

Přednáška 13

Současnost a perspektivy moderního hotelového průmyslu



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**

OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

**doc. Ing. Pavlína PELLEŠOVÁ, Ph.D.,
Ing. Patrik KAJZAR, Ph.D.**

Trendy v cestovním ruchu - hotelnictví



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

- ✓ Ke slovu se hlásí zážitek, neobvyklost, výjimečnost, atraktivita, adrenalin, ale i užitek, výhoda nebo exkluzivita.
 - ✓ Velmi ceněná bude i módnost, zdravý styl, absolutní odpočinek, wellness a regenerace včetně bio, eko a lohas (Lifestyle of Health and Sustainability) životního stylu.
 - ✓ Segmentace a orientace nabídek bude specifická pro různé druhy klientely od dětí, přes generaci Y, střední generaci až po seniory nebo single.
 - ✓ S těmito atributy bude muset hotelový marketing pracovat.
 - ✓ Musí přesně cílit, vytvořit atraktivní produkt a najít relevantní komunikační cesty.
 - ✓ Hotelový marketing bude v budoucnu pracovat ani ne tak s kategorizačním rozdělením, s hvězdičkami, ale postupně bude více preferováno cílové a specifické zaměření hotelů.
 - ✓ Těžko se budou poskytovat souběžně služby celému spektru klientů z důvodu vybavenosti, zázemí a dostupnosti tak, jak je tomu v současné době.
 - ✓ Hotely se vyprofilují a postupně získají svoji cílovou klientelu, budou se odlišovat svou výjimečností a zaměřením.
-

Trendy v cestovním ruchu



- ✓ Mění se i komunikační cesty informačního charakteru a aktuální nabídky.
 - ✓ S rozvojem médií, zejména internetových a televizních, se podstatně mění struktura uživatelů a cílových klientů.
 - ✓ Obrovský boom sociálních sítí, blogů, internetových a satelitních (kabelových) televizí dává obrovské možnosti v propagaci cílovým skupinám, v rychlosti a atraktivnosti sdělení.
 - ✓ Hotelový průmysl čeká vstřícnost ke klientským požadavkům až výstřelkům, klientovi bude potřebné vytvořit iluzi výjimečnosti, hmatatelné ochoty a úslužnosti.
 - ✓ Jde o hospodářské odvětví s výrazným dopadem na fungování řady složek socioekonomických systémů (lidské, výrobní i nevýrobní zdroje v daném prostorovém organizačním schématu), je tedy logické, že se také prognózuje budoucnost cestovního ruchu.
-

Trendy v cestovním ruchu



- ✓ Tyto prognózy bývají nejčastěji formulovány jako (Toušek, Kunc a Vystoupil, 2008):
 - **Globální** (tendence a trendy rekreačních aktivit obyvatelstva, prognózy rozvoje mezinárodního CR v celosvětovém i regionálním pohledu, řešení informačních, ekologických a dopravních problémů spojených s budoucím rozvojem cestovního ruchu a rekreace).
 - **Regionální** (např. generely rozvoje oblastí, možné způsoby jejich rekreačního využití, nároky na rekreační plochy, marketingové studie budoucí návštěvnosti).
 - ✓ CR - ve světě pokládán za jedno z nejvýznamnějších odvětví NH, které s sebou nese multiplikační efekty na další produkty a služby přímo i nepřímo související s CR a má příznivé dopady nejen na ubytování, pohostinství a další.
 - ✓ CR - sektor, který je napojen na mnoho dalších hospodářských činností, jako jsou doprava, ubytování, stravování, výroba propagačních předmětů, ochrana kulturně historického a přírodního dědictví atd. a rovněž hraje významnou úlohu v místním rozvoji obcí, měst a krajů.
-

Seniorský cestovní ruch



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

- ✓ Podle Páskové a Zelenky (2012) lze klienty seniorského CR zařadit do skupiny turistů, kteří na dovolené vyhledávají zajímavé činnosti týkající se koníčků.
 - ✓ V poslední době roste u seniorského cestovního ruchu i zájem nejen o rekreační turistiku, ale i o outdoorové sportovní aktivity.
 - ✓ Jde o rychle rostoucí segment trhu a ideálním nástrojem k zaujetí cílové skupiny je tzv. **výklenkový marketing**.
 - ✓ WTO vydala Lisabonský dokument o seniorské turistice, kde vybízí odborníky k vývoji programů pro seniory zajišťující kulturní vyžití, lepší bezpečnost, zdravotní služby, společenské aktivity, styk s místními komunitami, aktivity v přírodě a také pravdivé
 - ✓ a jasné informace.
 - ✓ Podle WTO seniorský CR posiluje turistický sektor zejména mezi sezónami.
-

