



Ekonomická
fakulta
Faculty
of Economics

Jihočeská univerzita
v Českých Budějovicích
University of South Bohemia
in České Budějovice

Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích

Ekonomická fakulta

Katedra obchodu a cestovního ruchu

Bakalářská práce

Couchsurfing – alternativní možnost cestování

Vypracovala: Markéta Váňová
Vedoucí práce: Ing. Petr Štumpf, Ph.D.

České Budějovice 2017

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
Fakulta ekonomická
Akademický rok: 2015/2016

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Markéta VÁŇOVÁ**
Osobní číslo: **E14305**
Studijní program: **B6208 Ekonomika a management**
Studijní obor: **Obchodní podnikání**
Název tématu: **Couchsurfing - alternativní možnost cestování**
Zadávající katedra: **Katedra obchodu a cestovního ruchu**

Z á s a d y p r o v y p r a c o v á n í :

Cíl práce:

Zhodnocení výhod a nevýhod Couchsurfingu oproti tradičním formám cestování. Identifikovat uživatele sítě Couchsurfing a jejich motivační faktory. Určit sociokulturní a ekonomické dopady nového způsobu cestování.

Metodický postup:

1. Studium teoretických východisek
2. Příprava a realizace vlastního výzkumu
3. Analýza současného stavu
4. Syntéza výsledků a poznatků
5. Návrh opatření na základě zjištěných poznatků

Rámcová osnova:

1. Úvod. Cíl práce (hypotézy). 2. Přehled řešené problematiky (literární rešerše). 3. Metodika. 4. Řešení a výsledky (diskuze). 5. Závěr. I. Summary a key words v AJ. II. Seznam použitých zdrojů. III. Seznam obrázků, tabulek a grafů. IV. Seznam příloh. V. Přílohy.

Rozsah grafických prací: **dle potřeby**
Rozsah pracovní zprávy: **40 - 50 stran**
Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná**
Seznam odborné literatury:


Hesková, M. a kol. (2011). *Cestovní ruch pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. 2. vyd. Praha: Fortuna.
Kotíková, H. (2013). *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. Praha: Grada Publishing, a.s.
Orieška, J., (2010). *Služby v cestovním ruchu*. Praha: Idea servis.
Palatková, M., (2011). *Mezinárodní cestovní ruch*. Praha: Grada Publishing, a.s.
Ryglová, K., Burian, M., & Vajčnerová, I. (2011). *Cestovní ruch - podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing.

Vedoucí bakalářské práce: **Ing. Petr Štumpf**
Katedra obchodu a cestovního ruchu

Datum zadání bakalářské práce: **11. ledna 2016**
Termín odevzdání bakalářské práce: **30. dubna 2017**


doc. Ing. Ladislav Rolínek, Ph.D.
děkan

JIHOČESNÁ UNIVERZITA
V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
EKONOMICKÁ FAKULTA
Studentické 13 (26)
370 05 České Budějovice


Ing. Viktor VOJTKO, Ph.D.
vedoucí katedry

V Českých Budějovicích dne 12. února 2016

Prohlášení

Prohlašuji, že svoji bakalářskou práci na téma „Couchsurfing – alternativní možnost cestování“ jsem vypracovala samostatně pouze s použitím pramenů a literatury uvedených v seznamu citované literatury.

Prohlašuji, že v souladu s § 47 zákona č. 111/1998 Sb. v platném znění souhlasím se zveřejněním své bakalářské/diplomové práce, a to - v nezkrácené podobě/v úpravě vzniklé vypuštěním vyznačených částí archivovaných Ekonomickou fakultou - elektronickou cestou ve veřejně přístupné části databáze STAG provozované Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích na jejích internetových stránkách, a to se zachováním mého autorského práva k odevzdanému textu této kvalifikační práce. Souhlasím dále s tím, aby toutéž elektronickou cestou byly v souladu s uvedeným ustanovením zákona č. 111/1998 Sb. zveřejněny posudky školitele a oponentů práce i záznam o průběhu a výsledku obhajoby kvalifikační práce. Rovněž souhlasím s porovnáním textu mé kvalifikační práce s databází kvalifikačních prací Theses.cz provozovanou Národním registrem vysokoškolských kvalifikačních prací a systémem na odhalování plagiátů.

Datum

Markéta Váňová

Poděkování

Ráda bych touto cestou poděkovala panu Ing, Petru Štumpfovi, který velmi dobře zastal pozici vedoucího mé bakalářské práce, za jeho velmi pomocné rady a připomínky během zpracování práce a za jeho odborné vedení této práce. Také bych chtěla poděkovat své rodině a přátelům za důkladnou podporu.

Obsah

1	Úvod	3
2	Přehled řešené problematiky	5
2.1	Formy cestovního ruchu	5
2.2	Alternativní cestovní ruch a jeho formy	7
2.2.1	Příklady nových trendů v alternativním cestovním ruchu	8
2.3	Motivace v cestovním ruchu	8
2.4	Sociokulturní a ekonomické dopady cestovního ruchu	10
2.4.1	Ekonomické dopady (vlivy)	10
2.4.2	Sociokulturní dopady (vlivy)	11
2.5	Individuální cestovní ruch	13
2.6	Couchsurfing	14
2.6.1	Bezpečnost	16
2.6.2	Motivace uživatele Couchsurfingu	18
3	Metodika	19
4	Řešení a výsledky	21
4.1	Dotazníkové šetření	21
4.1.1	Zkušenost se službou Couchsurfing	21
4.1.2	Identifikace uživatele Couchsurfingu	22
4.1.3	Využití služby Couchsurfing	26
4.1.4	Bezpečnost	35
4.1.5	Poslední cesta s Couchsurfingem	36
4.2	Zhodnocení strukturovaných rozhovorů	45
4.2.1	Dotazování uživatelé Couchsurfingu	45
4.2.2	Jednotlivá témata rozhovoru	46
4.3	Shrnutí výsledků dotazníkového šetření a strukturovaných rozhovorů	48
4.4	Návrh řešení	51
4.4.1	Poznávací zájezd od cestovní kanceláře	51
4.4.2	Individuální poznávací cesta s využitím Couchsurfingu	53
4.4.3	Porovnání cest skrz cestovní kancelář a skrz Couchsurfing	55
5	Závěr	57
I.	Summary	59
II.	Seznam použitých zdrojů	60

III. Seznam obrázků, tabulek a grafů

IV. Seznam příloh

V. Přílohy

1 Úvod

Cestovní ruch je v současné době obrovským fenoménem, díky kterému se propojuje kultura různých národů po celém světě. Zároveň je chápán jako ukazatel životní úrovně obyvatelstva, který se podílí na několika ekonomických faktorech, jako je například podíl na hrubém domácím produktu, podíl na devizových příjmech či podíl na zaměstnanosti. Lidé neustále mají potřebu cestovat, poznávat nové lidi a kulturu ostatních zemí a chtějí tak využít svůj volný čas a finanční prostředky pro tuto potřebu cestování, bez kterého si většina lidí současný život už nedokáže představit.

Existuje mnoho forem cestovního ruchu z různých hledisek a rozlišují se i tzv. alternativní formy cestovního ruchu, pro něž je typické něco zvláštního, dobrodružného a netradičního. Jednou z forem cestovního ruchu podle způsobu organizování je individuální cestování, které je spojené s tématem této bakalářské práce. Cestovní ruch v sobě zároveň skrývá mnoho služeb ze všech různých odvětví, jako jsou například dopravní služby, stravovací služby či informační služby, ale především také ubytovací služby, které jsou zahrnuté společně s individuálním turismem v hlavním tématu práce, což je Couchsurfing.

Couchsurfing je sociální internetová síť, která je rozšířená po celém světě a má mnoho uživatelů, kteří ji využívají při svém cestování do různých destinací a turistických cílů. Tato služba nabízí bezplatné ubytování pro jakéhokoliv turistu, který je přihlášen k této globální síti a při svém individuálním cestování má možnost se ubytovat u kteréhokoliv uživatele, který zadarmo nabízí ubytování u sebe doma a ušetří tak dostatek finančních prostředků, které může vynaložit na další poznávání cílové destinace. Díky této službě a komunikaci mezi uživateli Couchsurfingu navzájem se střetávají různé kultury různých zemí a následně se tak propojují vědomosti a znalosti o dané kultuře mezi dalšími uživateli, turisty a lidmi po celém světě. Prostřednictvím této služby člověk při svém individuálním cestování může poznat nové lidi, zažít dobrodružství a tedy i ušetřit peníze za ubytování a je to jedna z možností, jak cestovat a poznávat nová místa.

Cíl práce

Zhodnocení výhod a nevýhod Couchsurfingu oproti tradičním formám cestování. Identifikovat uživatele sítě Couchsurfing a jejich motivační faktory. Určit sociokulturní a ekonomické dopady nového způsobu cestování.

Předpoklady výzkumu

Celkem 80 % uživatelů Couchsurfingu je ve věku od 18 do 35 let.

Pro více než polovinu uživatelů Couchsurfingu je hlavním důvodem využití úspora nákladů za ubytování.

2 Přehled řešené problematiky

2.1 Formy cestovního ruchu

Formu lze chápat jako příčinu cestovního ruchu a cestování. V současné době se rozlišuje mnoho forem cestovního ruchu z různých hledisek.

Formy cestovního ruchu umožňují především určit podstatu cestovního ruchu a to z hlediska potřeb a cílů jeho účastníků. Díky formám lze pak lépe připravovat produkt a poté ho nabízet cílové skupině účastníků cestovního ruchu. (Hesková a kol., 2011, s. 25)

Podle Heskové a kol. (2011, s. 25) typologie forem CR využívá více klasifikačních kritérií.

Lze je členit následovně:

- Z geografického hlediska – rozdělují se na domácí, zahraniční a mezinárodní cestovní ruch a odvozené formy jsou vnitřní, národní a regionální cestovní ruch.
- Podle počtu účastníků – patří sem individuální, skupinový, masový a také ekologický cestovní ruch.
- Podle způsobu organizování – zde se rozlišuje individuální cestování, které si samo organizuje až 80 % účastníků cestovního ruchu, a dále organizované cestování.
- Podle věku účastníků – zařazuje se sem cestovní ruch dětí, mládežnický, rodinný a seniorský.
- Z hlediska délky účasti – jde o cestovní ruch výletní, krátkodobý, víkendový a dlouhodobý cestovní ruch.
- Podle převažujícího místa pobytu – jsou rozděleny na městský, příměstský, venkovský, horský, vysokohorský a přímořský CR
- Podle ročního období – je možné hovořit o sezónním, mimosezónním a celoročním turismem.
- Podle použitého dopravního prostředku – zde se rozpoznává motorizovaný, železniční, letecký a lodní cestovní ruch.
- Z hlediska dynamiky – rozlišuje se pobytový (statický) a putovní (namický) cestovní ruch.

- Ze sociologického hlediska – lze hovořit o návštěvách příbuzných a známých, sociálním a etnickém CR. (Hesková a kol., 2011, s. 25-34)

V odborné literatuře lze najít řadu různých kritérií systematiky cestovního ruchu, což znamená, že chápání forem cestovního ruchu se může od různých autorů lišit. Například různí autoři zaměňují formy cestovního ruchu za druhy cestovního ruchu a naopak. Proto lze formy také rozdělit na základní, které odpovídají nejširším potřebám svých účastníků a specifické, které uspokojují specifické požadavky jeho účastníků.

Mezi základní formy patří:

- Rekreační cestovní ruch, který především přispívá k regeneraci a reprodukci fyzických a duševních sil člověka a realizuje se ve vhodném příjemném rekreačním prostředí.
- Kulturně poznávací CR a ten je zacílený na poznávání nejen historie a kultury, ale i tradic a zvyků apod.
- Sportovně – turistický CR využívá lidí, kteří mají zájem o aktivní odpočinek a o aktivní účast na sportovních činnostech. Mezi sportovně – turistický CR lze řadit i organizování pasivní účasti na různých sportovních akcích.
- Léčebný a lázeňský CR je zaměřený na léčbu, prevenci, relaxaci, ale i na celkovou obnovu fyzických a duševních sil jednotlivce. (Ryglová, Burian, & Vajčnerová, 2011, s. 20)

„Specifické formy uspokojují zvláštní potřeby nejrůznějších specializovaných spotřebitelských cestovatelských segmentů, přičemž nabídka se bude i nadále rozšiřovat v souladu s nejnovějšími trendy v cestovním ruchu.“ (Ryglová, Burian, & Vajčnerová, 2011, s. 20)

Do specifických forem cestovního ruchu se řadí cestovní ruch mládežnický, seniorů, rodinný, lidí s tělesným postižením, ale i městský a venkovský. Součástí je také agroturistika, což je cestovní ruch spojený s pobytem na farmě nebo případně ekoagroturistika, které je spojená s pobytem na ekologicky hospodařících farmách. Dále mezi specifické formy CR patří kongresový a incentivní CR, chatařský a chalupářský, náboženský, zábavní a atrakční, gastronomický, ale i cykloturistika, mototuristika,

golfová turistika, sportovní lov a rybolov, karavanová turistika, nákupní turistika a další. (Rygllová, Burian, & Vajčnerová, 2011, s. 20)

2.2 Alternativní cestovní ruch a jeho formy

Hlavní rozdíl mezi klasickým cestovním ruchem a alternativním lze vysvětlit tak, jaký účastník se v daném cestovním ruchu zrovna pohybuje. Dají se rozlišit dva typy účastníků a to „turista“ a „cestovatel“, mezi nimiž je patrný rozdíl.

Turista je účastník cestovního ruchu a zároveň návštěvník, který cestuje na dobu zahrnující to, že alespoň jednou přenocuje mimo své obvyklé prostředí. (Beránek a kol., 2013)

Zatímco lze chápat turistu jako pasivního, který většinou očekává, že se mu během jeho organizovaným cestování přihodí zajímavé věci a zážitky a že všechno bude zabezpečeno jenom pro něho a kvůli němu, naproti tomu vystupuje cestovatel, který je velmi aktivní a usilovně vyhledává nejen zážitky, ale i dobrodružství a rád se setká a pozná s novými lidmi. Tito cestovatelé dobrodruzi, mají zájem nalézt a poznat místa, do nichž cestují. Tato touha po dobrodružství a snaha o autentické zážitky, ale i zkušenosti, zpravidla ústí do nových produktů, které se pak stávají alternativními formami cestovního ruchu. (Kotíková, 2013, s. 29)

Například se v cestovním ruchu začíná objevovat „like a local“, což lze přeložit „jako místní.“ Jak ze samotného názvu vyplývá, cílem je poznat dané cílové místo cestovního ruchu hlouběji a „zažít“ je tak jako místní obyvatelé – včetně cestování městskou hromadnou dopravou, návštěvy restauračních zařízení, kam chodí místní na oběd a bavit se – a také navazovat kontakty s místním obyvatelstvem. Tento trend se projevuje i v oblasti marketingu a informačních zdrojů. Některé destinace mají své vlastní průvodce obsahující typy a rady místních obyvatel, nebo se prezentují na sociálních sítích, které se specializují na tyto produkty (Kotíková, 2013, s. 30).

Alternativní formy se především snaží od masového turismu odlišit tím, že se snaží do cestovního ruchu zpátky navrátit základní motiv a tím je poznávání. Podstata těchto alternativních forem je především v tom, že se snaží hledat autenticitu, která je pro cestovní ruch důležitá a poslední dobou se pomalu vytrácí. (Kotíková, 2013)

2.2.1 Příklady nových trendů v alternativním cestovním ruchu

Gastronomický cestovní ruch

Jedním příkladem z alternativních forem cestovního ruchu a také novějším trendem je gastronomický cestovní ruch. Hlavním motivem v této formě jsou kulinářské zážitky a gastronomie. Jedná se například o účast na gastronomických akcích, o zážitky spojené s konzumováním jídel nebo i s jeho přípravou a prezentací. Do gastronomického cestovního ruchu lze také zařadit seznamování se s kulinářskými tradicemi v dané destinaci. (Kotíková, 2013, s. 39)

Dobrodružný cestovní ruch

Jak už z názvu vyplývá, s touto formou cestovního ruchu se spojuje pojem „dobrodružství.“ Pro tento pojem je typické něco zajímavého, netradičního nebo dokonce i nebezpečného, ale zároveň lákavého. Tato činnost se vyznačuje překonáním vlastních hranic a možností, dále také jedinečností i nepředvídatelností a pojí se silnými emocemi jedince prostřednictvím nových zážitků, prožitků a pocitů vzrušení či radosti. Tento novější trend tedy obsahuje určitou dávku rizika a vyžaduje určitý stupeň dovednosti. (Kotíková, 2013, s. 68)

Filmový turismus

Tato forma cestovního ruchu vznikla na základě reakce na popularitu filmů a televize. Film a televize dokážou ovlivnit chování člověka v daném cílovém místě, tak i jeho návštěvnost. Hlavním motivem je tedy návštěva míst, se kterými je spjatý určitý film či jiné audiovizuální dílo. (Kotíková, 2013, s. 132)

Dalšími novými trendy v oblasti alternativních specifických forem jsou například zdravotní cestovní ruch, temný cestovní ruch neboli dark tourism, dobrovolnický cestovní ruch, svatební cestovní ruch a mnohé další.

2.3 Motivace v cestovním ruchu

Motivace je velice rozmanitý a rozsáhlý pojem a existuje mnoho definic, které tento pojem vysvětlují. Podle jedné z mnoha definic lze ji chápat jako hybnou sílu jednání a konání člověka a také jako psychologický proces, pro který je typický, že aktivuje chování člověka a dává mu účel a směr. Dá se vydefinovat jako interní hnací

síla, která žene k uspokojení nenaplněných potřeb a k dosažení osobních a organizačních cílů. (Šamánková a kol., 2011)

Pojem motivace vyjadřuje také skutečnost, že v lidské psychice působí specifické vnitřní hybné síly, které jsou ne vždy zcela vědomé a uvědomované, a to pohnutky a motivy. Ty činnost člověka určitým směrem orientují, v daném směru ho aktivizují a vzbuzeou aktivitu udržují. Působení těchto sil se pak navenek projevují v podobě motivované činnosti či jednání. (Bedrnová & Nový, 2002)

Tyto důvody, které vedou k určitému jednání, lze vyjádřit pojmem motiv. Motiv je tedy určitá psychologická pohnutka, příčina či důvod určitého lidského chování nebo prožívání a dává mu psychologický smysl. K motivu se pojí i pojem cíle. Jeho obecným cílem je dosažení finálního stavu nasycení, které má zpravidla podobu vnitřního uspokojení z dosažení cíle motivu. (Cejthamr & Dědina, 2010)

Další definice uvádí, že *„motivace je kombinace vnitřních podnětů i vnější stimulace vedoucích k realizaci určité osobní aktivity. Motivaci v cestovním ruchu tvoří kombinaci vnitřních a vnějších podnětů vedoucích k realizace cestování u každého účastníka CR a je kritériem pro vymezení forem CR.“* (Pásková & Zelenka, 2002, s. 183)

Příkladem motivace v cestovním ruchu je například dobrodružství, labužnictví, osobní zájmy a koníčky a dále také tradiční či speciální cestování. Motivace cestovat je častou součástí dotazníkových šetření, která je i součástí výzkumu této bakalářské práce. S pojmem motivace souvisí také motivační cíl cesty. Je to místo na cestě, které velmi významně ovlivnilo rozhodnutí cestujícího uskutečnit cestu do dané turistické destinace, které je zároveň pokládáno z individuálních důvodů za prvořadé. (Pásková & Zelenka, 2002, s. 183)

Nejméně důležitou součástí motivace jsou její motivační faktory. Tyto faktory mají vliv především na motivaci jednotlivce. Lze je rozdělit na faktory přitahovací a vytlačovací, v překladu tzv. push a pull faktory motivace. Oba tyto faktory mají vliv na migraci.

- Faktory vytlačení neboli push faktory motivují rezidenty k opuštění místa trvalého bydliště (znečištěné životní prostředí, hluk, nezaměstnanost, atd.)

- Faktory přitahování neboli pull motivy naopak rezidenty přitahují prostřednictvím pozitivních aspektů destinace (pracovní příležitosti, daňové úlevy, atd.) Mezi tyto faktory patří i přírodní a kulturní atraktivita. (Pásková&Zelenka, 2002, s. 85)

Pojem motivace a od ní odvozen pojem motiv, hrají roli v členění cestovního ruchu, a to konkrétně v členění podle motivu účasti. Z tohoto hlediska lze rozdělit turismus na dvě velké skupiny: cestovní ruch v rámci volného času a cestovní ruch zahrnující obchodní a služební cesty. (Kotíková, 2013, s. 22)

Tyto motivy lze také rozdělit v následujícím členění.

Motivy cestování podle Světové organizace cestovního ruchu (UNWTO)

- Využití volného času, rekreace a dovolená
- Návštěvy příbuzných a přátel
- Obchodní a pracovní cesty
- Léčení
- Náboženské
- Ostatní (Kotíková, 2013, s. 23)

2.4 Sociokulturní a ekonomické dopady cestovního ruchu

Cestovní ruch je velmi významným fenoménem z řady hledisek. Právě jeho dopady rozvoje se promítají nejen do oblasti ekonomické, ale sociálně-kulturní i environmentální. Ovšem v cestovním ruchu se nejedná jen o vlivy pozitivní, někdy má jeho rozvoj i vlivy negativní. Jeho dopady především ovlivňují místo realizace cestovního ruchu. Ale i přes některé negativní dopady zůstává cestovní ruch důležitou součástí hospodářského rozvoje v řadě států. (Kotíková, 2013, s. 25)

2.4.1 Ekonomické dopady (vlivy)

Cestovní ruch není jediným determinantem rozvoje ekonomiky určitého státu. Lze ho chápat jako ekonomický multiplikátor, protože působí na ekonomický rozvoj různých odvětví národního hospodářství. Účinek cestovního ruchu na národní ekonomiku představuje soubor přímých a nepřímých dopadů. (Beránek a kol., 2013)

Přímé dopady cestovního ruchu na celkovou národní ekonomiku se vyjadřují především jeho podílem na tvorbě hrubého domácího produktu. Podíl cestovního ruchu

na HDP vyjadřuje celkový dopad na ekonomiku státu v podobě přírůstku hodnot, který vznikl působením výrobních faktorů v oblasti cestovního ruchu. (Beránek a kol., 2013, s. 23)

Dále se přímé dopady vyjadřují v devizových příjmech. Jsou to příjmy, které ekonomika generuje z příjezdového cestovního ruchu. Jedná se zejména o výdaje zahraničních účastníků cestovního ruchu na území navštíveného státu. Kromě devizových příjmů existují také devizové výdaje obyvatelstva a celkové výdaje na cestovní ruch. (Beránek a kol., 2013, s. 23)

„Převažují-li devizové příjmy z cestovního ruchu nad výdaji (tzn., že do země přijíždí více zahraničních návštěvníků než vyjíždí domácího obyvatelstva do zahraničí, respektive zahraniční návštěvníci v zemi utratí více než domácí obyvatelstvo v zahraničí), hovoří se o tzv. cestovním ruchu, který má kladný vliv na pracovní bilanci.“ (Beránek a kol., 2013, s. 23)

Eurostat uvádí následné ekonomické aspekty mezinárodního cestovního ruchu. Hospodářský význam lze měřit poměrem příjmů z mezinárodního cestovního ruchu ve vztahu k HDP a tyto konkrétní údaje pocházejí ze statistik platební bilance a zahrnují jak služební cesty rekreační. *V roce 2014 byl poměr příjmů z cestovního ruchu k HDP v členských státech EU nejvyšší v Chorvatsku (17,2 %), na Maltě (14,4 %) a Kypru (12,3 %), což potvrdilo význam cestovního ruchu pro tyto země. V absolutním vyjádření byly nejvyšší příjmy z mezinárodního cestovního ruchu zaznamenány v roce 2014 ve Španělsku (49,0 miliardy EUR) a Francii (43,2 miliardy EUR), za nimiž následovaly Spojené království, Itálie a Německo (ve všech třech zemích byly zaznamenány příjmy ve výši 33–35 miliard EUR).*

Německo zaznamenalo v roce 2014 nejvyšší výdaje na mezinárodní cestovní ruch v celkové výši 70,3 miliardy EUR, následovalo Spojené království (47,8 miliardy EUR) a Francie (36,7 miliardy EUR). (Eurostat, 2016)

2.4.2 Sociokulturní dopady (vlivy)

Kultura a turismus mají mnoho společného. Pojem kultura má mnoho různých definic nesoucí společné znaky např. kultura jako systém hodnot a sociálních norem, kultura jako výsledek procesu učení, nikoliv jako vrozená vlastnost a podobně.

