

**ZÁPADOČESKÁ UNIVERZITA V PLZNI**

**FAKULTA EKONOMICKÁ**

Diplomová práce

**Nákupní rozhodování segmentu LGBT při výběru  
turistické destinace**

**Purchasing decisions of the LGBT segment when  
choosing a tourist destination**

Bc. Jitka Hořejšová

Plzeň 2022

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci na téma

*„Nákupní rozhodování segmentu LGBT při výběru turistické destinace“*

vypracoval/a samostatně pod odborným dohledem vedoucí/vedoucího diplomové práce za použití pramenů uvedených v příložené bibliografii.

Plzeň dne 24. 4. 2022

v. r. Jitka Hořejšová

## **Poděkování**

Na tomto místě bych chtěla poděkovat panu Ing. Petrovi Janečkovi, Ph.D. za rady a věcné připomínky, které mi poskytoval během psaní této diplomové práce.

Zároveň bych ráda poděkovala svým nejbližším za trpělivost a podporu po celou dobu mého studia.

# Obsah

Úvod.....	7
<b>1 Cestovní ruch .....</b>	<b>9</b>
1.1 Definice cestovního ruchu .....	10
1.2 Cestovní ruch jako trh.....	11
1.2.1 Poptávka na trhu cestovního ruchu .....	11
1.2.2 Nabídka na trhu cestovního ruchu.....	12
1.3 Členění cestovního ruchu .....	14
1.4 Segmentace cestovního ruchu .....	15
1.5 Trendy v cestovním ruchu .....	17
<b>2 LGBT komunita .....</b>	<b>18</b>
2.1 Definice LGBT .....	18
2.2 Historie homosexuality.....	19
2.3 LGBT komunita a společnost.....	20
<b>3 LGBT turismus.....</b>	<b>23</b>
3.1 Specifika LGBT segmentu .....	24
3.2 Spotřební chování v LGBT turismu .....	25
3.3 Tolerantní a intolerantní destinace .....	28
3.4 Eventy LGBT turismu .....	33
3.4.1 Prides.....	34
3.4.2 Gay cruises .....	35
3.4.3 Filmové festivaly.....	36
3.4.4 Gay ski week .....	36
3.4.5 Bear events .....	36
3.4.6 Fetish events.....	37

3.5	Mezinárodní LGBT organizace.....	37
3.6	Organizace LGBT v České republice .....	40
3.7	Česká republika jako cílová destinace LGBT turismu.....	41
<b>4</b>	<b>Případová studie Prague Pride .....</b>	<b>45</b>
4.1	Metodika výzkumu.....	45
4.2	Vyhodnocení případové studie.....	45
4.3	Závěr případové studie .....	49
<b>5</b>	<b>Vlastní dotazníkové šetření .....</b>	<b>50</b>
5.1	Metodika výzkumu.....	50
5.2	Vyhodnocení dotazníkového šetření .....	52
5.2.1	Vyhodnocení dotazníku pro LGBT komunitu .....	52
5.2.2	Vyhodnocení dotazníku pro heterosexuály.....	63
5.3	Hypotézy .....	74
5.4	Závěr dotazníkového šetření .....	76
<b>6</b>	<b>Hlubkové rozhovory .....</b>	<b>79</b>
6.1	Metodika výzkumu.....	79
6.2	Vyhodnocení hloubkových rozhovorů.....	80
6.2.1	Vyhodnocení rozhovorů v LGBT segmentu.....	81
6.2.2	Vyhodnocení rozhovorů u heterosexuálů .....	84
6.3	Závěr hloubkových rozhovorů .....	88
<b>7</b>	<b>Shrnutí a doporučení .....</b>	<b>90</b>
	<b>Závěr .....</b>	<b>92</b>
	<b>Seznam použitých zdrojů .....</b>	<b>94</b>
	<b>Seznam tabulek .....</b>	<b>99</b>
	<b>Seznam obrázků.....</b>	<b>100</b>
	<b>Seznam zkratk.....</b>	<b>102</b>

**Seznam příloh .....103**

**Přílohy**

**Abstrakt**

**Abstract**

# Úvod

V současném světě je přítomno mnoho trendů v oblasti cestovního ruchu, jedním z nich je bezpochyby LGBT turismus, do kterého spadají služby zaměřující se na neheterosexuálně orientované osoby. Konkrétně se jedná o lesby, gaye, bisexuály, transsexuály a další osoby, které se vymykají zavedenému genderovému řádu. Subjekty cestovního ruchu se proto snaží svoji nabídku rozšířit tak, aby zaujala zmíněný segment.

Hlavní cílem diplomové práce je zjistit, jaká specifika upřednostňuje při výběru cílové destinace turista spadající do LGBT komunity. Mezi dílčí cíle patří zpracování teoretického úvodu k tématu LGBT komunity a turismu, analyzování specifických požadavků LGBT segmentu s využitím vhodné metody, vyhodnocení realizovaného výzkumu a syntéza získaných dat a následně doporučení pro budoucí vývoj LGBT turismu.

Autorka si toto téma vybrala z důvodu jeho neustále aktuálnosti a také proto, že chtěla zjistit, jak se chová zmíněný segment při výběru dovolené a jaké aspekty ovlivňují jeho finální rozhodnutí o cílové destinaci.

Diplomová práce je rozdělena na šest hlavních kapitol, které spolu formují ucelený komplet. První kapitola pojednává o cestovním ruchu, definuje jeho poptávku a nabídku, vymezuje jeho členění a segmentaci a zároveň představuje aktuální trendy. Další kapitola se zaměřuje na LGBT komunitu, její historii a vztahy se společnostmi, což následně slouží k charakteristice tohoto segmentu. Třetí kapitola definuje LGBT turismus a jeho specifika spojená se spotřebním chováním. Tato část také uvádí tolerantní a intolerantní země společně se světovými a českými organizacemi, které se zabývají LGBT tematikou. V kapitole jsou dále analyzovány nejdůležitější eventy LGBT turismu. Čtvrtá kapitola představuje případovou studii, která byla zpracována pro účely diplomové práce a zabývá se činností spolku Prague Pride. Kapitola číslo pět se věnuje vlastnímu dotazníkovému šetření a interpretuje získaná data, která byla obdržena od respondentů LGBT segmentu a heterosexuálů. Zároveň se také zaměřuje na stanovení hypotéz a jejich vyhodnocení. Šestá kapitola práce se soustředí na hloubkové rozhovory, které probíhaly v návaznosti na zmíněné dotazníkové šetření taktéž mezi členy LGBT komunity a heterosexuály a měly prohloubit získaná data. Sedmá kapitola shrnuje hlavní zjištěné poznatky a zobrazuje možné návrhy. V závěru práce jsou zhodnoceny získané informace a zároveň je doplněn osobní názor autorky na danou problematiku.

Při zpracování diplomové práce byly použity odborné knižní publikace, články v odborných časopisech zaměřujících se na danou tematiku a webové stránky jednotlivých institucí. Pro získání potřebných informací bylo využito vlastního dotazníkového šetření a hloubkových rozhovorů, které následně sloužily pro vyhodnocení návrhu doporučení.



# 1 Cestovní ruch

Vzhledem k tématu práce je potřeba uvést základní informace o cestovním ruchu a vysvětlit pojmy, které jsou s problematikou turismu spojeny. Je nutné nastínit také klasifikaci a segmentaci trhu cestovního ruchu a také se věnovat trendům, mezi které patří i cestování v rámci LGBT komunity.

Cestovní ruch je podstatnou součástí světové ekonomiky. Aby jeho rozvoj probíhal dynamickou formou, tak je zapotřebí dostatek volného času, dostatek volných ekonomických zdrojů a zároveň také přívětivá politická situace, která bude svobodnému cestování nahrávat. Cestovní ruch má nejenom ekonomickou funkci, ale zároveň i funkci sociální, neboť jeho subjektem je jedinec či lidé, kteří se snaží uspokojit svoje zájmy. Jako další subjekty cestovního ruchu je možné považovat organizace a jejich pracovníky, kteří se cestovním ruchem zabývají. Objektem jsou poté rekreační prostory, materiálně-technické základny, zboží a volné statky. (Ryglová, 2009, s. 10)

Hesková (2011) uvádí, že cestovní ruch lze nazvat důležitým společensko-ekonomickým fenoménem, jelikož ve vyspělých zemích je značnou součástí spotřeby a života obyvatel. Zároveň je možné jej zařadit mezi největší exportní odvětví na světě (mimo cestovní ruch sem patří automobilový průmysl a obchod s ropou).

Cestovní ruch není odvětvím, které by bylo závislé pouze samo na sobě. Proto bývá označován jako tzv. průřezové odvětví, což znamená, že se vztahuje k dalším oblastem. Těmito oblastmi jsou stavebnictví, doprava, potravinářský průmysl, překladatelské služby, fotografický a tiskařský průmysl. Jelikož jsou všechny zmíněné sektory propojené, tak je cestovní ruch hospodářsky velmi důležitý pro rozvoj a růst země. V praxi to znamená, že s růstem cestovního ruchu se vyvíjejí a vznikají nové pracovní příležitosti v různých odvětvích. Zároveň nejsou opomínány atraktivita daného státu, ať už se jedná o kulturní a historické bohatství (hrady, zámky, galerie apod.), či o přírodní zajímavosti, které navštívená země poskytuje. Cestovní ruch má pro každou zemi důležitý charakter a je velmi podstatný z vícero hledisek. Tak jako ostatní odvětví má svoje klady, se kterými se však pojí i jisté zápory. Mezi hlavní negativní vlivy patří střet odlišných kultur, který lze brát taktéž jako pozitivum, pokud však jednotlivé kultury nejsou dostatečně tolerantní a nechtějí se o sobě vzájemně naučit, tak dochází ke kolizi a následnému sociálnímu problému. (Ryglová, Burian & Vajčnerová, 2011)

## 1.1 Definice cestovního ruchu

Cestování je pojem, který úzce souvisí s cestovním ruchem. Již v minulosti se znalci snažili tyto dva pojmy od sebe diferencovat. Počátkem 20. století byl cestovní ruch novým společenským jevem a byl brán jako „soubor operací převážně ekonomického charakteru, které se přímo vztahují na vstup, pobyt a pohyb cizinců vně i uvnitř země, města nebo regionu.“ (Beránek a kol., 2016, s. 14) Tato definice však zahrnovala pouze cizince, a proto bylo potřeba ji ještě upravit a doplnit.

Mezinárodně uznávanou definicí cestovního ruchu se stala ta, kterou stanovila Světová organizace cestovního ruchu (UNWTO). Definici uvádí ve své publikaci Ryglová, Burian & Vajčnerová (2011, s. 18): „Cestovní ruch je činnost osoby cestující na přechodnou dobu do místa mimo její běžné životní prostředí (místo bydliště), a to na dobu kratší, než je stanoveno, přičemž hlavní cíl cesty je jiný než vykonávání výdělečné činnosti v navštíveném místě.“

Z výše uvedené definice vyplývají jednotlivé charakteristiky cestovního ruchu, které uvádějí ve své publikaci Attl a Nejdí (2004). Jednotlivými charakteristikami jsou:

- Změna místa pobytu – což znamená, že účastník cestovního ruchu změní svoje běžné prostředí, ve kterém se nachází, a bude pobývat v jiném prostředí. Neznamená to však pobyt mimo místo bydliště osoby, jedná se také o změnu prostředí, ve kterém se jedinec častěji vyskytuje (např. pracovní umístění)
- Dočasný pobyt v místě – pokud je splněna výše uvedená charakteristika, tak je potřebné, aby osoba byla v navštíveném místě pouze omezený čas. Jestliže se jedná o domácí cestovní ruch, tak je tato doba stanovena na půl roku, v případě mezinárodního cestovního ruchu je dobou jeden rok. Kdyby byla doba překročena a osoba na daném místě pobývala delší čas, tak by se již nejednalo o cestovní ruch, nýbrž by byla považována za stálého obyvatele konkrétní destinace, ve které by se nacházela.
- Hlavní účel je jiný než výdělečná činnost – hlavní účel cesty, která je podniknuta, nemůže být výdělečná činnost, jelikož by se následně nejednalo o cestovní ruch. Ten je realizován z jiných důvodů – těmi mohou být relaxace, únik ze stereotypu, poznání nové kultury a místních obyvatel, zábava, přírodní atraktivity apod.

- Realizace je uskutečněna především ve volném čase daného účastníka – což znamená, že cestovní ruch není možné provozovat v pracovní době. Návštěva vybrané destinace a místa tak probíhá ve volném času konkrétního jedince (např. víkendy, svátky, dovolená).
- Vytváření vztahů mezi lidmi – v cestovních ruchu dochází k budování vztahů mezi jednotlivými jedinci. Může se jednat o vztahy mezi návštěvníky dané destinace a místními obyvateli, mezi jednotlivými cestujícími nebo také mezi jinými účastníky cestovního ruchu a jejich zprostředkovateli.

S definicí cestovního ruchu je taktéž spojena definice turisty. Za turistu je považována osoba, která přechodně navštíví vybrané místo, na kterém zůstane minimálně 24 hodin, ale maximálně jeden rok. Jako výletník nebo také jednodenní návštěvník je specifikována osoba, která na navštíveném místě stráví jeden den, avšak nepřenocuje tam. Návštěvníkem tak může být turista i výletník, jelikož se jedná o osobu, která putuje na jiné místo, než je její trvalé bydliště a zůstane tam méně než 12 měsíců. S problematikou je také spojen rezident, což je člověk, který žije v dané zemi minimálně jeden rok. (Ryglová, Burian & Vajčnerová, 2011)

## **1.2 Cestovní ruch jako trh**

Celkově v oblasti ekonomiky je pojem trh chápán jako místo, kde dochází ke směně výrobků a služeb a zároveň k potkávání a společnému jednání mezi prodávajícími a kupujícími, přičemž je stanoveno množství a cena konkrétního produktu nebo služby. Trh cestovního ruchu představuje dílčí trh, který je taktéž jako trh agregátní (trh všech výrobků a služeb), formován dvěma stranami – konkrétně stranou nabídky a stranou poptávky. V každém trhu má svoje místo jak subjekt, tak objekt. Subjekt trhu cestovního ruchu je zastoupen kupujícími, prodávajícími a také zprostředkovateli, což mohou být například cestovní kanceláře a cestovní agentury. Jako objekt trhu cestovního ruchu vystupují služby a zboží, které jsou předmětem směny. (Beránek a kol., 2016)

### **1.2.1 Poptávka na trhu cestovního ruchu**

Šauer a kol. (2015, s. 34) ve své publikaci definují poptávku jako celkové množství zboží a služeb (statků), které všichni spotřebitelé chtějí koupit za konkrétní cenu. Poptávku v cestovním ruchu je možné rozčlenit na tři typy, a to na základě ochoty a schopnosti lidí se účastnit činností v cestovním ruchu. Typy poptávky jsou následující:

- Efektivní poptávka – ta uvádí počet osob, které jsou v dané chvíli v konkrétní destinaci nebo jsou na cestě do a z té destinace.
- Potlačená poptávka – zobrazuje lidi, kteří z nějakého důvodu nemohou cestovat. Existují dva podtypy potlačené poptávky. Prvním z nich je potenciální poptávka, kdy na straně potenciálního turistu je značná tužba vycestovat, bohužel však jsou přítomny bariéry, které neumožňují cestu realizovat. Mezi bariéry spadá ekonomická situace domácnosti, zdravotní stav, případně také péče o děti a blízké. Jakmile jsou problémy odstraněny, tak může osoba svoji cestu podniknout, což znamená, že potenciální poptávka se přemění na poptávku efektivní. Druhým podtypem je poptávka odložená, kdy musí být vycestování posunuto, neboť tomu brání strana nabídky, například je vybraný hotel již plně obsazen nebo cílová destinace podléhá přírodní katastrofě.
- Nulová poptávka – jedná se o lidi, kteří se rozhodli, že cestovat nechtějí a svůj volný čas a finanční prostředky využijí na nákup jiných statků, případně jde o část populace, která nemůže vycestovat kvůli nízké věkové hranici. (Šauer a kol., 2015)

V současné době, kdy je svět zahlcen informačními technologiemi, jsou účastníci cestovního ruchu stále více informováni, díky čemuž se stávají náročnějšími zákazníky a přejí si produkty či služby, které nejsou standardizované. V minulosti bylo obvyklé, že lidé požadovali klasický hromadný zájezd, který si vybrali v cestovní kanceláři nebo agentuře. Pro poskytovatele služeb bylo jednodušší nabídnout všem stejný produkt, který se případně odlišoval v detailech. Nynější turisté však požadují nabídky šité přímo jim na míru, což je pro poskytovatele daleko náročnější, ať už z finančního nebo časového hlediska. Samotná příprava zabere mnoho úsilí, jelikož je potřeba zajistit individuální produkty přesně dle požadavků klienta. Výsledná cena bývá zpravidla vyšší, jelikož není možné využít například množstevních slev, které bývají hojně uplatňovány v případě hromadných zájezdů. (Beránek a kol., 2016)

### **1.2.2 Nabídka na trhu cestovního ruchu**

Nabídka na trhu cestovního ruchu je formovaná souborem prvků, jež tvoří rozličné statky a služby a jejich kombinace. Charakter a rozsah nabídky je ovlivněn povahou primární nabídky, od níž se následně formuje nabídka sekundární. Do primární nabídky spadají přírodní atraktivita a kulturně-historický potenciál vybrané destinace. Sekundární

nabídka je zformována z druhů zařízení a jejich služeb, které jsou poskytovány účastníkům cestovního ruchu. (Šauer a kol., 2015)

Nabídka na trhu cestovního ruchu je tvořena následujícími faktory:

- Atraktivita – jsou místa nebo lokace, jež si účastník cestovního ruchu pojí s uspokojením vlastních potřeb. Atraktivita mohou být přírodní, kulturní nebo vytvořené člověkem. Mezi přírodní patří krajina, vodní plochy, jeskyně či skály. Do kulturních spadají lokální řemesla a umění, hudba či tanec nebo jednotlivá historická místa. Atraktivitami, které jsou vybudované člověkem, mohou být chrámy, kostely a jiné památky, věže, zábavné parky či jiná architektura.
- Přeprava – značí způsob, jakým je turista schopen se do cílové destinace dostat. Při dopravě silniční je možné využít auto, autobus nebo jízdní kolo. V železniční dopravě lze využít vlaků dálkových, vysokorychlostních či meziměstských. Do způsobů přepravy spadá také vodní doprava, kterou zajišťují lodě, trajekty nebo konkrétní plavby. Posledním způsobem je letecká doprava, kdy dopravci létají dle stanoveného harmonogramu, který je platný po delší dobu, nebo je využíváno charterových letů, které jsou k dispozici většinou pouze v požadovaném období.
- Zprostředkovatelé – jsou podniky, které poskytují zprostředkování dovolené. Společnosti, které sestavují a nabízejí zájezdy jiným subjektům, jsou cestovní kanceláře. Naopak cestovní agentury jsou firmy, které nabízejí a prodávají produkty či služby cestovních kanceláří.
- Destinace – je místo, kam návštěvník v rámci své dovolené jede. Destinace je tvořena ubytovacími službami, stravovacími službami a turistickým vybavením. Pod ubytovacími službami si lze představit veškerá místa, kde lze přenocovat, například hotely, motely, chaty či penziony. Stravovací služby se starají o to, aby klienti měli jídlo a pití, patří sem restaurace, fastfoody, bary, kavárny nebo streetfoody. V rámci turistického vybavení jsou dostupné zábavné parky, akvaparky, nákupní centra, kasina nebo také zoologické zahrady.
- Aktivity – jsou činnosti, kterým je účastník cestovního ruchu nakloněn. Mohou to být dobrodružné sporty, jako například rafting, bungee jumping či skok padákem. Dále se jedná o volnočasové aktivity, kam se řadí relaxování na pláži a koupání. V neposlední řadě sem spadají obchodní aktivity, což je účast na seminářích a propagačních akcích, a zdravotní aktivity, které zahrnují cvičební hodiny a fitness. (Šauer a kol., 2015)

Na straně nabídky na trhu cestovního ruchu existuje mnoho podniků různých velikostí, často zde figurují malé a střední podniky, výjimkou však nejsou globální firmy, které se objevují v případě hotelových řetězců nebo dopravních společností. Jak již bylo zmíněno výše, tak nabídka na trhu cestovního ruchu je tvořena ubytovacími a stravovacími zařízeními, dopravci, zprostředkovateli a mnohými dalšími podniky, které zajišťují další služby a produkty. Služby, které převažují v cestovním ruchu, jsou snadno napodobitelné a konkurence je vysoká, zároveň účastníci cestovního ruchu mají dostatek informací, jsou více zhyčkaní a požadují prvotřídní servis, a proto je nutné nabízet kvalitní a neustále lepší produkty a služby. (Beránek a kol., 2016)

### 1.3 Členění cestovního ruchu

Jeden z hlavních aspektů, který se u cestovního ruchu rozlišuje, je geografické hledisko, na jehož základě se cestovní ruch rozděluje na domácí a zahraniční. Domácí cestovní ruch tvoří obyvatelé daného státu, kteří v rámci něho navštěvují jiná místa než ta, kde se standardně vyskytují. Jedná se tak o pobyt domácích obyvatel na území jejich státu. Naopak zahraniční cestovní ruch je tvořen lidmi, kteří se vydávají do jiného státu, kde tráví svoji dovolenou. Zahraniční cestovní ruch je možné rozlišit na aktivní a pasivní. Aktivní se také označuje jako příjezdový cestovní ruch, neboť se jedná o pobyty cizinců na území domácího státu. Pasivní cestovní ruch je také nazýván výjezdovým, jelikož v tomto případě domácí obyvatelé odjíždějí do jiného státu. Jiné členění, které je také na základě geografického hlediska, je vnitřní, národní a mezinárodní cestovní ruch, což je zobrazeno na obrázku 1. (Jakubíková, 2012; Kotíková, 2013; Ryglová, Burian & Vajčnerová, 2011)

Obr. 1: Členění cestovního ruchu podle místa



Zdroj: Ryglová, Burian & Vajčnerová, 2011, s. 21

Jak již bylo zmíněno výše, tak lidé mohou cestovat z různých pohnutek, někteří dávají přednost sportu a rekreaci, jiní kultuře a poznání. Motivace k cestování může být taktéž náboženského rázu, z důvodu vzdělání či spojena se zdravotní a léčebnou složkou. Další dělení je na základě délky pobytu, kterou ve vybrané destinaci návštěvník stráví. Dělení na pobyty krátkodobé, které zahrnují přenocování do tří nocí, a pobyty dlouhodobé, kde osoby přenocují více než tři noci. Cestovní ruch dle způsobu organizace je možné rozčlenit na organizovaný, kdy je za pořádání zodpovědný subjekt jako cestovní kancelář či agentura, a neorganizovaný, v jehož případě si účastník vše zajišťuje sám. Taktéž je možné cestovní ruch rozdělit podle počtu návštěvníků, kde je dělení na individuální a skupinový. V rámci individuálního cestovního ruchu cestuje pouze osoba sama či s rodinou, v případě skupinového cestovního ruchu jde o celou skupinu účastníků. (Jakubíková, 2012; Ryglová, Burian & Vajčnerová, 2011)

#### **1.4 Segmentace cestovního ruchu**

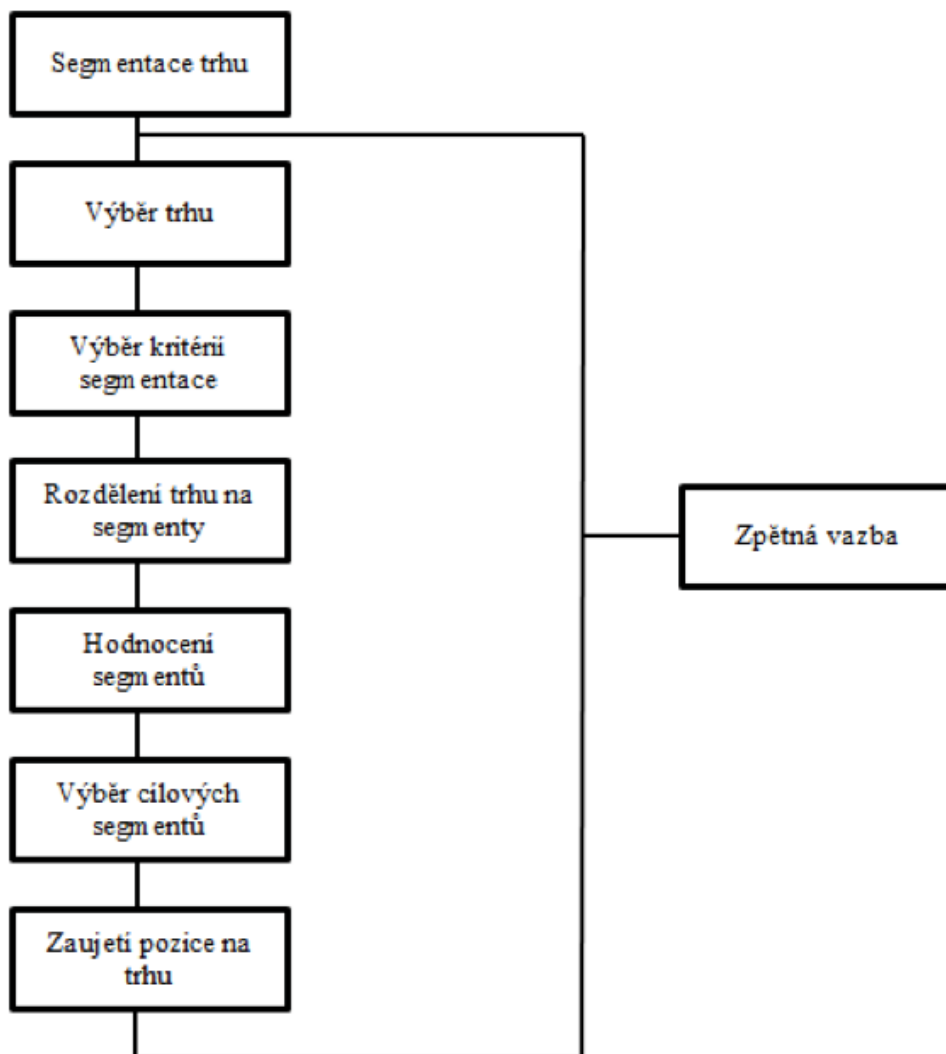
Cestovní ruch se v průběhu let rychle vyvíjel a zároveň bylo také zjištěno, že každý člověk má jiné zájmy, přitahují ho odlišné atraktivity a turistické destinace. Na základě těchto poznatků bylo důležité rozdělit trh do jistých segmentů a to tak, aby bylo možné uspokojit potřeby všech zúčastněných stran. Proces segmentace znamená, že se vytvářejí jednotlivé homogenní skupiny jednotlivců, které disponují podobnými charakteristikami, potřebami a také nákupním chováním. Nákupní chování je chápáno jako jednání a vystupování daného segmentu při výběru, hledání, koupi a vyhodnocování produktu, který bude vyhovovat potřebám a požadavkům. (Schiffman, Kanuk & Wisenblit, 2010)

Na základě segmentace se může jakýkoliv subjekt (hotely, restaurace, cestovní kanceláře apod.) efektivněji orientovat a soustředit na satisfakci konkrétní cílové skupiny návštěvníků. Subjekt získá konkurenční výhodu, neboť bude využívat účinnější reklamní kampaně, bude mít možnost výběru optimálního komunikačního kanálu a bude se moci zaměřit na potřeby a přání konkrétní skupiny. (Kotler, 2007)

Segmentace trhu obsahuje několik fází, které jsou zobrazené na obrázku 2. V první fázi je vybrán daný trh, jenž lze rozčlenit na primární, sekundární a terciální. Z primárních trhů získává subjekt největší množství zákazníků, z trhů sekundární proudí také velké množství klientů, nicméně ti často navštěvují i jiná místa, která jim nabízejí odlišné služby, případně něco navíc. Osoby, které spadají do terciálního trhu, danou destinaci

navštěvují nepravidelně, nicméně stále představují potenciální poptávku. (Királ'ová, 2003)

Obr. 2: Proces segmentace trhu



Zdroj: Királ'ová, 2003

Kritérií, která jsou stanovena k segmentaci cestovního ruchu existuje vícero a záleží na daném autorovi, jak je rozděluje. Za nejčastější kritéria dle Királ'ové (2003) lze považovat následující:

- Demografická kritéria – segmentace je provedena na základě pohlaví, věku, etnika, náboženství, rodinného stavu, rasy apod. Demografická segmentace patří mezi hojně využívané, jelikož potřeby a přání zákazníků jsou provázané a snadno měřitelné.



- Geografická kritéria – zákazníci jsou rozděleni dle geografického hlediska, například podle státu, kontinentu, města, ale i kultury a národnosti.
- Socioekonomická kritéria – členění probíhá na základě socioekonomického statusu, vzdělání, povolání, průměrného příjmu či postavení.
- Psychologická kritéria – dělení zákazníků je vedeno dle psychologického profilu, což je dle jejich životních hodnot, zájmů, názorů nebo postojů.
- Nákupní chování – segmentace je provedena podle četnosti a rozsahu nákupů, ale také s ohledem na loajalitu k dodavatelům či postoj k riziku, který klienti zaujímají.

## **1.5 Trendy v cestovním ruchu**

Všechna odvětví, která jsou součástí světové ekonomiky, se postupem času rozvíjejí, a to samé platí i pro cestovní ruch. Mezi faktory, jež ovlivňují turismus, patří životní styl, zdraví, vzdělávání, volný čas, rozvoj technologií apod. Jak již bylo uvedeno v předchozích podkapitolách, tak důležitost cestovního ruchu je pro některé státy z ekonomického hlediska stěžejní. Turismus je vzhledem k vyššímu množství volného času lidí na vzestupu a na základě preferencí se vytvářejí nové trendy, se kterými jsou spojeny nové produkty v závislosti na motivaci účastníků cestovního ruchu.

Dle Kotíkové (2013) jsou nové trendy v nabídce cestovního ruchu z hlediska motivace účastníků nebo z hlediska potřeby cílových skupin. Na základě motivace existuje například cestovní ruch gastronomický, zdravotní, svatební apod. Z hlediska potřeby cílových skupin se jedná například o cestovní ruch sexuálních menšin – LGBT tourism, kdy jsou aktivity spojené s cestovním ruchem připraveny speciálně pro potřeby této komunity.

## 2 LGBT komunita

Před analýzou LGBT segmentu cestovního ruchu je nutné porozumět problematice neheterosexuální orientace ve své celkové podstatě. Je potřeba vysvětlit pojmy, které jsou používané v souvislosti s LGBT komunitou, osvětlit ve zkrácené podobě historii komunity a celkově posoudit její charakteristické prvky.

### 2.1 Definice LGBT

Zkratka LGBT je složena z písmen, kdy každé z nich je počátečním písmenem jedné skupiny, skupina není tvořena pouze homosexuály a nesoustředí se jen na otázku orientace, ale také na sexuální identitu. Dle Kotíkové (2013) je LGBT zkratka označující lesby, gaye, bisexuály a transgender osoby, případě osoby, které se vymykají genderovému řádu. Zahrnuje osoby s menšinovou, minoritní sexuální orientací vůči většinové, majoritní heterosexuální orientaci.

Definic homosexuality je možné nalézt mnoho, podstata je však vždy stejná. Lesby a gayové jsou homosexuálně označované osoby, které přitahuje emocionálně nebo sexuálně jedinec stejného pohlaví, jako jsou oni sami. Lesbičky přitahují ženy, naopak gaye přitahují muži. Do skupiny bisexuálů se řadí lidé, kteří jsou citově nebo sexuálně přitahováni oběma pohlavími, muži i ženami. V mnoha případech je toto období pouze přechodné a je potažmo milníkem, než jedinec rozezná svou převládající orientaci. Nicméně není to pravidlem, bisexuálem lze běžně zůstat celý život. Poslední skupinou v LGBT komunitě jsou transsexuálové, což jsou lidé, kteří se neztotožňují se svým biologickým pohlavím. Znamená to, že jedinec, který má primární pohlavní znaky ženské, se cítí být mužem, a naopak jedinec s primárními mužskými pohlavními znaky se cítí být ženou. Skupina transgender je považována za nejkomplicovanější a v minulosti byla transsexualita považována za sexuální deviaci. Nebylo pochopitelné a přirozené, že by někdo mohl mít problém se svým primárním pohlavím a pohlavím, kterým se ve skutečnosti cítí být. Pro nepochopení a osamělost jsou mnohdy transsexuálové rozhodnutí řešit situaci sebepoškozováním či dokonce svůj život dobrovolně ukončit. V dnešním světě je však k dispozici hormonální terapie, kterou předepisuje lékař a která pomáhá tělu konkrétního jedince se přizpůsobit jeho genderové identitě. Další možností je také podstoupení operace pohlaví prostřednictvím chirurgického zákroku. (Beňová a kol., 2007; Lesbian & Gay Community Services Center Inc., 2022; Kotíková, 2013)

Další skupinou, která se řadí mezi LGBT komunitu, jsou lidé s intersexuální poruchou – těch následně může být několik různých forem. Osoby patřící do této skupiny se mohou narodit s genitáliemi nebo vnitřními pohlavními orgány, které nespádají do mužské ani do ženské kategorie. Jiní jedinci mohou mít odlišnou kombinaci mužských a ženských chromozomů, místo standardní XY a XX mohou vlastnit například kombinaci XXY. Také je možné, že se někteří lidé narodí s ženskými genitáliemi, ale jejich vnitřní pohlavní orgány jsou mužské, případně jejich hormony mohou být mužské. Také je zde možná opačná verze, kdy se dotyčný narodí s mužskými genitáliemi, ale vnitřní pohlavní orgány či hormony jsou ženské. V případě narozených dětí je na lékařích, aby určili jejich pohlaví, které je následně uvedeno v dokumentech. Při potřebě jsou dětem předepisovány hormonální léčby nebo je možnost podstoupení chirurgických zákroků, aby se jejich tělo náležitě přizpůsobilo. Jelikož se tyto situace řeší ihned po narození nebo případně v dětském věku, je potřeba uvést, že ne vždy se jedinec s takto definovaným pohlavím ztotožní. (Planned Parenthood Federation of America Inc., 2022)

Do LGBT se také řadí lidé, kteří se klasifikují jako nebinární. Označení nebinární znamená, že tito jedinci nezapadají ani do jedné ze základních skupin pohlaví, mužského nebo ženského. Narozdíl od skupiny, která je zmíněna v předchozím odstavci, se však standardně rodí s charakteristickými prvky ženského nebo mužského těla, avšak jejich genderová identita je jiná a neodpovídá ženě ani muži. (National Center for Transgender Equality, 2018)

S LGBT komunitou je spojeno slovní označení queer, což je možné přeložit jako podivný, zvláštní, podezřelý, homosexuální. Kotíková (2013) uvádí, že toto slovo má hanlivý význam, nicméně komunita jej přijala za své a aktivně jej používá. Termín tak zahrnuje všechny základní oblasti jako je bisexualita, transsexualita, gaye, lesby a trans identity. Nicméně termín nemá jasně stanovené hranice a je tak možné jej využít pro jakoukoliv identitu, která se vymyká normálu. Pojem queer je tedy synonymem k LGBT, využívá se však většinou v neformálním kontextu. (Lesbian & Gay Community Services Center Inc., 2022)

## **2.2 Historie homosexuality**

Homosexualita je v lidském světě přítomna od jeho počátků, i když ne vždy na ni bylo nahlíženo stejně. Historii homosexuality je možné dobře dohledat, neboť je zachycena a popsána v historických knihách a spisech. V minulosti na toto téma existovalo mnoho

názorů a pohledů, podstata však vždy byla propojena s náboženstvím. Nahlížení na sexualitu celkově se měnilo dle aktuální doby. Bylo tak běžné, že sex byl absolutním tabu a jakákoliv zmínka či navíc projev homosexuality byl nepřipustný. Naopak však byly doby, kdy sex byl brán jako běžná součást života.

Zmínky o homosexualitě pocházejí již z Babylonské říše, kde byla dle Chamurapiho zákoníku trestána kastrací. Ve starověkém Egyptě panovala k homosexualitě spíše lhostejnost. Dle dostupných zdrojů, které se z té doby dochovaly, byly tyto styky povoleny, i když nebyly vnímány zcela pozitivně a s nadšením. Zcela opačný pohled panoval v antickém Řecku, kde byla homosexualita podporována a jednalo se také o trendovou záležitost. (Antický svět, 2016)

Podobný přístup následně převzal starověký Řím, sex byl brán jako běžná praktika a součást pozemské slasti. Zároveň také zůstal podobný pohled na sexualitu, která byla tolerována a považována za zvyk, který byl přebraný od antického Řecka. Jak čas postupoval kupředu, tak se názory na sexualitu začaly měnit. S nástupem středověku přicházela doba sexuální zdrženlivosti až téměř frigidity a společnost začala být ovládána křesťanskou církví. Homosexualita tak nepřipadala v úvahu a byla považována za něco proti přírodě. (Unique Soul, n.d.)

Změna nastala až v době osvícenství, kdy bylo uznáno, že sexualita je základní vlastností všech lidí. Počátkem 20. století se homosexualita začala více promítat do běžného života, zároveň ji lidé přestali tajit. Mnoho umělců se k homosexualitě veřejně přiznalo a také ji promítalo do svých vlastních děl. Přítrž kladnému vývoji učinily světové války, jelikož během té druhé byli homosexuálové posíláni do koncentračních táborů, nedobrovolně podstupovali kastraci či byli rovnou usmrceni. Po skončení války a uklidnění situace byly tresty za sexualitu zrušeny ve všech vyspělejších státech. Od té doby se postoj k homosexualitě zlepšil a stále zlepšuje, většina států se snaží o to, aby LGBT komunita nebyla znevýhodňována. Také téma sexu a sexuality již není tabu a je všudypřítomné – lze se s ním setkat v tisku, v televizi či v reklamě. (Unique Soul, n.d.)

### **2.3 LGBT komunita a společnost**

Jak je patrné z předchozí podkapitoly, tak názory a pohledy na homosexuální orientaci a s tím spojené odlišnosti od orientace heterosexuální, byly v historii a ostatně i v dnešní

době vnímány různě. Byly časy, kdy byla homosexualita vnímána pozitivně či neutrálně, avšak většinou se na ni pohlíželo jako na něco neobvyklého a zvláštního.

Aktuální svět je plný informací o LGBT komunitě a v rámci globalizace jsou většinou všichni obeznámeni s tím, co homosexualita je a jaká má tato komunita specifika. Téma LGBT přestalo být v moderní éře tabu, i když stále se nejedná o běžnou otázku, o které je každému příjemné hovořit. V návaznosti na zveřejňování nových informací a propagování LGBT komunity, se lidé rozdělili na dvě části. Ta první přijala homosexualitu jako možnou variantu sexuální orientace, naopak druhá skupina ji stále považuje za nemoc nebo vadu, kterou je potřeba léčit, jelikož se dle ní nejedná o normální orientaci (za tu je považována pouze orientace heterosexuální). Na základě výše uvedeného jsou členové LGBT komunity nuceni přizpůsobovat svůj výběr dovolené, neboť některé země jsou tolerantnější než jiné. Tolerance homosexuality častokrát vyplývá i z náboženství, které v daném státu převažuje. Obecně platí, že liberálnější postoj mají země, které jsou převážně ateistické. Naopak islám se řadí mezi náboženství, které homosexualitu nepodporuje.

Islám patří k náboženství, které má s homosexualitou takový problém, že je dokonce v některých státech trestána smrtí – například v Saudské Arábii, Spojených arabských emirátech, Iráku nebo Íránu. Je možné najít také státy, kde sice islám převládá, ale postoj je tolerantnější – jedná se například o Turecko či Albánii. Toleranci jednotlivých států lze také posoudit na základě přístupu k homosexuálním sňatkům, což ukazuje mapa na obrázku 3. (A.L., 2018)

Obr. 3: Mapa světa a homosexuální svazky

*Countries that allow gay marriage or where it is legal in some jurisdictions*



Zdroj: Masci & Desilver, 2019

Legalizaci sňatků u lidí stejného pohlaví povolilo v roce 2001 Nizozemsko jako první stát na světě. Jednalo se tak o velmi důležitý akt, který přispívá k tomu, že jsou členové LGBT komunity vnímáni jako stejně rovni a jejich menšina je přijata. Zároveň lze považovat registrovaná partnerství a místa, kde je možné je uzavřít, za velký přínos cestovnímu ruchu. Se sňatky jsou spojeny líbánky a novomanželské cesty, rozlučky se svobodou, předsvatební obřady, obnovení slibu, ale zároveň i samotné obřady. Země, která je v této oblasti k LGBT segmentu přívětivá, z toho může čerpat velké výhody v rámci cestovního ruchu. (Jordan, 2017)

### 3 LGBT turismus

Cestovní ruch je oblastí, která neklade žádné speciální požadavky na to, aby bylo možné jej využít. Je otevřený pro všechny bez rozdílu, nehledě na výšku příjmů, rasu, barvu pleti, vzdělání nebo také sexuální orientaci zúčastněných. Osoby, které patří do LGBT komunity, již cestovaly odedávna a příliš se nezabývaly tím, zda jsou aktivně oslovováni a případně zda pro ně existují konkrétní nabídky spojené s cestováním. Jak čas plynul, tak se postupně začaly vytvářet různé názory a postoje k homosexualitě se měnily.

Všechny aktivity, činnosti a produkty, které jsou spojené s cestováním a jsou speciálně navrženy pro LGBT komunitu, se nazývají LGBT turismus. Nezřídka je užíván pojem gay turismus, který však v českém jazyce znamená pouze cestování homosexuálních mužů. Naopak v anglické terminologii značí cestování gayů a leseb. (Zelenka & Pásková, 2002)

Milníkem pro LGBT turismus se stal rok 1983, kdy byla ve Spojených státech amerických založena Mezinárodní gay a lesbická cestovní asociace (IGLTA), která zaštiťuje gay hotely, gay friendly hotely, cestovní kanceláře a agentury, gay destinace, služby, události a pochody a také má za funkci zastupovat zájmy gay turistů. Cestovatelům z LGBT komunity poskytuje bezplatné informace a snaží se o rozšíření LGBT turismu a zobrazuje jeho dopady po celém světě. V současné chvíli oslovuje přes 44 tisíc LGBT cestovatelů, dává jim rady nejenom ohledně lokalit, ale zároveň je největším rozcestníkem v této oblasti. (IGLTA Inc., n.d.a)

V roce 1993 na LGBT turismus zacílila letecká společnost American Airlines, když vytvořila speciální věrnostní program určený pro gaye a lesby a zároveň do svých podnikových směrnic přidala pravidlo týkající se tolerance a náborem zaměstnanců z řad homosexuálů. Tento krok inspiroval další letecké společnosti, kterým se tento nápad zalíbil a začaly American Airlines následovat. V současnosti je na trhu mnoho aerolinek, které se propagují jako LGBT friendly, patří mezi ně například Delta Airlines, Scandinavian Airlines, Air New Zealand či Australian Airlines. (The Points Guy, 2015)

Důležitým aspektem bylo také vydání publikací a brožur, které se specializovaly na LGBT komunitu a cestování. Zástupci komunity v tom spatřovali jisté uznání jejich segmentu a potvrzení toho, že při cestování mohou mít zvláštní potřeby a zájmy. Světlo světa spatřila publikace tohoto rázu v roce 1964 v USA a nesla název The Damron

Address Book a jednalo se o průvodce gayů. Dnes díky internetu a ostatním prostředkům je možné si vyhledat veškeré publikace, průvodce a brožury online nebo přes cestovatelské blogy, zároveň lze také využít některých cestovních kanceláří a agentur a v neposlední řadě služeb již výše zmíněné organizace IGLTA. V minulých letech, kdy se názor na homosexuální turismus začal zlepšovat, přicházely společnosti se specializovanými zájezdy, které nabízely LGBT turistům bezproblémové a bezpečné cestování. Prvním takovým byl v roce 1973 výlet po řece Colorado v Grand Canyonu. Stejně jako tomu bylo u leteckých společností, tak i z tohoto výletu si cestovní kanceláře a agentury vzaly příklad a dnes je možné nalézt rozmanitou nabídku dovolených a výletů, které jsou specializovány pro LGBT segment. (Jordan, 2017)

### **3.1 Specifika LGBT segmentu**

V minulosti byl v souvislosti s LGBT komunitou a cestováním využíván pojem gay turismus. Jelikož se však ženy homosexuální orientace cítily diskriminované, tak se slovní spojení upravilo na gay and lesbian turismus. Bohužel i tento název nebyl v dnešní době dostačující, neboť existují i jiné sexuální menšiny, a proto se ujal spojení LGBT turismus. Definice LGBT turismu dle Kotíkové (2013) zní: „LGBT turismus obecně představuje aktivity v rámci cestovního ruchu, které jsou speciálně připraveny pro trh LGBT (lesby, gaye, bisexuály a transgender osoby), nebo takové aktivity, které LGBT trh oslovují.“

LGBT segment je možné specifikovat jako tržní segment, který je velmi křehký. Ať už z historického hlediska nebo také proto, že lidé patřící do této komunity jsou spojováni s předsudky a jistými stereotypy. Přijímání lidí, kteří nemají heterosexuální orientaci, stále ještě není v dnešním světě ideální a setkávají se se zvýšeným stresem v běžném životě. A proto je pro mnoho z nich cestovní ruch únikem z reality, prostředím, kde mohou vyjádřit svoji orientaci, a kde načerpají nové síly díky relaxaci. Právě tento fakt zaujal subjekty, které se rozhodly změnit svoje strategie a zacílit na turisty, kteří budou pocházet z LGBT komunity. Změna však není jednoduchá a je potřeba k ní přistupovat velmi zodpovědně, aby nedocházelo k nechtěným faux pas a podobným situacím. Zároveň je nutné si uvědomit, že ne všechny homosexuální osoby mají stejné preference a hodnoty. (Villagrana, 2015)

Členové LGBT komunity zastupují práva, za která bojují, a snaží se docílit naprosté nediskriminace, což platí i v případě výběru potenciální dovolené. I když všichni mají



stejný cíl, tak jde o skupinu lidí, jejíž členové a jejich motivace pro cestování může být a bude odlišná. Jak již bylo zmíněno výše, tak komunita LGBT čítá jak lesby, tak gaye, ale zároveň také bisexuály, transgender osoby a případně všechny ostatní sexuální menšiny. V cestovním ruchu je potřeba dbát na to, že lesby budou mít zřejmě jiné požadavky při výběru dovolené než například transgender osoby. Je potřeba přihlídnout k tomu, že lesbičky mohou být matkami a v rámci turismu brát své ratolesti s sebou. Naopak u gayů je všeobecně známo, že vyhledávají spíše destinace, kde je příslib různých akcí, večerní zábavy, barů a klubů. (Jordan, 2017)

Soustředění se na LGBT turismus bylo dáno tím, že na trhu nic obdobného neexistovalo, tudíž v tom subjekty viděly potenciál. Velkou roli v tom hraje bonita klientů, neboť hlavně gayové spadají do kategorie DINKs, což znamená double income, no kids, v češtině tedy dvojitý příjem, žádné děti. Obecně se ve společnosti udává, že muži mají lepší podmínky pro budování kariéry a zároveň průměrný vyšší příjem než ženy, kterým navíc rozpracovanou kariéru přeruší těhotenství a následné mateřství. V případě gay páru jsou v jedné domácnosti dva vyšší příjmy, přičemž nejsou přítomny výdaje potřebné k zajištění rodiny a případných dětí. Klienti z LGBT komunity tak mají více volných finančních prostředků, více volného času a zároveň rádi cestují, což z nich dělá velmi důležitý segment cestovního trhu z hlediska ekonomického. Peníze, které utratí LGBT komunita za účely cestování, se nazývá pojmem pink money. (Gay Market Guide, 2005, s. 23)

### **3.2 Spotřební chování v LGBT turismu**

Spotřební chování obsahuje důvody, které vedou člověka k tomu, aby produkt využíval, a zároveň způsoby, které tento proces provázejí. Obecně lze říci, že spotřební chování specifikuje, proč a jak lidé využívají produkty. Spotřební chování je dáno zčásti geneticky a zčásti je získáváno výchovou a ze společnosti, v jaké se jedinec nachází. Zároveň má také úzké vazby na ostatní aspekty lidského chování. (Koudelka, 2006)

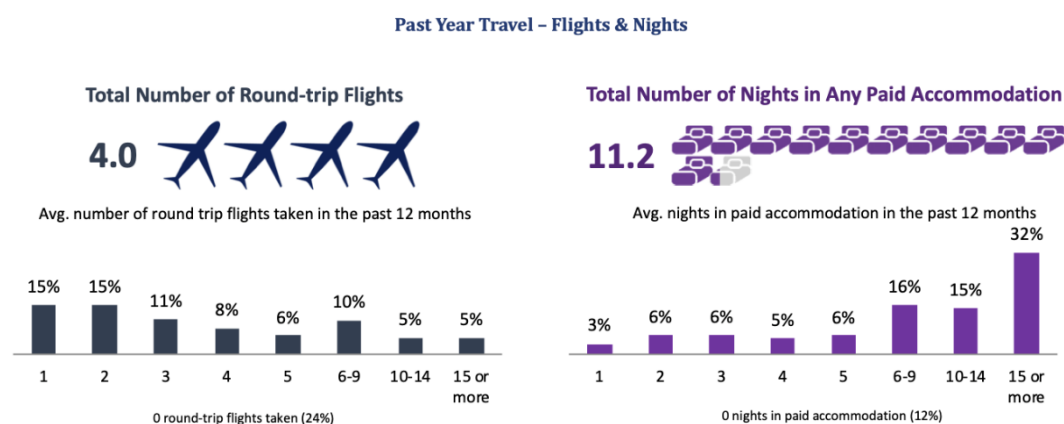
LGBT komunita má také svoje specifika vzhledem ke spotřebnímu chování. Ve společnosti bojují za rovnoprávnost a usilují o to, aby jako menšina nebyli diskriminováni. Díky svým postojům ohledně sexuality se snaží předejít předsudkům a bořit společenská tabu. Zároveň je k těmto faktorům přihlíženo i v oblasti cestovního ruchu, který se na LGBT komunitu specializuje.

