Slovensku jsou použita americká data ze studie z roku 2019, tj. vztahují se k roku 2018. Tato studia byla zvolená z důvodu, že další americké výzkumy se vztahují k období, kdy trh cestovního ruchu poznačila pandemická opatření a ta ovlivnila i chování rodin s dětmi.

Vybraná americká studie zkoumala chování rodin s dětmi při účasti na cestovním ruchu na vzorku 1 580 respondentů, z nichž 93 % byly ženy. Většina respondentů byla ve věku 35 až 54 let (51 %), co odpovídá věkové skladbě pilotní studie realizované v podmínkách České republiky a Slovenska. U americké studie se v 72 % jednalo o respondenty žijící v tradičních rodinách, v 27 % byly respondenti buď svobodní rodiče, rozvedeni nebo odloučeni, v 1 % ovdovělí.

V USA v roce 2018 cestovalo 77 % dotazovaných, pilotní studie realizována v roce 2019 v České republice a na Slovensku uvádí 99 %. Toto vyšší procento je pravděpodobně způsobeno malým vzorkem účastníků v pilotní studii, kdy odpověděli převážně respondenti se zájmem o cestování.

Pokud se respondenti pro účast na cestovním ruchu nerozhodli nebo ji omezili, mělo to několik důvodů. Američani uvádějí zejména omezený rodinný rozpočet, příliš mnoho jiných výdajů a nemožnost vzít si volno z práce. Češi a Slováci měli pro neúčast na cestovním ruchu obdobné důvody.

Typy výletů a dovolených se odvíjí od geografické polohy a státu běžného životního prostředí. Američané nejvíce cestují k moři, na dovolené do měst (tzv. city vacation) a do tematických parků. Češi a Slováci cestují zejména na hory, k moři a na dovolené ve městech spojeny s návštěvou kulturně-historických památek.

Z outdoorových aktivit je mezi Američany nejčastější návštěva národních parků a chráněných území a kempování. Mezi Čechy a Slováky převládá turistika a návštěva národního parku nebo chráněné krajinné oblasti. Cyklistika je v České republice a na Slovensku vyhledávána 16 % respondentů, v USA jen 4 %. Naopak kajak, resp. splav preferují jen 4 % českých a slovenských rodin a 12 % amerických rodin.

Za nejvíce atraktivní aktivity pro své děti považují Američané bazén (75 %), zoo (72 %) a akvária (70 %). Pro české a slovenské děti jsou rovněž atraktivní bazény (78 %) a zoo (77 %).

Pokud se jedná o kulturně-historické památky a kulturně-společenské atraktivity, k nejvíce preferovaným patřili u amerických, českých i slovenských rodin hrady a zámky a muzea.

Americké rodiny vybírali k ubytování zejména hotely (49 %), ubytování u přátel a známých (26 %) a ubytování prostřednictvím platformy Airbnb (18

%). České a slovenské rodiny uvádějí nejčastěji hotel (22 %) a penzion (21 %).

Pokud se jedná o postoje k cestování, americké rodiny uvádí, že cestováním chtějí vytvořit vzpomínky pro své děti a že cestování sbližuje rodinu. V tomto se shodují s českými a slovenskými rodinami. Pro americké rodiny je důležité, aby děti rozuměli odlišným kulturám. Tento důvod uvádí také přibližně polovina českých a slovenských rodin.

Většina amerických respondentů uvádí, že děti díky cestování vidí svět z jiné perspektivy, jsou flexibilnější a lépe se adaptují. Čeští a slovenští respondenti vidí přínos cestování pro děti zejména v získání více zážitků a poznatků.

Za největší výzvy při rozhodování o společné cestě nebo dovolené s dětmi považují američtí respondenti cenovou dostupnost, sladění času prázdnin a pracovního volna a věk dětí. Čeští a slovenští respondenti rovněž uvádějí cenovou dostupnost a věk dětí.

Cestovní kancelář pro realizaci rodinné dovolené využilo 16 % amerických rodin a 24 % českých a slovenských rodin.

V případě využívání sociálních médií je zde rozdíl v oblíbenosti jednotlivých sociálních sítí. Americké rodiny využívají v hojné míře Facebook (79 %) a Instagram (60 %). Více než polovina z nich využívá také Pinterest (52 %). Tyto tři sociální sítě patří k nejvíce využívaným i mezi Čechy a Slováky, avšak v mnohem menší míře. Facebook využívá 97 % respondentů, Instagram (42 %) a Pinterest (18 %). Oproti Američanům využívají Češi a Slováci více Youtube (42 % oproti 30 % v USA) a mnohem méně Twitter (3 % oproti 30 % v USA). Na sociálních sítích sledují Američané zejména tematické parky, hotelové resorty a letecké společnosti. Češi a Slováci sledují cestovatelské blogy, tematické parky a hotelové resorty. Jako důvod sledování vybraných účtu na sociálních sítích uvádí většina respondentů ve všech třech krajinách inspiraci pro další výlet.

ZÁVĚR

Rodiny s dětmi jsou atraktivním segmentem pro destinace a podniky cestovního ruchu. V různých stadiích životního cyklu rodiny mají odlišné nároky na ubytovací a stravovací služby a různé preference při využívání svého volného času. Svou heterogenitou dává tento segment prostor k tvorbě portfolia produktů s různým tematickým zaměřením. Umožňuje podnikům cestovního ruchu navázat na své již stávající produkty a rozšířit nabídku na rodiny podle věku dětí. Tím může zvýšit využívání svých kapacit v případě, že rodiny s dětmi budou kompatibilní s již stávající klientelou. Např. produkty sportovního cestovního ruchu lze dobře komunikovat směrem k aktivním párům a také k rodinám se staršími dětmi.

V rámci zjištění cestovních stereotypů, motivů a překážek cestování s dětmi byla zpracována pilotní studie. Tato se zabývala charakteristikami, názory, motivy a překážkami cestování u rodin s dětmi geografickém prostoru České republiky a Slovenska. Průzkum vycházel ze studií rodinného cestování, které jsou pravidelně realizovány v USA.

Z výsledků pilotní studie vyplývá několik znaků, které jsou společné pro rodiny s dětmi v České republice, na Slovensku a v USA. Je možné říct, že rodiny s dětmi preferují dovolené u moře a dovolené spojeny s návštěvou kulturně-historických památek. Pokud se dovolené neúčastní, hlavním důvodem je omezený rodinný rozpočet anebo vysoké pracovní vytížení rodičů. Z outdoorových aktivit je pro rodiny s dětmi atraktivní zejména návštěva národních parků, z kulturně-historických atraktivit volí hrady, zámky a muzea. Za aktivity nejvíce vyhledávané svými dětmi považují rodiče bazény a zoo. K ubytování si rodiny s dětmi vybírají nejčastěji hotely. Dovolenou a výlety realizuje typický představitel rodinného cestovního ruchu ve vlastní režii bez využití cestovního kanceláře. Rodiče se shodují na tom, že cestováním chtějí vytvořit vzpomínky pro své děti a myslí si, že cestování sbližuje rodinu.

Realizována pilotní studie je vstupní sondáži do chování rodin s dětmi v České republice a na Slovensku. Do budoucna je zde potenciál k jejímu rozšíření a mapování chování rodin s dětmi na širším vzorku. Nabízí se rozpracování průzkumu a následné vyhodnocení motivů, postojů, preferencí a požadavku při cestování v závislosti od věku dětí.

LITERATURA

- Chase Marriton Bonvoy Bold. (2022). Family Travel Planning. *Family Travel Association*. vid. [2022-11-24]. Dostupné z https://familytravel.org/
- Dosquet, F., Lorey, T., & Ambaye, M. (2020). The Role of Children in Marketing, a State of the Art: Applications in Tourism Marketing. In *Children in Hospitality and Tourism* (pp. 157-168). Berlin: Walter De Gruyter GMBH.
- Kozak, M., & Karadag, L. (2012). Who Influences Aspects of Family Decision Making? *International Journal of Culture Tourism and Hospitality Research, 6*(1), 8-20.
- Minnaert, L. (2019). *US Family Travel Survey 2019*. NYU School of Professional Studies. Family Travel Association. Dostupné z https://www.sps.nyu.edu/
- Mirehie, M., Gibson, H. J., Buning, R. J., Coble, C., & Flaherty, M. (2021). Towards an Understanding of Family Travel Decision-making Processes in the Context of Youth Sport Tourism. *Journal of Destination Marketing & Management, 21*.
- Rojas-de-Gracia, M., Alarcon-Urbistondo, P., & Gonzales Robles, E. M. (2018). Couple Dynamics in Family Holiday Decision-making Process. *International Journal of Contemporary Hospitality Management, 30*(1), 601-617.
- Schänzel, H. A., & Yeoman, I. (2015). Trends in Family Tourism. *Journal of Tourism Future, 1*(2), 141-147.
- Schänzel, H. A., Yeoman, I., & Backer E. (2012). *Family Tourism. Multidisciplinary Perspectives*. Bristol: Chanel View Publications.
- Siwek, M., Kolasińska, A., Wrześniewski, K., & Zmuda Palka, M. (2022). Services and Amenities Offered by City Hotels within Family Tourism as One of the Factors Guaranteeing Satisfactory Leisure Time. *International Journal of Enviromental Research and Public Health, 19*(14).
- Qiao, G., Cao, Y., Chen, Q., & Jia, Q. (2022). Understanding Family Tourism: A Perspective of Bibliometric Review. *Frontiers in Psychology, 13*.
- Wu, M. Y., Wall, G., Zuy Y., & Ying, T. (2019). Chinese Children´s Family Tourism Experiences. *Tourism Management Perspectives, 29*, 166-175.

PRÍSTUPNOSŤ PONUKY CESTOVNÉHO RUCHU NA ÚZEMÍ SLOVENSKA PRE TELESNE ZNEVÝHODNENÉ OSOBY A ICH DOPYT PO CESTOVNOM RUCHU

ACCESSIBILITY OF TOURISM SUPPLY IN SLOVAKIA FOR PEOPLE WITH MOBILITY DISABILITIES AND THEIR DEMAND FOR TOURISM

Radka Marčeková, Ľubica Šebová, Kristína Pompurová, Ivana Šimočková & Izabela Lazurová

Received: March 13, 2023 Accepted: June 20, 2023

Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici, Ekonomická fakulta, Katedra cestovného ruchu, Tajovského 10, 975 90 Banská Bystrica, Slovensko;
e-mail: radka.marcekova@umb.sk, lubica.sebova@umb.sk, kristina.pompurova@umb.sk, ivana.simockova@umb.sk, izabela.lazurova@umb.sk

ABSTRAKT

Príspevok sa zaoberá problematikou sprístupňovania objektov, zariadení, produktov a služieb cestovného ruchu zdravotne znevýhodneným návštevníkom na území Slovenska. Najdôležitejším predpokladom pre rozvíjanie cestovného ruchu pre telesne znevýhodnené osoby je neexistencia architektonických bariér. Okrem odstraňovania architektonických bariér je dôležité eliminovať tiež finančné, informačné či psychické bariéry, ktoré vznikajú v dôsledku predsudkov spoločnosti voči zdravotne znevýhodneným osobám. Cieľom state je preskúmať dopyt zdravotne znevýhodnených návštevníkov po cestovnom ruchu na Slovensku, mieru prispôsobenia ponuky cestovného ruchu pre telesne znevýhodnených návštevníkov na Slovensku a zistiť súvislosť medzi prístupnosťou objektov a zariadení cestovného ruchu a návštevnosťou cieľových miest na príklade Slovenska. Dopyt zdravotne znevýhodnených návštevníkov je analyzovaný metódou sociologického opytovania technikou štandardizovaného rozhovoru so zástupcami združení zdravotne znevýhodnených osôb. Pri hodnotení ponuky metódou pozorovania a to vo všetkých samosprávnych krajoch Slovenska, je pozornosť venovaná 11 281 objektom a zariadeniam ponuky cestovného ruchu. Výsledky prieskumu poukazujú na skutočnosť, že zdravotne znevýhodnené osoby majú markantný záujem zúčastňovať sa na cestovnom ruchu, pričom najvýraznejšie vnímajú práve fyzické bariéry. Slovensko však nedosahuje ani základnú mieru prispôsobenia ponuky cestovného ruchu (19,7 %). Z výsledkov zároveň vyplýva potreba vyšších investícií do sprístupňovania jednotlivých objektov, nakoľko ich prístupnosť môže prispieť k atraktívnosti územia krajiny, ktorá tak získa konkurenčnú výhodu na medzinárodnom trhu cestovného ruchu.

Kľúčové slová: Prístupnosť. Dopyt po cestovnom ruchu. Zdravotné znevýhodnenie. Ponuka cestovného ruchu.

ABSTRACT

The paper deals with the issue of making tourism products and services available to disabled visitors in Slovakia. The most important prerequisite for the development of tourism for people with mobility disabilities is the absence of architectural barriers. In addition to removing architectural barriers, it is also important to eliminate financial information or psychological barriers that arise as a result of society's prejudice against people with disabilities. The aim of the paper is to examine the demand for tourism in Slovakia by visitors with mobility disabilities, the degree of adaptation of tourism supply for visitors with mobility disabilities in Slovakia and to find out the connection between the accessibility of tourism objects and facilities and the number of visitors in destinations using the example of Slovakia. The demand of disabled visitors is analyzed using the questioning method in a form of structured interviews with representatives of associations of disabled people. When evaluating a supply using the observation method, in all self-governing regions of Slovakia, attention is paid to 11 281 objects and facilities of tourism supply. The results of the survey point to the fact that people with disabilities have a strong interest in participating in tourism, while they perceive physical barriers the most. However, Slovakia does not even reach the basic rate of adaptation of tourism supply (19.7%). The results also show the need for higher investments in making individual objects accessible, as their accessibility can contribute to the attractiveness of the country and thus gain a competitive advantage on the international tourism market.

Keywords: Accessibility. Disability. Tourism Demand. Tourism Supply.

ÚVOD

Zdravie zásadným spôsobom ovplyvňuje kvalitu ľudského života. Ľudia si cenu svojho zdravia neuvedomujú a často ho považujú za samozrejmosť, pričom od stavu telesnej a duševnej pohody sa následne odvíjajú všetky oblasti života. Problematika zdravotne znevýhodnených osôb v súvislosti s cestovným ruchom sa na Slovensku stáva aktuálnou témou, pretože počet zdravotne znevýhodnených a ich záujem cestovať neustále narastá. Hodnotenie dopytu zdravotne znevýhodnených návštevníkov a ponuky cestovného ruchu pre tento segment nebolo doposiaľ komplexne spracované. Chceme zdôrazniť potrebu meniť súčasnú situáciu v cestovnom ruchu tak, aby vyhovovala všetkým bez rozdielu. Zdravým, znevýhodneným, mladým, seniorom, ľuďom s náhlym a dočasným obmedzením možností pohybu a orientácie, rodičom, ktorí sprevádzajú dieťa v kočíku, ľuďom s optimálnou váhou, ale aj s nadváhou. Zároveň chceme prispieť k vedeckej a odbornej diskusii o tom, aké je dôležité prispôsobovať ponuku cestovného ruchu pre tých najzraniteľnejších tak, aby z nových možností profitovala nielen dotknutá cieľová skupina, ale aj Slovensko ako krajina, ktorá chce byť konkurencieschopnou na medzinárodnom trhu cestovného ruchu.

PREHLAĎ LITERATÚRY

V súčasnosti žije vo svete viac ako miliarda ľudí, t. j. 15 % z celkovej populácie, ktorí trpia nejakým druhom zdravotného znevýhodnenia. V prípade ak sa zohľadnia aj rodinní príslušníci a opatrovatelia znevýhodnených osôb, počet ľudí, ktorí sú priamo alebo nepriamo znevýhodnení, sa zvyšuje na 30 % svetovej populácie (WHO 2011). Podľa údajov Európskeho zisťovania o zdraví EHIS 2014, trpí dlhotrvajúcimi chronickými ochoreniami alebo zdravotnými problémami takmer 54 % obyvateľov Slovenska (Štatistický úrad, 2015). Očakávame, že zdravotné znevýhodnenie bude v budúcnosti ešte väčším problémom, keďže ich prevalencia narastá (http://www.who.int, 2018). Neckářová, Rejlová & Telínová (2015) uvádzajú, že najčastejšími príčinami rastúceho počtu osôb so zdravotným postihnutím sú choroby, staroba a s ňou spojené komplikácie, vrodené chyby a úrazy. Zdravotné znevýhodnenie sa teda týka osôb s dlhodobým telesným, duševným, mentálnym alebo zmyslovým postihnutím, ale aj osôb s dočasným zdravotným postihnutím, seniorov alebo osôb nadmerne vysokého alebo nízkeho vzrastu v interakcii s rôznymi bariérami, ktoré môžu sťažovať plnú a efektívnu účasť v spoločnosti na základe rovnosti s inými, a to od narodenia alebo na základe postupujúceho veku, ochorenia alebo nehody do takej miery, že jeho samostatnosť, schopnosť navštevovať školu, cestovať alebo pracovať je narušená (Šmidová, 2012; UNWTO, 2013).

Začleňovanie osôb so zdravotným znevýhodnením do spoločnosti, prispôsobovanie prostredia a možnosti cestovania tohto segmentu návštevníkov patrí už celé desaťročia k diskutovaným témam na úrovni Európskej únie, ale tiež v medzinárodnom kontexte (Burnet & Bender-Baker, 2001; Lobozewicz, 2001; McKercher et al., 2003; Yau et al., 2004; Westcott, 2004; Buhalis, 2005; Hitsch, 2005; Ambrose & Michailidis, 2007; Chang & Sing, 2007; Darcy, 2010; Minnaert et al., 2009; Doubled, 2010; Pezzo 2010; Buhalis & Darcy, 2011; Linderová, 2011; Minnaert, 2011; Petruchová, 2011; Buhalis et al., 2012; Gheorghe et al., 2012, McCabe et al., 2012; Minnaert et al., 2012; Steinfeld & Maisel, 2012; Minnaert, 2014; Özogul & Baran, 2016; Polat & Hermans, 2016; Souza & Post, 2016; Agovino et al., 2017; Lyu, 2017).

Ľudia s rôznym typom a stupňom zdravotného znevýhodnenia sa však aj napriek globalizácii technickému pokroku stretávajú so špecifickými bariérami nielen v bežnom živote, ale i počas cestovania (UNWTO, 2021), na ktoré majú podľa Globálneho etického kódexu cestovného ruchu právo (UNWTO, článok 7, 2020). Spôsobuje to nerovnováha medzi ponukou a dopytom, t. j. medzi tým, čo zdravotne znevýhodnené osoby požadujú a tým, aké produkty a služby cestovného ruchu sú na trhu pre tento segment ponúkané (Naniopoulos, Tsalis & Nalmpantis, 2015). S týmto tvrdením súhlasia aj Avis, Card & Cole, (2005) a Cole, Hoback & Whiteneck (2016) ktorí konštatujú, že ústredným problémom sprístupňovania ponuky cestovného ruchu je všeobecný postoj a nepochopenie potrieb znevýhodnených osôb.

Medzi najčastejšie nedostatky, ktoré vnímajú zdravotne znevýhodnení návštevníci v cestovnom ruchu, patria neprístupná doprava a hygienické zariadenia, nedostatočne prispôsobené exteriéry a interiéry ubytovacích zariadení, atraktivity s fyzickými a komunikačnými bariérami, nedostatok vyškolených pracovníkov v cestovnom ruchu, nedostatok informácií potrebných pri plánovaní výletu (Clery et al., 2017; UNWTO, 2021). Tieto

nedostatky často vedú k značnej frustrácii a neochote cestovať, alebo k potrebe žiadať príbuzných či priateľov o pomoc s prekonaním všetkých prekážok, s ktorými sa stretávajú. Zdravotne znevýhodnené osoby preto vyžadujú služby a produkty cestovného ruchu prispôsobené na mieru (Figueiredo et al., 2012; Kaganek et al., 2017; UNWTO, 2021), pričom ich prístupnosť je podľa Rollovej, Čerešňovej & Končekovej (2016) považovaná za najdôležitejší nástroj procesu inklúzie osôb so zdravotným znevýhodnením do spoločnosti. Lam, Chan & Peters (2020) zároveň upozorňujú, že odstraňovanie bariér sa vzhľadom na heterogénnosť požiadaviek môže stať komplikovanou záležitosťou.