Pod pojmem sociokulturní systém se rozumí různý způsob sociálně utvářeného, sociálně diferencovaného a sociálně integrovaného prostředí v určitém časoprostoru. Konkrétně fyzické i nehmotné (socioekonomické a kulturní faktory jako vzdělanostní, profesní, národnostní a další) prostředí mohou ovlivnit životní podmínky lokality či regionu. (Palatková, 2011, s. 23)

Tabulka 1: Pozitivní a negativní sociokulturní vlivy turismu v destinaci

Pozitivní vliv	Negativní vliv
Využití kultury jako atraktivity cestovního ruchu	
Zvýšená podpora tradiční kultury a projevu etnické sounáležitosti	Změny tradičních aktivit a řemesel v zájmu vyhovět „konzumní“ poptávce návštěvníků
Revitalizace tradičního umění, festivalů a jazyka	Znehodnocení a „inflace“ tradičních aktivit, degenerace místního jazyka, zásah do soukromí
Přímý kontakt mezi rezidenty a návštěvníky destinace	
Přerušování negativních stereotypů	Posílení negativních stereotypů a růst komercializace, zavlečení cizorodých prvků (včetně nemocí)
Nárůst sociálních příležitostí (kontaktů s lidmi)	Demonstrační efekt
Změny ve struktuře zaměstnanosti a ekonomické struktuře destinace způsobující změny v sociálním postavení	
Nové ekonomické a sociální příležitosti potlačující sociální nerovnosti	Napětí mezi rezidenty a návštěvníky a mezi rezidenty samotnými, nárůst sociální nerovnosti
Rozvoj a využívání zařízení cestovního ruchu	
Více možností trávení volného času k relaxaci, sportovním a kulturním aktivitám pro rezidenty	Ztráta přístupu rezidentů k místům a zařízením určených k trávení volného času a odpočinku
Zvýšený počet populace vyžadující početnější a rozvinutější infrastrukturu	
Podpora vzdělávacích, kulturních a sportovních a dalších zařízení zvyšujících kvalitu života rezidentů	Přelidnění, dopravní kolaps, zvýšená kriminalita

Zdroj: (Palatková, 2011, s. 23-24)

Podle tabulky je vliv mezinárodního turismu na sociokulturní prostředí nesporný, avšak stejně tak je třeba také zdůraznit naopak vliv sociokulturního prostředí na mezinárodní turismus, jehož odrazem může být ukazatel intenzity cest v rámci jedné národní populace a další kvantitativní a kvalitativní ukazatele, jako jsou například výše a struktura potřeby ve výjezdovém turismu, sezónnost účasti na cestovním ruchu a ostatní znaky spotřebního chování účastníků mezinárodního cestovního ruchu. (Palatková, 2011, s. 24)

2.5 Individuální cestovní ruch

Cestovní ruch lze rozdělit i podle počtu účastníků. A to následovně:

- Individuální cestovní ruch (individual tourism)
- Skupinový cestovní ruch (group tourism)
- Masový a ekologický cestovní ruch (mass and ecological tourism)

Individuální cestovní ruch je založen především na individuálním cestování, jak lze poznat z názvu, ale také zejména na samostatném organizování pobytu jednotlivcem nebo malou skupinou lidí. Jeho významnou předností je seberealizace při tvorbě programu a libovolné přizpůsobování se podmínkám. Typickým příkladem, ale ne jediným, je individuální chatová rekreace. (Hesková a kol., 2011, s. 26)

Individuální cestovní ruch lze také vydefinovat jako účast na cestovním ruchu jedné osoby, případně rodiny nebo malé skupinky a to zpravidla maximálně pěti osob. Obvyklou charakteristikou této formy cestovního ruchu je, že probíhá bez prostřednictví cestovní kanceláře nebo jiného podobně zaměřeného subjektu. (Čech, 1998, s. 26)

Tyto individuální zájezdy a jejich služby buď tedy nejsou zajištěné některým ze subjektů cestovního ruchu (neorganizovaný cestovní ruch) nebo naopak mohou být tímto subjektem zcela nebo i částečně zajištěny, například zprostředkováním letenek, ubytování či tedy zprostředkováním celého zájezdu. (Pásková & Zelenka, 2002, s. 117)

Typický individuální cestovní ruch je provozován v objektech individuální rekreace, které lze chápat jako rekreační objekty ve vlastnictví účastníka cestovního ruchu, který umožňuje realizovat určité rekreační aktivity, které spadají mimo veřejné formy CR (veškeré CR realizovaný za úplaty). Především se jedná o objekty tzv. druhého bydlení

a to zejména chaty, zahrádkářské domky, nevyužívané byty, rekreační domky, chalupy, vinařské domky a podobně. (Pásková & Zelenka, 2002, s. 198)

2.6 Couchsurfing

V současnosti mnoho lidí po celém světě využívá sociální sítě, prostřednictvím nichž lze komunikovat s kýmkoliv. Tyto komunikační sítě jsou velice rozmanité a multifunkční, tudíž se promítají i do cestovního ruchu, který je dokáže využít v mnoha oblastech cestovního ruchu. Jednou takovou oblastí jsou velmi významné ubytovací služby.

Poskytování těchto služeb je důležitým předpokladem rozvoje zejména pobytového cestovního ruchu. Tyto služby umožňují účastníkům cestovního ruchu přenocování nebo přechodné ubytování v cílovém místě neboli mimo místo jejich trvalého bydliště. S těmito službami souvisí i služby uspokojující potřeby účastníků v daném ubytovacím zařízení a vážou se na jejich pobyt. Například jsou to služby jako poskytování informací, úschovna zavazadel, stravování, prodej vybraných produktů a mnohé další. Ubytovací služby poskytují ubytovací zařízení různých kategorií a tříd, ale mimo jiné se využívají i možnosti ubytování v soukromí. (Orieška, 2011, s.16)

Ubytování v soukromí se definuje jako forma ubytování, která není součástí hromadného zařízení cestovního ruchu a nabízí omezený počet pokojů v soukromých domech za úplaty nebo zdarma. (Pásková & Zelenka, 2002)

Toto ubytování v soukromí je hlavní službou sociální sítě Couchsurfing.

Couchsurfing lze vysvětlit jako unikátní internetovou službu, díky které se může účastník cestovního ruchu bezplatně ubytovat kdekoli na světě. Název vznikl spojením dvou anglických slov „couch“ neboli v překladu gauč, na kterém se host může ubytovat, a slova „surfing“ v překladu surfování v tomhle případě na internetu i po světě. Služba byla oficiálně spuštěna konkrétně 1. 1. 2004 a během několika prvních týdnů a měsíců se ukázalo, že je to služba velmi žádaná a vyhledávaná. (Couchsurfing.cz, 2016)

Couchsurfing International je zároveň nezisková organizace, která především vznikla za účelem zprostředkování bezplatného ubytování pro registrované uživatele. Tato služba je poskytována zcela zdarma a umožňuje všem účastníkům cestovního ruchu navázat kontakty s lidmi, kteří mají podobné zájmy a taky využívají služeb Couchsurfingu, kdekoli na světě. (Šindelářová, 2008)

Couchsurfing je globální komunita, která má v současné době kolem 14 milionů uživatelů ve více jak 200 000 městech po celém světě. Lidé mezi sebou sdílejí svůj život, svůj svět, ale také například jejich cestu. Spojuje cestovatele prostřednictvím globální sítě, kteří jsou ochotni se podílet o své myšlenky, takže cestovat tímto způsobem je skutečně společenský zážitek. (Couchsurfing International, 2016)

Počáteční myšlenka vznikla v roce 2003 v San Franciscu ve skupině zakladatelů, která měla následující složení: Casey Fenton, Daniel Hoffer, Sebastian Le Tuan a Leonardo Bassani da Silveira. (Couchsurfing International, 2016)

Jeden ze zakladatelů Casey Fenton měl zásadní podíl na vzniku této služby. Tento Američan si pořídil levnou letenku na Island, a jelikož mu jeho nízký rozpočet a alternativní přesvědčení nedovolovaly ubytovat se v placeném ubytovacím zařízení, odhodlal se a obeslal prostřednictvím e-mailu okolo 500 studentů v Reykjavíku, které požádal o nocleh. Ozvalo se jich několik a po návratu z tohoto víkendu pod polárním kruhem se Casey rozhodl, že se nevrátí do klasického způsobu cestování. A pak následně s několika přáteli založil globální síť a Couchsurfing byl na světě. (Havlíková, 2010)

Couchsurfing funguje na základě dvou stran uživatelů. Na jedné straně vystupuje cestovatel neboli Couchsurfer a na druhé straně hostitel (v aj. host). Cestovatelé již podle názvu tedy cestují a hledají si ubytování u hostitelů a hostitelé naopak toto ubytování nabízejí. Nicméně neznamená to, že se tyto dvě strany nemohou prolínat, ba naopak. Mnoho uživatelů Couchsurfingu je zároveň hostitelem a hostem. (Couchsurfing.cz, 2016)

Podle statistik v roce 2008, se typický uživatel této služby identifikuje jako anglicky hovořící člověk ve věku mezi 18 a 29 lety (74%). Dále že nejvíce cestovatelů pochází ze Spojených států amerických (1/4), odkud se tento trend rozšířil postupem času i do Evropy. (Šindelářová, 2008)

2.6.1 Bezpečnost

S touto ubytovací bezplatnou službou souvisí také bezpečnost, která je pro uživatele velmi významná. Couchsurfing na svých stránkách uvádí několik základních typů, aby bylo využití služby co nejbezpečnější.

1. Vytvořit si bohatý profil

Uživatel Couchsurfingu si zajišťuje a nabízí ubytování prostřednictvím svého profilu, který si vytvoří. Může se zaregistrovat pomocí sociální sítě Facebook nebo pomocí e-mailu. Tento profil by měl být velmi bohatý. Nachází se na něm jméno, fotografie, záliby, koníčky, vzdělání a dalších spoustu informací, které chce o sobě uživatel sdělit. Platí, že čím více informací se na profilu nachází, tím vzbuzují větší důvěru a je jednodušší sehnat hostitele či jim samotným být. Profil lze také označit, aby uživatelé viděli, zda přijímáte hosty či ne. Jsou zde 3 možnosti: přijímám hosty, možná přijímám hosty nebo nepřijímám hosty. Dále je vhodné si svůj profil neustále aktualizovat, protože neaktivní lidé nebudí na této síti moc důvěry. (Papoušek, 2015)

2. Přidat aktuální fotografii

Jak už bylo zmíněno, součástí profilu uživatele je i fotografie. Nejvhodnější je fotografie, kde je vidět do obličeje a člověk se na ní usmívá, vždy tato fotografie upoutá pozornost více než snímek siluety. V profilu se nachází i fotogalerie, do které lze zveřejnit například nějaké skupinové fotografie, zážitky z cest a podobně. Fotografie by měly odpovídat osobnosti uživatele, podle kterých hostitel dokáže odhadnout, jaké zájmy a koníčky daná osoba má. (Trojanová, 2017)

3. Reference

Základní velmi podstatnou součástí profilu uživatele na Couchsurfingu jsou reference. Tyto reference ukazují, co si o uživateli myslí ostatní uživatelé. Referenti jsou především hostitelé, kteří hodnotí, jak se daný člověk choval a hosté, kteří naopak mohou ohodnotit hostitele a jeho pohostinnost. Ostatní takto mohou vidět, zda je daný uživatel slušný, komunikativní či naopak nepořádný, ale nejdůležitější podstatou těchto referencí je, že daný člověk existuje. Ze začátku, když uživatel ještě nemá žádnou zkušenost, je získání referencí těžší, ale může se spojit se svými přáteli, kteří také využívají služeb Couchsurfingu a požádat je, aby o něm napsali referenci, která potvrdí, že existuje. Couchsurfing rozděluje reference od hostů, hostitelů a ostatní, mezi které se

řadí právě přátelé. Nachází se zde pozitivní i negativní reference, podle kterých se může daný uživatel rozhodnout, zda někoho ubytuje či se nechá ubytovat.

Tato globální síť v oblasti referencí nabízí službu tzv. „Verified“. Toto označení znamená placené ověření, že daný uživatel doopravdy existuje. Toto ověření je v podstatě takový bonus, který usnadní hledání ubytování. V roce 2017 toto ověření stojí 480 Kč ročně. Je to především pro ty, kteří nemají dostatek referencí nebo jsou na Couchsurfingu nováčci. Pouze z tohoto placeného ověření získává služba Couchsurfing peníze. (Trojanová, 2017)

Několik studií také zkoumalo mezilidskou důvěru Couchsurfingu a většina z nich byla kvalitativní povahy. Většina badatelů, kteří se zabírali touto problematikou, se zaměřila na účinky technické stránky Couchsurfingu právě na mezilidskou důvěru. Například se zjistilo, že Couchsurfeři důvěřují svým hostitelům na základě kladných referencí, emailové komunikace a počtu přátel, které má uživatel na svém profilu. Tyto reference a doporučení od známých umožňují jednotlivcům ručit za sebe navzájem, což je důležité pro on-line interakci. Dalším poznatkem ze studií je, že když si uživatel Couchsurfingu vyzkouší u sebe ubytovat jiné členy této komunity, má to pozitivní vliv na jeho/její důvěru při využívání těchto služeb, a také toto nové přátelství a propojení s ostatními uživateli se může prostřednictvím referencí navzájem hodit a je to velmi důležité při počátečním budování důvěry na této globální síti. Tudíž mezilidské vztahy a důvěra hraje důležitější roli než technická stránka této sítě, která nemá velký vliv na tyto aspekty. (Luo & Zhang, 2016)

Aplikace

Couchsurfing nabízí také mobilní aplikaci, jejímž prostřednictvím uživatelé mohou hledat nabídky jiných Couchsurferů, také s nimi mohou komunikovat či se sami nabídnout jako potencionální hostitelé. Tato aplikace je sice možná méně přehledná než oficiální web Couchsurfingu „www.couchsurfing.com“, ale i tak se jedná o užitečný software do mobilu každého uživatele či cestovatele. Aplikace se dá stáhnout na operační systém Android nebo iOS od společnosti Apple. (Aplikace, 2016)

2.6.2 Motivace uživatele Couchsurfingu

Jednou ze základních motivací a hlavním lákadlem této služby je určitě cena. Jak už bylo zmíněno Couchsurfing umožní bezplatné přespání na gauči u kohokoliv, kdo je do tohoto projektu zapojen a má na této sociální síti profil. Díky tomu je ideální volbou pro ty účastníky cestovního ruchu, kteří mají velmi omezené rozpočty a standardní formy přespání v ubytovacím zařízení (jako je hotel, motel či penzion), jsou pro ně nedostupné, ale je také vhodný zejména pro ty, kteří chtějí navázat kontakty a poznat obyvatele v daném cílovém místě. (Couchsurfing.cz, 2016)

Základním motivem pro využívání této služby je tedy snížení nákladů na cestování. U delších cest, například kolem 2 – 4 týdnů, lze tímto způsobem ušetřit až na polovinu. (Šindelářová, 2008)

„Kromě toho, že je tato forma cestování v souladu s principy udržitelného rozvoje cestovního ruchu a ekoturistiky, přispívá také k lepšímu poznání lokálních komunit a kultur. Cestovatelé mají možnost navázat nové vztahy a získat nová přátelství. Prostřednictvím svých hostitelů mohou prožít autentické okamžiky v cizí, ba dokonce v exotické zemi.“ (Šindelářová, 2008)

3 Metodika

Základním krokem v této bakalářské práci bylo zpracování literární rešerše, ve které byla zpracována řešená problematika, prostřednictvím vysvětlení pojmů týkající se cestovního ruchu. Tento celkový přehled byl vytvořen s pomocí a na základě odborné literatury.

Primární data byla získána prostřednictvím kvantitativního výzkumu, a to formou dotazníkového šetření, doplněna o strukturované rozhovory s účastníky služeb Couchsurfingu. Kvantitativní výzkum byl prováděn elektronickým dotazováním ve vybraných skupinách na sociální síti Facebook. Jednalo se o skupiny, které jsou spojeny se sociálním trendem Couchsurfing a především se jednalo o mezinárodní skupiny z celého světa. Skupiny byly vybírány náhodně na celé sociální síti ze všech kontinentů, tudíž geografické umístění uživatelů ve výběru těchto skupin nehrálo roli. Každá vybraná „Facebooková“ skupina měla minimálně 3000 členů, kteří měli ve většině případů spojitost s celosvětovou službou Couchsurfing.

Nejprve byla provedena pilotáž na vzorku jedné skupiny a to za účelem srozumitelnosti dotazníků a zjištění případných nedostatků. Následné samotné dotazování se odehrávalo v období od 6. prosince 2016 do 6. ledna 2017. Průzkum byl tedy prováděn prostřednictvím elektronických dotazníků. Dotazník byl sestaven v anglickém jazyce. Soubor dotazníku byl vytvořen pomocí internetové služby Google, konkrétně Formuláře Google. Tento dotazník obsahoval celkem 22 otázek, 2 otevřené, 15 uzavřených, 5 polouzavřených. Celkem bylo zodpovězeno a úspěšně vyplněno respondenty 235 elektronických dotazníků.

Na základě tohoto výzkumu byl identifikován uživatel služby Couchsurfing a také jeho hlavní motivy pro využití této služby. Dále zde také bylo zjišťováno, jaký mají uživatelé pohled na bezpečnost této sociální sítě a podobně.

Získaná data byla zpracována a vyhodnocena pomocí již zmíněných elektronických Google formulářů a programem Microsoft Excel, zde byly vytvořeny grafy a ty byly následně slovně okomentovány a interpretovány.

Také byly provedeny strukturované rozhovory s účastníky Couchsurfingu, a to konkrétně s Kateřinou Boukalovou, studentkou Vysoké školy ekonomické a Právnické fakulty Univerzity Karlovi v Praze, dále s Martinem Bílkem, controllorem v Kovohutě

Příbram, a Terezou Bredlovou, studentkou Filozofické fakulty Masarykovy univerzity v Brně.

Všechny získané informace z dotazníkového šetření a ze strukturovaných rozhovorů sloužily k vypracování následných výsledků a poznatků.

Tabulka 2: Vybrané skupiny na sociální síti Facebook

Název skupiny	Velikost skupiny (počet členů)
Couchsurfing Brasil	19134
Couchsurfing Indonesia	11811
Couchsurfing Paris	8466
Couchsurfing Warsaw	8373
Couchsurfing Argentina	8156
Couchsurfing Amsterdam	7094
Moscow Couchsurfing Group	7068
Couchsurfing Dublin	6260
Couchsurfing Washington DC	5853
Couchsurfing Milano	5730
Couchsurfing in the Big Apple NYC	4803
Couchsurfing Los Angeles	4575
Couchsurfing Australia	4513
Couchsurfing Chile	3651
Couchsurfing Penang	3574
Couchsurfing Philadelphia	3475
Couchsurfing Montreal	3318
Couchsurfing India	3261
Couchsurfing Manila	3078

Zdroj: vlastní zpracování autora

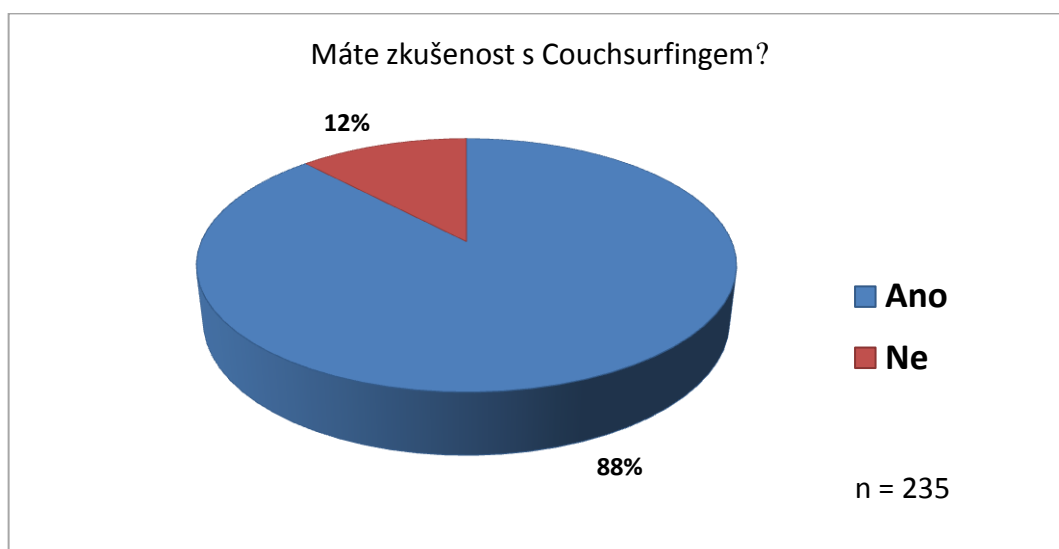
4 Řešení a výsledky

4.1 Dotazníkové šetření

4.1.1 Zkušenost se službou Couchsurfing

Před začátkem samotného dotazování na téma Couchsurfing, bylo nutné rozlišit respondenty do dvou skupin. A to na skupinu, která měla zkušenost s touto službou a na skupinu druhou, která naopak s touto službou zkušenost neměla. Cílem první otázky tohoto dotazníkového šetření bylo tedy zjistit poměr uživatelů Couchsurfingu a lidí, kteří tuto službu ještě nevyužili.

Graf 1: Zkušenost s Couchsurfingem



Zdroj: vlastní zpracování autora

Ze skupiny dotazovaných se ukázalo, že 88 % respondentů, tudíž velká většina, měla již zkušenost s Couchsurfingem. Je to především proto, že dotazníkové šetření bylo prováděno na Facebookových skupinách, které s touto službou souvisí. Byl očekáván i větší poměr aktivních uživatelů Couchsurfingu vzhledem k zaměření Facebookových skupin, ale někteří členové těchto skupin s tématem této služby jen přihlížejí a získávají informace.