Mnoho zemí či měst se snaží stát se oblíbenými LGBT friendly destinacemi, neboť členové komunity k tomuto aspektu přihlížejí při výběru své dovolené. Rádi se na svých cestách setkávají s ostatními lidmi, kteří nepatří mezi heterosexuální jedince, jelikož si mohou vyměnit zkušenosti a znalosti z cestování a inspirovat se jimi. Není vhodné a příjemné, pokud se homosexuálnímu turistovi stane, že se vyskytne v oblasti, kde hrozí kvůli jeho sexualitě potíže. Na světě existuje množství zemí, kde je homosexualita zakázána, hrozí za ni tresty a práva není možné se dovolat, jelikož nejen práva homosexuálů bývají v těchto zemích potlačována.

LGBT segment byl v předchozí podkapitole popsán jako ten, který má disponibilní prostředky, jež jsou často využívány právě k turismu. Tento předpoklad neplatí u všech jedinců, nicméně se uvádí, že homosexuální jedinci se snaží si života více užívat, a proto jsou jejich výlety a dovolené frekventovanější než u heterosexuálů. Zároveň jsou zvyklí na místě, kde probíhá rekreace, trávit více času a také si častěji brát dovolenou v zaměstnání. (Hughes, 2006)

Uvedená data korespondují s výsledky výzkumu, který prováděla společnost CMI za rok 2019. Dle informací uvedených na obrázku 4 je viditelné, že průměrný LGBT turista využil čtyři cesty letadlem a strávil v placeném ubytování jedenáct nocí. Výsledky byly podobné těm, které vyšly rok předtím, tudíž je zřejmé, že se jedná o standardní chování LGBT turisty. (CMI, 2019)

Obr. 4: Počet letů a nocí v placeném ubytování



Zdroj: CMI, 2019

Turisté, kteří patří do LGBT komunity, často vyhledávají cestování jako únik z reality, kde jejich sexualita představuje problémy. Rádi využijí jiného prostředí, kde se mohou chovat otevřeně a nemusejí se ostýchat a bát se, že někdo bude jejich orientaci řešit. Na

druhé straně jsou homosexuální turisté, kteří se v domácím prostředí cítí dobře, a proto očekávají stejný standard i ve své cílové destinaci. Chtějí, aby jejich sexualita byla přijata a tolerována. Na základě svých požadavků vybírají destinace, které jsou LGBT friendly. Zároveň si přejí, aby byla cílová destinace zajímavá z hlediska kulturních a historických památek, případně také disponovala přírodními atraktivitami. (Hughes, 2006)

Dle výzkumu společnosti CMI, je viditelné, že motivy pro cestování LGBT komunity jsou vesměs stejné jako u heterosexuálů – zajímá je příroda, historie, kultura, zábava, nízká míra kriminality a odpočinek spojený s relaxem. To, zda je země navštěvována LGBT turisty nebo zda je LGBT friendly, není u návštěvníků na prvním místě. Motivace, které vedou turisty k cestování, jsou uvedeny v tabulce 1. (CMI, 2019)

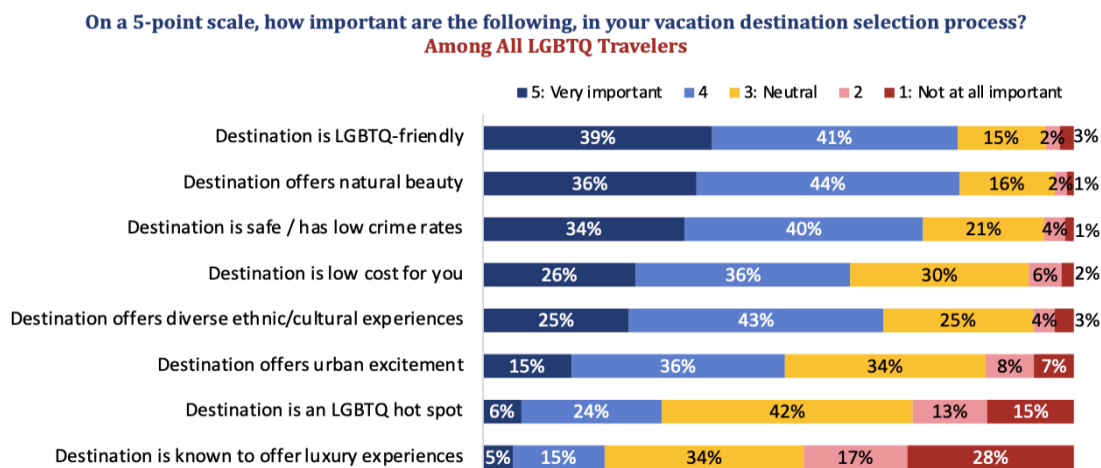
Tab. 1: Důvody motivace k podniknutí dovolené

	<b>Všichni LGBTQ cestovatelé</b>	<b>Mileniálové</b>	<b>Generace X</b>	<b>Baby Boomers</b>
<b>Odpočinek a relaxace</b>	73 %	72 %	78 %	67 %
<b>Únik z typického každodenního života</b>	69 %	75 %	73 %	59 %
<b>Poznávání nových míst</b>	69 %	72 %	67 %	66 %
<b>Návrat na oblíbená místa</b>	53 %	52 %	53 %	53 %
<b>Poznávání jiných kultur</b>	47 %	48 %	46 %	46 %
<b>Oslava nebo speciální příležitost</b>	44 %	51 %	46 %	37 %
<b>Obnovení rovnováhy mezi pracovním a soukromým životem</b>	44 %	51 %	49 %	30 %
<b>Vyhledávání dobrodružství</b>	42 %	49 %	42 %	34 %
<b>Cítit se živě a energicky</b>	37 %	43 %	37 %	30 %
<b>Rozmazlovat sebe, přátele, rodinu</b>	35 %	39 %	37 %	29 %
<b>Věnovat se osobní vášni, činnosti, koníčku</b>	33 %	37 %	32 %	30 %
<b>Přesvědčit se na vlastní oči o autentických věcech, o kterých jsem četl nebo slyšel</b>	30 %	31 %	28 %	31 %
<b>Oslava nebo zkoumání komunity LGBT a jejího života</b>	25 %	27 %	27 %	22 %
<b>Nic z výše uvedeného</b>	1 %	1 %	1 %	2 %

Zdroj: CMI (2019), zpracováno autorkou

Na obrázku 5 je viditelné, jaké aspekty jsou důležité pro výběr dovolené v případě LGBT turisty. Opět se ukazuje, že je pro respondenty důležité, aby byla vybraná destinace LGBT friendly, ale není to pro ně jediný stěžejní faktor, na který by brali ohled. (CMI, 2019)

Obr. 5: Důležitost jednotlivých faktorů při výběru dovolené



Zdroj: CMI, 2019

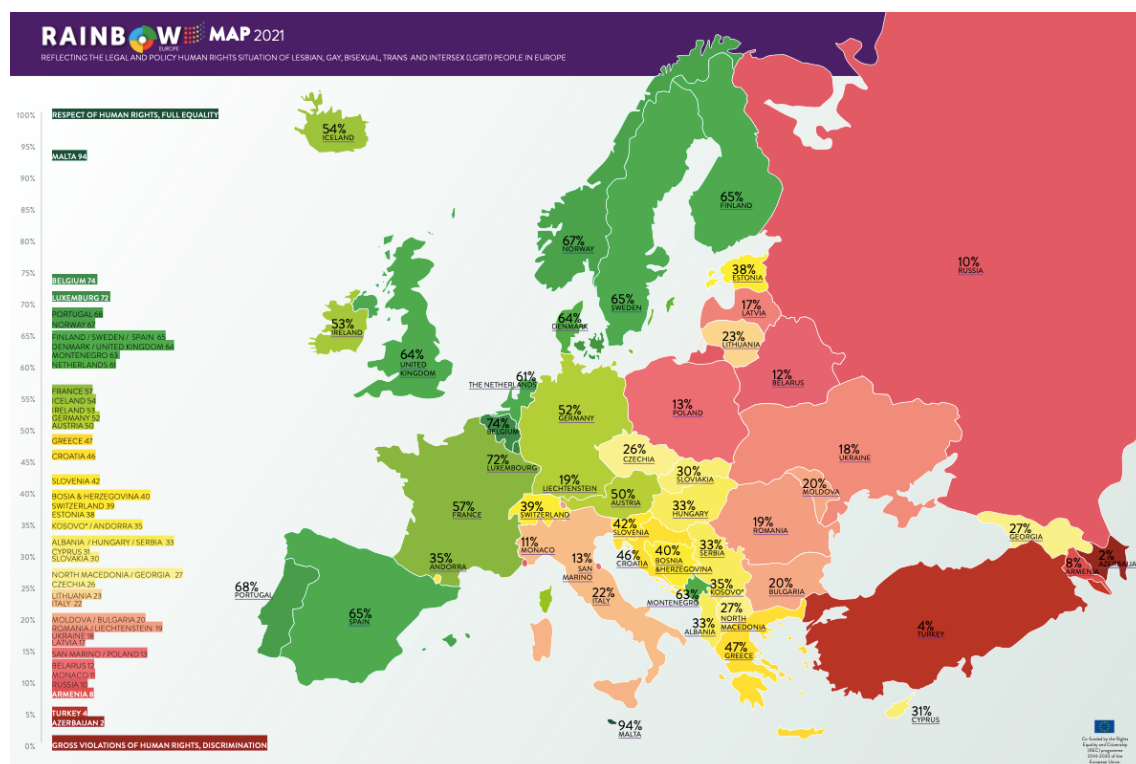
Z výše uvedeného výzkumu, který prováděla společnost CMI, tak je prokazatelné, že LGBT segment si dovolenou vybírá na základě podobných motivačních aspektů jako heterosexuálně orientovaní jedinci. Naopak mezi faktory, které zvažují při návštěvě cílové destinace, se objevilo i to, zda je země LGBT friendly. Mezi dalšími faktory převažovalo také to, zda vybraná destinace nabízí přírodní krásy a zda je považována za bezpečnou. (CMI, 2019)

### 3.3 Tolerantní a intolerantní destinace

V případě LGBT cestovního ruchu je důležité uvést, které destinace jsou k LGBT komunitě přívětivé, a naopak do kterých není radno cestovat. Aby bylo pro členy LGBT komunity jednodušší se v tolerantních destinacích orientovat, tak každý rok připravuje společnost IGLA-Europe srovnávací nástroj Rainbos Europe, kde jsou jednotlivé země a jejich hodnocení. Státy jsou v žebříčku uspořádány podle šesti kritérií, mezi která spadá rovnost a nediskriminace, kriminalita z nenávisti, projevy nenávisti, zákonné uznání pohlaví a tělesná integrita, rodina, prostor občanské společnosti a azyl. Státy jsou na škále seřazeny od 100 % do 0 %, přičemž 100 % znázorňuje naprostou rovnost a dodržování lidských práv, naopak 0 % poukazuje na hrubou diskriminaci a porušování lidských práv. Kromě procent u jednotlivých států je u každé země zvýrazněna barva – zelená značí

státy, kde jsou členové LGBT komunity respektováni a je zde dodržena rovnost a lidská práva homosexuálů, červená barva poukazuje na státy, ve kterých je LGBT komunita znevýhodněna. (ILGA-Europe, 2021)

Obr. 6: Mapa států Evropy dle tolerance k segmentu LGBT



Zdroj: ILGA-Europe, 2021

Na obrázku 6 je zobrazena mapa Evropy, na které jsou znázorněny barevně státy dle toho, jak jsou tolerantní k LGBT segmentu. Tmavě zelená barva značí ty, které v hodnocení dosáhly nejvíce procent, tmavě červená naopak zobrazuje ty nejhůře hodnocené. Mezi prvních pět států s nejlepším hodnocením patří Malta, Belgie, Lucembursko, Portugalsko a Norsko. Mezi pět nejhůře hodnocených se řadí Ázerbájdžán, Turecko, Arménie, Rusko a Monako.

Podobný přehled v USA vydává každoročně US LGBT + Travel Index 2022. Všech 50 států seřadí od nejlépe hodnoceného po nejhůře hodnocený, podmínky klasifikace jsou obdobné těm, podle kterých posuzuje státy IGLA-Europe, zde jsou navíc ještě vzaty v potaz turistické atraktivity. Na obrázku 7 je zobrazeno v pořadí od nejlepšího prvních 20 států, které jsou v USA nejvhodnější k navštívení LGBT turisty. (OutOfOffice.com, 2022)

Obr. 7: Nejprívětivější státy USA vzhledem k LGBT komunitě

	State	Safety	LGBTQ Population	Costs	Things to Do	Overall Happiness	Total
1	California	5	5	1	5	10	26
2	Washington	5	5	2	5	8	25
3	Minnesota	5	3	2	5	10	25
4	Colorado	5	4	2	5	8	24
5	New York	5	5	1	5	8	24
6	Nevada	5	5	2	5	6	23
7	Massachusetts	5	5	1	3	8	22
8	Maryland	5	3	1	3	10	22
9	Illinois	5	3	3	4	6	21
10	Texas	3	3	4	5	6	21
11	Florida	3	4	3	5	6	21
12	Georgia	1	4	5	3	8	21
13	Hawaii	5	2	1	3	10	21
14	Iowa	3	2	4	2	10	21
15	Nebraska	3	2	4	2	10	21
16	New Mexico	5	4	5	4	2	20
17	Oregon	5	5	1	5	4	20
18	Arizona	3	4	3	4	6	20
19	Wisconsin	3	2	3	4	8	20
20	New Jersey	5	3	1	2	8	19

Zdroj: OutOfOffice.com, 2022

V celosvětovém měřítku je vydáván seznam států, které jsou LGBT friendly. Seznam je každý rok aktualizován a státy jsou řazeny na základě Spartacus Gay Travel Indexu. Mezi ostatní faktory, které mohou konkrétní zemi posunout na lepší umístění v žebříčku, patří organizace LGBT eventů, zákony spojené s registrovaným partnerstvím a LGBT sňatky, atraktivita, za kterými budou cestovat homosexuální turisté, a zda stát disponuje oblastí, ve které by žila pouze LGBT komunita. (Arestis, 2021)

Seznam prvních deseti států, které splňují výše specifikovaná kritéria a jsou doporučena jako nejprívětivější k LGBT komunitě:

1. Kanada
2. Španělsko
3. Nizozemsko
4. Spojené Království
5. Švédsko
6. Německo
7. Austrálie

8. Taiwan
9. Kolumbie
10. Dánsko (Arestis, 2021)

Homosexualita je ve většině vyspělých států přijímána bez větších problémů, v některých je vítána, v jiných panuje neutrální pohled. Nicméně stále je na světě ještě množství zemí, které jsou vůči LGBT komunitě intolerantní. Je vymezeno osm faktorů, podle kterých se hodnotí nebezpečí daného státu pro LGBT cestovatele. Těmito faktory jsou dle Fergusson & Fergusson (2019):

- Legalizace manželství osob stejného pohlaví
- Ochrana LGBT pracovníků
- Ochrana proti diskriminaci
- Násilí z nenávisti vůči komunitě
- Uznání adopce
- Vhodnost konkrétní oblasti pro život LGBT příslušníků
- Považování homosexuality za trestný čin
- Zákony vystupující proto homosexualitě a s tím spojené sankce

Na základě výše uvedených faktorů je zde seznam deseti míst, která jsou nejvíce nebezpečná pro LGBT turisty, destinace jsou seřazeny od nejvíce nebezpečné:

1. Nigérie
2. Katar
3. Jemen
4. Saúdská Arábie
5. Tanzanie
6. Írán
7. Súdán
8. Barbados
9. Malajsie
10. Malawi (Bloom, 2019)

První místo v uvedeném seznamu netolerantních zemí k LGBT komunitě patří africké Nigérii, jelikož země homosexualitu trestá až 14 lety odnětí svobody nebo trestem smrti, což je odvozeno z práva šaría. V Nigérii jsou zakázány i jakékoliv zmínky či diskuze na téma LGBT komunity a jejich práv, při porušení tohoto zákazu taktéž hrozí a jsou

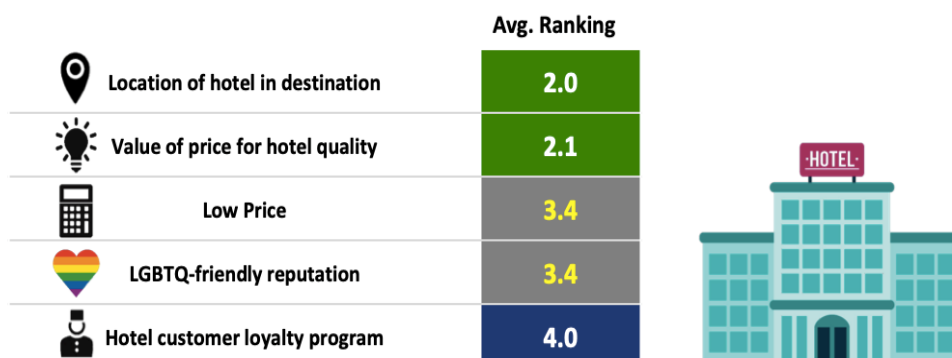
udělovány tresty. Na druhé příčce se umístil Katar, který je situován na Středním východu. Také v této zemi vládne právo šaría, od kterého se odvíjí tresty za homosexualitu. Sazba je zde mírnější než v Nigérii, a to odnětí svobody maximálně na tři roky, bičování či trest smrti. Jemen, který obsadil třetí místo, má za homosexualitu stanoven trest 100 ran bičem a v případě, že by byl daný muž ženatý, tak bude ukamenován. Všechny státy, které jsou v uvedeném seznamu, jsou pro LGBT turisty nepřijatelné a rozhodně se do nich nedoporučuje cestovat. Obecně platí, že homosexualita je v nich trestána, častokrát je to trestem smrti, odnětím svobody v řádu několika let nebo jinými fyzickými tresty jako například bičování. (Bloom, 2019)

Výše uvedené destinace, které jsou k LGBT komunitě přívětivé, se musejí naučit, jak s těmito turisty jednat. Je potřeba zajistit, aby se členové komunity necítili nekomfortně, například při komunikaci s personálem hotelu při výběru manželské postele v pokoji či při vyplňování vstupních formulářů, kde se musí uvádět národnosti.

Zároveň z výzkumu společnosti Community Marketing & Insights je patrné, že homosexuální lidé se rozhodují při výběru dovolené primárně na základě finální destinace. Neberou v potaz na prvním místě, zda je vybraný hotel LGBT friendly nebo má speciální LGBT program. Turisté z této komunity se zaměřují především na vybranou lokaci a zohledňují, aby vybrané ubytování bylo co nejlepší v poměru cena a výkon. Což jsou stejné aspekty, jaké hodnotí a na jakých si zakládají i heterosexuální návštěvníci. Prvky, které rozhodují při výběru ubytování na dovolené, jsou zobrazeny na obrázku 9. (CMI, 2018)

Obr. 8: Atributy motivace při výběru ubytování

When you shop for hotels, how would you rank the following motivators in your selection process? (Please drag and rank.)

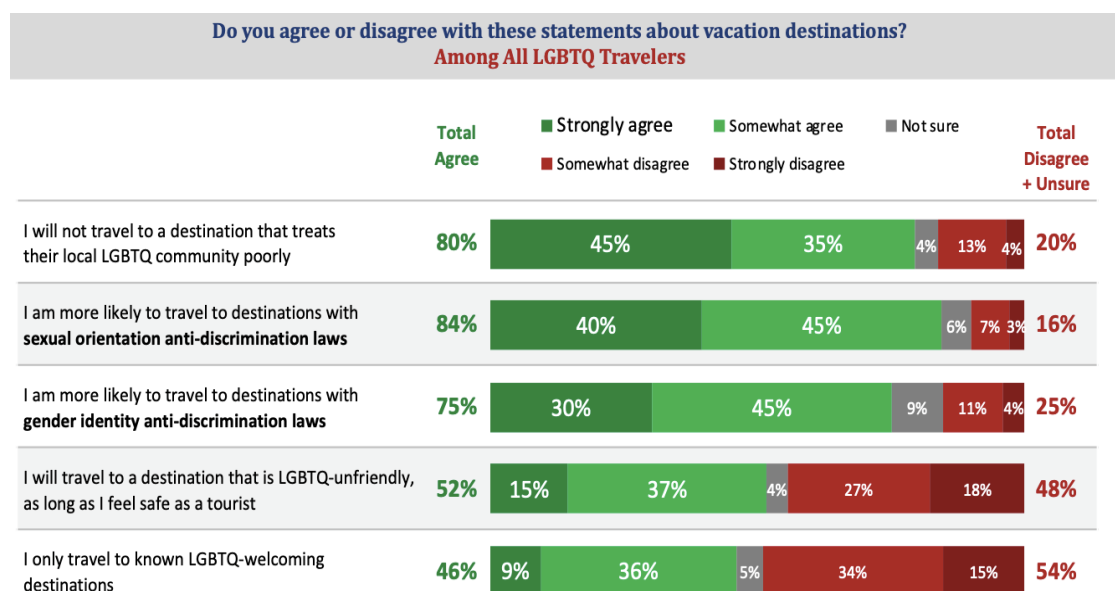


Zdroj: CMI, 2018



Jak vyplývá z obrázku 8, tak členové LGBT komunity nekladou na první místo při výběru to, zda je vybrané ubytování přívětivé k této komunitě. Ze stejného výzkumu je však patrné, že pokud je vybraná destinace k LGBT komunitě otevřená a místní právo tuto skupinu nediskriminuje, tak si ji homosexuální lidé vyberou častěji. Naopak země, kde je homosexualita trestná, si většina návštěvníků jako svoji cílovou destinaci nevybere. Státy, ve kterých nejsou členové komunity vítáni, si vybere polovina dotázaných pouze pod podmínkou, pokud se tam budou cítit bezpečně jako turisté. Výše uvedenou informaci, že cestující si nevybírají pouze LGBT friendly místa dokládá poslední tvrzení na obrázku 9. (CMI, 2019)

Obr. 9: Vyjádření souhlasu či nesouhlasu s výroky vztahující se k dovolené



Zdroj: CMI, 2019

### 3.4 Eventy LGBT turismu

Cestování za společenskými akcemi a událostmi je v dnešní době velmi populární, a proto je to významnou součástí cestovního ruchu. Každý event by měl být originální, jedinečný, v určitém časovém úseku, spojený s daným místem a v souladu s cestovním ruchem. V minulosti bývaly eventy považovány za jakési oživení či zpestření dovolené, v dnešní době jsou však často hlavním důvodem, proč turisté vybranou destinaci navštíví. Eventy jsou ideální příležitostí k seznámení se, získání nových kontaktů a zážitků, a právě tento motiv je velmi důležitý pro LGBT komunitu, kde se eventů koná mnoho. (Kotíková & Schwartzhoffová, 2008)

Definici event turismu uvádí ve své publikaci Kotíková & Schwartzhoffová (2008) dle Getze (1997): „Event turismus můžeme definovat jako systematické plánování a rozvoj faktorů budujících image a atraktivitu destinací. Tržní segment zahrnuje účastníky cestovního ruchu, kteří cestují, aby navštívili určitou událost, nebo kteří mohou být motivováni k návštěvě určité události mimo domov.“

Destinace, které organizují gay eventy, jasně dávají světu najevo, že jim problematika homosexuality a jiných identit, není lhostejná a současně se prezentují jako gay friendly. Zároveň mají pro daný stát ekonomické, marketingové, politické, sociální a environmentální dopady. V rámci LGBT turismu existuje několik typů eventů:

- Gay prides
- Gay cruises
- Gay film festivals
- Gay ski week
- Bear events
- Fetish events (IGLTA Inc, n.d.b)

### **3.4.1 Prides**

Pride pochody jsou nejznámějším a největším příkladem eventu v rámci komunity LGBT. Jsou to tzv. pochody hrdosti spojené se zábavní složkou, ale i s politickým podtextem. Průvod má za úkol zobrazit lidská práva spojená právě s touto komunitou a bojovat proti homofobním postojům, které společnost vykazuje. Program prídů bývá bohatý, a proto upoutává pozornost nejenom LGBT komunity. Na průvody se sjíždí velké množství osob, ať už místních nebo zahraničních. Pochody tak zároveň podporují turismus v lokaci, kde se odehrává. Pride pochody jsou organizovány ve velkých metropolích, neboť názor na homosexualitu zde bývá benevolentnější. Není však výjimkou, že se konají v menších městech, pokud jsou k tomu příhodné podmínky.

Každý rok je realizováno nespočet pochodů, jejichž termíny uskutečnění jsou soustředovány do letních měsíců. Historicky první gay pride proběhl v roce 1970 v New Yorku a původně odkazoval na násilné demonstrace LGBT komunity proti policejní razii v baru Stonewall v červnu 1969. NYC Pride March je díky své historii jedním z nejslavnějších a největších pochodů na celém světě. Za cíle si klade bojovat za práva LGBT komunity, konkrétně ukazuje na nesrovnalosti ve sňatkových právech, poukazuje

na problémy s adopcí, utlačování homosexuálních menšin nebo také šířit osvětu v oblasti HIV/AIDS. (Desta, 2014)

Součástí pochodů bývá také bohatý kulturní program, jehož součástí jsou mnohá umělecká vystoupení. Častokrát se stává, že pochody navštěvují právě z těchto důvodů i heterosexuálové. Účastníci se snaží zacílit na mladé lidi, kteří stále váhají s tzv. coming outem neboli s vystoupením své sexuality na povrch. Díky pridům mohou v sobě najít odvahu a přestat skrývat svoji pravou orientaci.

Země, ve kterých jsou pochody organizovány, dávají veřejně najevo, že jsou LGBT friendly a nemají s homosexualitou problémy. Pro cestující z LGBT komunity je to jasným impulzem, že se nemusí obávat přijet do dané země a strávit zde svoji dovolenou, aniž by museli řešit, co je přípustné a co nikoliv. S odstraňováním tabuizovaného tématu však přibývají další státy, ve kterých se pochody konají. Mezi takové příklady patří Ukrajina, která od roku 2003 pořádá pochod Kyjevem. Účastníci musí být chráněni policií a není tam tak uvolněná atmosféra jako v jiných městech, jelikož homosexuálové jsou stále nenáviděnou menšinou. Naopak v Rusku jsou veškeré aktivity tohoto rázu zakázány pod pokutou, případně vězením a vyhoštěním jedná-li se o cizince. LGBT komunita v Rusku nemá své místo a jsou proti ní i vydávány proti-homosexuální zákony. (Kitlinski, 2005)

Pride pochody mají pro hostitelské země i ekonomické výhody, neboť přinášejí tzv. pink money, což jsou peníze, které vydělávají a utrácejí homosexuálové. Kromě přidané ekonomické hodnoty se také prohlubuje cestovní ruch a naskytují se nové příležitosti v oblasti dalšího rozvoje. Mezi světově nejznámější pochody patří již zmíněný NYC Pride March, dále také Madrid Pride, São Paulo Gay Pride Parade, Gay Pride Taipei, Amsterdam gay Pride nebo Prague Pride. (Packham & McGhee, n.d.; Arestis, 2020)

### **3.4.2 Gay cruises**

Gay cruises jsou homosexuální plavby, kterých se účastní především muži. Ženy jsou na palubách taktéž vítané, ale z hlediska návštěvnosti není jejich přítomnost tak hojná. Plavby bývají zprostředkovány přes cestovní kanceláře nebo agentury, které se na tento typ eventů zaměřují. Motivem k návštěvě je většinou seznámení a sexuální zážitek, jelikož na lodích se pořádají představení a večírky s bohatou zábavou. Lodě taktéž většinou disponují fitness centrem, bazénem a jinými doprovodnými aktivitami. Přes den

je čas věnován i kultuře a jsou navštěvována muzea, centra historických měst či vinice. (Atlantis Events Inc., n.d.)

### **3.4.3 Filmové festivaly**

Svoje místo mají v event turismu i filmové festivaly, které jsou zaměřené na LGBT komunitu – prezentované filmy mají homosexuální podtext nebo mají neheterosexuální autory a tvůrce. Počet filmových festivalů každým rokem přibývá a v současnosti je jich po celém světě okolo 400, přičemž první se organizovaly v roce 1977 hlavně v Severní Americe a také v západní Evropě. Mezi nejznámější filmové festivaly, které se zaměřují na LGBT komunitu, jsou Inside Out, což je největší event tohoto typu v Kanadě, Frameline a San Francisco Transgender Film Festival, přičemž oba jsou organizovány v San Francisku. V Evropě dominuje MIX Copenhagen, který má své místo v Kodani, a také filmový festival Mezipatra, jež se koná v Praze a v Brně. (Mezipatra, n.d.; Queer Film Festivals, n.d.)

### **3.4.4 Gay ski week**

Gay ski week je specifický event, který je pořádán v zimě a v rámci kterého jsou součástí zimní radovánky. Mezi největší organizátory těchto akcí jsou European Ski Week a European Snow Pride. V Evropě event probíhá ve francouzských Alpách, v Americe jej hostí luxusní Aspen, který se nachází v Coloradu. Samozřejmostí jsou zimní sporty, kdy jsou k dispozici lektoři, kteří naučí lyžovat nebo jezdit na snowboardu i začátečníky. V rámci programu jsou pořádány i jiné volnočasové aktivity nebo zábavný program spojený se seznámením. (European Gay Ski Week, n.d.; European Snow Pride, n.d.)

### **3.4.5 Bear events**

Bear eventy jsou události, které nejsou veřejně tak propírané jako již zmíněné pochody. Jedná se spíše o vybrané akce, kterých se neúčastní tak velké množství lidí – atmosféra je o to komornější. Hlavními aktéry jsou tzv. medvědi, což jsou gayové zarostlého a mužného vzhledu, kteří mají vyšší věk. Jsou tak protipólem k idealizovanému novodobému gayovi, který by podle všeobecného úsudku měl být mladý, svalnatý, nageťovaný, oholený a zženštilý. Ze světových výzkumů vyplývá, že události tohoto typu jsou mezi homosexuály oblíbené a hojně navštěvované. (CMI, 2016)

### **3.4.6 Fetish events**

Posledním uvedeným typem LGBT eventů jsou fetish events. Účastníci mířící na tyto festivaly jsou příznivci kožených oblečků, uniforem, sportovního oblečení a fetiše celkově. Jako největší a nejvýznamnější event této kategorie je považován Berlin Leather and Fetish Week, který je organizován v Berlíně v období Velikonoc. Součástí události jsou jednotlivé akce, které jsou rozdělené podle druhu, jenž každý účastník preferuje. Zároveň je zde velké množství LGBT friendly hotelů a barů, které je možné při návštěvě eventu využít. (Gay Travel 4 U, n.d.)

## **3.5 Mezinárodní LGBT organizace**

Tato podkapitola znázorňuje organizace, které působí na trhu LGBT turismu a specializují se na danou problematiku. Jejich úkolem je rozšiřovat povědomí o LGBT komunitě, sbírat všechna dostupná data související s cestováním LGBT turistů a také pomáhat ostatním společnostem, které hledají vhodné prostředky, jak se obrátit na LGBT klienty a jak jim vhodně přizpůsobit a nabídnout svoje produkty.

### **International Gay & Lesbian Travel Association (IGLTA)**

IGLTA je největší a také nejvýznamnější organizací, která zastřešuje LGBT komunitu a vše s ní spojené ohledně cestovního ruchu. Byla založena v roce 1983 a na jejím vzniku se podílelo 25 cestovních kanceláří a majitelů hotelů. Od jejího zrodu nastal v LGBT turismu velký zlom, jelikož dostupné produkty a služby začaly být cíleny na LGBT segment trhu. Hlavní cíl, který dnes převažuje, je vytváření zázemí a poskytování informací LGBT cestovatelům, podpora LGBT komunity a rozšiřování povědomí z hlediska cestovního ruchu po celém světě. Jak již bylo zmíněno výše, tak organizace zaštiťuje společnosti, které se vztahují k cestovnímu ruchu. Sdružuje podniky z více než 80 států po celém světě a v současné chvíli má na svém kontě více než 2 400 členů, mezi které spadají gay a gay friendly ubytovací zařízení, stravovací zařízení, destinace, letecké společnosti, cestovní agentury a kanceláře, poskytovatelé gay eventů a služeb, svatební koordinátory a mnoho dalšího. Členem organizace se může stát jakýkoliv podnik či subjekt, který souvisí s LGBT turismem. Výhody členství spočívají v edukativních workshopech, účasti na mezinárodních konferencích, jež se věnují aktuálním a potřebným tématům, ale také ve využívání loga organizace, speciálních nabídek a slev pro LGBT turisty nebo možnosti využití marketingových nástrojů IGLTA. (IGLTA Inc., n.d.a)

### **International Lesbian, Gay, Bisexual, Trans and Intersex Association (ILGA)**

ILGA je asociace, která se bojuje za práva LGBT komunity, a to na pozadí politickém, ekonomickém i sociálním. Snaží se docílit toho, že všichni lidé jsou naprosto svobodní, přičemž se nehledí na jejich orientaci nebo pohlaví. Organizace má dva hlavní pilíře, první se stará o obhajobu ve sporech, které se týkají lidských práv, a druhý je podpora a posilování LGBT komunity. Tato organizace spojuje pod svojí hlavičkou přes 490 společností, a to ze 45 zemí světa. (ILGA-Europe, n.d.)

### **Gay European Tourism Association (GETA)**

GETA je organizace, která se snaží propagovat homosexuální turismus v Evropě a bojuje za práva gayů. Stará se o podniky a organizace zabývající se LGBT turismem a pomáhá jim prosperovat a růst. Podnikům dodává informace z výzkumů, předkládá jim důležité údaje nebo zpřístupňuje adresáře. Všechny tyto zmíněné a další aktivity tak společností pomáhají při rozšíření svých produktů a služeb v rámci gay cestovního ruchu. Dále organizace založila svoji webovou stránku s názvem Gay Welcome, kterou nyní spravuje. Webový portál je zaměřen opět na LGBT turisty a pomáhá jim vybrat LGBT friendly ubytování nebo stravovací podniky. K dohledání jsou i oblíbená místa, plánované eventy či jiné zajímavosti, které se mohou LGBT turistům při cestování hodit. (GETA Europe, n.d.)

### **Community Marketing & Insights (CMI)**

CMI je společnost, která se od roku 1992 věnuje marketingovým průzkumům LGBT segmentu trhu. Na společnost se obracují podnikatelské subjekty, které si přejí vstoupit na trh a zaměřit se na LGBT komunitu. CMI jim pomůže v jejich začátcích se vstupem na daný trh a poskytne jim informace, jak správně zacílit na vybraný segment a jaké jsou jeho potřeby. Služeb společnosti využívají i již stávající firmy, které naopak potřebují pomoci s marketingovou strategií nebo eliminací rizik. CMI svým členům dává k dispozici informace o preferencích, motivaci a celkovém spotřebním chování členů LGBT komunity. Zároveň také nastiňuje, jak na zákazníky cílit a jak je oslovovat. (CMI, n.d.)

Společnost CMI eviduje ve své databázi v současné chvíli přes 50 tisíc amerických spotřebitelů LGBT komunity. Svoje aktivity soustředí nejvíce na území Severní Ameriky, svoji spolupráci má také napříč Evropou, Asií a Austrálií. Kromě kvalitativního a kvantitativního výzkumu, jak již bylo zmíněno v předchozím odstavci, nabízí svým

zákazníkům možnost školení v oblasti prodeje a marketingu. Pro školení si připravuje vlastní vzdělávací programy a snaží se o zlepšení komunikace s LGBT komunitou. CMI spolupracuje také s univerzitami a vládními institucemi, jimž pomáhá při navazování kontaktů s osobami, které se řadí do LGBT. Mezi další zajímavou činností organizace patří kooperace s médii, například The New York Times, Forbes apod., kde publikuje svoje výzkumy a články související s tématem LGBT. (CMI, n.d.)

### **InterPride**

Organizace InterPride je důležitá pro propagaci LGBT akcí, které se realizují na mezinárodní úrovni. Sdružuje jednotlivé organizace, které se tomuto poslání věnují, a pomáhá jim s pořádáním festivalů, pochodů a jiných kulturních a uměleckých akcí cílících na LGBT komunitu. Zároveň podporuje podniky, které se snaží ve své vlastní zemi, kde převládá negativní názor na LGBT problematiku, zorganizovat eventy nebo jiné aktivity. Pro členy připravuje mimo jiné i konference, na kterých probíhá vzájemná výměna získaných znalostí a zkušeností. (InterPride, n.d.)

Výše v kapitole jsou zobrazené nejdůležitější a nejznámější organizace, které jsou spojené s cestovním ruchem LGBT komunity. Existují i mnohé další, které se snaží sjednocovat potřebné informace a pomáhat jak turistům z této komunity, tak podnikům, které se na zmíněnou klientelu chtějí zaměřit. V odvětví hotelů a jiných forem ubytování má svoje místo portál World Rainbow Hotels, kde je možné dohledat informace o ubytovacích kapacitách, novinky ohledně cestování či chystané LGBT eventy, nebo Tag Approved. Označení Tag Approved získají hotely, které mají registraci na uvedeném portálu a nabízejí gay friendly ubytování, přičemž splňují určený standard. Ubytovací zařízení, které chce využívat služby Tag Approved, musí uhradit roční registrační poplatek a splňovat následující podmínky:

- Zavést nediskriminační politiku z hlediska sexuality do podnikových směrnic
- Jednat stejně s heterosexuály i homosexuály
- Poučit zaměstnance o odlišnosti LGBT osob
- Upozorňovat na soužití s LGBT osobami v rámci hotelu

Pokud jsou všechny podmínky splněny, tak může hotel využívat loga Tag Approved a zároveň je zařazen do databáze, má tam svůj popis s fotografií a díky tomu je snadnější jej dohledat v internetovém prostředí. (IGLTA Inc., n.d.c)

Informačním centrem na webu, které se zaměřuje na LGBT cestovní ruch je **Gaycities.com**, což je místo, kam turisté sami vlákají svoje příspěvky, doporučení a zkušenosti s místy, která navštívili. Druhým podobným portálem je GayTravel.com, jež poskytuje informace o jednotlivých destinacích a konkrétních možnostech. Na těchto portálech je možné dohledat i Českou republiku, kde konkrétně Praha je prezentována jako gay friendly destinace a pro LGBT komunitu je doporučena k navštívení. Nechybí ani výčet jednotlivých klubů a barů, kde jsou homosexuální turisté vítáni. (Gay Cities, n.d.)

### **3.6 Organizace LGBT v České republice**

V České republice existuje velké množství organizací, které se zaměřují na LGBT problematiku, což ukazuje hojnou podporu a sílu LGBT komunity. Organizace se snaží neustále zlepšovat postavení homosexuálních lidí a zároveň dbají na to, aby měli dostupné relevantní informace ohledně cestovního ruchu.

**Sdružení organizací homosexuálních občanů (SOHO)** bylo založeno v roce 1990 a snažilo se radit lidem v oblasti přijetí jiné sexuální orientace, coming outu a problematikou HIV/AIDS. Tento spolek přestal fungovat v roce 2001 a jeho činnost převzal portál S barvou ven, který vznikl na základě Prague Pride 2014. S barvou ven nadále pomáhá lidem, kteří potřebují pomoci ohledně sexuální orientace, sebepřijetí nebo poskytuje rady rodičům, jejichž dcera či syn přijde s coming outem. (Císař & Vráblíková, 2012)

**Stud Brno** představuje v dnešní době nejpodstatnější organizaci, která organizuje pro gaye, lesbičky, bisexuály, transsexuály a další stoupence LGBT komunity společenské akce. Mezi nejznámější patří filmový festival Mezipatra, který se koná v Praze a v Brně. Mezi další projekty organizace patří Queer Ball, což je ples pro všechny gaye a queer osoby, dále Studividlo, které představuje amatéry divadelníky, dále také Queer Lab, který zaštiťuje ostatní kulturní aktivity pro LGBT komunitu. V neposlední řadě je k dispozici projekt Queer knihovna, kde jsou uloženy publikace týkající se LGBT problematiky, a projekt GaTe, který podporuje mladé gaye s coming outem. (STUD, z.s., n.d.)

**Platforma pro rovnoprávnost, uznání a diverzitu (PROUD)** je sdružení, které funguje od roku 2011 a nedělá rozdíly mezi heterosexuály a homosexuály. Sdružení chce dosáhnout toho, aby na všechny bylo pohlíženo stejně, všichni byli vnímáni jako normální



a aby neheterosexuální jedinci nebyli považováni za něco podivného a nenormálního. PROUD má určeno několik bodů, kterým se věnuje. Těmito body jsou rodičovství a adopce, lepší vzdělání, šťastné dětství a dospívání, boj proti násilí, vyvážený a rozmanitý mediální obraz, kvalitní stáří a přátelské pracovní prostředí. Na všechny uvedené body se sdružení zaměřuje. U rodičovství se snaží o podporu adopce u páru stejného pohlaví, v oblasti vzdělání se snaží šířit osvětu o LGBT komunitě a předcházet tak šikaně a diskriminaci, podporuje coming out v rodině a blízkém okolí. V médiích vydává informace a snaží se dohlížet na to, aby v pracovním prostředí nedocházelo k znevýhodňování členů komunity. Také myslí na seniory, kteří zatím nesebrali odvahu okolí přiznat jinou sexuální orientaci. (PROUD, n.d.)

K prosazování práv gayů a lesbiček se hlásí **Gay a lesbická liga (GLL)**, která se v roce 2006 angažovala za uzákonění registrovaného partnerství. Sdružení je přesvědčeno, že všichni lidé jsou si rovni a podle toho by měly mít osoby shodného pohlaví stejný nárok na partnerské soužití jako heterosexuálové. (Gay Iniciativa, n.d.)

Mezi menší spolky, které mají i specifitější cíle než pouze obhajovat lidská práva, patří **M-Klub Lambda Praha**, který sjednocuje seniory, **Logos Praha**, jež pomáhá homosexuálům začlenit se do církve, **GALES**, což je vysokoškolský spolek organizující regionální výlety. Dále je možné uvést organizace, které působí pouze oblastně – Jihočeská **Lambda**, **Gay Klub Sokolov**, **Kluci z Vysočiny** nebo **Gay ČB**. (Gay Iniciativa, n.d.)

**GayPride.cz** je portál, na kterém se shlukují informace ohledně Prahy, jež je prezentována jako gay destinace. Na tomto webu lze najít veškeré podniky, které jsou only gay nebo gay friendly, ať už jde o restaurace, bary, sauny, kluby nebo kavárny. Každý rok je nahrána aktuální mapa Prahy, kde jsou všechny podniky s homosexuální tematikou zakresleny. Webovou stránku je možné si stáhnout také do mobilního telefonu a mít ji tam jako aplikaci, což je uživatelsky přívětivější. (Gay Pride, n.d.)