Trendy v cestovním ruchu



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

- ✓ Podle Páskové a Zelenky (2012) můžeme za účastníky seniorského CR považovat osoby, kteří jsou starší 60 let.
 - ✓ Dále ale můžeme tuto věkovou skupinu rozšířit a také rozdělit na další segmenty:
 - **55 - 64 let** - stále ještě pracující, dávají přednost rekreační a regenerační dovolené, cestující již bez dětí, většinou cestují individuálně, trasu si sami vybírají,
 - **65 –74 let** - již nepracující, mají spoustu volného času po celý rok, často vyhledávají vzdělávání hlavně v oborech historie, umění a geografie,
 - **75 +** - většinou turisté, kteří mají zdravotní problémy, ale stále mají touhu cestovat. Jejich zdravotní kondici je třeba uzpůsobovat zaměření dovolené a program.
 - ✓ S přibývajícím věkem senioři vyhledávají spíše skupinové cestování, které představuje služby navíc, včetně asistenční služby či lékaře.
 - ✓ senioři preferují vyšší kvalitu služeb a pohodlí, vyhledávají spíše destinace v klidnějším prostředí a vyhovuje jim cestování mimo sezónu, mj. z důvodu možnosti různých slev a příjemnějšího počasí.
-

Religiózní cestovní ruch



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

- ✓ Označuje se také jako spiritualismus a poutnictví, je někdy také označován jako církevní turistika.
 - ✓ Je založen na návštěvách poutních míst, která jsou spojena se životem význačných náboženských osobností, nebo náboženskými slavnostmi.
 - ✓ Hlavním cílem tohoto druhu cestovního ruchu je posílení víry pomocí trasy do vzdálenějšího místa kultu ke specifickému kultovnímu objektu, které je uznáváno jako výjimečné, na speciální místo na základě nadpřirozeného, neobvyklého jevu.
 - ✓ **Mezi typické znaky religiózního cestovního ruchu patří:**
 - podstata je cíl, nezáleží na vzdálenosti, nebo na způsobu dopravy;
 - respekt k náboženským, kulturním a společenským zvyklostem a tradicím;
 - vzhledem k tomu, že turisté jsou většinou senioři, je třeba upravit denní režim;
 - nutnost zajištění stravovacích, ubytovacích a průvodcovských služeb.
-

Globalizace v cestovním ruchu



- ✓ jedna z nejhlásitějších výzev poslední doby pro cestovní ruch.
 - ✓ zasáhla prakticky všechny důležité obory cestovního ruchu (hotelnictví, stravovací služby, atd.), podobně jako je tomu u dalších odvětví.
 - ✓ pro mnohé firmy bývá prvopočátkem synergického efektu globalizace inzerce na některém ze specializovaných internetových portálů, které by měly garantovat požadovanou všeobecnou nebo specifickou informovanost o produktu cestovního ruchu.
 - ✓ postupem času jsou „objevovány“ další cesty rozvoje.
 - ✓ internet je prvním reálným kontaktem s globalizací, který se snaží dále pro sebe využít a zhodnotit. Jeho úloha stejně jako rychlá výměna informací budou stát za zdynamizováním realizací poptávka x nabídka na trhu CR (internet nové generace).
-

Trendy v cestovním ruchu



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

- ✓ Dle mnohých rádců je pro firmy (zejména ty menší) v odvětví do budoucna nevyhnutelné zařadit se do některé z organizovaných sítí (řetězců) ubytovacích, stravovacích či jiných zařízení turistické infrastruktury, které umožňují sdílet stejné principy podnikání založené např. na jednotné marketingové prezentaci, jednotném informačním systému, manuálu pro provozní činnost apod.