Blichfeldt & Nicolaisen (2011), Pagán (2012), Kastenholz, Eusébio & Figueiredo (2015) poukazujú na skutočnosť, že účasť na cestovnom ruchu je pre zdravotne znevýhodnených návštevníkov dôležitá nielen preto, že poskytuje istý spôsob úniku z ich každodenného života, ale zároveň ide aj o nadobudnutie kontroly nad svojím vlastným životom. V prípade ak je ich skúsenosť pozitívna, cítia sa byť začlenení a sami sebou – spoľahliví, nezávislí, sebavedomí a schopní, čo ich následne môže motivovať k tomu, aby cestovali častejšie. Zároveň táto skupina osôb sa i vďaka trendu starnutia populácie vo svete stáva stále významnejším trhovým segmentom (Linderová, 2016).

Na to, aby sa dosiahla rovnocenná možnosť zúčastniť sa na cestovnom ruchu, je preto potrebné klásť dôraz na špecifické potreby a požiadavky zdravotne znevýhodnených osôb (UNWTO, 2013), ktoré sa týkajú najmä lepšieho prístupu k doprave, k ubytovaniu, k stravovaniu, prístupu k vode, do národných parkov a kultúrnych pamiatok. Prístupnosť sa však nedotýka len fyzicky znevýhodnených osôb. Je potrebné dbať na sprístupnenie zariadení a objektov aj pre nevidiacich, sluchovo a inak znevýhodnených (Özogul & Baran, 2016), pričom podľa Linderovej (2016) prispôsobenie daného objektu práve pre osoby so zníženou mobilitou je finančne najnáročnejšie, nakoľko ide o výrazné stavebné úpravy.

Gonda (2021) však konštatuje, že ak by sa fyzická dostupnosť výrazne zlepšila vo viacerých oblastiach (napr. verejná doprava, prístup k extrémnym športom, dostupné turistické trasy), dopyt by sa exponenciálne zvýšil, pretože diferencovaná ponuka produktov umožňuje účasť na cestovnom ruchu aj sociálne slabším či zdravotne znevýhodneným skupinám obyvateľstva.

Z hľadiska prínosov môže ísť o využitie podnikateľských príležitosti zavádzaním inovácií vo forme špecifických produktov (Zenko & Sardi, 2014). Prispôsobovanie ponuky cestovného ruchu zároveň prispieva k ekonomickému, sociálnemu a kultúrnemu rastu, čím sa zvyšuje aj konkurenčná výhoda cieľového miesta cestovného ruchu (Porto, Rucci & Ciaschi, 2018). Rovnako aj Rollová, Čerešňová & Končeková (2016) uvádzajú, že prístupnosť je potrebné vnímať ako investíciu a nie ako otázku nákladov. Autorky zároveň uvádzajú, že náklady na implementáciu prístupnosti do nových zariadení, sú nízke v porovnaní s dodatočnou debarierizáciou a zvyčajne ich tvorí približne 0,72 % z celkových nákladov na realizáciu stavby.

Podľa Vila, Darcy & González (2014) sa práve prístupný cestovný ruch snaží sprístupniť dopravu, supraštruktúru cestovného ruchu, cieľové miesta a atraktivity cestovného ruchu tak, aby vyhovel potrebám zdravotne znevýhodnených návštevníkov a umožnil im plne sa zúčastňovať na cestovnom ruchu. Jeho cieľom je vytvorenie takého prostredia, v ktorom sú všetci návštevníci schopní aktívne sa zúčastňovať na cestovnom ruchu, a to bez ohľadu na ich individuálne potreby. Na dosiahnutie tohto cieľa musí byť prístupný celý reťazec služieb, t. j. verejnej i súkromnej dopravy v cieľovom mieste, ubytovacie a stravovacie zariadenia, cestovné kancelárie a atraktivity cestovného ruchu. Spolupráca všetkých zainteresovaných subjektov tak umožní osobám so zdravotným znevýhodnením a obmedzenou schopnosťou pohybu a orientácie, fungovať samostatne, dôstojne a využívať produkty a služby cestovného ruchu v rovnakom rozsahu ako iným návštevníkom (Leidner, 2006).

Prístupný cestovný ruch môžeme definovať ako formu cestovného ruchu, ktorá sprístupňuje cestovateľské ciele návštevníkom s obmedzenou mobilitou, resp. s obmedzeniami zraku, sluchu a umožňuje im fungovať samostatne, dôstojne, s vlastným kapitálom cez univerzálne navrhované projekty a produkty. Táto forma cestovného ruchu sa dotýka aj seniorov, návštevníkov cestujúcich s deťmi v kočíku a jeho snahou je zachovať tri základné piliere cestovania: nezávislosť, rovnosť a dôstojnosť (Darcy & Dickson, 2009). Medzi účastníkov prístupného cestovného ruchu môžeme zaradiť osoby so zdravotným znevýhodnením, osoby s akútnym úrazom znemožňujúcim pohyb, osoby s akútnym alebo chronickým ochorením, seniorov, tehotné ženy, rodiny s malými deťmi / detskými kočiarmi,

osoby sprevádzajúce zdravotne znevýhodnených, osoby malého alebo nadrozmerného vzrastu, osoby s poruchami komunikácie, osoby s nadmernou batožinou (Přístupný cestovní ruch v kostce, 2010, s. 4; Vila, Darcy & González, 2015), z čoho vyplýva, že výhody z prístupnosti plynú pre celú spoločnosť.

Debarierizácia teda nijako neobmedzuje najpočetnejšiu skupinu osôb bez zdravotného znevýhodnenia – práve naopak, zvyšuje ich bezpečnosť a celkovú atraktívnosť prostredia (Ministerstvo dopravy, výstavby a regionálneho rozvoja Slovenskej republiky, 2011) a v prípade ak chce byť cieľové miesto konkurencieschopným na trhu cestovného ruchu, je jeho prístupnosť nevyhnutnou podmienkou k tomu, aby ju dosiahla.

Prístupnosti cestovného ruchu v cieľových miestach sa venovalo mnoho autorov (Gillovic, McIntosh, 2015; Linderová & Janeček, 2017; Wiastuti, Adiati & Lestari, 2018; Lipianin-Zontek & Szewczyk, 2019; Liasidou, Umbelino & Viegas, 2021; Noviyanti, Rinekso & Hadi, 2021), avšak pri skúmaní literatúry sme identifikovali medzeru, ktorej sa akademická obec dostatočne nevenuje. Autori doposiaľ neskúmajú súvislosť medzi prístupnosťou cieľových miest cestovného ruchu a ich návštevnosťou v kontexte ich konkurencieschopnosti.

DÁTA A METÓDY

Vedeckým cieľom state je preskúmať dopyt zdravotne znevýhodnených návštevníkov po cestovnom ruchu na Slovensku, mieru prispôsobenia ponuky cestovného ruchu pre telesne znevýhodnených návštevníkov na Slovensku a zistiť súvislosť medzi prístupnosťou objektov a zariadení cestovného ruchu a návštevnosťou cieľových miest na príklade Slovenska.

Dopyt zdravotne znevýhodnených návštevníkov je výsledkom analýzy informácií získaných z kvalitatívneho prieskumu realizovaného metódou sociologického opytovania technikou pološtandardizovaného rozhovoru so zástupcami združení (19 organizácií), združujúcich zdravotne znevýhodnené osoby (45 600 zdravotne znevýhodnených) v samosprávnych krajoch Slovenska. Predpokladáme, že práve predstavitelia združení zdravotne znevýhodnených, ktorí sú s nimi v dennom kontakte, majú prehľad o ich potrebách, pripomienkach, problémoch, názoroch, preferenciách a požiadavkách. Z dôvodu ochrany osobných údajov, kedy nie je možné oslovovať jednotlivo konkrétnych zdravotne znevýhodnených návštevníkov, sme prieskum orientovali práve na tieto organizácie, prostredníctvom ktorých sme zisťovali spokojnosť zdravotne znevýhodnených návštevníkov s aktuálnou ponukou cestovného ruchu na Slovensku. Členov jednotlivých organizácií vnímame ako reálnych aj potenciálnych návštevníkov cieľových miest cestovného ruchu na Slovensku. Zoznam organizácií, ktoré sú zamerané na pomoc zdravotne znevýhodneným osobám čerpáme z webovej stránky ives.minv.sk, za ktorej obsah zodpovedá Ministerstvo vnútra Slovenskej republiky. Zaoberali sme sa otázkou, či majú zdravotne znevýhodnené osoby na Slovensku záujem zúčastňovať sa cestovného ruchu a ako hodnotia súčasnú ponuku služieb. Identifikujeme bariéry účasti zdravotne znevýhodnených na cestovnom ruchu. Zaujímalo nás, aký majú názor združenia na aktuálnu legislatívnu úpravu práv zdravotne znevýhodnených osôb na Slovensku a aká podpora zo strany štátu by bola pre nich prijateľná, resp. žiaduca.

Realizovaný prieskum na strane ponuky hodnotil v rámci celého územia Slovenska možnosti návštevy bezbariérového ubytovania a stravovania, verejnej dopravy, športovo-rekreačných zariadení, kultúrno-historických a kultúrno-osvetových zariadení, ZOO a botanických záhrad, jaskýň, sprístupnené cyklotrasy, turistické chodníky, zjazdovky a bežkárske trate, organizované podujatia pre zdravotne znevýhodnených návštevníkov a ponuku cestovných kancelárií, ktoré sa špecializujú na zdravotne znevýhodnené osoby. Zameriaval sa v každej hodnotenej kategórii objektov a zariadení na sumarizáciu ich celkového počtu, počet bezbariérových a čiastočne dostupných objektov a zariadení a ich percentuálny podiel na celkovom počte v členení podľa príslušnosti k primárnej, resp. sekundárnej ponuke cestovného ruchu (tabuľka 1).

Tabuľka 1: Hodnotené objekty a zariadenia v kontexte primárnej a sekundárnej ponuky CR

Hodnotené zariadenia a objekty	Zaradenie k prvkom primárnej alebo sekundárnej ponuky cestovného ruchu	Stupne prístupnosti
Ubytovacie zariadenia	Sekundárna ponuka	úplne a čiastočne bezbariérové
Pohostinské zariadenia	Sekundárna ponuka	úplne a čiastočne bezbariérové
Doprava (budovy stanice, nástupištia)	Sekundárna ponuka	úplne a čiastočne bezbariérové
Športovo-rekreačné zariadenia (kúpaliská, akvaparky,futbalové, hokejové štadióny)	Sekundárna ponuka	úplne a čiastočne bezbariérové
Kultúrno-historické a kultúrno-osvetové zariadenia (hrady, zámky, kostoly, múzeá, galérie, skanzeny, divadlá/kiná)	Primárna ponuka	úplne a čiastočne bezbariérové
ZOO záhrady a botanické záhrady	Primárna ponuka	úplne a čiastočne bezbariérové
Jaskyne	Primárna ponuka	úplne a čiastočne bezbariérové
Sprístupnené cyklotrasy a turistické chodníky, zjazdovky a bežkárske trate	Sekundárna ponuka	úplne a čiastočne bezbariérové
Združenia ZZO	Primárna ponuka	ponuka organizovaných podujatí pre ZZO
Cestovné kancelárie a agentúry	Sekundárna ponuka	špecializovaná ponuka pre telesne znevýhodnené osoby

Zdroj: Spracované podľa Linderová, 2012.

Pri hodnotení prístupnosti sme zohľadňovali informácie uvedené na relevantných webových stránkach, ktoré sme navzájom porovnávali, aby sme odstránili duplicity. Získané informácie sme overovali osobnou návštevou, telefonicky, resp. fotodokumentáciou dostupnou online. Do prieskumu ubytovacích zariadení sme zahŕňali len hotely, penzióny a apartmánové domy ako najpočetnejšie kategórie ubytovacích zariadení na Slovensku, ktorých počty uvádza Štatistický úrad Slovenskej republiky na webovej stránke statdat.statistics.sk v kategórii Kapacita a výkony ubytovacích zariadení. Prieskum prebiehal kontinuálne počas dlhšieho časového obdobia (2016 – 2020) vo všetkých (8) krajoch Slovenska (obrázok 1).

Výberový súbor tvorí 1989 hodnotených objektov a zariadení primárnej a sekundárnej ponuky cestovného ruchu v Bratislavskom kraji, 1881 objektov a zariadení v Trnavskom kraji, 845 objektov a zariadení v Trenčianskom kraji, 614 objektov a zariadení v Nitrianskom kraji, 1760 objektov a zariadení v Žilinskom kraji, 924 objektov a zariadení v Banskobystrickom kraji, 2663 objektov a zariadení v Prešovskom kraji a 605 objektov a zariadení v Košickom kraji. Výberový súbor tak tvorí celkom 11 281 objektov a zariadení ponuky cestovného ruchu na Slovensku.

Obrázok 1: Územie Slovenska v členení na kraje

Zdroj: www.opensource.com, 2021.

Okrem metódy pozorovania a opytovania sme využili exploračnú štatistiku a korelačnú analýzu. Korelačnú analýzu sme využili na zisťovanie závislosti medzi viacerými premennými: zaujímal nás vplyv počtu bezbariérových ubytovacích zariadení (k 31.12. konkrétneho kalendárneho roka) v jednotlivých krajoch na počet návštevníkov v ubytovacích zariadeniach v krajoch (za konkrétny kalendárny rok). V prípade potvrdenia závislosti konštatujeme, že je v skúmaných územiach dôležité sústrediť sa na sprístupňovanie ubytovacích zariadení, pretože ich prístupnosť súvisí s ich návštevnosťou.

Závislosť sme zisťovali medzi počtom prístupných ubytovacích zariadení a počtom prístupných pohostinských zariadení, resp. ďalších zariadení v rámci primárnej a sekundárnej ponuky v jednotlivých krajoch. Predpokladali sme, že v krajoch, kde je prístupných viac ubytovacích zariadení, majú zdravotne znevýhodnení návštevníci aj viac možností stravovania, využívania voľného času a celkovo môžu byť lepšie prispôsobené. Ak by sa závislosť nepotvrdila, mohlo by to znamenať, že ponuka ubytovacích zariadení nekorešponduje s možnosťami stravovania a trávenia voľného času v kraji.

Zaujímala nás súvislosť medzi počtom návštevníkov v krajoch (za konkrétny kalendárny rok) a úrovňou prístupnosti krajov (v %), rovnako ako súvislosť medzi HDP, vyjadreného na jedného obyvateľa v krajoch, uvedeného v bežných cenách v konkrétnom kalendárnom roku a úrovňou prístupnosti krajov (v %), ktorá by vyjadrovala súvislosť medzi ekonomickou výkonnosťou krajov a úrovňou ich prístupnosti.

Za významné považujeme určenie vplyvu (priamy alebo nepriamy vplyv) skúmaných premenných a jeho intenzity (silný, priemerný, slabý vplyv), prípadne zistenie premenných, ktoré sa neovplyvňujú. Na overenie zhody zisteného stavu a predpokladu (skúmame vždy domnienku, že znaky A a B sú nezávislé) používame metódu Spearmanovho neparametrického korelačného koeficientu, ktorým zároveň overujeme mieru intenzity závislosti skúmaných znakov.

VÝSLEDKY A DISKUSIA

Cieľové miesto cestovného ruchu ako územie, ktoré si návštevníci vyberajú za cieľ cestovania a pobytu je pre zdravotne znevýhodnených návštevníkov atraktívne vtedy, ak disponuje významným a zároveň rozmanitým potenciálom na rozvoj cestovného ruchu, jeho ponuka je prispôsobená a dostupná zdravotne znevýhodneným a svojou prezentáciou na trhu je schopné vzbudiť záujem (Pompurová, 2013). Slovensko je charakteristické rôznorodosťou ponuky, ktorá z hľadiska medzinárodnej klasifikácie atraktivít cestovného ruchu podľa IUOTO-WTO obsahuje až 38 z 39 možných najvyhľadávanejších atraktivít cestovného ruchu, t. j. všetky okrem mora. Územie Slovenska sa člení na jednotlivé samosprávne kraje (8 krajov: Bratislavský, Trnavský, Nitriansky, Trenčiansky, Banskobystrický, Žilinský, Prešovský, Košický).

DOPYT ZDRAVOTNE ZNEVÝHODNENÝCH NÁVŠTEVNÍKOV PO CESTOVNOM RUCHU

Organizácie ochotné zúčastniť sa primárneho prieskumu na strane dopytu (19) sa zhodli na tom, že zdravotne znevýhodnené osoby majú markantný záujem zúčastňovať sa na cestovnom ruchu. Reálne sa ho však zúčastňujú len v obmedzenej miere, a to z dôvodu existujúcich bariér. Za najväčšiu prekážku považujú nedostatočnú debarierizáciu. Najvýraznejšie vnímajú nedostatočné odstraňovanie fyzických bariér, a to nielen v zariadeniach cestovného ruchu (predovšetkým ubytovacích zariadeniach), ale aj v doprave, vo verejných inštitúciách. Kriticky hodnotia nedostatočne vypracovanú a nefungujúcu legislatívu, zlú finančnú situáciu dotknutého segmentu osôb, či neempatický prístup zdravého obyvateľstva, ktorý sa prejavuje aj pri poskytovaní služieb cestovného ruchu. V rámci odstraňovania bariér by združenia privítali prijatie legislatívnych úprav, týkajúcich sa povinností dopravcov, majiteľov a prevádzkovateľov zariadení cestovného ruchu sprístupniť zariadenia a zabezpečenie striktného dodržiavania existujúcich legislatívnych predpisov. Za veľmi dôležité považujú zlepšenie informovanosti zdravotne znevýhodnených osôb o ich možnostiach pri účasti na cestovnom ruchu. Za prospešné by považovali lepšie sociálne zabezpečenie zdravotne postihnutých občanov zo strany štátu.

Výsledky kvalitatívneho prieskumu, týkajúce sa počtu oslovených organizácií a ich členov, ako aj relatívny podiel organizácií, ktoré súhlasia s uvedenými výrokmi, zoradené chronologicky, sumarizuje tabuľka 2. Výsledky považujeme za významné najmä s ohľadom na veľký počet zdravotne znevýhodnených osôb, ktoré organizácie, participujúce na prieskume združujú, a ktoré vo svojich vyjadreniach zastupovali.

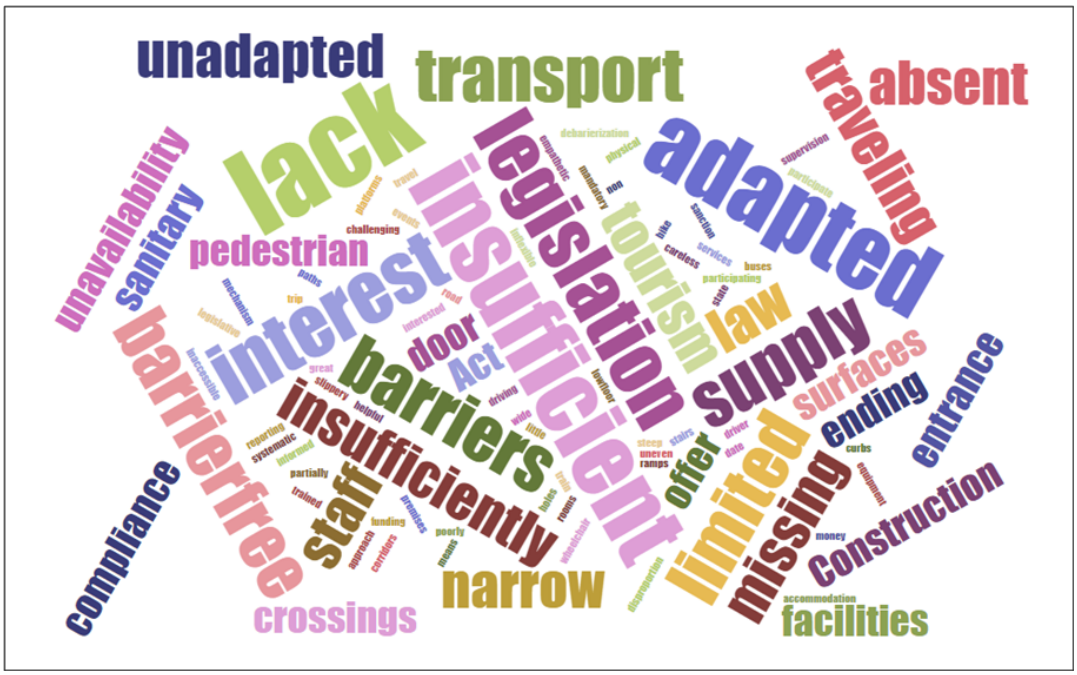
Tabuľka 2: Výsledky kvalitatívneho prieskumu na strane dopytu

Hodnotené zariadenia a objekty	Kvantitatívne vyjadrenie (absolútne)	Kvantitatívne vyjadrenie (relatívne)
Počet zúčastnených organizácií	19	100 %
Počet zdravotne znevýhodnených osôb, združených v organizáciách	45 600	100 %
Počet organizácií, ktoré vnímajú existenciu bariér (všeobecne)	19	100 %
Počet organizácií, ktoré vnímajú existenciu fyzických bariér	19	100 %
Počet organizácií, ktoré vnímajú ponuku cestovného ruchu ako prispôsobenú v obmedzenej miere (čiastočne)	12	63,2 %
Počet organizácií, ktoré vnímajú existenciu legislatívnych bariér	9	47,4 %
Počet organizácií, ktoré považujú úroveň informovanosti zdravotne znevýhodnených osôb o úrovni prístupnosti ponuky cestovného ruchu v kraji za slabú	9	47,4 %
Počet organizácií, ktoré vnímajú ponuku cestovného ruchu ako nedostatočne prispôsobenú	6	31,6 %
Počet organizácií, ktoré vnímajú disproporcionalitu debarierizácie sídel v regiónoch	3	15,8 %
Počet organizácií, ktoré vnímajú nedostatok finančných prostriedkov pre zdravotne znevýhodnené osoby	3	15,8 %
Počet organizácií, ktoré vnímajú ponuku cestovného ruchu ako dostatočne prispôsobenú	1	5,2 %

Zdroj: Spracované podľa Linderová, 2012.