### **3.7 Česká republika jako cílová destinace LGBT turismu**

Česká republika je v rámci evropských zemí vnímána jako LGBT friendly. Konkrétně hlavní město Praha je mezi turisty s neheterosexuální orientací velmi oblíbené, jelikož nabízí nespočet podniků či akcí zaměřujících se na LGBT komunitu. Homosexuální návštěvníci se v Praze cítí pohodlně, bezpečně a hlavně vítáni, nebylo tomu však od

nepaměti. Historie nesahá daleko do minulosti, neboť první pochod s LGBT tematikou, se pořádal v roce 2008 v Brně a nesl název Duhová vlna. Bohužel byl spojen s násilnostmi neonacistů a byl ukončen dříve, než bylo původně plánováno. Ve společnosti to rozvířilo vlnu kontroverznosti, přičemž na jedné straně pomyslné barikády stáli homosexuálové a na straně druhé náboženské organizace s politickou Konzervativní stranou. (Strnadová & Vacátko, 2008)

Pár let ještě trvalo, než se uskutečnil pochod Prahou, který se podobal formátu celosvětových měřítek. V roce 2011 byl zorganizován Prague Pride, kde nebyla nouze o obsáhlý doprovodný program a zahraniční turisty. Pochod navštívilo přibližně 8 tisíc účastníků, přičemž festival celkově se setkal s 25 tisíci návštěvníky. Účast a zájem byl významný i proto, že akce byla mediálně propagována a LGBT komunita v Praze je nejsilnější ze všech ostatních měst v České republice. (Prague Pride, 2011)

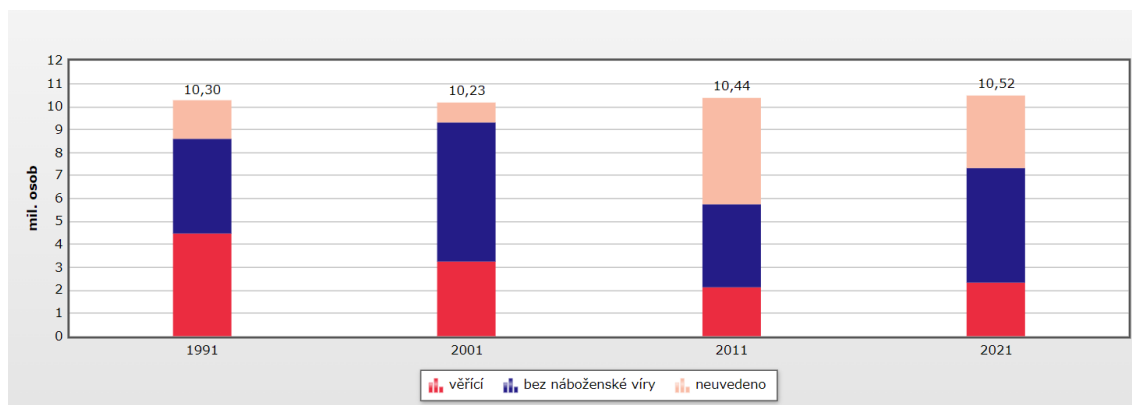
V roce 2014 začal být Prague Pride vyhledávaným festivalem napříč Evropou. Zúčastnilo se jej okolo 62 tisíc návštěvníků, přičemž jedna čtvrtina z nich pocházela ze zahraničí. Ve vztahu k sexuální orientaci tak polovina participantů byli gayové, čtvrtina zúčastněných byli ženy a muži heterosexuální orientace. Vzhledem k velikosti festivalu bylo možné jej zařadit do mezinárodní sítě EPOA, což je European Pride Organismus Association, a InterPride. Členství ve zmíněných organizacích dovoluje Prague Pride se zařazovat mezi nejvýznamnější a nejprestižnější gay eventy na celém světě. (Prague Pride, 2014)

K tomu, aby byla Česká republika v čele s Prahou vnímána jako LGBT friendly destinace, napomohlo nejen historické pozadí. Po skončení druhé světové války byla Česká republika součástí východního bloku, kde vládla komunistická strana. V té době byla zavedena tvrdá cenzura a mnohdy docházelo k porušování lidských práv. Tento režim byl ukončen sametovou revolucí, po které se otevřela dveře do západního světa. Do tehdejšího Československa začaly pronikat informace a novinky ze západu, mezi nimiž bylo i pozitivní vnímání LGBT komunity. K tomu však, aby se Česká republika stala LGBT friendly destinací, vedla ještě spletitá cesta.

Faktorem, jenž přispěl k oblíbenosti mezi LGBT komunitou, je také to, že Česká republika je jednou z nejvíce ateistických zemí v Evropě. Podle Českého statistického úřadu je na základě sčítání obyvatel v roce 2021 2,33 mil. osob, které jsou věřící. 5,03 mil. osob se řadí mezi obyvatele bez náboženské víry a 3,16 mil. osob tento údaj odmítlo uvést. Z výsledků, které jsou zobrazené na obrázku 10, je však patrné, že Česká republika

nepatří mezi státy, kde by víra a náboženství převažovalo. I z tohoto důvodu zde nevládnou náboženské předsudky a existují přívětivé podmínky pro pozitivní přijetí LGBT komunity. (Sčítání 2021, 2021)

Obr. 10: Víra obyvatel ČR v průběhu let při sčítání obyvatel



Zdroj: Sčítání 2021, 2021

Dalším faktorem, který napomohl k pozitivnímu přístupu k LGBT komunitě, a Česká republika se tak stala oblíbenou destinací, bylo přijetí Zákona o registrovaném partnerství v roce 2006 (Zákon č. 115/2006). Zákon byl navržen již v 90. letech minulého století, nebyl však dostatečně podpořen a na svoje vzetí v platnost musel počkat. Schválení zákona předcházely dlouhé politické debaty, přičemž byl několikrát odmítnut, hlasování probíhala několikrát, a když už vše vypadalo nadějně, tak jej vetoval prezident Václav Klaus. Prezident byl nakonec přehlasován a zákon vešel v platnost 15.3.2006. (Hromada & Šlehofer, n.d.)

Na základě všech výše uvedených faktorů je Česká republika v čele s hlavním městem oblíbeným místem homosexuálních jedinců a dalších osob s minoritní sexuální orientací. Praha si je svého postavení velmi dobře vědoma a snaží se jej prohlubovat a oslovovat tak klienty z LGBT komunity tím, že přizpůsobuje nabídku služeb danému segmentu. V Praze je provozováno několik klubů a barů, které se zaměřují na gay zákazníky, přičemž velká většina z nich sídlí na Vinohradech v gay čtvrti. Konkrétně je zde situovaný Klub 21, jež láká na strávení poklidných chvil u dobrého pití a lehkého jídla, a Club Termix, který drží prvenství ve velikosti gay klubu v České republice. Druhý zmíněný klub zaujme moderním interiérem, jehož dominantou je růžový automobil. Ve stejné čtvrti jsou k dispozici ještě kluby The Saints Bar, Club TerMax nebo Piano Bar, který má za sebou již 25 let působení. (Prague.eu, n.d.)

Další kluby v hlavním městě nabízejí nejen večerní zábavu, ale mnohdy i program přes den. Například Café Bar Flirt se vyznačuje jako kavárna s cukrárnou, ve večerních hodinách se hosté přesouvají do jiného patra, kde je předmětem návštěvy zábava s tancováním a hudbou. V jiných podnicích je možné se setkávat v rámci LGBT komunity a sledovat sportovní přenosy, ve večerních hodinách se prostory opět promění v taneční klub, ve kterém se pořádají pravidelné travesti shows – tímto se vyznačuje klub UP&DOWN. Dalším významným klubem je JampaDampa, který se zaměřuje výhradně na lesbičky, ostatním není vstup povolen, aby se ženy mohly cítit uvolněně a neostýchaly se. Všechny uvedené kluby a mnoho dalších, které jsou v Praze k nalezení, se zaměřují také na karaoke nebo tematické akce, které se pojí s určitými dny jako je Silvestr, Halloween nebo Valentýn. (JampaDampa Prague, n.d.; Prague.eu, n.d.)

V Praze se vyskytují i další podniky, které se specializují na LGBT klientelu. Jedná se o sex kluby, gay sauny nebo hotely či pensiony. Subjekty poskytují služby, které jsou upravené pro potřeby LGBT segmentu. Podobné nabídky se nacházejí i v dalších městech v České republice, ale zastoupení není tak hojné jako v hlavním městě, kde je LGBT základna nejrozsáhlejší a kam míří většina turistů.

## 4 Případová studie Prague Pride

Případová studie patří mezi metody kvalitativního výzkumu. Je charakterizována detailním studiem, přičemž se soustředí na jeden či několik málo objektů za účelem analyzování poznatků a jejich využití při porozumění obdobných případů. Případové studie mohou zkoumat komunity ze sociografického hlediska, sociální skupiny, organizace a instituce či určité události. (Hendl, 2008)

### 4.1 Metodika výzkumu

Pro účely diplomové práce byla zpracována případová studie, která se zabývala spolkem Prague Pride, jenž organizuje stejnojmenný pochod Prahou. Pro vypracování návrhů byla nasimulována marketingová porada, které se účastnili spolužáci z denního studia vybraného předmětu. Skupina byla vybrána záměrně a představovala fiktivní marketingový tým. Členů bylo celkem 23, z nichž všichni byli heterosexuální orientace. Před konáním samotné porady byly všem členům poskytnuty potřebné materiály s dostatečným předstihem, aby měli čas na jejich nastudování a vypracování. V obdržených dokumentech byl přiložen úvodní text případové studie, poté následovalo 9 otázek, které bylo potřeba si dopředu připravit. Marketingová porada měla dopředu stanovené datum konání a probíhala online se zapnutými kamerami, aby bylo vidět i nonverbální vyjadřování jednotlivých členů.

Marketingová porada začala přivítáním všech členů a představením spolku Prague Pride a jejich činnosti, což již bylo nastíněno v úvodním textu případové studie. Následně se přešlo k samotné diskuzi jednotlivých otázek, jelikož to zabralo většinu času, který byl na poradu vyhrazen. Všichni členové se aktivně účastnili a rozvinula se debata na základě otázek a zmíněných témat. Z toho vznikly nové nápady, které by měly být vzaty v potaz pro další vývoj.

### 4.2 Vyhodnocení případové studie

**Otázka č. 1: Zúčastnili byste se někdy pouličního festivalu s tématikou LGBT jako je Prague Pride? Svou odpověď zdůvodněte.**

První otázka byla zaměřena na zjištění, zda by členové marketingového týmu souhlasili s účastí na pouličním festivalu pro LGBT komunitu jako je například Prague Pride. Většina odpovědí se shodovala na tom, že vyloženě tuto tématiku nevyhledávají, ale

zároveň nemají nic proti. Tudiž v případě zájmu přátel či dobrého průvodního programu, by neměli problém se takového festivalu zúčastnit. Mezi členy se taktéž objevily odpovědi, že pokud by je požádal někdo blízký, který třeba patří mezi LGBT komunitu, samozřejmě by ho doprovodili a poskytli mu podporu. Objevily se také názory, že někteří nemají rádi pouliční festivaly a akce vůbec a neúčastní se jich, nicméně tato odpověď nebyla z důvodu zaměření na LGBT komunitu, ale na pouliční festivaly v obecném měřítku.

**Otázka č. 2: Zúčastnili byste se obecně jakéhokoliv pouličního festivalu, pokud byste se ztotožňovali s jeho obsahem? Svou odpověď zdůvodněte.**

Touto otázkou bylo za cíl zjistit, zdali odpovědi na předchozí otázku vycházejí ze samotného tématu akce Prague Pride, nebo zdali mají členové marketingové týmu obecně nějaký důvod k neúčasti na všech pouličních festivalech. Většina odpověděla, že se pouličních festivalů obecně účastní, pokud je jim téma festivalu blízké. Část odpovědí zněla, že by se lidé účastnili pouze jako doprovod například přátel či příbuzných. Nemalá většina lidí však odpověděla, že se neúčastní žádných pouličních festivalů. Jako důvod byl nejčastěji uveden fakt, že daní lidé nemají rádi akce s velkými davy lidí. Zajímavým poznatkem vyplývajícím z této otázky byl fakt, že lidé často uváděli jako příklad pouličního festivalu, který znají Avon pochod proti rakovině prsu.

**Otázka č. 3: Napadají Vás výhody či nevýhody potenciální spolupráce firem se specificky zaměřenými festivaly? Pokuste se několik výhod/nevýhod vyjmenovat.**

V odpovědích na tuto otázku většinou převládaly podobné klady i zápory. Mezi výhody spolupráce byla řazeno sdílení hodnot spojených s LGBT komunitou, kdy společnost dává najevo, že se snaží být otevřená, není konzervativní a snaží se cílit i na takto specifické skupiny. Kladem je, že pokud firma veřejně sdílí tyto hodnoty, stoupne v očích právě členů patřících do LGBT komunity. Naopak nevýhodou zde je, že pokud mezi zákazníky patří zarytí odpůrci LGBT komunity a velmi konzervativní lidé, tak společnost většinou o tyto zákazníky přijde. V dnešní době, kdy se veškeré dění a komunikace odehrává na sociálních sítích, je velmi jednoduché pro tyto odpůrce vyjádření nesouhlasu. Mnoho velkých podniků občas zacílí například reklamou právě na LGBT komunitu, což hlavně na sociálních sítích strhne vždy vlnu nevole a velkou diskusi. Na jedné straně stojí odpůrci, kteří tvrdí, že společnost je jako zákazníky ztratila a klesla u nich. Na druhé straně zde stojí většinou lidé, kteří hájí právě pokrokovost a otevřenost dané firmy.

Otázkou pak zůstává zvážit, zda společnosti prospěje sdílení těchto hodnot a přinese jí to nové zákazníky nebo alespoň utuží vazbu s těmi stávajícími nebo jich naopak mnoho ztratí.

**Otázka č. 4: Jaká forma propagace Vám při takovýchto festivalech přijde nejvhodnější (trička, transparenty, letáky, ...) a proč?**

V odpovědích na tuto otázku byl nejčastěji uváděn souhlas s nabízenými příklady tedy s tričky, transparenty apod. Většina lidí souhlasila, že je to vhodný prostředek propagace. Dále byly zmíněny odznáčky, čepice, batohy a tašky. Řada lidí uvedla jako pozitivum, že prodej zmíněných předmětů znamená pro festival extra příjem. Několik lidí uvedlo i nápad dobré propagace účast influencerů či organizování koncertů. Nemalá část týmu také uvedla nutnost použití internetové propagace na sociálních sítích.

**Otázka č. 5: Prohlédněte si webové stránky festivalu Prague Pride ([www.praguepride.cz](http://www.praguepride.cz)) a napište Vaše připomínky, rady či náměty pro zlepšení fungování této stránky.**

Tato otázka měla za cíl zhodnotit provedení webových stránek spolku Prague Pride. Všichni členové marketingové porady se shodli, že stránky jsou hezké, decentní, přehledné a kvalitně zpracované. Líbilo se, že stránky jsou cíleny nejen na LGBT komunitu, ale také na lidi, kteří se o této problematice chtějí dozvědět více informací. Struktura stránek byla hodnocena jako přehledná a také se líbilo vyhledávací pole. Mnoho kladných ohlasů si také získaly možnosti poraden nejen pro rodiče. Návrh na změnu se objevil u odkazů na sociální sítě, kdy by mohlo být propojení viditelnější. A pouze jediným rozporuplným faktem byl vyskakovací chat “potřebuješ poradit s orientací”, což může být námět pro změnu.

**Otázka č. 6: Prohlédněte si facebookové stránky festivalu Prague Pride (PraguePrideCZ) a napište Vaše připomínky, rady či náměty pro zlepšení fungování této stránky.**

V odpovědích na tuto otázku se našlo hodně pozitiv i negativ na tuto facebookovou stránku. Pozitiva mluvila o aktuálnosti stránky, jejím kvalitním a zajímavém obsahu, a hlavně o zajímavých příbězích lidí, které jsou pravidelně vkládány na facebookovou zeď. Lidé také chválili design, zajímavá videa, odkazy apod. Ohledně negativ bylo nejvíc poukazováno na slabý důraz na jasné a čitelné posláni společnosti. Stránce také byla vytýkána nízká aktivita v komentářích, špatná úvodní fotka a nízký počet sledujících.

**Otázka č. 7: Znáte nějaké destinace nebo akce (i zahraniční), které jsou proslavené zaměřením na LGBT komunitu a lidé za nimi jezdí?**

Většina oslovených uvedla několik zahraničních destinací, které jsou spojené s LGBT komunitou. Zmiňovány byly řecké ostrovy jako například Mykonos či Santoriny, dále také evropské metropole jako Londýn a Kodaň a poté také velká města v USA. Z České republiky byla zmíněna pouze Praha, a to ve spojitosti právě s Prague Pride. Několik členů také odpovědělo, že o různých destinacích slyšeli a postřehli nějaké spojitosti, nicméně už si přesně nemohou vybavit, o jaká konkrétní místa se jednalo.

**Otázka č. 8: Jaký máte názor na výběr turistické destinace pro lidi z LGBT komunity? Myslíte, že se něčím liší od výběru heterosexuálních lidí?**

V této otázce se většina odpovídajících shodla na tom, že příslušníci komunity LGBT svým způsobem vybírají destinace jako ostatní lidí, avšak s přihlédnutím k tomu, jak se tamní stát, potažmo jeho činitelé, staví k otázce homosexuality. Jen malá část odpovídajících podotkla, že komunita LGBT se může lišit v tom, že například hledají soukromí a diskrétnost nebo naopak dostatek nočních klubů a podobného vyžití. Zajímavým poznatkem v této otázce bylo, že cestovní agentury mohou u svých zájezdů napsat poznámku „vhodné pro LGBT“ a tím nalákat příslušníky této komunity na zájezd, na kterém mohou bez obav projevovat svoji sexualitu.

**Otázka č. 9: Myslíte si, že by se CK měly zaměřit na speciální nabídku pro tuto komunitu?**

V odpovědích na poslední otázku se členové marketingové porady rozdělili na dva tábory. U jedné skupiny převažoval názor, že určitě by bylo vhodné se na LGBT komunitu zaměřit a vytvářet speciální nabídky pouze pro ni. Argumentovali tím, že členové této komunity jsou častokrát majetnější (nemají děti apod.) a určitě by uvítali klidnou dovolenou, kde nebudou muset brát ohledy na okolí, které je bez problémů přijme. Druhou skupinou byli respondenti, kteří naopak tvrdili, že tito lidé se chtějí cítit naprosto normálně a nechtějí speciální zájezdy, které ještě více utváří pomyslnou propast a řadí je mezi někoho, kdo potřebuje mít speciální nabídku. Nehledě na to, že se rozhodují naprosto identicky jako lidé, kteří do této komunity nepatří. Všichni z nich řeší to, zda pojednou k moři či do hor, jakou formu stravy zvolí a na jak dlouho si pobyt plánují.

V závěru marketingové porady bylo řečeno, že možná nejlepší alternativou by bylo nabízení zájezdů pro členy z LGBT komunity na konkrétní akce, jako je např. Prague



Pride a podobné festivaly v jiných evropských metropolích. Také by bylo vhodné zařadit zaškrťávací políčko “LGBT friendly” při výběru dovolené online.

### **4.3 Závěr případové studie**

Fiktivní marketingová porada byla velice přínosná a poskytla mnoho důležitých poznatků. Mezi členy týmu se vyskytovali tací, kteří obecně festivaly nemají v oblibě, ale zároveň i ti, kteří uvedli, že festivaly navštěvují, pokud se ztotožňují s jeho obsahem. Také bylo zmíněno, že pro některé by nebyl problém doprovodit přátele na LGBT event. Dále proběhlo hodnocení spolku Prague Pride a jejich webových či Facebookových stránek. Otázky, které jsou nejdůležitější pro účely této diplomové práce, byly mezi posledními. Členové týmu se shodli na tom, že homosexuální turisté si budou s největší pravděpodobností vybírat dovolenou podle stejných faktorů jako heterosexuálové. Někteří přišli s návrhem, že by nebylo špatné, kdyby cestovní kanceláře uváděly, zda je zájezd vhodný pro LGBT komunitu. V otázce, zda by bylo žádoucí, aby se cestovní kanceláře zaměřily na LGBT segment, se polovina členů marketingového týmu shodla, že to považuje za zbytečné. Druhá polovina si myslela, že by speciální nabídky vztahující se k cestovnímu ruchu, LGBT segment ocenil. Závěrem se všichni shodli, že členové LGBT komunity jsou stejní jako ostatní, a proto není potřeba jim vytvářet všechno na míru, neboť mnohdy to má opačný efekt – to, že se cítí ještě více jiní.

## 5 Vlastní dotazníkové šetření

Součástí kapitoly je detailní pohled na zpracování dotazníkového šetření. Je zde osvětlena metodika výzkumu a jsou zveřejněny odpovědi a výsledky dotazníků, jakož i výsledky, které šetření přineslo.

### 5.1 Metodika výzkumu

Výzkum v diplomové práci probíhal formovou kvantitativního dotazníkového šetření. Tato metoda je považována za nejčastěji využívanou při sběru dat, neboť dává možnost získání velkého objemu dat za relativně krátký časový úsek. (Hendl & Remr, 2017)

Pro získání dat byl konkrétně využit elektronický dotazník, který zajistil anonymitu, jež je považována za jeden z nejdůležitějších faktorů. Mnoho potenciálních respondentů by mohlo být odrazeno od vyplnění v případě, že by dotazník nebyl anonymní. Zároveň je také pravděpodobnější, že dotazovaný bude odpovídat na otázky upřímně a nebude mít obavu, že by jej na základě odpovědi někdo odsoudil. Zmíněná skutečnost je v tomto případě klíčová, jelikož jeden z dotazníků byl zaměřen na členy LGBT komunity, pro které je anonymita často důležitější než v případě heterosexuálů.

Cílem výzkumu bylo zjistit, zda se cestování v případě LGBT komunity a heterosexuálů liší. Zda má každá ze skupin jiné motivační faktory, které je vedou k navštěvování cílových destinací, zda jsou destinace od sebe odlišné a jaké jsou nejdůležitější faktory při výběru dovolené. Zároveň bylo cílem zjistit, jaký mají jednotlivé skupiny názor na LGBT friendly subjekty a jak berou v potaz pohled na LGBT komunitu v navštívené zemi.

Byly vytvořeny dva dotazníky, a to jeden pro členy LGBT komunity a druhý pro heterosexuálně orientované osoby. Inspirací pro skladbu otázek v dotaznících se staly zahraniční studie zabývající se LGBT turismem. Oba dotazníky byly téměř totožné, objevovaly se pouze drobné úpravy tak, aby byla zachována smysluplnost dle cílové skupiny. Každý z nich byl rozdělen na dvě části. První část se týkala cestování a druhá část byla zaměřena na získání demografických údajů. Tyto údaje byly zařazeny do druhé části, aby respondenti nebyli odrazeni hned na začátku šetření. Dotazník byl sestaven z uzavřených otázek, kde odpovídající vybírali jednu nebo více odpovědí (což bylo uvedeno v zadání otázky) a jedné otevřené otázky, ve které museli respondenti sami

odpověď uvést. Zároveň bylo využito Likertovy škály, pomocí které odpovídající vyjadřovali důležitost jednotlivých faktorů. Možnosti byly vysvětleny v zadání otázky a byly následující: 1 = nedůležité, 2 = málo důležité, 3 = neutrální, 4 = důležité, 5 = velmi důležité. Všechny otázky, které byly součástí dotazníku, byly povinné a nebylo možné je přeskočit. To zajistilo, že žádný z dotazníků nemusel být vyřazen kvůli neúplnosti.

Jak již bylo zmíněno v předchozím odstavci, tak dotazníky byly vytvořeny dva. Otázky v první části byly identické, pouze poslední otázka byla upravena, jelikož se týkala vnímání ubytování, které je LGBT friendly. V druhé části byly otázky stejné, ale lišily se možnostmi odpovědí na základě toho, pro jakou cílovou skupinu byl dotazník určen. Zároveň v dotazníku, který byl určený pro heterosexuály, byla vynechána otázka týkající se sexuální orientace, neboť by zde byla zbytečná.

Než byly samotné dotazníky spuštěny, tak proběhl předvýzkum. Předvýzkum je realizován z důvodu, aby se ověřilo, zda je výzkumný nástroj, jednotlivé etapy a výběrové šetření v praxi proveditelné. Předvýzkum nebo pilotáž by měla být součástí každého výzkumu, nebo s sebou přináší řadu výhod. Jednou z nich je bezpochyby ověření výzkumného nástroje v praxi a následné opravení případných chyb. S předstihem je tak možné zjistit, jaké problémy by se mohly vyskytnout a na základě toho výzkum upravit. Dále je na základě předvýzkumu možné sledovat, zda získaná data budou potřebná. Zároveň se sníží riziko, že samotný výzkum proběhne chybně, jelikož v takovém případě by bylo nutné jej opakovat. (Tahal, 2017)

Součástí předvýzkumu bylo rozeslání dotazníků 10 respondentům. Respondenti byli vybráni z okruhu přátel, kteří mají pozitivní sklon k cestování. Pomocí předvýzkumu bylo ověřeno, že jsou otázky v dotazníku položeny správně a srozumitelně. Jelikož pouze odpovídání na otázky není vždy jednoznačné, tak respondenti byly rozděleny do dvou skupin. Šest z nich obdrželo dotazník, který následně vyplnili. Zbylí čtyři respondenti byli požádáni taktéž o vyplnění dotazníku, ale navíc však hodnotili otázky slovně prostřednictvím online schůzky. Zároveň bylo zachováno zahrnutí heterosexuálů (5 respondentů) a LGBT komunity (5 respondentů), jinak by předvýzkum neměl takovou váhu. Na základě toho bylo zjištěno, že dotazník byl sestaven správně, pouze před samotným výzkumem proběhly drobné úpravy. Finální verze dotazníků jsou vloženy v příloze B a v příloze C.

## 5.2 Vyhodnocení dotazníkového šetření

Jak již bylo popsáno v předchozí podkapitole, tak dotazníky byly vyhotoveny dva. Jeden byl určen pro LGBT segment, druhý byl zaměřený pro heterosexuály. Oba dva dotazníky byly vytvořeny prostřednictvím nástroje Formuláře Google. Data byla sbírána v průběhu měsíce března a dubna 2022 a oba dotazníky byly spuštěny ve stejnou chvíli. Dotazník byl anonymní a veřejný, mohl jej tak vyplnit kdokoliv, kdo se s odkazem setkal. Distribuce proběhla především přes sociální sítě, neboť ty jsou v dnešní době nejlepším médiem ke sběru dat. Nachází se tam velké množství lidí a není tak složité na ně zacílit. Zároveň odkaz, kterým se člověk na dotazník dostane, se dá sdílet a může tak proniknout k různým lidem. Nevýhodou je bezesporu fakt, že mnoho lidí si odkaz neotevře a pouze informaci bezmyšlenkovitě přejde. Obsahově jsou sociální sítě tak nabitě, že člověk nevnímá pořádně vše, co je prezentováno.

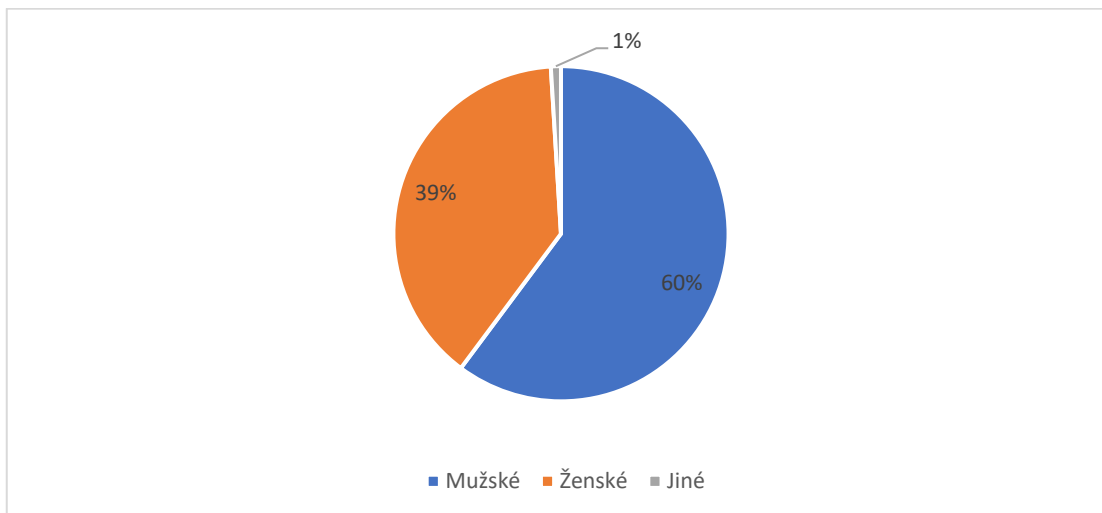
Dotazníky byly sdíleny na sociálních sítích Facebook a Instagram. Na Facebooku byly přidány na hlavní zed' a zároveň do skupin, které se zaměřují na cestování, a zároveň také do soukromé skupiny, kterou spravuje LGBT komunita. Díky těmto faktorům byli respondenti vybráni náhodně, což přispělo k reliabilitě získaných dat. Zároveň byly dotazníky šířeny prostřednictvím přátel, a to hlavně z důvodu, aby se dostaly k jednotlivým neheterosexuálním osobám.

### 5.2.1 Vyhodnocení dotazníku pro LGBT komunitu

Demografické otázky, které zjišťovaly věk, pohlaví, orientaci, ekonomický statut, vzdělání a výši měsíčního příjmu, byly uvedeny v druhé části dotazníku z důvodu, aby respondent nebyl odrazen na začátku vyplňování. Pro zpracování výsledků je tato část uvedena jako první, aby bylo vidět složení účastníků výzkumu.

Z celkového počtu 103 respondentů se dotazníku účastnilo 40 žen, 62 mužů a jedna osoba uvedla jiné pohlaví. Přehled o pohlaví respondentů je zachycen na obrázku 11.

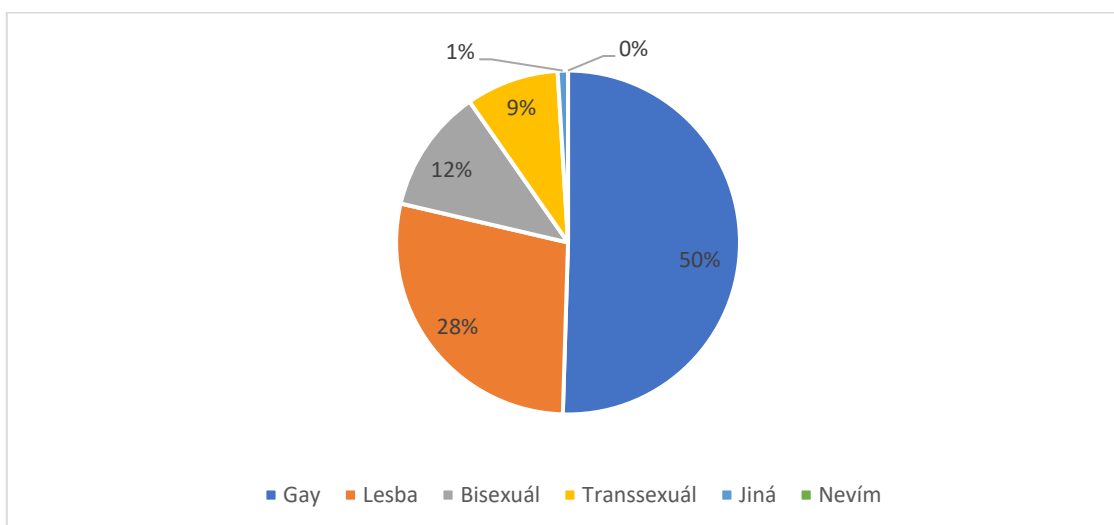
Obr. 11: Přehled respondentů dle pohlaví (LGBT)



Zdroj: vlastní zpracování, 2022

K předchozí otázce se pojila otázka, která se zaměřovala na sexuální orientaci. Respondenti si mohli vybírat ze čtyř sexuálních orientací (gay, lesba, bisexuál, transsexuál), pokud by si z těchto možností nevybrali, tak bylo možné zvolit odpověď jiné nebo nevím, v případě, že si sami nejsou jisti, jak se cítí. Dotazníkového šetření se zúčastnilo nejvíce gayů, jejich konkrétní počet byl 52 dotazovaných. Mezi lesby se klasifikovalo 29 respondentů, mezi bisexuály 12 osob a mezi transsexuály jich bylo 9. Pouze jeden respondent zvolil možnost *jiné*, poslední varianta *nevím* nebyla využita ani v jednom případě. Z toho lze odvodit, že všichni vědí, jaká je jejich sexuální orientace. Odpovědi jsou zobrazeny na obrázku 12.

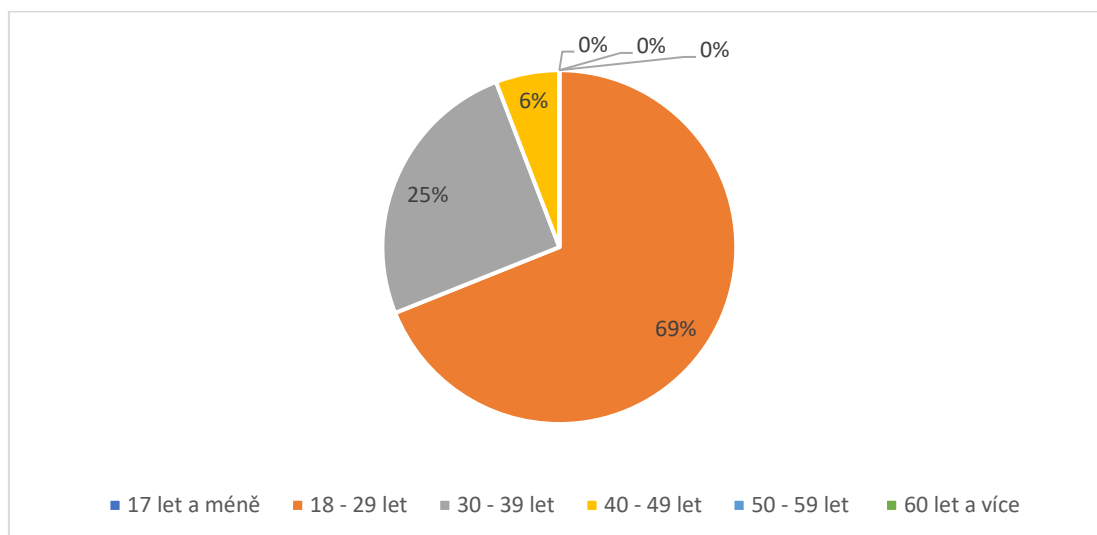
Obr. 12: Přehled respondentů podle sexuální orientace (LGBT)



Zdroj: vlastní zpracování, 2022

Na obrázku 13 je zobrazeno, do jaké věkové kategorie účastníci dotazníkového šetření patřili. Respondenti mohli vybírat ze šesti věkových skupin. Výzkumu se zúčastnilo 71 jedinců, kteří patřili do kategorie 18-29 let, 26 respondentů z kategorie 30-39 let a 6 dotazovaných se zařadilo do kategorie 40-49 let. Kategorie 17 let a méně, 50-59 let a 60 let a více bohužel neměly v dotazníku žádné zastoupení. Lze tak předpokládat, že osoby mladší 17 let nejsou zvyklé zatím tolik cestovat, neboť se věnují spíše studiu, a tudíž pro ně nebyl dotazník relevantní. Na druhou stranu lidí vyššího věku, kteří by patřili mezi LGBT komunitu, není jednoduché najít. Častokrát nemají sociální sítě, takže jim dotazník nebyl zprostředkován, nebo také veřejně nedávají najevo, že jsou homosexuálně orientovaní, tudíž se nechtějí žádných výzkumů na toto téma účastnit. Případně je možné, že také nepatří mezi lidi, co hodně cestují. Nejpočetnější skupinou byla kategorie 18-29 let, což je přičítáno tomu, že tito jedinci jsou studenty vysokých škol, a proto mají na cestování čas. Zároveň však mohou pracovat na poloviční úvazek nebo mít brigádu, a proto našetří volné finance, které k cestování využijí. Mezi tyto respondenty patří také absolventi, kteří již pracují, ale zatím nemají závazky v podobě hypoték či dětí. Tato věková kategorie je obecně uváděna jako velmi vhodný věk pro cestování.

Obr. 13: Přehled respondentů podle věku (LGBT)

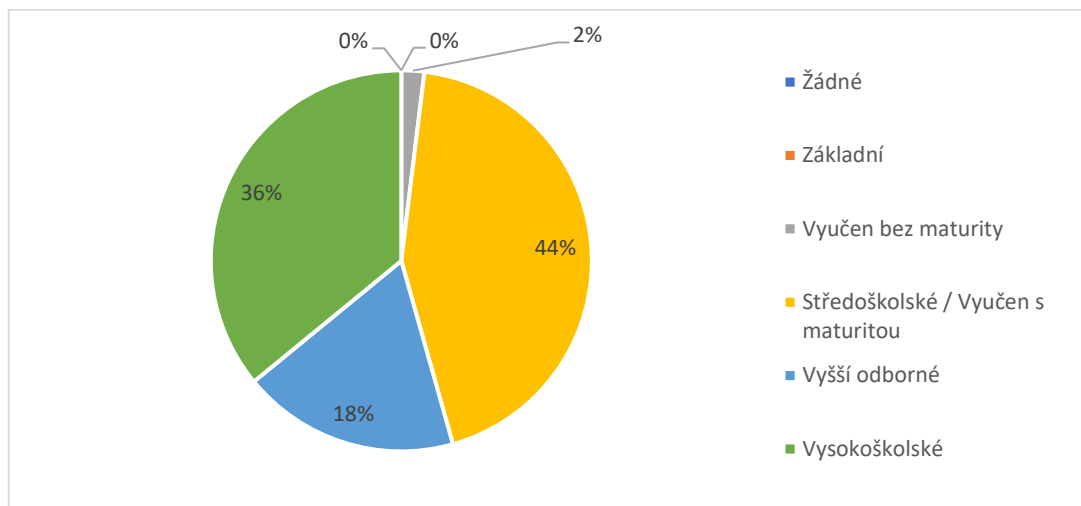


Zdroj: vlastní zpracování, 2022

Mezi další zjišťované faktory patřilo nejvyšší dosažené vzdělání. Nikdo z dotázaných neuvěděl, že by neměl žádné vzdělání nebo by dosáhl pouze základního. Nejčastější odpovědí, kterou vybralo 45 zúčastněných, bylo dosažení středoškolského vzdělání nebo

vyučení s maturitou, což spadalo pod jednu odpověď. 37 respondentů uvedlo ukončené vysokoškolské vzdělání, 19 respondentů disponovalo ukončeným vyšším odborným vzděláním. Pouze 2 dotázaní uvedli, že jsou vyučeni bez maturity. Přehled je viditelný na obrázku 14.

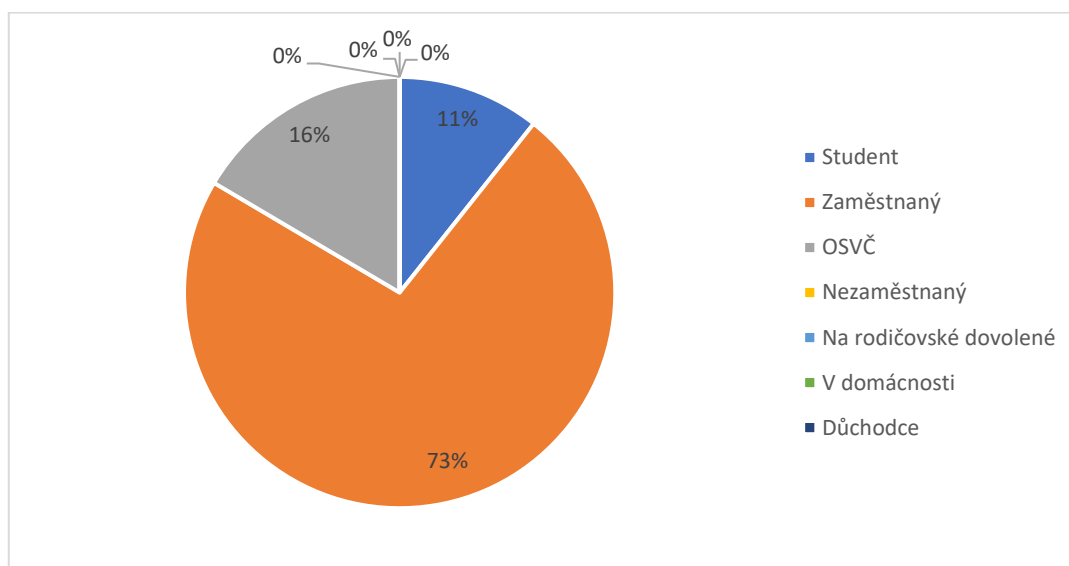
Obr. 14: Přehled respondentů podle vzdělání (LGBT)



Zdroj: vlastní zpracování, 2022

U respondentů byl také sledován jejich ekonomický status. Dotazníkového šetření se účastnilo 11 studentů, 75 zaměstnaných osob a 17 OSVČ. Bohužel zde nebyli zastoupeni důchodci, což je patrné z věku respondentů, ale ani jedinci v domácnosti, na rodičovské dovolené či nezaměstnaní. Přehled dle ekonomického statusu je zobrazen na obrázku 15.

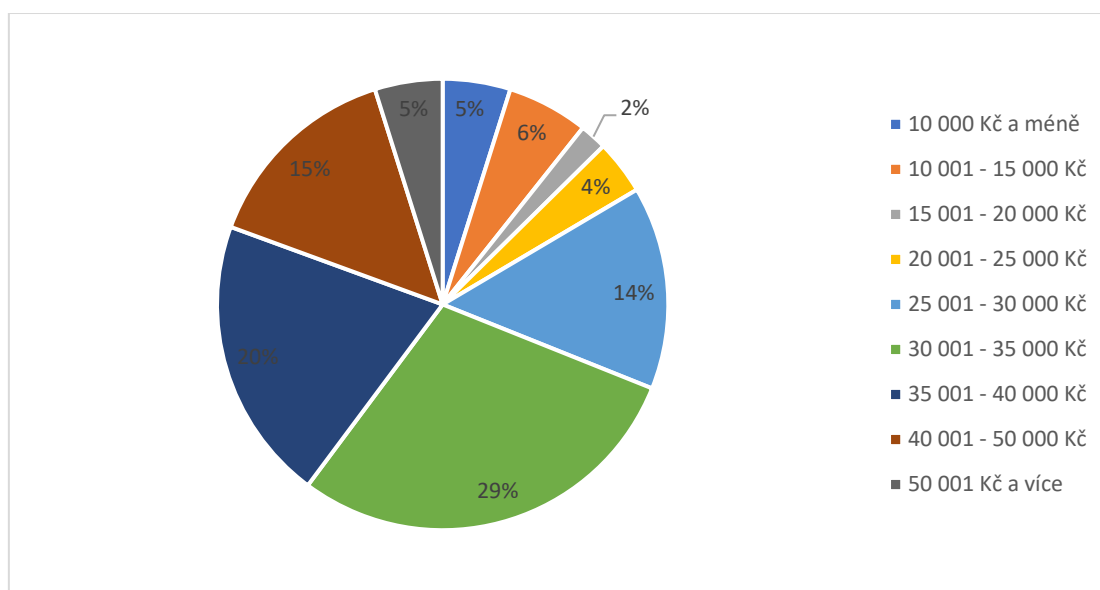
Obr. 15: Přehled respondentů dle ekonomického statusu (LGBT)



Zdroj: vlastní zpracování 2022

Poslední identifikační otázka zjišťovala, jaký je průměrný měsíční příjem respondentů. Jak je vidět na obrázku 16, tak nejpočetnější skupinou byla kategorie 30 001 – 35 000 Kč, do které patří 30 dotázaných. Druhou nejpočetnější skupinou byla kategorie 35 001 – 40 000 Kč, kam se začlenilo 21 respondentů. Na třetí příčce dle početnosti odpovědí se umístily shodně kategorie 40 001 – 50 000 Kč a 25 001 – 30 000 Kč. Detailní přehled je ukázán na obrázku 16.

Obr. 16: Přehled respondentů dle průměrného měsíčního příjmu (LGBT)

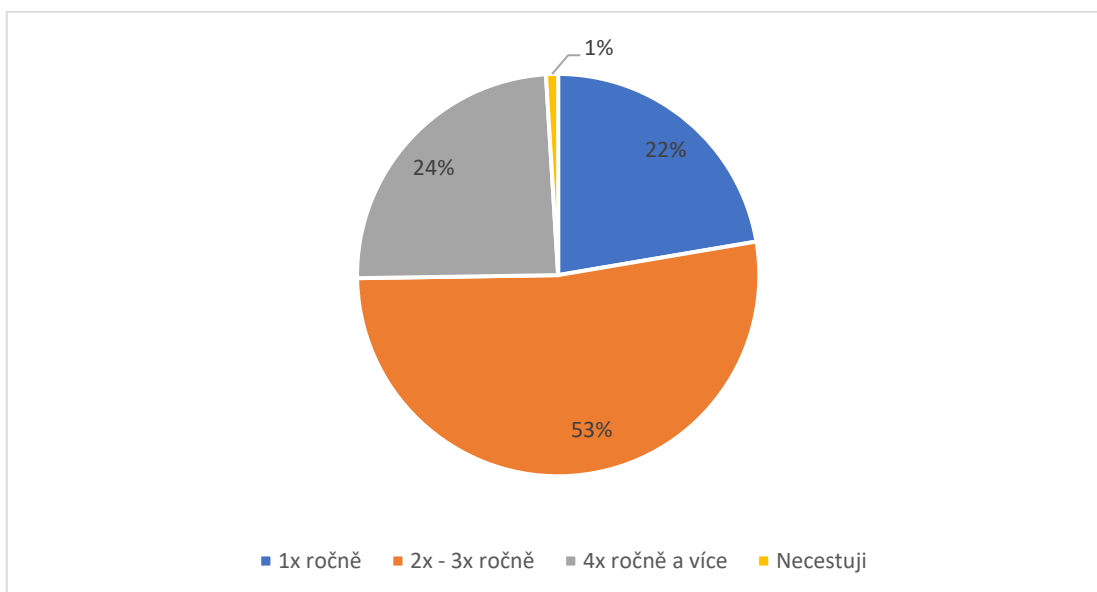


Zdroj: vlastní zpracování, 2022

Po zobrazení všech zjištěných demografických údajích následují otázky, které jsou zaměřeny na cestování. První otázka měla za cíl zjistit, jak často cestují respondenti do zahraničí. Více než polovina z nich uvedla, že na cesty se vydávají 2x – 3x ročně. Následně 25 dotázaných uvedlo, že cestuje 4x ročně, případně více, naopak 23 osob označilo, že do zahraničí vyjíždí 1x ročně. Jelikož se jednalo o výzkum, který by zaměřen na cestování, tak odpověď *Necestuji* uvedl pouze jeden respondent. Odpovědi jsou zobrazeny na obrázku 17.



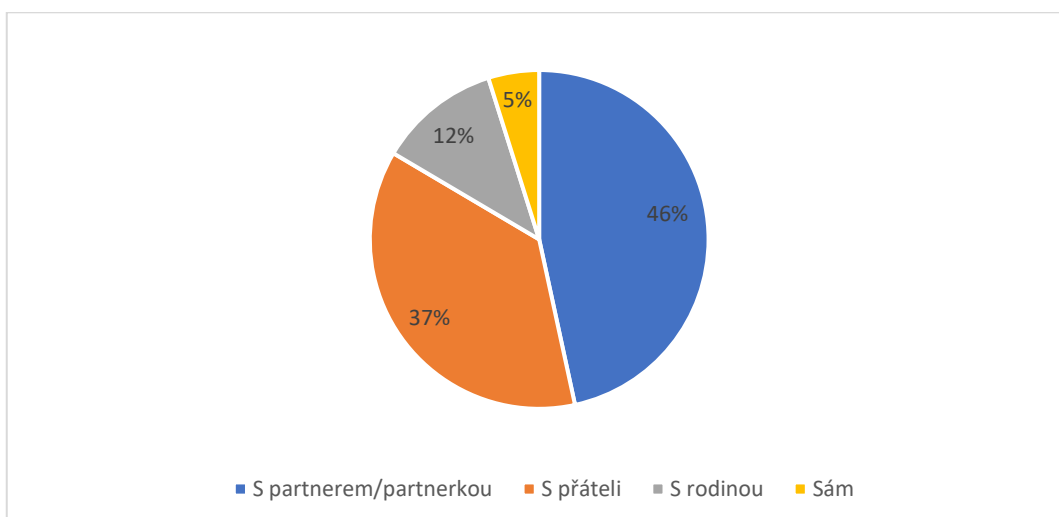
Obr. 17: Četnost cest do zahraničí (LGBT)



Zdroj: vlastní zpracování, 2022

Druhá otázka se zaměřovala na to, zda cestující jezdí sami nebo kdo jim dělá doprovod. 48 respondentů uvedlo, že na zahraničních cestách je doprovází partner nebo partnerka. Naopak 38 dotazovaných zmínilo, že dovolenou tráví nejčastěji s přáteli. S rodinou jezdí do zahraničí 12 respondentů a pouze 5 osob uvedlo, že dává přednost tomu cestovat do zahraničí sám. Rozdělení je zobrazeno na obrázku 18.