Marketing v cestovním ruchu

- ✓ existuje mnoho podobností mezi jednotlivými sektory národního hospodářství, co se týká trhů a tržních mechanismů a chování spotřebitelů.
 - ✓ Podíváme-li se na trh, docházíme k poznání, že většinu trhů tvoří podskupiny zákazníků se společnými vlastnostmi.
 - ✓ Identifikace těch segmentů, vývoj produktů, které jsou pro ně speciálně „ušité“, a vhodné informace o produktech pro tyto segmenty jsou považovány za klíčový úkol marketingu v řadě odvětví.
-

Trvale udržitelný cestovní ruch



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

- ✓ otázky životního prostředí začínají objevovat na přelomu 80. a 90. let 20. století, definované později jako trvale udržitelný rozvoj.
 - ✓ znamená uspokojování potřeb současné generace bez ničení zdrojů, které umožní budoucím generacím uspokojit své potřeby.
 - ✓ jde spíše o zachování vztahů mezi životním prostředím, společností a ekonomickými systémy.
 - ✓ společenský tlak na úsporu zdrojů se promítá rovněž do cestovního ruchu.
 - ✓ mají-li zůstat socioekonomické systémy relativně v rovnováze, potom se postupem času vyprofiluje tzv. udržitelný CR jako důležitá forma rekreačních aktivit v chráněných územích.
 - ✓ Snahou prosadit obecné principy trvale udržitelného rozvoje do oblasti CR se zabývají jak instituce (EU, vlády), tak firmy, ale i jedinci (tzv. „zelení“ zákazníci).
-

Trendy v cestovním ruchu



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

- ✓ V roce 2003 definovala Evropská komise 10 základních trendů, které ovlivní cestovní ruch v budoucnosti. Jedná se o následující faktory:
- demografie,
 - zdraví,
 - vzdělávání,
 - volný čas,
 - zkušenosti s cestováním,
 - životní styl,
 - informační technologie,
 - doprava,
 - udržitelný rozvoj,
 - jistota a bezpečí.
-

Event tourism



- ✓ V současných trendech cestovního ruchu se můžeme setkat s jevem (Kotíková a Schwartzhofová, 2008), který je označován „**event tourism**“.
 - ✓ Jako „cestovní ruch událostí“.
 - ✓ Pro event tourism - hlavním motivem účasti na cestovním ruchu je návštěva určité konkrétní, předem zvolené události.
 - ✓ Event tourism – lze definovat jako systematické plánování a rozvoj faktorů budujících image atraktivit a destinací.
 - ✓ Tržní segment zahrnuje účastníky cestovního ruchu, kteří cestují, aby navštívili určitou událost, nebo kteří mohou být motivováni k návštěvě určité události mimo domov.
-

Aktuální trendy v rozvoji incentivní turistiky v Evropě i ČR



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

- pořádání menších akcí s klíčovými zaměstnanci resp. zákazníky,
 - tlak na snižování nákladů (zkracování pobytů, volba méně luxusních hotelů),
 - upřednostňování bližších lokalit před vzdálenými (snížení dopravních nákladů, jednodušší organizace; vzdálené lokality lákají účastníky pouze turisticky a vytrácí se vzdělávací a incentivní náplň),
 - odklon od adrenalinových sportů a „exotických“ akcí (např. imitace orientální oslavy) k využití místních zajímavostí, historických a technických památek, legend atd.,
 - koncentiva (propojování pracovních a motivačních cest),
 - rostoucí obliba spa & wellness pobytů,
 - stoupající zájem o teambuildingové akce nejen pro zaměstnance firem, ale i pro mládež, atd.
-

Trendy v cestovním ruchu a hotelnictví



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

✓ ChechTourism (2016) prezentuje tyto trendy:

- zajímavé trendy byly registrovány ve výběru ubytování. Vývoj posledních let jasně ukazuje úbytek podílu ubytování v hotelech na úkor ostatních ubytovacích zařízení, jejichž podíl za období od roku 2009 do roku 2013 vzrostl téměř o třetinu. Je však nutné zdůraznit, že hotely stále dominují podílem okolo 60 %,
 - nové trendy v destinačním marketingu: press trip složený pouze z Instagram influencerů. V únoru hostila newyorská pobočka agentury CzechTourism press trip složený výhradně z influencerů působících na sociální síti Instagram. Cílem bylo jednak využít toho, že Instagram je jednou z nejrychleji rostoucích sociální sítí co do počtu uživatelů, ale také vyzkoušet, jak na tuto formu propagace zareagují české subjekty.
 - existence slevových portálů mění domácí cestovní ruch - nabídka dovolených na slevových portálech nepřímo ovlivňuje cestovatelské zvyklosti českých turistů. Díky těmto portálům jezdíme v rámci České republiky častěji na kratší dovolené, mimo hlavní turistickou sezónu a zejména poznáváme nové destinace
-

Dark Tourism



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

- ✓ cestování na místa katastrof a neštěstí
 - ✓ = temný turismus přivádí návštěvníky na místa, kde se udála nějaká tragédie, neštěstí.
 - ✓ Zájem o místa spojená s násilnou smrtí se nazývá „Thanatourism“
 - ✓ je pravděpodobně produktem postmoderní doby, kdy se společnost odklání od masového turismu a spíše vyhledává nové destinace a autentické zážitky.
 - ✓ znakem je také důraz na poznávání a vzdělávání se během cestování.
 - ✓ Fascinace temnými místy je považována mnohdy za kontroverzní.
 - ✓ Zpřístupnění míst postižených lidským neštěstím či katastrofou by proto mělo jít ruku v ruce se vzděláváním a pietou, nikoliv s prostou motivací zisku.
 - ✓ Častými objekty zájmu dark turistů jsou hřbitovy, místa konfliktů, věznění, mučení, zabíjení, ale také místa postižená přírodními katastrofami.
 - ✓ Do dark turismu spadají i místa spojená se smrtí slavné osoby nebo zábavní centra hrůzy jako je londýnský Dungeon.
 - ✓ Nejznámější místa „dark“ turismu na světě: Muzeum Anne Frank, Amsterdam, Auschwitz-Birkenau, Polsko, Arlingtonský hřbitov, USA, Památník Hiroshima, Japonsko, Černobyl, Ukrajina, Pearl Harbour, Havaj,
-

- ✓ - cestování do bývalé domoviny
 - ✓ Pád železné opony a rozšíření Evropské unie směrem na východ měly za následek zvýšený pohyb obyvatel do zemí západní Evropy.
 - ✓ Lidé, kteří kdysi emigrovali, se vracejí do svých mateřských zemí jako turisté.
 - ✓ Tento trend se projevuje i v České republice.
 - ✓ Na trend upozornila již zpráva World Travel Market Global Trends Report 2007, která byla vypracována ve spolupráci se společností Euromonitor International: Emigranti či jejich potomci si dnes díky dobré ekonomické situaci a rozvoji levné letecké dopravy mohou dovolit navštěvovat častěji své rodné země, cestovat a poznávat je z pohledu dneška.
-

Asketická dovolená



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

- ✓ Dovolena pro někoho představuje především odpočinek, pro jiného poznávání či dobrodružství.
 - ✓ Někteří lidé však o dovolené hledají možnost, jak rozbít stereotypy,
 - ✓ Zažít nedostatek, deprivaci nebo dokonce bolest může být pro ně osvobozující.
 - ✓ Termín „asketismus“ je charakterizován jako životní styl, který se vyznačuje odpíráním určitých rozkoší a požitků.
 - ✓ Dovolenu v asketickém stylu lze pořídit velmi lacino nebo naopak pořádně drah.
 - ✓ Radikální fitness - Budíček v půl šesté, ranní rozcvička, lehká snídaně, půldenní pochod, dietní oběd a zbytek dne v sedle horského kola...
 - ✓ Tak vypadá den v luxusním resortu Body & Soul v Irsku, kde si klient sáhne až na dno svých sil.
 - ✓ Hotel jinak - Velmi populární jsou dnes hotely, které dříve sloužily jako věznice.
 - ✓ Některé byly přeměněné na luxusní resorty, jinde si ale může host stále vyzkoušet, jaké to je spát na pryčně v místnosti o čtyřech čtverečních metrech a se zamřížovaným výhledem.
 - ✓ V bývalé věznici KGB v lotyšském městě Liepaja, která funguje jako muzeum a ubytovna zároveň, k tomu ještě zdarma přidají pokřik a šikanování stráží.
-