Prezentujeme ich zároveň mrakom slov (z anj. world cloud), ktorý vychádza z frekvenčnej analýzy výskytu slov v odpovediach zástupcov organizácií a umožňuje vizualizovať význam dôležitých vyjadrení respondentov (obrázok 2).

Obrázok 2: Výsledok frekvenčnej analýzy výskytu slov v prieskume dopytu



Zdroj: Vlastné spracovanie vo Word Cloud Generator, 2021.

Z výsledkov je zrejmé, že záujem zdravotne znevýhodnených osôb o účasť na cestovnom ruchu existuje. Vo vyjadreniach rezonovali výrazy ako nedostatok, nedostatočná ponuka, nedostatočná legislatíva, nedostatok informácií, nedostatočne prispôsobená, neprispôsobená, resp. absentujúca, obmedzená, ktoré sa vzťahovali prevažne k ponuke, ale tiež k legislatíve, resp. k informáciám.

PONUKA CESTOVNÉHO RUCHU PRE TELESNE ZNEVÝHODNENÝCH NÁVŠTEVNÍKOV

Slovensko komplexne dosiahlo 19,7% prispôsobenie ponuky cestovného ruchu pre telesne znevýhodnených návštevníkov. Znamená to, že doposiaľ krajina nedosahuje ani základnú úroveň prispôsobenia, čo môžeme považovať za alarmujúci stav, ktorý je potrebné postupne meniť. Komplexné výsledky prispôsobenia ponuky cestovného ruchu pre telesne znevýhodnených návštevníkov vo všetkých krajoch Slovenska sumarizuje tabuľka 3.

Tabuľka 3: Zhodnotenie úrovne prispôsobenia ponuky cestovného ruchu pre zdravotne znevýhodnených návštevníkov na Slovensku podľa krajov

Názov kraja	Počet hodnotených ZaOPCR (max. počet bodov)	Dosiahnutá úroveň prispôsobenia ponuky (v %)
Bratislavský kraj	1989	18,6
Trnavský kraj	1881	20,6
Trenčiansky kraj	845	29,8
Nitriansky kraj	614	19,1
Žilinský kraj	1760	13,3
Banskobystrický kraj	924	35,0
Prešovský kraj	2663	11,0
Košický kraj	605	40,0
Ponuka na Slovensku celkom	11281	$\bar{x}$ = 19,7

Zdroj: vlastné spracovanie, 2019.
Pozn.: ZaOPCR – zariadenia a objekty ponuky cestovného ruchu

Štatistickým vyhodnotením výsledkov primárneho a sekundárneho prieskumu sme zisťovali závislosť medzi premennými, o ktorých sme predpokladali, že potvrdia význam dosahovania prístupnosti objektov a zariadení cestovného ruchu s ohľadom na návštevnosť cieľových miest. Zaujímalo nás tiež, či existuje štatistická súvislosť medzi ekonomickou výkonnosťou cieľových miest na úrovni samosprávnych krajov a dosahovanou prístupnosťou objektov a zariadení v území sledovaných cieľových miest.

Na overenie vplyvu a jeho kvantifikáciu sme využili metódu Spearmanovho koeficientu poradovej korelácie. Zisťovali sme závislosť medzi niekoľkými premennými: (1) počtom prístupných ubytovacích zariadení v kraji a počtom návštevníkov v ubytovacích zariadeniach v kraji; medzi (2) počtom prístupných ubytovacích zariadení v kraji, resp. (3) počtom prístupných pohostinských zariadení v kraji a ostatných prístupných objektov v rámci primárnej a sekundárnej ponuky v kraji; medzi (4) počtom návštevníkov v krajoch v konkrétnom kalendárnom roku a úrovňou celkovej prístupnosti krajov (v %); medzi (5) ekonomickou výkonnosťou krajov, vyjadrenou v HDP na jedného obyvateľa v krajoch, uvedenom v bežných cenách v konkrétnom kalendárnom roku a úrovňou celkovej prístupnosti krajov (v %).

Výsledky prieskumu potvrdili v kalendárnom roku, v ktorom sa uskutočnil prieskum, silnú priamu závislosť medzi počtom prístupných ubytovacích zariadení v samosprávnom kraji a počtom návštevníkov v ubytovacích zariadeniach v kraji (tabuľka 4).

Tabuľka 4: Matica korelačného koeficientu počtu prístupných ubytovacích zariadení a počtu návštevníkov v cestovnom ruchu v krajoch

Skúmané premenné	Počet prístupných ubytovacích zariadení v kraji
Počet návštevníkov v cestovnom ruchu v kraji	0,642

Zdroj: Vlastné spracovanie podľa výsledkov IBM SPSS Statistics, verz. 25, 2020.

Výsledok je možné interpretovať tak, že čím viac bezbariérových, resp. čiastočne prístupných ubytovacích zariadení sa v kraji v konkrétnom kalendárnom roku nachádzalo, tým viac návštevníkov tento kraj navštívilo.

Spearmanov koeficient poradovej korelácie potvrdil v konkrétnom kalendárnom roku zároveň silnú priamu závislosť medzi počtom prístupných ubytovacích zariadení v kraji a počtom prístupných objektov primárnej ponuky, ku ktorým patria kultúrno-historické a kultúrno-osvetové zariadenia, ZOO záhrady a botanické záhrady, jaskyne a organizované podujatia pre zdravotne znevýhodnené osoby v samosprávnych krajoch (tabuľka 5).

Tabuľka 5: Matica korelačného koeficientu počtu prístupných ubytovacích zariadení a počtu prístupných objektov primárnej ponuky v krajoch

Skúmané premenné	Počet prístupných ubytovacích zariadení v kraji
Počet prístupných objektov primárnej ponuky v kraji	0,648

Zdroj: Vlastné spracovanie podľa výsledkov IBM SPSS Statistics, verz. 25, 2020.

Výsledok možno interpretovať tak, že čím viac prístupných ubytovacích zariadení sa v kraji v skúmanom kalendárnom roku nachádzalo, tým viac sa v kraji nachádzalo tiež prístupných objektov primárnej ponuky, čo znamená, že návštevník, ktorý sa rozhodol konkrétny kraj navštíviť, mal viac možností na trávenie voľného času v prístupných objektoch primárnej ponuky v kraji, kde mal zároveň aj možnosti nájsť vhodné ubytovanie.

Výsledky prieskumu potvrdili, že v skúmanom kalendárnom roku existuje štatisticky slabá nepriama závislosť medzi počtom prístupných ubytovacích zariadení v kraji a počtom prístupných objektov a zariadení sekundárnej ponuky v kraji po odpočítaní ubytovacích a stravovacích zariadení. K objektom sekundárnej ponuky po odpočítaní ubytovacích a stravovacích zariadení patria bezbariérové možnosti verejnej hromadnej dopravy, športovo-rekreačné zariadenia, cyklotrasy a turistické chodníky, zjazdovky a bežkárske trate, cestovné kancelárie a agentúry (tabuľka 6).

Tabuľka 6: Matica korelačného koeficientu medzi počtom prístupných ubytovacích zariadení v kraji a počtom prístupných objektov a zariadení sekundárnej ponuky v kraji po odpočítaní ubytovacích a stravovacích zariadení

Skúmané premenné	Počet prístupných ubytovacích zariadení v kraji
Počet prístupných objektov a zariadení sekundárnej ponuky v kraji po odpočítaní ubytovacích a stravovacích zariadení	-0,223

Zdroj: Vlastné spracovanie podľa výsledkov IBM SPSS Statistics, verz. 25, 2020.

Stredne silná nepriama závislosť sa potvrdila medzi počtom prístupných pohostinských zariadení a počtom prístupných objektov sekundárnej ponuky po odpočítaní ubytovacích a stravovacích zariadení (tabuľka 7).

Tabuľka 7: Matica korelačného koeficientu medzi počtom prístupných pohostinských zariadení v kraji a počtom prístupných objektov a zariadení sekundárnej ponuky v kraji po odpočítaní ubytovacích a stravovacích zariadení

Skúmané premenné	Počet prístupných pohostinských zariadení v kraji
Počet prístupných objektov a zariadení sekundárnej ponuky v kraji po odpočítaní ubytovacích a stravovacích zariadení	-0,559

Zdroj: Vlastné spracovanie podľa výsledkov IBM SPSS Statistics, verz. 25, 2020.

Nepriama závislosť podľa nášho názoru poukazuje na významný podiel ubytovacích, ale najmä pohostinských zariadení na celkovom počte možností využívania sekundárnej ponuky v území kraja v skúmanom období a poukazuje na nevyhnutnosť dobudovať ďalšie prístupné objekty, aby bola ponuka prístupných objektov v kraji komplexná.

Pearsonov korelačný koeficient zároveň v skúmanom kalendárnom roku potvrdil stredne silnú nepriamu štatistickú závislosť medzi počtom návštevníkov v kraji a celkovou prístupnosťou kraja (v %) (tabuľka 8).

Tabuľka 8: Matica korelačného koeficientu medzi počtom návštevníkov v kraji a celkovou prístupnosťou kraja

Skúmané premenné	Prístupnosť kraja (v %)
Počet návštevníkov v kraji	-0,542

Zdroj: Vlastné spracovanie podľa výsledkov IBM SPSS Statistics, verz. 25, 2020.

Tento výsledok bol pre nás prekvapujúci, pretože sme očakávali naopak stredne silnú až silnú priamu závislosť. Nepriama závislosť indikuje nedostatočnú marketingovú komunikáciu konkrétnych prístupných objektov a zariadení a takisto celého kraja, ktorý na trhu pôsobí ako cieľové miesto nielen pre zdravotne znevýhodnených návštevníkov, ale tiež pre ďalšie cieľové skupiny, ktoré prístupné zariadenia a objekty môžu využívať. Výsledok považujeme za príležitosť pre zefektívnenie marketingovej komunikácie na úrovni samotných objektov, ale aj cieľových miest cestovného ruchu.

Slabá nepriama štatistická závislosť bola potvrdená aj medzi ekonomickou výkonnosťou krajov v konkrétnom kalendárnom roku, vyjadrenou v HDP na obyvateľa v bežných cenách (v EUR) a prístupnosťou krajov (v %) (tabuľka 9).

Tabuľka 9: Matica korelačného koeficientu medzi ekonomickou výkonnosťou krajov a prístupnosťou krajov

Skúmané premenné	Prístupnosť kraja (v %)
HDP/obyvateľa v bežných cenách (v EUR)	-0,189

Zdroj: Vlastné spracovanie podľa výsledkov IBM SPSS Statistics, verz. 25, 2020.

Nepriama závislosť poukazuje na potrebu vyšších investícií do debarierizácie prostredia, ktoré môže zatraktívniť územie nielen pre zdravotne znevýhodnených návštevníkov, ale tiež pre ďalšie cieľové skupiny návštevníkov. S ohľadom na dosiahnutý výsledok je nevyhnutné usilovať sa o zdokonalenie ponuky cestovného ruchu pre telesne znevýhodnených návštevníkov vo všetkých samosprávnych krajoch.

ZÁVER

Cieľom state bolo, pomocou metódy opytovania a pozorovania, preskúmať dopyt zdravotne znevýhodnených návštevníkov po cestovnom ruchu na Slovensku, mieru prispôsobenia ponuky cestovného ruchu pre telesne znevýhodnených návštevníkov na Slovensku a zistiť súvislosť medzi prístupnosťou objektov a zariadení cestovného ruchu a návštevnosťou cieľových miest na príklade Slovenska. Takto stanovený cieľ sa nám pomocou metódy opytovania a pozorovania podarilo naplniť. V príspevku sme využili aj korelačnú analýzu, a to na zisťovanie závislosti medzi premennými, o ktorých sme predpokladali, že potvrdia význam dosahovania prístupnosti objektov a zariadení cestovného ruchu s ohľadom na návštevnosť cieľových miest.

Z prieskumu vyplýva, že zdravotne znevýhodnené osoby majú záujem cestovať, pričom najvýraznejšie vnímajú nedostatočné odstraňovanie fyzických bariér, ktorých neexistencia je najdôležitejším predpokladom pre rozvíjanie cestovného ruchu zdravotne znevýhodnených osôb. Okrem debarierizácie prostredia by k účasti zdravotne znevýhodnených osôb na cestovnom ruchu prispela aj lepšia informovanosť a lepšie sociálne zabezpečenie zo strany štátu.

Ponuku cestovného ruchu na území Slovenska vnímajú zdravotne znevýhodnené osoby ako nedostatočne prispôsobenú, čo výrazne obmedzuje ich možnosti zúčastniť sa na cestovnom ruchu. Z celkového počtu 11 281 skúmaných objektov a zariadení cestovného ruchu vo všetkých samosprávnych krajoch Slovenska, je prispôsobených iba takmer 20 %, z čoho vyplýva, že táto krajina nedosahuje ani základnú úroveň prispôsobenia pre zdravotne znevýhodnených návštevníkov.

Vzhľadom na to, že počet návštevníkov v cieľovom mieste sa odvíja od počtu prispôsobených ubytovacích zariadení potrebám zdravotne znevýhodnených návštevníkov, sú nevyhnutné vyššie investície do debarierizácie a zdokonaľovanie ponuky cestovného ruchu vo všetkých samosprávnych krajoch. Výsledky prieskumu zároveň poukazujú na nutnosť zlepšenia marketingovej komunikácie nielen na úrovní objektov a zariadení, ale aj na úrovní cieľového miesta cestovného ruchu.

Rozsiahly výskum realizovaný na Slovensku so sebou prináša určité limity. Výskum sa realizoval v rámci jednej krajiny a aj keď sme preskúmali všetky samosprávne kraje Slovenska, nedokážeme výsledky, získané na národnej úrovni porovnať s prístupnosťou v okolitých krajinách. Zároveň dlhý časový rámec skúmania mohol spôsobiť, že medzičasom boli niektoré zariadenia sprístupnené.

Z dôvodu početného zastúpenia objektov a zariadení cestovného ruchu v krajine a heterogénnosti požiadaviek na ich prispôsobenie v závislosti od konkrétneho druhu zdravotného postihnutia, sa stať zameriavala na prispôsobenie ponuky pre telesne znevýhodnených návštevníkov. Ďalší prieskum preto odporúčame zamerať na prístupnosť ponuky cestovného ruchu pre návštevníkov s ďalšími druhmi zdravotného znevýhodnenia.

Grantová podpora

Príspevok je súčasťou riešenia grantového projektu International Visegrad Fund 22220127 Application of Principles of Inclusion in Tourism in the V4 Countries a grantového programu VEGA 1/0360/23 Cestovný ruch novej generácie - zodpovedný a konkurencieschopný rozvoj cieľových miest na Slovensku v post-COVID ére.

LITERATÚRA

- Agovino, M., Casaccia, M., Garofalo, A., & Marchesano, K. (2017). Tourism and disability in Italy. Limits and opportunities. *Tourism Management perspectives, 23*, 58-67. DOI: 10.1016/j.tmp.2017.05.001
- Ambrose, I., & Michailidis, S. (2007). Information and marketing on accessibility. Europe for all- *A stakeholder conference on accessible tourism*. Retrieved from http://www.ossate.org/docs/international_conference/presentatio ns/Session2Ambrose-Slides_Europe-for-All-EN.pdf
- Avis, A. H., Card, J. A., & Cole, S. T. (2005). Accessibility and attitudinal barriers encountered by travelers with physical disabilities. *Tourism Review International, 8*, 239-248. DOI: 10.3727/154427205774791591
- Blichfeldt, B. S., & Nicolaisen, J. (2011). Disabled Travel: Not easy, but doable. *Current Issues in Tourism, 14*(1), 79-102. DOI: 10.1080/13683500903370159
- Buhalis, D., Eichhorn, V., Michopoulou, E., & Miller, G. (2005). *Accessible Market and Stakeholder Analysis*. United Kingdom : University of Surrey.
- Buhalis, D., & Darcy, S. (2011). *Accessible Tourism: Concepts and Issues, Chanel View Publications*. United Kingdom : Bristol.
- Buhalis, D., Ambrose, I., & Darcy, S. (2012). *Best Practice in Accessible Toursim: Inclusion, Disability, Ageing Population and Tourism*. Bristol: Channel View Publications.
- Burnett, J., & Bender-Baker, H. (2001). Assessing the travel-related behaviors of the mobility-disabled consumer. *Journal of Travel Research, 40*(1), 4-11. DOI: 10.1177/0047287501040001
- Clery, E., Kiss, Z., Taylor, E., & Gill, V. (2017). *Disabled people's travel behaviour and attitudes to travel. London: Department for Transport*. Retrieved from: https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/647703/disabled-peoples-travel-behaviour-and-attitudes-to-travel.pdf.
- Cole, S., Hoback, N., & Whiteneck, G. (2016). Travel Service Gaps for Wheelchair Users. Retrieved from: https://scholarworks.umass.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1269&context=ttra
- Darcy, S., & Dickson, J. T. (2009). A Whole-of-Life Approach to Tourism: The Case of Accessible Tourism Experiences. *Journal of Hospitality and Tourism Management, 16*. DOI: 10.1375/jhtm.16.1.32
- Darcy, S. (2010). Inherent complexity: Disability, accessible tourism and accommodation information preferences. *Tourism Management, 30*, 816-826. DOI: 10.1016/j.tourman.2009.08.010
- Doubled, M. (2010). *Calypso štúdia o sociálnom cestovnom ruchu na Slovensku*. Retrieved from: http://ec.europa.eu/enterprise /sec tors/tourism/fi les/calypso/country- reports/slovakia_en.pdf
- Európsky parlament. (1999). Maastrichtská a Amsterdamská zmluva. Retrieved from: https://www.europarl.europa.eu/factsheets/sk/sheet/3/maastrichtska-a-amsterdamska-zmluva.
- Figueiredo, E., Eusébio, C., & Kastenholz, E. (2012). How diverse are tourists with disabilities: A pilot study on accessible leisure tourism experiences in Portugal. *International Journal of Tourism Research, 14*(6), 531-550. DOI: 10.1002/jtr.1913
- Gheorghe, G. et al. (2012). Social Tourism – an Alternative Form of Tourism in Romania. *Cactus Tourism Journal, 3*(2), 7-16.
- Gillovic, B., & McIntosh, A. (2015). Stakeholders perspectives of the future of accessible tourism in New Zealand. Journal of Tourism Futures, 1(3), 223-239. DOI: DOI 10.1108/JTF-04-2015-0013
- Gonda, T. (2021). Travelling habits of people with disabilities. *Geojournal of Tourism and Geosites, 37*(3), 844-850. DOI: 10.30892/gtg.37315-717
- Hitsch, W. (2005). *Probleme, Risiken und Chancen des berrierefreien Tourismus. Fakultät fur Betriebswirtschaft der Leopold-Franzens-Universität Innsbruck.* Retrieved from: http://www.ibft.at/
- Chang, H., & Singh, A. (2007). Families travelling with a disabled member: Analysing the potential of an emerging niche market segment. *Tourism & Hospitality Research, 7*(3/4), 212-229. DOI: 10.1057/palgrave.thr.6050044
- Kaganek, K., Ambrozy, T., Mucha, D., & Jurczak, A. (2017). Barriers to participation in tourism in the disabled. *Polish Journal of sport and Tourism, 24*(2), 121-129. DOI: 10.1515/pjst-2017-0013
- Kastenholz, E., Eusébio, C., & Figueiredo, E. (2015). Contributions of tourism to social inclusion of persons with disability. *Disability & Society, 30*(8), 1259-1281. DOI: 10.1080/09687599.2015.1075868