Pro zbylých 12 % respondentů pokračoval elektronický dotazník do jiné části, ve které bylo především zjišťováno, proč službu Couchsurfing nevyužili a jejich hlavní důvody. Na prvních příčkách se objevoval důvod ohledně bezpečí této služby. Někteří dotazovaní nemají plnou důvěru při ubytování u hostitele nebo naopak u

potencionálního hosta, kterého by mohli ubytovat. Těmto obavám z bezpečnosti se dá předejít důkladným prozkoumáním profilu daného uživatele Couchsurfingu a zaměřit se na jeho fotografie, aktivitu a zejména na velmi důležité reference od ostatních uživatelů. Mezi další důvody patří například, že dotazovaný nemá v oblibě individuální cestování a cestuje raději s rodinou prostřednictvím cestovních kanceláří a agentur. Dále byly uvedeny důvody, že respondenti neměli k využití služby ještě příležitost nebo že není populární v jejich zemi.

Tento dotazník tedy vyplnilo celkem 28 respondentů, kteří se službou nemají žádnou zkušenost a přímo ji nevyzkoušeli, ale mají povědomí o této alternativní možnosti cestování.

4.1.2 Identifikace uživatele Couchsurfingu

Jedním z cílů tohoto výzkumu byla identifikace uživatele, který aktivně využívá služeb Couchsurfingu. A to především jeho demografické údaje, kterými se vyznačuje. Jednalo se o ukazatele, jako věková skupina, pohlaví, vzdělání a velikost města či vesnice, kde uživatel žije a má trvalé bydliště. V tomto dotazníkovém šetření nezáleželo na geografickém umístění uživatele, ale tedy především na velikosti místa jeho bydliště.

4.1.2.1 Pohlaví

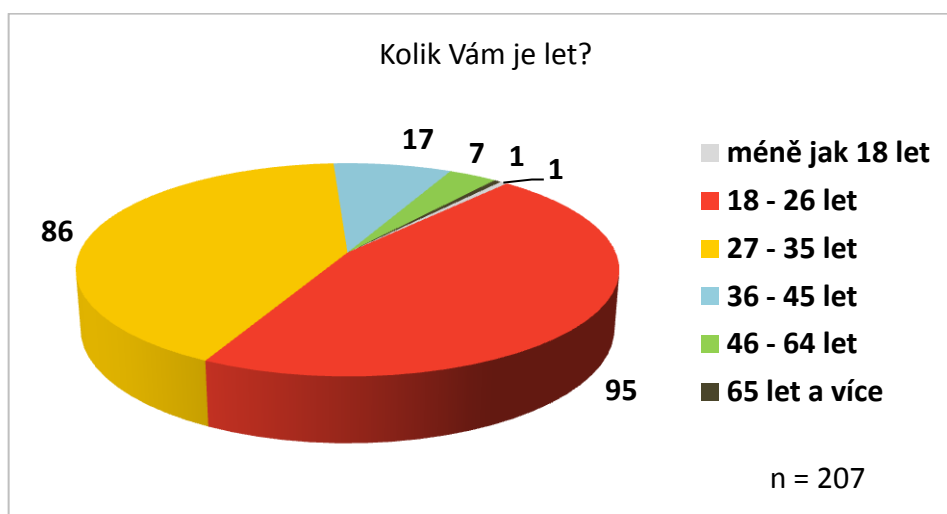
Z celkového počtu respondentů, kteří už tuto službu využili, bylo více žen než mužů. Konkrétně elektronický dotazník vyplnilo 131 žen a 76 mužů. Ženy měly tedy převahu přibližně 63 % oproti mužům 37 %.

4.1.2.2 Věk

Dalším faktorem, který byl zjišťován v dotazníkovém šetření, byl věk uživatele služby Couchsurfing.

Věk je u této služby důležitým faktorem, který identifikuje samotného uživatele. Podle věkového rozpětí lze určit, jaký segment (z hlediska stáří) tuto službu nejvíce využívá.

Graf 2: Věkové rozpětí respondentů



Zdroj: vlastní zpracování autora

Z grafu lze vyčíst, že je zde zastoupení různých věkových kategorií, ale i přesto má velkou převahu mladší generace. A to konkrétně 95 respondentů ve věku 18 – 26 let a 86 respondentů ve věku 27 – 35 let. Ostatní věkové kategorie v tomto šetření neměly takovou váhu, jako právě tyto dvě. Velká většina dotazovaných využívající službu Couchsurfing je tedy v rozpětí 18 – 35 let.

Couchsurfing tedy láká mladší generaci, která má chuť vyzkoušet tuto alternativní formu cestování. Obecně mladí lidé ve věkovém rozpětí 18 – 35 let používají internet a sociální sítě více než jiné generace, tudíž i sociální síť Couchsurfing využívá více mladých lidí. Může to být zapříčiněno i tím, že mladí lidé mají větší fond volného času, který mohou využít právě k cestování a k vyzkoušení služby Couchsurfing, na které se prezentuje především mladší komunita lidí, kteří hledají něco speciálního, dobrodružného. I z hlediska finančních prostředků, které například uživatelé při studiu nemají dostatek, je pro ně Couchsurfing zajímavá alternativa bezplatného ubytování, při které mohou potkat nové lidi a zlepšit si jazykové dovednosti.

4.1.2.3 Vzdělání

Graf 3: Úroveň dosaženého vzdělání



Zdroj: vlastní zpracování autora

Dalším identifikačním údajem bylo dosažené vzdělání uživatelů Couchsurfingu. Jelikož tento marketingový výzkum byl prováděn celosvětově, úroveň vzdělání byla rozdělena do 3 charakterizujících skupin. To proto, že v každé části světa se úroveň a stupně vzdělání liší, tak aby nedošlo k nějakému nedorozumění právě z hlediska stupně a úrovně dosaženého vzdělání.

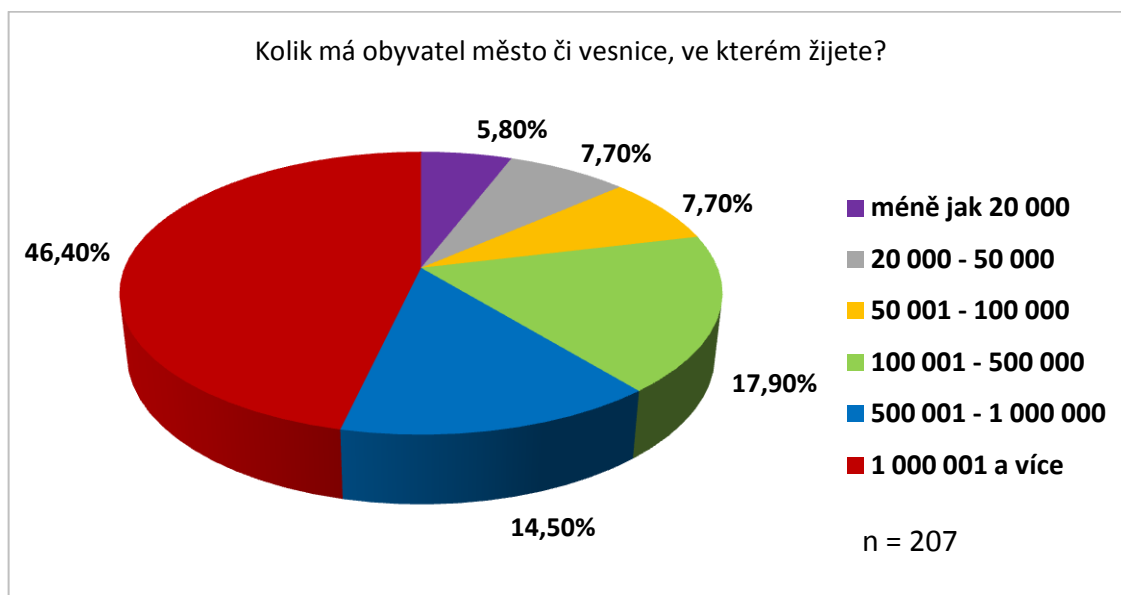
Jak je vidět v grafu, drtivá většina respondentů, konkrétně 93,2 %, má vyšší vzdělání než základní a střední školu. Střední školu jako nejvyšší dosažené vzdělání uvedlo 4,3 % dotazovaných a základní školu pak 2,4 %.

Jelikož se stupně vzdělání v každé zemi liší, nelze přesně říci, zda respondenti s vyšším vzděláním než střední a základní škola, jsou na stejné úrovni jako studenti v České republice s vysokou školou. I tak lze tedy říci, že většina uživatelů má větší úroveň vzdělání než je základní a střední škola.

Tito uživatelé musí disponovat dobrými komunikačními schopnostmi, aby si prostřednictvím služby Couchsurfing mohli domluvit ubytování, ať už z hlediska nabídky ubytování nebo naopak poptávky. Důležitou roli zde hrají také jazykové komunikační dovednosti, bez kterých by domluva mezi Couchsurfery dobře nefungovala. Jelikož je to celosvětová služba, tak se od uživatelů očekává, že budou disponovat dostatečnými jazykovými schopnostmi, aby se mezi sebou mohli domluvit.

4.1.2.4 Velikost města (vesnice)

Graf 4: Velikost města (vesnice) odkud uživatelé pocházejí



Zdroj: vlastní zpracování autora

Posledním demografickým identifikujícím ukazatelem byla velikost města či vesnice, odkud daný uživatel globální sítě Couchsurfing pochází. Protože geografické rozdělení by u tohoto dotazníkového šetření bylo nevhodné, byla jako ukazatel zvolena pouze velikost místa, kde má uživatel své trvalé bydliště.

Bylo zjištěno, že největší poměr respondentů žije ve velkých městech s počtem obyvatel 1 000 001 a více, celkem 46,4 % dotazovaných. Druhá nejvyšší četnost byla zaznamenána u města s počtem obyvatel mezi 100 001 – 500 000 a tuto variantu si vybralo 17,9 % dotazovaných. Dále pak tedy místo s 500 001 – 1 000 000 obyvateli mělo 14,5 %, místo s 50 001 – 100 000 obyvateli a zároveň s 20 000 – 50 000 obyvateli měli stejně 7,7 % a na posledním místě se objevilo město či vesnice s méně jak 20 000 obyvateli, celkem 5,8 %.

Couchsurfing je nejvíce zastoupen ve velkých městech zejména proto, že většina účastníků cestovního ruchu chtějí poznat turisticky zajímavá místa, mezi které patří právě velká města s velkým počtem obyvatel. Jedná se především o hlavní města států. Uživatelé této služby tedy preferují ubytování ve velkých městech, ve které je rozmanitá nabídka kulturních či přírodních památek a ostatních lákadel cestovního ruchu, kterými se dané město vyznačuje. Ze strany nabídky ubytování je tedy výhodnější bydlet ve větším městě, kde může uživatel ubytovat jiného. U poptávky po ubytování už tolik

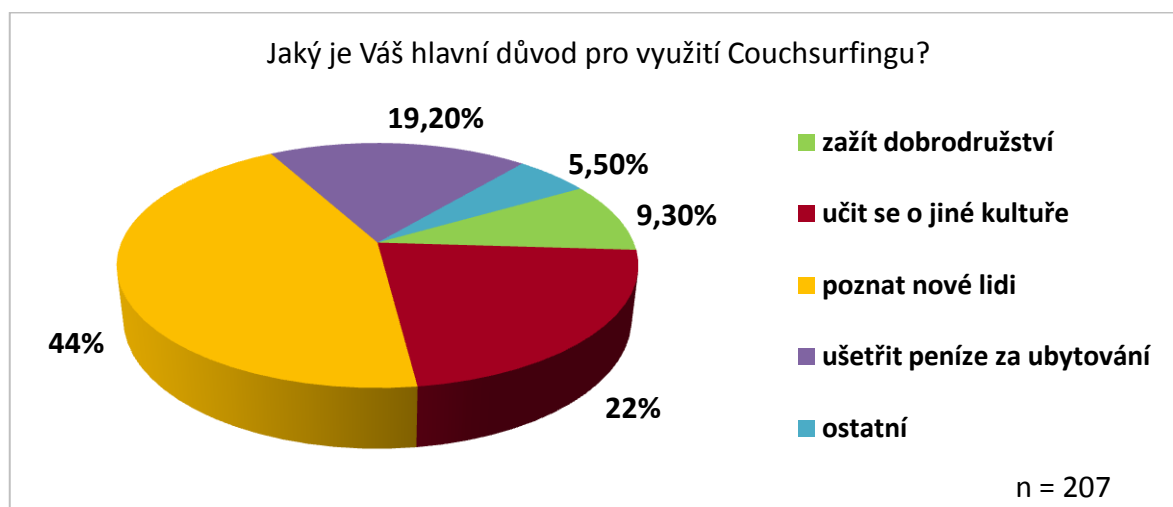
nezáleží na místě bydliště uživatele, ale i tak uživatel, ať už je z města nebo vesnice, hledá ubytování skrz Couchsurfing právě ve větších městech a metropolích, které by chtěl navštívit.

4.1.3 Využití služby Couchsurfing

4.1.3.1 Hlavní důvody využití služby

Jedním z dalších cílů tohoto výzkumu bylo zjistit, jaké jsou hlavní motivy a důvody využití služeb Couchsurfingu.

Graf 5: Hlavní motivy využití Couchsurfingu



Zdroj: vlastní zpracování autora

Je to alternativní forma cestování a je pro ni typická její netradičnost. Proto zde byla uživatelům podána otázka ohledně důvodů využití této globální sítě a měli možnost vybrat pouze jeden, ten nejhlavnější důvod využití této služby bezplatného ubytování v soukromí.

Většina respondentů, zároveň uživatelů Couchsurfingu, odpověděla na položenou otázku týkající se hlavního důvodu využití této služby, že chtějí poznat nové lidi, celkem 44 %. Jelikož je to globální síť a celosvětová služba, mohou se pomocí ní setrhnout lidé z celého světa. Uživatelé, ať už jsou ubytováni nebo někoho ubytovávají, si navzájem nahlédnou do soukromí. Je mezi nimi velmi důležitá komunikace, jejímž prostřednictvím se navzájem mezi sebou poznávají, a tudíž pro velkou část dotazovaných je navázání kontaktů s novými lidmi po celém světě důležité.

Pro celých 22 % dotazovaných je hlavní důvod využití učít se o jiné kultuře. Jak už zde bylo několikrát zmíněno, Couchsurfing je celosvětová služba, tudíž poznání nové

kultury je samozřejmostí. Pro tyto uživatele je tedy nejdůležitější naučit se o zákonitostech kultury v dané zemi. Ať se jedná o samotný život lidí, tak třeba i gastronomie, historie, tradice a mnoho dalšího, je pro ně dozvědět se o nich atraktivní.

Na další příčce s celkem 19,2 % se umístila odpověď týkající se ušetření peněz za ubytování. Couchsurfing jako bezplatná služba je velice lákavá právě pro ušetření peněz za ubytování oproti jiným možnostem placeného ubytování. Je to jedna z možností, jak využít méně finančních prostředků pro individuální turismus.

Celkem 9,3 % respondentů uvedlo hlavní důvod zažít dobrodružství. Tato forma cestování se dá v rámci možností zařadit do dobrodružného cestovního ruchu, který se řadí mezi nové trendy v alternativním cestování. Couchsurfing má podobné vlastnosti jako dobrodružný cestovní ruch, je to totiž služba lákavá, netradiční a i zajímavá, při jejímž využití zažívá uživatel určitou podobu dobrodružství.

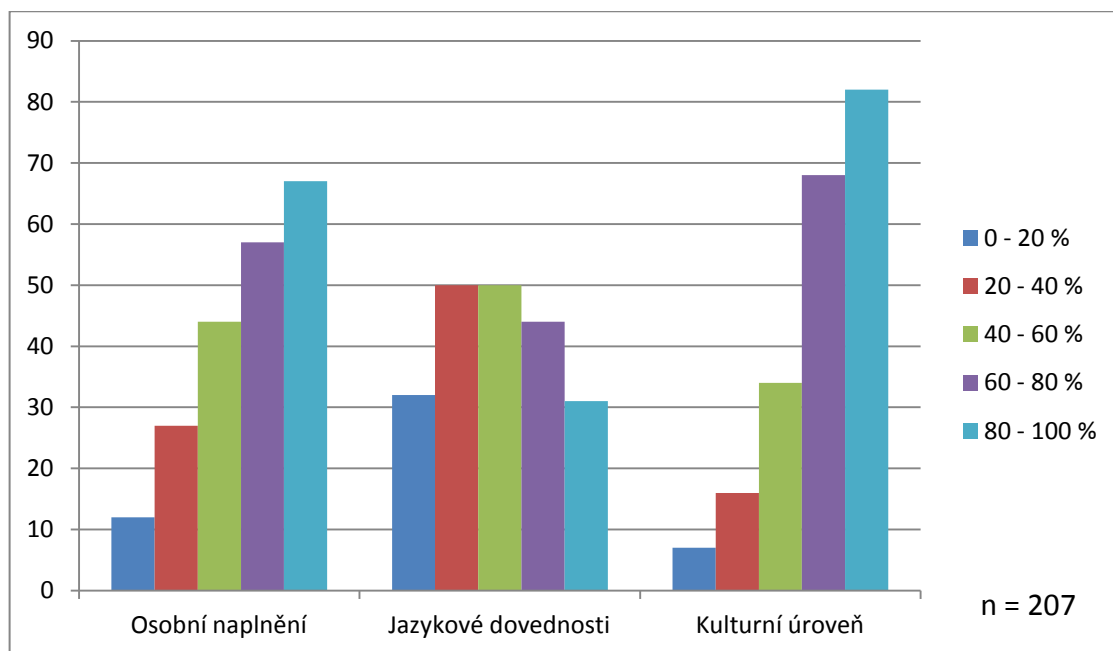
Zbýlých 5,5 % uživatelů uvedlo jako hlavní důvod možnost ostatní. V této položené otázce při zaškrtnutí této možnosti museli respondenti uvést jiný hlavní důvod využití služby Couchsurfing, který se v možnostech neobjevil. Patřily mezi ně tyto důvody: respondenti se nemohli rozhodnout pro jeden konkrétní hlavní důvod a byly pro ně všechny důvody, které byly uvedeny v možnostech, stejně důležité; dozvědět se více o dané destinaci očima místních; vybudovat komunity cestujících bez peněz; sdílet štěstí života.

4.1.3.2 Osobní přínosy z Couchsurfingu

U další otázky museli respondenti určit míru souhlasu či nesouhlasu s daným tvrzením, zněla takto: „*Výhody (přínosy), které máte z Couchsurfingu. Prosím, přiřadte ke každé odpovědi určité procento závislé na tom, do jaké míry s touto možností souhlasíte.*“ Otázka se týkala přínosů pro člověka, které díky této službě získá při vycestování do zahraničí a při využití Couchsurfingu. V této otázce měli respondenti jednotlivým možnostem určit procentní škálu, podle toho jak se jich osobně daný přínos týká a na kolik s tímto přínosem souhlasí či nesouhlasí. Hodnota 0 % znamenala nesouhlas a tedy naopak hodnota 100 % souhlas.

4.1.3.3 Osobní naplnění, zlepšení jazykových dovedností, kulturní úroveň

Graf 6: Osobní naplnění, zlepšení jazykových dovedností, kulturní úroveň



Zdroj: vlastní zpracování autora

Na ose X se nachází jednotlivé přínosy, které měli respondenti ohodnotit, podle toho do jaké míry s nimi souhlasí. Na ose Y je počet odpovědí, jak daní uživatelé přínos ohodnotili. Legenda znázorňuje míru souhlasu s daným výrokem (100 %) a nesouhlasu (0 %).

Osobní naplnění

Co se týče osobního naplnění, tak s tímto přínosem ze služeb Couchsurfingu souhlasí většina dotazovaných. Procentuální ohodnocení 80 – 100 % dalo 67 respondentů, pak má ohodnocení rovnoměrný klesající charakter.

Tabulka 3: Osobní naplnění

Ohodnocení (0 % - nesouhlas, 100 % - souhlas)	Počet odpovědí
80 – 100 %	67
60 – 80 %	57
40 – 60 %	44
20 – 40 %	27
0 – 20 %	12

Zdroj: vlastní zpracování autora

Jazykové dovednosti

Zlepšení jazykových dovedností uživatelé ohodnotili jako přínos průměrně. Nejvíce respondentů hodnotila důležitost tohoto přínosu mírou souhlasu mezi 20 – 60 %. Uživatelé udělili své odpovědi celkově rovnoměrně mezi všechny míry souhlasu, jak lze vidět v tabulce. Lze říci, že pro každého uživatele Couchsurfingu mají jazykové dovednosti rozdílný význam z hlediska přínosů. Někdo vycestování bere jako procvičení svých znalostí a naopak někdo to bere jako samozřejmost.

Tabulka 4: Jazykové dovednosti

Ohodnocení (0 % - nesouhlas, 100 % - souhlas)	Počet odpovědí
80 – 100 %	31
60 – 80 %	44
40 – 60 %	50
20 – 40 %	50
0 – 20 %	32

Zdroj: vlastní zpracování autora

Kulturní úroveň

Kulturní úroveň v oblasti přínosů má pro uživatele Couchsurfingu velkou váhu, jak lze vidět v následující tabulce. Prostřednictvím této globální sítě mohou uživatelé poznat zajímavá kulturní místa, ale i zajímavé lidi a jejich kulturní tradice a zvyky, což jejich kulturní úroveň jako přínos zasahuje.

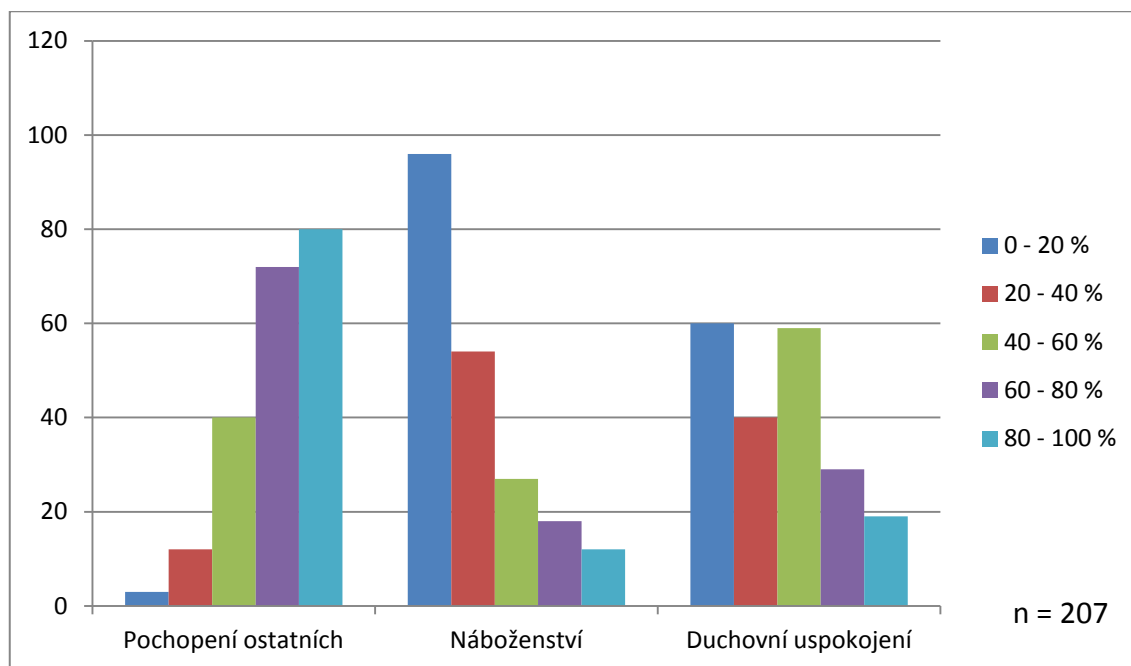
Tabulka 5: Kulturní úroveň

Ohodnocení (0 % - nesouhlas, 100 % - souhlas)	Počet odpovědí
80 – 100 %	82
60 – 80 %	68
40 – 60 %	34
20 – 40 %	16
0 – 20 %	7

Zdroj: vlastní zpracování autora

4.1.3.4 Pochopení ostatních, náboženství, duchovní uspokojení

Graf 7: Pochopení ostatních, náboženství, duchovní uspokojení



Zdroj: vlastní zpracování autora

Pochopení ostatních

Pro uživatele Couchsurfing je pochopení ostatních uživatelů velmi důležité a většina s tímto přínosem souhlasí. Jedná se především o pochopení kultury, zvyků a tradic ostatních uživatelů z jakékoliv země.