CouchSurfing



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

- ✓ **bezplatné ubytování cestovatelů**
 - ✓ Více než milion lidí na celém světě dnes využívá komunikační sítě, které jim umožňují sdílet po čas dovolené domov zdarma s jinými nadšenci.
 - ✓ koncept bezplatného sdílení ubytování a pohostinnosti, je několik, asi nejznámějším je CouchSurfing.com.
 - ✓ Cíl - kromě minimalizace cestovních nákladů, také navázání nových přátelství, šíření tolerance a zlepšení mezikulturního porozumění.
 - ✓ Systém je založen na principu reciprocity – uživatelé získají přístup k informacím na základě poskytnutí svých vlastních.
 - ✓ Každý zájemce se musí na zvoleném serveru zaregistrovat a uvést svou pravou identitu. Poté si může založit svůj profil a podle zájmů se zařadit např. do některé z diskusních skupin.
 - ✓ Bezpečnost je zajištěna systémem referencí a osobních ručitelů.
 - ✓ Pokud se člověk rozhodne vydat na cestu, stačí jen kontaktovat osoby ve vybrané destinaci a domluvit s nimi podmínky (délku pobytu atd.).
 - ✓ cestování v souladu s principy udržitelného rozvoje cestovního ruchu a ekoturistiky, přispívá také k lepšímu poznání lokálních komunit a kultur.
-

Léčebný turismus



- ✓ putování za léčivými vodami či zázračnými léčiteli
 - ✓ Léčebný turismus, z anglického „Medical Tourism“, je spojení původně vytvořené cestovními kancelářemi a sdělovacími prostředky.
 - ✓ Nejlépe vystihuje účel podniknuté cesty, kterým je podstoupení léčebného či zkrášlovacího zákroku v jiné zemi, než v té, v níž je turista rezidentem.
 - ✓ Jde o fenomén 21. století, své kořeny má však, stejně jako poutní turistika, již ve starověku, kdy Řekové a poté Římané putovali stovky kilometrů za léčivými vodami či zázračnými léčiteli.
 - ✓ Nejčastěji pacienti cestují za neakutními chirurgickými zákroky, jako jsou náhrady kloubů, kardiochirurgickými, ortodontickými a stomatologickými zákroky, léčbou neplodnosti a nadstandardní lékařskou péčí jako je plastická chirurgie, estetické zákroky, aj.
 - ✓ Motivací bývá většinou nízká cena či nedostupnost požadovaného zákroku doma.
-

Dovolená na venkově



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

- ✓ je levná a ekologická
 - ✓ Požadavek na zodpovědné chování k životnímu prostředí.
 - ✓ Hotely a cestovní kanceláře bojují o „zelený“ certifikát, který garantuje jejich ekologické chování, a z ekologie se tak postupně stává nejen dobrá věc, ale i dobrý byznys.
 - ✓ Přírozenou formou trvale udržitelného CR je venkovská turistika.
 - ✓ Ta má v českých podmínkách svá specifika.
 - ✓ V konkurenci chalupářů se snaží prosadit i forma venkovské turistiky: jednorázové pobyty v soukromí, penzionech či malých kempech.
 - ✓ Agroturistika - nabízí možnost zapojit se přímo do chodu zemědělské usedlosti nebo farmy.
 - ✓ Turisté tak mohou pomáhat s krmením zvířat nebo s prací na zahradě.
 - ✓ je zajímavá především pro rodiny s dětmi, pro které je největším zážitkem kontakt se zvířaty chovanými na farmě.
-

Trendy v cestovním ruchu a hotelnictví



- ✓ Agroturistika je ve většině případů provozována jako přivýdělek k hlavní pracovní činnosti zemědělství.
 - ✓ Velmi rychle se rozvinula např. v Itálii, Francii nebo Irsku.
 - ✓ V Čechách pak hlavně na Šumavě, dále v jižních Čechách a postupně také v dalších turistických oblastech, jako jsou Vysočina, Český ráj nebo Valašsko.
 - ✓ Přednost dostávají pobyty se zajištěným stravováním.
 - ✓ Turisté hledají kvalitnější služby a jsou ochotni za ně dobře zaplatit.
 - ✓ Tomu ostatně vycházejí vstříc webové stránky www.prazdniny-navenkove.cz, kde je možné vyhledat ubytování ve třech cenových hladinách.
-