- Lam, L. K., Chan, CH., & Peters, M. (2020). Understanding technological contributions to accessible tourism from the perspective of destination design for visually impaired visitors in Hong Kong. *Journal of Destination Marketing & Management, 17*, 553-575. DOI: 10.1016/j.jdmm.2020.100434
- Leidner, R. (2006). Tourism accessible for all in Europe. Retrieved from: http://www.rollingrains.com/archives/Tourism_for_all_in_Europe_Leidner_2006.pdf
- Liasidou, S., Umbelino, J., & Viegas, C. (2021). Sufficiency and insufficiency of hotel facilities and services for guests with special needs: The case of Portugal and Cyprus. Enlightening Tourism. *A Pathmaking Journal, 11*(2), 558-591. DOI: 10.33776/et.v11i2.5420
- Lipianin-Zontek, E., & Szewczyk, I. (2019). Adaptation of business hotels to the needs of disabled tourists in Poland. *Problems and Perspectives in Management, 17*(4), 392-403. DOI: 10.21511/ppm.17(4).2019.32
- Linderová, I. (2011). Štátna politika sociálního cestovného ruchu vo vybraných krajinách Európskej únie. *Ekonomická revue cestovného ruchu, 44*(2), 86-98.
- Linderová, I. (2012). Hodnotenie potenciálu Českej republiky pre rozvoj cestovného ruchu postihnutých návštevníkov. *Ekonomická revue cestovného ruchu, 45*(1), 12-26.
- Linderová, I. (2016). Přístupnost památek UNESCO pro zdravotně postižené návštevníky v České republice. *Procceding of Topical Issues of Tourism* (pp. 234-245). Jihlava: Vysoká škola polytechnická Jihlava.
- Linderová, I., & Janeček, P. (2017). Accessible tourism for all – Current state in the Czech business and non-business environment. *E a M: Ekonomie a Management, 20*(4), 168-186. DOI: 10.15240/tul/001/2017-4-012
- Linderová, I. (2018). *Cestovní ruch osob se zdravotním postižením*. Brno: Paido.
- Linderová, I., & Scholz, P. (2019). Tourism Facilities Accesibility in Context of Social Tourism Support: Evidence from the Czech Republic. *Ad Alta –Journal of Interdisciplinary Research. 9*(1), 297-283.
- Łobożewicz, T. (2001). Cestovný ruch zdravotne postihnutých osôb v Poľsku. *Ekonomická revue cestovného ruchu, 34*(2), 96-105.
- Lyu, O. S. (2017). Which accessible travel products are people with disabilities willing to pay more? A choice experiment. *Tourism Management, 59*, 404 – 412. DOI: 10.1016/j.tourman.2016.09.002
- McCabe, S. Minnaert, L., & Diekmann, S. (2012). *Social Tourism in Europe: Theory and Practice*. Bristol-Buffalo-Toronto : Channel view publications.
- McKercher, B., Packer, T., Yau, M. K., & Lam, P. (2003). Travel agents as facilitators or inhibitors of travel: perceptions of people with disabilities. *Tourism Management, 24*(4), 465–474. DOI: 10.1016/S0261-5177(02)00107-3
- Minnaert, L., Maitland, R., & Miller, G. (2009). *Social tourism as a potential measure to reduce social exclusion*. Retrieved from: http://www.holidayp articipation.be/downloads.php
- Minnaert, L., Maitland, R., & Miller, G. (2011). What is social tourism? *Current Issues in Tourism, 14*(5), 403-415. DOI: 10.1080/13683500.2011.568051
- Minnaert, L., Diekmann, A., & Mccabe, S. (2012). *Social Tourism in Europe: Theory and Practice*. Bristol: CHANNEL VIEW PUBLICATIONS.
- Minaert, L., Maitland, R., & Miller, G. (2013). *Social Tourism: Perspectives and Potential*. New York : Routledge.
- Minnaert, L. (2014). Social tourism participation: The role of tourism inexperience and uncertainity. *Tourism Management, 40*, 282-289.DOI: 10.1016/j.tourman.2013.07.002
- Ministerstvo dopravy, výstavby a regionálneho rozvoja SR. MDVRR SR. (2011). *Technické podmienky - Navrhovanie debarierizačných opatrení pre osoby s obmedzenou schopnosťou pohybu a orientácie na pozemných komunikáciách. Sekcia cestnej dopravy, pozemných komunikácií a investičných projektov.* Retrieved from: http://www.ssc.sk/files/documents/technick e-pre dp isy/tp2011/tp_10_2011.pdf
- Naniopoulos, A., & Tsalis, P. (2015). A methodology for Facing the Accessibility of Monuments Developed and Realised in Thessaloniki, Greece. *Journal of Tourism Futures, 1*(2), 240-253. DOI: 10.1108/JTF-03-2015-0007
- Neckařová, A., Rejlová, K., & Telínová, M. (2015). Průzkum dostupnosti vybraných jihlavských objektů cestovního ruchu pro osoby se zdravotním postižením. *Studia Turistica, 6*(2), 28-36.

- Noviyanti, U. D. E., Rinesko, E. Y., & Hadi, I. (2021). Fulfillment of Facilities for Persons with Disabilities in Taman Bungkul Surbaya. Proceedings of IOP Conference Series: Earth and Environmental Science, Indonesia. Retrieved from: https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1755-1315/738/1/012048/pdf
- Özogul, G., & Baran, G. G. (2016). Accessible tourism: the golden key in the future for the specialized travel agencies. *Journal of Tourism Future, 2*(1), 79-87. DOI: 10.1108/JTF-03-2015-0005
- Pagán, R. (2012). Time allocation in tourism for people with disabilities. *Annals of Tourism Research, 39*(3), 1514-1537. DOI: 10.1016/j.annals.2012.04.005
- Polat, N., & Hermans, E. (2016). A model proposed for sustainable accessible tourism. *TÉKHNE – Review of Applied Management Studies, 14*, 125 - 133. DOI: 10.1016/j.tekhne.2016.11.002
- Petruchová, S. (2011). Cestovný ruch pre všetkých. *Ozvena: spravodajca Organizácie muskulárnych dystrofikov v Slovenskej republike, 20*(1), 42-45.
- Pezzo, K. (2010). Universal Access for Universal Value: Creating Disabled Access at Heritage Sites for those with Mobility Impairments. *Conservation & Management of Archaeological Sites, 12*(4), 290-323. DOI: 10.1179/175355313X13789829116624
- Pompurová, K. (2013). *Atraktívnosť Slovenska ako cieľového miesta cestovného ruchu*. Banská Bystrica : Ekonomická fakulta UMB.
- Porto, N., Rucci, A. C., & Ciaschi, M. (2018). Tourism accessibility competitiveness. A regional approach for Latin American countries. *Journal of Regional Research, 42*, 75-91.
- *Přístupný cestovní ruch v kostce: Projekt Athéna na cestách.* 2010. Retrieved from: www.czp-msk.cz
- Rollová, L., Čerešňová, Z., & Končeková, D. (2016). Prečo je prístupnosť dôležitá? *Integrácia, 26*(3-4), 6-13.
- Souza, S. C., & Post, A. P. D. (2016). Universal Design: an urgent need. *Procedia – Social and Behavioral Sciences, 216*, 338 – 344. DOI: 10.1016/j.sbspro.2015.12.046
- Steinfeld, E., & Maisel, J. (2012). *What is Universal Design*. Retrieved from: http://www.universaldesign.com/what-is- ud/
- Šmidová, M. (2012). *Sociálna práca s osobami so zdravotným postihnutím*. Trnava: Dobrá kniha.
- Štatistický úrad SR. (2015). *Pohľad na zdravotný stav obyvateľstva SR a jeho determinanty.* Výsledky EHIS 2014. Sekcia sociálnych štatistík a demografie.
- UNWTO. (2013). *Recommendations on Accesible Tourism. Madrid : UNWTO*. Retrieved from: http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/docpdf/accesibilityenok2016web.pdf
- UNWTO. (2020). Global Code for Ethics for Tourism. Retrieved from: <https://www.unwto.org/global-code-of-ethics-for-tourism>
- UNWTO. (2021). *Accessibility and inclusive tourism development in nature areas. Compendium of best practice*. Madrid : UNWTO.
- Vila, T. D., Darcy, S., & González, E. A. (2014). Competing for disability tourism market – A comparative exploration of the factors of accessible tourism competitiveness in Spain and Australia. *Tourism Management, 47*, 261-272. DOI: 10.1016/j.tourman.2014.10.008
- Yau, K. M., McKercher, B., & Packer, T. (2004). Traveling with a disability. More than an Access Issue. *Annals of Tourism Research, 31*(4), 946–960. DOI: 10.1016/j.annals.2004.03.007
- Westcott, J. (2004). *Improving Information on Accessible Tourism for Disabled People, Office for Offical Publications of the European Communities, Luxembourg*. Retrieved from: http://www.pedz.uni-mannheim.de/daten/edz h/gdb/04/improving_accessibility_en.pdf ISBN 92-894-7678-8
- WHO. (2011). *World report on disability. Malta: WHO*. Retrieved from: http://www.who.int/disabilities/world_report/20 11/en /
- Wiastuti, R. D., Adiati, M. P., & Lestari, N. S. (2018). Implementation of accessible tourism concept at museums in Jakarta. Proceedings of IOP Conference Series: Earth and Environmental Science, Medan, Indonesia. Retrieved from: https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1755-1315/126/1/012061/pdf
- Zenko, Z., & Sardi, V. (2014). Systematic thinking for socially responsible innovations in social tourism for people with disabilities. *Kybernetes, 43*(3/4), 652-666. DOI: 10.1108/K-09-2013-0211

VNÍMÁNÍ RIZIKA BĚHEM CEST V DOBĚ PANDEMIE COVID-19

PERCEPTION OF TRAVEL RISK DURING THE COVID-19 PANDEMIC

Lukáš Pichlík & Petr Janeček

Received: October 25, 2023 Accepted: November 29, 2023

Katedra marketingu, obchodu a služeb, Fakulta ekonomická, Západočeská univerzita v Plzni, Univerzitní 22, 301 00 Plzeň,
e-mail: janecp00@fek.zcu.cz, lpichlik@fek.zcu.cz

ABSTRAKT

Riziko při cestování je dlouhodobý fenomén, který eskaluje s existencí velkých krizí, které turismus potkávají. Pandemie COVID-19 takovou krizí bezpochyby byl. V souvislosti s touto krizí se pozornost autorů upnula k tématu vnímání a vlivu rizik na cestování. Tento článek přináší dílčí výsledky obsáhlejšího výzkumu, který probíhal v roce 2021 a v roce 2022. Prezentovány jsou zde výsledky za rok 2021 se zaměřením na rizika spojená s cestováním a jejich faktory. Dotazníkové šetření bylo realizováno na reprezentativním vzorku české populace s četností 1000 odpovědí. Výsledky potvrzují závěry dalších autorů, kteří vnímají v oblasti hodnocení rizik důležitý čas, místo a osobnost cestovatele. Dle výsledků lze usuzovat, že rizika jsou vnímána významněji skupinami cestovatelů s menšími zkušenostmi, mladými nebo naopak nejstaršími cestovateli nebo ženami. Nejdůležitějšími faktory spojenými s cestováním jsou finanční prostředky, bezpečnost v destinaci, kam se cestuje a úroveň hygieny během cesty. Důležitá je také úroveň informovanosti.

Klíčová slova: Cestovní rizika. Pandemie COVID-19. Rizikové faktory cestování.

ABSTRACT

Travel risk is a long-standing phenomenon that escalates with the existence of major crises facing tourism. COVID-19 was undoubtedly such a crisis. In the context of this crisis, the authors' attention was focused on the topic of the perception and impact of risk on travel. This paper presents partial results of a more comprehensive research conducted in 2021 and 2022. The results for 2021 are presented here, focusing on travel-related risks and their factors. The questionnaire survey was carried out on a representative sample of the Czech population with a frequency of 1,000 responses. The results confirm the findings of other authors who see time, place, and personality of the traveller as important in risk assessment. According to the results, it can be concluded that risks are perceived more significantly by groups of travellers with less experience, by young travellers or, on the contrary, by the oldest travellers or women. The most important factors associated with travel are financial resources, safety in the destination to which one is travelling and the level of hygiene during the trip. The level of information is also important.

Keywords: COVID-19 pandemic. Travel risk. Travel risk factors.

ÚVOD

V posledních dvou dekádách čelil turismus a hospitality několika velkým zdravotním i ekonomickým krizím, které se pojily s rizikem v cestování. Obecně lze tvrdit, že s cestováním je stále spojeno určité riziko, které je vnímáno každým účastníkem turismu zcela jinak. Kvůli tomu je toto téma stále v zájmu vědců. Velké krize, jako byla pandemie onemocnění SARS v roce 2003, globální ekonomická krize v roce 2009 nebo pandemie onemocnění COVID-19, ale i menší lokální krize, jako jsou v současnosti vojenské konflikty na území Ukrajiny nebo Izraele mají určitě významný vliv na vnímání cestovních rizik (UNWTO, 2023). Riziko spojené s cestováním je dlouhodobě zajímavé téma v odborné literatuře. Svědčí o tom počet výsledků ve světových databázích. Jen aktuálně v databázi Science Direct je při zadání hesla „travel risk“ nalezeno 289 840 výsledků, z čehož je 204 693 výsledků typu článek (29 126 přehledových článků a 175 567 výzkumných článků). Není zřejmě překvapením, že intenzita vydávání těchto článků roste dramaticky v posledních letech. V roce 2000 bylo těchto článků vydáno 1 777, oproti tomu v letošním roce je to již 19 981. Už v roce 2016 bylo otištěno 9 213 článků, což svědčí o velkém zájmu vědců. Za posledních deset let se meziroční tempo publikování těchto příspěvků zvyšovalo v rozmezí do 10 %. Pouze v letech 2012/2013 (15 %), 2014/2015 (13 %), 2017/2018 (10 %), 2019/2020 (23 %), 2020/2021 (29 %) a 2022/2023 (10 %) se jednalo o tempo více jak 10 %. Nejvíce se o tomto tématu publikovalo mezi lety 2019-2021, naopak dokonce pokles zaznamenalo období 2021-2022. S ohledem na vznik nových rizik spojených s cestováním lze předpokládat, že toto téma neztratí na popularitě. Je potřeba i zvážit mírné zpoždění, které je s publikováním vědeckých článků spojeno. Riziko spojené s cestováním není dozajista záležitostí pouze oboru turismu a hospitality. O tom svědčí také fakt, že kategorie časopisů, kde byly články s tímto tématem publikovány jsou různorodé (Medicine & Dentistry 73 680, Social Sciences 41 687, Environmental Science 26 174, Engineering 22 238, Agricultural & Biological Sciences 15 683, Business, Management & Accounting 15 614, Psychology 12 2101, Earth & Planetary Sciences 11 847, Computer Science 10 451 a Energy 10 127). Specificky zaměřené časopisy na turismus a hospitality jsou zastoupeni paradoxně méně. Významněji mezi všemi obory vystupují významněji pouze 3 časopisy specificky zaměřené na turismus a hospitality (Tourism Management 1 412, Annals of Tourism Research 868, International Journal of Hospitality Management 776).

Tento článek se zabývá riziky spojenými s cestováním a jejich vnímání českou populací v roce 2021. Hlavním cílem článku je posoudit, jak vnímají rizika spojená s cestováním během pandemie COVID-19 dílčí segmenty turistů. Zjednodušeně lze konstatovat, že cílem článku je identifikovat citlivější segmenty na cestovní rizika a následně s nimi pracovat odlišně tak, aby vnímání rizik neovlivňovalo ochotu cestovat.

PŘEHLED LITERATURY

Každá krize v turismu má vliv na vnímání rizika a následně i záměr cestovat. V současnosti stále nejvýznamnější krizí v turismu je pandemie COVID--19, která ovlivnila vnímání rizik a následně i rozhodovací procesy, postoje k cestování a volbu destinací. Riziky při cestování se zabývali Fuchs, Efrat--Treister & Westphal (2024), kteří tvrdí, že vnímání rizika v případě COVID-19 je zvyšováno existencí rizika v různé výši v destinaci, kam se cestuje. Tento fakt dále ovlivňuje záměr přicestovat, kdy dochází s vyšším rizikem ke snižování záměru cestování. Tito autoři zjistili, že určujícími faktory vnímání rizika jsou časová, prostorová a sociální vzdálenost, kdy sociální vzdálenost moderuje vliv rizika na vnímání rizika, časová a prostorová vzdálenost moderují vliv vnímání rizika na záměr cestovat.

Vnímání rizika utváří různé chování lidí. Adunlin et al. (2021) zjistili, že ti, kteří vnímají COVID-19 jako velkou hrozbu a věří, že se zvyšuje pravděpodobnost nákazy, zaujmou preventivní opatření a redukují riziko např. snižováním sociálních kontaktů nebo odložení cesty. Naopak ti, kteří vnímají COVID-19 jako menší hrozbu, jsou ochotni cestovat okamžitě po ní nebo ještě během této hrozby (Litvin & Guttentag, 2023; Zheng et al., 2021). O tom koneckonců svědčí i vývoj turismu v Česku. Během pandemie vznikala nová turisticky intenzivní místa, která byla navštěvována významněji než před pandemií a naopak místa tradičně přetížená turismem se vyprázdnila (Králiková, 2023; Machová, 2020). Obecně lze mluvit o místech, kde byla menší pravděpodobnost sociálního kontaktu (např. přírodní rezervace apod.). Ta se ovšem ve spojitosti se silou sociálních sítí stala nakonec velmi navštěvovanými místy, kde byl sociální kontakt téměř nutností. Statistiky a vědecké studie ukazují, že chování turistů se mění. Volí častěji domácí případně méně vzdálené destinace. Stejně tak volí méně přeplněná místa a cestují v menších skupinách (Kim et al., 2022; Nazneen et al., 2020; Utkarsh & Sigala, 2021).

Zhang, Hou & Li (2020), Litvin a Guttentag (2023) a Ren et al. (2022) zjistili, že vnímání rizika souvisí

s geografickou lokalizací, časem a stádiem pandemie. Akritidis, McGuinness & Leder (2023) poukazují na to, že respondenti z jejich výzkumu, kteří jsou mladší, ale mají cestovatelské zkušenosti mají vyšší sklony k riskantnímu chování. Naopak upozorňují na to, že ženy vnímají obecně více rizika a stejné je to i v případě cestování. Mladí lidé také vnímají rady před cestou, které se mohou týkat např. zdravotní prevence apod., jako možnost jak snížit cestovatelské riziko (Sohail et al., 2023). Karl et al. (2020) vytvořili na základě výzkumu typologie cestujících ve vztahu k riziku a rozhodování se o cestě. Rozdělili turisty na odpůrce cestovních rizik, kteří okamžitě změní své cestovní plány s výskytem jakéhokoliv rizika. Turisté odolní přírodním rizikům mění své cestovní rozhodnutí se vznikem přírodního rizika v destinaci, kam měl jet původně. Turisté odolní riziku jsou ochotni vycestovat dle plánů i se vznikem jakéhokoliv rizika.

Oživení turismu, které souvisí právě s významem vnímaných rizik, lze podle Hystad & Keller (2008) a Zheng et al. (2021) urychlit díky vládním politikám, zásahem médií a tvorbou nových produktů. I při oživení je vnímán jako rozhodující faktor riziko a jeho vnímání a motivace k cestě.