Obr. 18: Volba doprovodu na dovolené (LGBT)

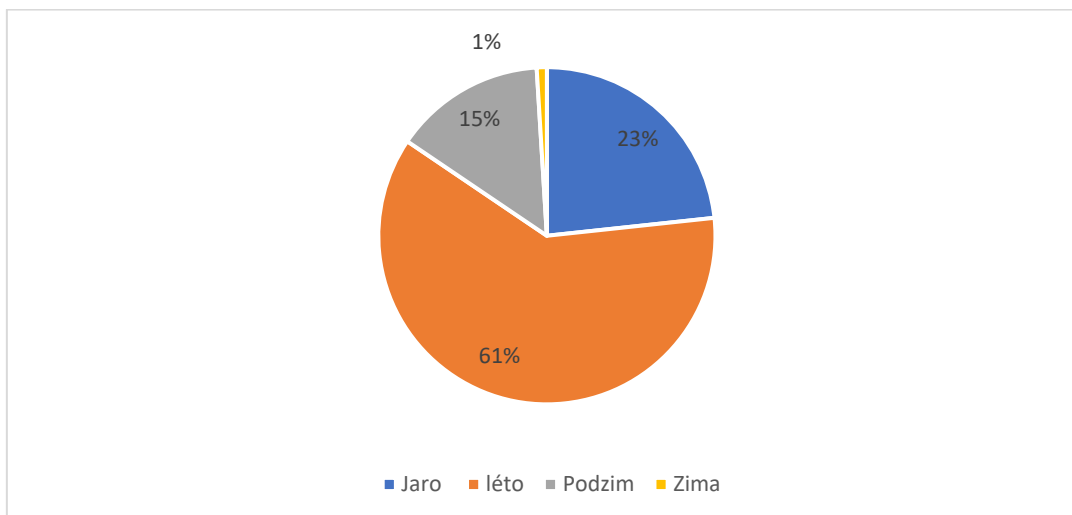


Zdroj: vlastní zpracování, 2022

Třetí otázka zjišťovala, jaké roční období je mezi respondenty nejoblíbenější pro cestování. 63 účastníku dotazníkového šetření uvedlo léto jako období, ve kterém

nejvíce cestují. Na druhém místě v oblíbenosti se umístilo jaro, které upřednostňuje 24 respondentů. Podzim si vybralo 15 dotazovaných, naopak zima patří mezi oblíbené období pouze u jedné osoby, která se dotazníku účastnila. Rozbor je zobrazen na obrázku 19.

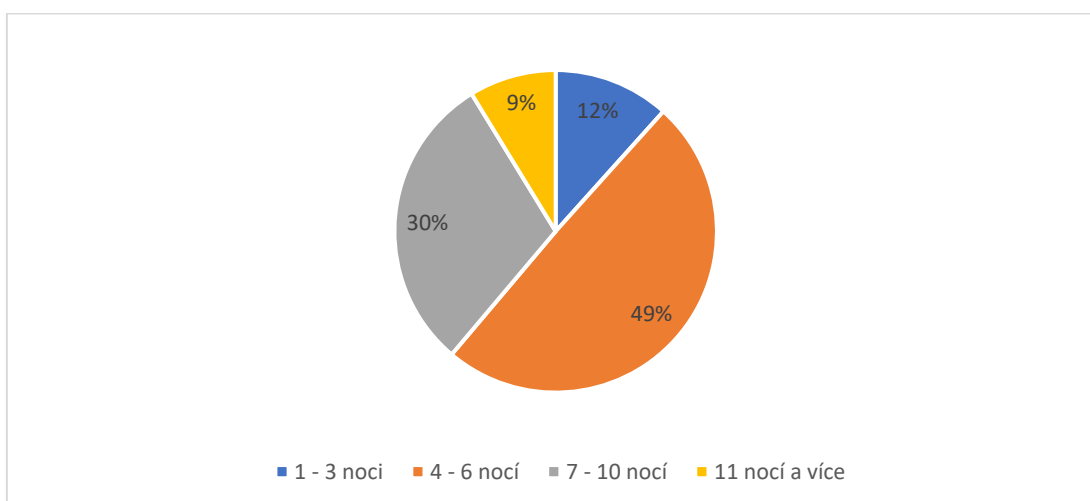
Obr. 19: Roční období dle oblíbenosti vzhledem k cestování (LGBT)



Zdroj: vlastní zpracování, 2022

Následující otázka měla za cíl zjistit, kolik nocí tráví dotazovaní v průměru na dovolené. Z obrázku 20 je evidentní, že polovina respondentů stráví na dovolené průměrně 4-6 nocí. 31 dotazovaných sdělilo, že na dovolené je ubytováno 7-10 nocí. 1-3 noci stráví v zahraničním ubytování 12 respondentů. Nejméně odpovědí obdržela možnost 11 nocí a více, kterou zvolilo 9 dotazovaných.

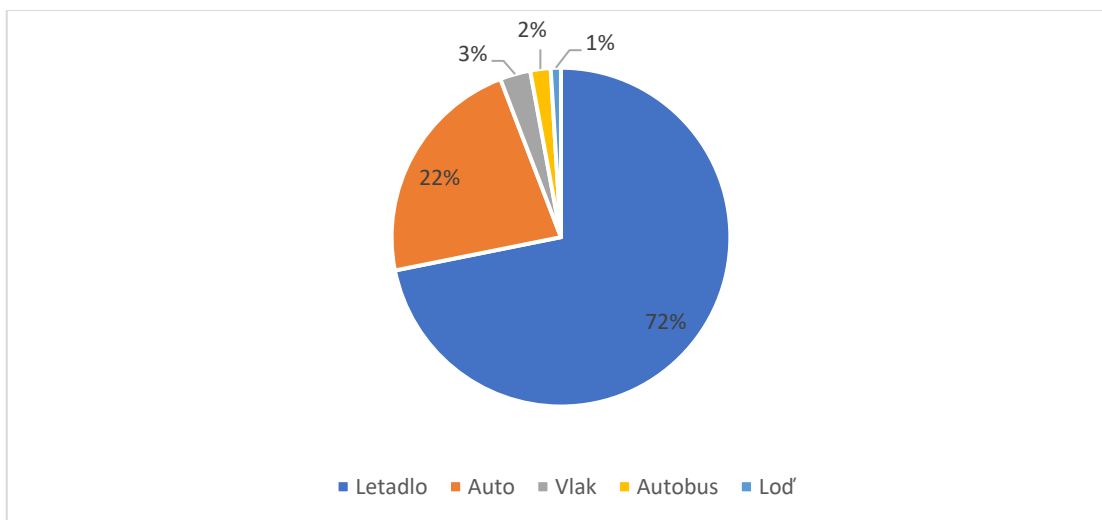
Obr. 20: Průměrný počet strávených nocí na dovolené (LGBT)



Zdroj: vlastní zpracování, 2022

Otázka číslo pět se zaměřovala na to, který z uvedených dopravních prostředků je využíván při cestování nejčastěji. Téměř tři čtvrtiny respondentů zvolili letadlo jako dopravní prostředek, který využívají nejvíce. 23 dotázaných využívá k cestování auto. Ostatní dopravní prostředky nejsou využívány téměř vůbec, autobus vybrali 2 respondenti, vlak 3 respondenti a loď zvolil 1 dotazovaný. Odpovědi jsou zpracovány na obrázku 21.

Obr. 21: Dopravní prostředky dle oblíbenosti vzhledem k cestování (LGBT)



Zdroj: vlastní zpracování, 2022

Šestá otázka z dotazníku byla otevřená a zjišťovala, ve kterém státu proběhla poslední dovolená daného respondenta. Všechny zmíněné země jsou uvedeny z tabulky 2, přičemž jsou seřazeny od té, která obdržela nejvíce hlasů. První příčku obsadila Itálie se 14 hlasy. Na druhém místě se objevilo Španělsko, které vybralo 13 respondentů. Následovalo Chorvatsko, které se stalo místem poslední dovolené pro 8 respondentů a Egypt, kam zavítalo 7 dotázaných. Mezi dalšími uvedenými státy byly například Island, Tanzánie, Dánsko, Kanárské ostrovy atd.

Tab. 2: Státy, ve kterých proběhla poslední dovolená respondentů (LGBT)

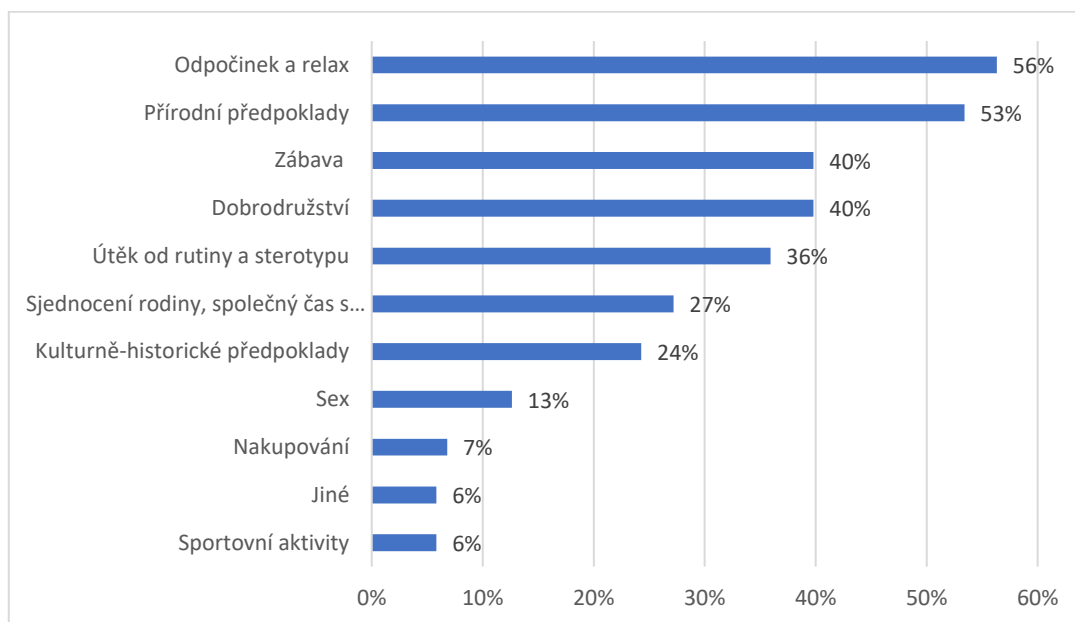
Země	Počet respondentů
Itálie	14
Španělsko	13
Chorvatsko	8
Egypt	7
Dánsko	6
Francie	5
Kanárské ostrovy	4

Slovensko	4
Belgie	4
Tunis	3
Maďarsko	3
Nizozemsko	3
Rakousko	3
Řecko	3
Turecko	3
Bulharsko	3
Portugalsko	2
Německo	2
Ukrajina	1
Tanzánie	1
Irsko	1
Jihoafrická republika	1
Mexiko	1
Polsko	1
Karibik	1
Švýcarsko	1
Mallorca	1
Velká Británie	1
Island	1
Švédsko	1
Slovinsko	1

Zdroj: vlastní zpracování, 2022

Následující otázka se zaměřovala na hlavní motivy, které vedou účastníky k cestování. Otázka měla deset možností, ze kterých si dotazovaní mohli vybrat maximálně tři odpovědi. Mezi nejvíce zmiňované motivy patřil odpočinek a relax, který vybralo 58 dotazovaných. V těsné blízkosti byl také motiv přírodních předpokladů, který zvolilo 37 respondentů. Shodně byly vybrány motivy zábavy a dobrodružství, což spolu dost často může souviset, vybralo je shodně 41 respondentů. Motiv útěk od rutiny a stereotypu zvolilo 37 dotázaných, 28 respondentů vybralo také motiv sjednocení rodiny a společného času s partnerem nebo partnerkou. Překvapivě málo respondentů, pouze 25, zvolilo kulturně – historické předpoklady. 13 dotazovaných zmínilo sexuální motiv dovolené, 7 si vybralo nakupování. Sportovní aktivity a jiné motivy obdržely shodně po 6 odpovědích.

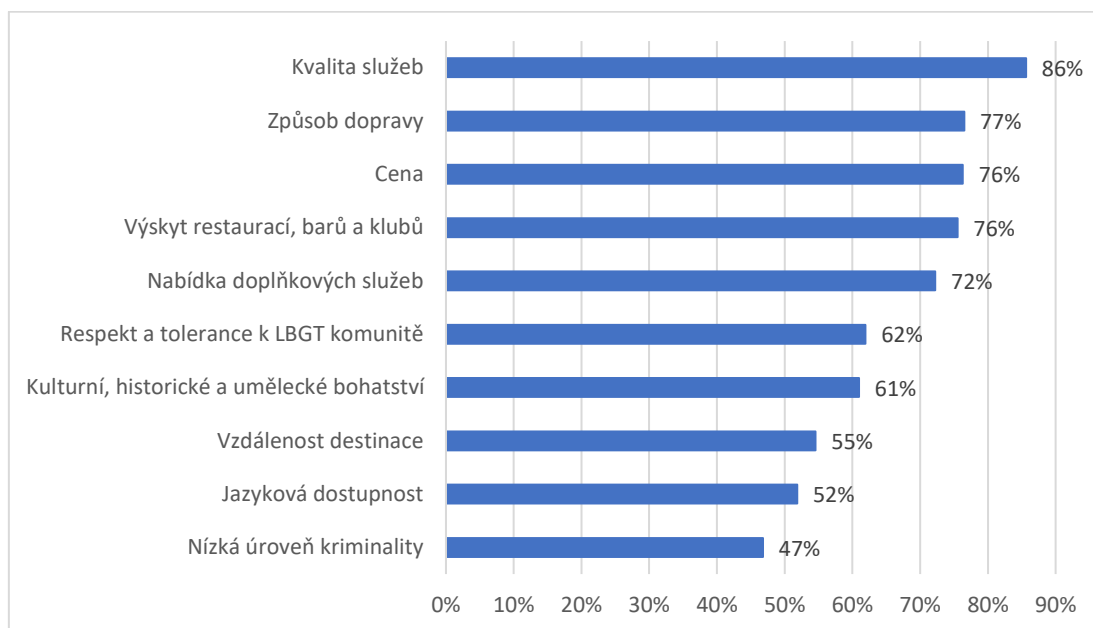
Obr. 22: Motivy respondentů k cestování (LGBT)



Zdroj: vlastní zpracování, 2022

Osmá otázka obsahovala deset aspektů, u kterých museli respondenti vybírat jejich důležitost. Kvalita služeb byl aspekt, který získal u dotazovaných největší pozornost, z hlediska důležitosti si jej zvolilo 86 %. Způsob dopravy získal 77 % a cena 76 %, stejně tak jako výskyt restaurací a barů (76 %). Nabídku doplňkových služeb si vybralo 72 % respondentů. Respekt a tolerance k LGBT komunitě zvolilo 62 % respondentů. Kulturní, historické a umělecké bohatství obdrželo 61 %, vzdálenost destinace zvažuje 55 % osob a jazykovou dostupnost 52 % dotazovaných. Jako nejméně důležitý aspekt byla zvolena nízká úroveň kriminality s 47 %.

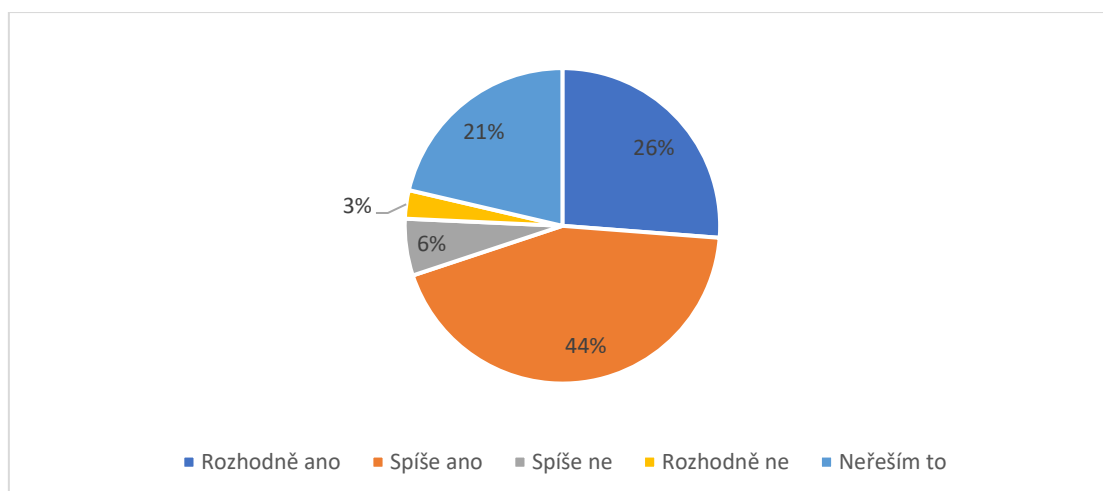
Obr. 23: Důležitost jednotlivých aspektů pro respondenty (LGBT)



Zdroj: vlastní zpracování, 2022

Poslední dvě otázky dotazníkového šetření se zaměřovaly více na LGBT tematiku. Devátá otázka se dotazovala respondentů, zda je pro ně důležité, aby cílová destinace akceptovala LGBT komunitu. 27 respondentů se vyjádřilo, že jim na tom rozhodně záleží a 45 dotazovaných vyjádřilo souhlas, že jim na tom spíše záleží. 22 lidí odpovědělo, že tenhle faktor vůbec neřeší při výběru dovolené. 6 dotázaných uvedlo, že to pro ně spíše není důležité a 3 respondenti zodpověděli, že to pro ně není rozhodně důležité. Odpovědi jsou zpracované v obrázku 24.

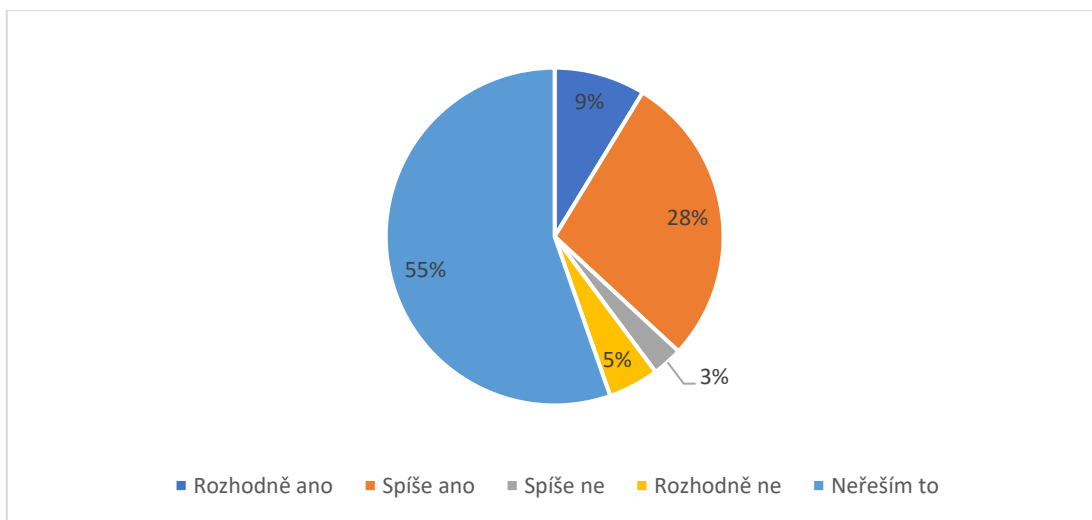
Obr. 24: Důležitost akceptování cílové destinace LGBT komunity (LGBT)



Zdroj: vlastní zpracování, 2022

Poslední otázka zjišťovala, zda návštěvníci dávají přednost ubytování, které se prezentuje jako LGBT friendly. 57 respondentů uvedlo, že to neřeší. Pouze 9 dotazovaných zmínilo, že to takovému ubytování dávají rozhodně přednost, 29 osob potvrdilo, že si spíše vyberou ubytování, které je LGBT friendly. Naopak 3 osoby takovému ubytování přednost spíše nedávají a 5 respondentů tomu rozhodně nedává přednost. Výsledky otázky jsou zobrazeny v obrázku 25.

Obr. 25: Přednost LGBT friendly ubytování před jinými (LGBT)



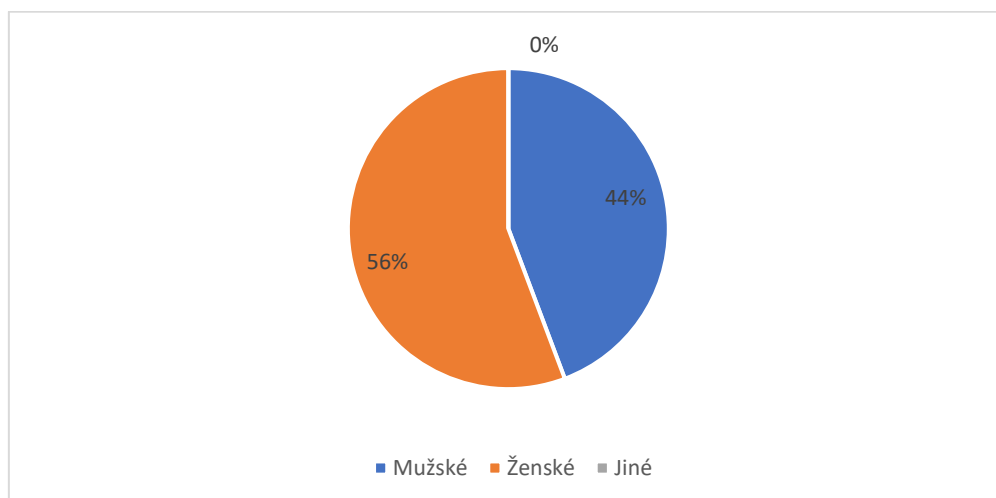
Zdroj: vlastní zpracování, 2022

### 5.2.2 Vyhodnocení dotazníku pro heterosexuály

Vyhodnocení začíná demografickými daty, stejně tak jako v předchozí podkapitole, aby bylo viditelné, jací respondenti se dotazníkového šetření účastnili.

Dotazníku, který byl zaměřen pro heterosexuály, se zúčastnilo celkem 192 respondentů, z čehož bylo 107 žen a 85 mužů. Otázka zjišťující pohlaví dotazovaných nabízela i možnost *jiné*, avšak tuto možnost odpovědi si žádný z respondentů nezvolil. Rozložení osob, které se dotazníku účastnily, je zobrazeno na obrázku 26. Mezi demografickými otázkami chyběla ta, která by zjišťovala orientaci, neboť by zde byla zbytečná, jelikož šetření bylo určeno pro heterosexuálně orientované osoby.

Obr. 26: Přehled respondentů dle pohlaví (Heterosexuálové)

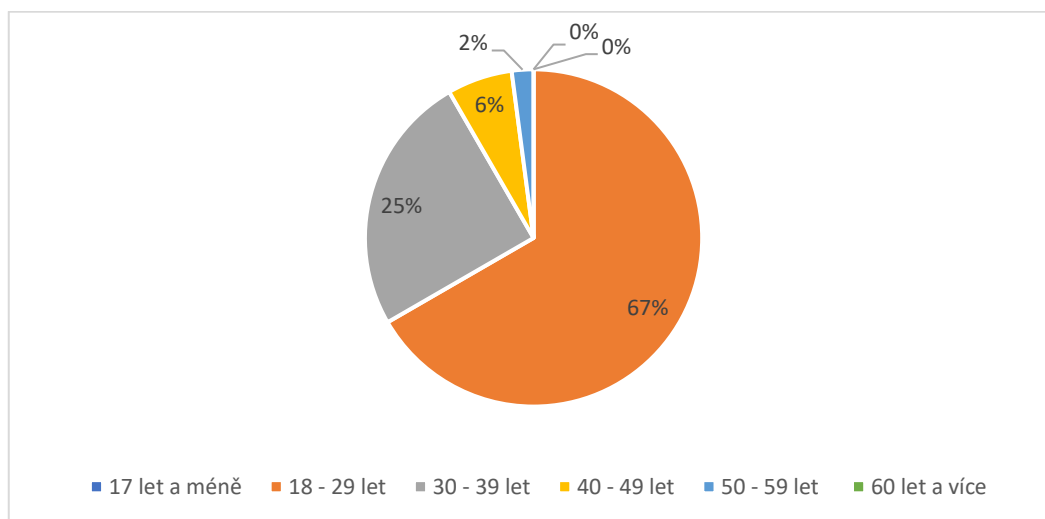


Zdroj: vlastní zpracování, 2022

Další otázka zjišťovala věk respondentů, přičemž podrobný přehled je zobrazen na obrázku 27. Dotazovaní mohli vybírat ze šesti věkových kategorií, přičemž tou nejpočetnější se stala kategorie 18-29 let, do které patřilo 128 zúčastněných. Není nečekané, že nejvíce respondentů pocházelo z této věkové kategorie, neboť respondenti mají již ukončené vzdělání, zároveň mají stálou práci a častokrát nemají mnoho závazků, které by brzdily jejich možnosti cestovat. Na druhém místě byla kategorie 30-39 let, kam spadalo 48 dotázaných. 12 respondentů patřilo do kategorie 40-49 let a 4 dotázaní uvedli kategorii 50-59 let. Bohužel kategorie 17 let a méně a 60 let a více neměly v dotazníkovém šetření žádné členy. Osoby, které by patřily do kategorie 60 let a více, se dotazníkového šetření zřejmě neúčastnily proto, jelikož jim dotazník nebyl poskytnut. Lze předpokládat, že většina lidí tohoto věku není aktivní na sociálních sítích, přes které byl dotazník distribuován. Naopak osoby mladší 17 let se na sociálních sítích vyskytují velmi často, ale zřejmě pro ně není téma cestování ještě prioritou, neboť se soustřeďují na studium, případně zatím nemají dostatek volných finančních prostředků, které by mohly k cestování využít.



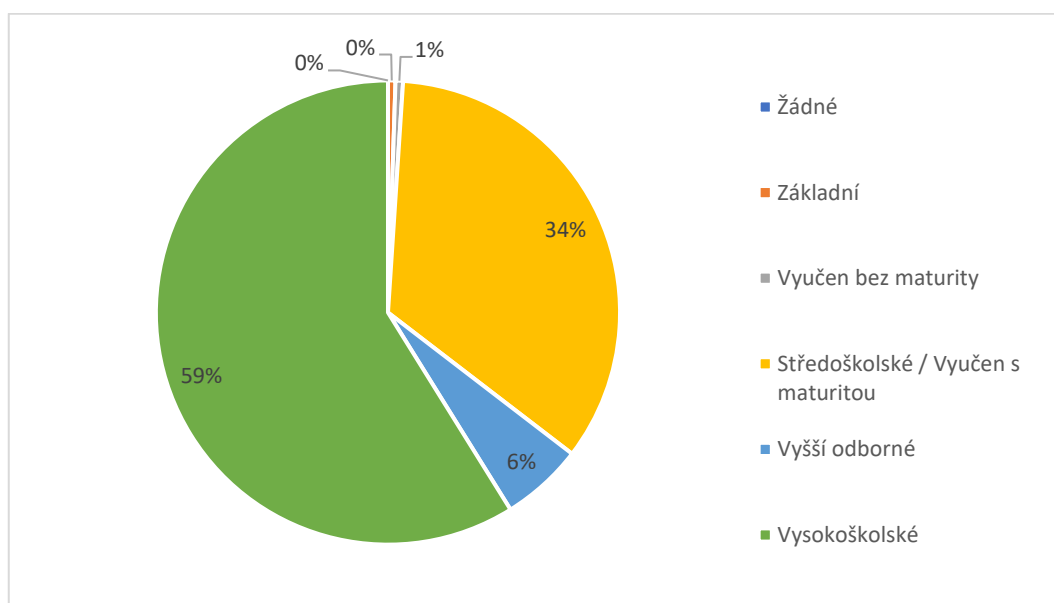
Obr. 27: Přehled respondentů podle věku (Heterosexuálové)



Zdroj: vlastní zpracování, 2022

Třetí otázka kladla důraz na nejvyšší dosažené vzdělání. Mezi respondenty se nenašel žádný, který by neměl žádné vzdělání. Základního vzdělání dosáhl jeden respondent, stejně tak jako vyučení bez maturity, což také uvedl jeden respondent. 66 dotazovaných sdělilo, že mají ukončené středoškolské vzdělání nebo jsou vyučeni s maturitou. Vyšší odborné vzdělání vybralo 11 respondentů a nejpočetnější skupinou byli dotazovaní s vysokoškolským titulem, těch bylo celkem 113. Přehled je zobrazen na obrázku 28.

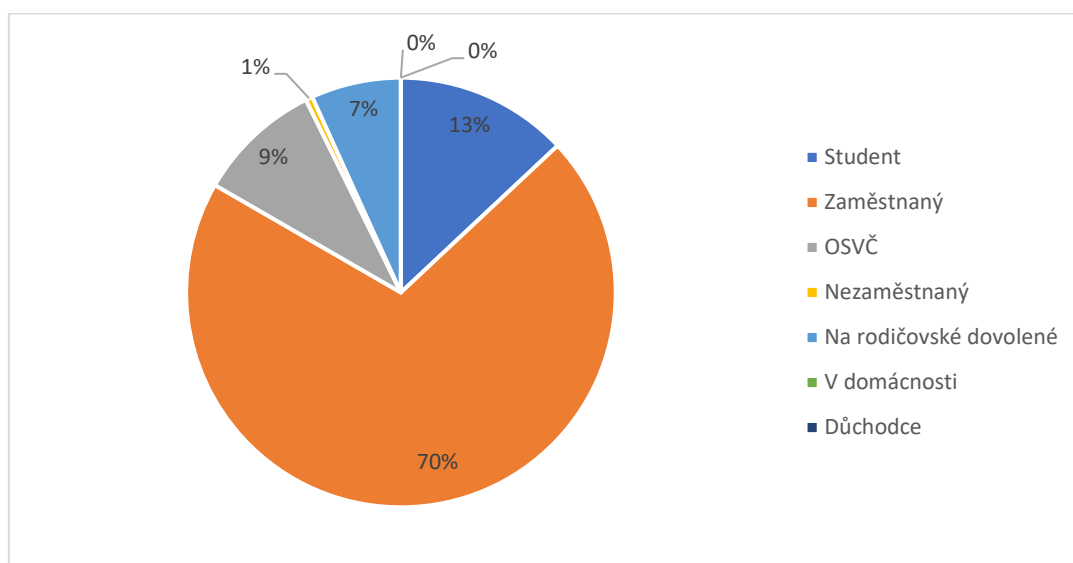
Obr. 28: Přehled respondentů dle vzdělání (Heterosexuálové)



Zdroj: vlastní zpracování, 2022

Čtvrtá otázka zjišťovala, jaký je ekonomický statut respondentů. Nejvíce obsaženou skupinou byli zaměstnaní s počtem 135 odpovědí, což dokládá i fakt, že zaměstnaní lidé mohou nejvíce cestovat, jelikož na to mají finanční prostředky. Druhou skupinou, která měla největší zastoupení, byli studenti s 25 hlasy. 18 respondentů se charakterizovalo jako OSVČ, 13 dotázaných uvedlo, že je aktuálně na rodičovské dovolené a jeden dotázaný sdělil, že je nyní nezaměstnaný. Žádný z respondentů si nevybral možnost, že je v důchodu nebo v domácnosti. Rozložení dle ekonomického statusu je zobrazeno je obrázkem 29.

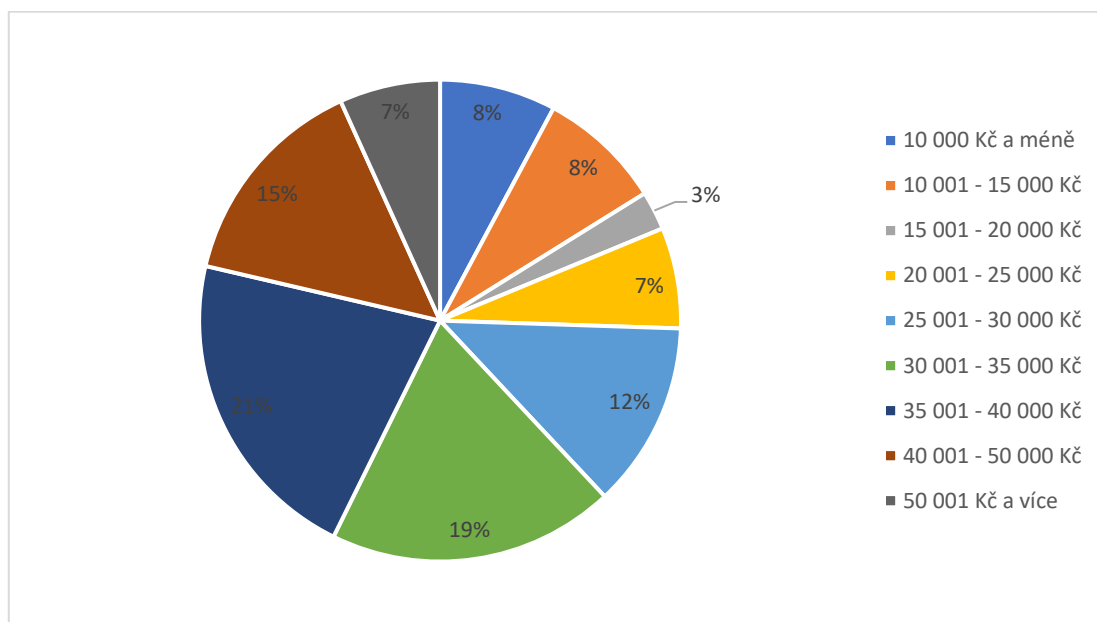
Obr. 29: Přehled respondentů dle ekonomického statusu (Heterosexuálové)



Zdroj: vlastní zpracování, 2022

Poslední identifikační otázka měla za cíl zjistit, jaký je průměrný měsíční příjem účastníků dotazníkového šetření. Jak je patrné z obrázku 30, tak nejvíce respondentů se začlenilo do kategorie 35 001 - 40 000 Kč, konkrétně jich bylo 41. Následovala kategorie 30 000 - 35 000 Kč, kam patřilo 37 dotázaných. Třetí nejčastější odpovědí byla kategorie 40 001 - 50 000 Kč, kterou zvolilo 28 osob. Do kategorie 25 001 - 30 000 Kč patřilo 24 respondentů, následovala kategorie 10 001 - 15 000 Kč s 16 hlasy. 15 respondentů uvedlo, že patří do kategorie 10 000 Kč a méně, což převážně uváděli studenti. O další příčku se podělily kategorie 50 000 Kč a více a 20 001 - 25 000 Kč, které získaly po 13 hlasech. Nejméně početnou skupinou byla kategorie 15 001 - 20 000 Kč, do které patřilo 5 respondentů.

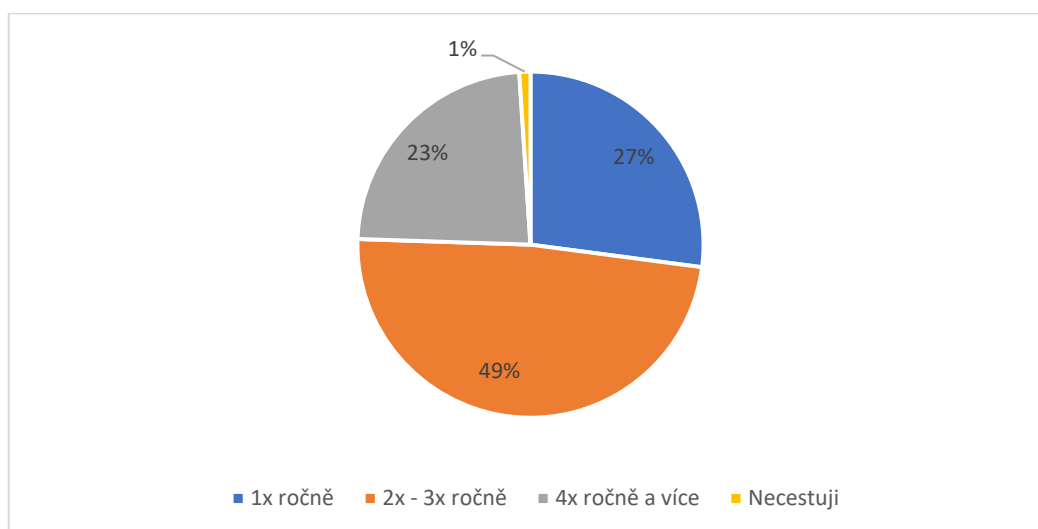
Obr. 30: Přehled respondentů dle průměrného měsíčního příjmu (Heterosexuálové)



Zdroj: vlastní zpracování, 2022

Po zobrazení veškerých demografických údajů jsou na řadě otázky, které se specializují na cestování. První otázka zjišťovala, jak často jezdí účastníci dotazníkového šetření do zahraničí. Téměř polovina, 93 respondentů, uvedla, že za hranice České republiky jezdí 2x – 3x ročně. Odpovědi 1x ročně a 4x a ročně a více získaly velmi podobné množství hlasů, 1x ročně jezdí do zahraničí 52 respondentů, 4x ročně a vícrát 45 dotázaných. V nabídce odpovědí byla i možnost, že lidé necestují, což vybrali pouze dva jedinci. Odpovědi znázorňuje obrázek 31.

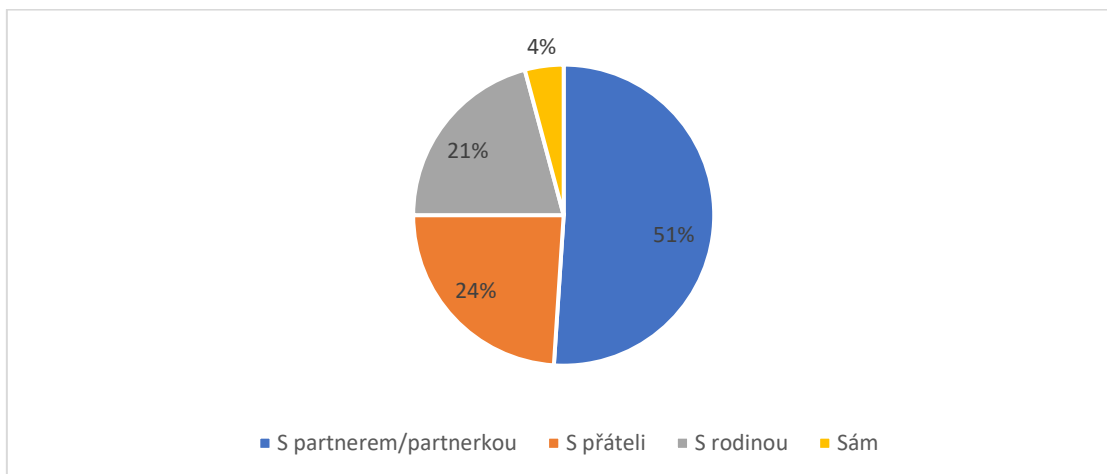
Obr. 31: Četnost cest do zahraničí (Heterosexuálové)



Zdroj: vlastní zpracování, 2022

Další otázka měla za cíl zjistit, zda dotazovaní jezdí do zahraničí sami nebo kdo je doprovází. 98 respondentů uvedlo, že cestují s partnerem nebo s partnerkou. S přáteli jezdí na dovolené 46 dotázaných a s rodinou cestuje 40 respondentů. Pouze 8 jedinců upřednostňuje cestovat o samotě. Obrázek 32 zobrazuje odpovědi této otázky.

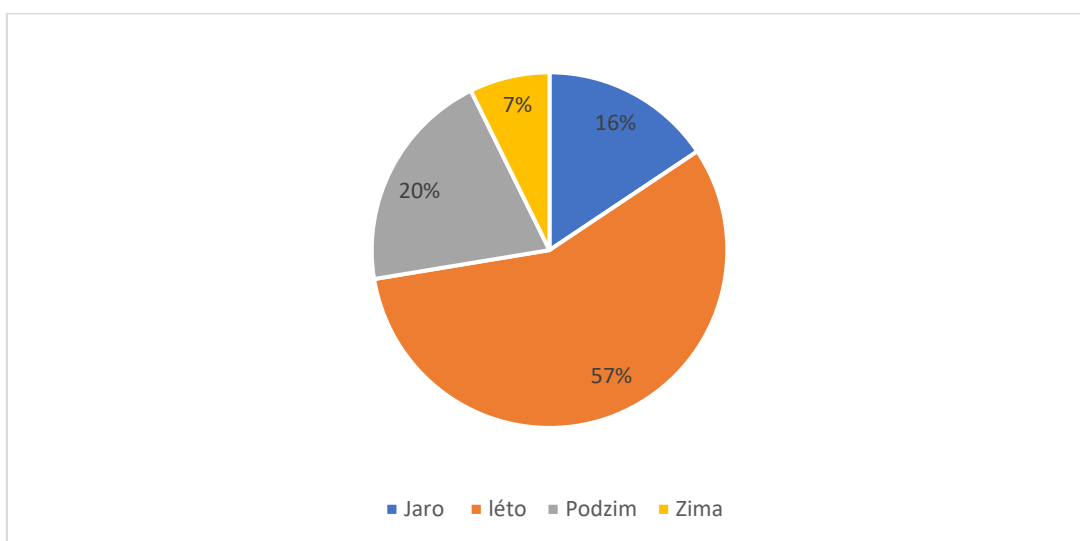
Obr. 32: Volba doprovodu na dovolené (Heterosexuálové)



Zdroj: vlastní zpracování, 2022

Třetí otázka se dotazovala na nejoblíbenější roční období, ve kterém jedinci cestují. Nejoblíbenějším časem se stalo léto, které získalo 109 hlasů, poté následoval podzim se 39 hlasy. Na třetím místě skončilo jaro, které si zvolilo 30 respondentů. Zima obdržela 14 odpovědí a stala se tak nejméně častým obdobím, kdy respondenti cestují. Rozbor je viditelný na obrázku 33.

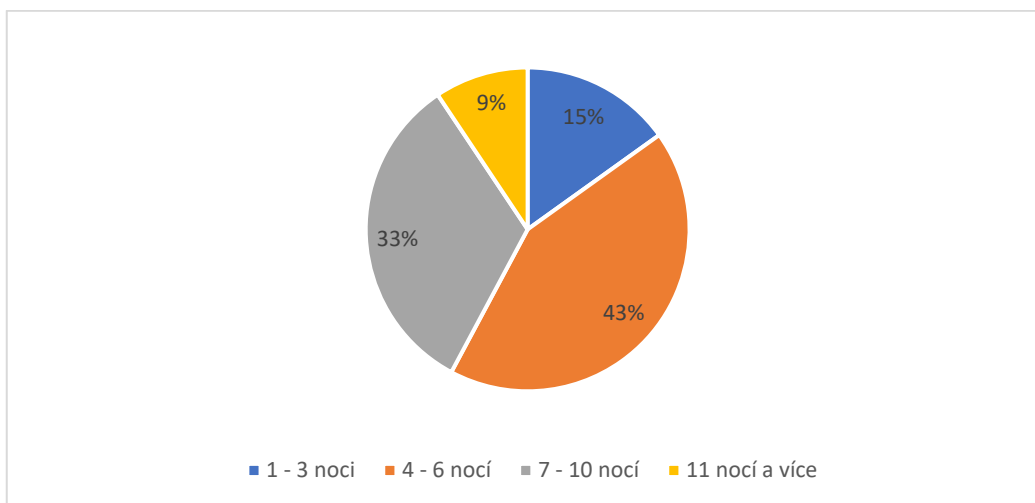
Obr. 33: Roční období dle oblíbenosti vzhledem k cestování (Heterosexuálové)



Zdroj: vlastní zpracování, 2022

Následující otázka se zaměřovala na to, kolik nocí v průměru stráví respondenti na dovolené. Z obrázku 34 je viditelné, že 82 respondentů je na dovolené průměrně 4-6 nocí. 63 dotazovaných uvedlo, že při cestování jsou ubytováni průměrně 7-10 nocí. 1-3 noci zvolilo jako odpověď 29 respondentů. Nejméně odpovědí získala možnost 11 nocí a více, kterou si vybralo 18 osob účastnících se dotazníkového šetření.

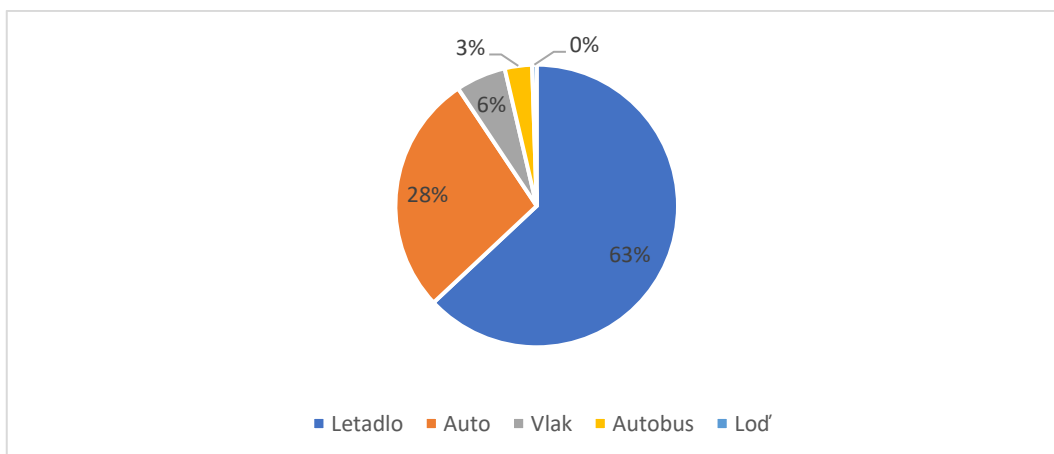
Obr. 34: Průměrný počet strávených nocí na dovolené (Heterosexuálové)



Zdroj: vlastní zpracování, 2022

Otázka číslo pět zjišťovala, který dopravní prostředek je nejčastěji využíván při cestování do zahraničí. 121 respondentů zmínilo, že nejčastěji využívá letecké dopravy. 53 dotázaných uvedlo, že k cestování využívá auto. Zbylé tři varianty si vybralo velmi málo dotázaných. Vlákem cestuje 11 respondentů, autobus využívá 6 dotazovaných a loď zvolil pouze jeden člověk. Odpovědi jsou zachyceny na obrázku 35.

Obr. 35: Dopravní prostředky dle oblíbenosti vzhledem k cestování (Heterosexuálové)



Zdroj: vlastní zpracování, 2022

Šestá otázka se zaměřovala na to, v jakém státu proběhla poslední dovolená jednotlivého respondenta. Všechny země, které byly v odpovědích zmíněny, jsou zachyceny v tabulce 3 a jsou seřazené od té, která získala nejvíce hlasů. Nejvíce navštěvovanou zemí se stala Itálie, uvedlo ji 26 respondentů. Na druhém místě bylo Rakousko s 24 hlasy, poté následoval Egypt s 15 hlasy. Další zemí bylo Španělsko, kde dovolenou strávilo 14 dotázaných, na pátém místě bylo uvedeno Řecko, které navštívilo 12 respondentů. Mezi dalšími státy, které účastníci dotazníkového šetření zmiňovali, byly například Turecko, Francie, Srí Lanka, Kostarika, Japonsko a mnoho dalších.