Tabulka 6: Pochopení ostatních

Ohodnocení (0 % - nesouhlas, 100 % - souhlas)	Počet odpovědí
80 – 100 %	80
60 – 80 %	72
40 – 60 %	40
20 – 40 %	12
0 – 20 %	3

Zdroj: vlastní zpracování autora

Náboženství

Naopak co se týče náboženství jako přínosu pro uživatele, tak ten respondenti při této alternativní formě cestování až tolik nepocítují. Až pro 96 respondentů má náboženský přínos z využití této služby malý význam a nesouhlasí s ním, ohodnotili ho 0 – 20 %.

Tabulka 7: Náboženství

Ohodnocení (0 % - nesouhlas, 100 % - souhlas)	Počet odpovědí
80 – 100 %	12
60 – 80 %	18
40 – 60 %	27
20 – 40 %	54
0 – 20 %	96

Zdroj: vlastní zpracování autora

Duchovní (spirituální) uspokojení

Pro většinu uživatelů při využití služeb Couchsurfingu nemá duchovní záležitosti a uspokojení význam nebo jen malý. Většina respondentů nedala tomuto přínosu takovou váhu, jako u jiných, ale i přesto se najde několik respondentů, pro které je duchovní uspokojení důležité.

Tabulka 8: Duchovní uspokojení

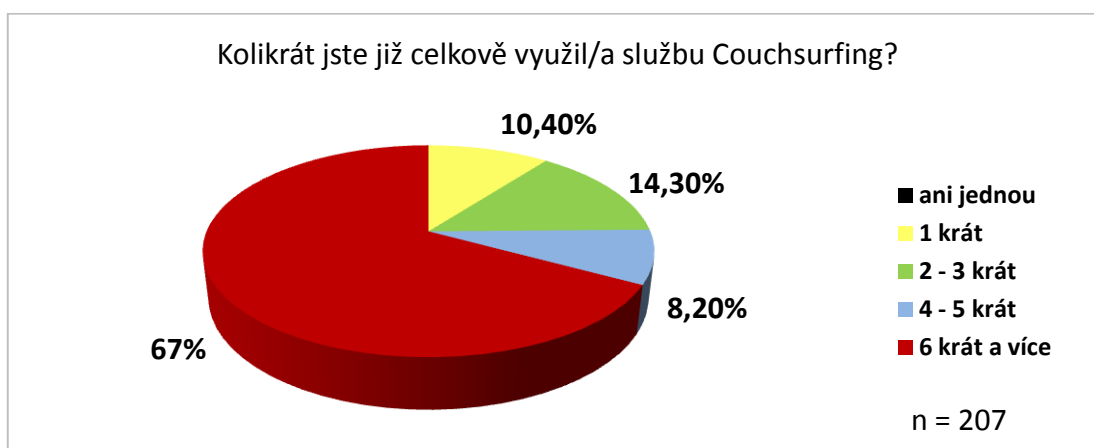
Ohodnocení (0 % - nesouhlas, 100 % - souhlas)	Počet odpovědí
80 – 100 %	19
60 – 80 %	29
40 – 60 %	59
20 – 40 %	40
0 – 20 %	60

Zdroj: vlastní zpracování autora

4.1.3.5 Časové údaje

Další otázky se týkaly počtů využití služeb Couchsurfingu, tedy kolikrát již tuto službu uživatelé využili. A to kolikrát celkem vycestovali, kolikrát během jednoho roku vycestovali a kolikrát uživatelé někoho u sebe ubytovali během tří let.

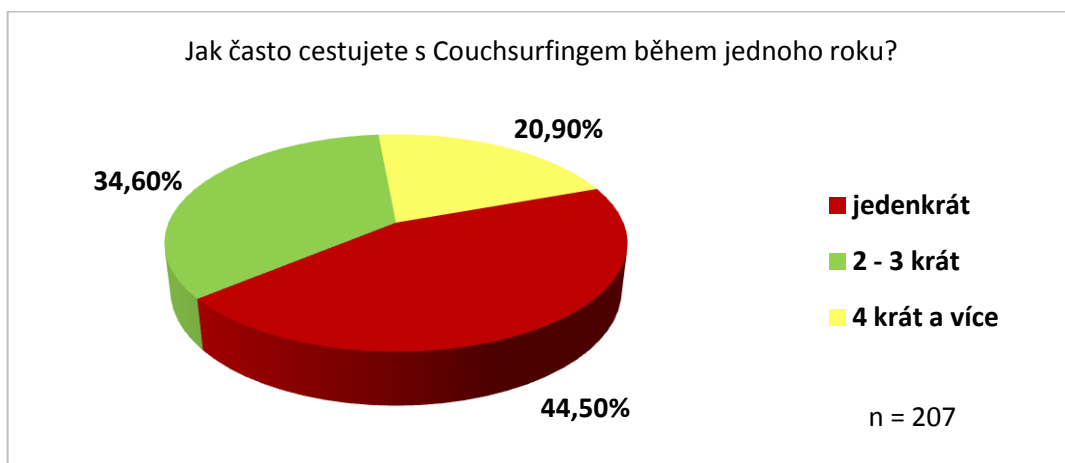
Graf 8: Celkový počet využití



Zdroj: vlastní zpracování autora

Drtivá většina respondentů (67 %) využila celkově službu Couchsurfing více jak šestkrát, a to jako hostitel i host dohromady. Dále pak celých 14,3 % respondentů využilo službu 2 – 3 krát, 10,4 % respondentů pouze jedenkrát a 8,2 % uživatelů celkově 4 – 5 krát. Možnost využití služby „*ani jednou*“ byla eliminována na začátku výzkumu, kde byla otázka, zda uživatelé využili tuto službu alespoň jednou, tudíž se zde potvrdilo rozdělení respondentů na uživatele Couchsurfingu a na zbytek nevyužívajících těchto služeb a možnost „*ani jednou*“ nikdo nezaškrtnul.

Graf 9: Počet vycestování během 1 roku

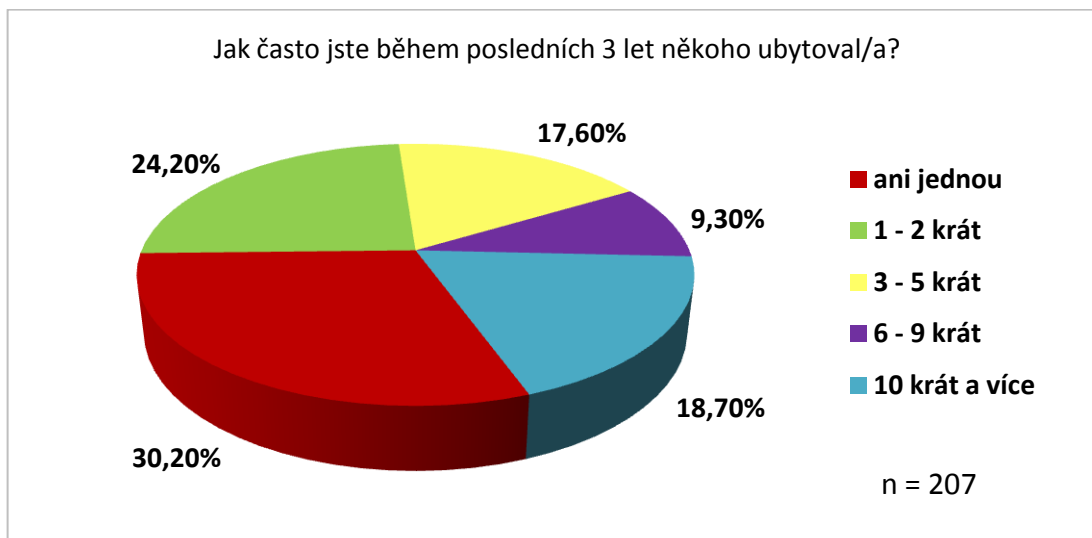


Zdroj: vlastní zpracování autora

Ohledně cestování s využitím Couchsurfingu během jednoho roku lze říci, že skoro polovina respondentů, 44,5 %, vycestuje pouze jedenkrát do roka a využije tak ubytování zadarmo u jiného uživatele. Tito uživatelé, kteří cestují takto jednou do roka, to mají jako zpestření při cestování a poznávání nových míst a destinací v zahraničí.

Celkem 34,6 % vycestuje a ubytuje se u někoho dvakrát až třikrát do roka. Jedná se již o aktivnější uživatele a Couchsurfing je pro ně velmi lákavý a rádi ho využívají. Zbýlých 20,9 % uživatelů využije Couchsurfing a bezplatné ubytování čtyřikrát nebo i více jak čtyřikrát během jednoho roku. Jsou to velmi aktivní uživatelé a dá se říct, že je pro ně Couchsurfing určitou součástí života prostřednictvím které poznávají svět, nové lidi, zajímavá místa a mnoho dalšího.

Graf 10: Počet poskytnutých ubytování uživateli během 3 let



Zdroj: vlastní zpracování autora

Tento graf znázorňuje, kolikrát uživatelé poskytl jinému bezplatné ubytování během posledních 3 let. Nejvíce uživatelů, konkrétně 30,2 %, neubytovali nikoho během posledních 3 let. Jedná se o uživatele, kteří hlavně sami cestují a nechávají se ubytovat u hostitele a také nemají možnost a prostředky pro ubytování nějakého hosta u sebe.

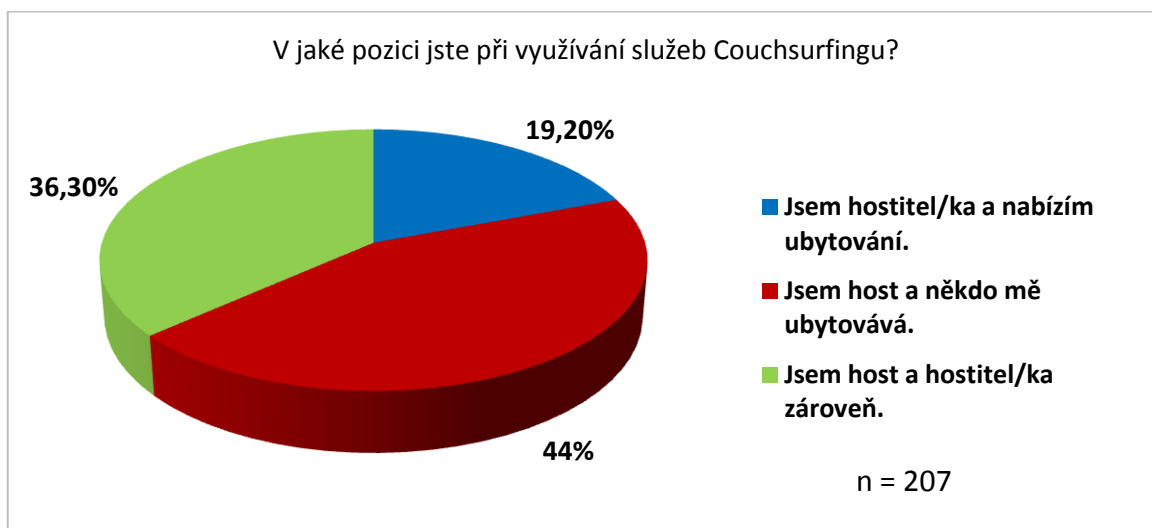
Po té byla nejčastěji vybrána možnost, kdy uživatelé nechali u sebe ubytovat někoho jednou až dvakrát během 3 let a celkem tak odpovědělo 24,2 % respondentů. Ovšem třetí nejčastější zodpovězená možnost, konkrétně 18,7 %, byla možnost, kdy uživatelé poskytl desetkrát a více ubytování skrz Couchsurfing a poznali tak mnoho nových lidí z různých zemí. Tito uživatelé mají většinou dostatečný prostor a prostředky pro ubytování ostatních uživatelů a je to pro ně jakési oživení a většinou se také nechávají ubytovat a cestují s touto službou.

Dále pak celých 17,6 % respondentů u sebe během intervalu 3 let nechalo ubytovat jiné uživatele třikrát až pětkrát. A zbylých 9,3 % uživatelů poskytlo ubytování celkem šestkrát až devětkrát.

4.1.3.6 Uživatelé jako hosté a hostitelé

Tato otázka navazuje na předešlé informace a grafy. Bylo v ní zjišťováno, zda respondenti více s Couchsurfingem cestují a nechají se ubytovat či naopak tolik necestují nebo vůbec a poskytnou ubytování u sebe ostatním uživatelům.

Graf 11: Pozice uživatele Couchsurfingu



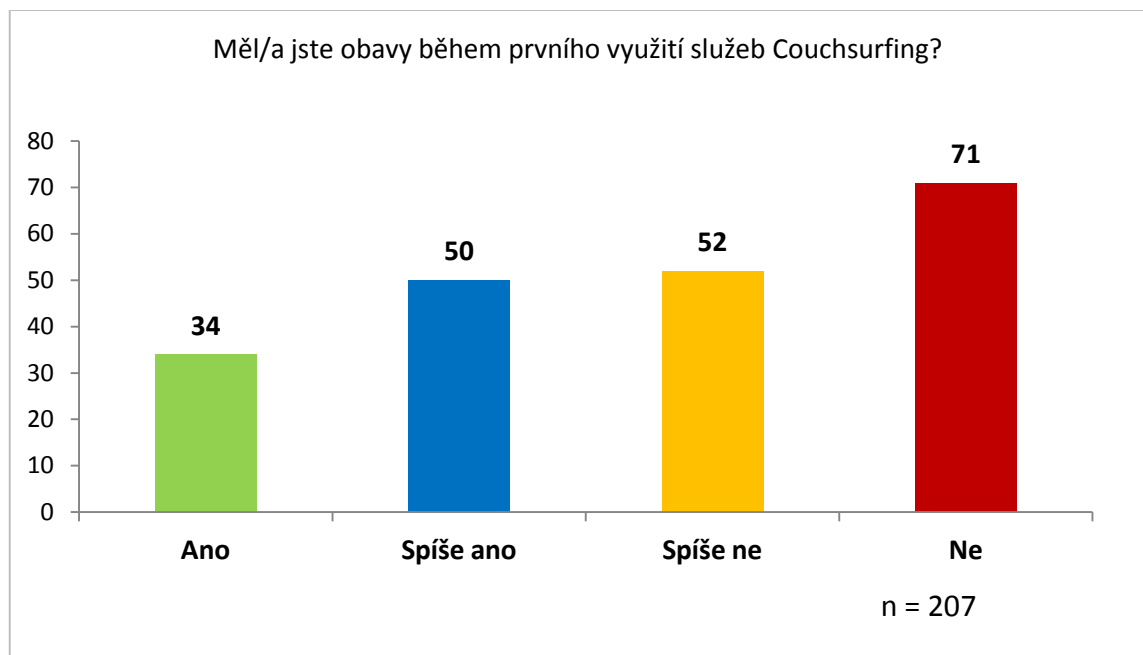
Zdroj: vlastní zpracování autora

Tento graf ukazuje, že skoro polovina uživatelů se nechává jen ubytovat a nenabízí ubytování jiným, celkem 44 % uživatelů. Oproti tomu pouze za hostitele se pokládá 19,2 % uživatelů a zbylých 36,3 % je v obou dvou pozicích a figurují jako hostitel a i jako host. Je to především proto, že Couchsurfing se dá považovat za formu alternativního cestovního ruchu, jehož cílem je samozřejmě cestovat kdekoliv po světě a vydat se tak někam mimo své trvalé bydliště. Proto je zde většina uživatelů, kteří tuto formu cestování využívají a hledají si mezi ostatními uživateli ubytování. Je to hlavní smysl této služby, cestovat s vynaložením minimálních nákladů nebo alespoň ušetření nákladů za ubytování. Když uživatelé pouze někoho hostí a sami nejezdí, mají tak menší zážitek, i přesto že mohou navázat nové kontakty s ostatními. Důležitým významným faktorem této služby je tedy i cestovat a poznávat nové místa, lidi a kulturu, a proto vycestuje a nechává se ubytovat více jak 80 % uživatelů, kteří zodpověděli tento elektronický dotazník.

4.1.4 Bezpečnost

Další část tohoto marketingového výzkumu se týkala otázky bezpečnosti při využívání služeb Couchsurfingu a jak na tuto bezpečnost nahlízejí uživatelé. Mezi uživateli bylo zjišťováno, jestli měli nějaké obavy během prvního cestování a popřípadě mohli uvést i konkrétní obavy a dále bylo zjišťováno, zda si osobně myslí, že je ubytování skrz Couchsurfing bezpečné. Tato část dotazníkového šetření se skládala ze dvou uzavřených otázek a jedné otevřené.

Graf 12: Obavy během prvního využití Couchsurfingu

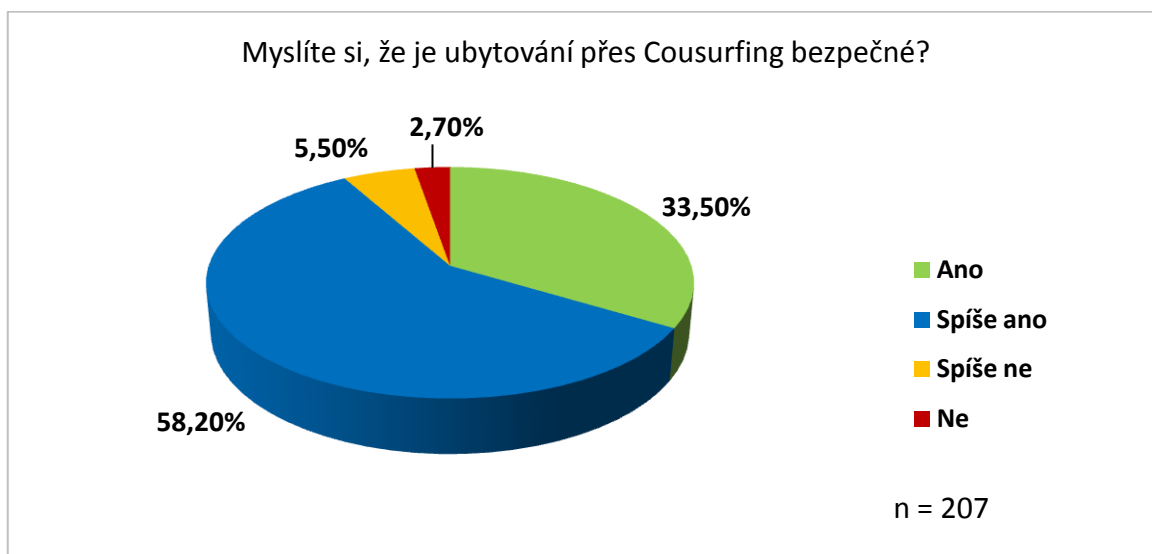


Zdroj: vlastní zpracování autora

Z grafu lze vyčíst, že nejvíce respondentů, konkrétně 71, nemělo obavy během svého prvního využití této služby, dalších 53 uživatelů spíše nemělo obavy. Na druhé straně obavy spíše mělo celkem 50 respondentů a nejmenší počet respondentů, 34, obavy během své první cesty mělo.

Mezi nejčastěji uváděné obavy patřila právě samotná bezpečnost, dále pak strach z neznáma, jaký bude host či hostitel a jestli si budou uživatelé vzájemně rozumět a nebudou mít nějaké rozpory nebo zda tito uživatelé budou milí nebo ne, dále také obavy z jazykové bariéry, z cizího prostředí. Ženy měly větší obavy než muži a to z důvodu nějakého případného sexuálního obtěžování ze strany mužů.

Graf 13: Bezpečnost



Zdroj: vlastní zpracování autora

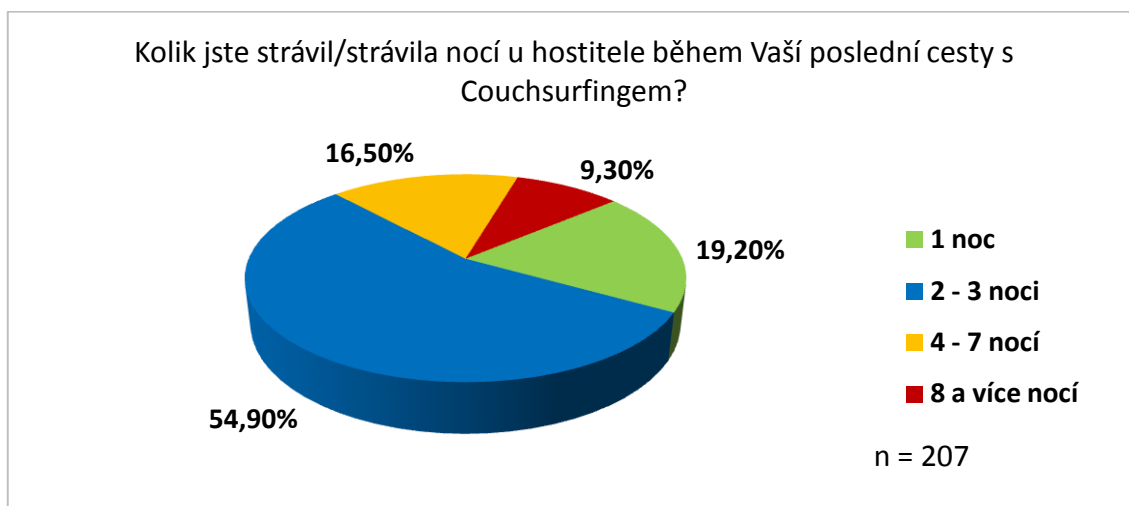
Tato otázka se týkala bezpečnosti ubytování skrz Couchsurfing. Více jak polovina uživatelů odpověděla na otázku ohledně bezpečnosti této služby kladně. Konkrétně tato polovina tvořila 58,2% zaškrtila možnost „spíše ano“. Dále tedy 33,5% uživatelů zaškrtilo možnost „ano“. Většina si tedy myslí, že je ubytování bezpečné a nemají špatnou zkušenost. Tito uživatelé si předem dostatečně prověří hostitele či hosta na webových stránkách Couchsurfingu, zda má dobré reference, zda jeho informace jsou aktuální a zda je na této globální síti aktivní a komunikuje prostřednictvím zpráv.

Naopak mírné obavy z bezpečnosti ubytování mělo 5,5% respondentů a 2,7% si myslí, že ubytování není bezpečné. Jsou to především ti uživatelé, co již měli nějakou špatnou zkušenost a zejména také ženy, pro které je ubytování u cizího člověka riskantnější nežli u mužů.