DATA A METODY

Tento článek je dílčí analýzou většího průzkumu, který se věnoval vnímáním rizika a reakcí na něj v době pandemie COVID-19. Pro zjištění názorů poptávky bylo použito dotazování pomocí metody CAWI. Dotazování probíhalo online na českém panelu respondentů, který reprezentoval vzorek české populace. Celkem bylo v roce 2021 dotázáno 1000 respondentů. Stejný výzkum byl pro možnosti porovnání proveden i v roce 2022, ale ten nebude předmětem tohoto článku. Z literárního přehledu je jasné, že ve vnímání rizika při cestování mohou hrát roli věk, pohlaví a sklon k cestování. Z toho důvodu bude na tyto charakteristiky směřována pozornost. Sklon k cestování byl v dotazníku zjišťován hned třemi otázkami: *„Za jakého cestovatele/cestovatelku byste se označil/a v případě zahraničního cestování? Jak byste charakterizoval/a styl Vašeho cestování? Jak často jste cestoval/a před pandemií COVID--19, ať už po tuzemsku či do zahraničí?“*. S ohledem na subjektivní vnímání sklonu k cestování bylo v analýze využito první otázky, kdy se respondent sám označil za cestovatele zcela nezkušeného, málo zkušeného, průměrně zkušeného, více zkušeného a zcela zkušeného. K tomuto kroku bylo přistoupeno s přihlédnutím faktu, že zkušený cestovatel musí cestovat častěji, tj. má sklon k cestování. Z pohledu pohlaví byly nabídnuty pouze varianty muž a žena. Věkové kategorie byly členěny následovně: 18-24 let, 25-34 let, 35-44 let, 45-54 let, 55-64 let, 65 a více let.

Vnímání pravděpodobnosti vzniku rizika z nakažení nemocí COVID-19 bylo ověřováno otázkou *„Jaká je podle Vás pravděpodobnost, že v destinaci, kam jste se chystal/a jet, byste se nakazil/a COVID-19?“* Respondenti odpovídali na pěti-stupňové Likertově škále. Ve vzorku, byli ale i tací respondenti, kteří neplánovali cestovat, proto je vzorek odpovědí nižší než základní, tj. 802. Aktuální vliv rizika na cestování byl ověřován prostřednictvím otázky *„Jak na Vás v současné době působí při cestování následující faktory?“*, kdy opět respondenti odpovídali na pěti-stupňové Likertově škále u každého faktoru: *nedostatek času; finanční prostředky; nedostupnost přátel a rodiny; úroveň hygieny během cesty; bezpečnost v destinacích, kam bych chtěl/a jet; strach z cestování veřejnou dopravou; strach z cestování letecky; strach z pohybu venku; nedostatek informací*. I u této otázky nebylo dosaženo odpovědí za všechny respondenty, proto se celkový počet odpovědí rovná 919.

Pro analýzu dat bylo využito Chí-kvadrát testu nezávislosti v kontingenční tabulce, aby bylo ověřeno, zda má věk, sklon k cestování a pohlaví vliv na odpovědi. Analýza vycházela ze skutečné tabulky četností a tzv. tabulky očekávaných četností. Použité testové kritérium G mělo podobu:

$$G = \sum_{i=1}^{r} \sum_{j=1}^{s} \frac{(n_{ij} - n'_{ij})^2}{n'_{ij}} \qquad (1)$$

Stupně volnosti byly definovány df=(r-1)(s-1). Kritická hodnota pak byla definována jako:

$$\chi^2_{1-\alpha;(r-1)(s-1)}. \qquad (2)$$

Ta pak byla porovnávána s testovým kritériem G. Pokud bylo testové kritérium menší než kritická hodnota, pak nulovou hypotézu o nezávislosti znaků nelze zamítnout a lze předpokládat nezávislost. U všech analýz bylo pracováno s 95% pravděpodobností. Nulová hypotéza byla stanovována tak, že v případě jejího přijetí lze na hladině významnosti tvrdit, že neexistuje mezi jevy závislost. Hypotéza 1 byla stanovena, jako opak nulové hypotézy.

VÝSLEDKY A DISKUSE

Celkové výsledky analýzy naznačují, že nejvýznamnější faktor, který má vliv na jednotlivé odpovědi je sklon k cestování, resp. zkušenosti s cestováním. Tento faktor měl nejvyšší počet prokázaných závislostí. Oproti tomu v případě věku a pohlaví se prokázala závislost u pěti faktorů, které byly zkoumány. Strach z cestování je vnímán všemi respondenty shodně. Neprokázala se závislost odpovědí na věku, pohlaví ani sklonu k cestování. Opačný výsledek byl dosažen u faktoru finanční prostředky. Odpovědi na tuto otázku jsou závislé jak na věku, tak na pohlaví i sklonu k cestování. U ostatních faktorů a otázek se projevuje dílčí závislost nebo nezávislost. Souhrnné výsledky Chí-kvadrát testu nezávislosti v kontingenční tabulce zobrazuje tab. 1.

Tabulka 1: Výsledky analýzy Chí-kvadrát testu

	věk			pohlaví			sklon k cestování		
	G	X		G	X		G	X	
Pravděpodobnost nákazy COVID-19	33,787	31,41	H1	3,816	9,488	H0	14,597	26,296	H0
Nedostatek času	118,994	31,41	H1	3,308	9,488	H0	39,885	26,296	H1
Finanční prostředky	33,121	31,41	H1	12,736	9,488	H1	49,907	26,296	H1
Nedostupnost přátel a rodiny	23,077	31,41	H0	18,937	9,488	H1	36,71	26,296	H1
Úroveň hygieny během cesty	25,707	31,41	H0	17,891	9,488	H1	45,615	26,296	H1
Bezpečnost v destinacích, kam bych chtěl/a jet	45,892	31,41	H1	16,476	9,488	H1	22,706	26,296	H0
Strach z cestování veřejnou dopravou	20,012	31,41	H0	5,184	9,488	H0	22,133	26,296	H0
Strach z cestování letecky	30,744	31,41	H0	12,254	9,488	H1	49,454	26,296	H1
Strach z pohybu venku	35,283	31,41	H1	2,112	9,488	H0	34,731	26,296	H1
Nedostatek informací	30,287	31,41	H0	7,288	9,488	H0	36,733	26,296	H1

Zdroj: Vlastní zpracování, 2023.

Pravděpodobnost nákazy hodnotili muži i ženy stejně. Jako velmi vysokou a vysokou ji hodnotilo přibližně 15 % mužů a 17 % žen. Zajímavé je, že přibližně dvakrát tolik mužů i žen hodnotilo pravděpodobnost nákazy jako nízkou nebo velmi nízkou. Podobně je na tom hodnocení pravděpodobnosti nákazy COVID-19 podle sklonu k cestování, resp. zkušenosti s cestováním. Téměř všichni se přikláněli k tomu, že pravděpodobnost nákazy je střední. V případě věku je prokázána závislost. Zde se liší věková kategorie 35-44 let, která hodnotila pravděpodobnost nákazy jako nižší. Nejvíce pravděpodobnou ji vnímali nejstarší respondenti ve věku nad 65 let.

Starší generace (55-64; 65 a více) hodnotila jako méně významný faktor nedostatku času. Stejně to měli i zkušení cestovatelé. Jako významnější faktor chápali nedostatek času středně zkušení cestovatelé. Z pohledu pohlaví byl vnímán také stejně a hodnocen jako středně významný.

Význam finančních prostředků se snižoval s věkem. Přičemž nejmladší věková skupina do 24 let vnímala tento faktor jako významný z více jak 50 % oproti nejstarší věkové skupině 65 a více let, která tento faktor vnímala jako významný z více jak 30 %. Nejmenší význam mu přikládali respondenti věkové skupiny 55-64 let. Finanční prostředky byly také silnějším faktorem pro ženy než muže. Málo a zcela nezkušení vnímali význam finančních prostředků také významněji než ti zkušení.

Nedostupnost přátel a rodiny vnímali všichni respondenti ve vztahu k jejich věku podobně – středně významný. Z pohledu pohlaví lze předpokládat, že ženy budou na toto téma citlivější, což potvrdily i výsledky. Zkušenější cestovatelé tento faktor nevnímali jako tolik důležitý oproti těm nezkušeným. Ti ho vnímali jako středně významný.

V průměru věkových skupin byla vnímána stejně

i úroveň hygieny během cesty. Ženy hodnotily faktor hygieny během cesty jako důležitější než muži. Hygiena během cesty byla významnějším faktorem pro málo zkušené, průměrně zkušené a zcela nezkušené cestovatele.

Bezpečnost během cesty vnímali jako důležitější faktor lidé z věkových skupin 65 let a více a 35-44 let. Stejně tak to vnímaly i ženy oproti mužům. Bezpečnost byl středně důležitý faktor i pro všechny respondenty podle zkušenosti s cestováním.

Strach z cestování veřejnou dopravou byl na podobné úrovni napříč věkem a pohlavím – spíše jako méně významný faktor. Veřejná doprava byla pro cestovatele stejně důležitý faktor bez ohledu na stupeň jejich zkušenosti. Hodnotili ho jako méně důležitý faktor.

Doprava letadlem byla pro ženy významnější faktor než pro muže. Z pohledu věku byla o trochu významnějším faktorem pro starší lidi, ale není to statisticky významná odchylka. Zcela nezkušení a méně zkušení cestovatelé vnímali strach z cestování letadlem jako významnější než ostatní. Hodnotili ho jako středně významný.

Strach z pohybu venku neměl s výjimkou nejstarších respondentů téměř nikdo. Odpovědi k tomuto faktoru se nelišily ani z pohledu pohlaví, kdy jej obě pohlaví hodnotila jako méně významný faktor. Strach z pohybu venku měli opět více nezkušení cestovatelé, ale v tomto případě se jednalo pouze o méně významný faktor.

Nedostatek informací byl z pohledu věku na stejné úrovni u všech, hodnocen jako středně důležitý faktor. Stejně tak to bylo i v případě porovnání odpovědí mezi muži a ženami. Střední význam mu přikládali i cestovatelé s ohledem na jejich zkušenosti, především ti méně zkušení ho hodnotili jako středně důležitý.

ZÁVĚR

Z předloženého výzkumu lze usuzovat o významu rizik a jejich vnímání. Obecně lze říci, že riziko spojené s onemocněním COVID-19 vnímali významněji ti, kteří by si s ním mohli odnést větší zdravotní potíže, tedy starší respondenti. Vyšší míra vnímání rizika nebo strachu z rizika byla zaznamenána u straších nebo nejmladších lidí, více u žen a také u těch, kteří nemají s cestováním tolik zkušeností. Podobných výsledků dosáhly i zahraniční studie (Zafri et al., 2022). Je zřejmé, že řada závěrů vyplývá ze známých znalostí a nemusí se pojit pouze k období pandemie COVID-19. Jako nejvíce důležitým faktorem byla vnímání finanční stránka. I v tomto faktoru byl znatelný vyšší zřetel u nejmladších respondentů. Stejně tak byl velmi důležitým pro málo zkušené cestovatele, což může společně souviset. Dále byly nejvýznamněji hodnoceny faktory, jako je bezpečnost v destinaci, kam se cestuje a úroveň hygieny během cesty. S ohledem na hlavní cíl článku lze konstatovat, že cestovatelé, kteří jsou méně zkušení nebo zranitelní mají sklon hodnotit rizika spojená s cestou přísněji než ostatní. V praktické rovině to může mít dopad na individuální přístup ohroženějším skupinám turistů (především ženám, starším osobám, nebo méně zkušeným cestovatelům). Důležitým faktorem je dozajista i správná komunikace a dostatečný objem informací s cestou spojených. V kontextu výsledků je nutné zmínit i limity, které článek má. Jedná se pouze o výběr několika otázek z celého výzkumu, které budou dále rozpracovány a budou sledovány vzájemné souvislosti mezi segmentačními kritérii, v komplexnějším pohledu. Dále se jedná pouze o data za rok 2021 a za Česko. Nelze tedy výsledky výzkumu zobecňovat na všechny cestovatele a cestovatele v každé době. Tento výzkum byl zaměřen záměrně na dobu během pandemie COVID-19, do které vstupovaly postupně další faktory a krize, které mohly působit podobně jako pandemie a mohly mít lokálně i časově odlišný vliv na hodnocení rizik, resp. na odpovědi během výzkumu. Celá řada výsledků, které jsou potvrzeny statistickou analýzou přirozeně vyplývá z běžného života a je potřeba se jim i nadále věnovat v návazné detailnější analýze. Dalším směrem dalšího výzkumu bude faktor času, který může působit na sílu vnímání jednotlivých faktorů.

Tento příspěvek byl podpořen Západočeskou univerzitou v Plzni projektem Změny v ekonomice a marketingu turismu SGS-2021-020.

LITERATURA

- Adunlin, G., Adedoyin, A. C. A., Adedoyin, O. O., Njoku, A., Bolade-Ogunfodun, Y., & Bolaji, B. (2021). Using the protection motivation theory to examine the effects of fear arousal on the practice of social distancing during the COVID-19 outbreak in rural areas. *Journal of Human Behavior in the Social Environment, 31*(1–4), 168–172. https://doi.org/10.1080/10911359.2020.1783419
- Akritidis, J., McGuinness, S. L., & Leder, K. (2023). University students' travel risk perceptions and risk-taking willingness during the COVID-19 pandemic: A cross-sectional study. *Travel Medicine and Infectious Disease, 51*, 102486. https://doi.org/10.1016/j.tmaid.2022.102486
- Fuchs, G., Efrat-Treister, D., & Westphal, M. (2024). When, where, and with whom during crisis: The effect of risk perceptions and psychological distance on travel intentions. *Tourism Management, 100*, 104809. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2023.104809
- Hystad, P. W., & Keller, P. C. (2008). Towards a destination tourism disaster management framework: Long-term lessons from a forest fire disaster. *Tourism Management, 29*(1), 151–162. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.02.017
- Karl, M., Muskat, B., & Ritchie, B. W. (2020). Which travel risks are more salient for destination choice? An examination of the tourist's decision-making process. *Journal of Destination Marketing & Management, 18*, 100487. https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2020.100487
- Kim, E. E. K., Seo, K., & Choi, Y. (2022). Compensatory Travel Post COVID-19: Cognitive and Emotional Effects of Risk Perception. *Journal of Travel Research, 61*(8), 1895–1909. https://doi.org/10.1177/00472875211048930
- Králiková, A. (2023). *Návštěvnost HUZ – podrobná data 2012 – 2023 Q*. https://tourdata.cz/data/navstevnost-huz-2012-2022/
- Litvin, S. W., & Guttentag, D. (2023). There is No Place Like Home for the Holidays: Who Travels in the Midst of a Deadly Pandemic? *Journal of Travel Research, 62*(5), 1077–1089. https://doi.org/10.1177/00472875221113888
- Machová, S. (2020). *Dopady COVID19 2020 – 2021*. https://tourdata.cz/data/dopady-covid19-2020-2021/
- Nazneen, S., Hong, X., & Ud Din, N. (2020). COVID-19 Crises and Tourist Travel Risk Perceptions. *SSRN Electronic Journal*. https://doi.org/10.2139/ssrn.3592321
- Ren, M., Park, S., Xu, Y., Huang, X., Zou, L., Wong, M. S., & Koh, S.-Y. (2022). Impact of the COVID-19 pandemic on travel behavior: A case study of domestic inbound travelers in Jeju, Korea. *Tourism Management, 92*, 104533. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2022.104533
- Sohail, A., Akritidis, J., McGuinness, S., & Leder, K. (2023). Perceptions of travel-related health risks and pre-travel health-seeking behaviour among students: A qualitative analysis. *Travel Medicine and Infectious Disease, 52*, 102532. https://doi.org/10.1016/j.tmaid.2022.102532
- UNWTO. (2023). *UNWTO World Tourism Barometer* (21). UNWTO. https://www.e-unwto.org/toc/wtobarometereng/21/3
- Utkarsh, & Sigala, M. (2021). A bibliometric review of research on COVID-19 and tourism: Reflections for moving forward. *Tourism Management Perspectives, 40*, 100912. https://doi.org/10.1016/j.tmp.2021.100912
- Zafri, N. M., Khan, A., Jamal, S., & Alam, B. M. (2022). Risk perceptions of COVID-19 transmission in different travel modes. *Transportation Research Interdisciplinary Perspectives, 13*, 100548. https://doi.org/10.1016/j.trip.2022.100548
- Zhang, K., Hou, Y., & Li, G. (2020). Threat of infectious disease during an outbreak: Influence on tourists' emotional responses to disadvantaged price inequality. *Annals of Tourism Research, 84*, 102993. https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102993
- Zheng, D., Luo, Q., & Ritchie, B. W. (2021). Afraid to travel after COVID-19? Self-protection, coping and resilience against pandemic 'travel fear'. *Tourism Management, 83*, 104261. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2020.104261

GEOCACHING – TURISTIKA S PŘIDANOU HODNOTOU

GEOCACHING – HIKING WITH ADDED VALUE

Ivan Růžička & Kamila Růžičková

Received: October 20, 2023 Accepted: November 24, 2023

Univerzita Hradec Králové, Pedagogická fakulta, Rokitanského 62/26, Hradec Králové, 500 03,
e-mail: ivan.ruzicka@uhk.cz; kamila.ruzickova@uhk.cz

ABSTRAKT

Příspěvek se zaměřuje na analýzu geocachingu jako moderní formy turistiky kombinující technologii GPS s dobrodružstvím lovení ukrytých schránek (česky kešek) a objevováním nových míst. Na základě analýzy vývoje hry poukazuje na možnosti a benefity účasti na aktivitě, a s využitím dotazníkového šetření mezi 228 českými aktivními geocachery nabízí výsledky mapující oblast motivace ke hře a jejím propojením se základními aspekty tradiční turistiky – pohybem v přírodě a kulturně-poznávací činností. Výsledky zkoumání prezentují zjištění, že geocaching u 85 % respondentů zvyšuje jejich zájem o turistiku a přírodní krásy, což svědčí o pozitivním postavení této aktivity jako integrální součásti tradiční turistiky. Téměř polovina dotázaných (49 %) uvedla jako důvod k účasti na hře možnost navštívit turistická místa, o kterých by bez geocachingu jinak nevěděla. Více než dvě třetiny respondentů preferovaly lovení ukrytých schránek vlastními silami, přičemž 38 % dávalo přednost pěší turistice a 29 % cykloturistice, což podtrhuje význam geocachingu v oblasti pohybového režimu a jeho vliv na fyzickou aktivnost hráčů. Celkem 75 % respondentů se vyjádřilo pozitivně ke spojení geocachingu s návštěvou turistických objektů – vysoký počet geocacherů navštěvuje konkrétní turistické destinace právě z důvodů existence kešek v dané lokalitě a tento aspekt je pro objevování turisticky zajímavých oblastí pro ně prioritní. Turistický zážitek obsahující kulturně-poznávací činnost tak patří mezi aktivními hráči ke klíčovému aspektu provozování geocachingu. Z analýzy dosavadních faktů a námi předložených výsledků zkoumání lze obecně konstatovat, že geocaching je v současnosti populární a rostoucí forma turistiky, která má pozitivní vliv na rozvoj cestovního ruchu, zvyšuje povědomí o přírodě a aktivní pohyb v ní a nabízí zajímavé propojení práce s GPS s pohybovou aktivitou jako prostředek zmírnění negativních dopadů hypokineze a závislosti zejména současné mladé generace na moderních informačních technologiích.

Klíčová slova: Fyzická aktivita. Geocaching. GPS. Turistika.