Tab. 3: Státy, ve kterých proběhla poslední dovolená respondentů (Heterosexuálové)

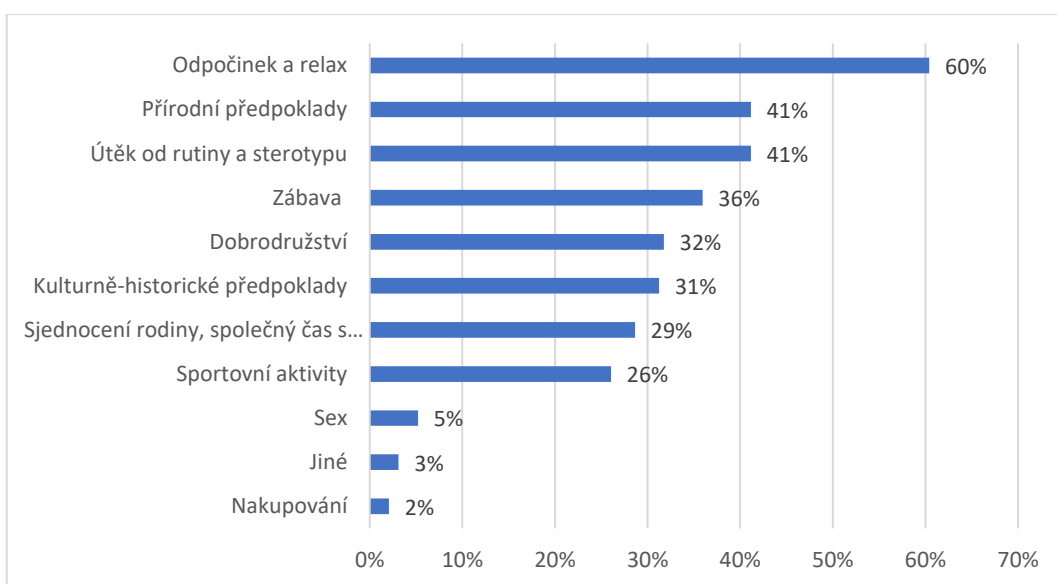
Země	Počet respondentů
Itálie	26
Rakousko	24
Egypt	15
Španělsko	14
Řecko	12
Chorvatsko	11
Velká Británie	7
Slovensko	6
Kanárské ostrovy	6
Nizozemsko	6
Turecko	5
Maďarsko	5
Francie	5
Skotsko	4
Portugalsko	4
Belgie	4
Spojené arabské emiráty	3
Tunis	3
Dánsko	3
Spojené státy americké	2
Švédsko	2
Srí Lanka	2
Německo	2
Izrael	2
Jordánsko	2
Polsko	2
Kostarika	2
Lotyšsko	2
Dominikánská republika	2
Malta	1

Finsko	1
Norsko	1
Maledivy	1
Tanzánie	1
Japonsko	1
Maroko	1
Mexico	1
Bulharsko	1

Zdroj: vlastní zpracování, 2022

Následující otázka zjišťovala, jaké jsou hlavní motivy, které účastníky přivádějí k cestování. Otázka obsahovala deset možností, ze kterých mohli respondenti zvolit maximálně tři odpovědi. 116 respondentů vybralo možnost odpočinek a relax, což byl nejčastější motiv k podniknutí cesty do zahraničí. Druhou nejčastější odpovědí byl útek od rutiny a stereotypu a zároveň také přírodní předpoklady, obě možnosti získaly po 79 hlasech. 69 respondentů vybralo jako motiv k cestování zábavu, 61 dotázaných zvolilo dobrodružství a 60 respondentů vybralo kulturně-historické předpoklady. Sjednocení rodiny či společný čas s partnerem nebo partnerkou si jako motiv vybralo 55 respondentů, sportovní aktivity si zvolilo 50 respondentů. Poté následoval sexuální motiv dovolené, který zmínilo 10 dotazovaných. 6 účastníků výzkumu si vybralo možnost jiného motivu a pouze 4 dotázaní, což bylo nejméně hlasů, určili motiv nakupování. Přehled motivů je zobrazen na obrázku 36.

Obr. 36: Motivy respondentů k cestování (Heterosexuálové)

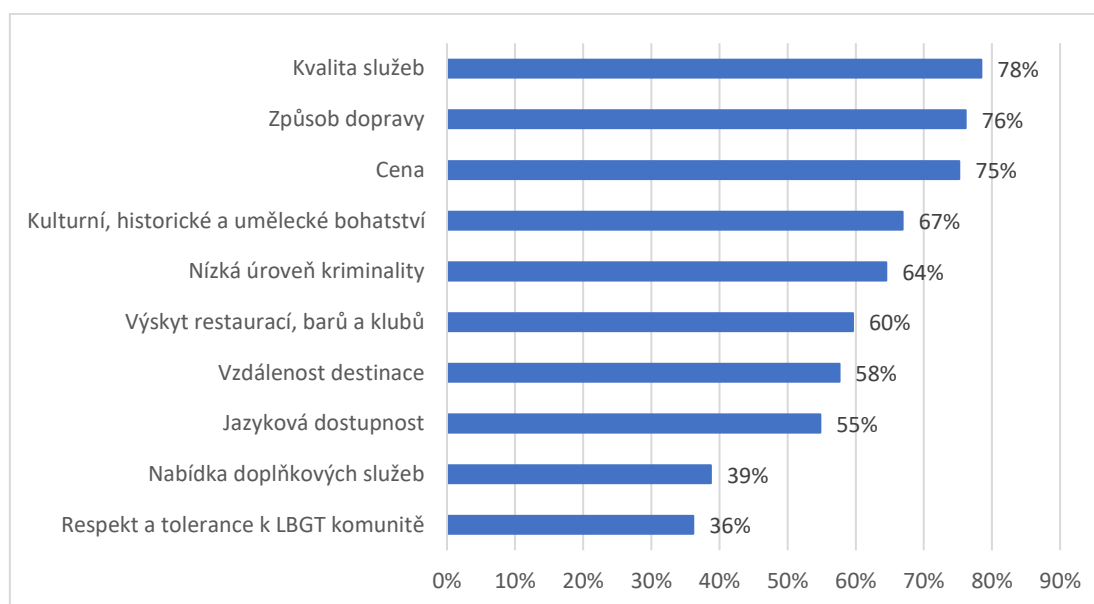


Zdroj: vlastní zpracování, 2022

Osmá otázka se zabývala tím, jak důležité jsou pro respondenty zmíněné aspekty. Otázka obsahovala deset aspektů, u kterých museli účastníci dotazníkového šetření zvolit důležitost, přičemž číslo 5 znamenalo velmi důležité a naopak číslo 1 nedůležité. Jako nejdůležitější aspekt při výběru dovolené byla zvolena kvalita služeb, která obdržela 78 %. Faktor dopravy získal 76 % a cena 75 %. Poté bylo dle důležitosti zvoleno kulturní, historické a umělecké bohatství, které bylo vybráno v 67 %. Následoval faktor nízké úrovně kriminality (64 %) a poté faktor výskytu restaurací, barů a klubů (60 %). Vzdálenost cílové destinace nebyla pro respondenty natolik důležitá, jelikož získala 58 %, stejně tak jako jazyková dostupnost, která obdržela 55 %. Nabídka doplňkových služeb se stala velmi málo důležitým aspektem (39 %), nejméně podstatné je však pro heterosexuální respondenty respekt a tolerance k LGBT komunitě (36 %).

Výsledky této otázky jsou zobrazeny na obrázku 37.

Obr. 37: Důležitost jednotlivých aspektů pro respondenty (Heterosexuálové)

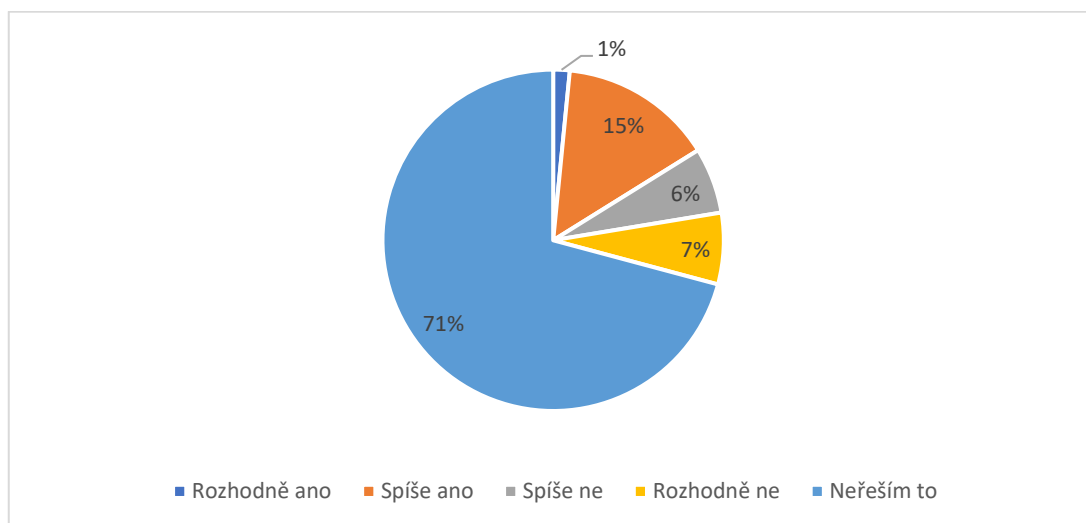


Zdroj: vlastní zpracování, 2022

Poslední dvě otázky se zaměřovaly na LGBT tematiku vzhledem k cestování. Otázka číslo devět měla za cíl zjistit, zda je pro respondenty důležité, aby cílová destinace akceptovala LGBT komunitu. Pro 136 dotazovaných se jedná o faktor, který vůbec neřeší a je jim jedno, zda vybraná země LGBT segment respektuje. 28 respondentů uvedlo, že jim na tom spíše záleží, přičemž rozhodně důležité je to pouze pro 3 dotazované. 13 lidí zodpovědělo, že tento faktor pro ně rozhodně důležitý není a dalších 12 zmínilo, že to pro ně spíše není důležité. Odpovědi jsou zachyceny na obrázku 38.



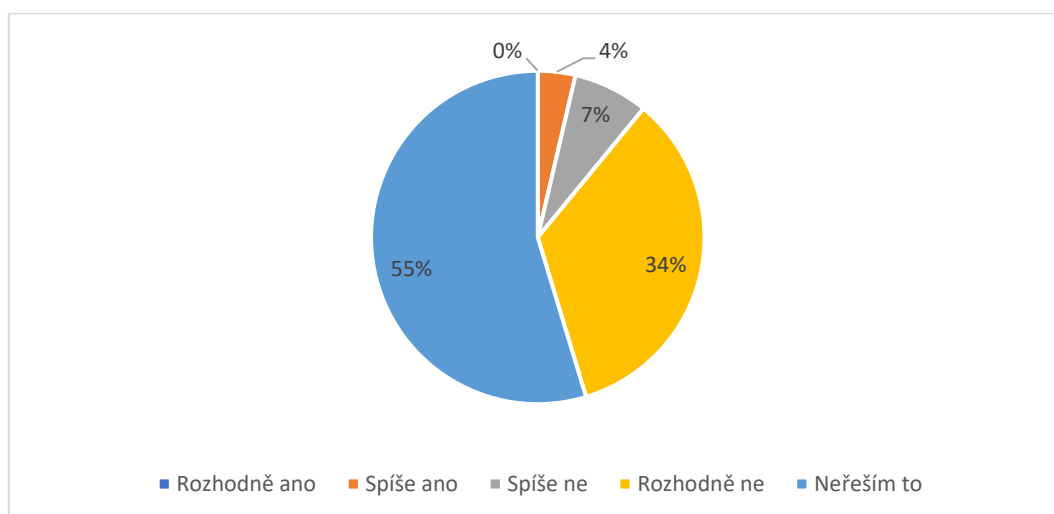
Obr. 38: Důležitost akceptování LGBT komunity cílovou destinací (Heterosexuálové)



Zdroj: vlastní zpracování, 2022

Poslední otázka se dotazovala, zda respondenti vnímají negativně, pokud je vybrané ubytovací zařízení LGBT friendly. Nejvíce odpovědí, od 105 dotázaných, získala možnost, že to vůbec neřeší, což znamená, že na obě varianty jsou pro ně v pořádku. 66 dotázaných uvedlo, že jim rozhodně nevadí, pokud je vybrané ubytování LGBT friendly a spíše to nevadí 14 osobám, které se dotazníkového šetření účastnily. Pouze 7 respondentů potvrdilo, že jim spíše vadí, pokud by v takovém ubytování nocovali. Žádný z dotázaných nevedl, že by mu rozhodně vadilo, pokud by se měl ubytovat v hotelu, který by byl LGBT friendly. Jednotlivé odpovědi účastníků dotazníkového šetření jsou zachyceny na obrázku 39.

Obr. 39: Negativní vnímání LGBT friendly ubytování (Heterosexuálové)



Zdroj: vlastní zpracování, 2022

### 5.3 Hypotézy

Tato podkapitola se zaměřuje na ověření a vyhodnocení hypotéz. Autorka výzkumu stanovila celkem tři výzkumné hypotézy. K ověření statistických hypotéz byla zvolena hladina významnosti 0,05.

První hypotéza je zaměřena na porovnání, nakolik jsou respekt a tolerance k LGBT komunitě považovány za důležitý aspekt při výběru cílové destinace. Testované hypotézy jsou následující:

**H0: Respekt a tolerance k LGBT komunitě je stejně důležité kritérium pro obě skupiny respondentů.**

**H1: Respekt a tolerance k LGBT komunitě je různě důležité pro dané dvě skupiny respondentů.**

V tabulce 4 níže je uvedeno, kolik procent respondentů přiřadilo jednotlivá hodnocení důležitosti kritériu Respekt a tolerance k LGBT komunitě.

Tab. 4: Respekt a tolerance k LGBT komunitě

	1	2	3	4	5
Heterosexuálové	53.13%	18.75%	23.44%	3.65%	1.04%
LGBT	15.53%	18.45%	22.33%	28.16%	15.53%

Zdroj: vlastní zpracování, 2022

K exaktnímu ověření hypotézy byl použit  $\chi^2$  test nezávislosti v kontingenční tabulce. P-hodnota testu je menší než 0,01, na hladině významnosti 0,05 zamítáme nulovou hypotézu. Respekt a tolerance k LGBT komunitě jsou různě důležité pro skupinu s heterosexuální a pro skupinu s LGBT orientací.

Další hypotéza porovnává, s kým osoby z obou skupin nejčastěji cestují. Hypotézy jsou následující:

**H0: Skutečnost, s kým nejčastěji dané osoby cestují, se neliší pro obě skupiny respondentů.**

**H1: Skutečnost, s kým nejčastěji dané osoby cestují, se liší pro obě skupiny respondentů.**

V tabulce 5 je uvedeno, kolik procent respondentů vybralo jednotlivé skupiny osob jako ty, s kterými nejčastěji cestují.

Tab. 5: Volba doprovodu na dovolené

	S partnerem/partnerkou	S přáteli	S rodinou	Sám
Heterosexuálové	51.04%	23.96%	20.83%	4.17%
LGBT	46.60%	36.89%	11.65%	4.85%

Zdroj: vlastní zpracování, 2022

K exaktnímu ověření hypotézy byl opět použit  $\chi^2$  test nezávislosti v kontingenční tabulce. P-hodnota testu je 0,057, což je více, než stanovená hladina významnosti 0,05. Nepodařilo se tedy prokázat, že by existoval rozdíl v tom, s kým lidé cestují, v závislosti na jejich sexuální orientaci.

Poslední hypotéza porovnává, nakolik je důležitý výskyt restaurací, barů a klubů pro obě skupiny respondentů. Hypotézy jsou následující:

**H0: Výskyt klubů, restaurací a barů je stejně důležité kritérium pro dané dvě skupiny respondentů.**

**H1: Výskyt klubů, restaurací a barů je různě důležité kritérium pro dané dvě skupiny respondentů.**

V tabulce je uvedeno, kolik procent respondentů přiřadilo jednotlivá hodnocení důležitosti kritériu Výskyt restaurací, barů a klubů.

Tab. 6: Výskyt restaurací, barů a klubů

	1	2	3	4	5
Heterosexuálové	10.42%	22.92%	32.81%	26.04%	7.81%
LGBT	6.80%	5.83%	20.39%	36.89%	30.10%

Zdroj: vlastní zpracování, 2022

K exaktnímu ověření hypotézy byl opět použit  $\chi^2$  test nezávislosti v kontingenční tabulce. P-hodnota testu je méně než 0,01, což je méně než stanovená hladina významnosti 0,05. Výskyt restaurací, barů a klubů je tedy různě důležité kritérium pro skupinu heterosexuální a pro skupinu s LGBT orientací.

## 5.4 Závěr dotazníkového šetření

Dotazníkové šetření bylo zpracováno z důvodu zjištění základních informací, které se vztahují k cestování LGBT segmentu a heterosexuálních jedinců. Cílem bylo zjistit, zda mezi těmito skupinami panuje rozdíl ve výběru dovolené, zda mají odlišné motivátory k uskutečnění cesty do zahraničí, jaké roční období nebo dopravu preferují či jak se soustředí na pohled vybrané destinace na LGBT komunitu.

Z hlediska demografických údajů bylo cílem mít podobná zastoupení v obou dvou skupinách. U LGBT segmentu převládali respondenti muži, naopak u heterosexuálů odpovídalo více žen. V obou skupinách patřili nejčastěji dotazovaní do věkové kategorie 18-29 let, což je považováno za období, kdy většina lidí cestuje a poznává svět. Co se týče vzdělání, tak u LGBT respondentů převládalo středoškolské nebo vyučení s maturitou, naopak u heterosexuálů více jak polovina účastníků měla ukončené vysokoškolské vzdělání. Přes 70 % respondentů v obou skupinách bylo zaměstnaných a nejčastější odpovědí taktéž v obou skupinách byl průměrný měsíční příjem mezi 35 001 a 40 000 Kč.

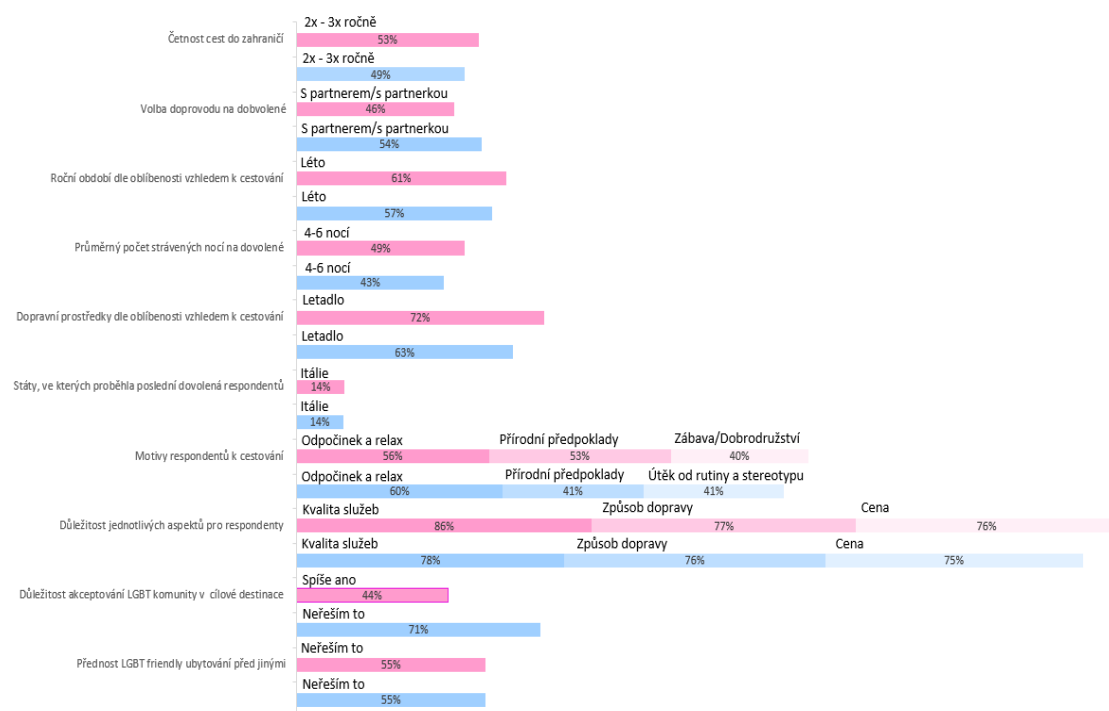
V obou skupinách respondenti nejčastěji uvedli, že cestují 2x-3x ročně a většinou s partnerem nebo partnerkou. Cestování bez jakéhokoliv doprovodu neupřednostňuje ani LGBT komunita ani heterosexuální jedinci. Mezi období, ve kterém respondenti nejvíce cestují, se zařadilo léto, což svědčí o tom, že lidé mají k cestování nejvíce volného času a zároveň panují ideální klimatické podmínky i v Evropě, není tak potřeba jezdit za teplem k moři do exotiky nebo vzdálenějších zemí. Dotazovaní se shodli na tom, že na dovolené nejčastěji stráví 4-6 nocí a k cestování využívají hlavně letecké dopravy, popřípadě do bližších destinací jedou autem. Naopak lodní, autobusovou a vlakovou dopravu využívá velmi malé množství všech dotázaných. Nejvíce zmiňovanou zemí, kde respondenti strávili svoji poslední dovolenou, byla v obou skupinách Itálie. Lze předpokládat, že Itálie se stala nejnavštěvovanější zemí z mnoha důvodů – může to být například velké množství památek, moře, příjemnější teploty než u nás, lyžařská střediska, gastronomie, místní atmosféra a také covidová opatření. Mezi nejčastější motivy, proč LGBT dotazovaní cestují, jsou odpočinek a relax, přírodní předpoklady, dobrodružství a zábava. U heterosexuální skupiny respondentů byly zvoleny jako nejčastější pohnutky odpočinek a relax, přírodní předpoklady, útěk od rutiny a stereotypu a zábava. Z toho je zřejmé, že motivy pro cestování jsou u obou skupin téměř totožné a ani jedna z nich nemá naprosto

odlišný důvod k tomu, aby se vydala na dovolenou. Co se týče aspektů, které jsou pro cestovatele důležité, tak pro obě skupiny respondentů jsou podstatné stejné aspekty při výběru dovolené. Těmi, na které dotázaní nejvíce dbají, jsou kvalita služeb, způsob dopravy a cena. Významný rozdíl byl u aspektu, který odkazoval na respekt a toleranci k LGBT komunitě – u LGBT respondentů se tento faktor objevil přibližně v prostředku seřazených faktorů, zatímco u heterosexuálních dotázaných skončil na posledním místě. Toto seřazení dle důležitosti není překvapivé, jelikož jedinci LGBT komunity si o budoucí cílové destinaci zjišťují informace, jaký má země na danou tematiku názor, na rozdíl od heterosexuálních turistů, kteří to většinou neřeší, neboť se jich to netýká. Poslední otázky dotazníkového šetření se zabývaly vnímáním LGBT problematiky. Většina respondentů z LGBT komunity uváděla, že je pro ně spíše důležité nebo rozhodně důležité (celkem 70 %), aby vybraná destinace respektovala tuto komunitu, 21 % zmínilo, že tento fakt neřeší. Naopak 71 % respondentů z heterosexuální skupiny uvedlo, že tuto skutečnost vůbec neřeší. V návaznosti na zmíněnou otázku více než polovina neheterosexuálně orientovaných sdělila, že neřeší, zda je vybrané ubytování v cílové destinaci LGBT friendly, 28 % z nich uvedlo, že takovému ubytování dávají spíše přednost. V heterosexuální skupině se zjišťovalo, zda na respondenty působí LGBT friendly ubytování negativně, přičemž 55 % zmínilo, že to neřeší, 34 % uvedlo, že to na ně rozhodně nepůsobí negativně. Příjemným poznatkem bylo, že nikdo neodpověděl, že by tuto skutečnost vnímal rozhodně negativně.

Dotazníkové šetření zjistilo, že oba segmenty si vybírají dovolenou na základě podobných faktorů a dbají na obdobná kritéria, jako je například kvalita služeb, cena či způsob dopravy. Cestující z obou skupin se shodují na hlavních motivech, proč se cestovního ruchu účastní. Pouhým nesouladem bylo, že cestující LGBT segmentu si více zjišťují o dané zemi, jaký má názor na LGBT problematiku, aby nedošlo k nepříjemnostem či negativním překvapením. Tento postoj je pochopitelný, avšak z výzkumu také vyplynulo, že 55 % LGBT respondentů neřeší, zda je vybrané ubytování LGBT friendly. Heterosexuálové uváděli, že 71 % z nich neřeší, zda cílová destinace akceptuje LGBT komunitu či nikoliv. Zároveň se vyjádřili, že 55 % neřeší ani to, zda je ubytování LGBT friendly nebo ne. Poslední dvě otázky byly ty, ve kterých se odpovědi jednotlivých skupin částečně lišily, nešlo však o žádné markantní rozdíly, které by zcela ovlivnily nákupní chování při výběru dovolené.

Porovnání získaných dat napříč respondenty z LGBT segmentu a heterosexuálními jedinci je zachyceno na obrázku 40. Graf zobrazuje odpověď, která byla vybírána s největší četností jak u členů z LGBT komunity, tak u heterosexuálů. Otázka, která zjišťovala, ve kterém státu proběhla poslední dovolená, zobrazuje v grafu zemi, která získala největší počet odpovědí. Zároveň sedmá a osmá otázka má v grafu zastoupení tři nejvíce vybíraných kritérií a aspektů.

Obr. 40: Porovnání odpovědí LGBT segmentu a heterosexuálů



Zdroj: vlastní zpracování, 2022

## 6 Hlubkové rozhovory

Hlubkové rozhovory představovaly další metodu výzkumu, která byla využita pro sesbírání dat. Hlubkový rozhovor, který se nazývá také in-depth interview, patří k nejdůležitějším metodám kvalitativního výzkumu. Metodu je možné vymezit jako nestandardizované dotazování, přičemž je obvykle přítomen jeden tazatel a jeden respondent. Cílem není zajistit velké množství dat, ale dbá se na menší objemy, které jsou zároveň obohaceny o chování respondentů, jejich pocity a důvody jejich chování. Mezi typické otázky, které se používají v průběhu výzkumu, patří Kdo, Proč a Jak. (Hendl, 2008)

### 6.1 Metodika výzkumu

Hlubkové rozhovory byly v této diplomové práci využity k získání bližších informací a zároveň potvrzení dat, která byla sesbírána pomocí dotazníkového šetření. Cílem bylo rozvinout odpovědi z dotazníků a zjistit konkrétnější důvody a motivy respondentů. Rozhovory tak vedly k prohloubení získaných dat. K rozhovorům bylo vybráno 14 účastníků z LGBT komunity a 14 účastníků, kteří patří mezi heterosexuály. Respondenti byli vybíráni cíleně, aby skupina měla podobné charakteristické rysy a bylo tak možné odpovědi porovnat. Dotazování byli následně vybráni z řad kamarádů, známých a zprostředkovaně přes přátele, kteří znají osobu, která byla pro rozhovor vhodná. Tato doporučení se týkala zejména LGBT komunity, neboť tam se kandidáti hledali obtížněji. Z důvodu aktuální situace probíhaly rozhovory online pomocí různých platforem, například FaceTime, Skype, Messenger, Google Meet či WhatsApp. Jelikož výzkum probíhal online, tak bylo jednodušší se domluvit na časových možnostech, doba byla flexibilnější a nebylo tak náročné účastníky získat. Hlubkové rozhovory probíhaly v měsíci březnu a dubnu 2022. Respondenti byli dopředu seznámeni, že se bude jednat o hlubkový rozhovor, přičemž je potřeba mít zapnutou i web kameru, právě z důvodu zachování validity. Zároveň byli upozorněni na to, že rozhovor bude nahráván, aby po jeho skončení mohla být získaná data správně zaznamenána a nedošlo k chybě. Všichni respondenti byli také ujištěni o tom, že data použitá v práci budou anonymní, nebudou tak u jednotlivých odpovědí uvedena jejich jména.

Po veškerých výše uvedených náležitostech, které se domlouvaly dopředu s potenciálním respondentem, bylo možné přistoupit k samotnému rozhovoru. Tazatel měl dopředu

předpřipravené otázky, tudíž se jednalo o polostrukturovaný rozhovor. Otázky sloužily jako osnova, okolo které se rozhovor točil, nicméně každý z respondentů mu vdechl jiný směr, což bylo velmi cenné. Dotazovaní otázky dopředu neznali, a proto bylo potřebné jim dát prostor k zamyšlení se, aby mohli následně vykonstruovat svoji odpověď. Z časového hlediska se náročnost rozhovorů pohybovala mezi 10 až 20 minutami, v závislosti na tom, jak dlouho vybraný respondent přemýšlel a jak dlouhé odpovědi na otázky poskytoval nebo zda se rozhovor stočil jiným směrem. V první části rozhovoru proběhlo představení tazatele a také byly zmíněny detaily o diplomové práci, pro jejíž účely bude výzkum použit. Následně proběhly jednoduché otázky, které směřovaly na dotazovaného a které posloužily k uvolnění atmosféry. Poté se přistoupilo již k samotným otázkám výzkumu. V závěru rozhovoru bylo dotazovanému poděkováno za jeho čas a za všechny uvedené informace. Zároveň byl dán prostor pro dotazy nebo specifické oblasti, ke kterým by bylo potřeba se vrátit. Ve většině případů to však nebylo potřeba, jelikož vše bylo již zmíněno v průběhu rozhovoru, na který byl vymezen dostatek času. Na konec proběhlo rozloučení a ukončení daného šetření.

## **6.2 Vyhodnocení hloubkových rozhovorů**

Jak již bylo zmíněno, tak celkem bylo provedeno 28 hloubkových rozhovorů, přičemž polovina účastníků byla heterosexuálních a druhá polovina byli členové LGBT komunity. Struktura otázek byla u obou skupin stejná, aby následně bylo možné odpovědi a získaná data co nejlépe porovnat. Otázky, které byly zaměřené spíše na LGBT segment, byly částečně upraveny a heterosexuální respondenti reagovali adekvátně, případně se dalo téma rozvinout, což je jednou ze značných výhod hloubkového rozhovoru. Celkem bylo v osnově 13 otázek, kolem kterých se rozhovor linul. První část rozhovoru se týkala výběru dovolené, poslední navštívené destinace, s tím spojených zkušeností a také padl dotaz, zda je aktuálně další návštěva jiné země plánována. Druhá část otázek mířila zejména na turismus spojený s LGBT tematikou. Samotným otázkám ještě předcházelo zjištění základních informací o respondentovi, jako je věk, pohlaví nebo ekonomický status. Respondenti byli vybráni tak, aby se jednalo o podobnou věkovou skupinu, rozmezí je tedy mezi 22 a 33 lety. Zároveň se šetření účastnili muži i ženy.



### 6.2.1 Vyhodnocení rozhovorů v LGBT segmentu

První otázka zkoumala, co rozhoduje při výběru dovolené a čím je ovlivněno rozhodování. Odpovědi se z větší části shodovaly, mezi rozhodováním a následným uskutečněním zájezdu hrála roli finanční náročnost, čas, roční období nebo pracovní vytížení. Většina respondentů uváděla, že nejpodstatnější je cílová destinace, kam si přejí jet. V daném místě by pak chtěla navštívit památky, poznat místní kulturu, přírodu a také gastronomii. Pouze tři dotazovaní uvedli, že cílovou destinaci vybírají i podle toho, jaký má názor na LGBT komunitu a jak se k ní chová.

Druhá otázka se zaměřovala přímo na aspekty, které jsou důležité při výběru konkrétní destinace. Mezi nejčastěji zmiňované patřilo počasí, poměr cena a výkon, bezpečnostní situace spojená nejen s politickou scénou a v neposlední řadě již zmíněné památky a jiné atraktivity daného místa. Respondent č. 7 vyzdvihoval pozitivní zkušenosti známých, jelikož v takovém případě je jistota, že vše bude v pořádku. Respondent č. 14 uvedl LGBT friendly přístup navštívené země, což byl však jediný člověk, který jej zmínil v souvislosti s touto otázkou.

Třetí otázka zjišťovala, jaké období je nejoblíbenější pro turismus. Téměř polovina dotázaných uvedla, že jim na období nezáleží, avšak rozhodují se podle aktuální časové dostupnosti, podle vybraného místa a místního počasí, jelikož ne každou destinaci je vhodné navštívit kdykoliv. Pět respondentů uvedlo, že nejraději si dopřejí dovolenou v létě, a to ideálně u moře. Jako benefit letního období uvedli teplo, čas a větší možnosti dalšího vyžití, jelikož je sezóna. Jaro bylo uvedeno ve třech případech, převážně z důvodů pracovního vytížení, anebo pro mimo sezónu. Podzim ani zima nepatřily mezi oblíbená období, kdy by dotazovaní rádi cestovali.

Čtvrtá otázka se týkala poslední uskutečněné dovolené a spokojenosti. V odpovědích se vyskytovaly státy Evropy nebo jednotlivá místa České republiky (v případě respondentů č. 8, 13 a 14). Pouze respondent č. 12 uvedl jako poslední navštívenou destinaci Jihoafrickou republiku a respondent č. 2 Egypt. Všichni dotázaní se shodli, že byli spokojeni se službami a s atraktivitami vybrané destinace. Pouze respondent č. 8 uvedl, že s dovolenou úplně spokojen nebyl, ale to bylo bohužel zapříčiněno nemocí, což není faktor, který by se dal ovlivnit.

Následující otázka navazovala na předchozí a zjišťovala, zda jejich poslední dovolená splnila očekávání a zda se naskytlo něco, co je překvapilo. Všichni respondenti kromě

dvou uvedli, že vybraná dovolená splnila jejich očekávání. Respondent č. 2 uvedl, že na dovolené bylo moc velké teplo, nuda a hlavně otravní lidé. Jelikož jeho poslední dovolená proběhla v Egyptě, tak podotkl, že jej v blízké budoucnosti navštívit neplánuje. Respondent č. 7 pronesl, že nikdy žádná očekávání nemá, jelikož s přílišným očekáváním přicházejí velká zklamání. Bylo to zde myšleno celkově ke stylu života, nejenom v návaznosti na výběr dovolené. Co se týče překvapení, tak povětšinou k žádnému nedošlo, jednalo se tak spíše o drobnosti jako nespokojenost se snídaní nebo naopak lepší kvalita ubytování. Respondent č. 6 zmínil, že na poslední dovolené u moře bylo vše krásně pro oči turistů, avšak za rohem to bylo zcela odlišné a dost ubohé. Naopak respondent č. 4 byl zaražen tím, když každé ráno ve Španělsku myli ulice vodou, což obzvláště v dnešní době považoval za naprosto zbytečné a velké mrhání.

Otázka číslo šest se ptala na to, zda dotazovaní přemýšlejí nebo plánují další dovolenou. Kromě respondentů č. 13 a 14 všichni souhlasili s tím, že mají dovolenou již naplánovanou a zaplacenou, nebo nad tím minimálně uvažují. Osm z nich má dovolenou již zamlouvanou, někteří dokonce vyrážejí již příští měsíc. Čtyři osoby uvedly, že usilovně přemýšlejí a mají i vybrané destinace, ale jejich plány ještě nemají konkrétní podobu, například kvůli bezpečnostní či zdravotní situaci.

Následující otázka zkoumala, jestli respondenti řeší, zda je vybraná destinace nebo ubytování LGBT friendly. V tomto případě nebyly odpovědi zcela stejné. Sedm dotazovaných uvedlo, že to vůbec neřeší, cílovou destinaci si vybírají na základě toho, co chtějí vidět, jakými disponuje památkami, jakou má historii a místní kuchyni. Dva respondenti se shodli na tom, že to řeší tak napůl. Zajímavý byl názor respondenta č. 11, který uvedl, že vidí velký rozdíl mezi LGBT friendly a LGBT neutrální. Zdůraznil, že nepotřebuje, aby se na něj někdo usmíval a měl k dispozici speciální program nebo bary, ale bohatě postačí, pokud si bude moci v klidu užít dovolenou bez hloupých poznámek a problémů. Zbývajících pět respondentů se shodlo, že hledí i na tento faktor, jelikož chtějí se na dovolené uvolnit a prožít ji v poklidu, aniž by museli řešit, jestli dojde k nějaké nepříjemnosti.

V pořadí osmá otázka se věnovala účasti na výletu, zájezdu nebo eventu, který byl spojen s LGBT tematikou. Většina dotazovaných se shodla na tom, že se výletu nebo zájezdu, který by byl spojený s touto tematikou nikdy neúčastnila. Pouze respondent č. 7 uvedl, že se účastnil platby lodí, která byla zaměřena pouze pro homosexuálně orientované osoby a respondent č. 12, který zdůraznil, že rád navštěvuje speciální akce a party, které jsou

určeny tomuto segmentu. Mimo to se ještě tři respondenti vyjádřili, že v minulosti navštívili Prague Pride

Devátá otázka navazovala na předchozí a týkala se budoucí účasti na již zmíněných akcích, které jsou spojeny s LGBT segmentem. V tomto případě se respondenti rozdělili přesně na dvě poloviny, přičemž první z nich uvedla, že rozhodně neplánuje, jelikož jim to není příjemné, stydí se nebo nepodporuje tohle prezentování LGBT komunity. Naopak zbylých sedm dotazovaných odpovědělo, že účast na pochodech v budoucnu plánuje. Například respondent č. 12 zmínil, že mu přijde fajn se potkávat i s jinými homosexuály a vzájemně si vyměňovat i poznatky a zkušenosti nejen z oblasti cestování.

Následující otázka se zaměřovala na zajištění dovolené, zda přes cestovní kancelář nebo na vlastní pěst, a zároveň se dotkla tématu cestovní kanceláře, jež by se specializovala na LGBT klientelu. Většina odpovídala, že si svoje cesty zajišťuje sama, pouze dva dotázaní uvedli, že využívají služeb cestovní kanceláře. Naopak tři jedinci zmínili, že využívají obojího. V případě dovolené, která je krátká a v bližší vzdálenosti, tak si ji plánují sami, pokud se však jedná o destinaci, která je situována mimo Evropu nebo je její zajištění složitější, tak rádi využijí cestovní kanceláře. Co se týče námětu, aby fungovala cestovní kancelář pro LGBT segment, tak zde se odpovědi rozcházely. Někteří byli pro, jiní zase proti. U podporujících argumentů se objevila tvrzení, že by to bylo fajn zejména pro lidi bez zkušeností, kteří by tyto služby ocenili. Naopak na druhé straně se objevovaly názory, že by to bylo zbytečné a nevyužívané. Respondent č. 7 uvedl, že si nepřeje být separovaný od heterosexuálů, a proto nevidí žádný důvod, proč by měla existovat cestovní kancelář, která by vlastně separaci prohloubila. Zároveň také respondent č. 6 se vyjádřil, že nechce trávit dovolenou s jinými členy LGBT komunity.

Otázka číslo jedenáct se dotazovala na přiznání orientace na veřejnosti v průběhu cestování. Většina dotazovaných potvrdila, že svoji orientaci neskrývá a s partnerem si vzájemně svoji náklonnost vyznají. Nevidí problém v držení za ruku nebo políbení. Zároveň však bylo podotknuto, že je potřeba brát v potaz, do jaké destinace se jede a je třeba ctít i kulturu a zvyklosti dané země. Pokud to je tedy nevhodné, tak nemají problém s tím se přizpůsobit. Pouze tři respondenti uvedli, že svoji orientaci skrývají, jelikož jim to není příjemné. Vysvětlili však zároveň, že svoji orientaci skrývají i v České republice na veřejnosti a s partnerem se k náklonnostem uchylují pouze nebo v blízkosti nejbližších, kde se cítí bezpečně.

Otázka číslo dvanáct byla zaměřena na sexuální zážitek na dovolené a zjišťovala, zda respondenti někdy na takový typ dovolené jeli. Dvanáct dotazovaných uvedlo, že na dovolené, kde by faktorem návštěvy byl sexuální zážitek, nikdy nebyla a většina z nich by ani nejela. Pouze respondent č. 1 uváděl, že zatím nebyl, ale rád by v budoucnu jel na Ibizu. Respondent č. 12 také uváděl, že zkušenosti s tímto motivem nemá, ale rád by se zúčastnil gay cruise. Dva respondenti se zasmáli a potvrdili, že na dovolené, kde převažoval sexuální motiv, byli. Respondent č. 5 uváděl, že byl na Ibize a respondent č. 3 nechtěl specifikovat bližší detaily.

Poslední otázka měla za cíl zjistit, zda se dotazovaní setkali s negativními reakcemi nebo chováním k LGBT komunitě a případně zda by je to odradilo od příští návštěvy. Všichni zúčastnění až na respondenty č. 13 a 14 uvedli, že se s ničím negativním na svých cestách nesetkali. Respondent č. 2 uváděl, že se neseťkal, ale zároveň přizpůsobil svoje chování tak, aby nepříjemnosti nevyvolal. Většina dotazovaných uvedla, že by je negativní chování od další návštěvy neodradilo, případně se vyhýbají zemím, které nejsou k LGBT komunitě tolerantní. Respondent č. 9 uvedl, že vždy je dobré ctít kulturu dané země a pokud tam panuje ne úplně ideální vztah k homosexuálům, tak je dobré to tolerovat. Svoji odpověď zakončil tím, že přeci do chrámu si také na sebe nevezmete plavky.

### **6.2.2 Vyhodnocení rozhovorů u heterosexuálů**

První otázka zjišťovala, co rozhoduje při výběru dovolené. Odpovědi se zde překrývaly a shodovaly. Při rozhodování hraje roli cílová destinace, ať už taková, ve které zatím respondenti nebyli, nebo ta, ve které se jim líbilo a chtěli by se vrátit. S výběrem destinace se pojí i její atraktivita, kulturní a historické dědictví, gastronomie či zajímavá místa. Dále byla zmiňována cena za zájezd, za letenky nebo za ubytování. Rozhoduje také počasí, ať už v cílové destinaci, nebo v místě bydliště. Respondent č. 11 uvedl, že pokud je doma ošklivě, tak rád vyrazí někam za teplem, zároveň si přeje hezké počasí v cílové destinaci. V neposlední řadě byla zmiňována bezpečnost situace, což je také odrazem aktuálních událostí. Dotázaní také řeší vzdálenost a jak je možné se do destinace dostat. V návaznosti na to uváděl respondent č. 10, že dopředu zjišťuje, jaké jsou možnosti transportu z letiště. Výběr dovolené ovlivňuje i covidová pandemie, což potvrzuje respondent č. 4 ve své odpovědi, jelikož zmínil, že zemi, kterou plánuje navštívit, vybírá i na základě covidových restrikcí.

Druhá otázka se zaměřovala na konkrétní faktory, které ovlivňují výběr dovolené. Otázka se prolínala s první, tudíž některé atributy již byly zmíněny. Respondenti se shodli, že významná je poloha destinace a její dostupnost k moři. Vzdálenost hraje roli celkově u velké části dotazovaných – jedná se o vzdálenost do cílové destinace, vzdálenost od ubytování k moři nebo třeba vzdálenost od skibusu nebo lyžařského střediska. Mezi další aspekty patří poměr cena a výkon, respondenti si přejí kvalitní služby a zároveň nabídku nějakého jiného vyžití. Na počasí, které převládá v průběhu dovolené, se shodlo také větší množství respondentů, stejně tak jako na bezpečnosti situaci. Respondent č. 4 zmínil covidové restriktce, respondent č. 10 uváděl aktuální omezení vzhledem ke covidu (karanténa, testy apod.). Respondent č. 6 neopomněl připomenout, že čistota je také důležitým kritériem. V souvislosti s počasím a podnebím se ještě vyjádřil respondent č. 12, který uvedl, že je ideální využít vhodného počasí v danou chvíli, čímž myslel, že na lyže je ideální jet v zimě, do exotiky zase jindy než v období dešťů.

Následující otázka se zaměřovala na preferované období, v jakém je dovolená podniknuta. Čtyři respondenti uvedli léto, přičemž respondent č. 13 uvedl, že má v zaměstnání celozávodní dovolenou, a proto jindy nemá na cestování čas. Respondent č. 9 uvedl léto z důvodu studia, a tudíž má také nejvíce volna v tomto ročním období díky prázdninám. V případě, že má volné i jiné dny, tak se snaží cestovat kdykoliv. Téměř polovina respondentů se shodla na tom, že období neřeší, jelikož cestu nebo dovolenou ovlivňují jiné aspekty. Zároveň došlo ke shodě u respondentů č. 11 a 12, kteří uvedli, že sice oblíbené období nemají, ale necestují o prázdninách, jelikož je všude moc dětí i lidí obecně, a proto jsou i ceny vyšší. Respondent č. 2 zmínil jako nejvíce oblíbené období zimu, jelikož rád lyžuje a věnuje se horské turistice. Tento respondent byl jediný, který uvedl zimu jako nejoblíbenější období. Našli se i jiní dotazovaní, kteří zimu zmínili, nicméně o příčku nejoblíbenější části roku se musela dělit s létem. Mezi tyto respondenty patřili č. 5 a 14. Jaro a podzim byli také vzpomenuy, hlavně díky příjemným teplotám a mimo sezónnosti.

Čtvrtá otázka zjišťovala, kde proběhla poslední dovolená a zda byli dotazovaní spokojeni. V odpovědích převažovaly evropské země, respondent č. 2 uvedl Klínovec, kde byl na lyžařské dovolené, respondenti č. 13 a 14 navštívili Egypt a respondent č. 11 Kostariku. Všichni souhlasili, že byli spokojeni, někteří natolik, že se to dané destinace vrátí, uvedli to dotazovaní č. 4 a 8.

Další otázka navazovala na předchozí a snažila se hlouběji zjistit, zda došlo k pozitivnímu nebo negativnímu překvapení a zda dovolená splnila jejich očekávání. Žádný z respondentů nevedl, že by dovolená očekávání nesplnila, tudíž byli spokojeni. Polovina z nich dokonce uvedla, že dovolená jejich očekávání předčila. Co se týče překvapení, tak nikdo nezažil nic hrozného nebo neobvyklého. Respondent č. 4 byl pozitivně překvapen, že všichni lidé v zemi dodržovali nařízené restriktce vztahující se k onemocnění Covid19. Úsměvné překvapení negativního rázu zažil respondent č. 8, který poznamenal, že mu v restauraci přinesl burger, který obsahoval kolínka (těstoviny), z čehož nadšený nebyl, ale po času se tomu zasmáli. Respondent č. 9 považoval za příjemné překvapení, že většina místních obyvatel komunikovala anglicky a také za možnost platby kartou, na druhou stranu nepříjemným překvapením byla zima a sníh s deštěm, kterou by v této oblasti nečekal. Dotazovaný č. 11 kvitoval kvalitní a užitečné informace od průvodce zájezdu, díky kterým k negativním překvapením nedošlo, neboť účastníci byli předem varováni, na co si dát pozor. Jako jediné negativum uvedl dobře se maskující zvěř a některé účastníky zájezdu.

Šestá otázka se dotazovala, zda respondenti plánují nebo přemýšlejí nad další dovolenou. Třináct dotazovaných uvedlo, že ano – tedy buď mají dovolenou již naplánovanou a zaplacenou, nebo o ní uvažují, pouze zatím nemají konkrétní obrysy. Pouze respondent č. 6 uvedl, že zatím žádnou dovolenou neplánuje kvůli pracovnímu vytížení, případně počítá s možným last minute zájezdem na podzim.

U sedmé otázky se všichni dotazovaní shodli, že při výběru cílové destinace nebo ubytování, neřeší, zda je LGBT friendly. Tato odpověď se dala očekávat, jelikož všichni dotazovaní patří mezi heterosexuály, tudíž nemají potřebu to zjišťovat. Objevilo se však pár zajímavých názorů, například respondent č. 4 uvedl, že nemá problém s nikým být v ubytování, pokud se chová slušně, což bylo mířeno na heterosexuály i homosexuály. Respondent č. 13 uvedl, že jsou to přeci normální lidé, takže není potřeba něco řešit.