4.1.5 Poslední cesta s Couchsurfingem

Tato část dotazníkové šetření se týkala poslední cesty respondenta s využitím služeb Couchsurfing. Otázky byly zaměřené na počet strávených nocí, útratu, aktivity v destinaci, spokojenost s hostitelem a tak dále.

Graf 14: Počet strávených nocí u hostitele



Zdroj: vlastní zpracování autora

Tento graf se týká průměrného počtu strávených u hostitele a to konkrétně během poslední cesty respondenta. Více jak polovina respondentů, 54,9 %, strávila během své poslední cesty u hostitele 2 až 3 noci. Dále pak celých 19,20 % dotazovaných využilo toto bezplatné ubytování na jednu noc. Většina uživatelů se ubytovávala během poslední cesty tedy spíše na kratší dobu (do 3 nocí) a to z důvodu respektování hostitele a jeho soukromí. Mezi 4 až 7 nocí strávilo u hostitele 16,5 % uživatelů a objevili se i tací, kteří strávili u hostitele 8 a více nocí, konkrétně 9,3 %.

Couchsurfing je služba, která poskytuje přechodné ubytování právě u hostitele, který v tomto místě taky pobývá. Proto většina uživatelů se u hostitele na větší počet nocí nevyskytuje. Ale i přesto záleží na určitém hostiteli a na jeho individuálních podmínkách ubytování, tudíž lze strávit u hostitele i více nocí. Vše záleží na domluvě mezi uživateli.

Tabulka 9: Poslední navštívené země uživatelů

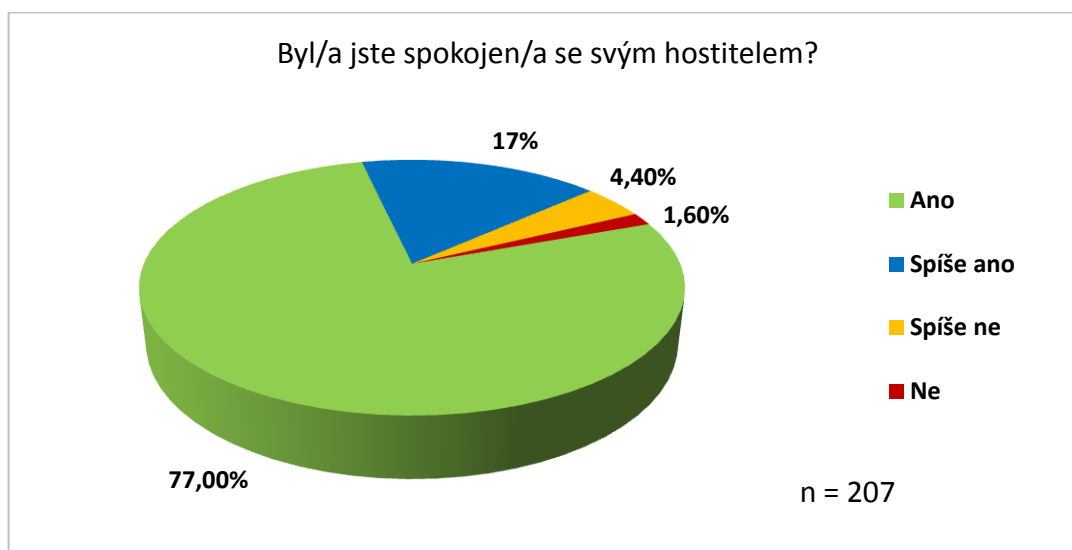
Navštívená země při poslední cestě s CS	Počet odpovědí
USA	18
Německo	10
Itálie	9
Španělsko	8
Malajsie	8
Nizozemsko	8
Austrálie	6
Japonsko	5
Polsko	5
Francie	5
Kanada	4
Filipíny	4
Švédsko	4
Mexiko	4
Brazílie	4
Chorvatsko	4
Anglie	3
Norsko	3
Kambodža	3
Rakousko	3
Litva	3
Singapur	3
Vietnam	3
Indonésie	3
Thajsko	2
Kolumbie	2
Finsko	2
Jižní Korea	2

Švýcarsko	2
Írán	2
Taiwan	2
Česká republika	2
Belgie	2
Velká Británie	2
Nepál	1
Hong Kong	1
Tunisko	1
Costa Rica	1
Bělorusko	1
Slovensko	1
Tádžikistán	1
Island	1
Dánsko	1
Čína	1
Srí Lanka	1
Nikaragua	1

Zdroj: vlastní zpracování autora

Tato tabulka znázorňuje odpovědi respondentů na otevřenou otázku, která se týkala poslední navštívené země s využitím služeb Couchsurfingu. Otázka byla nepovinná, přesto drtivá většina dotazovaných ji zodpověděla. Největší zastoupení v navštívených zemích v tomto vzorku dotazovaných měli Spojené státy Americké (USA), dále pak Německo, Itálie, Španělsko, Malajsie a Nizozemsko.

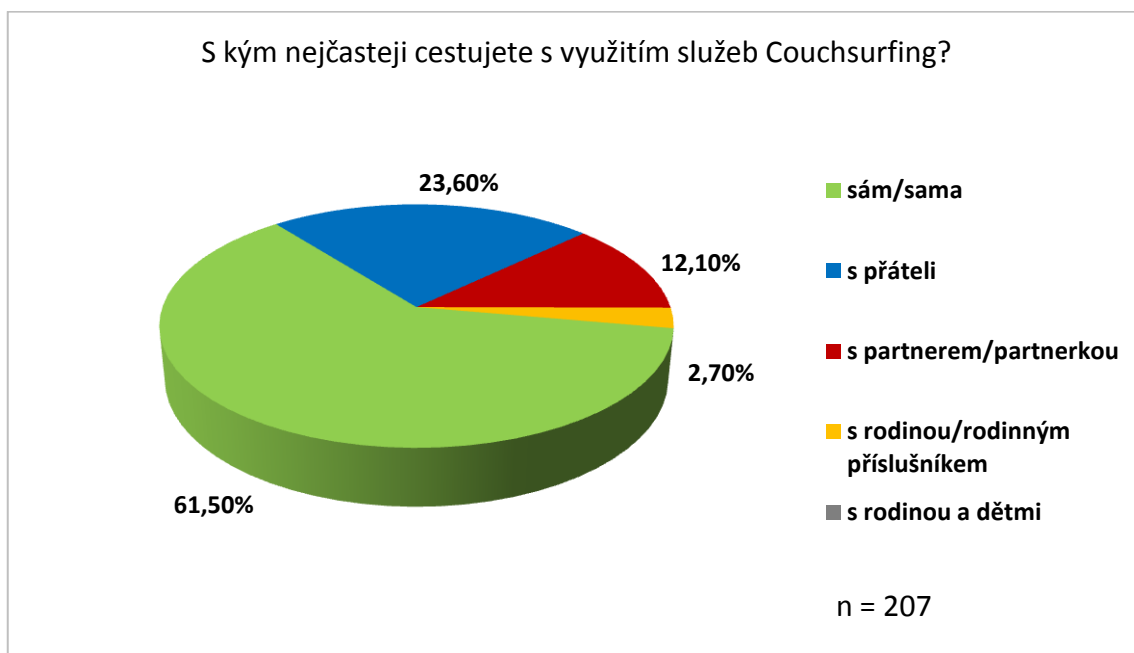
Graf 15: Spokojenost s hostitelem



Zdroj: vlastní zpracování autora

Další otázka se týkala spokojenosti s hostitelem či hostitelkou během posledního vycestování uživatele Couchsurfingu. Graf výše ukazuje, že drtivá většina uživatelů (77 %) byla se svým hostitelem/kou spokojena a neměla během ubytování žádné potíže. Po té celkem 17 % uživatelů zaškrtno možnost „spíše ano“, tudíž se zde mohla nacházet nějaká menší nepříjemnost a ubytování nebylo úplně ideální, ale i přesto byli uživatelé spokojeni. Na druhé straně bylo 4,4 % respondentů spíše nespokojeno a pouze 1,6 % nespokojeno. Lze vidět, pokud se uživatelé mezi sebou předem dostatečně domluví a poznají se, tak mezi nimi nevzniknou případné rozepře a je využití této služby z obou stran přínosné a bezproblémové.

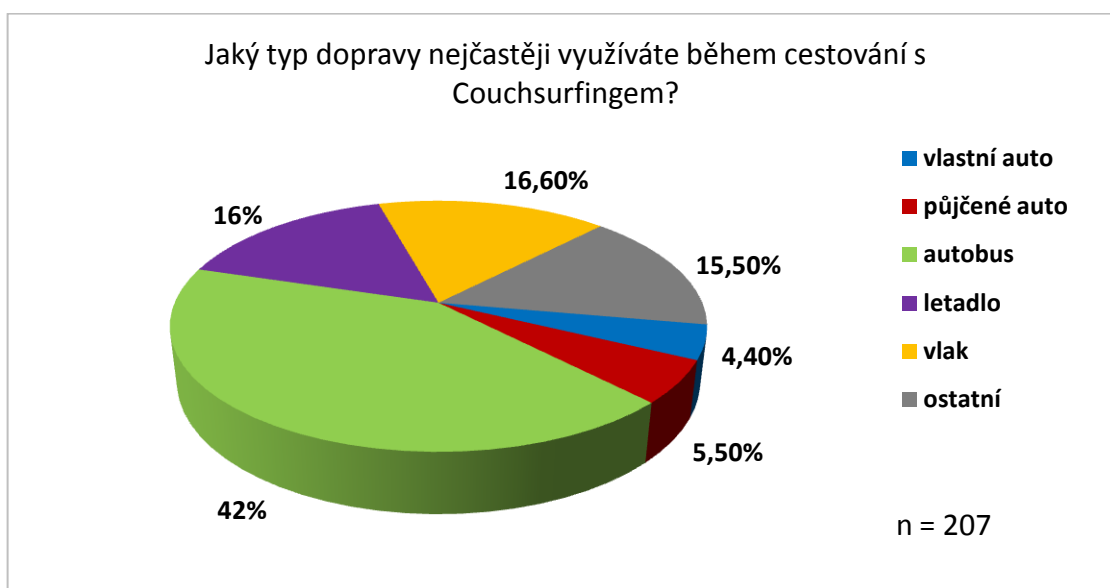
Graf 16: S kým uživatelé cestují



Zdroj: vlastní zpracování autora

Na tomto grafu lze vidět, s kým uživatelé nejčastěji cestují s využitím těchto služeb. Více jak polovina uživatelů cestují především sami bez nějakého doprovodu, celých 61,5 %, a to z důvodu že hostitelé u sebe většinou nemají dostatečnou kapacitu pro ubytování více uživatelů. Dalších 23,6% respondentů nejčastěji cestují s přáteli, 12,1 % respondentů cestují s partnerem či partnerkou a 2,7 % cestují s rodinou (rodinným příslušníkem). Žádný z Couchsurferů podle očekávání necestuje s rodinou a dětmi. Této alternativní formy cestovního ruchu se většinou tedy zúčastní pouze jedinec nebo menší skupina.

Graf 17: Způsob dopravy



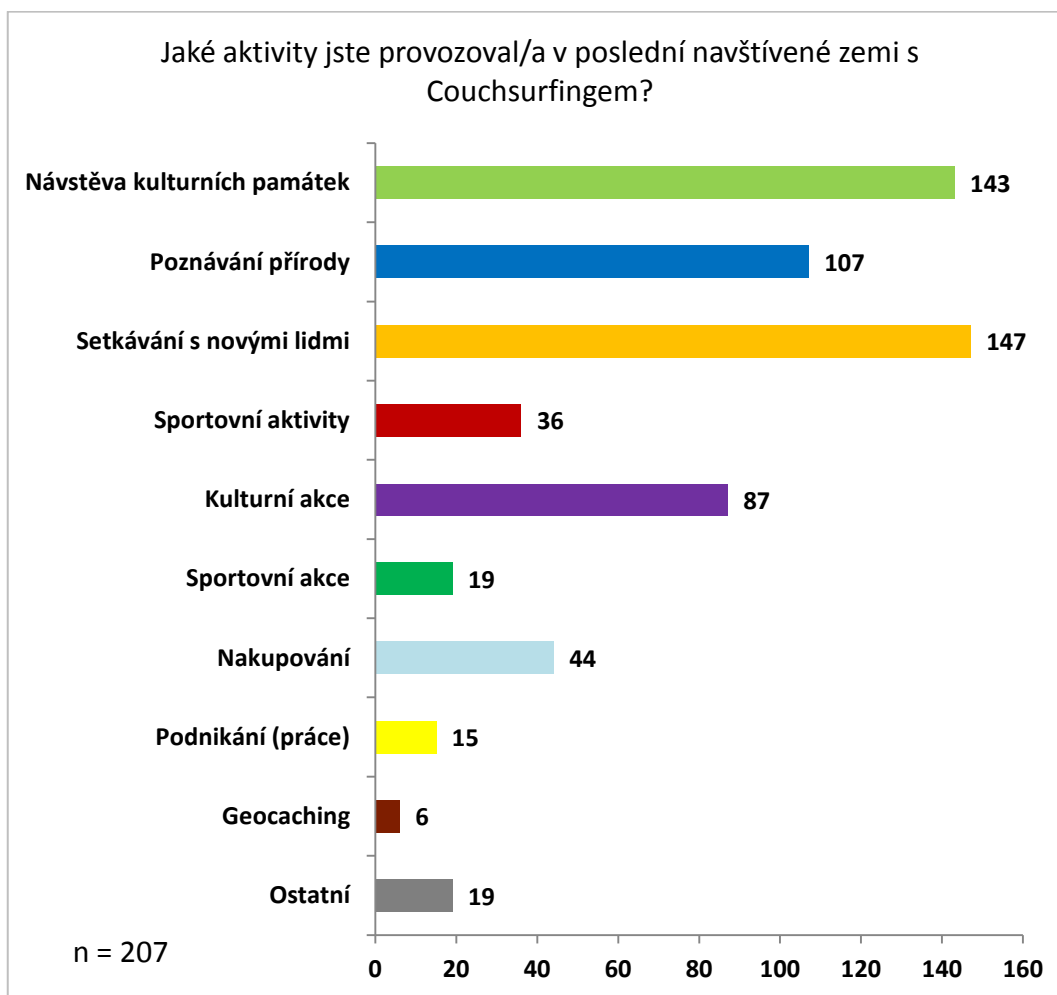
Zdroj: vlastní zpracování autora

Další otázka se týkala způsobu dopravy a také toho, jaký konkrétní dopravní prostředek uživatelé během své cesty nejčastěji a nejlépe využívají. Většina respondentů se dopravuje do místa a v místě destinace autobusem, celkem 42 %. Vlak během cestování využívá 16,6 % uživatelů a letadlo nejčastěji využívá 16 % uživatelů. Naopak nejméně je využíváno vlastní auto (4,4 %) a půjčené auto (5,5%).

I přesto že s autem mohou být během svého cestování mobilnější, volí uživatelé ekonomičtější variantu v podobě autobusu či vlaku, ale i letadla, které má ovšem výhodu ve své rychlosti a větší bezpečnosti než u ostatních dopravních prostředků. Jednoho vycestování s Couchsurfingem se nejčastěji zúčastní pouze jeden člověk, či dvojice, ale ne větší skupiny, proto může být využití auta oproti ostatním dopravním prostředkům nevýhodné.

V této položené otázce zvolilo 15,5 % respondentů možnost ostatní, tedy jiné dopravní prostředky či jiný způsob přepravy. Mezi nejčastější jinou možností přepravy během cestování s Couchsurfingem bylo stopování, které nejvíce uváděli uživatelé ve věkovém rozmezí 18 – 26 let a v odpovědích se objevila i služba spolujízd Blablacar. Dále pak motocykl, ale i kolo a dokonce někteří uživatelé se dopravují nejčastěji pěšky. Mezi ostatní odpovědi také patřila kombinace uvedených možností, mezi kterými si uživatelé nemohli vybrat jeden nejčastější způsob dopravy.

Graf 18: Aktivity v destinaci



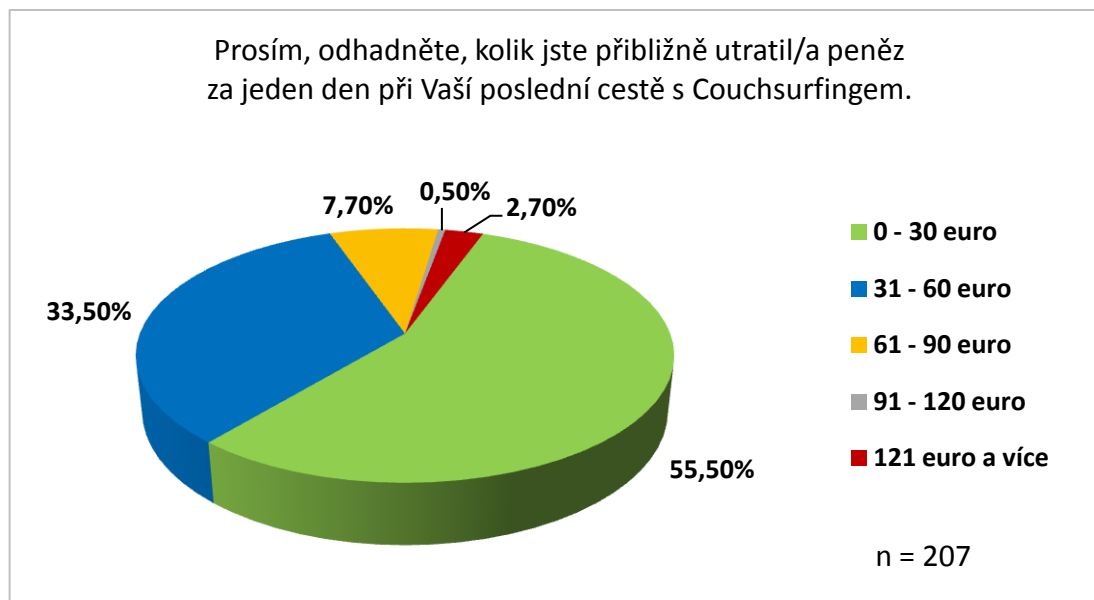
Zdroj: vlastní zpracování autora

Uživatelé odpovídali na další otázku a ta se týkala aktivit, které provozovali v dané destinaci při posledním využití služeb Couchsurfing. Mohli zaškrtnout více odpovědí nebo zvolit možnost ostatní a napsat další aktivity, která nebyly uvedeny v možnostech.

Nejvíce uživatelů se setkávali s novými lidmi, celkem 147, a navštěvovali kulturní památky v cílové destinaci, celkem 143 uživatelů. Dále velká četnost respondentů vybrala možnost týkající se poznávání přírody (107 uživatelů). Kulturní akce při svém posledním vycestování navštívilo 87 respondentů, nakupování provozovalo 44 respondentů, sportovní aktivity dělalo 36 respondentů a na sportovní akce se bylo podívat celkem 19 respondentů. Uživatelů, kteří při využití této služby, podnikalo či pracovalo, bylo celkem 15 a dokonce se našlo 6 uživatelů, kteří v dané cílové destinaci provozovali Geocaching.

Dalších 16 uživatelů zaškrtno možnost ostatní a mezi provozované aktivity v dané lokalitě uvedli například trekking, studování v zahraničí, návštěva přátel, učení hry na kytaru, psaní a kreslení či ochutnávka lokálních jídel.

Graf 19: Denní útrata uživatele (v eurech)

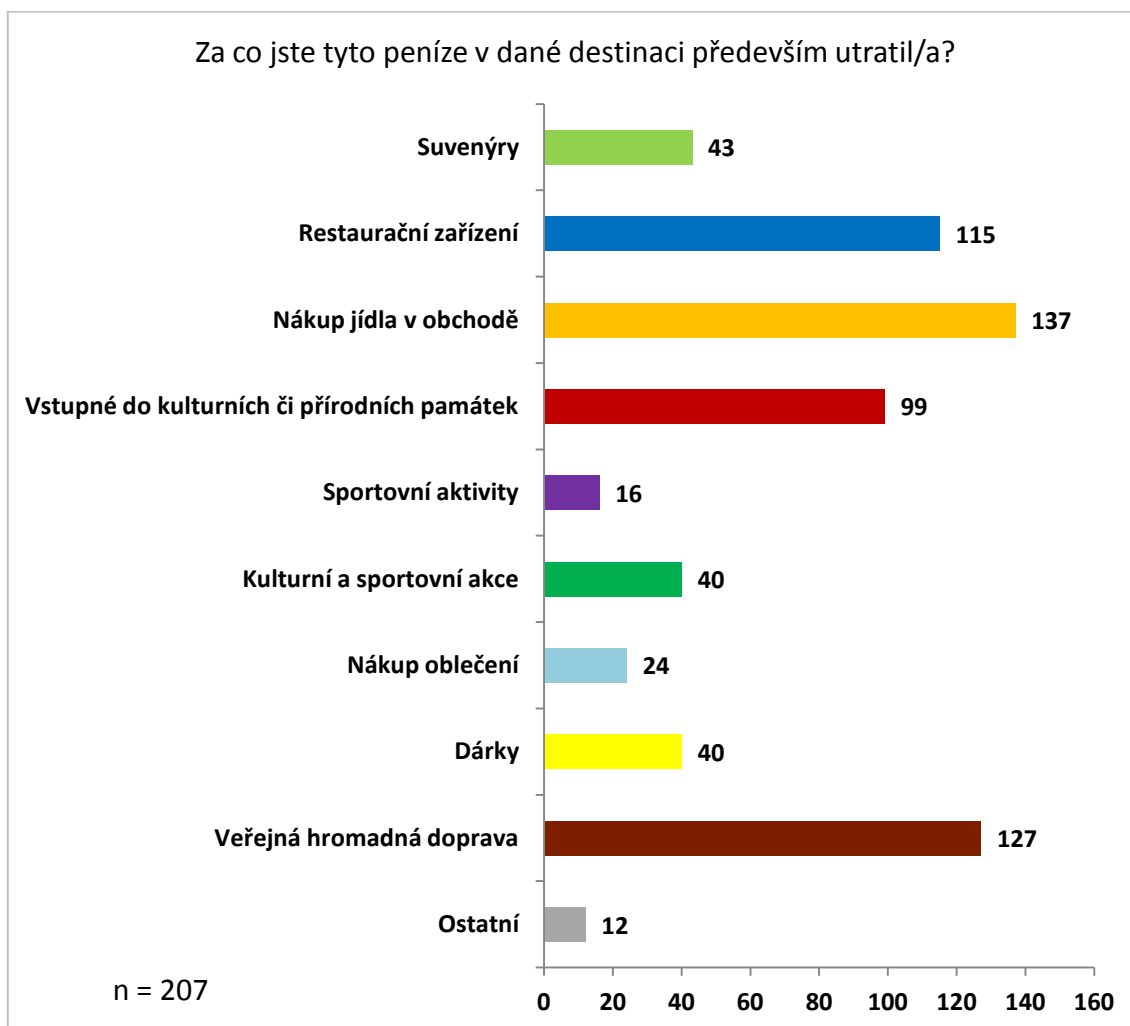


Zdroj: vlastní zpracování autora

Jelikož dotazníkové šetření dosahovalo do celého světa, byla zvolena globálnější měna Euro pro snadnější vyjádření útraty uživatelů. Graf znázorňuje přibližnou útratu uživatele za jeden den. Celkem 55,2 % uživatelů, tedy více jak polovina, utratí za den přibližně 0 – 30 euro. Dále celých 33,5 % uživatelů utratí 31 – 60 euro za den. A to zejména proto, že velká část respondentů využívá službu Couchsurfing z důvodu celkového ušetření peněz za cestu, tudíž vynakládají co nejmenší náklady, aby jejich cestování bylo co nejvýhodnější.

