

### **Príloha č. 3**

#### **Zoznam ilustrácií, grafov a tabuliek**

Obrázok č. 1: Vyjadrenie respondenta k dôvere voči kryptomene .....	20
Obrázok č. 2: Vyjadrenie respondenta k nedôvere voči kryptomene .....	22
Obrázok č. 3: Vyjadrenie respondenta k výhodám umelej inteligencie .....	28
Obrázok č. 4: Vyjadrenie respondenta k nevýhodám umelej inteligencie .....	29
Obrázok č. 5: Vyjadrenie respondenta k výhodám virtuálnej reality .....	33
Obrázok č. 6: Vyjadrenie respondenta k výhodám virtuálnej reality .....	33
Obrázok č. 7: Vyjadrenie respondenta k výhodám virtuálnej reality .....	33
Obrázok č. 8: Vyjadrenie respondenta k výhodám virtuálnej reality .....	34
Obrázok č. 9: Vyjadrenie respondenta k výhodám virtuálnej reality .....	34
Obrázok č. 10: Vyjadrenie respondenta k výhodám virtuálnej reality .....	34
Obrázok č. 11: Vyjadrenie respondenta k výhodám virtuálnej reality .....	35
Obrázok č. 12: Vyjadrenie respondenta k výhodám virtuálnej reality .....	35
Obrázok č. 13: Vyjadrenie respondenta k výhodám virtuálnej reality .....	35
Tabuľka č. 1: Výhody kryptomeny Bitcoin CASH .....	9
Tabuľka č. 2: Charakteristika štandardizovaného ekonomického dopytovania .....	15
Tabuľka č. 3: Porovnanie pojmu kryptomena a využitie kryptomeny .....	19
Tabuľka č. 4: -Porovnanie pojmu kryptomena a dôvera voči kryptomene .....	20
Tabuľka č. 5: Porovnanie pojmu kryptomena a lepšia propagácia by spôsobila väčšie využitie .....	24
Tabuľka č. 6: Porovnanie pojmu virtuálna realita a ponúkание virtuálnej reality prostredníctvom cestovnej kancelárie .....	31
Tabuľka č. 7: Pomer veku a pohlavia respondentov .....	50
Graf č. 1: Poznanie pojmu kryptomena .....	17
Graf č. 2: Využívanie kryptomeny pri uhrádzaní poplatkov .....	18
Graf č. 3: Dôvera voči kryptomene .....	19
Graf č. 4: Dôvera voči kryptomene podľa skupín .....	21
Graf č. 5: Nedôvera voči kryptomene podľa skupín .....	22
Graf č. 6: Lepšia propagácia by spôsobila väčšie využívanie .....	23
Graf č. 7: Poznanie pojmu umelá inteligencia .....	25
Graf č. 8: Využívanie umelej inteligencie pri cestovaní .....	26
Graf č. 9: Atraktivita destinácie pomocou umelej inteligencie .....	26

Graf č. 10: Výhody umelej inteligencie podľa skupín .....	27
Graf č. 11: Nevýhody umelej inteligencie podľa skupín .....	29
Graf č. 12: Poznanie pojmu virtuálna realita .....	30
Gaf č. 13: Využitie virtuálnej prehliadky areálu hotela a hotelových pláží .....	31
Graf č.14: Najpreferovanejšie možnosti využitia virtuálnej reality v službách cestovných kancelárií .....	32
Graf č. 15: Názory respondentov ako inak by využili virtuálnu realitu pri cestovaní .....	35
Graf č. 16: Pohlavie respondentov .....	49
Graf č. 17: Vek respondentov .....	50
Graf č. 18: Vzdelanie respondentov .....	51
Graf č. 19: Štruktúra respondentov podľa krajov .....	51