Osmá otázka se týkala účasti na akci spojené s LGBT tematikou v minulosti. Všichni dotazovaní jednohlasně uvedli, že se nikdy žádné takové akce neúčastnili. Respondent č. 8 se podivil nad tím, že nějaké takové akce vůbec existují, prý o nich doposud neslyšel. Dva dotazovaní (č. 5 a 6) upozornili, že nebudou cílovou skupinou těchto eventů. Jediný respondent č. 1 uvedl, že by neměl problém doprovodit svoje přátele z LGBT komunity, pokud by jej o to požádali.

Otázka číslo devět navazovala na tu předchozí, jelikož se dotazovala, zda by v budoucnu o účasti přemýšleli. V odpovědích opět byla shoda, kdy všichni potvrdili, že nemají v plánu se ničeho podobného účastnit. Respondent č. 5 uvedl, že tyto aktivity neodsuzuje a nevádí mu, ale svoji účast nezvažuje. K tomu se připojil respondent č. 8, který uvedl, že by eventy s LGBT tematikou měly být pouze pro tuto vybranou skupinu lidí. Respondent č. 9 zmínil, že v posledních několika letech je toho všude kolem dost, i když se o tuto tematiku nezajímá, nicméně nebrání se tomu dozvědět se více či něco nového. Jediný respondent č. 13 by se nebránil tomu se akce zúčastnit, pokud by se jednalo o zajímavý event s dobrým programem.

Desátá otázka měla za úkol zjistit, zda si účastníci zařizují dovolenou prostřednictvím cestovní kanceláře nebo sami. Nejčastější odpovědí, na které se shodlo osm dotázaných, bylo, že využívají obě dvě možnosti. Sami si zařizují většinou kratší dovolené, které jsou v bližší vzdálenosti nebo nejsou tak složité na organizaci. Cestovní kanceláře využívají, pokud se jedná o exotické destinace, last minute zájezdy nebo dovolené, kde by byla organizace a veškeré zajištění složité. Šest respondentů si dovolenou zajišťuje samo, tzv. na vlastní pěst, a to hlavně z důvodu nižší ceny, flexibility a lepšího programu, který si vytvoří sami pro sebe a nemusejí se přizpůsobovat někomu jinému. Nenašel se nikdo, kdo by využíval pouze služeb cestovní kanceláře nebo agentury, což lze přisoudit tomu, že v dnešní době není těžké si dovolenou prostřednictvím internetu naplánovat sám. Otázka se následně snažila zjistit postoj k cestovním kancelářím, které by se zaměřovaly na LGBT klientelu. K tomu se vyjádřila pouze část dotazovaných, přičemž odpovědi nebyly jednoznačné. Někteří uvedli, že by to primárně měli řešit členové LGBT komunity, jelikož je to cíleno na ně. Tři respondenti si myslí, že by to mohlo být pro homosexuály zajímavé a mnohým to usnadnit práci při vybírání dovolené. Respondent č. 9 podotknul, že pokud by tento program zařadily standardní cestovní kanceláře, tak by to mohlo být zajímavé i z hlediska propagace, naopak by se však obával úbytku heterosexuálních klientů, které by možná tento krok odradil.

Otázka číslo jedenáct zjišťovala, zda respondenti jako turisté přiznávají veřejně svoji orientaci. Všichni se shodli, že orientaci veřejně přiznávají, jelikož se řadí mezi heterosexuály. Ohledně chování uvedli, že je stejné jako doma, chovají se tedy přirozeně. Respondent č. 6 mimo jiné zmínil, že pokud se jedná o homosexuální pár, tak mu nevádí přiznání orientace na veřejnosti a projevy lásky, pokud je to v souladu se slušností. Respondent č. 13 zmínil zajímavý fakt, že je vhodné a důležité si vždy zjistit informace

o navštívené zemi, aby to bylo etické a nepobuřovalo. Respondent uvedl, že to platí pro heterosexuály i homosexuály.

Následující otázka se dotazovala, zda respondenti jeli někdy na dovolenou cíleně za sexuálním zážitkem. Devět dotazovaných uvedlo, že nikdy za tímto účelem nijak nevyjelo, přičemž někteří by nejeli ani v budoucnu. Respondenti č. 4 a 13 se shodli, že v minulosti nad tím uvažovali, ale plány nakonec nebyly zrealizovány. Vtipně reagoval respondent č. 7, který potvrdil, že nikdy se takové dovolené neúčastnil, nicméně na školním kurzech se to občas tak zvrhne, že to vypadá podobně, načež se smál. Zbylých pět dotazovaných souhlasilo, že v minulosti podnikli dovolenou, která se týkala sexuálního zážitku. Respondent č. 1 uvedl, že sice to nebyl hlavní důvod dovolené, nicméně to dopadlo tak, že i tento zážitek byl součástí. Respondenti, kteří uvedli, že hlavní důvod byl sexuální zážitek, tak nejčastěji zmiňovali party ostrov Zrće, Balaton Sound či Ultra Festival Split. Na druhou stranu se shodli, že cílem dovolené nebyl pouze sexuální zážitek, ale také odreagování, dobrá hudba, tanec, alkohol a čas strávený s partou přátel.

Poslední otázka zjišťovala, zda si respondenti všichni negativního chování vůči LGBT komunitě, případně zda by je to odradilo od další návštěvy. Všech čtrnáct dotazovaných se shodlo na tom, že se s ničím negativním nesetkali, případně si toho možná nevšimli proto, že jsou heterosexuálové a tyhle problémy nevnímají. Zároveň se shodli na tom, že by je to od další návštěvy neodradilo. Zajímavým názorem byl dodatek respondenta č. 11, který uvedl, že je toho názoru, že pokud by se nějaká země jako celek chovala k LGBT komunitě špatně, tak to svědčí o tom, že nebude patřit mezi nejvyspělejší státy, a proto by asi za návštěvu ani nestála.

### **6.3 Závěr hloubkových rozhovorů**

Hloubkové rozhovory byly v diplomové práci využity pro prohloubení informací, které byly získány dotazníkovým šetřením, ať už mezi členy LGBT komunity, nebo mezi heterosexuály. Toto šetření potvrdilo sesbíraná data z dotazníků, která poukazují na to, že LGBT segment dbá na stejná kritéria při výběru dovolené jako heterosexuálové. Nejsou markantní žádné velké odlišnosti, kdy by jedna skupina preferovala zcela jiný produkt, služby nebo vykazovala jiné motivy, proč se cestovního ruchu účastní. Také bylo potvrzeno, že homosexuální turisté nevybírají destinaci nebo ubytování na základě toho, zda je LGBT friendly. Několik dotazovaných připouští, že sledují názory nebo politickou



scénu s ohledem na LGBT názory, které panují ve vybrané destinaci, zároveň však dodávají, že se dokáží přizpůsobit místním zvyklostem. Všeobecné mínění, že homosexuálové podnikají více dovolených pouze za sexuálním zážitkem, se ukázala jako klišé. Respondentů, kteří uvedli, že jeli vyloženě za zmíněným zážitkem, se nakonec více objevilo v heterosexuální skupině, což odpovídá tomu, že na tento typ dovolených si vybírají lidé z obou dvou skupin neohledě na orientaci. V neposlední řadě z rozhovorů vyplynulo, že LGBT komunita je vnímána nebo si přeje být vnímána stejně jako heterosexuálové, a proto by bylo asi zbytečné vytvářet specializované nabídky pouze pro tuto komunitu, jejíž členové uvádějí, že si spíše přejí integraci a běžné zacházení.

## 7 Shrnutí a doporučení

Dotazníkové šetření, kterého se účastnili respondenti z LGBT komunity a heterosexuální osoby, přineslo zajímavá data a informace. Výzkum nepotvrdil, že by mezi jednotlivými skupinami panovaly rozsáhlé rozdíly v tom, jak si jedinci vybírají a plánují svoji dovolenou. Specifika výběru cílové destinace turisty v LGBT segmentu jsou obdobná těm, jakými se vyznačují i heterosexuálové. Motivací pro cestování u členů LGBT komunity je hlavně odpočinek a relax, přírodní předpoklady dané destinace, zábava a dobrodružství. Většina dotazovaných uvedla, že nejčastěji jezdívají na dovolenou v létě s partnerem nebo partnerkou a upřednostňují leteckou dopravu, která se jeví jako nejrychlejší a nej pohodlnější. Nejdůležitějšími aspekty pro tuto komunitu je kvalita služeb, již zmíněný způsob dopravy a v neposlední řadě i cena. Stejně aspekty zvítězily také u heterosexuálních respondentů, je zde tedy patrné, že nákupní rozhodování a chování nevykazuje odlišná specifika. Jediným faktorem, který je rozdílný, je akceptace a tolerance LGBT segmentu cílové destinace – toto hledisko berou v potaz neheterosexuální jedinci. Není to však pro ně naprosto zásadní, neboť pokud se jedná o zemi, kterou chtějí navštívit a která nemá extrémní netoleranci vůči LGBT komunitě, tak tomu přizpůsobí své chování. V případě, že je vybraná země zásadně proti a ještě porušuje základní lidská práva, tak si návštěvu a dovolenou v dané zemi raději odpustí.

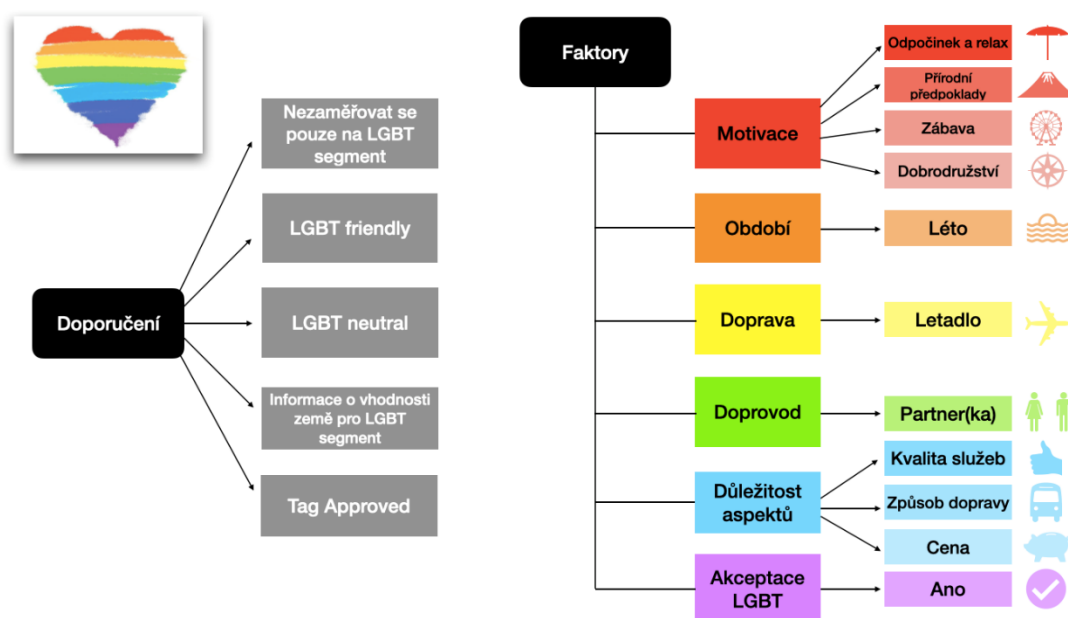
Na základě získaných dat a informací autorka vytvořila doporučení, která by byla využitelná v případě cestovních kanceláří, neboť právě jedna z otázek se zabírala tím, zda by bylo vhodné, aby se cestovní kanceláře věnovaly nabídkám určeným pro LGBT segment. Nejevilo se to jako špatný nápad, nicméně většina respondentů se shodla na tom, že si svoji cestu zařizuje sama nebo využívá služeb klasické cestovní kanceláře či agentury a nepotřebuje, aby jim byla poskytnuta nějaká speciální nabídka. Naopak více dotazovaných potvrdilo, že by si přálo naprosto zapadnout a začlenit se mezi heterosexuály, přičemž speciální nabídka by měla přesně opačný efekt.

Cestovní kanceláře by tak mohly ve svých katalozích a na webových stránkách u jednotlivých destinací či ubytovacích subjektů uvádět, zda jsou LGBT friendly nebo alespoň LGBT neutral. V dnešní době je standardem, že je u nabídek uvedeno, zda jsou vhodné pro rodiny s dětmi, pro bezdětné páry nebo je možno přijet s domácím mazlíčkem. Lze tak předpokládat, že tyto drobnosti by mnohým neheterosexuálně orientovaným lidem zjednodušily výběr daného ubytování. Dalším doporučením by bylo

uvádět u popisu konkrétního státu, jaké tam převládají názory a jak je vnímána LGBT komunita. Mohlo by to například být uvedeno formou barev jako na dopravním semaforu, kdy zelená by byla přívětivá, oranžová by vyžadovala přizpůsobení tamní kultuře a červená by značila nedoporučovanou zemi. Následně by také bylo zajímavé, kdyby cestovní kanceláře navázaly spolupráci s výše zmiňovaným portálem, který zaštiťuje ubytovací zařízení, která jsou Tag Approved, a tato informace tak byla uvedena u nabídek cestovních kanceláří.

Důležité informace zjištěné pomocí vlastního výzkumu a zmíněná doporučení jsou zobrazena na infografice na obrázku 41.

Obr. 41: Infografika – doporučení a faktory



Zdroj: vlastní zpracování, 2022

## Závěr

Hlavním cílem diplomové práce bylo zjistit, jaká specifika upřednostňuje při výběru cílové destinace turista spadající do LGBT komunity. Mezi dílčí cíle patřilo zpracování teoretického úvodu k tématu LGBT komunity a turismu, analyzování specifických požadavků LGBT segmentu s využitím vhodné metody, vyhodnocení realizovaného výzkumu a syntéza získaných dat a následně doporučení pro budoucí vývoj LGBT turismu.

Teoretické poznatky ke zmíněnému tématu byly zpracovány v první části práce a napomohly k sestavení vlastního dotazníkového šetření, díky kterému byla sesbírána potřebná data od osob z LGBT segmentu a heterosexuálních jedinců. Získaná data byla zpracována a porovnána napříč skupinami respondentů. Zároveň byly stanoveny hypotézy, které byly vyhodnoceny na základě výsledků z dotazníkového šetření. K prohloubení získaných dat bylo využito hloubkových rozhovorů, které opět zahrnovaly respondenty jak heterosexuálně orientované, tak neheterosexuálně orientované. Ke konci práce bylo zobrazeno shrnutí a možná doporučení využitelná v praxi.

Analýza dat z vlastního šetření přinesla zajímavé poznatky. Výzkum nepotvrdil, že by mezi heterosexuály a členy LGBT komunity převládaly výrazné rozdíly v tom, jak se jednotlivé osoby rozhodují v rámci nákupního chování při výběru cílové destinace. Specifika výběru cílové destinace turistů v LGBT segmentu jsou obdobná těm, jakými se vyznačují i heterosexuálové. Mezi nejčastější motivační faktory, které vedou respondenty LGBT komunity k cestování, byly zvoleny odpočinek a relax, přírodní předpoklady dané destinace, zábava a dobrodružství. Aspekty, na které neheterosexuální orientovaní dbají nejvíce, jsou kvalita služeb, způsob dopravy a také cena, kterou je potřeba uhradit. Zmíněné aspekty získaly největší důležitost i u heterosexuálních respondentů, což ukazuje, že dotazovaní z obou skupin mají podobná specifika. Pouze otázka ohledně akceptace a tolerance LGBT segmentu byla jediná hodnocena odlišně, neboť toto hledisko není vůbec důležitým pro heterosexuály, naopak LGBT komunita mu jistou důležitost přidává.

Autorka si toto téma diplomové práce zvolila z důvodu jeho čím dál tím větší aktuálnosti v dnešním světě a také proto, že ji zajímalo, jaké výsledky přinese realizovaný výzkum. Data získaná z dotazníkového šetření a hloubkových rozhovorů ukázala, že respondenti, kteří se výzkumu účastnili, mají podobné preference při výběru cílové destinace.

Překvapivě respondenti z LGBT segmentu i heterosexuální respondenti se shodli na hlavních motivech, které je vedou k rozhodnutí, kam pojedou na dovolenou. Neheterosexuální jedinci neuváděli, že by vyhledávali a cestovali cíleně za eventy, jež jsou zaměřené na LGBT komunitu, nebo z pohnutek tomu podobných.

Dle subjektivního názoru autorky lze obecně lidi rozdělit na dvě skupiny. Někteří se rádi předvádějí, jsou rádi středem pozornosti, podnikají dobrodružné cesty a své dovolené této extravaganci také přizpůsobí. Lze předpokládat, že tento typ lidí bude vyhledávat právě eventy spojené konkrétní tematikou, případně sexualitou jako takovou. Naopak druhá skupina lidí si přeje být začleněna mezi ostatní, nepotřebuje mnoho pozornosti a zároveň si vybírá poklidné dovolené, na kterých si opravdu odpočine. Lze se domnívat, že právě tito lidé naopak nejsou častými návštěvníky eventů a podobných akcí. Tyto dvě skupiny lidí existují jak mezi heterosexuály, tak mezi členy LGBT komunity. Časté mínění, že například všichni gayové se chtějí stát středem pozornosti díky výraznému oblečení, líčení či chování, se ukázalo jako klišé.

Co se týče cestovních kanceláří, které by svoji případnou nabídku zaměřovaly na LGBT komunitu, tak ze získaných odpovědí vyplynulo, že jejich existence není pro tento segment stěžejní. Většina dotázaných uváděla, že služeb cestovních kanceláří a agentur velmi často nevyužívá, neboť si svoje cesty plánují sami s využitím internetu, pomocí kterého si zajistí vše potřebné. Objevily se však názory, že by mohly cestovní kanceláře uvádět u jednotlivých zájezdů, zda jsou LGBT friendly nebo LGBT neutral. Podobné označení by mohlo být zmíněno také v katalogu nebo na jejich webových stránkách u jednotlivých zemí, aby potenciální návštěvníci věděli, jestli je vhodné do této země cestovat či nikoliv.

Lidé patřící do LGBT komunity se většinou vždy před realizováním cesty do zahraničí snaží zjistit, jaké postoje a názory tam panují vzhledem k LGBT segmentu, aby věděli, zda do vybrané destinace jet či jak se v ní následně chovat. Heterosexuální lidé tohle většinou nikdy neřešili, dokud nepřišla celosvětová pandemie Covid19. Nyní totiž i heterosexuálové řeší, do jaké země se smí, jaké jsou podmínky karantény či očkování a jaké jsou podmínky pro návrat domů. V současném světě nám všem nezbyvá nic jiného než přijmout fakt, že podmínky pro cestování se mohou změnit ze dne na den.

## Seznam použitých zdrojů

- A.L. (2018). *How homosexuality became a crime in the Middle East*. The Economist. Dostupné 4.3.2022 z <https://www.economist.com/open-future/2018/06/06/how-homosexuality-became-a-crime-in-the-middle-east>
- Antický svět (2016). *Homosexualita v antickém Řecku*. Dostupné 24.1.2022 z <https://www.antickysvet.cz/26124n-homosexualita-v-antickem-recku>
- Arestis, S. (2020). *10 largest Gay Prides in the world*. Nomadic Boys. Dostupné 7.3.2022 z <https://nomadicboys.com/10-best-gay-pride-events-in-the-world/>
- Arestis, S. (2021). *Our top 25 most gay friendly countries in the world*. Nomadic Boys. Dostupné 2.3.2022 z <https://nomadicboys.com/most-gay-friendly-countries-in-the-world/>
- Atkinson, I. (2022). *LGBTQ Travel: A FABULOUS Guide to Gay Travel in 2022*. The Broke Backpacker. Dostupné 11.3.2022 z <https://www.thebrokebackpacker.com/lgbt-travel-guide/>
- Atlantis Events Inc. (n.d.). *Our New Way to Sail*. Dostupné 7.3.2022 z <https://atlantisevents.com>
- Attl, P., & Nejdil, K. (2004). *Turismus I*. Praha, Česko: Vysoká škola hotelová v Praze 8.
- Beňová, K. a kol. (2007). *Analýza situace lesbické, gay, bisexuální a transgender menšiny v ČR*. Praha, Česko: Úřad vlády ČR.
- Beránek, J. a kol. (2016). *Ekonomika cestovního ruchu*. Praha, Česko: Grada.
- Bloom, L., B. (2019). *20 Most Dangerous Places For Gay Travelers (And The 5 Safest)*. Forbes. Dostupné 13.2.2022 z <https://www.forbes.com/sites/laurabegleybloom/2019/11/25/most-dangerous-places-safest-lgbtq-gay-travelers/?sh=4e0eba911694>
- Brzek, A. & Pondělíčková-Mašlová, J. (1992). *Třetí pohlaví?*. Praha, Česko: Scientia Medica.
- Cain, M. (2021). *Nevermind Covid, where to go on holiday has always been a minefield for LGBT travellers*. Independent. Dostupné 13.2.2022 z <https://www.independent.co.uk/voices/lgbt-holiday-gay-lesbian-b1865496.html>
- Císař, O., & Vráblíková, K. (2012). *LGBT aktivismus v České republice: historie, organizace a aktivisté*. Dostupné z [https://cz.boell.org/sites/default/files/studie\\_lgbt\\_v\\_cr.pdf](https://cz.boell.org/sites/default/files/studie_lgbt_v_cr.pdf)
- CMI (n.d.). *Our Story*. Dostupné 13.3.2022 z <https://communitymarketinginc.com/lgbtq-about-cmi-about-us/>
- CMI (2016). *CMI's 21st Annual Survey on LGBT Tourism & Hospitality*. Dostupné 7.3.2022 z [https://www.communitymarketinginc.com/documents/temp/CMI\\_21st-LGBT-Travel-Study-Report2016.pdf](https://www.communitymarketinginc.com/documents/temp/CMI_21st-LGBT-Travel-Study-Report2016.pdf)
- CMI (2018). *23rd Annual LGBTQ Tourism & Hospitality Survey*. Dostupné 12.3.2022 z [https://communitymarketinginc.com/documents/temp/CMI\\_23rd-LGBTQ-Travel-Study-Report2018.pdf](https://communitymarketinginc.com/documents/temp/CMI_23rd-LGBTQ-Travel-Study-Report2018.pdf)

- CMI (2019). *24th Annual LGBTQ Tourism & Hospitality Survey*. Dostupné 9.2.2022 z [https://www.cmi.info/documents/temp/CMI\\_24th-LGBTQ-Travel-Study-Report2019.pdf](https://www.cmi.info/documents/temp/CMI_24th-LGBTQ-Travel-Study-Report2019.pdf)
- Desta, Y. (2014). *The Evolution of the Pride Parade, From Somber March to Celebration*. Mashable. Dostupné 7.3.2022 z <https://mashable.com/archive/pride-parade-evolution#BGCEitxnlZqd>
- European Gay Ski Week (n.d.). *About us*. Dostupné 8.3.2022 z <https://www.europeangayskiweek.com/about-us/>
- European Snow Pride (n.d.). *The Team*. Dostupné 8.3.2022 z <https://www.europeansnowpride.com/the-team/>
- Fergusson, L., & Fergusson, A. (2021). *A study of the world's most popular countries for LGBTQ+ travel reveals the good, the average & the ugly*. Dostupné 14. 3. 2022 z <https://www.asherfergusson.com/lgbtq-travel-safety/>
- Gay Cities (n.d.). *Your Gay Travel Guide*. Dostupné 13.3.2022 z <https://www.gaycities.com>
- Gay Iniciativa (n.d.). *Gay a lesbické organizace, sdružení, aktivity*. Dostupné 14.3.2022 z <http://gay.iniciativa.cz/www/index.php/?page=clanek&id=1500>
- Gay Market Guide (2005). *Gay Regionem Markets*. Dostupné 7.2.2022 z <https://books.google.cz/books?id=MpJgZpat8wsC&pg=PA3&lpg=PA3&dq=gay+Regional+Markets.+gay+market+giude+2005&source=bl&ots=a2jOFIUmPr&sig=ACfU3U0jdUH9j5OkjZjSJJfve2eoe-cWAA&hl=cs&sa=X&ved=2ahUKewi4ueq4qYz3AhXS26QKHYMZB3UQ6AF6BAbEAM#v=onepage&q=gay%2520Regional%2520Markets.%2520gay%2520market%2520giude%25202005&f=false>
- Gay Pride (n.d.). *Gay mapa Prahy*. Dostupné 14.3.2022 z <https://gaypride.cz/index.html>.
- Gay Travel 4 U (n.d.). *Berlin Leather and Fetish Week*. Dostupné 8.3.2022 z <https://www.gaytravel4u.com/event/berlin-leather-fetish-week/>
- GETA Europe (n.d.). *GETA is here to help*. Dostupné 13.3.2022 z <https://www.geta-europe.org>
- Happy Travel, Ltd. (n.d.). *Happy Gay Travel – All Gay & Lesbian Cruises, Resorts & Tours. Gay & gay friendly hotels, apartments & holidays to Gran Canaria, Ibiza, Mykonos, Sitges, Tenerife, etc.* Dostupné 7.2.2022 z <https://happygaytravel.com/>
- Hendl, J. (2008). *Kvalitativní výzkum*. (2. vyd.). Praha, Česko: Portál.
- Hendl, J., & Remr, J. (2017). *Metody výzkumu a evaluace*. Praha, Česko: Portál.
- Heritage of Pride (n.d.). *The March*. NYC Pride. Dostupné 10.2.2022 z <https://www.nycpride.org/event/nyc-pride-march>
- Hesková, M. (2011). *Cestovní ruch: pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. Praha, Česko: Fortuna.
- Honilek (n.d.). *O nás*. Dostupné 18.2.2022 z <http://www.honilek.cz/honilek/>
- Hromada, J., & Šlehofer, M. (n.d.). *Vývoj registrovaného partnerství v České republice*. Dostupné 6.3.2022 z <http://gay.iniciativa.cz/www/?page=clanek&id=10>

- Hughes, H. (2006). *Pink Tourism: Holidays of Gay Men and Lesbians*. Wallingford, UK: CABI.
- IGLTA Inc. (n.d.a). *About IGLTA*. Dostupné 26.1.2022 z <https://www.iglta.org/About-IGLTA>
- IGLTA Inc. (n.d.b). *International LGBTQ+ / Gay Pride Calendar*. Dostupné 11.3.2022 z <https://www.iglta.org/Events/LGBTQ-Pride-Calendar#pride-calendar>
- IGLTA Inc. (n.d.c). *LGBTQ+ Welcoming Hotels Worldwide*. Dostupné 13.3.2022 z <https://www.iglta.org/tag-approved>
- Ignas Tour (n.d.). *About us. Gaily Tour*. Dostupné 6.2.2022 z <https://www.gailytour.com/en/about-us>
- ILGA-Europe (2021). *Rainbow Europe 2021*. Dostupné 19.2.2022 z <https://www.ilga-europe.org/rainboweurope/2021>
- ILGA-Europe (n.d.). *What is ILGA-Europe*. Dostupné 13.3.2022 z <http://www.ilga-europe.org/who-we-are/what-ilga-europe>
- Indrová, J. (2009). *Cestovní ruch: [základy]*. (2. vyd.). Praha, Česko: Oeconomica.
- InterPride (n.d.). *About InterPride*. Dostupné 13.3.2022 z <https://www.interpride.org/who-we-are.html>
- Jakubíková, D. (2012). *Marketing v cestovním ruchu: jak uspět v domácí i světové konkurenci*. (2. vyd.). Praha, Česko: Grada.
- JampaDampa Prague (n.d.). *JampaDampa*. Dostupné 17.3.2022 z <https://www.jampadampaprague.cz/#program>
- Janošová, P. (2000). *Homosexualita v názorech současné společnosti*. Praha, Česko: Karolinum.
- Jordan, P. (2017). *Second Global Report on LGBT Tourism*. UNWTO. Dostupné 24.1.2022 z <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284418619>
- Jordan, P. (2018). *Handbook on the lesbian, bisexual, transgender and queer (LGBTQ) travel segment*. Brusel, Belgie: European Travel Commission.
- Kirářová, A. (2003). *Marketing: destinace cestovního ruchu*. Praha, Česko: Ekopress.
- Kitlinski, T. (2005). *New Ukraine, Old Homophobia*. The Gully. Dostupné 7.3.2022 z [http://www.thegully.com/essays/gaymundo/050128\\_electio\\_gay\\_ukraine.html](http://www.thegully.com/essays/gaymundo/050128_electio_gay_ukraine.html)
- Kotíková, H. (2013). *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. Praha, Česko: Grada.
- Kotíková, H., & Schwarzhoffová, E. (2008). *Nové trendy v pořádání akcí a událostí (events) v cestovním ruchu*. Praha, Česko: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR.
- Kotler, P. (2013). *Marketing management*. Praha, Česko: Grada.
- Koudelka, J. (2006). *Spotřební chování a segmentace trhu*. Praha, Česko: Vysoká škola ekonomie a managementu.
- Lesbian & Gay Community Services Center Inc. (2022). *What is LGBTQ?*. Dostupné 3.2.2022 z <https://gaycenter.org/about/lgbtq/#queer>
- Martin, G., J. (2019). *The safest countries for LGBTQ+ travellers, according to a new study*. Lonely Planet. Dostupné 24.2.2022 z <https://www.lonelyplanet.com/articles/safest-countries-lgbtq-travel>



- Masci, D., & Desilver, D. (2019). *A global snapshot of same-sex marriage*. Pew Research Center. Dostupné 24.1.2022 z <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2019/10/29/global-snapshot-same-sex-marriage/>
- Mezipatra (n.d.). *What is mezipatra?*. Dostupné 8.3.2022 z <https://www.mezipatra.cz/en/festival/about-us.html>
- Moor, A. (2019). *12 Queer Companies That Can Help You Plan Your Next Vacation*. Dostupné 10.2.2022 z <https://matadornetwork.com/read/lgbtq-travel-companies/>
- National Center for Transgender Equality (2018). *Understanding Non-Binary People: How to Be Respectful and Supportive*. Dostupné 3.2.2022 z <https://transequality.org/issues/resources/understanding-non-binary-people-how-to-be-respectful-and-supportive>
- OutOfOffice.com. (2022). *US LGBT+ TRAVEL INDEX 2022*. Dostupné 28.3.2022 z <https://www.outofoffice.com/blog/us-lgbt-travel-index/>
- Packham, I., & McGhee, J. (n.d.). *The best Gay Pride parades in the world*. Mr Hudson. Dostupné 7.3.2022 z <https://mrhudsonexplores.com/mr-hudson-on/the-best-gay-pride-parades-in-the-world/>
- Palatková, M. (2007). *Metodika a odpovědnost za aktualizaci dat v destinačním managementu*. Praha, Česko: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR.
- Palatková, M. (2011). *Mezinárodní cestovní ruch*. Praha, Česko: Grada.
- Planned Parenthood Federation of America Inc. (2022). *What's intersex?*. Dostupné 3.2.2022 z <https://www.plannedparenthood.org/learn/gender-identity/sex-gender-identity/whats-intersex>
- Prague.eu (n.d.). *Kam na jídlo?*. Dostupné 17.3.2022 z <https://www.prague.eu/cs/objekty/jidlo?frm.categoryListing=411&frm.tagIds=167>
- PROUD (n.d.). *Dlouhodobé cíle PROUDu*. Dostupné 14.3.2022 z <http://proud.cz/o-proudu/cile-a-vize.html>
- Prague Pride (n.d.a). *12. ročník festivalu Prague Pride*. Dostupné 14.12.2021 z <https://festival.praguepride.com/cs/>
- Prague Pride (n.d.b). *O spolku*. Dostupné 14.12.2021 z <https://www.praguepride.cz/cs/kdo-jsme/o-nas>
- Prague Pride (2011). *Výroční zpráva*. Dostupné 15.3.2022 z <https://praguepride.cz/cs/kdo-jsme/media-download/vyrocni-zpravy/9-vyrocni-zprava-2011/file>
- Prague Pride (2014). *Výroční zpráva*. Dostupné 15.3.2022 z <https://praguepride.cz/cs/kdo-jsme/media-download/vyrocni-zpravy/6-vyrocni-zprava-2014/file>
- Queer Film Festivals (n.d.). *The Big Queer Film Festival List*. Dostupné 8.3.2022 z <http://www.queerfilmfestivals.org>
- Robinson, P., Heitmann, S. & Dieke, P. (2011). *Research Themes for Tourism*. Oxfordshire. UK: CABI.
- Ryglová, K., Burian, M., & Vajčnerová, I. (2011). *Cestovní ruch - podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. Praha, Česko: Grada.

- Ryglová, K. (2009). *Cestovní ruch: soubor studijních materiálů*. Ostrava, Česko: Key Publishing.
- Schiffman, G., L., Kanuk, L., L., & Wisenblit, J. (2010). *Consumer Behavior*. (10. vyd.). Upper Saddle River, N.J.: Pearson Education/Prentice Hall.
- Sčítání 2021 (2021). *Náboženská víra*. Dostupné 26.2.2022 z <https://www.czso.cz/csu/scitani2021/nabozenska-vira>
- Strnadová, T., & Vacátko, V. (2008). *Průvod homosexuálů překazili extremisté, útočili pěstmi i slzným plynem*. Dnes.cz/Zpravodajství. Dostupné 14.3.2022 z [https://www.idnes.cz/brno/zpravy/pruvod-homosexuálu-prekazili-extremiste-utocili-pestmi-i-slnzym-plynem.A080628\\_1001109\\_brno\\_atk](https://www.idnes.cz/brno/zpravy/pruvod-homosexuálu-prekazili-extremiste-utocili-pestmi-i-slnzym-plynem.A080628_1001109_brno_atk)
- STUD, z.s. (n.d.). *Projekty*. Dostupné 14.3.2022 z <https://www.stud.cz/projekty.html>
- Šauer, M. a kol. (2015). *Cestovní ruch. Učební text*. Brno, Česko: Masarykova univerzita.
- Tahal, R. a kol. (2017). *Marketingový výzkum: postupy, metody, trendy*. Praha, Česko: Grada.
- The Points Guy (2015). *The Gay-Friendliest Airlines in the Skies*. Dostupné 26.1.2022 z <https://thepointsguy.com/2015/06/gay-friendly-airlines/>
- Thomson Reuters (n.d.). *10 ways to celebrate Pride month*. Dostupné 9.2.2022 z <https://www.thomsonreuters.com/en/careers/careers-blog/ways-to-celebrate-pride-month.html>
- TripBlog (2019). *LGBT Travel Ideas: Top 12 Gay Friendly Cities*. Dostupné 24.2.2022 z <https://www.trip.com/blog/lgbt-travel-ideas-gay-friendly-destinations/>
- Unique Soul (n.d.). *Historie homosexuality*. Dostupné 24.1.2022 z <https://unique-soul.webgarden.cz/temata/historie-homosexuality-1-cast>
- Villagrana, B. (2015). *Understanding the Multi-Billion Dollar LGBT Market*. Center for Hispanic Marketing Communication. Dostupné 26.1.2022 z <https://hmc.comm.fsu.edu/blog/understanding-the-multi-billion-dollar-lgbt-market/>
- Waite, G., & Markwell, K. (2014). *Gay Tourism: Culture and Context*. New York, NY: Routledge.
- World Rainbow Hotels (n.d.). *Destinations*. Dostupné 9.3.2022 z <https://www.worldrainbowhotels.com/destinations/>
- Wurzburger, A. (2021). *Everything You Need to Know About Pride Month*. People. Dostupné 9.2.2022 z <https://people.com/human-interest/pride-month-explained-pride-month-facts/>
- Zelenka, J., & Pásková, M. (2002). *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Praha, Česko: Ministerstvo pro místní rozvoj.

## Seznam tabulek

Tab. 1: Důvody motivace k podniknutí dovolené.....	27
Tab. 2: Státy, ve kterých proběhla poslední dovolená respondentů (LGBT) .....	59
Tab. 3: Státy, ve kterých proběhla poslední dovolená respondentů (Heterosexuálové). 70	
Tab. 4: Respekt a tolerance k LGBT komunitě .....	74
Tab. 5: Volba doprovodu na dovolené.....	75
Tab. 6: Výskyt restaurací, barů a klubů .....	75

## Seznam obrázků

Obr. 1: Členění cestovního ruchu podle místa .....	14
Obr. 2: Proces segmentace trhu.....	16
Obr. 3: Mapa světa a homosexuální svazky .....	22
Obr. 4: Počet letů a nocí v placeném ubytování.....	26
Obr. 5: Důležitost jednotlivých faktorů při výběru dovolené .....	28
Obr. 6: Mapa států Evropy dle tolerance k segmentu LGBT.....	29
Obr. 7: Nejprívětivější státy USA vzhledem k LGBT komunitě .....	30
Obr. 8: Atributy motivace při výběru ubytování.....	32
Obr. 9: Vyjádření souhlasu či nesouhlasu s výroky vztahující se k dovolené .....	33
Obr. 10: Víra obyvatel ČR v průběhu let při sčítání obyvatel.....	43
Obr. 11: Přehled respondentů dle pohlaví (LGBT).....	53
Obr. 12: Přehled respondentů podle sexuální orientace (LGBT).....	53
Obr. 13: Přehled respondentů podle věku (LGBT) .....	54
Obr. 14: Přehled respondentů podle vzdělání (LGBT) .....	55
Obr. 15: Přehled respondentů dle ekonomického statusu (LGBT) .....	55
Obr. 16: Přehled respondentů dle průměrného měsíčního příjmu (LGBT) .....	56
Obr. 17: Četnost cest do zahraničí (LGBT) .....	57
Obr. 18: Volba doprovodu na dovolené (LGBT).....	57
Obr. 19: Roční období dle oblíbenosti vzhledem k cestování (LGBT) .....	58
Obr. 20: Průměrný počet strávených nocí na dovolené (LGBT) .....	58
Obr. 21: Dopravní prostředky dle oblíbenosti vzhledem k cestování (LGBT).....	59
Obr. 22: Motivy respondentů k cestování (LGBT) .....	61
Obr. 23: Důležitost jednotlivých aspektů pro respondenty (LGBT).....	62
Obr. 24: Důležitost akceptování cílové destinace LGBT komunity (LGBT) .....	62
Obr. 25: Přednost LGBT friendly ubytování před jinými (LGBT).....	63

Obr. 26: Přehled respondentů dle pohlaví (Heterosexuálové) .....	64
Obr. 27: Přehled respondentů podle věku (Heterosexuálové) .....	65
Obr. 28: Přehled respondentů dle vzdělání (Heterosexuálové) .....	65
Obr. 29: Přehled respondentů dle ekonomického statusu (Heterosexuálové) .....	66
Obr. 30: Přehled respondentů dle průměrného měsíčního příjmu (Heterosexuálové) ...	67
Obr. 31: Četnost cest do zahraničí (Heterosexuálové) .....	67
Obr. 32: Volba doprovodu na dovolené (Heterosexuálové) .....	68
Obr. 33: Roční období dle oblíbenosti vzhledem k cestování (Heterosexuálové).....	68
Obr. 34: Průměrný počet strávených nocí na dovolené (Heterosexuálové) .....	69
Obr. 35: Dopravní prostředky dle oblíbenosti vzhledem k cestování (Heterosexuálové) .....	69
Obr. 36: Motivy respondentů k cestování (Heterosexuálové) .....	71
Obr. 37: Důležitost jednotlivých aspektů pro respondenty (Heterosexuálové) .....	72
Obr. 38: Důležitost akceptování LGBT komunity cílovou destinací (Heterosexuálové)	73
Obr. 39: Negativní vnímání LGBT friendly ubytování (Heterosexuálové).....	73
Obr. 40: Porovnání odpovědí LGBT segmentu a heterosexuálů .....	78
Obr. 41: Infografika – doporučení a faktory .....	91

## Seznam zkratek

CMI	Community Marketing & Insights
EPOA	European Pride Organisers Association
GETA	Gay European Tourism Association
GLL	Gay a lesbická liga
IGLTA	International Gay & Lesbian Travel Association
ILGA	International Lesbian, Gay, Bisexual, Trans and Intersex Association
LGBT	lesby, gayové, bisexuálové, transsexuálové a další osoby, které se vymykají genderovému řádu
PROUD	Platforma pro rovnoprávnost, uznání a diverzitu
SOHO	Sdružení organizací homosexuálních občanů
UNWTO	Světová organizace cestovního ruchu

## **Seznam příloh**

**Příloha A:** Úvodní text případové studie

**Příloha B:** Dotazník na téma cestování pro LGBT komunitu

**Příloha C:** Dotazník na téma cestování pro heterosexuály

**Příloha D:** Otázky k hloubkovým rozhovorům

**Příloha E:** Hloubkové rozhovory – LGBT segment

**Příloha F:** Hloubkové rozhovory – heterosexuálové

## **Příloha A: Úvodní text případové studie**

Spolek Prague Pride je dobrovolnou, nestátní, nepolitickou, neziskovou organizací. Jejím záměrem je přispívat k prosazování tolerantní občanské společnosti, boji proti homofobii a zvýšení povědomí veřejnosti o lesbické, gay, bisexuální a transgender (LGBT) komunitě v ČR. Spolek byl založen v roce 2010 za účelem organizování lidskoprávního festivalu Prague Pride. Postupně se činnost spolku rozrostla na celoroční aktivity, mezi které patří například programy jako Rodičovská příprava, Fun&Run běh proti homofobii a stigmatizaci HIV+ osob nebo LGBT festival Prague Pride. Celkově se tato organizace snaží šířit povědomí o LGBT komunitě. Od jejího vzniku pomáhá jednotlivcům, pořádá besedy ve školách na toto téma a pomáhá lidem z této komunity, kteří tvoří tzv. Duhovou rodinu a vychovávají děti. Spolek Prague Pride si zakládá na pomoci komukoliv, kdo o to projeví zájem. Může se jednat o pomoc s coming outem, právní pomoc nebo také psychickou podporu, která je velmi důležitá. Spolek Prague Pride pořádá mnoho akcí, které nejsou zaměřené pouze na LGBT komunitu - může se jich účastnit každý, kdo bude chtít. Mezi takovéto aktivity patří již zmíněný běh Fun&Run nebo Prague Pride Festival, který vrcholí známým pochodem centrem Prahy. Festival je přehlídkou nejrůznějších umělců, veřejných diskusí a debat, sportovních událostí i duchovních setkání. Celý festival se nese v dobré atmosféře a vrcholný pochod je jakousi podporou LGBT komunity a vyjádření podpory bez ohledu na sexuální orientaci nebo genderovou identitu. Cílem této marketingové studie je zvýšení povědomí o spolku Prague Pride a jeho aktivitách, zároveň také zjištění názoru široké veřejnosti, který bude použit ke zpracování diplomové práce.



## **Příloha B: Dotazník na téma cestování pro LGBT komunitu**

Dobrý den,

mé jméno je Jitka Hořejšová a jsem studentkou Západočeské univerzity v Plzni.

Obracím se na Vás s prosbou o vyplnění dotazníku, jenž se zaměřuje na LGBT turismus. Veškeré odpovědi jsou anonymní a budou následně zpracovány jako podklad mojí diplomové práce, která nese název Specifika výběru cílové destinace turisty v LGBT komunitě. Vyplnění dotazníku zabere pouze pár minut Vašeho času.

Dotazník je určen pro LGBT komunitu, což jsou lesbičky, gayové, bisexuálové, transsexuálové a další osoby, které se odlišují genderovému řádu.

Za Vaše odpovědi a čas, který jste dotazníku věnovali, Vám velmi děkuji.

Bc. Jitka Hořejšová

1. Jak často cestujete do zahraničí?
  - a. 1x ročně
  - b. 2x-3x ročně
  - c. 4x ročně a více
  - d. Necestuji
2. S kým většinou cestujete?
  - a. Sám
  - b. S partnerem/partnerkou
  - c. S rodinou
  - d. S přáteli
3. V jakém období nejvíce cestujete?
  - a. Jaro
  - b. Léto
  - c. Podzim
  - d. Zima
4. Kolik nocí průměrně strávíte na dovolené?
  - a. 1-3 noci
  - b. 4-6 nocí
  - c. 7-10 nocí
  - d. 11 nocí a více

5. Jaký dopravní prostředek nejčastěji využíváte k cestě na dovolenou?
- Auto
  - Autobus
  - Vlak
  - Letadlo
  - Lod'
6. Ve kterém státu proběhla Vaše poslední dovolená?
7. Co jsou Vaše nejčastější motivy k cestování? (vyberte maximálně 3 možnosti)
- Odpočinek a relax
  - Útěk od rutiny a stereotypu
  - Kulturně-historické předpoklady
  - Přírodní předpoklady
  - Sportovní aktivity
  - Nakupování
  - Sex
  - Dobrodružství
  - Zábava
  - Sjednocení rodiny, společný čas s partnerem
  - Jiné
8. Jak důležité jsou pro Vás tyto aspekty při výběru cílové destinace? (1 = nedůležité, 2 = málo důležité, 3 = neutrální, 4 = důležité, 5 = velmi důležité)

	1	2	3	4	5
<b>Cena</b>					
<b>Kulturní, historické a umělecké bohatství</b>					
<b>Výskyt restaurací, barů a klubů</b>					
<b>Nízká úroveň kriminality</b>					
<b>Respekt a tolerance k LGBT komunitě</b>					
<b>Způsob dopravy</b>					
<b>Nabídka doplňkových služeb</b>					
<b>Vzdálenost destinace</b>					
<b>Jazyková dostupnost</b>					
<b>Kvalita služeb</b>					

9. Je pro Vás důležité, aby cílová destinace akceptovala LGBT komunitu?

- a. Rozhodně ano
- b. Spíše ano
- c. Spíše ne
- d. Rozhodně ne
- e. Neřeším to

10. Dáváte přednost, aby Vámi vybrané ubytování bylo LGBT friendly?

- a. Rozhodně ano
- b. Spíše ano
- c. Spíše ne
- d. Rozhodně ne
- e. Neřeším to

11. Jaké je Vaše pohlaví?

- a. Ženské
- b. Mužské
- c. Jiné

12. Jaká je Vaše sexuální orientace?

- a. Lesba
- b. Gay
- c. Bisexuál
- d. Transsexuál
- e. Jiná
- f. Nevím

13. Do jaké věkové kategorie patříte?

- a. 17 let a méně
- b. 18-29 let
- c. 30-39 let
- d. 40-49 let
- e. 50-59 let
- f. 60 let a více

14. Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?

- a. Žádné
- b. Základní

- c. Vyučen bez maturity
- d. Středoškolské/vyučen s maturitou
- e. Vyšší odborné
- f. Vysokoškolské

15. Jaký ekonomický status Vás charakterizuje?

- a. Student
- b. Zaměstnaný
- c. OSVČ
- d. Nezaměstnaný
- e. Na rodičovské dovolené
- f. V domácnosti
- g. Důchodce

16. Jaký je Váš průměrný měsíční příjem?

- a. 10 000 Kč a méně
- b. 10 001-15 000 Kč
- c. 15 001-20 000 Kč
- d. 20 001-25 000 Kč
- e. 25 001-30 000 Kč
- f. 30 001-35 000 Kč
- g. 35 001-40 000 Kč
- h. 40 001-50 000 Kč
- i. 50 001 Kč a více

## **Příloha C: Dotazník na téma cestování pro heterosexuály**

Dobrý den,

mé jméno je Jitka Hořejšová a jsem studentkou Západočeské univerzity v Plzni.