Celkem 7,7 % respondentů vybralo možnost denní útraty 61 – 90 euro a pouze 0,5 % respondentů utratilo během své poslední cesty 91 – 120 euro a 2,7 % respondentů 121 euro a více. Jak už bylo zmíněno, jedním z hlavních důvodů této služby je ušetření peněz za ubytování, tudíž se dá předpokládat, že i ostatní vynaložené náklady budou co nejnižší. I přesto se našli uživatelé, kteří využili možnosti ušetření nákladů za ubytování a vynaložili své finanční prostředky na jiné výdaje v dané lokalitě.

Graf 20: Útrata za aktivity



Zdroj: vlastní zpracování autora

U této otázky, která se týkala toho, za co uživatelé konkrétně utrácejí v cílové destinaci, měli respondenti možnost zvolit více odpovědí či nějakou jinou napsat. Otázka navazovala na předchozí a uživatelé Couchsurfingu měli určit, za co především vynakládají své finanční prostředky kromě bezplatného ubytování a dopravy do cílového místa.

Nejvyšší četnost odpovědí byla zaznamenána u nakupování jídla v obchodě (137 uživatelů), stravování se v restauračních zařízeních (115 uživatelů), a také u veřejné hromadné dopravy (127 uživatelů), na tyto tři položky vynaloží své finanční prostředky většina uživatelů. Dále pak více jak polovina uživatelů využije své peníze na vstupné do kulturních či přírodních památek (99). Další možnosti měli již menší zastoupení u

uživatelů a to konkrétně nákup suvenýrů (43), kulturní či sportovní akce a dárky (40), nákup oblečení (24) a sportovní aktivity (16).

U možnosti „ostatní“ se objevily následující odpovědi: půjčení auta, kytarové lekce, pohonné hmoty, pivo či dárek pro hosta.

4.2 Zhodnocení strukturovaných rozhovorů

Další součástí této analytické části bakalářské práce je zhodnocení vedených strukturovaných rozhovorů. Rozhovory byly učiněny především proto, aby doplnily informace z dotazníkového šetření o nové poznatky, a také aby některé otázky z šetření potvrdily a upřesnily.

Celkem byly provedeny 3 rozhovory. Každý se skládal ze 14 otázek týkajících se využívání Couchsurfingu. Objevily se zde otázky, které se týkaly hlavních důvodů využití Couchsurfingu, přínosů a pocitů z této služby, bezpečnosti a obav během služby, zemí, které daný uživatel navštívil, prováděných aktivit v dané destinaci, vynaložených finančních prostředků apod. Na tyto otázky odpovídali uživatelé Couchsurfingu, kteří již mají s touto službou zkušenost a vycestovali prostřednictvím ní.

Všechny 3 provedené strukturované rozhovory lze nalézt v příloze.

4.2.1 Dotazování uživatelé Couchsurfingu

Tereza Bredlová (22 let)

První dotazovanou byla studentka Filozofické fakulty Masarykovy univerzity v Brně, oboru Uměnovědná studia. Tato studentka pochází z Lhoty u Příbramě ve Středočeském kraji a služby Couchsurfingu využila zatím pouze jednou a to konkrétně v hlavním městě Norska v Oslu.

Kateřina Boukalová (22 let)

Další dotazovanou byla také studentka Vysoké školy ekonomické a Právnické fakulty Univerzity Karlovy v Praze, která bydlí ve Středočeském kraji v obci Višňová. Couchsurfingu se zúčastnila jedenkrát společně s bratrem, se kterým našla ubytování ve Finsku v Helsinkách.

Martin Bílek (29 let)

Poslední dotazovaný byl uživatel Couchsurfingu, který tuto služby využil vícekrát. Žije v Příbrami ve Středočeském kraji a žíví se jako controller v Kovohutích Příbram. Služby využil v Kanadě (Vancouver, Calgary) a USA (Seattle, New York) a to celkem čtyřikrát.

4.2.2 Jednotlivá témata rozhovoru

Hlavní důvody

První otázka se věnovala hlavním důvodům, proč tuto službu využili a co je k vyzkoušení Couchsurfingu vedlo. Všichni tři dotazovaní se shodli na tom, že největší pozitivum a hlavním důvodem využití je ušetření peněz za ubytování. Ale kromě této možnosti bezplatného ubytování je lákalo zažít něco nového a také pocítit nádech dobrodružství, které je typické svou nepředvídatelností.

Navštívené země

Co se týče navštívených zemí, tak ty se u všech 3 dotazovaných lišily. Celkem se u těchto uživatelů objevily 4 země. A to 2 státy Severní Evropy – Finsko, Norsko a dále Spojené státy americké a Kanada. Účelem vycestování bylo hlavně poznání dané destinace, ale také pracovní příležitost.

Přínosy

Důležitá otázka pro výzkum v těchto rozhovorech se týkala přínosů této služby. Mezi hlavní přínosy, které dotazovaní uváděli, patří komunikace s hostitelem, při které si daný uživatel může zlepšit cizí jazyk, může poznat, jak se hostitel dané národnosti chová, jaké má návyky a také může nahlédnout do jeho každodenního života. Mohou tak poznat otevřenost a pohostinnost lidí ze všech koutů světa. Tito hostitelé také mohou doporučit zajímavá místa vhodná k návštěvě, což je také přínos.

Dalším přínosem podle jednoho dotazovaného je, že ušetřené náklady za ubytování, může uživatel využít pro lepší poznání dané destinace, kterou může daný uživatel Couchsurfingu poznávat společně s hostitelem, který může zastat roli průvodce a také může sdělit zajímavé informace, který by daný uživatel jinak nezjistil.

Bezpečnost a obavy

Ani jeden dotazovaný při rozhovoru nevedl, že by se setkal s negativní zkušeností při využití služeb bezplatného ubytování a ani o žádné negativní zkušenosti neslyšel. Všichni se shodují na tom, že když uživatele sleduje dobré reference ostatních, podle kterých zde vyřadit nějaké podvodníky, a tak by neměl nastat žádný problém. Je také důležité se s hostitelem dostatečně domluvit, jak a co bude probíhat a tak se následně vyhnout případným konfliktům. Zástupkyně ženského pohlaví preferují spíše ubytování u pohlaví stejného.

Bezpečné a méně bezpečné země dle dotazovaných

Všichni 3 dotazovaní se shodli na tom, že by nevycestovali do zemí, které se způsobem života a kulturou diametrálně liší od České republiky. Také u uživatelů vzbuzují větší obavy arabské země oproti jiným, z důvodu velké kulturní odlišnosti a hrozícího nebezpečí teroristických útoků. Naopak za bezpečné země dotazovaní považují ty země, které se svou kulturou podobají ČR a vlastně i celé evropské kultuře, což je podle nich Evropa, konkrétně jako nejbezpečnější oblast zde byla uvedena Skandinávie, a dále také USA a Kanada. Nikdo za bezpečnou zemi nevedl asijskou či africkou zemi.

Aktivity v dané destinaci

Mezi aktivity všech 3 dotazovaných patřili zejména, prohlídky dané lokality a kulturních atraktivit v okolí, ale i zajímavých míst, které nejsou přeplněny turisty. Další aktivitou v cílovém místě byl sport, ale také jedna z uživatelů navštívila kulturní akci v opeře v Oslu.

Výhody a nevýhody oproti standardnímu ubytovacímu zařízení

Všichni 3 respondenti se shodli, že ta největší a nejlákavější výhoda Couchsurfingu je, že je to bezplatné ubytování a uživatelé tak mohou ušetřit své finanční prostředky, které pak lze využít na jiné aktivity v destinaci. Jako nevýhoda může být obětování určitého pohodlí a hlavně soukromí, protože na pár dní bude sdílet svůj život s hostitelem, se kterým ovšem většina uživatelů má dobré vztahy a nedochází ke konfliktům. Couchsurfing je především pro komunikativní pozitivní lidi, kteří rádi

zkouší něco nového a nebojí se komunikovat s ostatními uživateli a sdílet s nimi své zážitky.

Vynaložení finančních prostředků

Všichni 3 dotazovaní se shodli na tom, že při cestování s Couchsurfingem utratili méně peněz a bylo to levnější oproti organizovanému cestovnímu ruchu. Také to bylo pro ně levnější z pohledu ušetření peněz za ubytování, které jim z velké části snížilo celkový rozpočet na cestu. Nejvíce nákladů bylo vynaloženo především na dopravu a stravování, a po té na aktivity v destinaci a vstupy do jednotlivých zařízení, které respondenti navštívili. Jejich výdaje při posledním využití služeb Couchsurfingu pohybovaly okolo 4 až 7 tisíc.

4.3 Shrnutí výsledků dotazníkového šetření a strukturovaných rozhovorů

Výzkum byl prováděn prostřednictvím elektronických dotazníků v anglickém jazyce, aby nedošlo k možné jazykové bariéře. Celého dotazníkového šetření se zúčastnilo 235 respondentů a šetření bylo doplněno o celkem 3 rozhovory s Couchsurfery. Z celkového počtu 235 respondentů mělo zkušenost s Couchsurfingem celkem 207 dotazovaných. Ve výzkumu měly ženy mírnou převahu nad muži. Drtivá většina (více jak 80 %) dotazovaných využívajících tuto službu je v rozpětí 18 – 35 let, tudíž mladší uživatelé, kteří mohou disponovat s větším množstvím volného času, kteří hledají něco nového a dobrodružného a Couchsurfing jako bezplatné ubytování je pro ně dobrou alternativní možností cestování. Dalším identifikačním údajem uživatelů Couchsurfingu je vzdělání, která má většina respondentů (93,2 %) vyšší. Vzdělání se v každé zemi liší, tudíž nelze přesně říci, o kolik je jejich úroveň vzdělání vyšší než v České republice, i přesto má většina vyšší úroveň než je střední a základní škola. Posledním demografickým údajem byla velikost města (vesnice), odkud uživatelé pocházejí. Nejvyšší četnost (46,4 %) mělo město s více jak 1 000 001 obyvateli. Ze strany nabídky ubytování je výhodnější bydlet ve větším městě, kde může uživatel ubytovat jiného. Větší město obecně disponuje větším množstvím kulturních atraktivit a turistických cílů.

Další kapitolou výzkumu bylo využití služeb Couchsurfing. Jedním z cílů bylo zjistit hlavní důvod či motiv vycestovat s využitím této globální sítě. Nejčastější

odpověď byla poznat nové lidi, a to celkem 44 %, čímž se vyvrátila hypotéza, že hlavním důvodem vycestování je ušetřit peníze za ubytování. Tento motiv ve výzkumu měl celkové zastoupení respondentů 19,2 %. Ovšem ušetřit náklady za ubytování bylo hlavním důvodem u všech 3 dotazovaných v rozhovorech. V současné době se prostřednictvím této služby mohou střetnout uživatelé z celého světa a tím se posilují mezilidské i mezinárodní vztahy, proto je tato komunikace s ostatními a poznávání nových lidí pro Couchsurfery důležitá. Co se týče přínosů z Couchsurfingu, tak mezi nejčastějšími odpověďmi se objevovaly přínosy jako, osobní naplnění, kulturní úroveň, pochopení ostatních a jazykové dovednosti. Dle rozhovorů dalším přínosem, může být poznání nové kultury a nahlédnutí do každodenního života uživatelů a také jako přínos berou ušetření finančních prostředků, které pak mohou vynaložit na jiné aktivity v destinaci.

Více jak polovina (67 %) respondentů využila tuto službu více jak šestkrát, a to jako hostitel a host dohromady. Během jednoho roku většina (44,5 %) uživatelů vycestuje s prostřednictvím této možnosti bezplatného ubytování pouze jedenkrát. Mají to jako zpestření při cestování během roku. Největší četnost odpovědí (30,2 %) z hlediska nabídky ubytování u respondentů během posledních 3 let, měla možnost, že nikoho během 3 let neubytovali. Tito uživatelé tedy spíše s Couchsurfingem cestují do jiných destinací. Zároveň tedy skoro polovina respondentů (44 %) se nechává během své cesty pouze ubytovat a nenabízí ubytování.

Dalším probíraným tématem v dotazníkovém šetření a ve strukturovaných rozhovorech byla bezpečnost Couchsurfingu. Více jak polovina uživatelů si myslí, že je služba spíše bezpečná (58,2 %) a celkem 33,5 % respondentů si myslí, že je úplně bezpečná. Důležité je si dostatečně prověřit hostitele či hosta na profilu, který má na webových stránkách Couchsurfingu, zda má kladné reference, aktuální fotografii a dostatek informací o sobě. Ani jeden dotazovaný v rozhovorech neuvedl, že by se setkal s negativní zkušeností při využití služeb bezplatného ubytování a ani o žádné negativní zkušenosti neslyšel. Při dostatečném prozkoumání profilu uživatele a vzájemnou dohodou mezi uživateli by mělo vše proběhnout v pořádku. Během své první cesty s Couchsurfingem podle dotazníkového šetření nemělo 71 uživatelů žádné obavy. Zbývající respondenti uváděli obavy jako, bezpečnost, strach z neznáma, jaký bude host a hostitel, vzájemná domluva a porozumění. Obecně ženy měly větší obavy při vycestování než muži.

Co se týče poslední cesty s všech dotazovaných, tak více jak polovina respondentů strávila u hostitele 2 až 3 noci, a to celkem 54,9 %. Největší četnost naposled navštívených zemí uživatelů měly země jako, USA, Německo, Itálie, Španělsko, Malajsie a Nizozemsko. Velká většina (77 %) uživatelů byla spokojena se svým hostitelem během poslední cesty a neměla žádné potíže. Více jak polovina respondentů (61,5 %) cestuje bez doprovodu a je závislá jenom na sobě. Nejčastější způsob dopravy do dané destinace a v místě destinace je pro dotazované uživatele Couchsurfingu autobus (42 %) a jako v možnosti ostatní se často objevovala i možnost stopování. Mezi nejčastější aktivity v cílovém místě je pro respondenty, poznávání nových lidí, návštěva kulturních a přírodních památek, kulturní akce a nakupování.

Poslední částí výzkumu byla také ekonomická stránka, kolik uživatelé utratí finančních prostředků za den a za co. Opět kvůli celosvětovému využití této služby byla zvolena pro určení nákladů mezinárodní měna euro. Více jak polovina respondentů (55,2 %), utratí za den 0 až 30 euro a další nejčastější možností byla možnost, že uživatelé utratí 31 – 60 euro za den. Vynakládají co nejmenší náklady, aby jejich celková cesta byla co nejvýhodnější. Tyto finanční prostředky uživatelé dle výzkumu vynaložili především na nákup jídla v obchodě, stravování se v restauračních zařízeních, veřejnou hromadnou dopravu, ale také na vstupné do kulturních či přírodních památek a atrakivit. Celkové náklady na cestu s Couchsurfingem 3 dotazovaných z rozhovorů se pohybovaly okolo 4 až 7 tisíc.

Všichni 3 dotazovaní v rozhovorech se shodli, že ta největší a nejlákavější výhoda Couchsurfingu je, že je to bezplatné ubytování a uživatelé tak mohou ušetřit své finanční prostředky, které pak lze využít na jiné aktivity v destinaci. Jako nevýhoda může být obětování určitého pohodlí a hlavně soukromí, protože na pár dní bude sdílet svůj život s hostitelem, se kterým ovšem většina uživatelů má dobré vztahy a nedochází ke konfliktům.

4.4 Návrh řešení

Návrh řešení této bakalářské práce se pokusí ukázat, zda je vycestování prostřednictvím globální sítě Couchsurfing výhodné či nevýhodné oproti klasické formě cestování s využitím organizovaného cestovního ruchu, do kterého se zahrnují zejména služby cestovních kanceláří a cestovních agentur. Konkrétně je zde ukázáno, o kolik přesně je tato služba výhodnější nebo naopak není.

V této kapitole jsou porovnány dva typy cest, jejichž porovnání slouží k vyhodnocení, jaký typ zájezdu je pro účastníka cestovního ruchu výhodnější. První typ zájezdu je vybrán od konkrétní cestovní kanceláře s danou cenou a kalkulací a druhý typ zájezdu je vlastní, který je sestaven a vykalkulován na základě individuálního organizování, při kterém je využito služeb Couchsurfing. Oba dva typy zájezdu míří do jedné stejné konkrétní destinace, a to i se stejnými aktivitami v daném cílovém místě, aby se podmínky a program zájezdu co nejvíce shodovaly.

Jelikož bezplatné ubytování skrz Couchsurfing je podle výzkumu a dotazníkového šetření průměrně na 2 až 3 noci, je zde vybrán poznávací zájezd v rámci Evropy, který je čtyřdenní. Zvolenou destinací je Itálie a její hlavní město Řím, do kterého je doprava letecky. Uživatel Couchsurfingu dle dotazníkového šetření cestuje nejčastěji sám/sama, proto tento zájezd je vykalkulován pro jednoho člověka, který zároveň ještě studuje, což se může promítnout u cen vstupů do jednotlivých aktivit.

4.4.1 Poznávací zájezd od cestovní kanceláře

V této části je již popsán konkrétní zájezd s danou cenou a přibližnou kalkulací, kterou na svých stránkách uvádí cestovní kancelář. Vybraný zájezd je od Cestovní kanceláře Poznání. Jedná se o poznávací zájezd do Itálie, konkrétně do hlavního města Řím, který celkem trvá 4 dny. Cestovní kancelář Poznání nabízí tento zájezd v různých termínech se stálou neměnicí se cenou a se stejným programem.

Program čtyřdenního poznávacího zájezdu do Itálie

1. den: Odlet z Prahy, již za přítomnosti průvodce, čas podle letového řádu. Po příletu do Říma zajištěn transfer do hotelu. Po té individuální volno či alternativně procházka a prohlídka města s průvodcem.

2. den: Celodenní prohlídka města Řím a Vatikánu. Plánované návštěvy míst: Svatopeterské náměstí včetně chrámu sv. Petra, Vatikánské muzeum, Sixtinská kaple, uličky u Piazza Navona s Berniniho fontánou, Andělský hrad, Pantheon, Španělské schody a Fontána di Trevi. Večerní město, individuální volno.

3. den: Další prohlídka míst v Římě. Forum Romanum, Koloseum, Kapitol, jezdecká socha Marka Aurelia, Palatin, Císařská fóra, bazilika San Giovanni in Laterano, kostel San Pietro in Vincoli. Večer opět individuální volno.

4. den: Dopoledne individuální volno, po té zajištěn transfer na letiště a odpoledne odlet zpět do Prahy. (Cestovní kancelář Poznání, 2017)

V ceně tohoto poznávacího zájezdu nejsou zahrnuté některé položky a služby. Do ceny zájezdu od CK Poznání není tedy zahrnuto: vstupné, fakultativní služby, dále také pojištění léčebných výloh včetně storna zájezdu. Je zde možnost si připlatit jednolůžkový pokoj (2100 Kč), odbavené zavazadlo do 23 kg (1390 Kč) a také je povinný příplatek za neobsazené lůžko, který se rovná příplatku za jednolůžkový pokoj. (Cestovní kancelář Poznání, 2017)

Celková cena tohoto zájezdu činí 13 490 Kč za 4 dny. V uvedené ceně je zahrnuta doprava, konkrétně zpáteční letenka na lince Praha – Řím včetně letištních tax a poplatků, která se dle cestovní kanceláře pohybuje okolo 6000 Kč. Co se týče dopravy je zde v ceně také jedno kabinové zavazadlo a transfer z/ na letiště. Další položkou zahrnutou v zájezdu jsou 3 noci ubytování ve 2 lůžkových pokojích s příslušenstvím v tříhvězdičkovém hotelu. V ceně ubytování je také zahrnuta třikrát snídaně a pobytová taxa. Další stravování během pobytu si účastník hradí sám. Po celou dobu zájezdu je přítomen průvodce, který je hrazen z celkové ceny zájezdu.

Tabulka 10: Kalkulace dle informací CK s příplatky a ostatními náklady

Cena zájezdu	13 490 Kč
Pojištění (léčebné výlohy vč. storna zájezdu)	120 Kč
Příplatek za jednolůžkový pokoj	2 100 Kč
Vstupné	880 Kč
- Vatikánská muzea	590 Kč
- Koloseum, Forum Romanum, Palatin	290 Kč
Cena celkem	16 590 Kč

Zdroj: vlastní zpracování dle Cestovní kancelář Poznání

K celkové ceně zájezdu, kterou cestovní kancelář nabízí, je třeba přičíst další příplatky a náklady, které musí být také zahrnuty. Bylo tedy nutné připočíst pojištění léčebných výloh včetně storna zájezdu, které za 120 Kč CK nabízí. Jelikož podle zvolených kritérií se tohoto zájezdu zúčastní pouze jedna osoba (student), je nutné připočíst také příplatek za jednolůžkový pokoj (poplatek za neobsazené místo v pokoji). K ceně je také třeba započítat vstupné, které není zahrnuto v celkové ceně zájezdu a podle daného programu a informací CK Poznání činí celkem pro studenta 880 Kč. Tudíž celkové náklady pro jednoho samotného cestujícího činí 16 590 Kč.

4.4.2 Individuální poznávací cesta s využitím Couchsurfingu

Pro porovnání s předchozím zájezdem od CK je program individuální cesty naprosto shodný s předchozím. Cesta se ale liší zejména v individuální organizaci, prostřednictvím které je stanovena vlastní kalkulační nákladů a cen, která se vztahuje k dopravě, ubytování, průvodci, vstupnému do turistických atrakcí a další položky. Také se tedy jedná o čtyřdenní poznávací cestu s využitím letecké dopravy a bezplatného ubytování skrz službu Couchsurfing.

Tabulka 11: Vlastní kalkulace individuální cesty skrz Couchsurfing

Doprava (letecky)	4700 Kč
Transfer z/na letiště (autobus)	320 Kč
Ubytování	0 Kč
Pojištění léčebných výloh	100 Kč
Vstupné	880 Kč
- Vatikánská muzea	590 Kč
- Koloseum, Forum Romanum, Palatin	290 Kč
Průvodce	0 Kč
Celková cena zájezdu	6 000 Kč

Zdroj: vlastní zpracování autora

V tabulce je vidět kalkulace individuální cesty, při které se využívá ubytovací služba Couchsurfing. Kalkulace je podle vlastního zpracování, při kterém jsou jednotlivé položky určeny bez ohledu na nabídku CK Poznání a jsou vyhledávány na jednotlivých portálech. První položkou v kalkulaci je doprava. Cena letecké dopravy do Říma od nízkonákladové společnosti se pohybuje okolo 4 700 Kč a to včetně příručního zavazadla tam i zpět a všech letištních tax a poplatků. Z a na letiště oproti zájezdu od CK není v ceně zahrnut transfer, proto je zde započítán a využit autobus do centra města, který se u italských autobusových společností pohybuje okolo 160 Kč na jednu cestu. Další položkou, která je v této kalkulaci tou nejhlavnější a nejzajímavější z hlediska ušetření nákladů, je ubytování. A to, jak už bylo zmíněno, prostřednictvím služby Couchsurfing, což je bezplatné ubytování u jiného uživatele Couchsurfingu v dané lokalitě. Uživatel Couchsurfingu, který je na pozici hostitele, může být i zároveň samotným průvodcem v cílové destinaci a může dát dobré rady, kam se podívat a může svého hosta také sám provézt, což snižuje další náklad v kalkulaci a to průvodce, které není potřeba. Je zde zahrnuto i pojištění léčebných výloh bez storna zájezdu. Posledním nákladem v kalkulaci je vstupné do jednotlivých atrakcí Říma dle programu zájezdu od CK Poznání, u kterého je započítána studentská sleva, kterou jednotlivé atrakce nabízejí. Co se týče stravování, tak po celou dobu pobytu se uživatel stravuje sám, ale je zde také varianta, že ho může pohostit a nabídnout mu jídlo sám hostitel.