ABSTRACT

The contribution focuses on the analysis of geocaching as a modern form of tourism that combines GPS technology with the adventure of hunting hidden containers (referred to as caches) and exploring new places. Based on an analysis of the game's development, it highlights the possibilities and benefits of participating in this activity. Using a survey of 228 active Czech geocachers, it provides results that map the motivation for playing and its connection to the fundamental aspects of traditional tourism – outdoor activities and cultural-exploration activities. The research findings indicate that geocaching increases the interest in tourism and natural beauty for 85% of the respondents, demonstrating the positive role of this activity as an integral part of traditional tourism. Almost one-half of the respondents (49%) stated that the reason for participating in the game is the opportunity to visit tourist destinations they would not have known about without geocaching. Over two-thirds of the respondents preferred hunting hidden containers under their power, with 38% favoring hiking and 29% choosing cycling, emphasizing geocaching's importance in terms of physical activity and its impact on players' physical activity. In total, 75% of the respondents had a positive opinion about the combination of geocaching with visiting tourist attractions. A high number of geocachers visit specific tourist destinations due to the existence of caches in that location, making this aspect a priority for discovering tourist interesting areas. A tourist experience that includes cultural and exploratory activities is a key aspect of geocaching for active players. From the analysis of existing facts and the results presented, it can be generally concluded that geocaching is currently a popular and growing form of tourism. It has a positive impact on the tourism industry, increases awareness of nature, promotes active movement in it, and offers an interesting combination of GPS technology and physical activity as a way to counteract the consequences of hypokinesia and the dependence of the younger generation on modern information technologies.

Keywords: Physical activity. Geocaching. GPS. Tourism.

ÚVOD

Vývoj turistiky ve světě a v konkrétní zemi závisí na mnoha faktorech, včetně ekonomických, technologických a sociálních podmínek. Historie turistiky sahá až do starověku, kdy lidé začali podnikat cesty za různými účely, jako jsou obchod, náboženské poutě a dobrodružství. Masový turismus se rozvíjel až v moderní době, a to nejen s nárůstem železnic, automobilů a letecké dopravy, ale i růstem kvality života. Po druhé světové válce s ekonomickým růstem a možnostmi cestování docházelo k rozvoji prázdninových letovisek, turistických oblastí s výraznými body, ke kterým byly cíleny značené turistické cesty (Kössl, 1999).

S nástupem internetu a sociálních médií se turismus stal ještě více dostupným a interaktivním. Lidé mohou snadno online vyhledávat destinace, plánovat trasy a pohybovat se po nich s využitím GPS navigace, rezervovat ubytování a sdílet své zážitky s ostatními. Ekologické hledisko se také stalo důležitým tématem souvisejícím s aktivní turistikou, objevují se snahy o udržitelný turismus. Turistika v České republice má bohatou historii a je do značné míry spjata s rozvojem německého turnérství v českých zemích v 2. polovině 19. století. Tento novodobý tělovýchovný systém podporoval zájem o přírodní krásy a pohyb na čerstvém vzduchu a motivoval členy k venkovním aktivitám jako turistice, horolezectví a cyklistice. Turnéři sehráli důležitou roli při rozvoji turistické infrastruktury jako jsou turistické chaty a ubytovny, které byly pro šíření turistiky důležité. Pěší turistika byla silně podporována významnými tělovýchovnými spolky jako např. Sokol (1862), Orel (1896) a DTJ (1897), které sehrály klíčovou roli ve vývoji české turistiky. I během období socialismu, kdy byla turistika organizována státem a byly budovány další turistické trasy, chaty a organizovány lokální i masové akce, se turistika řadila mezi nejpopulárnější tělovýchovné aktivity. Po pádu komunistického režimu, tuzemští turisté dostali příležitost cestovat do širšího portfolia atraktivních zahraničních lokalit bývalých zemí západního bloku (zejména rakouských Alp aj.), ale ČR obdobně začala i více přijímat zahraniční turisty, a stala se oblíbeným turistickým cílem pro svou bohatou historii, krásnou krajinu a kulturní dědictví. Pro svou snadnou realizovatelnost se turistika řadí mezi nejoblíbenější aktivity nejširších vrstev obyvatelstva, a i v současnosti významně přispívá v oblasti rozvoje tělovýchovy a podpory zdraví u nás (Švec, 1996). Klub českých turistů (KČT) založený v r. 1888 sehrál klíčovou roli ve vývoji a podpoře pěší a cykloturistiky mimo jiné i vytvořením ojedinělého systému značení tras a jejich vytyčováním a udržováním v turisticky zajímavých lokalitách. Podpořil turistickou výchovu zřízením turistických oddílů a pořádáním výletů, akcí a táborů i pro děti a mládež. Díky své bohaté historii a aktivitám spjatým s orientací v terénu lze KČT tak považovat za klíčového hráče v rozvoji české turistiky (Havelka, 2011).

Celkově lze konstatovat, že turistika v České republice i ve světě prošla výraznými změnami v průběhu času, a stále se vyvíjí v reakci na aktuální trendy a potřeby turistů. Udržitelný a odpovědný turismus se stává stále důležitějším tématem. Jednou z moderních, progresivních platforem turistiky je dobrodružná aktivita geocaching (v českých podmínkách stále častěji užíván i pojem geokešink), která nabízí nový, neotřelý přístup k pěší turistice a cykloturistice se silným motivačním nábojem pro zapojené aktéry. Jedná se o zábavnou outdoorovou aktivitu, která kombinuje použití GPS (globálního polohového systému) a hledání skrytých pokladů na různých místech po celém světě (Lutonský, 2006). Geocaching má s klasickou turistikou celou řadu společných klíčových principů jako je pobyt a pohyb v přírodě, využití atraktivních lokalit, dobrodružné objevování nových míst a orientace v terénu. Tyto aspekty jsou sdíleny mezi členy KČT a geocachery (někdy též geokešery či kačery) a jsou oběma skupinami využívány jako základ pohybové aktivity v přírodě. Geocache schránky (česky keše/ kešky) jsou často umisťovány do blízkosti turistických tras a turisticky zajímavých míst, a to nejen v přírodě, ale i ve městech či u historických objektů. I když např. samotný KČT není přímo spojen s platformou geocachingu, jeho podpora outdoorových aktivit a zájmu o přírodu může mít pozitivní vliv na rozvoj geocachingové komunity v České republice a poskytovat další možnosti pro pohyb a dobrodružné objevování přírody (Fišerová, 2015). Aktivita má velký turistický potenciál, jež může být v řadě oblastí ČR postupně významně zvyšován (Formánková & Vágner, 2012).

PŘEHLED LITERATURY

Geocaching (GC) je aktivita, která spojuje pohyb s využitím navigačního systému GPS při hledání skrytého objektu zvaného „keška“, o němž jsou známy jen jeho geografické souřadnice (Lynn, 2004). Název aktivity vychází z francouzského slova cache odvozeného od slovesa cacher, což znamená „ukrýt“, pocházejícího z lidově latinského coacticare, tedy „uskladnit, zabalit“. GPS neboli „Global Positioning System“ (globální polohovací systém) je satelitní

navigační systém s kořeny v 60. letech 20. století, který byl vyvinut a je spravován americkou vládou prostřednictvím ministerstva obrany Spojených států. Začal být vyvíjen a implementován v průběhu několika desetiletí, klíčovým okamžikem bylo zprovoznění prvního satelitu GPS s názvem „Navstar 1“ (Navigation System with Timing and Ranging 1) dne 22. února 1978. Tento satelit byl prvním krokem k vytvoření plně funkčního GPS systému (Kaplan, 1996; Kaplan & Hegarty, 2017). Systém GPS umožňuje určit přesnou geografickou polohu a čas na libovolném místě na Zemi, kde je signál z GPS satelitů k dispozici. Systém využívá síť satelitů umístěných na oběžné dráze, které vysílají signály k Zemi, kde je přijímače zachycují a používají k výpočtu polohy či procesu terénní navigace. Původně se GPS systém využíval ve vojenských operacích, přičemž do r. 2000 vláda USA degradovala používání GPS signálu úmyslnou chybou, tzv. Selective Availability (SA), která umožňovala využívat technologie pouze USA a jejich spojence. Dne 2. května 2000 byla SA oficiálně vypnuta a údaje původně přesné jen na 100 metrů mohli začít civilní uživatelé přijímat s přesností na 1 metr (McNamara, 2004). To otevřelo široké možnosti k přesné navigaci letadel, lodí i automobilů, v odvětví, kde je potřeba určit přesnou polohu (např. geodézie a stavebnictví), určení času (astronomické observatoře, telekomunikační systémy, laboratoře) či v oborech věd o Zemi (ekologie, klimatologie, geologie, oceánografie aj.), v neposlední řadě i k pěší turistice, cykloturistice i geocachingu (Lo, 2010; Štroner, 2021). GPS zařízení se postupně pro veřejnost stala zcela běžnými a dostupnými, v současnosti pak v technologické rovině vévodí chytré telefony disponující potřebnou vyhledávací funkcí.

Název aktivity se poprvé objevil na internetové diskuzní skupině sci.geo.satellite-nav v r. 2000. Nápad a koncept skrývání malých schránek se souřadnicemi potřebných k nalezení pomocí GPS technologie byl členy skupiny diskutován, a Matt Stum navrhl název „geocaching“ (McNamara, 2004). První oficiální keška byla umístěn 3. května 2000 D. Ulmerem v blízkosti města Beavercreek v Oregonu, USA. Nesla název „GPS Stash Hunt“ a obsahovala několik předmětů, včetně knihy návštěv. Geocaching poté rychle získal na popularitě a postupně se z příznivců stala celosvětová komunita. Webové stránky a platformy, jako je např. dodnes dominantní Geocaching.com, vznikly z důvodů možnosti registrovat nové kešky, sdílet své nálezy a komunikovat s ostatními geocachery (Geocaching.com, 2010). Z původně lokální záležitosti se aktivita stala tržní, uznávanou doménou, která si našla svou síť zákazníků, a tak vybavení pro geocaching začal představovat i rostoucí ekonomické odvětví (Dyer, 2004). Pro zachování zábavy a bezpečnosti byla vytvořena pravidla a směrnice včetně etického chování a respektování soukromého majetku. Během let se objevily kešky v různých velikostech a různých typech dle charakteru provedení – tradiční, multi-keš, mystery-keš, Webcam-keš, Earth-keš a další, přičemž každý typ má svá specifická pravidla a způsoby hledání (Cameron, 2004). Podporou aktivity jsou v neposlední řadě i speciální předměty, které významně motivují k účasti na hře – tzv. Travel Bugs (cestující přívěšky) a Geocoins (mince), případně česko-slovenská specialita Wooden geocoins (dřevěné mince připomínající turistické známky). Ačkoli jsou zakládány i kešky s možností odlovu a zalogování přímo z auta (tzv. Drive-in), přirozeným a převažujícím způsobem je při realizaci této aktivity využití pěší a cykloturistiky. Populární aktivita dosáhla několika významných milníků jako např. dosažení milionu aktivních kešek po celém světě či vytvoření speciálních událostí a výzev pro geocachery. Od roku 2011 se navíc každoročně také slaví Mezinárodní den geocachingu (naposledy 19. srpna 2023). Stále zvyšující se počet aktivních hráčů GC po celém světě, kdy v průběhu posledních pěti let došlo ke zdvojnásobení jejich počtu, ukazuje na rostoucí popularitu aktivity u široké veřejnosti (The Editors and staff of Geocaching.com, 2009). Nejen samotná podstata aktivity, ale i dlouhodobě uplatňované kreativní pojetí hry v podobě implementace nových a nápaditých součástí GC (Groundspeak, 2021) poskytují nezanedbatelné možnosti rozvoje pohybové aktivnosti současného člověka.

Na území České republiky se geocaching objevil necelý rok po založení první kešky v USA, a to v červnu 2001, kdy byla umístěna první tuzemská schránka Tex-Czech. Byla tvořena pouze igelitovou taškou, teprve později se začaly běžně používat pevné, zpravidla plastové vodotěsné boxy. V r. 2003 vznikly české webové stránky Geocaching.cz a v únoru 2004 proběhl pražský event First Czech Geomeeting – první české GC setkání, a následně první celostátní akce Vysočina 2004. V červnu 2005 byl vybrán první český reviewer schvalujícího umisťování GC schránek v ČR i v okolních východoevropských zemích. To umožnilo nejen schvalování nových kešek, ale i přizpůsobení mezinárodních pravidel našim podmínkám a zákonům, v neposlední řadě lepší komunikaci se zakladateli geocaching.com,

než když bylo praktikováno centrální schvalování z USA bez znalosti místních poměrů (Lutonský, 2006). Zajímavým mezníkem byla v dubnu 2006 aktivita firmy Mountfield, která k zakoupenému kolu dodávala zdarma GPS zařízení eTrex Legend – dříve drahé zařízení se tak snáz dostává do rukou uživatelů. V r. 2012 vzniklo občanské sdružení Česká asociace geocachingu, o.s. (ČAGeo), aktivita zaznamenává dynamický růst zájmu, dochází však i k několika neetickým situacím a mnohočetné potřebě výměny oficiálních českých reviewerů. V září 2013 hostila Praha pravidelný evropský Geocoinfest i první evropský GPS Adventures Maze Exhibit. V únoru 2014 přesáhl počet kešek publikovaných v ČR hranici 50 000 a v polovině roku byl odstartován i první ročník největšího českého GeoZávodu (163 závodníků). V období let 2015-2020 byl každoroční nárůst nově založených kešek kolem 10 000 a na začátku r. 2020 tak přesáhl počet hranici 110 000 včetně eventů a již archivovaných kešek (Kronika českého geocachingu, 2018). Česká republika patří ve světě GC mezi velmoci – svou základnou aktivních geocacherů, kvalitou administrace aktivity i množstvím kešek jsme se podle Vaníka (2017) řadili i mezi TOP10 světa.

V současnosti patří geocaching ke všeobecně rozšířené aktivitě napříč národy, genderem i věkovými hranicemi, podněcující zájemce o pohyb v přírodě a pravidelnou pohybovou a poznávací činnost. Pozitivně ovlivňuje úroveň pohybového režimu člověka a může tak novým způsobem napomáhat zmírňování dopadů hypokineze (Gillin & Gillin, 2010; Wendel et al., 2013). V současné době, kdy využívání informačních technologií jako je internet, mobilní telefon či tablet odvádí zejména děti a mládež od aktivního trávení volného času, může být geocaching jednou z výrazných aktuálních možností, jak vhodně tyto platformy propojit a mladou generaci přivést k pravidelné pohybové aktivnosti (Vítek, 2007). Mezi pozitivní vlivy tak mimo jiné řadíme zdravotní přínosy aktivity v rovině fyzické i mentální, stejně jako možnost společného trávení volného času skupin a rozvoj rodinných vztahů (McNamara, 2004). Hra nabízí významné možnosti k environmentální výchově (Storksdieck, 2006; Zecha, 2012) a široké škále edukace (Lo, 2010; Ihamäki, 2015; Referowska-Chodak, 2020) i jazykového rozvoje (Hubáčková, 2016). Významné místo zaujímá v oblasti rozvoje turismu (Tussyadiah & Zach, 2012; Xu, Weber & Buhalis, 2014; Cord, Roeßiger & Schwarz, 2015; Falcão, Damásio & Melo, 2017; Skinner, Sarpong & White, 2018) včetně moderního trendu agroturistiky využívající programu AgCache k objevování zajímavých zemědělských lokalit a poznávání venkovských a zemědělských odvětví (Boys, DuBreuil White & Groover, 2017). Mezi negativní vlivy GC může na druhou stranu patřit zvýšené riziko úrazu během pohybu v často náročném terénu. Při zvýšené závislosti na hře pak hrozí prohloubení propasti mezi hráčem a jeho okolím, a tedy nebezpečí určité sociální izolace, kdy jsou jedinci navázáni převážně na úzkou sociální skupinu „rodiny geocacherů“, která často chápe nezapojené jedince jako určitý druh nepřátel (tzv. mudlů), před kterými je nutno kešky chránit.

Geocaching má svůj nezanedbatelný potenciál i v některých výchovně-vzdělávacích účincích usnadňující formování osobnosti dětí, mládeže i dospělé populace ve volném čase. Patří mezi ně např. rozvoj:

- pozorovacích schopností – při hledání skrytých předmětů dochází k rozvoji daných schopnosti nejen v přírodě při lovení kešek, ale pravidelným opakováním i implementací do běžného života,
- improvizace – při řešení problémových úkolů v souvislosti s vyhledáváním některých typů kešek (např. multi-keš, mystery-keš, earth-keš aj.),
- práce s novými technologiemi – při zvládání GPS přístroje, mobilního telefonu s příslušnou aplikací a práce s internetem při vyhledávání a logování,
- jazykové gramotnosti – při osvojování herní terminologie zejména v zahraničních podmínkách a cizojazyčných zdrojích,
- všeobecného přehledu a poznání – při objevování kešek v atraktivním přírodním prostředí a zajímavých kulturních lokalitách,
- psychické a fyzické odolnosti – při překonávání překážek, potřebě otužilosti, využívání přirozených pohybů, pohybových dovedností a kondice při pohybu v přírodě,
- kreativity – při tvorbě a řešení zpracování a umísťování vlastních kešek,
- psychologický a socializační rozvoj – při vyrovnávání se s obtížemi při vyhledávání kešek a spolupráce a kontakt s ostatními hráči, a další.

V rámci školního výchovně-vzdělávacího procesu podporuje geocaching osvojování klíčových kompetencí, přirozeným způsobem aktivuje žáky, podporuje samostatné myšlení při hledání řešení a tvořivém objevování, poskytuje nejen prostor pro osvojování širší škály vědomostí, ale prohlubuje sebepoznání a situuje výchovu a vzdělávání do motivačně netradičního výukovém prostředí

umožňující silný osobní prožitek, obecně tak podporuje všestranný rozvoj osobnosti žáka (Šťastná, 2013; Kloučková, 2014; Donadelli, 2017).

DATA A METODY

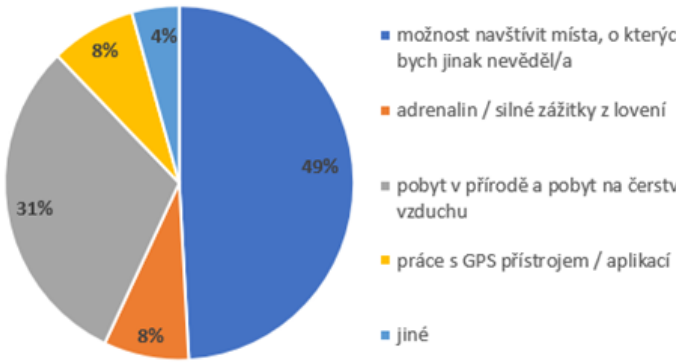
Cílem příspěvku bylo zhodnotit data mapující situaci ve vybraných oblastech spojení geocachingu a tradiční turistiky. Získaná data byla shromážděna od 228 aktivních českých geocacherů (67,5 % muži a 32,5 % ženy) prostřednictvím dotazníkového šetření od 16. června do 11. října 2023. Respondenti se pohybovali v následujícím věkovém rozmezí: do 20 let (14 %), 21-30 let (54 %), 31-40 let (16 %), 41-50 let (9 %), 51-60 let (6 %) a nad 60 let 1 %. V oblasti nejvyššího dosaženého vzdělání se jednalo nejvíce o středoškolské (59 %), poté vysokoškolské (31 %), následovalo 7 % respondentů základního vzdělání a 3 % respondentů středoškolského bez maturity. Dle vlastního vyjádření mělo 32 % sedavé a 51 % částečně sedavé zaměstnání, 17 % uvedlo nesedavý charakter svého zaměstnání. Respondentům byly položeny otázky související s klíčovou motivací k účasti na hře, dopravním prostředkem využívaným při lovení kešek a preferovaným objemem fyzické aktivity při GC, spojením geocachingu s návštěvou turisticky zajímavých objektů včetně důležitosti umístění kešek v dané lokalitě. Dotazník byl anonymní a jeho vyplnění zabralo přibližně 5-10 minut.

VÝSLEDKY A DISKUSE

Oblasti dotazníkového šetření a získané výsledky byly rozděleny do pěti následujících oblastí: prioritní motivace ke geocachingu, využívání dopravního prostředku a ochoty překonávání fyzické zátěže při lovení kešek, využívání hry v kontextu návštěvy turisticky zajímavých objektů a souvislost s potřebou existence kešky v dané turistické destinaci.