Obracím se na Vás s prosbou o vyplnění dotazníku, jenž se zaměřuje na LGBT turismus. Veškeré odpovědi jsou anonymní a budou následně zpracovány jako podklad mojí diplomové práce, která nese název Specifika výběru cílové destinace turisty v LGBT komunitě. Vyplnění dotazníku zabere pouze pár minut Vašeho času.

Dotazník je určen pro heterosexuály.

Za Vaše odpovědi a čas, který jste dotazníku věnovali, Vám velmi děkuji.

Bc. Jitka Hořejšová

1. Jak často cestujete do zahraničí?
  - a. 1x ročně
  - b. 2x-3x ročně
  - c. 4x ročně a více
  - d. Necestuji
2. S kým většinou cestujete?
  - a. Sám
  - b. S partnerem/partnerkou
  - c. S rodinou
  - d. S přáteli
3. V jakém období nejvíce cestujete?
  - a. Jaro
  - b. Léto
  - c. Podzim
  - d. Zima
4. Kolik nocí průměrně strávíte na dovolené?
  - a. 1-3 noci
  - b. 4-6 nocí
  - c. 7-10 nocí
  - d. 11 nocí a více

5. Jaký dopravní prostředek nejčastěji využíváte k cestě na dovolenou?
  - a. Auto
  - b. Autobus
  - c. Vlák
  - d. Letadlo
  - e. Loď
6. Ve kterém státu proběhla Vaše poslední dovolená?
7. Co jsou Vaše nejčastější motivy k cestování? (vyberte maximálně 3 možnosti)
  - a. Odpočinek a relax
  - b. Útěk od rutiny a stereotypu
  - c. Kulturně-historické předpoklady
  - d. Přírodní předpoklady
  - e. Sportovní aktivity
  - f. Nakupování
  - g. Sex
  - h. Dobrodružství
  - i. Zábava
  - j. Sjednání rodiny, společný čas s partnerem
  - k. Jiné

8. Jak důležité jsou pro Vás tyto aspekty při výběru cílové destinace? (1 = nedůležité, 2 = málo důležité, 3 = neutrální, 4 = důležité, 5 = velmi důležité)

	1	2	3	4	5
<b>Cena</b>					
<b>Kulturní, historické a umělecké bohatství</b>					
<b>Výskyt restaurací, barů a klubů</b>					
<b>Nízká úroveň kriminality</b>					
<b>Respekt a tolerance k LGBT komunitě</b>					
<b>Způsob dopravy</b>					
<b>Nabídka doplňkových služeb</b>					
<b>Vzdálenost destinace</b>					
<b>Jazyková dostupnost</b>					
<b>Kvalita služeb</b>					

9. Je pro Vás důležité, aby cílová destinace akceptovala LGBT komunitu?

- Rozhodně ano
- Spíše ano
- Spíše ne
- Rozhodně ne
- Neřeším to

10. Vnímáte negativně, pokud je Vámi vybrané ubytování LGBT friendly?

- Rozhodně ano
- Spíše ano
- Spíše ne
- Rozhodně ne
- Neřeším to

11. Jaké je Vaše pohlaví?

- Ženské
- Mužské
- Jiné

12. Do jaké věkové kategorie patříte?

- 17 let a méně
- 18-29 let
- 30-39 let
- 40-49 let

- e. 50-59 let
- f. 60 let a více

13. Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?

- a. Žádné
- b. Základní
- c. Vyučen bez maturity
- d. Středoškolské/vyučen s maturitou
- e. Vyšší odborné
- f. Vysokoškolské

14. Jaký ekonomický status Vás charakterizuje?

- a. Student
- b. Zaměstnaný
- c. OSVČ
- d. Nezaměstnaný
- e. Na rodičovské dovolené
- f. V domácnosti
- g. Důchodce

15. Jaký je Váš průměrný měsíční příjem?

- a. 10 000 Kč a méně
- b. 10 001-15 000 Kč
- c. 15 001-20 000 Kč
- d. 20 001-25 000 Kč
- e. 25 001-30 000 Kč
- f. 30 001-35 000 Kč
- g. 35 001-40 000 Kč
- h. 40 001-50 000 Kč
- i. 50 001 Kč a více



## **Příloha D: Otázky k hloubkovým rozhovorům**

1. Podle čeho se rozhodujete při výběru dovolené a co ovlivňuje Vaše rozhodování?
2. Jaké aspekty ovlivňují výběr konkrétní destinace a proč?
3. Jaké období upřednostňujete k cestování a proč?
4. Kde proběhla Vaše poslední dovolená? S čím jste byli spokojeni, s čím naopak nikoliv?
5. V návaznosti na poslední dovolenou – splnila Vaše očekávání, co Vás případně překvapilo (pozitivně i negativně)?
6. Přemýšlíte nebo plánujete příští dovolenou?
7. Řešíte při výběru dovolené, jestli jsou destinace/ubytování/výlety apod. LGBT friendly? Uveďte důvody proč. (Případně Vás pouze zajímá např. historie, kultura, apod – nevybíráte destinaci v návaznosti na LGBT)
8. Účastnil jste se výletu/zájezdu/eventu apod. spojeného s LGBT tematikou? Uveďte konkrétní příklad a jaký jste z toho měl zážitek?
9. Plánujete se zúčastnit výletu/zájezdu/eventu apod. spojeného s LGBT tematikou?
10. Jak si zařizujete dovolenou – přes cestovku nebo na vlastní pěst? Případně přišlo by Vám vhod, kdyby se cestovky zaměřovaly vyloženě na LGBT komunitu a s tím spojené destinace?
11. Pokud jedete na dovolenou, přiznáváte veřejně svoji orientaci nebo se ji snažíte skrývat? (držení za ruku, ...)
12. Byl jste někde na dovolené/výletu za účelem sexuálního zážitku, případně seznámení se? (destinace typu Ibiza, Zrće apod.)
13. Pokud jste zažili negativní zkušenost s chováním k LGBT komunitě, odradilo Vás to od další návštěvy dané země?

## **Příloha E: Hlubkové rozhovory – LGBT segment**

### **Respondent č. 1 (22 let, OSVČ, muž – gay)**

1. Nic konkrétního můj výběr neovlivňuje. Rozhoduji se prostě na základě aktuální situace a tam může patřit pak cokoliv.
2. Žádný konkrétní aspekt. Mám svůj bucket list míst a zemí, která chci navštívit. Postupně si ho snažím plnit. Není to tak, že bych nejel nijak jinak, ale snažím se upřednostňovat místa, která opravdu toužím vidět a navštívit.
3. Zatím jsem cestoval vždy v létě a to především z důvodu, že jsem jednak měl minimum práce v tomto období a během studií jsem měl přes léto od školy oddech. Mám rád, když je na cestování klid. Když člověk hned po příjezdu zpátky do Česka nemusí hned druhý den zpět do své rutiny.
4. Moje poslední zahraniční dovolená proběhla v Chorvatsku. Jeli jsme v deseti lidech a pronajali si na téměř čtrnáct dní velký dům se zahradou. Nic konkrétního jsme si dopředu nenaplánovali a rozhodovali jsme se ze dne na den podle toho, co jsme měli zrovna chuť podniknout. Pan majitel byl skvělý a dům byl nesmírně útulný. Takže pro mě dovolená značka ideál.
5. Tahle dovolená mnohonásobně předčila moje očekávání. Stihli jsme během dvou týdnů projet celou zemi. Chorvatsko mě obrovsky nadchlo pro svou různorodost a nestálost.
6. Plánoval jsem odjet na celé léto, nejdřív do Španělska a pak na Ukrajinu. Ale vzhledem k současné situaci se na Ukrajinu ještě nějakou dobu nedostanu a Španělsko jsem prozatím také zrušil kvůli škole, na kterou v září nastupuji a potřebuji dohnat nemalé množství učiva a nechci být hned v září ve stresu.
7. Tyhle věci vůbec neřeším. Zajímá mě daná země (její kultura, mentalita místních, zdejší kuchyně, zvyky atd.)
8. Nikdy jsem se neúčastnil. Byť jsem součást LGBT komunity, tak se upřímně podobným akcím obloukem vyhýbám.
9. Rozhodně ne! Neříkám, že se do budoucna můj názor nezmění, ale momentálně by mi účast na podobné akci byla velmi nepříjemná. Baví mě sice si průběžně rozšiřovat obzory ohledně různých orientací, genderů a sexuality obecně, ale účast na LGBT akcích je mi opravdu velmi nepříjemná. Kdykoli jsem zkoušel zajít např. do gay klubů, nebo na nějaké akce, právě s již zmíněnou LGBT tematikou,

kteří chtěli navštívit moji přátele, pokaždé jsem cítil, že mezi tuhle skupinou lidí vůbec nezapadám.

10. Zásadně na vlastní pěst!
11. To je pro mě velmi těžká otázka. Na tu budu schopen odpovědět, až budu mít partnera. Ale určitě bych, nejen v Česku, ale i v zahraničí, rád držel svého partnera za ruku, nebo ho na veřejnosti políbil. Rád bych i tímto chováním motivoval další gaye, aby se nestyděli dělat to, co v ten daný okamžik skutečně chtějí udělat. Ale netvrdím, že až na to poprvé přijde, že nebudu mít strach a nebudu nervózní.
12. Nebyl. Ale nicméně zrovna na Ibiza bych na pár dní rád zavítal. Líbí se mi tamní uvolněná atmosféra. Myslím, že zrovna Ibiza je skvělé místo pro to se naučit být vůči cizím lidem přátelský. To je zrovna vlastnost, kterou bych rád na sobě ještě vylepšil.
13. Nesetkal jsem se nikdy.

### **Respondent č. 2 (22 let, student, muž – gay)**

1. Kdyby výběr dovolené byl jen na mně, tak je to jednoduché. Ale jelikož jezdím s přítelem, který je zvyklý na to, že se deset dní leží na pláži, tak je to složitější. Já bych rád cestoval. Takže rozhodování je na základě toho, jaký on tam bude mít klid, no jo chlapi...
2. Destinace samozřejmě u moře, jak jsem již zmiňoval v první otázce, potom teplo a tak podobně. Výběr hotelu je ale o moc těžší, jelikož to je výběr na dva tři týdny, když už víme, kam to chceme
3. Léto mám nejraději, protože je klid a čas. Zároveň v tomto období se shodneme s přítelem, ale za mě osobně mám rád i jaro.
4. Poslední dovolená byla v Egyptě. Za mě tam bylo tedy úžasně horko, umíral jsem a navždy jsem doma Egypt zakázal, prostě hrůza děs. Jsem vypotřeboval snad deset opalováků za celou dovolenou.
5. No nevím, pro mě jsou lehací dovolené nudné, ale nic jiného mi nezbývá. Takže tak. Jinak Egypt úplně pro gaye ok není, takže jsme si hráli na bratry, lidi jsou tam až moc přátelští zase... to se mi moc nelíbí, je to až otravné. Hodněkrát jsem jim vynadal, ať mě konečně už nechají na pokoji.
6. Další dovolenou už máme i zaplacenou – tentokrát Tunisko. Vyřval jsem si, aby dva dny byly podle mě, takže se konečně na dovolenou i těším!

7. Je mi to docela jedno, dovolenou stejně nechci strávit tak, že budu ložit po gay barech, k čemu by mi to tam bylo, že jo.
8. Nevím, jestli si event představuje si jako pride, ale pride jo. Byl jsem i požádán, abych na tom pražském a brněnském vystupoval.
9. Odpověď je vlastně stejná jako v předchozí otázce. Pokud by to bylo něco takhle smysluplného, tak jsem pro.
10. Vždy cestovka, nechci mít další stres, na co všechno mám myslet a tak podobně, tak si dovolenou nepředstavuju. Ty cestovky, kdyby se zaměřovaly, bylo by to zajímavé, možná bych to někdy zvážil do budoucna.
11. Když to byl například ten Egypt tak ne, až pokud se někdo zeptal. Ale to jen protože vím, jak se tam ke gay komunitě chovají. Jinak je mi úplně jedno, jestli si na mě někdo ukazuje, že jsem teplý, každý to na mě pozná, neskrývám to.
12. Ne ne, na žádné takové dovolené jsem nebyl.
13. No tak i ten Egypt no, jako kromě toho horka mi to tam vadilo, že se nemůžu úplně projevovat. Přítel mě furt hlídal a říkal mi, kdy mám zpomalit. Přeci jenom tam to není úplně žádoucí.

### **Respondent č. 3 (24 let, zaměstnaný, muž – gay)**

1. Prioritou při výběru je pro mne to, jak finančně náročné bude ubytování, jelikož od toho se většinou odvíjí celková cena zájezdu.
2. Nejvíce řeším, jaké bude počasí v tu danou chvíli, kdy se do vybraného státu chystám – nerad bych, aby mi špatné počasí hezkou dovolenou pokazilo. Zároveň dbám na to, jakou mají místní lidé náтуру a také mne zajímají památky, které jsou v blízkosti a stojí za navštívení.
3. Moje nejoblíbenější období je léto, protože miluju teplo.
4. Poslední dovolená proběhla ve Španělsku a byl jsem se vším spokojen. Vyšlo super počasí a zvládli jsme spoustu věci, ať už památky, místní gastronomii nebo i nákupy.
5. Ano, splnila. Vše bylo tak, jak má být.
6. Ano, další dovolenou již plánuji. Konkrétně se bude jednat o Ameriku, což je můj velký sen. Zatím mám vybraný termín a na základě toho budu ladit ostatní věci, jako ubytování apod.

7. Ano, řeším to. Na dovolené se chci cítit komfortně, a tudíž se snažím vybírat subjekty, které jsou LGBT friendly. Mám tak jistotu klidu a častokrát jsem tam speciální akce nebo jiné věci věnované přímo nám.
8. Účastnil jsem se Prague Pride i s přítelem. Oba jsme si to náležitě užili a bylo to moc fajn. Člověk se může takříkajíc trochu víc vybláznit než za normálních okolností. Konečně jsem využil spoustu kosmetických vychytávek, kterým mám přesně na tyto momenty.
9. Mám v plánu se opět účastnit akcí typu Prague Pride, v Praze určitě, zda i v jiných městech zatím nevím, to je nejspíš ve hvězdách. Nebráním se tomu, ale troufám si říct, že to nebude hrát prioritní roli při výběru finální destinace. Na druhou stranu jsem se nikdy neúčastnil žádného zájezdu nebo něčeho podobného. Nakonec není ani tolik času, abych to všechno stíhal.
10. Záleží, jak kdy. Nebráním se však ani jednomu způsobu, někdy je lepší si dovolenou zařídit na vlastní pěst, jindy dám raději přednost cestovce – většinou u dovolených, kde by bylo složitější to naplánovat. V případě, že by byly k dispozici cestovky nabízející dovolené pro LGBT komunitu, tak by jejich produktů rád využil. Bylo by fajn se sejít i s ostatními nebo mít možnosti, kdy by zájezd byl dělaný na míru homosexuálům.
11. Ano, svoji orientaci přiznávám veřejně. Rád dávám najevo, že mám partnera, přišlo by mi divné to najevo spíš nedávat. Zároveň miluji výrazný make-up a vše s tím spojené. Takže když nad tím tak přemýšlím, já asi najevo dávat nic nemusím a všem je to beztak jasné.
12. Ano, byl jsem na takovém typu dovolené, ale detaily zmiňovat nechci. Nicméně byl to zajímavý zážitek a užil jsem si to.
13. Při svých cestách jsem zatím žádný negativní zážitek neměl. Těžko říct, jestli by mě to jinak ovlivnilo a případně bych na danou zemi zanevřel. To by spíš asi záleželo na okolnostech a konkrétním momentu.

#### **Respondent č. 4 (24 let, studentka, žena – lesba)**

1. Rozhoduji se převážně podle destinace a ceny. Obojí hraje roli, neboť ráda jezdím do destinací, kde jsem ještě nebyla. Na druhou stranu, jelikož stále studuji a nemám tedy klasický pracovní úvazek, tak se snažím vybírat tak, aby i cena byla přijatelná.

2. Kromě toho, co jsem nyní zmiňovala, tak ještě řeším způsob dopravy, a to hlavně z hlediska pohodlí a času. Je sice fajn, že člověk najde dovolenou do Itálie za pár korun, ale pokud by se mělo jet autobusem, tak to nemá smysl. Stráví se tam pak hrozně moc času a ještě je to nepohodlné, takže tam dorazíte rozlámaní.
3. Nejráději mám léto, protože mi přijde, že je tak nějak více různých možností a aktivit, takže je pořád z čeho vybírat. Není potřeba hned si vybrat první, co vidíme, ale nabídky se taky pak dají zvažovat a vzájemně porovnávat.
4. Poslední dovolená proběhla ve Španělsku a naštěstí bylo vše bez problémů.
5. Dovolená splnila moje očekávání, protože to nebyla moje první cesta do této země. Již v minulosti jsem Španělsko navštívila, takže jsem tak nějak věděla, co čekat. S čím jsem se ale nikdy nesešla a tady mě to dost překvapilo, tak bylo čištění ulic vodou každé ráno. Uznávám, že čistota je fajn a nikdo nechce chodit v nepořádku, ale tohle mi přišlo opravdu jako zbytečné mrhání vodou. Obzvlášť v takových časech, v jakých se teďka svět nachází.
6. Ano, nad budoucí dovolenou přemýšlím. Plánuji vyrazit do Francie, kde se budu věnovat surfování. Mělo by to proběhnout nyní v létě, tak snad všechno půjde podle plánu a vyjde to.
7. Cílovou destinaci nebo ubytování si nevybírám v návaznosti na to, jestli je LGBT friendly nebo nikoliv. Tak nějak jsem nikdy neměla důvod to řešit, nezažila jsem žádnou negativní zkušenost nebo tak něco, co by mne přimělo názor změnit, takže to neřeším.
8. Schválně jsem se nikdy ničeho podobného neúčastnila, nicméně jednou jsem byla na Islandu v Reykjavíku a zrovna tam probíhal pride, který je dost známý. Bylo to pěkné to vidět, ale jednalo se fakt o náhodu, nejela jsem tam cíleně za tím a ani jsem nevěděla, že to tam v danou dobu bude.
9. Někdy v budoucnu určitě ano, jsem docela otevřená a tohle by bylo fajn příležitost zažít něco jiného a hlavně poznat nové lidi, takže za mě, proč ne.
10. Dovolenu si vždycky zařizuji sama na vlastní pěst, cestovní kanceláře k tomu nevyužívám a myslím si, že ani takové, které by se zaměřovaly na LGBT, nejsou třeba. Myslím, že je to dáno i tou dobou, kdy jsou všichni docela akční a většinou si výlety a zájezdy zařizují sami. Případně se dá vždycky využít služeb normální cestovky, nic extra nepotřebujeme.

11. Svoji orientaci dávám najevo veřejně, nic neskrývám. Nevidím důvod, proč bych měla skrývat nebo se něčím tajit. Přeci jenom žijeme ve 21. století, tak snad je to v pohodě ne.
12. Na žádné takové dovolené jsem nikdy nebyla a ani upřímně nevím, jestli bych chtěla jet.
13. Na negativní zkušenosti jsem zatím nikdy nikde nenarazila. Ale pokud by tomu tak bylo, tak by to od další návštěvy dané země neodradilo. Se špatným chováním se totiž můžete setkat kdekoliv.

#### **Respondent č. 5 (33 let, zaměstnaný, muž – gay)**

1. Moje rozhodování při výběru dovolené ovlivňuje nejvíce destinace, baví mě zjišťovat informace o dané lokalitě. Mám rád dovolenou ve městech, ve kterých rád navštívím tamější památky, ale vzhledem k tomu, že miluju jídlo, tak nejradši navštěvuji restaurace a kavárny a ochutnávám místní speciality. Na druhou stranu mi nedělá problém nahodit sportovní oblečení a jít šplhat po horách nebo si na pár dní lehnout k moři a relaxovat.
2. V první řadě určitě finance, na každou svou dovolenou si dávám budget, který jsem ochotný do dovolené investovat v závislosti na zjištěných informacích o daném místě, abych se neutrhł moc z řetězu a neutratil zbytečně moc. Také zvažuji destinaci z hlediska atraktivnosti daného místa (kulturní či přírodní památky, gastronomie). V neposlední řadě rozhoduje i doprava – nejradši cestuji letecky, jelikož to ušetří spoustu času a energie.
3. Popravdě období není aspekt, který je důležitý u mě při výběru dovolené. Mám rád všechna roční období a v každém lze jet na jiný typ dovolené. Na jaře či podzim si vybírám spíše dovolené/výlety ve městech, v létě jedu rád k moři nebo do přírody a v zimě zas rád jezdím lyžovat.
4. Poslední dovolená proběhla v březnu a jel jsem na 4denní trip do Říma do Itálie. Spokojený jsem byl hlavně s italskou gastronomií, protože italské jídlo miluju, takže to byl pro mě ráj na zemi. Ochutnal jsem italské lassagne, pastu, pizzu, fantastickou italskou zmrzlinu, nechyběly ani croissanty s espressem ve všech možných kavárnách. Kulturní památky v Římě jsou také super, celé dny jsme chodili po městě a restaurace jsme střídali za památky. Nedá se říct, že jsem byl s něčím vyloženě nespokojený. Jediné, co mě trochu zklamalo, byla snídaně

v rámci ubytování. Dle stránek booking.com měla být snídaně formou švédských stolů, představoval jsem si daleko větší výběr, než ve skutečnosti byl.

5. Řekl bych, že očekávání splnila ve všem kromě těch snídaní. Ubytování bylo krásné, ale prostě ty snídaně mě štvaly. Musel jsem si po ní ještě koupit další kafe s croissantem. Ale jinak je Řím krásné město, kam bych se rozhodně ještě někdy vrátil.
6. Další dovolenou plánuji v létě, ale ještě jsem se nerozhodl, jestli to bude spíše turistika někde v horách, nebo si zaplatím all inclusive a budu se válet celý dny u moře a pít drinky. Možná to bude kombinace obou variant, ale momentálně ještě opravdu nejsem rozhodnutý.
7. Hmmm těžká otázka, to záleží. Neřekl bych, že vyloženě dohledávám informace, zda je všechno spojené s dovolenou LGBT friendly v rámci cestování do měst nebo do hor, to opravdu ne. Tam se spíše zajímám právě o historii a kulturu. Na druhou stranu, pokud se rozhodnu jet na dovolenou k moři a zaplatím si all inclusive, tak si jen zjistím, zda homosexuální orientace není kontroverzním tématem v dané destinaci či hotelu.
8. Vyloženě zájezdu nebo výletu jsem se nikdy neúčastnil a ani to nemám v plánu. Nicméně párkrát jsem se byl podívat na Prague Pridu. Spíš jsem byl přihlížejícím a zajímal mě doprovodný program. Rozhodně tedy nejsem ten, který by tam jezdil na alegorickém voze. Držím se u hesla „všeho s rozvahou“, což platí i tady.
9. Tak koukám, že to jsem už částečně zodpověděl. Takže dovolená nejspíš ne, eventy jsou za mě v pořádku, pokud je tam zajímavé téma nebo program. Ale abych se cíleně setkával s jinými homosexuály a řešil třeba oblast kosmetiky a co zrovna frčí, to fakt ne.
10. Taky záleží, využívám obě možnosti. Pokud cestuji do velkých měst, tak si plánuji dovolenou sám. Pokud cestuji k moři, tak to většinou nechávám na cestovce. Pokud by nějaká taková cestovka existovala, že by byla zaměřená na LGBT komunitu, tak bych si určitě nechal dát nabídku, ale rozhodně bych totéž udělal u „normální cestovky“ a oba návrhy porovnal.
11. Ano, přiznávám, nestydím se za to. Myslím si, že žijeme v době, kdy každý může svobodně přiznávat svoji orientaci. Heterosexuálové také veřejně projevují svoji orientaci v některých případech ještě daleko hůř než homosexuálové, tak proč bych nemohl i já.



12. Hahaha, kdysi jsem byl na Ibize se svými kamarády, to jsem byl ještě mladej. :D Jeli jsme tam za účelem, hlavně odreagování od reality, pití alkoholu a seznámení se s novými lidmi. Nedá se říct, že hlavní účel byl sexuální zážitek, ale nakonec jsme ho mohli přidat na wish list taky.
13. Zatím jsem měl asi štěstí na lidi a destinace, protože jsem nezažil nějaké extrémně negativní chování. To víte, že se najdou lidé, kteří na vás koukají přes prsty, nebo si na Vás třeba ukazují, ale není to faktor, který by ještě v dnešní době měl kazit dojem z dovolené.

### **Respondent č. 6 (29 let, zaměstnaná, žena – lesba)**

1. Důležitou roli hraje možnost aktivního i pasivního odpočinku. Rozhodně nevydržím ležet 14 dní na pláži, potřebuji minimálně pár výletů, kdy poznám nejlépe tamější kulturu a život. Jedním z důležitých aspektů je samozřejmě také cena – na dovolené nešetřím, ale zbytečného luxusu si také nedopřávám.
2. Možnost poznání daného místa a okolí, dostupnost finanční i cestovatelská a také ráda poznávám cizí kuchyni.
3. Vyhovují mi jarní měsíce, nebo naopak konec léta/začátek podzimu. Nepotkávám už tolik lidí, sezóna se pomalu ukončuje a vše je takové příjemně pomalé a lenošivé.
4. Poslední dovolená proběhla v Bulharsku. Spokojená jsem byla s ubytováním – tím, že končila sezóna, tak jsme v hotelu zůstaly skoro úplně samy. Dostupnost od hotelu na pláž byla příjemná. Také turistické vyžití bylo fajn, dalo se krásně chodit po pobřeží až do starého města, kde se člověk setkal s historií na každém jediném centimetru. Místní byli příjemní, neměly jsme s nimi jediný problém. Jediné, co mě na dovolené v Bulharsku nemile překvapilo, bylo, jak jsou opravené hlavní cesty, kde se nachází nové a luxusní hotely, stačí ale zajít „za roh“ a setkáte se s chudou a drsnou realitou.
5. Dovolená v Bulharsku pro mě byla první dovolenou v pravém slova smyslu. Také jsem byla poprvé u moře. Odlétala jsem na ni s nejistým pocitem, že přeci nevydržím několik dní jen tak ležet na pláži a nic nedělat. Zvládla jsem to na výbornou, ještě nikdy jsem si tak neodpočinula. Zároveň jsme měly možnost dostatečně poznat historii a kulturu dané země, aktivně odpočívat např. dlouhými procházkami. Negativním překvapením bylo vidět na vlastní oči, že se vše může

na první pohled zdát krásné a nablyštěné, realita může být a je ve skutečnosti ale jiná.

6. Větší dovolenou jsem původně plánovala, ale skutečnosti posledních dní mění plány do budoucna. Co ale plánuji je několikadenní výlet do Jeseníků, kdy chci sama jen tak chodit v lese, horách, mít na zádech jen batoh a možná chodit až na hranici svých možností, abych naprostou únavou dokázala alespoň na chvíli vypnout mozek.
7. Neřeším a neřešila jsem nikdy. Jsem asi hodně naivní člověk, ale vždy si říkám, že když se budu chovat slušně, budou se ke mně slušně chovat i v cizí zemi, i když půjdu po ulici a budu se za ruku držet se svou přítelkyní.
8. Neúčastnila a ani to nemám v plánu. Nikdy jsem nebyla zastáncem akcí typu Prague Pride. Nemám potřebu být ve společnosti lidí, kteří mají potřebu do světa vykřikovat, že jsou jiní a že je nikdo nechápe. Myslím, že často díky takovýmto akcím jsme všichni „házeni“ do jednoho pytle a to mě mrzí, protože vždy je to hlavně o lidech jako takových.
9. Neplánuji, nikdy jsem neplánovala a ani plánovat nebudu. Nemám ráda tu soustředěnost homosexuálně orientovaných lidí na jednom místě, nemám totiž dobrý pocit z jejich chování. Mám totiž kolikrát pocit, že bych se měla stydět za to, že jsem jinak orientovaná. A já se sama za sebe, jako za člověka, stydět nechci.
10. Zařizuji vše na vlastní pěst. Chtěla jsem poslední dovolenou zkusit přes cestovku, bylo mi to ale rozmluveno a nakonec musím uznat, že to bylo vše dobré. Neumím si představit, jak by takový zájezd/dovolená vypadala, pokud by byla zaměřená na LGBT komunitu. Rozhodně bych ale nechtěla, jak už výše zmiňuji, pobývat na dovolené, kde by byla vyšší koncentrace homosexuálně orientovaných lidí.
11. Ano, svou orientaci přiznávám, právě např. držení za ruku. Není to však tak, že bychom se s partnerkou permanentně držely za ruce. Pokud cítím, že to není vhodné, rozhodně se nijak neprojevují.
12. Ne a ani to neplánuji.
13. Nezažila jsem nic podobného. Možná jen na dovolené v Bulharsku jsem měla menší problém s návštěvou toalet, kdy jsem se s paní u vchodu „dohadovala“ o tom, že jsem skutečně žena. Ale to je můj odvěký problém a rozhodně ne jen v Bulharsku, také v Čechách s tím „bojuji“.

### **Respondent č. 7 (25 let, zaměstnaná, žena – lesba)**

1. Rozhoduji se podle toho, co chci zažít, vidět, poznat. Ovlivňuje mě hodně pracovní vytížení.
2. Pozitivní zkušenosti druhých mě ovlivňují hodně, přijde mi to tak takové ověřené. Dále třeba také mě upoutá zajímavá cena a široká nabídka vyžití.
3. Když je čas, síla a chuť – na období mi nezáleží.
4. Poslední dovolená proběhla na Mallorce. Sešla se tam super parta lidí, takže dovolenou jsme si naprosto užili. Bohužel negativně musím hodnotit dost znečištěné moře.
5. V životě se řídím tím, že nemám žádná očekávání. Ono je to ve většině případů lepší, člověk pak není negativně překvapen a může vnímat jenom ta pozitiva. Většinou, když máme velká očekávání, tak to nedopadá dobře, ať už jde o cokoliv.
6. Já plánuju spíš práci, protože jak jsem již zmiňovala, tak jí mám hodně. Dovolené plánuje partnerka. V květnu letíme do Turecka.
7. Destinaci nikdy nevybíráme za základě LGBT komunity, přizpůsobíme se místu, kam jedeme.
8. Ano, účastnila jsem se. Bylo to ještě před tím než jsem měla současnou partnerku. Šlo o platbu lodí, na které byly jenom ženy. Mohu zkonstatovat, že to byl fajn zážitek. Mohla jsem se pořádně uvolnit a nemusela jsem se skrývat, což občas bývá zvykem. Také jsem se účastnila Prague Pride, což jsem udělala z důvodu, abych se vnitřně překonala a zároveň tak nějak přijala sama sebe. Na druhou stranu jsem měla smíšené pocity z prezentování LGBT komunity, což probíhalo až perverzním stylem. Mám na mysli třeba lidi v latexu, někteří byli naopak polonazí.
9. Díky minulé zkušenosti bych se ráda znovu účastnila podobného výletu lodí a to hlavně kvůli tomu pocitu volnosti.
10. Dovolené u moře bývají u nás plánovány přes cestovku. LGBT cestovka by mě nezajímala. Nechci nějak separovat LGBT lidi od ostatních.
11. Spíš orientaci skrývám a veřejně se tolik neprojevuji. Orientaci přiznám, jen když se cítím bezpečně, třeba mezi blízkými lidmi.
12. Nikdy jsem na žádné podobné dovolené nebyla.
13. Nedávám to na sobě znát, takže negativní zkušenost nemám.

### **Respondent č. 8 (31 let, zaměstnaná, žena – lesba)**

1. Rozhoduji se podle toho, kde chci trávit dovolenou a zároveň mě ovlivňuje partnerka.
2. Koukám se hlavně na doplňkové aktivity a výlety, protože se mi nechce se pouze válet u moře.
3. Období nehraje roli, vybírám to spíš asi na základě konkrétního místa, kam jedeme.
4. Poslední dovolenou jsem měla s partnerkou na horách. Nebyla jsem spokojená, protože jsem byla nemocná, ale to bohužel nemělo s daným místem nic společného. Byla jsem spokojená s možností wellness přímo v ubytovacím centru, které jsme využily. Byl to příjemný oddech a regenerace po celém dni.
5. Určitě splnila moje očekávání. Mile mě překvapil samoobslužný bar a vstřícná paní majitelka.
6. Plánuji další dovolenou v Turecku. Jsem zvědavá na úroveň ubytování a moře.
7. Tohle neřeším. Zatím jsem se nesečkala s negativní reakcí místních obyvatel v žádné destinaci, kde jsem byla.
8. Zatím jsem na takovém zájezdu nebyla. V budoucnu to ale nevylučuji.
9. Upřímně mě to vůbec nenapadlo a nikde jsem takový zájezd neviděla. Pokud by ta možnost byla, přemýšlela bych o tom.
10. To je různé. Pokud jde o dovolenou v ČR, tak sama, a do cizí země vždy přes cestovní kancelář. Kdyby se cestovky zaměřovaly na LGBT komunitu, bylo by to fajn.
11. Nesnažím se to skrývat, ale například v Egyptě jsem s partnerkou nebyla a tam bych to zřejmě skrývala.
12. Nene.
13. Nic takového jsem zatím nezažila, nedokáži tak posoudit, zda by mě to odradilo, ale spíš asi ne.

### **Respondent č. 9 (30 let, OSVČ, muž – gay)**

1. Rozhoduje volný čas a zároveň to ovlivňuje roční období.
2. Výběr konkrétní destinace ovlivňuje přírodní nebo kulturní bohatství dané destinace.
3. Vůbec žádné období neupřednostňuji. Jde pouze o volný čas a v každém ročním období najdu destinaci, která je zrovna vhodná v daném období.

4. Poslední zahraniční dovolená proběhla v Paříži na podzim 2021. Spokojený jsem byl s množstvím památek a možností pro turisty. Nespokojený nejsem nikdy. Tuzemská dovolená proběhla v měsíci březnu 2022 – Glamping, který je populární po celém světě a byl jsem naprosto spokojený.
5. Splnila očekávání. Pozitivně mě překvapila míra proklientského servisu.
6. Přemýšlím o návštěvě Kambodži a Vietnamu na vlastní pěst, která bude navazovat na týdenní relaxační dovolenou u moře.
7. Neřeším, jestli je někde záruka LGBT friendly. Jde mi především o historii, kulturu, přírodu.
8. Nezáčastnil jsem se ničeho takového.
9. Neplánuji. Nejsem podporovatel LGBT aktivit. Nemyslím si, že je potřeba se jakkoliv oddělovat v běžném životě.
10. Většinou na vlastní pěst. Nevyužíval bych cestovek se zaměřením na LGBT.
11. Přiznávám. Představíme se vždy jako partneři, mluvíme o svém partnerovi. Držíme se za ruku, dáme si pusy, obejmeme se.
12. Nebyl a nechtěl bych ani.
13. Nezažil jsem negativní zkušenost, protože se většinou přizpůsobím dané lokalitě, když vím, že tam není ideální nálada vůči LGBT komunitě není potřeba zbytečně dráždit. Je to jako například, když jdete do chrámu, tak také ctíte danou kulturu a neberete si tam plavky.

#### **Respondent č. 10 (28, zaměstnaný, muž – gay)**

1. Při rozhodování o dovolené bereme s přítelem v potaz jak rozmanitost cílové destinace, tak samozřejmě i její bezpečnost a toleranci vůči gayům. Při výběru hraje roli i poměr cena a výkon.
2. Ovlivňuje to roční období, zajímavosti, bezpečnost, služby, tolerance vůči gayům, celkové náklady na cestu.
3. Nemáme s přítelem preferované roční období k cestování. Rádi v zimě vyrazíme na hory, v létě k moři. Pokud časové možnosti dovolí a objeví se levné letenky, tak vyrazíme i v průběhu roku na nějaký kratší výlet po Evropě.
4. V Rakousku v Alpách. Zejména jsme byli spokojeni s ubytováním a typickým rakouským jídlem.
5. Stoprocentně, počasí nám přálo, byly ideální lyžařské podmínky, všechny sjezdovky byly perfektně připraveny.

6. Ano, dovolenou plánujeme vždy v předstihu. Nyní hledáme vhodnou destinaci pro letní dovolenou u moře.
7. Ano, při výběru dovolené na toto dbáme a je to jedno z hlavních hledisek při výběru dovolené.
8. Osobně jsem se tohoto typu zájezdu nebo výletu nikdy nezúčastnil. Zároveň nemám zkušenosti s tím, že bychom vyrazili za nějakým gay eventem do zahraničí.
9. Pravidelně se účastníme průvodu na podporu LGBT komunity (Prague Pride). Jinak jsem na pochodech v jiných státech nebyl, ale lákalo by mne zažít tu atmosféru, nicméně není to faktor, podle kterého se při výběru dovolené řídíme. Takže pokud pojedeme někam a bude pride, tak super, ale cíleně bychom do té destinace kvůli tomu nejeli.
10. S přítelem cestujeme hlavně na vlastní pěst. Takže asi bychom cestovní kancelář, která by se zaměřovala na LGBT nevyužili. V dnešní době, kdy si člověk všechno dohledá na internetu a sám zajistí, by to asi bylo zbytečné.
11. Naše dovolené s přítelem vybíráme zejména s ohledem na postoj dané země k LGBT komunitě a toleranci obyvatel. S tím pak i souvisí případné naše držení za ruku a polibky na veřejnosti. Každopádně samozřejmě ctíme kulturu dané země.
12. Osobně jsem se tohoto typu zájezdu nikdy nezúčastnil.
13. Na občasně pohledy nebo ukazování jsme si s přítelem již zvykli, avšak cíleně se snažíme vyhnout zemím, které nejsou tolerantní vůči naší komunitě.

**Respondent č. 11 (27 let, zaměstnaný, muž – gay)**

1. Rozhoduji se podle zajímavosti destinace, to znamená kombinace výjimečné gastronomie, přírody, měst. Zároveň beru v potaz politickou situaci v zemi.
2. Aspekty už vlastně byly zmíněny v předchozí otázce, nic jiného bych tady asi nedoplnil.
3. Neupřednostňuji žádné roční období. Nepotřebuji letní dovolenou u moře a ani zimní dovolenou na horách.
4. Poslední dovolená proběhla v Dánsku, konkrétně v Kodani. Byl jsem spokojen s kulturní úrovní města a také s gastroscénou.
5. Ano, vše v splnilo očekávání. Je to hezké cyklistické město, které disponuje vysokou kvalitou služeb.

6. Azory, které jsou ovlivněné současnými zemětřeseními, či Skotsko jsou nyní v plánu. Ale zatím je to všechno ve fázi promyšlení a příprav, přesné plány stanoveny nebyly.
7. Vnímám důležitý rozdíl mezi LGBT friendly a LGBT neutral. Nepotřebuji, aby se na mě někdo usmíval. Stačí, aby mě nikdo neomezoval pro sexuální orientaci. Nejezdíme a nechceme jezdit do zemí, s jejíž politikou vůči LGBT komunitě nesouhlasíme (například Maďarsko, Polsko, Arabské Emiráty...).
8. Ne, neúčastnil.
9. Ne, nic takového neplánuji, nemám zájem být na těchto aktivitách či událostech přítomen.
10. Zařizuji si dovolenou jako každý jiný člověk. Pokud otázka míří na to, zda jezdím do zahraničí souložit s jinými homosexuály, tak nejezdím. Nemyslím si, že by LGBT komunita za těmito zážitky jezdila více než ta heterosexuální. Například Coachella, Zrće apod. jsou stejně jako všechny LGBT destinace jedna velká party, kde spí leckdo s leckým.
11. Nejsme zvyklí držet se za ruku ani v Praze. Někdy to uděláme přirozeně, ale nepotřebujeme to. Je to spíš důsledek nějakých obav z předsudků, které v nás jsou a budou, dokud to společnost nepřijme. Ale jezdíme do destinací, kde s tímto problémem nemají. Nemáme problém sdělit, že jsme homosexuální pár.
12. Ne a nejel bych, nejsem toho zastáncem.
13. Jak už jsem zmiňoval ty politické důvody. Nehodlám jakkoliv podporovat ekonomiku státu, která odmítá uznávat základní lidská práva u osob, které nikterak neomezují život zbytku společnosti, konsenzuálně setrvávají ve vztahu.

**Respondent č. 12 (25 let, zaměstnaný, muž – gay)**

1. Často je naše dovolená tak trochu v uvozovkách, protože je ovlivněna našimi služebními cestami. Takže nejedná se o klasickou dovolenou, ale snažíme se aspoň spojit příjemné s užitečným.
2. Při výběru se zaměřujeme na zážitky a na nová místa, kde jsme zatím nebyli. Zároveň hledíme i na faktor, jestli v dané zemi máme kamarády.
3. Nemáme s přítelem vyloženě preferenci, v létě jezdíme dovolenou vždy, zároveň se rádi i během zimy vydáme za teplem. Sychravá zima v Čechách nepatří mezi naše oblíbené.

4. Naposledy jsme navštívili JAR. Vše bylo úžasné, spousta zážitků, dobrého jídla, fajn lidí a taky milované teplo.
5. Naprosto splnila naše očekávání, především možnost zažít safari, vidět divoké slony nebo vidět žraloky v moři byla úžasná. Také jsem si zkusil paragliding a byl to super zážitek.
6. Aktuálně plánuji cestu do Jordánska, spolu se svojí maminkou, babičkou a svým přítelem. Máme v plánu koupání v Mrtvém moři, návštěvu skalního města Petra nebo noc v poušti Vádí Rum. Takže to už se všichni moc těšíme.
7. Když jedeme v rámci služebních cest řešíme gay friendly hodně. Zjišťujeme liberálnost destinací i ubytování. Plánujeme cestu do Izraele nebo do San Francisca, které je nejvíc gay město na světě.
8. Účastníme se gay akcí nebo gay party. I v například nyní v JAR jsme navštívili gay přátele.
9. Jelikož se takovýchto akcí účastníme pravidelně, tak určitě v tom plánujeme pokračovat. Je příjemné se potkat s jinými homosexuály, probrat společná témata a vyměnit si zkušenosti i například právě s ohledem na cestování.
10. Cesty si zařizujeme na vlastní pěst. Víme, že existují gay cruise party, které pořádají cestovní kanceláře a jsou cíleně za účelem seznámení a party a s tím spojených zážitků.
11. Skrýváme, nedržíme se za ruku, a pokud se například držíme za ruku, tak je mi to nepříjemné. Třeba v Barceloně, která je velmi liberální a je v ní velká gay komunita, jdeme chvíli za ruku, ale i tak mi to není úplně příjemné, necítím se dobře. V ČR vůbec ne, to si absolutně neumím představit.
12. Na Zrce jsem byl s kamarádkou, ale nebylo to za sexuálním zážitkem. Spíš jsme jeli za hudbou, tancovali jsme a popíjeli, ono to u toho moře má takovou unikátní atmosféru. I tím, jak jsou kluby venkovní, tak je tam příjemný vzduch a je to prostě jedna velká párty. Do ciziny nejezdíme za účelem sexuálního zážitku. Rádi se však seznámíme s místní gay komunitou přes gay aplikace. Já osobně jsem chtěl jet na gay cruise, ale přítel nechtěl, že prý by to nedal, je to na něj až moc párty s velkým množstvím alkoholu.
13. Spíše ne, nicméně mám předsudek vůči Polsku, i když Varšavu bych chtěl vidět.



### **Respondent č. 13 (26 let, zaměstnaná, žena – lesba)**

1. Rozhodujeme se s partnerkou podle situace ve státě, kde je LGBT tolerována, abychom nevyvolávaly zbytečné problémy. Pokud se vydáváme na dovolenou, tak určitými faktory jsou tolerance, cena, kvalita hotelu (strava, vybavení), vzdálenost místa. Jelikož se bojím létání, tak jezdíme autem.
2. Při výběru hraje roli cena, vzdálenost, památky v okolí, výlety a jazyk, protože umíme jenom anglicky.
3. Upřednostňujeme jaro. Jsem voják z povolání a přítelkyně je zdravotní sestra. Proto je toto období pro nás nejlepší, máme tak více možností kam jet i na jak dlouho.
4. Poslední dovolená byla ovlivněna zejména covidem, proto jsme pouze cestovali po České republice, zejména po Moravě. Co se týče hotelů a míst, tak jsme byli na 100% spokojeni. Osobně si myslím, že nic negativního nás nepotkalo.
5. Jak jsem již uváděla, tak jsme byly s partnerkou moc spokojeny. Mile nás překvapil hotel, jelikož v reálu byl lepší, než jak byl prezentován na webových stránkách. Vybavení bylo kvalitnější a lepší a zároveň polopenze byla velmi bohatá a chutná. Naopak nás trochu zklamalo, že v ceně nebyla půjčovna kol, což z webových stránek nebylo tak úplně jednoznačné.
6. Bohužel jsme zatím dovolenou neplánovaly, nebyl čas. Rády bychom jely, ale v současné situaci nemáme tušení, jak to bude. Zda nebudu povolána, či sestry nebudou mít opět zákaz dovolených.
7. Určitě vybíráme destinace a hotely, které jsou LGBT vstřícné. Nechceme nikoho zbytečně pohoršovat. Proto do zemí, kde vztahy stejného pohlaví nejsou legální, nejedeme. Náš vztah nechceme tajit.
8. Nikdy jsme se nezúčastnily zájezdu s tematikou LGBT.
9. Z mé strany ani o to moc nestojím. Nevím jak z druhé strany. Ráda si vše plánuji sama, či dohromady s partnerkou.
10. Jakékoliv dovolené, které jsme spolu absolvovaly, jsme si plánovaly samy. Vyhledávaly jsme si destinace, hotely a výlety. Určitě by nebylo špatné, kdyby cestovky toto poskytovaly pro lidi, kteří s cestováním nemají velké zkušenosti, či nemají tolik času si to vše naplánovat.

11. Ano. Nevidíme důvod, proč bychom náš vztah měly tajit. Jednou jsme partnerky, tak to lidi kolem nás musí tolerovat. Držíme se za ruce, tančíme na různých akcích spolu, pusu si též dáváme.
12. Ne. Nebyly jsme v žádné takové destinaci.
13. Samozřejmě s negativním chováním se setkáváme všude. Ať už to je zde u nás, či v Itálii, Španělsku, Rakousku, Slovensku, Německu. Už jsem si zvykla na špatné pohledy na náš vztah, že si lidé o nás povídají, pomlouvají, ukazují. Kdyby nás toto odradilo, nikdy bychom nikam nemohly chodit. Byly bychom zavřené jen doma. Proto se nad negativitou snažím povznést.