Oproti běžnému poznávacímu zájezdu od cestovní kanceláře je vidět výrazný rozdíl v celkové ceně zájezdu při využití globální sítě Couchsurfing. Proto v následující kapitole jsou porovnány a rozebrány obě cesty a jejich výhody a nevýhody.

4.4.3 Porovnání cest skrz cestovní kancelář a skrz Couchsurfing

Tabulka 12: Porovnání cest CK vs. CS

Jednotlivé položky	Zájezd od CK	Individuální cesta s CS
Doprava (letecky)	6 000 Kč	4 700 Kč
Transfer z/na letiště	<i>Zahrnut v dopravě</i>	320 Kč
Ubytování	<i>Zahrnuto se snídaní v ceně</i>	0 Kč
Pojištění	120 Kč	100 Kč
Vstupné	880 Kč	880 Kč
Průvodce	<i>Zahrnut v ceně zájezdu</i>	0 Kč
Celková cena zájezdu	16 590 Kč	6 000 Kč

Zdroj: vlastní zpracování autora

Z obou kalkulací celkové ceny cesty lze vyzorovat, že v tomto případě je individuální organizace a využití služby Couchsurfing z hlediska nákladů, které jsou na stejný poznávací zájezd do Říma bez CK levnější. A to přibližně o 10 000 Kč. Značnou část zde hraje roli ušetření nákladů za ubytování skrz Couchsurfing, které je oproti čtyřhvězdičkovému hotelu nabízeném CK zcela zdarma. V ceně ubytování v hotelu je zahrnuta i snídaně, která ovšem tolik kalkulaci nezmění. Je možné, že i sám hostitel poskytující bezplatné ubytování může svému hostu poskytnout nějakou stravu. Hostitel zároveň může být průvodcem, který dá uživateli cenné rady a typy, kam se podívat anebo sám svého hosta v dané lokalitě provede. Cena vstupného se v obou případech shoduje. V pojištění léčebných výloh také není výrazný rozdíl. Výraznější rozdíl lze již spatřovat u letecké dopravy, kde v případě individuální cesty byla využita nízkonákladová společnost s nižší cenou, než za dopravu nabízí CK.

Z cenového hlediska je tedy individuální cesta skrz Couchsurfing výhodnější. Oproti zájezdu CK se uživateli navýší rozpočet o cca 10 000 Kč a uživatel má tak možnost tyto zbylé finanční prostředky využít na jiné náklady a aktivity, jako je například vstupné do dalších kulturních a přírodních atrakcí, nákup jídla v obchodě či stravování se v restauracích a mnoho dalších. Těmito finančními prostředky tak uživatel přispívá přímo dané destinaci a podporuje tak její rozvoj. Podporuje tak dané místní

podniky, s čímž tedy přispívá k rozvoji daného cílového místa. Naopak finanční prostředky vložené do zájezdu skrz cestovní kancelář jsou přímo pro samotnou CK, která má v ceně započítanou patřičnou provizi a má dohody s konkrétními dodavateli, takže uživatel tak přispívá pouze těmto konkrétním dodavatelům a cestovní kanceláři, čímž rozvoj dané destinace až tak moc nepodporuje. Uživatel přispívá také k rozvoji samotného dopravce, ať už nízkonákladových společností či při využití dopravních služeb veřejné hromadné dopravy v dané lokalitě.

Couchsurfing obecně také podporuje sociokulturní vztahy mezi jednotlivými uživateli, kde si mezi sebou mohou vyměnit mnoho poznatků o své kultuře a vytvořit o konkrétních návycích a tradic u jednotlivých uživatelů. Propojují se zde vztahy mezi různými národnostmi a prostřednictvím této komunikace si uživatelé mohou zlepšit i jazykové dovednosti.

Tato služba má ale i své úskalí. Předem je vždy nějaká nejistota, jak se druhý uživatel Couchsurfingu bude chovat, jaké bude mít návyky, či jak to bude u daného uživatele vypadat. Při tomto bezplatném ubytování ztrácí uživatelé z obou stran částečně své soukromí. Ale jelikož s tím každý uživatel počítá a je zapojen do této globální sítě dobrovolně, až takový problém to není. Oproti vycestování se zájezdem CK je uživatel více nezávislý, má volnost a nemusí se držet připraveného itineráře. Ovšem při individuálním cestování se nemá uživatel často na někoho konkrétního obrátit, což naopak u tohoto organizovaného zájezdu může, a to na daného průvodce či vedoucího zájezdu po celou dobu pobytu. Ani to ale nejde brát přímo jako nevýhodu, protože individuální cestovní ruch je právě o této volnosti, nezávislosti a uživatelé tak chtějí zažít pocit určitého adrenalinu a dobrodružství, že jsou závislý pouze a jenom na sobě a nic jim nebrání v jejich rozhodnutí.

5 Závěr

V této bakalářské práci byl rozebrán pojem Couchsurfing, který lze chápat v současné době jako alternativní možnost cestování. Hlavním cílem této práce bylo identifikovat typického uživatele Couchsurfingu a zároveň jeho hlavní důvody a motivační faktory využití této služby bezplatného ubytování u jiného uživatele. Dalšími cíly bylo zjistit přínosy uživatelů z této uvedené globální sítě, dále porovnat individuální cestování s organizovaným zájezdem a nalézt výhody a nevýhody spojené s využitím služby Couchsurfing a dalším cílem bylo zjistit některé ekonomické a sociokulturní dopady.

Na základě výzkumu a dotazníkového šetření byl typický uživatel Couchsurfingu identifikován jako uživatel mezi 18 – 35 lety, který pochází většinou z větších měst s více jak milion obyvateli a má vyšší vzdělání. Mezi hlavní motivy a důvody využití této služby u uživatelů patří především potkávání nových lidí, ať jde o samotného hostitele či někoho jiného, měl tento důvod největší četnost v odpovědích. Po té následovaly důvody jako poznat a naučit se novou kulturu, a také očekávaný důvod ušetřit finanční prostředky za ubytování. Jako přínosy z Couchsurfingu nejvíce uživatelů bere pochopení ostatních, osobní naplnění a kulturní úroveň, ale ani jazykové dovednosti nebyly výjimkou.

V prvním předpokladu výzkumu bylo uvedeno, že více jak 80 % uživatelů Couchsurfingu je ve věku 18 – 35 let. Tento předpoklad byl dotazníkovým šetřením potvrzen.

A v druhém předpokladu výzkumu se uvádí, že pro více než polovinu uživatelů Couchsurfingu je hlavním důvodem využití úspora nákladů za ubytování. Tento předpoklad se nepotvrdil. Pro více než polovinu uživatelů nebyl žádný z uvedených důvodů ten hlavní.

Couchsurfing má velkou výhodu v ekonomické stránce a to značné ušetření nákladů za ubytování, které jsou v dané destinaci mnohdy ten největší výdaj. Tyto ušetřené finanční prostředky může tak uživatel vynaložit na jiné aktivity v cílovém místě jako jsou vstupné do kulturních a přírodních atraktivit, různé akce, nákup jídla v obchodě, stravování se v restauracích apod., čímž uživatel při vynaložení těchto prostředků může podpořit rozvoj destinace a přináší jí tím více, než při využití cestovní kanceláře či

agentury, prostřednictvím které uživatel do rozvoje dané destinace příliš nepřispívá a většina z ceny jde jako provize CK či CA a konkrétním stálým ubytovacím či stravovacím zařízením. Zároveň prostřednictvím Couchsurfingu se propojují různé kultury, navazují se nové vztahy a lidé mezi sebou musí navzájem komunikovat. Vše přispívá k rozšíření povědomí o dané kultuře po celém světě. Jako nevýhodu u této služby lze považovat určitý nedostatek soukromí během ubytování u cizího hostitele oproti ubytování v klasickém ubytovacím zařízení. Další nevýhodou je určitý způsob nejistoty při individuální organizaci zájezdu, kdy účastník neví, zda vše půjde, jak má a nemá možnost se obrátit na průvodce, který je součástí organizovaného zájezdu skrz CK či CA. Ale i přes tuto nejistotu má uživatel Couchsurfingu většinou podporu od svého hostitele, který mu vždy rád pomůže a poradí.

I. Summary

This bachelor thesis deals with Couchsurfing, which is a hospitality service and social networking website. Currently it is a popular service in individual tourism.

The work describes the forms of tourism, general motivational factors for tourism and there is a detailed definition of the term Couchsurfing identified. It also presents a marketing research, which is based on a questionnaire survey on concrete Facebook groups dealing with Couchsurfing. The survey is complemented by interviews with Couchsurfers.

This work identifies the typical user of the Couchsurfing and it especially finds out the main reasons which motivate the use of this social network. This bachelor thesis also indicates the socio – cultural and economic impacts of this new way of travelling.

Based on this research a typical user of Couchsurfing is a member between 18 - 35 years old, who comes mostly from larger cities with over million inhabitants and who has a higher education. Among the main motivation and reasons for using this service include meeting new people.

Couchsurfing is connecting different cultures, it is building new relationships and people must communicate with each other. Everything contributes to raise awareness of the culture worldwide.

Couchsurfing has a great advantage in economic terms mainly in substantial cost savings for accommodations that they are in the destination often the biggest expense. These saved funds users can spend on other activities in the destination.

Finally, the differences between individual and organized tourism and their advantages and disadvantages are described there.

Key words

Couchsurfing, individual tourism, forms of tourism, social network, questionnaire survey

II. Seznam použitých zdrojů

Literatura

- Bedrnová, E., & Nový, I. (2002). *Psychologie a sociologie řízení*. Praha: Management Press.
- Beránek a kolektiv, J. (2013). *Ekonomika cestovního ruchu*. Praha: Mag Consulting.
- Cejthamr, V., & Dědina, J. (2010). *Management a organizační chování*. Praha: Grada Publishing
- Čech, J. (1998). *Malá encyklopedie cestovního ruchu: vybrané pojmy v češtině a angličtině, definice, zkratky*. Praha: Idea servis.
- Hesková a kolektiv, M. (2011). *Cestovní ruch pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. Praha: Fortuna.
- Kotíková, H. (2013). *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. Praha: Grada Publishing.
- Luo, Q., & Zhang, H. (2016). Building interpersonal trust in a travel-related virtual community: A case study on a Guangzhou couchsurfing community. *Tourism Management*, 54, 107–121. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.10.003>
- Orieška, J. (2010). *Služby v cestovním ruchu*. Praha: Idea servis.
- Pásková, M., & Zelenka, J. (2002). *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj
- Palatková, M. (2011). *Mezinárodní cestovní ruch: analýza pozice turismu ve světové ekonomice, význam turismu v mezinárodních ekonomických vztazích, evropská integrace a mezinárodní turismus*. Praha: Grada Publishing.
- Ryglová, K., Burian, M., & Vajčnerová, I. (2011). *Cestovní ruch – podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. Praha: Grada Publishing.
- Šamánková a kolektiv, M. (2011). *Lidské potřeby ve zdraví a nemoci aplikované v ošetrovatelském procesu*. Praha: Grada Publishing.

Internetové zdroje

Applikace. (2016). *Couchsurfing*. Dostupné z: <http://m.applikace.cz/aplikace-1004-CouchSurfing>

Cestovní kancelář Poznání. (2017). *Itálie – Řím – město tisícileté historie – letecky*. Dostupné z: <http://www.poznani.cz/rim/italie-rim-mesto-tisicilete-historie/>

Couchsurfing International. (2016). *About*. Dostupné z: <http://www.couchsurfing.com/about/about-us/>

Couchsurfing.cz.(2016). *Co je Couchsurfing?*. Dostupné z: <http://www.couchsurfing.cz/ubytovani-v-soukromi/>

Eurostat. (2015). *Statistika cestovního ruchu*. Dostupné z: http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Tourism_statistics/cs

Havlíková, V. (2010). *Couchsurfing, globální revoluce v cestování*. Dostupné z: http://cestovani.idnes.cz/couchsurfing-globalni-revoluce-v-cestovani-fzc-/kolem-sveta.aspx?c=A100222_172615_igsvet_hig

Papoušek, V. (2015). *6 rad jak na Couchsurfing – ubytování zadarmo*. Dostupné z: <http://www.cestikon.cz/6-rad-na-couchsurfing-ubytovani-zadarmo/>

Šindelářová, L. (2008). *Couchsurfing – bezplatné ubytování cestovatelů*. Dostupné z: <http://www.cestovatel.cz/clanky/couchsurfing-bezplatne-ubytovani-cestovatelu/>

Trojanová, M. (2017). *Jak nejlépe najít ubytování přes Couchsurfing?*. Dostupné z: <https://travelbible.cz/couchsurfing/>

III. Seznam obrázků, tabulek a grafů

Tabulka 1: Pozitivní a negativní sociokulturní vlivy turismu v destinaci.....	12
Tabulka 2: Vybrané skupiny na sociální síti Facebook.....	20
Tabulka 3: Osobní naplnění	28
Tabulka 4: Jazykové dovednosti	29
Tabulka 5: Kulturní úroveň.....	29
Tabulka 6: Pochopení ostatních	30
Tabulka 7: Náboženství	31
Tabulka 8: Duchovní uspokojení	31
Tabulka 9: Poslední navštívené země uživatelů.....	38
Tabulka 10: Kalkulace dle informací CK s příplatky a ostatními náklady	53
Tabulka 11: Vlastní kalkulace individuální cesty skrz Couchsurfing	54
Tabulka 12: Porovnání cest CK vs. CS.....	55
Graf 1: Zkušenost s Couchsurfingem.....	21
Graf 2: Věkové rozpětí respondentů	23
Graf 3: Úroveň dosaženého vzdělání	24
Graf 4: Velikost města (vesnice) odkud uživatelé pocházejí	25
Graf 5: Hlavní motivy využití Couchsurfingu	26
Graf 6: Osobní naplnění, zlepšení jazykových dovedností, kulturní úroveň	28
Graf 7: Pochopení ostatních, náboženství, duchovní uspokojení.....	30
Graf 8: Celkový počet využití	32
Graf 9: Počet vycestování během 1 roku	32
Graf 10: Počet poskytnutých ubytování uživateli během 3 let.....	33
Graf 11: Pozice uživatele Couchsurfingu	34
Graf 12: Obavy během prvního využití Couchsurfingu.....	35
Graf 13: Bezpečnost.....	36
Graf 14: Počet strávených nocí u hostitele.....	37
Graf 15: Spokojenost s hostitelem	39
Graf 16: S kým uživatelé cestují	40
Graf 17: Způsob dopravy	41
Graf 18: Aktivity v destinaci.....	42
Graf 19: Denní útrata uživatele (v eurech).....	43
Graf 20: Útrata za aktivity.....	44

IV. Seznam příloh

Příloha 1: Dotazník v českém jazyce

Příloha 2: Dotazník v anglickém jazyce

Příloha 3: Rozhovor s Kateřinou Boukalovou

Příloha 4: Rozhovor s Martinem Bílkem

Příloha 5: Rozhovor s Terezou Bredlovou

V. Přílohy

Příloha 1: Dotazník v českém jazyce

DOTAZNÍK

Dobrý den, jmenuji se Markéta Váňová a jsem studentkou Jihočeské univerzity v Českých Budějovicích Ekonomickou fakulty se specializací na cestovní ruch. V rámci bakalářské práce dělám marketingový výzkum prostřednictvím tohoto dotazníku na téma Couchsurfing jako alternativní možnost cestování. Dotazník je zcela anonymní a také dobrovolný. Byla bych ráda, kdybyste odpověděl/a na pár otázek týkajících se tohoto tématu, který nezabere více jak 5 minut. Předem Vám děkuji za vyplnění dotazníku.

Hezký den!

1. Máte zkušenost s Couchsurfingem?

- a) Ano
- b) Ne (pokračujte na Sekci 2)

2. Kolikrát jste vyzkoušel/a služeb Couchsurfing?

- a) 0 krát
- b) Jedenkrát
- c) 2 – 3 krát
- d) 4 – 5 krát
- e) 6 krát a více

3. Kolikrát cestujete s Couchsurfingem během roku?

- a) Jedenkrát
- b) 2 – 3 krát
- c) 4 krát a více

4. Jaký je Váš hlavní důvod využití služeb Couchsurfing? (zaškrtněte pouze 1 odpověď)

- a) Zažít dobrodružství
- b) Učit se o jiné kultuře
- c) Potkat nové lidi
- d) Ušetřit peníze za ubytování
- e) Jiné:

5. Přínosy, které máte z Couchsurfingu. Prosím, přiřaďte a zaškrtněte ke každé odpovědi určité procento závislé na tom, do jaké míry s touto možností souhlasíte. (0 % nesouhlas, 100 % souhlas)

Přínosy z Couchsurfingu	0 – 20 %	20 – 40 %	40 – 60 %	60 – 80 %	80 – 100 %
Osobní naplnění					
Zlepšení jazykových dovedností					
Zvýšení kulturní úrovně					
Pochopení ostatních					
Náboženské přínosy					
Duchovní uspokojení					

6. Měl/a jste během své první cesty obavy?

- a) Ne
- b) Spíše ne
- c) Spíše ano
- d) Ano

6.1. Jestli ano, uveďte, prosím, jaké konkrétně.

Odpověď:

7. Myslíte si, že ubytování skrz Couchsurfing je bezpečné?

- a) Ne
- b) Spíše ne
- c) Spíše ano
- d) Ano

8. Na jaké pozici jste častěji, když využíváte služeb Couchsurfingu?

- a) Jsem hostitel a nabízím ubytování.
- b) Jsem host a někdo jiný mě ubytovává.
- c) Jsem host a hostitel zároveň.

9. Kolikrát jste někoho ubytoval/a během posledních 3 let?

- a) 0 krát
- b) 1 – 2 krát
- c) 3 – 5 krát
- d) 6 – 9 krát
- e) 10 krát a více

Poslední cesta s Couchsurfingem

10. Kolik nocí jste strávil/a v dané destinaci při poslední cestě s Couchsurfingem?

- a) Jednu noc
- b) 2 – 3 noci
- c) 4 – 7 nocí
- d) 8 a více nocí

11. Kterou zemi jste navštívil/a během své poslední cesty s touto službou?

Odpověď:

12. Které aktivity jste provozoval/a v této destinaci? (Můžete zaškrtnout více odpovědí)

- a) Návštěva kulturních památek
- b) Objevování přírody
- c) Potkávání nových lidí
- d) Sportovní aktivity
- e) Kulturní akce
- f) Sportovní akce
- g) Nakupování
- h) Podnikání (práce)
- i) Geocaching
- j) Jiné:

13. Byl/a jste během své poslední cesty spokojen/a se svým hostitelem?

- a) Ne
- b) Spíše ne
- c) Spíše ano
- d) Ano

14. Prosím, uveďte, kolik peněz jste přibližně utratil/a během poslední cesty za den.

- a) 0 – 30 euro za den
- b) 31 – 60 euro za den
- c) 61 – 90 euro za den
- d) 91 – 120 euro za den
- e) 121 euro a více za den

15. Za co jste tyto peníze především utratil/a? (Můžete zaškrtnout více odpovědí)

- a) Suvenýry
- b) Stravování se v restauracích
- c) Nákup jídla v obchodě
- d) Vstupné do kulturních a přírodních památek
- e) Sportovní aktivity
- f) Kulturní a sportovní akce
- g) Nákup oblečení
- h) Nákup dárků
- i) Veřejná doprava
- j) Jiné:

16. S kým nejčastěji cestujete?

- a) Sám/sama
- b) S přáteli
- c) S partnerem/kou
- d) S rodinou
- e) S rodinou a dětmi
- f) Jiné:

17. Jaký druh dopravy nejčastěji využíváte během cestování s Couchsurfingem?

- a) Vlastní auto
- b) Půjčené auto
- c) Autobus
- d) Letadlo
- e) Vlák
- f) Jiné:

Demografické údaje

21. Kolik je Vám let?

- a) Méně než 18 let
- b) 18 – 26 let
- c) 27 – 35 let
- d) 36 – 45 let
- e) 46 – 64 let
- f) 65 let a více

22. Jste?

- a) Muž
- b) Žena

23. Jaké je Vaše úroveň dosaženého vzdělání?

- a) Základní škola
- b) Střední škola
- c) Vysoká škola

24. Jak je velké město (vesnice), ve kterém žijete?

- a) Méně než 20 000 obyvatel
- b) 20 000 – 50 000 obyvatel
- c) 50 001 – 100 000 obyvatel
- d) 100 001 – 500 000 obyvatel
- e) 500 001 – 1 000 000 obyvatel
- f) 1 000 001 obyvatel a více

Sekce 2: Žádná zkušenost s Couchsurfingem

1. Prosím, uveďte, proč jste nevyužil/a služeb Couchsurfingu?

Odpověď:

2. Jaké je Vaše oblíbená země, kterou jste navštívil/a?

Odpověď:

3. Jak často cestujete do zahraničí během jednoho roku?

- a) Jedenkrát
- b) 2 – 3 krát
- c) 4 – 5 krát
- d) 6 krát a více

Děkuji moc za vyplnění dotazníku!

Příloha 2: Dotazník v anglickém jazyce

QUESTIONNAIRE

Hello, my name is Markéta Váňová and I'm a student from Czech Republic. I'm studying at the University of South Bohemia in the České Budějovice - Faculty of Economics, Tourism. I'm doing a marketing research, which is an important part of my bachelor thesis. This questionnaire deal with Couchsurfing as an alternative way of travelling. It's completely anonymous and also voluntary. I would like to ask you to answer this questions that it will not take more than 5 minutes. Thank you in advance for completing the questionnaire.

Have a nice day.