Responsible Travel



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

- ✓ zodpovědné cestování
 - ✓ Ve světě turismu se nyní stále častěji objevuje spojení „Responsible Travel“.
 - ✓ Zodpovědné cestování vyjadřuje snahu minimalizovat negativní dopad tohoto odvětví nejen na životní prostředí; má aspekt ekologický, sociokulturní a ekonomický.
 - ✓ CR je vzhledem k závislosti na pozemních dopravních prostředcích a zejména letecké přepravě jedním z hlavních zdrojů ekologické nerovnováhy na naší planetě.
 - ✓ Příliv turistů vedl v některých případech k překročení hranice etických norem (např. Thajsko se stalo světovou velmocí tzv. sexturismu).
 - ✓ Narušení kulturních hodnot obyvatel v rekreačních oblastech představuje vysokou daň za ekonomickou modernizaci.
-

Volunturismus



- ✓ dobrovolnická turistika
 - ✓ vznikl spojením slov volunteer (dobrovolník) či voluntary (dobrovolný) a turismus.
 - ✓ Česky - dobrovolnická turistika.
 - ✓ spojení dovolené s aktivní pomocí navštíveným oblastem.
 - ✓ Původně byly dobrovolnické cesty podnikány lidmi s přímou vazbou na danou oblast či problém a byly spíše vnímány jako krátkodobé, intenzivní dobrovolnické programy než jako dovolená.
 - ✓ Během 90. let začaly vznikat produkty a firmy nabízející toto spojení.
 - ✓ V praxi to nejčastěji znamená, že během týdne se pracuje a o víkendech je možnost poznávat danou zemi jako běžný turista.
 - ✓ Účastníci takovýchto „zájezdů“ bývají velmi různorodí, ale zpravidla je spojuje touha „udělat něco dobrého“ a zároveň poznat nová místa, kam by se jinak pravděpodobně nedostali.
-

Shrnutí přednášky



- ✓ Cestovní ruch je pokládán za jedno z nejvýznamnějších odvětví ekonomiky a přináší s sebou multiplikační efekty na další zboží a služby, které mají pozitivní dopady například na ubytování, pohostinství apod.
 - ✓ Proto je nezbytné znát trendy, které se v cestovním ruchu, potažmo hotelnictví projevují.
 - ✓ Je nutné si uvědomit, že se mění složení klientů, nároky, náročnost, zvyky a požadavky. Ke slovu se hlásí zážitek, neobvyklost, výjimečnost, atraktivita, adrenalin, ale i užitek, výhoda nebo exkluzivita.
 - ✓ Velmi ceněná bude i módnost, zdravý styl, absolutní odpočinek, wellness a regenerace včetně bio, eko a lohas životního stylu.
 - ✓ Segmentace a orientace nabídek bude specifická pro různé druhy klientely od dětí, přes generaci Y, střední generaci až po seniory nebo single.
-

Shrnutí přednášky



- ✓ Evropská komise definovala deset základních trendů, které ovlivní CR v budoucnosti. Jedná se o následující faktory: demografie, zdraví, vzdělávání, volný čas, zkušenosti s cestováním, životní styl, informační technologie, doprava, apod.
 - ✓ Mezi trendy můžeme zařadit seniorský cestovní ruch, religiózní cestovní ruch (spiritualismus a poutnictví, nebo-li církevní turistiku).
 - ✓ Existuje několik příležitostí v cestovním ruchu, a to: globalizace v cestovním ruchu, marketing v cestovním ruchu, trvale udržitelný cestovní ruch.
 - ✓ MMR spatřuje trendy v těchto oblastech: CR mládeže, senioři, trendy v oblasti komerčních programů a pobytů v lázních, trend zdravějšího způsobu života.
 - ✓ Časopis Cestovatel.cz prezentuje v seriálu Světové trendy v CR trendy: Youth Travel, Dark Tourism, Diaspora Tourism, asketická dovolená, CouchSurfing, léčebný turismus, dovolená na venkově, Responsible Travel, Voluntarismus.
-



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

Děkuji za pozornost