#### **Respondent č. 14 (25 let, zaměstnaná, žena – lesba)**

1. Naši dovolenou si vždy vybíráme podle situace LGBT v zemi a hotelu. Nejvíce mě ovlivňuje při výběru, zda na určitých místech nebude problém s naší orientací. Samozřejmě se nestydím za náš vztah, ale nejsem ten typ, že bych to chtěla nějak řešit. Obzvlášť na dovolené si přeji mít klid a nemuset nic skrývat a vysvětlovat.
2. V první řadě se soustředíme na země, kde je LGBT povoleno, tolerováno. Dále je pro mne důležitá cena, ať už hotelu či apartmánu. Dále řeším, co vše je zahrnuto v ceně (např. strava, vybavení, poplatky, cena za servis na pláži, parkování, bazén na hotelu), vzdálenost (přítelkyně se bojí létání, proto jezdíme především autem, pokud je to v České republice, tak někdy i vlakem), památky v okolí, vzdálenost od moře, pokud jedeme k moři.
3. Upřednostňujeme jaro. Samozřejmě když nám to čas a práce dovolí, nebráníme se ani létu, ale bohužel je to minimálně. Práce nám to moc nedopřeje.
4. Poslední dovolená byla u nás v České republice. Bohužel jako zdravotní sestra jsem si nemohla brát dovolenou, proto jsme neměly moc na výběr. A s letošní dovolenou to bude podobné, a to z důvodu války na Ukrajině. Proto to bude nejspíš i letos výletování po České republice. Naše poslední dovolená proběhla na Moravě, kde jsme navštívily památky, sportovaly a relaxovaly. Nespokojené jsme byly pouze s rekonstrukcemi památek, ale to bohužel není možné ovlivnit.
5. Naše dovolená splnila vše, co jsem si já či partnerka přála. Každý den jsme měly plány, které jsme si nachystaly před odjezdem na Moravu. Příjemně nás překvapil přístup recepčních v hotelích, kde jsme byly ubytovány, dále wellness, který byl v ceně, ač jsme o tom věděly. Všude byla prvotřídní čistota a výborný výběr v restauracích. Trochu mě mrzelo, že jsme si musely platit půjčovné kol a vybavy.

6. Ne, momentálně neplánujeme nic. Nevíme, jaká bude situace. Pokud se rozhodneme jet na dovolenou, tak to bude nejspíše téměř ze dne na den.
7. Ano. Snažíme se při výběru vybírat hotely, které jsou LGBT friendly. Pokud na určitém místě žádný hotel není, řešíme to přes Airbnb, kdy se poté domluvíme přímo s majiteli, zda jim to nebude vadit. Nejsem konfliktní typ, proto vše řešíme předem.
8. Ne. Nikdy jsem se nezúčastnila výletu nebo zájezdu, který by byl zaměřený nebo spojený s LGBT. Osobně si nedovedu představit, jak by takový zájezd, výlet vypadal.
9. Jak jsme již výše zmínila, nedovedu si to vůbec představit, proto mě nic takového neláká, a proto bych se takového výlety nezúčastnila. Ale nikdy neříkám nikdy.
10. Dovolenu zařizujeme samy. Vždy se snažíme společně s přítelkyní, ale pokud čas není, tak to zařídí jedna z nás. Snažíme se však na tom stejně podílet obě, každá z nás je jinak náročná. Určitě by pro někoho tato nabídka v cestovce byla příjemná. Nejsem vůbec proti.
11. Ano. Ke své partnerce se hlásím. Je to moje všechno, za vztah se nestydím a nevidím v tom nic špatného, ale samozřejmě každý to vnímá jinak. Nic neskrýváme. Držíme se za ruce, pusy si dáváme, procházíme se bok po boku, tančíme spolu. Pokud bychom byly požádány o diskrétnost, určitě bychom se snažily vyhovět, tak aby byly obě strany spokojené.
12. Ne. Naše seznámení proběhlo v České republice a poté jsme se už nemusely více seznamovat. Pro mě to byla osoba, která mě oslnila na první pohled.
13. S negativními poznámkami se setkáváme téměř pokaždé, když se někam vydáme. Ať už je to v okolí našeho bydlení, či někde na dovolené (ČR, Německo, Itálie...). Proto si to už nijak nepřipouštím a neovlivňuje to další návštěvu té země, města, restaurace. Tedy pokud jsme byly spokojené samozřejmě.

## **Příloha F: Hlubkové rozhovory – heterosexuálové**

### **Respondent č. 1 (29 let, zaměstnaná, žena)**

1. Při výběru dovolené zvažuji hodně faktorů. Nedokážu asi přesně specifikovat, který z nich je pro mne prioritní, protože v každé destinaci řeším něco jiného. Pokud bych to však měla nějak zobecnit, tak hledím na cenu, například pokud jedeme na vlastní pěst, tak sháním levné letenky. V případě, že se jedná o dovolenou, která je již zakoupena jako celek u cestovní kanceláře nebo agentury, tak cenu zvažuji také, ale logicky nečekám, že bude extra nízká, na druhou stranu počítám s tím, že bude obsahovat již vše. Pokud tedy vybírám dovolenou přes zprostředkovatele, tak si vyberu pro mne zajímavou cílovou destinaci a rozhoduji se na základě komplexní nabídky, kdy hodně hledím na ubytování a finální cenu. V případě, že si zájezd organizuji sama, tak například ubytování vybírám dle recenzí, ceny, lokace. Primárně však hledám zájezdy podle destinace, kam se chci podívat a kde chci dovolenou strávit. Občas sem však tento proces otočí, když zahlídnu levné letenky.
2. Částečně již bylo odpovězeno v první otázce. Konkrétní destinaci si vybírám také podle aktivit, které tam chci podnikat. Pokud si chci v létě odpočinout u moře a dát klasickou nic nedělací dovolenou, tak volím země, které mají fajn moře a kvalitní ubytovací a stravovací služby. Většinou v takovém případě беру all in a nechci na dovolené již nic řešit.
3. Nelze asi zcela říci, jaké období v roce upřednostňuji, jelikož cestování je mým koníčkem a jak s oblibou uvádím, tak neexistuje špatný čas pro cestování. V zimě ráda vyrážím na hory, kde se věnuji lyžování či snowboardingu. Naopak jarní čas mi přijde ideální pro takové ty eurovíkendy, je už příjemné počasí, ale není horko, takže člověk se může krásně vydat na poznávání místní kultury a historie. V létě je cestování asi taková klasika a zase na podzim se dá létě ještě příjemně prodloužit u moře v zemích, kde ještě panují příjemnější teploty než pak tady u nás.
4. Moje poslední dovolená proběhla v Rakousku, kde jsme byli lyžovat. Musím říct, že nám dokonale vyšlo počasí i sněhové podmínky, takže v tomto směru nebylo na co si stěžovat. Ubytování i jídlo bylo výtečné a naprosto splnilo naše očekávání, zároveň součástí byl i saunový svět, takže super oddych a relax po náročném dni na svahu. Naštěstí negativa nebyla žádná.

5. Zde také již proběhla odpověď v předchozí otázce. Dovolená se tedy naprosto vydařila.
6. Další dovolená je jistě v plánu, i když zatím to nemá pevně stanovené obrysy. Na druhou stranu člověk může v dnešní době plánovat, jak chce, ale pak přijdou nečekané zvraty, které všechny plány zhatí. Tudíž asi zatím nebude nic konkrétního a uvidí se podle levných letenek nebo případně last minute nabídek. Pravděpodobně bych teda další dovolenou viděla někdy na léto.
7. LGBT komunitu při výběru cílové destinace neřeším vůbec.
8. Ne, ale nevadilo by mi se něčeho takového účastnit, pokud bych třeba měla doprovodit kamaráda z této komunity, který by mne o to požádal. Také by záleželo, o jakou akci by se přesněji jednalo.
9. Ne.
10. Dovolenou zařizuji někdy na vlastní pěst a jindy využiji služeb cestovní kanceláře. Jak jsem již uváděla, tak v případě levných letenek si vše zařizuji sama. Hledám poté ubytování většinou přes booking, pojištění si sjednám online a zbytek řeším operativně až na místě – jelikož to nejdůležitější, což je pro mne letenka a ubytování, mám zajištěno. Pokud však mám zájem jet na úplně oddechovou all in dovolenou, tak volím služby cestovní kanceláře, tam mi to přijde pohodlnější a cestovky mají kolikrát sjednané nějaké množstevní slevy, takže cenově to vyjde také dobře, plus ještě když se třeba povede last minute.
11. Na dovolenou jezdím s přítelem a projevujeme se stejně jako doma, to znamená, že samozřejmě chodíme za ruku, ...
12. Nevím, jestli jde úplně nazvat, že nějaká dovolená proběhla s cílem sexuálního zážitku, nicméně takové ty party dovolené jsem také dřívější absolvovala. Člověk tam jede spíš si celkově užít s partou přátel, k tomu se pojí alkohol, party, hudba, tanec i nějaké ty sexuální zážitky, ale neřekla bych, že to je primární důvod.
13. Osobně jsem se s žádnou negativní reakcí, která by se vztahovala na členy LGBT komunity nikdy nesetkala v rámci mého cestování.

**Respondent č. 2 (26 let, zaměstnaný, muž)**

1. Při výběru dovolené se rozhoduji podle kvality služeb, která je nabízena. Zároveň také zvažuji dostupnost spojení do cílové destinace, což taky velmi ovlivní moje finální rozhodnutí.

2. Z aspektů je pro mne hlavní dostupnost od moře, pokud se jedná o letní dovolenou, kde je moře tím hlavním důvodem návštěvy. Přeci jenom se člověku nechce chodit každý den nějakou delší cestu k moři a pak zase zpátky, na dovolené chce hlavně odpočívat. Podobným aspektem, který řeším, je také vzdálenost od lyžařského areálu, což platí u zimní dovolené, když jedeme na lyže. Vlastně důvod je stejný jako u té letní, taky nechcete absolvovat dlouhou cestu k areálu nebo skibusu a ještě se všemi lyžařskými věci a v přezkáčích. A celkově ještě zvažuji i vzdálenost země nebo města, kam mám v plánu jet, od domova, aby to bylo v nějaké rozumné vzdálenosti.
3. Moje nejoblíbenější období pro dovolenou je zima a to z důvodu toho, že velmi rád jezdím na lyžích a zároveň mám rád horskou turistiku, která je sice oblíbená i v létě, ale já stejně dávám přednost zimě - a to pro oba druhy zmíněného sportu.
4. Moje poslední dovolená neproběhla v zahraničí, ale v tuzemsku v okolí Klínovce. Jak jinak než za účelem výše zmíněných zimních sportů. Naštěstí se během pobytu nevyskytly žádné nepříjemnosti a vše tak hodnotím kladně. Nadchnula mne okolní příroda a zároveň moc fajn ubytování s dobrým jídlem. Rád bych také vyzdvihl milý a příjemný personál.
5. Dovolená naprosto splnila moje očekávání, takže já jsem byl spokojen.
6. Ano, aktuálně již přemýšlím, ale zatím na konkrétní plány nedošlo. Rád bych navštívil Španělsko nebo Portugalsko, především kvůli poznání zdejší kultury a historie. Dále bych tam rád viděl místní památky a samozřejmě i moře.
7. Při výběru dovolené vůbec LGBT neřeším. Zajímá mne historie, kultura a sportovní vyžití, to jsou pro mne důležité vlastnosti.
8. Ne.
9. Ne.
10. Dříve jsem si dovolené řešil na vlastní pěst, nyní je už zařizuji výhradně přes cestovku. Osobně si myslím, že to je jedno, ale pokud to zařizuje cestovka, tak s tím člověk nemá žádnou práci. Dle mého názoru má být LGBT komunita úplně normálně začleněna do společnosti a neměly by být dělané nějaké rozdíly.
11. Ano, svoji orientaci normálně přiznávám. S přítelkyní se držíme za ruku, líbáme atd.
12. Ne, na žádné takové dovolené jsem nikdy nebyl a ani jsem o tom neuvažoval.

13. Nikdy jsem v destinaci, kterou jsem navštívil, nezaznamenal negativní chování vůči LGBT komunitě.

**Respondent č. 3 (26 let, zaměstnaný, muž)**

1. Destinace si vybírám hlavně podle toho, kde jsem ještě nebyl. Většinou se snažím nejezdit dvakrát na stejné místo, pokud mi to vyloženě nějak neosloví. Rád bych toho poznal co nejvíce, a proto se snažím dát šanci vždy něčemu novému.
2. Aspekty, na které se nejvíce dívám, jsou asi jednoznačně historie a moře, to bych řekl, že převládá. Ostatní jsou už takové detaily, které řeším, ale nepovažuji je za tak důležité.
3. Úplně přesně si nedokáži vybrat jedno období. Mám rád jaro, podzim a zimu a záleží to poté na konkrétní destinaci. Teplou mám sice rád, ale v létě nikam moc nejezdím, vždycky to nějak takhle vyjde a ani mi to nevádí, na cestování je lepší, když není úplně vedro.
4. Poslední dovolená byl Rhodos na podzim. Spokojenost byla se vším, ubytování bylo moc fajn, jídlo také super, zároveň vyšlo pěkné a příjemné počasí, ale turistů už nebylo tolik, jelikož bylo po hlavní sezóně.
5. Poslední dovolená naprosto předčila mé očekávání. Předpokládal jsem, že to bude fajn, ale nakonec jsem se vrátil opravdu plný dojmů a spokojenosti.
6. Nad další dovolenou přemýšlím, ale zatím je to v hodně ranné fázi, nic aktuálně vymyšleného nemám, tak uvidíme, jak to dopadne.
7. Upřímně vůbec to neřeším, jde to naprosto mimo mne. Při výběru, kam pojedu na dovolenou, si vybírám na základě kultury a historie, jelikož to mne zajímá.
8. Žádné akce tohoto typu jsem se nikdy neúčastnil, anebo o tom nevím.
9. Neplánuji, nevidím v tom pro mě žádný důvod.
10. Většinou jezdím všude bez cestovní kanceláře a snažím si všechno zařídit sám. Přijde mi to jednodušší a asi to i líp vyjde cenově. Hlavně třeba program si ve městech člověk zařídí sám podle sebe a nemusí se pořád někomu přizpůsobovat nebo někde na někoho čekat.
11. Ano, na veřejnosti svoji orientaci přiznávám. Nemám problém s držení za ruku a nějakými polibky.
12. Ano, na tomto typu dovolené jsem byl, konkrétně vloni v létě na Zrće. Musím říct, že party to byla šílená a bylo s tím spojeno vše včetně těch sexuálních zážitků.

Myslím, že vzpomínky a přátelství jsou z toho na celý život, ale letos nic takového v plánu nemám.

13. Osobně jsem se s negativními reakcemi nesešel, ale je možné, že to je tím, že prostě tohle neřeším a nevšímám si toho. Na druhou stranu každý má na to jiný pohled, takže předpokládám, že občas k něčemu takovému může dojít. Pokud bych něco takového zahlédl, tak osobně by mne to od další návštěvy neodradilo, přeci jenom tohle jako heterosexuální neberu ve výběru dovolené v potaz.

#### **Respondent č. 4 (27 let, zaměstnaný, muž)**

1. Za normálních okolností (tedy do doby před covidem) jsem se rozhodoval na základě rozmanitosti destinace. Miluji kombinaci hor a moře, zároveň mám slabost pro ostrovy, i když pro to nemám žádné racionální vysvětlení. V současnosti se rozhoduji hlavně na základě menší „diskriminace“, tzn. hledám destinace, kde jsou minimální covidové restriktce. A v neposlední řadě hrají velkou roli ceny letenek a aktuální bezpečnostní situace v dané zemi.
2. Víceméně se to shoduje s první otázkou, za mě jsou nejdůležitější tato hlediska: obecně ceny v dané destinaci a ceny letenek, bezpečnost země, covidové restriktce, rozmanitost destinace.
3. Jelikož jsem milovník všech ročních období, vyloženě neupřednostňuji vybrané období, ale za posledních řekněme pět let jsem si oblíbil cestování v podzimních měsících (zejména listopad), kdy je u nás v České republice sychravé počasí a v cílové destinaci (zejména státy, které jsou situované jižněji) je počasí lepší a hlavně je mimo sezónu, turistů je znatelně méně a ceny (zejména za ubytování) klesají.
4. Pokud se bere v potaz zahraniční dovolená, tak ta proběhla v Portugalsku na Madeiře. Madeira je známá jako ostrov „věčného jara“, počasí je víceméně stabilní po celý rok velkým benefitem (pro někoho možná ne) je součást Portugalska, tedy Evropské unie. Na Madeiře jsem byl spokojen s obrovskou rozmanitostí ostrova, pohodovou atmosférou a příjemnými lidmi, skvělou kuchyní a pro mě největším benefitem – minimálními covidovými restriktcemi. Nespokojen jsem byl pouze s tím, že dovolená trvala jen 7 dní.
5. Naprosto předčila moje očekávání, z Madeiry se stala jedna z mála destinací, kam se budu chtít vrátit ještě vícekrát (za měsíc vyrážím podruhé, což se mi u jiné destinace ještě nepovedlo). Aby to nevyznělo tak, že jsem odpůrce covidových



restrikcí, překvapilo mě (mile), že lidé dodržovali veškerá vládní nařízení, mentalita Portugalců je nastavená úplně jinak než u nás. A také mě překvapilo, že většina lidí umí anglicky (dokonce i uklízečka na záchodě).

6. V návaznosti na otázku číslo 5, plánuji na přelomu dubna a května opětovnou návštěvu Madeiry. Tentokrát to chci pojmout trochu víc „punkově“, vzít pouze batoh a projít si západní část ostrova.
7. Absolutně neřeším, je mi jedno, jaké genderové identity se v ubytování nacházejí (pokud se samozřejmě chovají slušně, ale to platí pro všechny).
8. Neúčastnil, ale setkal jsem se s výletem (eventem), kde se nějaký pár z této komunity objevil.
9. Vyloženě to nemám v plánu.
10. Dovolenou si vždycky zařizuji sám. Výhodu vidím ve flexibilním plánování výletů a možnosti užít si dovolenou zcela po svém. Další devizou je ušetření peněz za provizi cestovní kanceláře, ale někdy se může stát, že samotný zájezd vyjde lépe, než si ho zařizovat po svém (příkladem může být dovolená v Egyptě).
11. Jelikož cestuji z 90 % sám, tak ani nemám možnost vyznat svoji orientaci.
12. Tento druh dovolené mě kdysi lákal (zrovna z otázky uvedené Zrce), ale v současnosti mě to již úplně neláká.
13. Nezažil jsem nikdy nic takového.

#### **Respondent č. 5 (25 let, zaměstnaná, žena)**

1. Rozhoduji se podle zajímavostí a památek, kterými potenciální destinace disponuje. Zároveň věnuji pozornost přírodním lákadlům, jelikož příroda a celkově ten únik do ní mám ráda.
2. Při výběru dovolené se dívám na počasí, které tam má být v době, kdy místo plánuji navštívit. Zároveň má velký vliv na výběr nabídka ubytování a ještě zvažuji atraktivitu okolí, aby bylo co vidět a co navštívit.
3. Mezi moje nejoblíbenější období patří léto a zima. Léto, protože v té době mám nejvíce dovolené a zároveň ráda jezdím k moři, kde si člověk opravdu odpočine. Na druhou stranu mám ráda zimu, neboť holduji lyžování a ježdění na běžkách. Vždy se tedy snažím vyrazit za sněhem, co nejvíce to jde a pořádně si ho užít, protože je ho bohužel čím dál tím méně.
4. Poslední dovolená proběhla v Itálii. Byla jsem spokojená s ubytováním (umístění, vybavení, velikost), s počasím, s restauracemi a obchody ve městě.

5. Dovolená v Itálii splnila moje očekávání. Mile mě překvapila architektura a atmosféra města. Naštěstí žádné překvapení negativního rázu se nekonalo.
6. Ano, plánuji. Konkrétně se jedná o cestu do Amsterdamu v době velikonočních prázdnin.
7. Vůbec to neřeším. Jako heterosexuála mě tyhle skutečnosti nezajímají.
8. Neúčastnila a ani to nemám v plánu. Předpokládám, že nejsem cílová skupina těchto akcí.
9. Neplánuji, nemám důvod, ale žádné takové akce neodsuzuji a nevadí mi.
10. Dovolenou s předstihem si zařizuji většinou na vlastní pěst, případně v létě připadá v úvahu last minute přes cestovku. Zájezdy vyloženě pro LGBT komunitu bych nevyužila.
11. Svoji orientaci veřejně přiznávám, chovám se stejně jako doma, tudíž držení za ruku mi přijde naprosto normální.
12. Ne a ani jsem nikdy nad takovou dovolenou nepřemýšlela, není to můj šálek čaje.
13. Ne, žádný zážitek s chováním k LGBT komunitě nemám.

#### **Respondent č. 6 (27 let, zaměstnaná, žena)**

1. Při výběru dovolené se rozhoduji podle destinace, která je atraktivní a nějakým způsobem mě láká. Většinou dávám přednost dovolené v přírodě nebo u moře, před dovolenou ve městech spojenou s poznáváním kulturních památek. Dále mé rozhodnutí ovlivňuje doprava, protože preferuji pouze leteckou dopravu kvůli většímu pohodlí a úspoře času. Finanční možnosti také ovlivňují můj výběr dovolené, většinou si dávám budget celkem 20 – 30 tisíc.
2. Hlavním aspektem pro výběr konkrétní destinace je zejména propojení relaxace a aktivní činnosti. Například když letím na dovolenou k moři, nechci se 10 dní válet pouze na pláži, ale ráda podnikám turistické výlety do okolí dané destinace. Druhým aspektem je určitě to, jak je místo známé, zda je něčím turisticky profláknuté. Třetí aspekt je čistota. Rozhodně si vyberu destinaci, která má uklizenou pláž s jemným pískem než destinaci, kde na pláži zakopáváte o všechny možné odpadky.
3. K cestování nejvíce upřednostňuji měsíce srpen–září. Vzhledem k tomu, že vyloženě nemám ráda extrémně vysoké hodnoty (ale zvládnu je), tak mi vyhovuje v srpnu jet na turistickou dovolenou, kde chodím po horách. Naopak v pozdějších

měsících už preferuji dovolenou u moře, protože dopoledne mohu relaxovat u moře a odpoledne podnikat výlety do přírody.

4. Moje poslední dovolená proběhla na Kanárských ostrovech na Tenerife. Ubytování jsem vybírala přes booking.com. Jídlo jsme si s partnerem vařili sami, párkrát jsme šli do restaurace. Ubytování splnilo naše očekávání, vypadalo stejně jako na fotkách, personál byl příjemný a ochotný. Zároveň tato dovolená splnila očekávání i z hlediska činností, mohli jsme relaxovat u moře, ale také chodit na výlet do přírody (např. výlet na sopku Pico de Teide). Obecně jsme byli se vším spokojeni, neměli jsme žádný negativní zážitek.
5. Očekávání splnila naprosto, jak už z hlediska ubytování, aktivit, tak i počasí nám vyšlo opravdu parádně. Dovolenu nám doporučili naši kamarádi, kteří ve stejné destinaci strávili dovolenou rok před námi. Překvapila nás jedna prázdná pláž, nechápali jsme, proč je prázdná, když byla opravdu pěkná. Po nějaké chvíli jsme zjistili, proč tomu tak je. Když jsme se lehli na ručník, byli jsme během krátké chvíle úplně celý od písku, následně jsme se šli vykoupat do moře, a když jsme vylezli, stalo se úplně to samé. Foukal tam velmi silný vítr, zřejmě tedy proto na této pláži nikdo nebyl.
6. V současné době dovolenou neplánuji, protože jsem pracovníě dost vytížená. Pokud se rozhodnu na dovolenou jet, budu to pravděpodobně asi až nějaký last minute na podzim.
7. Nevybírám destinaci v návaznosti na LGBT.
8. Ne a ani mě to neláká. Ale chápu, že na mě to cíleno není.
9. Stejná odpověď jako v předchozí otázce.
10. Většinou si zařizují dovolenou na vlastní pěst, pokud ji plánují dostatečně dopředu. V případě dovolené typu last minute nechávám zařizování na cestovce.
11. Nevadí mi, když vidím nějaké homosexuály, kteří projevují svou orientaci na veřejnosti, pokud je to v rámci držení za ruku či líbání. Každý máme právo se svobodně projevovat. A co se týče mě osobně, tak samozřejmě je odpověď stejná, chovám se normálně, za což považuji právě držení se za ruce nebo pusy.
12. Když mi bylo 21, tak jsem jela na dovolenou na Zrće se svými kamarády. Jeli jsme tam vyloženě za účelem sexuálního zážitku, odreagování, pití alkoholu a seznámení se s novými lidmi. Byl to velmi bizarní zážitek, na který budu jistě vzpomínat celý život, protože party all day all night v plavkách jsem opravdu

nikde jinde nezažila. Stejně tak jako výlet zážitkovou lodí, kterou ráda nazývám loď neřesti, na které bylo pití vodky s džusem zdarma v ceně. První 3 drinky přijdou člověku jak voda, ale při 15 už skáče z lodi, nebo nezastavitelně tancuje na všechny hudební žánry.

13. Ne, s ničím takovým jsem se nesetkala a neodradilo by mě to. Na druhou stranu možná bych si něčeho takového ani nevšimnula, protože se o to na dovolené nezajímám.

### **Respondent č. 7 (22 let, student, muž)**

1. Rozhoduji se podle možnosti dopravy na místo, podle toho, co místo nabízí – například památky, sport, hospody, restaurace atd.
2. Rozhodující je určitě způsob dopravy na místo a cena. Taký hodně řeším, jestli mám v místě nějaké známé nebo podle toho, s kým letím.
3. Asi nemám žádné konkrétní nejoblíbenější, spíš podle toho, kdy mám prostě během roku čas. Takže záleží, jak se sejdou povinnosti a volno.
4. Poslední dovolená proběhla v Rakousku. Spokojenost s ubytováním, přístupem lidí v obci, organizací celého výletu (zařizovala to cestovka). Nespokojenost s ničím, vše bylo v pohodě.
5. Spíš předčila moje očekávání. Jelikož jsem na stejném místě byl i v lednu, tak mě v březnu moc věcí nepřekvapilo, ale každopádně jsem byl spokojený s počasím, stavem sjezdovek a celého skiareálu, s podniky ve městě a s celým fungováním města.
6. Další dovolenou plánuji za 9 dní do Finska, letím tam, protože je tam kamarádka na Erasmu, takže mám jednodušší ubytování. Zná to tam, takže mě provede po Helsinkách, a i po severnější části země, kde studuje.
7. Nevybírám destinaci podle dostupnosti pro LGBT. Jelikož se mě to netýká, tak k tomu není důvod. Ale každopádně s komunitou LGBT problém nemám, jen zrovna tohle prostě nemám důvod řešit.
8. Neúčastnil.
9. Neplánuji. Hlavně teda ani nevím, že se takové akce pro LGBT dělají. Jelikož nepatřím do žádné z těchto skupin, tak nemám důvod vyhledávat zájezdy konkrétně pro tuto komunitu, takže se neplánuji účastnit takové akce.

10. Většinou si ji zařizují na vlastní pěst. Ubytování nejčastěji AirBnb, způsob dopravy podle vzdálenosti a cenové výhodnosti. Druhá otázka se mě asi netýká, takže asi není důvod odpovídat.
11. Tohle je asi taky myšlený především na LGBT, takže taky asi nic. Ale jinak samozřejmě nic neskrývám.
12. Akorát na kurzech od školy, ale i tam se to může slušně zvrtnout, haha.
13. Žádnou zkušenost z cestování s tím, že by se někdo negativně choval k LGBT nemám. Jelikož k této komunitě nepatřím, tak by mě to od další návštěvy neodradilo.

### **Respondent č. 8 (25 let, zaměstnaný, muž)**

1. Chtěl bych navštívit všechny země Evropy, takže cestuji dle toho. Nehledím na cenu, dopravu apod.
2. V daný moment, kdy plánuji dovolenou, tak dle toho, kam by se chtělo kamarádům. Pokud navrhuji země, kde jsem již byl, tak pak si to řeším sám dle možností a počasí.
3. Podzim, protože je již po sezóně a už není takové vedro, které by negativně ovlivnilo dovolenou. Přeci jen po městě/přírodě je lepší procházet se v 15 stupních než 30.
4. Naposledy v září roku 2021, kdy jsem jel do Rotterdamu. Spokojený jsem byl se vším. Jedná se o nejhezčí město, kde jsem kdy byl již 2x a letos asi zas. Je tam super architektura, pohodové místo, super lidi a můj oblíbený hotel.
5. Splnila na maximum. I když polovinu dovolené přšelo, tak to člověka nerozladí a nenechá si zkazit náladu. Jediná negativní věc, byla, že jsem si objednal burger v němž byly kolínka, tím myslím ty těstoviny.
6. Plánuji letos dvě. Znovu Rotterdam, protože se tam cítím již jako doma. A pak Portugalsko, kam plánujeme doletět, půjčit si auto a poznat celou zemi, což je asi nejlepší způsob dovolené.
7. Upřímně neřeším, jestli to je LGBT friendly, spíš mě zajímá historie města či země a hlavně příroda.
8. Nezúčastnil a ani nevím, že něco takového existuje.
9. Neplánuji se zúčastnit. Přeci jen mělo by to být hlavně pro jejich komunitu.

10. Na vlastní pěst si zařizují dovolenou. Je to dle mého nejlepší možnost cestování, pokud doopravdy chce člověk poznat tu zemi. Ale asi záleží na destinaci, pravděpodobně při cestě někam do Asie bych si to nechtěl plánovat sám.
11. Asi spíš zaměřená otázka na jinou orientaci. Jakožto hetero se chovám přirozeně.
12. Ne ne, nebyl.
13. Negativní zkušenost jsem v tomto smyslu nezažil ani neviděl, z toho důvodu by mě nic neodradilo od návštěvy.

#### **Respondent č. 9 (24 let, student, žena)**

1. Dovolenou nebo výlet plánuji dle časových možností, ročního období a cenově dostupných možností v danou dobu. Také nerada jezdím na místa, kde jsem již byla. Vždy se snažím prozkoumat nová.
2. Hlavně počasí a podnebí. Také čas strávený na cestě, který je spojen s časovou dotací na celou dovolenou. Většinou musí být v destinaci možné poznat město, ale i přírodu.
3. Upřednostňuji léto, jen proto, že mám prázdniny. Jinak využívám jakékoliv volné dny v roce. Kdybych měla víc volna přes rok, cestovala bych raději na jaře a na podzim, je všude méně lidí a destinace s vyšší teplotou bývají příjemnější.
4. Poslední dovolená proběhla Řecku. Byla jsem velmi spokojená, protože tam bylo krásně (až na pár dní) a málo lidí. Nemile mě překvapilo, že ceny jsou tam v podstatě stejné jako u nás, ovšem vyvažoval to fakt zlevněných (či zdarma) vstupů na různé památky a přívětiví místní lidé.
5. Má poslední dovolená předčila má očekávání. Nejvíce mě překvapilo (pozitivně), že většina Řeků uměla anglicky a byla ochotná komunikovat, a také, že se téměř všude dalo platit kartou. Negativně mě překvapil sníh a déšť a zima, která tam nastávala v noci.
6. Přemýšlím a zároveň i plánuji asi tak 3-4 další dovolené. První proběhne teďko na Velikonoce.
7. Vůbec se na LGBT friendly při výběru destinace neohlížím. Nikdy mě to nenapadlo řešit.
8. Ne.
9. Ne. O problematiku se nezajímám a myslím si, že ji v dnešní době vidíme všude. Nicméně se nebráním tomu se o této komunitě něco dozvědět a nemám s ní žádný problém.

10. Já jezdím na vlastní pěst většinou. Myslím, že by to pro cestovky mohla být zajímavá nová forma propagace a businessu, ovšem obávala bych se, aby přitom nepřišly o své jiné klienty. Také se domnívám, že LGBT má svou komunitu a o tyto věci se dokáží postarat sami.
11. Jelikož patřím mezi hetero, tak ano, svoji orientaci dávám najevo normálně.
12. Ano, byla jsem a opravdu to bylo takové, jak to bylo zpočátku prezentováno. I když teda ve finále to bylo ještě víc šílené, než jsem původně čekala.
13. Nevybavuji si nyní žádný takový zážitek a od další návštěvy dané země by mě to neodradilo.

### **Respondent č. 10 (27, zaměstnaný, muž)**

1. V mém případě převažuje poznávací cestování, tj. rozhoduji se dle zajímavosti cílové destinace, tj. její historie, pamětihodností, ale i současných staveb, zajímavých událostí či gastronomie. Dále samozřejmě беру v potaz i okolí konkrétní destinace s ohledem na možnosti dalších výletů. Důležitou roli rovněž hraje volba kvalitního ubytování za dostupnou cenu, veřejná hromadná doprava či transport z letiště do města.
2. Aktuální situace ve světě, tedy zejména беру ohled na bezpečnost, počasí v dané lokalitě pro dané období, respektive i výhodnost (cenové zajímavosti) konkrétní cesty či zájezdu, respektive kvalita nabízeného ubytování. Mezi důležité aspekty mohou rovněž zařadit covidovou pandemii a s tím související pro některé země povinnou karanténu nebo úplné omezení cestování.
3. To záleží na cílové destinaci, nicméně s ohledem na převažující cestování za poznáním vybírám jarní a podzimní měsíce.
4. V letošním roce jsem prozatím navštívil hlavní město Maďarska – Budapešť. Dovolená naprosto splnila má očekávání – kvalitní ubytování, spolehlivá hromadná doprava, výborná gastronomie. Zároveň hlavní pamětihodnosti jsou v pěší vzdálenosti. Jedinou kaňkou na povedeném výletu byla oprava některých známých památek, nicméně to neovlivníme.
5. Jak jsem zmínil v předcházející odpovědi, dovolená naprosto splnila má očekávání. Žádný z tipů od přátel nebo z internetových průvodců mě nezklamal.
6. O příští dovolené přemýšlím velmi často. Průběžně sleduji různé internetové portály, jež nabízí ať už hotové zájezdy či akční letenky. Vedu si seznam

zajímavých a vysněných destinací. Často se o dovolené však rozhodují dle aktuální akční nabídky.

7. Cíleně to neřeším.
8. Nezúčastnil jsem se ničeho takového.
9. Neplánuji, nemám důvod se něčeho takového účastnit.
10. Cestoval jsem jak na vlastní pěst s přítelkyní nebo kamarády, tak i prostřednictvím cestovní kanceláře. Volbu, zda-li budu cestovat na vlastní pěst či s cestovní kanceláří zejména ovlivňuje cílová destinace - bezpečnost, vzdálenost, jazyková vybavenost daných obyvatel.
11. Ano, přijde mi přirozené neskrývat svoji lásku ke svojí přítelkyni, a tedy veřejně projevovat své city.
12. Nikdy, jsem se tohoto typu zájezdů nezúčastnil a troufám si říct, že se nikdy ničeho takového účastnit nebudu.
13. Osobně jsem žádnou negativní zkušenost nezažil.

#### **Respondent č. 11 (31 let, zaměstnaná, žena)**

1. Rozhoduji se podle ročního období domovské i cílové destinace. Například pokud je u nás ošklivě, tak ráda vyrazím za teplem, ale musí být hezky i v zemi, kam se chystám. Zároveň také podle aktuální bezpečnostní situace, která panuje ve světě. A zároveň podle dostatečné míry exotiky.
2. Aspekty, na které hledím při výběru dovolené, jsou bezpečnostní situace v cílové zemi, zároveň také musím zohlednit svoji pracovní situaci. Ve svém zaměstnání jsou období, kdy si nemohu vzít dva týdny dovolené a jen tak odjet. Týká se to například doby před začátkem čtvrtletí, kdy jsou stanovené deadliny a je potřeba udělat věci, které nepočkají. Takže to je taky jeden z faktorů, který mě dost ovlivňuje. Ještě zvažuji i cenu, kolikrát je totiž identický zájezd v některém období mnohonásobně dražší, takže pak raději počkám na to levnější.
3. Konkrétní měsíce nebo roční období moc neřeším, ale nerada nějak jezdím v čase, kdy jsou prázdniny, je pak všude hrozně moc dětí a to si klidu člověk neužije.
4. Poslední dovolená proběhla v březnu v Kostarice, kam jsme jeli hlavně za poznáním místní přírody. Spokojená jsem byla s celkovou organizací zájezdu, všechno probíhalo přes cestovní kancelář, vadou na kráse však byli někteří účastníci zájezdu.



5. Pozitivně jsem byla překvapena a to tak, že dokonce předčila naše očekávání v dobrém slova smyslu. Co mě opravdu dostalo byly termální sopečné lázně, kde jsme strávili příjemné odpoledne. Díky skvělému průvodci jsme dostali všechna varování předem, takže k žádnému negativnímu překvapení nedošlo. Vlastně trochu nevýhodou bylo, že místní zvířata se velmi dobře maskují, takže je hledáte a nic. Nebo třeba lenochodi, na které jsme se velmi těšili, tak jsou zavěšeni v horních patrech stromů, tudíž šance je vidět je opravdu minimální.
6. Ano, přemýšlím nad další dovolenou. Nejraději bychom zase nějakou exotiku, ideálně Tanzánii a Zanzibar. Ale zatím je to všechno v procesu přemýšlení, než aby to bylo plánováno.
7. Ne, neřešíme to vůbec.
8. Nene, nikdy jsem se s tím ani nesetkala na žádné z dovolených.
9. Nic takového v plánu nemám.
10. K zařízení dovolené využívám oba dva zmíněné způsoby. Pokud se jedná o kratší dovolené, tak si ji zařizuji sama na vlastní pěst, v případě delších dovolených a obzvláště těch exotických, tak volím cestovní kancelář. Co se týče cestovních kanceláří se zaměřením na LGBT, tak nemohu soudit, jelikož mezi tento segment nepatřím, ale možná by to některým usnadnilo práci při zařizování nejen dovolené a rádi by takové nabídky využili.
11. Myslím si, že nemám proč svoji orientaci skrývat, takže se doma i na dovolené chovám stejně.
12. Nene, to jsem nebyla a nikdy bych se ničeho takové neúčastnila.
13. Nepamatuji se, že by se někde setkala s negativním chováním, na druhou stranu si toho asi moc nevšímám, tak nevím, jestli bych to postřehla. Nicméně jsem toho názoru, že pokud by se nějaká země jako celek chovala k LGBT komunitě špatně, tak to svědčí o tom, že nebude patřit mezi nejvyspělejší státy, a proto by asi za návštěvu ani nestála.

### **Respondent č. 12 (32 let, zaměstnaný, muž)**

1. Výběr dovolené ovlivňuje hlavně místo, kde bude dovolená probíhat. Dovolenu vždy vybíráme s přítelkyní a to tak, aby byla spokojenost na obou stranách. Zároveň hledím na to, jaké jsou v cílové destinaci atraktivita a také co se tam dá podnikat. V zimě rádi jezdíme na lyže, v létě zase na poznávací dovolené nebo oddychové.

2. Konkrétní destinaci vybíráme podle bezpečnosti situace v dané lokalitě, zároveň taky to, aby bylo ve zmíněné zemi dobré počasí pro aktuální dovolenou. Například do Alp jezdíme v zimě, protože chceme lyžovat, tudíž nepojedeme v létě, nebo třeba do exotiky nepojedeme v období dešťů. Jedním z aspektů je počet zbývajících dovolených, kterou mohu v práci čerpat a v neposlední řadě hodnotím poměr ceny a nabízených služeb.
3. Snažím se vyhýbat období, kdy jsou letní prázdniny, protože to je pak všude moc lidí. Ceny jsou pak vyšší, kvalita služeb není taková a prostě si pořádně člověk neodpočine, protože nemá klid. Zároveň se také snažíme navštěvovat vybrané destinace v obdobích, která jsou pro to nejvhodnější.
4. Poslední dovolená proběhla v Rakousku, kam jsme jeli lyžovat. Spokojeni jsme byli s počasím, které bylo krásné. Zároveň jsme také měli krásné ubytování s příjemným personálem a velmi dobrým jídlem. Sjezdovky byly v prvotřídní kvalitě a lidí bylo poskrovnu. Celkový dojem z dovolené byl ideální, nebylo nic, s čím bych byl nespokojen.
5. Dovolená splnila má očekávání, ba dokonce byla nakonec ještě lepší. Příjemně mne překvapila dostupnost z České republiky, jeli jsme autem a cesta byla opravdu rychlá a bezproblémová. Negativně mě nic nepřekvapilo, protože k ničemu negativnímu nedošlo.
6. Ano, nějaká kratší dovolené nebo spíš výlety už máme naplánované na léto. Rádi využíváme svátků, kdy si to spojíme s víkendem a jedem třeba na výlet na kolech. O delší dovolené přemýšlíme, ale zatím to nemá žádné konkrétní obrysy.
7. Neřeším to vůbec, předpokládám, že většina heterosexuálů tohle neřeší.
8. Ne, nikdy jsem se ničeho takového neúčastnil.
9. Neplánuji nic takového.
10. Krátké dovolené, které jsou zároveň v dostupném dosahu, tak zařizují na vlastní pěst. Pokud se jedná o delší dovolenou, která je více vzdálená, tak spíše to přenechám cestovce. Řekl bych, že to záleží na složitosti organizace zájezdu a atributů s tím spojených. Co se týče cestovky, jež by se zaměřovala na LGBT segment, tak k tomu nemám žádný názor, tak si to musejí určit členové komunity sami.
11. Ano, svoji orientaci přiznávám veřejně. Nevidím jediný důvod, proč bych měl heterosexuální orientaci skrývat.

12. Nene, na dovolenou za tímto účelem jsem nikdy nejel.
13. S ničím takovým jsem se nikdy neseťkal, ale myslím si, že by mě to od návštěvy té země neodradilo.

**Respondent č. 13 (31 let, zaměstnaný, muž)**

1. Ideálně se snažím jezdit tam, kde jsem ještě nebyl. Také hledám, zda jsou v okolí nějaké zajímavosti, aby se třeba dali podnikat výlety. Dále mě zajímá, aby v ubytování bylo all-inclusive.
2. Konkrétními aspekty jsou právě již zmíněné atraktivita, aby tam byli nějaké další možnosti vzhledem k výletům nebo cestování. Nemám rád, když je to vyloženě ten typ dovolené, kde člověk jenom leží u moře, takže vyhledávám možnost aktivní dovolené.
3. Nejobvyklejší období je pro mě léto, vzhledem k práci, kde jsem zaměstnaný, jelikož máme v létě dva týdny celozávodní dovolenou (většinou přelom července a srpna). Takže ve většině případů ten čas využiji k nějaké dovolené, ono potom si člověk přes rok moc nevybírat nemůže.
4. Moje poslední dovolená proběhla v Egyptě, konkrétně to byla Marsa Alam. Byl jsem spokojený se všemi faktory, od jídla, přes počasí až po chování personálu.
5. Ano, splnila moje očekávání. Byla to dovolená, kde si člověk chtěl vyloženě odpočinout a kde bude neustále krásné počasí. Tohle všechno bylo splněno a proběhlo to na jedničku.
6. Nad další cestou přemýšlím, ale zatím žádné plány nejsou. Ideálně bych razil na místo, kde jsem ještě nebyl. Přemýšlel jsem nad Kanárskými nebo Kapverdskými ostrovy.
7. Nevybíráám si destinace v návaznosti na LGBT, beru je jako normální lidi, takže to opravdu neřeším.
8. Neúčastnil jsem se nikdy výletu nebo eventu s touto tematikou.
9. Neplánuji, ale kdyby se něco naskytlo, tak bych se tomu nebránil. Zájezd asi úplně ne, ale třeba pokud by šlo o nějaký zajímavý event s dobrým programem, tak nevidím důvod, proč se toho neúčastnit.
10. Cestuji většinou přes cestovní kancelář, ale cestoval jsem i na vlastní pěst. Osobně si myslím, že by určitě bylo fajn, kdyby se cestovky zaměřovaly na tuto skupinu lidí, aby měli více možností.

11. Pokud jedu s přítelkyní, tak neskrývám veřejně svoji orientaci a chodíme spolu za ruku. Ale je důležité si také dopředu zjistit informace o destinaci, kam se cestuje, jestli jsou tyto věci etické dělat na veřejnosti, aby nepobuřovaly.
12. Nebyl jsem, ale jeden rok jsem nad tím hodně uvažoval.
13. Nemám žádné negativní zkušenosti, takže nemohu říci.

**Respondent č. 14 (27 let, OSVČ, muž)**

1. Rozhoduji se podle toho, kde jsem ještě nebyl a kam se chci podívat. To je asi to nejhlavnější, zbytek nějak ladím podle aktuální situace.
2. Mezi moje aspekty, které nejvíce řeším, patří teplo, moře, zábava a poměr cena a výkon.
3. Z časových důvodů upřednostňuji léto a zimu. V jiných měsících se mi moc nedaří si ten čas udělat, takže tam cestování nepřipadá v úvahu, anebo je to opravdu výjimečně.
4. Moje poslední dovolená byla v říjnu 2021 a Egyptě. Všechno bylo v pořádku, takže já jsem byl spokojen. Žádné nepříjemnosti jsme řešit nemuseli.
5. Jelikož jsme jeli do Egypta, tak jsem čekal takovou tu klasiku, ale byl jsem příjemně překvapen. Poskytovaný servis byl nad očekávání a tím, že to bylo v říjnu, tak v resortu bylo opravdu málo lidí, což byla paráda.
6. Ano, v červenci nebo srpnu podniknu nějakou dovolenou u moře, ale blíže jsem o tom ještě nepřemýšlel.
7. Absolutně nesleduji vztah destinace k LGBT, je mi to úplně jedno.
8. Neúčastnil.
9. Ne, jsem heterosexuál.
10. Dovolené si zařizují na vlastní pěst nebo přes cestovatelský klub, kde jsem členem.
11. Nerelevantní otázka pro mě jako heterosexuála si myslím.
12. Ano byl. Konkrétně šlo o Balaton sound a Ultra Festival Split. Obojí bylo s partou přátel a celé jsme si to náležitě užili se vším všudy.
13. Neodradilo by mě to. Jak jsem už říkal, tak mě to vůbec nezajímá.

## **Abstrakt**

Hořejšová, J. (2022). *Specifika výběru cílové destinace turisty v LGBT komunitě* (Diplomová práce), Západočeská univerzita v Plzni, Fakulta ekonomická, Česko.

**Klíčová slova:** cestovní ruch, LGBT komunita, LGBT turismus, LGBT friendly, LGBT hnutí

Hlavním cílem diplomové práce bylo zjistit, jaká specifika upřednostňuje při výběru cílové destinace turista spadající do LGBT komunity. Úvodní část práce se zaměřuje na cestovní ruch, jeho členění a segmentaci a také aktuální trendy. Dále je představena LGBT komunita, její historie a vztahy se společností. Následně práce uvádí LGBT turismus, jeho specifika spojená se spotřebním chováním, tolerantní a intolerantní země a organizace, které se zabývají LGBT tematikou. Poté je představena případová studie zabývající se činností spolku Prague Pride. Nejrozsáhlejší část práce je věnována vlastnímu dotazníkovému šetření, interpretaci získaných dat a stanovení hypotéz. Na zmíněný výzkum navazují hloubkové rozhovory, které napomohly k prohloubení nabytých informací. V závěru diplomové práce jsou shrnuty zjištěné poznatky, uvedené doporučené návrhy a vlastní názor autorky na danou problematiku.

## **Abstract**

Hořejšová, J. (2022). *Specifics of choosing a destination for tourists in the LGBT community* (Master's Thesis). University of West Bohemia, Faculty of Economics, Czech Republic.

**Key words:** tourism, LGBT community, LGBT tourism, LGBT friendly, LGBT movement

The main aim of the thesis was to find out what specifics are preferred by tourists belonging to the LGBT community when choosing a destination. The introductory part of the thesis focuses on tourism, its classification and segmentation as well as current trends. Furthermore, the LGBT community, its history and relations with society are introduced. Subsequently, the thesis introduces LGBT tourism, its specifics related to consumer behavior, tolerant and intolerant countries and organizations dealing with LGBT issues. Afterwards, a case study dealing with the activities of Prague Pride is presented. The most extensive part of the thesis is devoted to the actual questionnaire survey, interpretation of the obtained data and determination of hypotheses. This research is followed by in-depth interviews, which helped to deepen the information gained. The thesis concludes with a summary of the findings, recommendations and the author's own opinion on the issue.