U prioritní motivace ke geocachingu téměř polovina respondentů (49 %) uvedla, že je především motivuje možnost navštívit místa, o kterých by jinak nevěděla. Výsledek naznačuje, že pro geochacheři je účast na aktivitě především prostředkem, jak objevovat a prozkoumávat nová a zajímavá místa. Téměř třetina oslovených (31 %) uvedla, že je nejvíce motivuje pohyb v přírodě a čas strávený na čerstvém vzduchu. Skutečnost poukazuje na jeden z výrazných benefitů GC – přirozené spojení fyzické aktivity s venkovním prostředím. Adrenalinový aspekt a silné zážitky z hledání kešek označilo jako hlavní motivační prvek 8 % respondentů, kteří vyhledávají prožitkovost aktivity, případně preferují náročné nebo dobrodružné úkoly spjaté se hrou. Práce s GPS přístrojem/aplikací uvedlo 8 % respondentů. Tato skupina je ke geocachingu motivována především technickým aspektem aktivity a dovednostmi spojenými s používáním GPS. Tento výsledek je dán zaměřením otázky „co Vás motivuje nejvíc?“ na dominantní důvod účasti na hře, ale nepostihuje práci s GPS jako zajímavého doprovodného aspektu, pro který je dle Lutonského (2006) u širšího množství hráčů hra oblíbená. Mezi další motivační faktory respondenti (4 %) uvedli seznámení s novými lidmi, spojení aktivity se služební cestou, možnost trávit společný čas s rodinou, zpestření výletu, edukační doplněk práce ve skautské skupině a interakci s ostatními geocacheři nebo lovení speciálních GC předmětů (graf 1). Celkově výsledky úzce korespondují se závěry Smrčky a Farkové (2012), které prokázaly, že nejpodstatnějším motivem k hledání kešek je objevování nových, neznámých míst, dále pak pobyt v přírodě a na čerstvém vzduchu a práci s GPS jako zajímavou součást aktivity. Možnost prozkoumávat nová místa a lovení kešek s druhými lidmi patří dle O'Hara et al. (2007) k hlavním pobídkám, které motivují lidi ke geocachingu.

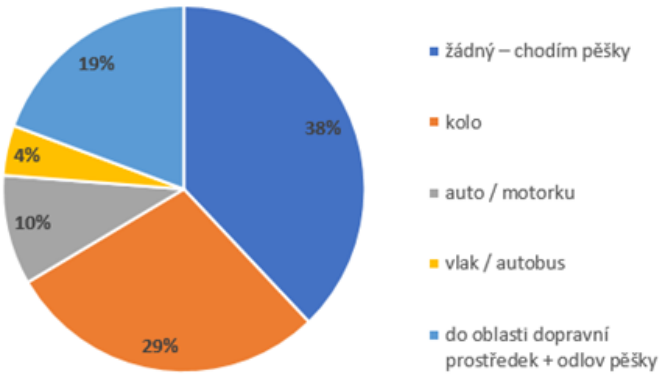
Graf 1: Prioritní motivace ke geocachingu



Vlastní zpracování, 2023.

Co se týče nejčastějšího využívání dopravního prostředku při geocachingu, tak graf 2 dokládá úzkou souvislost s využitím hry jako fyzické aktivity rozvíjející motorickou zdatnost hráčů a podporuje tak teze Gillin a Gillin (2010) o kondiční, a tedy zdravotní prospěšnosti GC. Více než dvě třetiny dotázaných (67 %) preferovaly lovení kešek vlastními silami, z toho 38 % dalo přednost pěší turistice a 29 % cykloturistice, přičemž finální dohledání pěšky označila téměř další pětina respondentů (19 %).

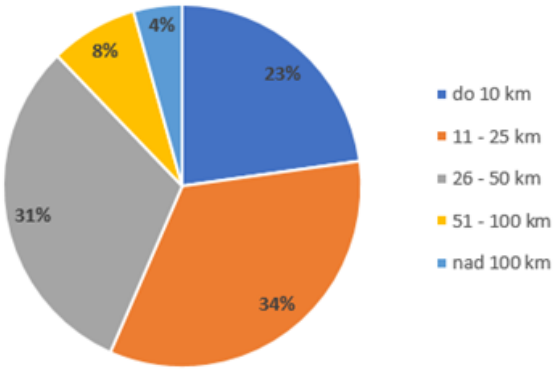
Graf 2: Využívání dopravního prostředku při geocachingu



Vlastní zpracování, 2023.

Většina geocacherů byla ochotna při lovení kešek absolvovat delší trasy. Data prezentují, že většina respondentů (77 %) byla ochotna absolvovat distance delší než 10 km: celkem 34 % respondentů uvedlo, že jsou připraveni překonávat trasy v rozmezí 11-25 km, 31 % by zvládlo trasy v rozmezí 26-50 km. To naznačuje, že mnozí hráči jsou kondičně schopni prozkoumávat rozsáhlejší oblasti, snášet nebo vyhledávat zvýšenou fyzickou zátěž i trávit více času venku. Menší část respondentů (8 %) by byla ochotna absolvovat i velmi dlouhé trasy v rozsahu 51-100 km a dokonce 4 % respondentů by zvládla i extrémně dlouhé výpravy nad 100 km, přičemž lze předpokládat že delší distance preferují geocacheři, kteří k odlovu využívají kolo (graf 2). Výsledky korespondují se závěry empirické studie Schneider et al. (2011), kde zátěž a rozvoj fyzické zdatnosti patří mezi vyhledávané přínosy GC. Zjištěná variabilita sledovaného parametru může poukazovat na rozdílnost záměrů hráčů GC: preferování kratší trasy s rychlým zážitkem, nebo delší a fyzicky náročnější trasy s vyšší mírou dobrodružství.

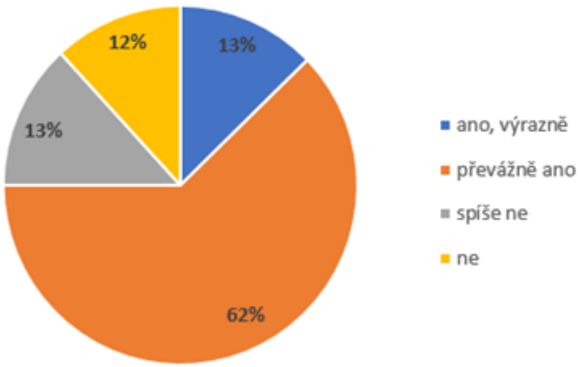
Graf 3: Míra fyzické zátěže při geocachingu



Vlastní zpracování, 2023.

Celkem 75 % respondentů se vyjádřilo pozitivně (výrazně ano + převážně ano) ke spojení GC s návštěvou turisticky zajímavých objektů. Data naznačují, že pro většinu geocacherů patří turistický zážitek obsahující kulturně-poznávací činnost mezi podstatný aspekt účasti na aktivitě. Přesto čtvrtina oslovených preferuje „čistý“ geocaching bez navštěvování turistických objektů: 13 % respondentů mělo tendenci spíše vyhledávat schránky na místech, která nejsou považována za turisticky atraktivní, což mohlo být způsobeno touhou po větší výzvě nebo zájmem o návštěvy odlehlejších míst a 12 % respondentů zřejmě považovalo návštěvy turisticky zajímavých objektů a geocaching za oddělené aktivity.

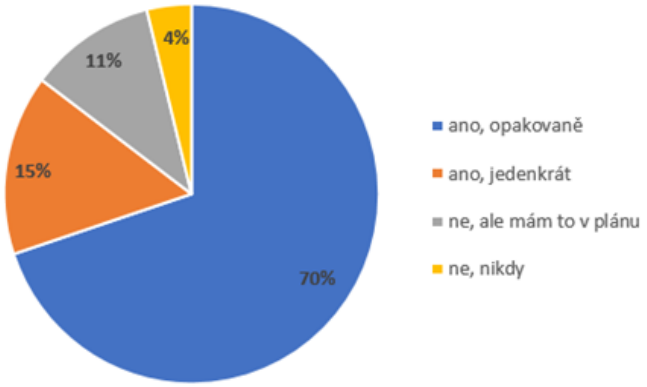
Graf 4: Návštěva turisticky zajímavých objektů při geocachingu



Vlastní zpracování, 2023.

Výsledky v grafu 5 ukazují na vysoký počet respondentů, kteří navštěvují turistické destinace právě z důvodů existence kešek v dané lokalitě: 70 % respondentů uvedlo, že opakovaně navštívili turistickou destinaci pouze kvůli umístěným keškám. Výsledek ukazuje na to, že pro danou skupinu je zásadní prvek aktivity (lovení kešek) nezbytnou součástí objevování nových míst a prozkoumávání turisticky zajímavých oblastí a tento aspekt je pro ně prioritní. Malý počet respondentů (15 %) navštívilo turistickou destinaci kvůli kešce pouze jedenkrát. Oba výsledky mohou ukazovat na skutečnost, že se respondenti k návštěvě turistické oblasti nechali motivovat právě keškou a jinak by danou lokalitu nenavštívili. U 11 % respondentů toto spojení naznačuje, že i když dosud tak neučinili, jsou otevřeni této možnosti v budoucnosti nebo ji mají přímo v plánu. Výsledky dokládá jistý globální význam geocachingu v oblasti rozvoje turismu (Formánková & Vágner, 2012; Ihamäki, 2015; Fišerová, 2015; Falcão et al., 2017) a jeho silný potenciál v dané oblasti. Jen 4 % dotázaných nikdy nenavštívila turistickou destinaci kvůli existenci kešky a mají tedy pravděpodobně jinou motivaci pro cestování.

Graf 5: Existence kešky v turistické destinaci



Vlastní zpracování, 2023.

ZÁVĚR

Příspěvek přibližuje geocaching jako moderní dobrodružnou aktivitu, která využívá globální polohový systém (GPS) ke hledání skrytých schránek (kešek). Tato aktivita kombinuje pohyb v přírodě, objevování nových míst a orientaci v terénu, což jsou i klíčové prvky klasické turistiky. Významnou měrou tak podporuje spojení pohybu ve zdravém venkovním prostředí s kulturně-poznávací činností. Analýza dosavadního vývoje hry ukazuje na stále zvyšující se počet aktivních geocacherů po celém světě, přičemž v průběhu posledních pěti let došlo ke zdvojnásobení jejich počtu. Tento trend ukazuje na stále rostoucí popularitu GC, jeho přitažlivost pro širokou veřejnost a tím i možnosti využití v pohybovém režimu člověka. Výsledky aktuálního dotazníkového šetření mezi českými hráči GC dokreslují základní prvky hry podporující fyzickou aktivnost a podtrhující důležité postavení turistických lokalit a objektů při její realizaci.

Výsledky výzkumného šetření ukazují na skutečnost, že mezi nejsilnější motivační faktor respondentů pro účast na geocachingu patří objevování a prozkoumávání nových míst a dokládají tak skutečnost, že klíčovým aspektem GC je jeho spojení se základním filozofickým základem turistiky. Možnost navštívit turistická místa, o kterých by bez geocachingu nevěděl/a uvedlo jako důvod účasti na hře 49 % dotázaných. Data naznačují, že turistický zážitek obsahující kulturně-poznávací činnost patří mezi podstatný a vyhledávaný aspekt GC. Přes dvě třetiny dotázaných (67 %) preferovalo lovení kešek vlastními silami, z toho 38 % upřednostňovalo pěší turistiku a 29 % cykloturistiku. Většina respondentů (77 %) je ochotna absolvovat distance delší než 10 km: 34 % respondentů uvedlo, že jsou připraveni překonávat trasy v rozmezí 11-25 km, 31 % by dokonce zvládlo trasy v rozmezí 26-50 km. Data prezentují, že mnozí geocacheři jsou ochotni při účasti na hře snášet nebo vyhledávají zvýšenou fyzickou zátěž, jsou fyzicky schopni prozkoumávat rozsáhlejší oblasti, a tak trávit více času venku, což podtrhuje kondiční, a tedy zdravotní prospěšnost aktivity. Celkem 85 % dotázaných se vyjádřilo pozitivně ke aktivnímu spojení GC s návštěvou turisticky zajímavých objektů – vysoký počet respondentů navštěvuje turistické destinace právě z důvodů existence kešek v dané lokalitě a tento aspekt je pro objevování nových míst a prozkoumávání turisticky zajímavých oblastí pro ně prioritní.

V České republice patří geocaching mezi výrazně populární a stále rozvíjející se turistickou hru, která se právem řadí mezi pohybové aktivity „s přidanou hodnotou“ – neotřelým způsobem umožňuje prozkoumávání nových míst a otvírá možnosti pro environmentální výchovu a edukaci, tvoří přirozené spojení s cestováním i objevováním nových kultur a prostředí, rozvíjí orientační dovednosti a otvírá možnosti pro jazykový rozvoj a komunikaci s dalšími dobrodruhy a milovníky přírody po celém světě. Výraznou měrou napomáhá zapojit celé rodiny a nabízí zajímavou pohybovou aktivitu s využitím současného společenského trendu – uplatnění moderních informačních technologií v životě. Ačkoli má GC poměrně mladou historii, právem si získal společenskou popularitu a v současnosti patří mezi významný a stále rozvíjející se celosvětový fenomén. Svým charakterem může zejména současné mládeži, tolik postižené hypokinezí a závislostí na informačních technologiích, nabídnout vhodnou platformu aktivního trávení volného času a podpořit tak pravidelnou pohybovou aktivnost.

LITERATURA

- Boys, K. A., DuBreuil White, K., & Groover, G. (2017). Fostering rural and agricultural tourism: exploring the potential of geocaching. *Journal of Sustainable Tourism, 25*(10), 1474-1493.
- Cameron, L. (2004). *The Geocaching HandBook*. Connecticut: Falcon.
- Cord, F., Roeßiger, F., & Schwarz, N. (2015). Geocaching data as an indicator for recreational ecosystemservices in urban areas: exploring spatial gradients, preferences and motivations, *Landscape and UrbanPlanning, 144*(Dec), 151-162.
- Donadelli, G. (2017). Outdoor learning and geocaching. *Interaction, 45*(2), 45.
- Dyer, M. (2004). *The Essential Guide to Geocaching*. Colorado: Fulcrum Publising Golden.
- Falcão, A. L., Damásio, A. S., & Melo, R. (2017). Profile of practice, travel behaviour and motivations for geocaching. *European Journal of Tourism Research, 16*, 92-107.
- Fišerová, A. (2015). Geocaching jako nová forma cestovního ruchu v chráněných územích. In J. Zelenka (Ed.), *Sborník příspěvků z konference Dobrá praxe v udržitelnosti cestovního ruchu* (pp. 10-17). Hradec Králové: Gaudeamus.
- Formánková, Z., & Vágner, J. (2012). Potenciál geocachingu při rozvoji cestovního ruchu. *Studia Turistica, 2*, 9-17.
- Geocaching.com (2010). *The Official Global GPS Cache Hunt Side.* Retrieved from z http://www.geocaching.com/
- Gillin, P., & Gillin, D. (2010). The Joy of Geocaching: *How to Find Health, Happiness and Creative Energy Throught Treasure Hunt*. Fresno: Quill Driver Books.
- Groundspeak. (2021). from https://www.geocaching.com/blog/2023/06/introducing-virtual-rewards-4-0/
- Havelka, J. (2011). *Z historie organizované turistiky.* Česká Lípa: KČT.
- Hubáčková, Š. (2016). Geocaching as a Motivation to Foreign Language Teaching. *Procedia - Social and Behavioral Sciences, 232*, 321-325.

- Ihamäki, P. (2012). Geocachers: the creative tourism experience. *Journal of Hospitality and Tourism Technology, 3*(3), 152-175.
- Ihamäki, P. (2015). *User experience of geocaching and its application to tourism and education.* Turku: University of Turku.
- Kaplan, E. D. (1997). Understanding GPS — Principles and Applications. *The Journal of Navigation, 50*(1), 151-152.
- Kaplan, E. D., & Hegarty, Ch. J. (2017). Understanding GPS/GNSS — *Principles and Applications*. Boston/London: Artech House Publisher.
- Kloučková, J. (2014). *Rozvoj přírodovědných kompetencí žáků pomocí aktivních činností (zaměřeno na přírodovědné exkurze)* (Disertační práce, Univerzita Karlova, Praha). Retrieved from https://1url.cz/tuTL2
- Kössl, J. (1999). *Vybrané kapitoly z dějin tělesné kultury*. Praha: Univerzita Karlova.
- Kronika českého geocachingu. (2018). *GeoWiki* [online]. Retrieved from https://1url.cz/xuTLq
- Lo, B. (2010). *GPS and Geocaching in Education. International Society for Technology in Education.* Washington: International Society for Technology in Education.
- Lutonský, M. (2006). *Geocaching: hra pro mozek, nohy a vaši GPS.* Brno: Mladá fronta.
- Lynn, L. M. (2004). Hide And Seek GPS And Geocaching In The Classroom. *Learning & Leading with Technology, 31*(6), 14-18.
- McNamara, J. (2004). *Geocaching For Dummies*. Indianapolis: Wiley Publishing.
- O'Hara, K., Kindberg, T., Glancy, M., Baptista, L., Sukumaran, B., Kahana, G., & Rowbotham, J. (2007). Collecting and sharing location-based content on mobile phones in a zoo visitor experience, *ComputerSupported Cooperative Work, 16*(1), 1573-7551.
- Referowska-Chodak, E. (2020). Geocaching in education – a review of international experiences Part 1. Introduction: advantages and problems. *Forest Research Papers, 81*(1), 29-42.
- Skinner, H., Sarpong, D., & White, G. R. T. (2018). Meeting the needs of the Millennials and Generation Z: gamification in tourism through geocaching. *Journal of Tourism Futures, 4*(4), 2-13.
- Smrčka, F., & Farková, M. (2012). Analýza geocachingu v Jihlavě. *Studia Turistica, 2*, 38-43.
- Schneider, I., Silverberg, K., & Chavez, D. (2011). Geocachers: Benefits Sought and Environmental Attitudes. *LARNet, 14*(1), 1-11.
- Storksdieck, M. (2006). *Field trips in environmental education.* Berlín: Berliner WissenschaftsVerlag.
- Šťastná, R. (2013). *Využívání moderních technologií ve vzdělávání*. (Bakalářská práce, Vysoká škola báňská, Ostrava). Retrieved from http://hdl.handle.net/10084/100976.
- Štroner, M . (2021). *Globální navigační satelitní systémy (GNSS)*. Retrieved from https://1url.cz/6uTLp
- Švec, J. (1996). *Stručná historie tělesné kultury*. Hradec Králové: Gaudeamus.
- The Editors and staff of Geocaching.com. (2009). *The Complete Idiot's Guide to Geocaching*. The United States of America: Penguin Group.
- Tussyadiah, I. P., & Zach, F. J. (2012). The role of geo-based technology in place experiences, *Annals ofTourism Research, 39* (2), 780-800.
- Vaník, J. (2017). *Atlas geocachingu* (Diplomová práce, Západočeská univerzita, Plzeň). Retrieved from https://theses.cz/id/712uhg/
- Vítek, O. (2007). *Geocaching: turistika se srdcem moderních technologií.* Praha: Environs –Agentura ochrany přírody a krajiny ČR.
- Wendel, M. L., Garney, W., Cunningham, G. B., Ory, M. G., Ingram. M., & Castle, B. (2013). Geocaching for exercise and activity research (GEAR): Exploring the physical activity aspects of a modern recreational activity. *Sborník příspěvků z konference APHA Annual Meeting and Exposition* (Poster No. 282435). Boston: American Public Health Association.
- Xu, F., Weber, J., & Buhalis, D. (2014). Gamification in tourism. In Z. Xiang & I. Tussyadiah (Eds.), *Sborník příspěvků z konference Information and Communication Technologies in Tourism* (pp. 525-537). Dublin: Springer.
- Zecha, S. (2012). Geocaching, a tool to support environmental education!? – An explorative study. *Educational Research eJournal, 2*(2), 177-188.

TOURISM IN KEMPTEN AS ONE OF THE MOST IMPORTANT CENTRES OF CULTURAL TOURISM IN BAVARIA

Zygmunt Sawicki

Received: January 23, 2023 Accepted: April 24, 2023

Contact: Witelon State University of Applied Sciences, Legnica, Poland,
Elite School of Sport of German Olympic Sports Confederation in Oberstdorf, Germany, Ludwigstr. 3, 87561 Oberstdorf, Germany
e-mail: zygmuntsawicki5@gmail.com

ABSTRACT

Kempten is one of the oldest towns in Germany and due to its rich history related to belonging to the Roman Empire, this city is one of the most significant centres of cultural tourism in Bavaria. In addition, Kempten, which is located in the Alpine region of Germany, also attracts tourists whose goal is physical activity. The aim of this paper is to show the state of tourism in Kempten in recent years, as well as to examine the opinions of tourists regarding their motives for arrival at this tourist destination. The results of secondary research from the information materials from the Statistical Office in Kempten were used in the study. In addition, a special questionnaire of the author's design was used to diagnose the opinions of tourists. The research results show intensive tourist traffic in Kempten, and the most important motives for go there include cultural aspects and active recreation.