1. Do you experience with Couchsurfing
 - a) Yes
 - b) No (Continue to Part 2)
2. How many times have you used the service of Couchsurfing?
 - a) 0 times
 - b) 1
 - c) 2 – 3
 - d) 4 – 5
 - e) 6 times more
3. How often do you travel with Couchsurfing during one year?
 - a) Once
 - b) 2 – 3 times
 - c) 4 times more
4. What is your main reason for the use Couchsurfing?
 - a) To experience adventure
 - b) To learn a different culture
 - c) To meet new people
 - d) To save money for accommodation
 - e) Other:
5. The benefits that you have from Couchsurfing. Please, assign to each answer certain percent depending on to what extent do you agree with the answer. (0 % - disagree, 100 % - agree)

The benefits	0 – 20 %	20 – 40 %	40 – 60 %	60 – 80 %	80 – 100 %
Personal fulfillment					
Learning language skills					
Cultural level					
Understanding others					
Religion					
Spiritual satisfaction					

6. Were you worried during your first trip?
 - a) No
 - b) Rather no
 - c) Rather yes
 - d) Yes

6.1. Please specify, what were you worried about?

Answer:

7. Do you think that accommodation through Couchsurfing is safe?
- a) No
 - b) Rather no
 - c) Rather yes
 - d) Yes
8. What do you do more often when you using the service of Couchsurfing?
- a) I'm a host and provide accommodation.
 - b) I'm a guest and someone has accommodated me.
 - c) I'm guest and a host equally.
9. How many times have you hosted a guest in last 3 years?
- a) 0
 - b) 1 – 2 times
 - c) 3 – 5 times
 - d) 6 – 9 times
 - e) 10 times and more

Last trip with Couchsurfing

10. How many nights have you spent during the last trip with Couchsurfing?
- a) One night
 - b) 2 – 3 nights
 - c) 4 – 7 nights
 - d) 8 nights and more

11. Which country did you visit during the last trip?

Other:

12. Which activities did you do in that country? (You can mark more than one answer)

- a) Seeing of cultural landmarks
- b) Exploring nature
- c) Meeting new people
- d) Sports activities
- e) Cultural events
- f) Sports events
- g) Shopping
- h) Business
- i) Geocaching
- j) Other:

13. Have you been satisfied with your host?

- a) No
- b) Rather no
- c) Rather yes
- d) Yes

14. Please estimate how much money you personally spent during the last trip.

- a) 0 – 30 euros per day
- b) 31 – 60 euros per day
- c) 61 – 90 euros per day
- d) 91 – 120 euros per day
- e) 121 euros per day and more

15. For what did you spend this money? (You can mark more than one answer)

- a) Souvenirs
- b) Eating in the restaurant
- c) Buy food at the store
- d) Admission to cultural or natural monuments
- e) Sports activities
- f) Cultural and sports events
- g) Clothes shopping
- h) Gifts
- i) Public transport
- j) Other:

16. Who do you travel mostly with?

- a) Alone
- b) With friends
- c) With boyfriend/girlfriend
- d) With family
- e) With family and children
- f) Other:

17. Which means of transport do you mostly use during your travelling with Couchsurfing?

- a) An own car
- b) A rented car
- c) A bus
- d) A plane
- e) A train
- f) Other:

Demographics

18. How old are you?

- a) Less than 18 years
- b) 18 – 26 years
- c) 27 – 35 years
- d) 36 – 45 years
- e) 46 – 64 years
- f) 65 years and more

19. What is your gender?

- a) Male
- b) Female

20. What is your level of education?

- a) An elementary school
- b) A secondary school
- c) A higher education

21. How big is the city or the village, where you live?

- a) Less than 20 000 inhabitants
- b) 20 000 – 50 000 inhabitants
- c) 50 001 – 100 000 inhabitants
- d) 100 001 – 500 000 inhabitants
- e) 500 001 – 1 000 000 inhabitants
- f) 1 000 001 inhabitants and more

Part 2: No experience with Couchsurfing

1. Please, can you tell me, why did you not use the service of Couchsurfing?

Answer:

2. What is your favorite country, which you visited?

Answer:

3. How often do you travel abroad for one year?

- a) Once
- b) 2 – 3 times
- c) 4 – 5 times
- d) 6 times and more

Thank you so much for completing this questionnaire!

Příloha 3: Rozhovor s Kateřinou Boukalovou

Rozhovor k bakalářské práci – Couchsurfing (alternativní možnost cestování)

Základní informace

Kateřina Boukalová, 22 let, z Višňové (Středočeský kraj). Studentka práv a ekonomie, Záliby: fotbal, skaut., cestování.

Co tě vedlo k využití služeb Couchsurfingu? Jaký byl tvůj hlavní důvod ho vyzkoušet?

Vždy jsem chtěla couchsurfing vyzkoušet hlavně proto, že mi přijde ta možnost - u někoho bydlet zadarmo a na oplátku nabídnout svůj gauč - skvělá. Má to spoustu pozitiv, například poznávání míst z perspektivy někoho, kdo v daném místě žije, nebo že člověk potká zajímavé lidi, které by jinak nepotkal. Nehledě na to, že je to zdarma, což výrazně snižuje celkové náklady na cestování. Dalším důvodem bylo, že přespávání na cizím gauči má nádech jakéhosi dobrodružství, protože předem nikdy nevíte, jaké to přesně bude a koho potkáte.

Kolikrát si již tuto sociální síť při svém cestování využila? V kolika letech si poprvé vyzkoušela Couchsurfing?

Zatím jsem tuto možnost měla pouze jednou a to v devatenácti letech. Každopádně věřím, že to zároveň nebyla i poslední zkušenost a určitě tak budu chtít cestovat znovu.

Jakou zemi/ě si s Couchsurfingem navštívila a za jakým účelem si danou destinaci/e navštívila?

Byla jsem v Helsinkách, ve Finsku. Tato návštěva neměla žádný daný účel. Prostě se naskytla příležitost koupit relativně levné letenky do Helsinek. Cestovali jsme s bratrem a chtěli jsme celý výlet udržet v low-cost rovině, takže byl couchsurfing jediné logické vyústění, vzhledem k tomu, jak drahá země Finsko je.

Proč si využila přímo tuto službu, za jakým účelem ji využíváš a jaké z ní máš přínosy? Jaké máš celkové pocity z této služby?

Jak bylo zmíněno výše, chtěla jsem ušetřit a zažít něco nového. Přínosem rozhodně bylo, že jsem s lidmi, u kterých jsem přespávala, strávila většinu výletu, takže jsem poznala Helsinky z jejich pohledu, oprášila jsem angličtinu a hlavně jsem zjistila zajímavé informace o Finsku a místní kultuře, zvycích atd.

Myslíš si, že je ubytování skrz Couchsurfing bezpečné? Proč? Z čeho máš obavy?

Samozřejmě to asi není bezpečné stoprocentně a nikdo vám nezaručí, že všechno proběhne, jak má, ale to vám nezaručí nikdy nikdo u ničeho. Navíc u této služby hodně záleží na referencích, které hostitelé získají od svých hostů, což je takový přirozený mechanismus, jak vyloučit podvodníky, takže myslím, že rozhodně není nutné se toho obávat.

Je některá země, do které by si s využitím těchto služeb nevycestovala a jaké naopak považuješ za bezpečné a proč? Z čeho máš obavy?

Možná bych váhala s využitím této služby v zemi, které se od Česka diametrálně liší, jak v kultuře, tak v mentalitě lidí, protože by mohlo dojít k nějakému nedorozumění. Na druhou stranu, když už člověk nabídne svůj gauč na takovéto sociální síti, tak bude zřejmě tolerantní k jiným kulturám. Za nejbezpečnější bych považovala asi Skandinávii.

Jaké máš pozitivní či negativní zkušenosti s využitím této služby?

Zkušenost mám pouze jednu a to veskrze pozitivní.

Poslední využití Couchsurfingu

Jaké bylo tvoje poslední ubytování? Jaký byl/a tvůj hostitel/ka?

Moje ubytování bylo na kolejích v kampusu university v Espoo. Finské koleje vypadají zhruba tak, že v bytě 2+kk bydlí dva studenti. Hostily nás dvě budoucí architektky, uvolnily nám celý pokoj, takže jsme měli opravdu pohodlí. Obě byly moc milé a ochotné strávit s námi čas prohlídkou Helsinek a podobně. Po večerech jsme si navzájem vařili večere, pouštěli si hudbu, řešili politiku a porovnávali vzdělávací systémy našich zemí. To pro mě mělo největší přínos, protože tak opravdu poznáte, jak to v té dané zemi chodí.

Měla jsi během svého pobytu nějaké obavy ze strany hostitele/ky či jiné?

Byla jsem trochu nervózní, jak si budeme rozumět, ale to se, myslím, děje skoro vždycky, když se máte potkat s někým, koho neznáte (a pak u něj spát na gauči).

Cestovala jsi sama nebo s někým? S kým? Jak dlouho trvalo, než si našla nabídku ubytování přes Couchsurfing v dané lokalitě?

Cestovala jsem s bratrem. Měli jsme pravděpodobně dost štěstí a hned druhý hostitel, kterému jsme napsali, nás k sobě vzal. Pravdou je, že jsme ani my a ani naše hostitelky

do té doby neměli s couchsurfingem zkušenost, tak to tomu možná pomohlo. A také, že Espoo bylo spíše předměstí Helsinek.

Jak si strávila pobyt v dané lokalitě (jaké aktivity)? Kolik dní si byla ubytována u hostitele/ky?

Zůstali jsme na tři noci. Čas jsme strávili převážně prohlídkou města, přístavu, kampusu a univerzity, olympijského stadionu... Zbytek času jsme strávili s hostitelkami u jídla a povídali si (hlavně proto, že byl leden a počasí nám moc nepřálo).

O kolik bylo výhodnější využít služby Couchsurfingu oproti využití běžného ubytovacího zařízení (hotel, penzion,...)?

O všechno, co bychom normálně zaplatili na hotel nebo hostel. Ceny hostelů ve Finsku šplhají vážně vysoko a týká se to i těch, kde s vámi je v pokoji dalších deset lidí. Takhle jsme byli zadarmo dva v jednom pokoji s čistou koupelnou. Pravda je, že bookovat hotel je pohodlnější, než domlouvat nocování přes couchsurfing, hlavně z hlediska termínů, ale (obzvláště pokud je člověk student a nepotrpí si na luxus) je to asi jediná nevýhoda.

Myslíš si, že si utratila méně nebo více peněz s Couchsurfingem oproti běžnému organizovanému CR (přes CK, CA)? Odhadneš, prosím, kolik si během své poslední cesty utratila peněz celkem za veškeré aktivity i dopravu? Na co si tyto peníze nejvíce využila?

Rozhodně to bylo levnější. Náklady sestávaly pouze z dopravy a jídla. Ve Finsku je ubytování drahé, takže to byla opravdu výrazná úspora. Celkem jsem utratila okolo pěti tisíc za čtyři dny, přičemž nejdražší položkou byla doprava, následně jídlo, pak MHD a vstupy.

Plánuješ ještě někdy využít Couchsurfing a jak bys celkově zhodnotila tuto službu?

Rozhodně plánuji a tuto službu hodnotím velmi kladně.

Příloha 4: Rozhovor s Martinem Bílkem

Rozhovor k bakalářské práci – Couchsurfing (alternativní možnost cestování)

Základní informace

Martin Bílek, 29 let, z Příbrami (Středočeský kraj). Controller v Kovohutích Příbram.
Záliby: cestování, sport, kultura.

Co tě vedlo k využití služeb Couchsurfingu? Jaký byl tvůj hlavní důvod ho vyzkoušet?

Hlavním důvodem byla motivace ušetření peněz za ubytování a touha zkusit něco nového (alternativní způsob ubytování při cestování).

Kolikrát si již tuto sociální síť při svém cestování využil? V kolika letech si poprvé vyzkoušel Couchsurfing?

Využil jsem ji celkem čtyřikrát. Dvakrát v USA a dvakrát v Kanadě. Všechny zkušenosti proběhly, když mi bylo 28 let.

Jakou zemi/ě si s Couchsurfingem navštívil/a a za jakým účelem si danou destinaci/e navštívil?

Poprvé jsem navštívil Seattle v USA, který byl mou přestupní stanicí na cestě do Kanady. Následně jsem spal přes CS ve Vancouveru, Kanada, kde jsem původně chtěl bydlet a pracovat, ale nakonec jsem odjel pracovat do Calgary, Kanada, kde jsem také pár dní přespával přes CS. Poslední zkušenost s CS proběhla v New Yorku, USA, kde jsem byl jako turista při cestě domů do Evropy.

Proč si využil přímo tuto službu, za jakým účelem ji využíváš a jaké z ní máš přínosy? Jaké máš celkové pocity z této služby?

Službu jsem využil za účelem ušetření peněz, které jsem pak mohl využít k lepšímu poznání místa, které jsem navštívil (= přínos). Dalším přínosem je jednoznačně poznání místních lidí, kteří mohou doporučit místa vhodná k návštěvě, která třeba v knižních průvodcích vždy nenajdete. Zároveň jako přínos vidím poznání otevřenosti a pohostinnosti lidí, která je inspirující. V neposlední řadě si člověk často promluví s místním v jeho jazyce a má možnost aspoň trochu poznat jejich kulturu, povahu, atp. Co se týče pocitů, musím zmínit jeden svůj negativní pocit. Bojuji se svým vnitřním pocitem, že ty lidi omezují v jejich osobním prostoru, ale jedná se čistě o pocit vycházející z mé povahy a nikdy mi nikdo z poskytovatelů ubytování nedal z jeho strany příčinu, abych měl tento pocit oprávněně.

Myslíš si, že je ubytování skrz Couchsurfing bezpečné? Proč? Z čeho máš obavy?

Nezažil jsem, ani neslyšel jsem, vyloženě negativní zkušenost s CS. Někdy mají obě strany jinou představu o průběhu pobytu, ale nikdy jsem neslyšel, že by z toho vznikl nějaký konflikt. Tyto věci je vhodné si ujasnit ještě před samotným ubytováním. Pokud se jedna či druhá strana řídí referencemi a selským rozumem, přijde mi CS bezpečný. Přestože z počátku mám mírné obavy z toho, zda se samotné ubytování povede zrealizovat, zda bude hostitel k zastižení, zda bude čistota a způsob ubytování dle domluvy. Nikdy jsem neměl s ubytováním žádné špatné zkušenosti a vždy jsem odcházel z ubytování jen s pozitivními pocity.

Je některá země, do které by si s využitím těchto služeb nevycestoval a jaké naopak považuješ za bezpečné a proč? Z čeho máš obavy?

Země se vzdálenou kulturou od nás, jako některé islámské země, africké a asijské země, by ve mně vzbuzovaly výše zmíněné obavy v mnohem větší míře a je dost pravděpodobné, že bych je nedokázal překonat a nevolil bych proto ubytování přes CS. Naopak za bezpečné považuji země s kulturou podobnou té evropské, takže samozřejmě Evropa, dále USA, Kanada.

Jaké máš pozitivní či negativní zkušenosti s využitím této služby?

Mám jen pozitivní zkušenosti s otevřeností a pohostinností lidí, kteří jsou ochotni poradit a pomoci. Vyloženě negativní zkušenost nemám.

Poslední využití Couchsurfingu

Jaké bylo tvoje poslední ubytování? Jaký byl/a tvůj hostitel/ka?

To bylo v New Yorku u jedné slečny na dvě noci na celkem dobrém místě. Poskytla mi vlastní postel v separátním pokoji. Když šla ráno do práce, tak jsem musel být opustit, ale to mi nevadilo, protože jsem stejně chtěl, co nejvíce času strávit poznáváním města. Přišla mi taková od rány, ale poslední večer jsem ji jako poděkování koupil květinu, tak se aspoň jednou usmála. 😊

Měl jsi během svého pobytu nějaké obavy ze strany hostitele/ky či jiné?

Měl jsem jen obavy, zda je to opravdu ona hostitelka. Protože při prvním setkání místo pozdravu jen něco prohodila o mém zevnějšku a šla dál, tak jsem ji následoval a až po chvíli jsem se ujistil, zda je to opravdu ona. 😊

Cestovala jsi sama nebo s někým? S kým? Jak dlouho trvalo, než si našel nabídku ubytování přes Couchsurfing v dané lokalitě?

Při poslední cestě jsem cestoval sám. Nabídku na ubytování jsem v New Yorku sháněl asi týden. Bylo to na konci období letních prázdnin.

Jak si strávil pobyt v dané lokalitě (jaké aktivity)? Kolik dní si byl ubytován u hostitele/ky?

V dané lokalitě jsem strávil tři dni a dvě noci a využil jsem je k poznávání města a návštěvě zajímavých míst.

O kolik bylo výhodnější využít služby Couchsurfingu oproti využití běžného ubytovacího zařízení (hotel, penzion,...)?

Budeme-li se bavit řečí čísel, tak mě nenapadá levnější způsob ubytování. Ovšem musí se přihlídnout k tomu, že je nutné obětovat své pohodlí a soukromí. Takže samotná výhodnost záleží na tom, jak si tyto dvě vlastnosti konkrétní osoba cenní.

Myslíš si, že si utratil méně nebo více peněz s Couchsurfingem oproti běžnému organizovanému CR (přes CK, CA)? Odhadneš, prosím, kolik si během své poslední cesty utratil peněz celkem za veškeré aktivity i dopravu? Na co si tyto peníze nejvíce využil?

Rozhodně jsem utratil méně s CS, než kdybych jel organizovaně. Nepamatuji si, kolik jsem mohl za ty tři dny utratit. Za dopravu po městě dejme tomu 600 Kč a za aktivity 4 tis. Kč? Nepočítám dopravu, protože jsem do New Yorku letěl z jiného místa z USA a odtamtud zpět do ČR. Byla to spíš taková moje přestupní stanice na cestě domů.

Plánuješ ještě někdy využít Couchsurfing a jak bys celkově zhodnotil tuto službu?

Dokážu si představit, že bych v budoucnu opět využil Couchsurfing, ale nemám jej mezi prvními možnostmi pro ubytování v místě. CS je podle mě fajn alternativa turistického ubytování, která vhodně doplňuje mezeru v nabídce ubytování.

Příloha 5: Rozhovor s Terezou Bredlovou

Rozhovor k bakalářské práci – Couchsurfing (alternativní možnost cestování)

Základní informace

Tereza Bredlová, 22 let, ze Lhoty u Příbramě (Středočeský kraj). Studentkou Masarykovi univerzity v Brně, obor Uměnovědná studia. Záliby: divadlo, sport, přátelé, cestování, filmy, hudba.

Co tě vedlo k využití služeb Couchsurfingu? Jaký byl tvůj hlavní důvod ho vyzkoušet?

Jelikož ráda cestuji a jsem student, tak je Couchsurfing jedna z těch levnějších možností jak zažít nová dobrodružství a poznat jiné země za rozumnou cenu. Takže i přes počáteční strach, jelikož jsem holka, jsem tento způsob využila.

Kolikrát si již tuto sociální síť při svém cestování využila? V kolika letech si poprvé vyzkoušela Couchsurfing?

Prozatím jsem takto cestovala jen jednou a bylo mi 20 let.

Jakou zemi/ě si s Couchsurfingem navštívila a za jakým účelem si danou destinaci/e navštívila?

Navštívila jsem Norsko, jelikož jsem v Norsku byla už jednou na střední škole a severské země celkově jsou jedny z mých nejoblíbenějších.

Proč si využila přímo tuto službu, za jakým účelem ji využíváš a jaké z ní máš přínosy? Jaké máš celkové pocity z této služby?

Myslím si, že díky této službě člověk pozná z dané země ještě o trochu víc. Přeci jen není sám na hotelu a jediné s kým prohodí slovo je recepční. Tato služba umožňuje především také komunikaci s hostitelem a to je občas velkým přínosem. Nejen že si tak zlepšíte jazyk, kterým se dorozumíváte ale i poznáváte „náтуру“ jiných lidí a nahlédnete do jejich každodenního života. Takže můj celkový pocit byl především pozitivní. Samozřejmě záleží na hostiteli.

Myslíš si, že je ubytování skrz Couchsurfing bezpečné? Proč? Z čeho máš obavy?

Řekla bych, že je to relativní. Já jako žena, jsem hledala ubytování spíše u osoby stejného pohlaví. To ale nemusí být vždy záchrana. Sama jsem ale od ostatních lidí, kteří takto vycestovali, neslyšela žádný odstrašující příběh, který by se jim stal. Nikdo z nich, ani já, jsme ale nebyli v zemi, kde by se kultura lidí z této země nějak radikálně lišila od té naší.

Je některá země, do které by si s využitím těchto služeb nevycestovala a jaké naopak považuješ za bezpečné a proč? Z čeho máš obavy?

Já osobně bych se přes tuto službu bála vycestovat do arabských zemí nebo do zemí, kde se jejich způsob života absolutně liší od toho našeho. V dnešní době bohužel není všude úplně bezpečno a to je hlavní důvod, ze kterého bych měla strach. Na druhou stranu, toto nebezpečí už nehrozí jen tam.

Jaké máš pozitivní či negativní zkušenosti s využitím této služby?

Já naštěstí zažila jen samé pozitivní zkušenosti. Nemám nějaké speciální nároky a hostitelka byla se vším naprosto vstřícná a stala se dokonce i mým osobním průvodcem, takže jsem byla obohacena i o příběhy, které bych sama nevymyslela a průvodkyně z cestovní kanceláře by mi je také nesdělila.

Poslední využití Couchsurfingu

Jaké bylo tvoje poslední ubytování? Jaký byl/a tvůj hostitel/ka?

Mé poslední ubytování proběhlo naprosto bez problémů, a jak jsem již zmiňovala, moje hostitelka se o mě velice dobře postarala, dala mi dobré typy a rady kam se vydat a většinu výletů absolvovala semnou. Takže jsem se v podstatě nemusela skoro o nic starat.

Měla jsi během svého pobytu nějaká obavy ze strany hostitele/ky či jiné?

Určitě jsem měla počáteční obavy ze setkání. I když člověk vidí předtím fotky a i si s hostitelem píše, tak nikdy neví, jaká může být realita. Mě naštěstí realita mile překvapila a z ničeho jiného jsem obavy neměla. Možná jen strach z letu 😊

Cestovala jsi sama nebo s někým? S kým? Jak dlouho trvalo, než si našla nabídku ubytování přes Couchsurfing v dané lokalitě?

Cestovala jsem pouze sama. Chtěla jsem vycestovat na konci května přímo do hlavního města Norska, takže nabídek bylo dostatek. Po kontaktování hostitelky jsem musela ale o 14 dní prodloužit, jelikož hostitelka byla bohužel též v zahraničí. A jsem ráda, že jsem si počkala.

Jak si strávila pobyt v dané lokalitě (jaké aktivity)? Kolik dní si byla ubytována u hostitele/ky?

U hostitelky jsem strávila 5 dní. Což stačilo na prohlédnutí města i okolních lokalit, kde jsme si i zasportovaly. Nechyběl samozřejmě i kulturní zážitek v opeře. Jako bonus jsem mohla vidět i noční život v Oslu.

O kolik bylo výhodnější využít služby Couchsurfingu oproti využití běžného ubytovacího zařízení (hotel, penzion,...)?

Nedělala jsem úplně přesné propočty do poslední koruny ale zhruba jsem ušetřila kolem 6 tisíc korun českých, jelikož jsem měla i výhodné letenky.

Myslíš si, že si utratila méně nebo více peněz s Couchsurfingem oproti běžnému organizovanému CR (přes CK, CA)? Odhadneš, prosím, kolik si během své poslední cesty utratila peněz celkem za veškeré aktivity i dopravu? Na co si tyto peníze nejvíce využila?

Určitě si myslím, že jsem utratila méně peněz, jelikož ubytování v Norsku není zrovna nejlevnější záležitost. Myslím, že jsem utratila kolem 7 tisíc a nejvíce peněz padlo na dopravu a na své potřeby jako bylo jídlo apod. Vstupy do kulturních institucí mě stály minimum.

Plánuješ ještě někdy využít Couchsurfing a jak bys celkově zhodnotila tuto službu?

Určitě bych se chtěla ještě přes tuto službu někam vydat po předchozí zkušenosti. Celkově hodnotím tuto službu jako velice přínosnou především pro ty, kteří si nemohou až tolik dovolit a utrácet peníze za cestování. Velkým přínosem je mimo jiné samozřejmě i poznání nových lidí a to je rozhodně velké plus.