Keywords: cultural tourism, active tourism, Kempten, Bavaria.

INTRODUCTION

Kempten is one of the most important centres of tourism in Bavaria. Due to its significant historical heritage and mountainous location in Kempten, vast tourist traffic has been observed there for many years. In Kempten, there are many monuments of ancient Roman origin, which attract tourists not only from Germany but also from around the world. In addition, because of its favourable geographical location and climatic conditions, Kempten is also an important centre for active tourism and sport. Apart from exploring the city and the surrounding area, there are many proposals for physical activity among tourists who prefer skiing and other sports on snow and ice in winter, as well as mountain hiking, water sports and cycling in summer.

Despite being a very busy tourist destination, Kempten also experienced a slump in tourism caused by the outbreak of the COVID-19 pandemic in 2020 and 2021. This was reflected in a large decrease in the number of tourists, overnight stays and the level of occupancy of bed places at this destination. The aim of this study is to present the state of tourism in Kempten over the last few years, considering not only the aspect of cultural tourism but also sport and recreational activities of tourists who visit this interesting destination.

LITERATURE REVIEW

Currently, one of the main forms of tourism is cultural tourism. Wyrzykowski and Marak (2010) define it as trips, the main motive of which is the desire to get to know places and objects of cultural heritage, as well as to participate in cultural events. It concerns the values of traditional folk culture, cultural goods and contemporary human activity. According to Dettmer et al. (1995), cultural tourism includes both intellectual and material elements, as well as emotional features characterising a society or social group. Gaworecki (2010) combines cultural tourism with historical tourism for visitors who want to see architecture, historical buildings and other objects from the past. According to Richards (2002), tourism is an optimal example of intercultural integration as a process and culture as a tourist product. Cultural tourism is a type of tourism with special interests that directs the search for and participation in new and profound cultural experiences of an aesthetic, intellectual, emotional or psychological nature (Stebbins, 1996). People who engage in cultural tourism visit art galleries and museums, historic sites, communities or monuments, cultural events, festivals and fairs, ethnic communities, as well as architectural and archaeological treasures. Silberberg (1995) considers cultural tourism to include tourism mainly in urban areas, particularly, in historic or large cities, and their cultural facilities such as museums and theatres. Today, tourist destinations increasingly favour cultural tourism and distancing themselves from mass tourism. The demand for authentic experiences, including an interest in heritage, indigenous culture and nature experiences, is seen as a recent development on the tourism market (Poon, 2003).

In addition to cultural tourism, which mainly meets the spiritual needs of man, another type that is also very important is active tourism. It concerns human physical activity, usually combined with sports and recreational activities. The aim of active tourism is to travel in order to regenerate mental and physical strength, using specific advantages of recreation, such as the mountainous and water environment. Gaworecki (2010) defines active tourism as a temporary and voluntary change in place of residence, combined with a change in everyday lifestyle, meeting the needs of movement and physical effort, as well as personal contact with a different social, natural and cultural environment. Freyer (2002) and Schwark (2016) define active tourism as sports tourism, directly related to practicing recreational sports during tourist trips. According to Schwark (2006), the most popular forms of sports and recreation among tourists are:

- *outdoor sports, such as hiking and mountaineering, sailing, swimming, diving, cycling, paragliding, canoeing, horseback riding, golf, skiing and other winter sports,*
- *individual sports, such as running, tennis, table tennis, badminton,*
- *gymnastics and strength training,*
- *team sports, such as football, volleyball, handball, basketball and others.*

KEMPTEN – GENERAL CHARACTERISTICS

Kempten is a city in Germany with county rights, in the Swabia region of the Bavaria state, in the Allgäu area. It has approx. 70,000 inhabitants (Kempten Allgäu, n.d.). Kempten is located on the eastern border of the historical lands of the Alemanni, on the Iller river, in the foreground of the Bavarian Alps, about 100 km southwest of Munich, approx. 50 km east of Lake Constance and about 35 km

north of Oberstdorf – the most important centre of mountain tourism in Germany. The lowest point in the city lies at an altitude of 646 m above sea level (ASL), and the highest at 915 m ASL. Kempten is one of the most popular and most frequently visited tourist and sports centres in Bavaria (Czysz et al., 1995). Along with Speyer, Worms, Trier, Cologne and Augsburg, Kempten is one of the oldest cities in Germany. The history of Kempten goes back at least to the Roman conquest of the foothills of the Alps around 15 BC. The Celtic settlement of Kempten (Kambodounon) was first documented in the fourth book of geography by the Greek geographer Strabo, written before 18 AD. However, there is no reliable archaeological evidence of a major pre-Roman settlement. On the other hand, the existence of the Roman city of Cambodunum around the time of the aforementioned conquest of the Roman foothills by Drusus and Tiberius is considered certain. Cambodunum was probably the capital of the province of Raetia in the 1st and 2nd centuries before the newly founded Augsburg took over from the late 2nd century (Weber, 2000). Archaeological excavations confirm the existence of the Roman city of Cambodunum since the beginning of the 1st century. The ruins of the Roman settlement are now accessible in the Archaeological Park Cambodunum. This park is one of Kempten's main tourist attractions and also contains the remains of the center of Cambodunum, a Gallo-Roman temple quarter, small thermal baths and a forum (Photo 1).

Nowadays, Kempten is of great economic importance in Bavaria. The most significant industry branch is dairy, followed by engineering and beer brewery. Kempten has numerous schools of all levels, including the University of Applied Sciences.

Photo 1: Cambodunum Archaeological Park in Kempten

Source: Archäologischer Park Cambodunum [29.01.2023]

The town of Kempten is a very attractive tourist destination due to its great historical value as well as its mountainous location. It has many tourist attractions, which include:

- the Old Town,
- St. Lorenz Church - an example of high-rank early Baroque religious architecture, since 1969 - a minor basilica (Photo 1),
- residence of abbots with baroque interiors,
- the city library,
- Cambodunum Archaeological Park (Photo 1),
- Alpine Museum,
- granary with regional museum,
- town hall,
- St. Magnus Church,
- house of goldsmith art, renovated in 2017,
- railway bridge over the Iller river from 1906 (the world's largest railway bridge built of compacted concrete).

In 2019, before the COVID-19 pandemic, more than 192,000 tourists and 332,000 overnight stays were registered in Kempten. As previously mentioned, Kempten is an important centre for active tourism

in Bavaria. Winter sports, such as alpine and cross-country skiing as well as summer mountain hiking, cycling, water sports, mountaineering, horseback riding, golf, tennis and many others are very popular in this region (Tourismus Statistik, 2021).

DATA AND METHODS

The aim of this study is to present the state of tourism at one of the most important cultural tourism centres – Kempten - in the last few years. Additionally, in this study, the opinions of tourists staying in Kempten are examined with regard to cultural tourism and active tourism. In the first part of the study, focused on evaluating the level of tourist traffic, data from the Statistical Office in Kempten were used. Therefore, bibliographic and Internet sources were applied to describe the study region. In the second part of the research, a special questionnaire of the author's design was created to find out the opinions of tourists about the possibility of practicing tourism in Kempten. The study covered 246 adult tourists, including 119 women and 127 men, who took part in a survey conducted personally by the author of this work in December 2022. The survey was anonymous and the respondents were randomly selected.

RESULTS AND DISCUSSION

THE VOLUME OF TOURIST TRAFFIC IN KEMPTEN IN 2016-2021

In Table 1, data is presented on tourist traffic in Kempten in 2016-2021, with the last 2 years referring to the COVID-19 pandemic. These data concern the number of tourists, overnight stays and the occupancy rate of accommodation places (bed capacity) in Kempten. According to the data on tourist traffic, it can be said that in the years 2016-2019, tourist traffic in Kempten had been steadily increasing. Kempten closed the record year 2019 with 192,289 arrivals, 332,063 overnight stays and a bed occupancy rate of 60.4 percent. In 2020, the situation significantly changed; 99,688 guests arrived in Kempten, who generated 213,770 overnight stays - a drop of around 48 percent in arrivals and 35 percent in overnight stays. A similar decrease also applied to the bed capacity category in the accommodation infrastructure of Kempten. The data given above confirm that in 2020, there was a significant reduction in tourist traffic in Kempten, which contributed to the deterioration of its economic situation. According to the opinion of the municipal authorities, Kempten, at the turn of 2021 and 2022, is again back on track to achieve a much higher level of tourist traffic than during the pandemic (Tourismus Statistik, 2021).

Table 1: Tourist traffic in Kempten between 2016-2021

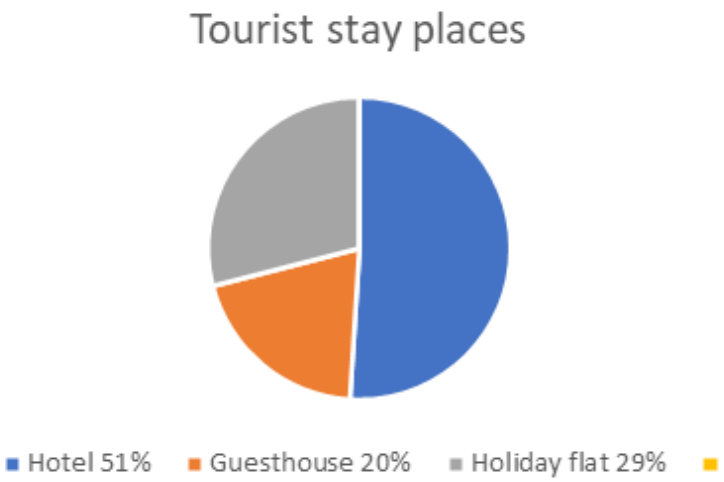
Subject/Year	2021*	2020*	2019	2018	2017	2016
Tourists	99,787	99,688	192,289	187,341	178,242	164,358
Overnight stays	218,300	213,770	332,063	326,587	317,025	279,718
Bed capacity (%)	24.8	24.2	60.4	58.7	55.9	52.7

*years of the COVID-19 pandemic outbreak
Source: Own elaboration based on data from the Statistical Office (Tourismus Statistik, 2021).

TOURISM IN THE OPINION OF TOURISTS IN KEMPTEN - QUESTIONNAIRE RESEARCH

The aim of the survey was to find out the opinions of tourists staying in Kempten regarding cultural and active tourism. In Figure 1, the respondents' tourist destinations are shown. More than 1/2 of the respondents preferred a hotel, 1/3 of respondents used a holiday apartment while 1/5 used the services of a guesthouse.

Figure 1: Tourist stay places in Kempten



Source: Own elaboration.

As can be seen from the data presented in Table 2, for the majority of the surveyed tourists, cultural tourism was the most important reason for coming to Kempten (81%). In addition, 2/3 of the respondents also preferred active tourism, while other goals were not of great significance. These results are confirmed in the similar research carried out by Berg (2010) and Schwark (2016), who noted that forms of spending time by tourists are dominated by elements of cultural and active tourism.

Table 2: Purpose of stay in Kempten*

Purpose	Percentage
Cultural tourism	81
Active tourism	68
Passive recreation	12
Visiting family/friends	11

*multiple-choice answers, sum of % is >100
Source: Own elaboration.

In Table 3, the research results are demonstrated regarding the goals of cultural tourism in Kempten. For the majority of interviewed tourists, the most important tourism objective was to visit interesting places in the city. In addition, 2/3 of the respondents would like to get to know a new region and the history of the city. Only 1/3 of tourists preferred social contacts.

Table 3: Purpose of undertaking cultural tourism by tourists in Kempten*

Purpose	Percentage
Getting to know interesting places in Kempten	87
Getting to know a new region	65
Learning about the city's history	64
Social contacts	32

*multiple-choice answers, sum of % is >100
Source: Own elaboration.

The most important goals related to active tourism turned out to be health (73%) and pleasure (71%). For about 1/2 of the respondents, physical activity is associated with learning new sports disciplines that can be practiced in the mountain area. Slightly less important were objectives such as social contacts and physical condition (Table 4). Robinson and Gammon (2004), Berg (2010) and Hadzik et al. (2015) define similar motives for undertaking sports and recreational activities. These mainly include pleasure, health and interpersonal contacts.

Table 4: Purpose of undertaking active tourism by the surveyed tourists*

Purpose	Percentage
Health	73
Pleasure	71
Getting to know new forms of physical activity	47
Social contacts	42
Achieving good physical condition	39

*multiple-choice answers, sum of % is >100
Source: Own elaboration.

As already mentioned, the surveyed tourists staying in Kempten also prefer active tourism practiced in the mountain area. In Table 5, the most popular forms of this activity undertaken among the surveyed tourists in Kempten are presented. The most popular summer sports and recreational activities include mountain hiking, cycling, swimming, golf, jogging and tennis, while winter sports include skiing or snowboarding, cross-country skiing and ski tours. The greatest popularity of ski sports and winter tourism was also confirmed in the study results obtained by Sung (2008) and data from Allgäu (n.d).

Table 5: Preferred forms of physical activity undertaken by the surveyed tourists*

Form	Percentage
Hiking	69
Alpine skiing/Snowboarding	61
Cycling	54
Swimming/Sauna	44
Cross-country skiing	38
Golf	31
Ski tours	24
Jogging	23
Tennis	19

*multiple-choice answers, sum of % is >100
Source: Own elaboration.

The surveyed tourists were finally asked how they generally evaluate the tourist infrastructure in Kempten. As the data in Table 6 indicate, the majority of the surveyed tourists assessed the level of tourism development in Kempten as high (78%). Therefore, these results may confirm the high popularity of this tourist destination. The great importance of Kempten as a popular tourist and sports centre is emphasized in the materials of the Statistical Office in Kempten.

Table 6: Rating of the tourist infrastructure in Kempten, declared by tourists

Score	Percentage
High	78
Average	15
Low	7

Source: Own elaboration.

CONCLUSIONS

Based on the results, it may be concluded that Kempten is a city characterised by large tourist traffic. This is shown by the data on the volume of this traffic from the period of 2016-2019. During the COVID-19 pandemic in 2020 and 2021, the volume of tourist traffic significantly decreased, which is reflected in the number of arriving guests and overnight stays. Since 2022, a revival of tourism in Kempten has been observed. Kempten is a very attractive tourist town in Bavaria, which is mainly due to its historical identity and favourable geographical and climatic location. In addition, Kempten has a good tourist infrastructure, which was confirmed by the survey in this work. Due to these qualities, cultural tourism. combined with the physical activity of tourists who visit this destination, is the most popular in Kempten. There is a lack of data on tourist traffic from 2022 at the moment. Thus, would be advisable to conduct similar research comparing the dynamics of this traffic in Kempten during the post-pandemic period.

REFERENCES

- Allgäu. (n.d.). Retrieved from https://www.allgaeu.de [23.01.2023].
- Archäologischer Park Cambodunum. (n.d.). Retrieved from https://www.apc-kempten.de [29.01.2023].
- Berg, W. (2010). Wirtschaftsfaktor Tourismus. In A. Schulz (ed.), *Grundlagen des Tourismus* (pp. 1-43). München: Oldenbourg Verlag.
- Czysz, W., Dietrich, H., & Weber, G. (1995). *Kempten und das Allgäu. Führer zu archäologischen Denkmälern in Deutschland, Bd. 30*. Stuttgart: Konrad Theiss Verlag.
- Dettmer H., Glück, E., Hausmann, T., Kaspar, C., Logins, J., Opitz, W., & Schneid, W. (1995). *Tourismustypen.* München: Oldenbourg Verlag.
- Freyer, W. (2002). Sport-Tourismus – Einige Anmerkungen aus Sicht der Wissenschaften. In A. Dreyer (ed.), *Tourismus und Sport* (pp. 2-26). Wiesbaden: Deutscher Universitäts-Verlag.
- Gaworecki, W. W. (2010). *Turystyka*. Warszawa: PWN.
- Hadzik A., Sawicki Z., Bartik, P., & Görner K. (2015). *Sporttourismus. Theoretische und praktische Aspekte.* FHS-prints 1/2015, Schriftenreihe der Fachhochschule Schmalkalden.
- Kempten Allgäu. (n.d.). Retrieved from https://www.kempten.de [23.01.2023].
- Poon, A. (2003). A new tourism scenario – Key future trends: The Berlin report. *Tourism Intelligence International, 21*(2), 214-232.
- Richards, G. (2002). Tourism attraction systems: Exploring cultural behavior. *Annals of Tourism Research, 29*(4), 1048-1064.
- Robinson, T. & Gammon, S. (2004). A question of primary and secondary motives: Revisiting and applying the sport tourism framework. *Journal of Sport Tourism, 9*(3), 221-233.

- Schwark, J. (2006). *Grundlagen zum Sporttourismus.* Münster: Waxmann-Verlag.
- Schwark, J. (2016). *Handbuch Sporttourismus.* Konstanz, München: UVK Verlagsgesellschaft GmbH.
- Silberberg, T. (1995). Cultural Tourism and Business Opportunities for Museums and Heritage Places. *Tourism Management, 16*(5), 361-365.
- Stebbins, R. A. (1996). Cultural tourism as serious leisure. *Annals of Tourism Research, 23*(4), 948–950.
- Sung, H. (2008). Classification and adventure travelers: behavior, decision making, and target markets. In M. Weed (ed.), *Sport and Tourism: A Reader* (pp. 224-257). London: Routledge, Taylor & Francis Group.
- Tourismus Statistik. (2021). Retrieved from www.kempten-tourismus.de [23.01.2023].
- Weber, K. (2008). Outdoor adventure tourism: a review of research approaches. In M. Weed (ed.), *Sport and Tourism: A Reader* (pp. 57-72). London: Routledge, Taylor & Francis Group.
- Weber, G. (ed.). (2000). *Cambodunum – Kempten. Erste Hauptstadt der Provinz Raetien? (Antike Welt, Sonderband) (Zaberns Bildbände zur Archäologie)*. Mainz am Rhein: Zabern.
- Wyrzykowski, J., & Marak, J. (2010). Wprowadzenie do turystyki. In J. Wyrzykowski & J. Marak (eds.), *Turystyka w ujęciu interdyscyplinarnym* (pp. 11-41). Wrocław: WSH.

Studia Turistica is an academic journal in the field of tourism, issued by the College of Polytechnics Jihlava, Czechia since 2010. The journal is the first Czech registered online electronic professional periodical which focuses on tourism issues. The aim of the journal is to provide academic staff, researchers, practicing specialists, students and the wide public with an overview of specialist issues related to the multidisciplinary substance of tourism.

Potential papers are offered the following topics for publication: tourism economics, tourism management, destination management, theory of tourism, regional development of tourism, sustainable development of tourism, statistics, GIS applications, geography of tourism, pedagogy and didactics of tourism, tourism marketing, tourist guide activities, sociology and psychology focused on tourism, philosophy of travel, transport, hospitality, animation and recreational sports, pedagogy of leisure time and recreology.

Studia Turistica is published in three volumes per year. Regular papers should normally be between 4,000 and 15,000 words. Longer or shorter papers will also be considered. Submitted papers must combine theoretical concepts with practical applications or empirical testing.

VYSOKÁ ŠKOLA POLYTECHNICKÁ JIHLAVA

- První veřejná vysoká škola neuniverzitního typu v České republice, od roku 2004
- Jediná veřejná vysoká škola se sídlem v Kraji Vysočina
- Ekonomicky, technicky a zdravotně zaměřené studijní obory
- Nabízíme bakalářské, magisterské i navazující magisterské studium v denní i kombinované formě
- Široká nabídka celoživotního vzdělávání včetně Univerzity třetího věku (U3V)
- Propojení výuky s praxí (dlouhodobá praxe během studia) a spolupráce školy s aplikační sférou
- Důraz na výuku cizích jazyků
- Zapojení do mezinárodního vzdělávacího programu Erasmus+
- Sportovní, společenské a kulturní vyžití

VŠPJ, Tolstého 16, 586 01 Jihlava,
tel.: 567 141 181, email: studijni@vspj.cz

www.vspj.cz

www.facebook.com/vsp.jihlava

V Š P J

College of
Polytechnics
Jihlava