

**UNIVERZITA KARLOVA**

**Přírodovědecká fakulta**

Katedra sociální geografie a regionálního rozvoje

Studijní program: Geografie

Studijní obor: Regionální a politická geografie



Bc. Josef LOCHMAN

**PROSTOROVÉ ASPEKTY SDÍLENÉ EKONOMIKY  
V CESTOVNÍM RUCHU: PŘÍPAD COUCHSURFINGU**

**SPATIAL ASPECTS OF SHARING ECONOMY IN TOURISM: CASE  
OF COUCHSURFING**

Diplomová práce

Vedoucí diplomové práce: RNDr. Jiří Vágner, Ph.D.

Praha 2019

## **Prohlášení**

Prohlašuji, že jsem závěrečnou práci zpracoval samostatně a že jsem uvedl všechny použité informační zdroje a literaturu. Tato práce ani její podstatná část nebyla předložena k získání jiného nebo stejného akademického titulu.

V..... dne.....

.....  
Podpis

## **Poděkování**

Tímto bych chtěl poděkovat všem, kteří mi pomohli nejen při tvorbě této práce, ale i během celého studia. Tuto diplomovou práci bych těžko zvládl bez vedení pana RNDr. Jiřího Vágnera, Ph.D., kterému jsem velmi vděčný za mnoho rad a mnoho věcných poznámek. Dále bych chtěl poděkovat svým nejbližším za revizi textu včetně nekonečné podpory během studií zejména od mé rodiny a přítelkyně.

## Abstrakt

Význam platformů fungujících na principu sdílené ekonomiky v prostředí cestovního ruchu stále narůstá. Aktuálně největším fenoménem sdílené ekonomiky je platforma Airbnb, díky níž rezidenti nabízejí turistům ubytování ve svých domovech. Ačkoliv Airbnb stále funguje na základním *peer to peer* principu sdílené ekonomiky, v posledních letech došlo kvůli nekontrolovatelnému rozvoji této platformy k odklonu od hodnot sdílené ekonomiky. Na rozdíl od Airbnb, couchsurfing stále zachovává hodnoty sdílené ekonomiky a podporuje udržitelný cestovní ruch. O couchsurfingu ale není známo dostatek informací. Tato platforma například nemá veřejně dostupnou databázi, která by nastínila, jaké množství lidí bylo skrze Couchsurfing v daných destinacích ubytováno. Nedostatek informací o couchsurfingu je patrný i ve výzkumné sféře. Naprostá většina výzkumů je zaměřena na sociologická témata jako je motivace lidí praktikující couchsurfing nebo vzájemná důvěra, kterou k sobě tito lidé mají apod. Prostorové chování turistů je tedy prozatím výzkumnou sférou podceňována. Vytvoření databáze těchto turistů v mezinárodním i národním měřítku na úrovni Česka, včetně studia prostorového chování v Česku, je hlavním cílem této práce. K výzkumu byla využita kombinace kvantitativního a kvalitativního výzkumu. Kvantitativní výzkum spočívá zejména v systematické tvorbě databáze těchto turistů. Ve kvalitativním výzkumu je metodou narativního rozhovoru zkoumáno prostorové chování těchto turistů. Výsledky práce ukázaly, že nejpobulárnější jsou pro uživatele Couchsurfingu vyspělé státy a jejich konkrétní destinace. Obecně platí, že uživatelé této platformy směřují do podobných států jako turisté dle UNWTO. V Česku je největší zájem o Prahu, ve které bylo od roku 2004 do roku 2016 ubytováno 57 % všech turistů ubytovaných přes Couchsurfing. Ačkoliv tito turisté obvykle navštíví více destinací během pobytu na území Česka (včetně méně turisticky významných destinací jako jsou malá města), soustřeďují se zejména v centru měst a využívají nejpobulárnějších atraktivit destinací. Díky stylu cestování a návštěvám různých destinací lze turisty využívající Couchsurfing označit jako velmi specifickou skupinu turistů.

**Klíčová slova:** sdílená ekonomika; couchsurfing; alternativní cestovní ruch; udržitelný cestovní ruch; prostorové chování

## **Abstract**

A significance of platforms based on sharing economy principle in tourism has been continuously increasing. Currently, the most significant phenomenon is Airbnb, which allows residents to offer their homes for tourists. Even though Airbnb still works on basic peer to peer principle of sharing economy, due to uncontrolled development, it has been leading to a diversion from values of sharing economy. Unlike Airbnb, couchsurfing still retains values of sharing economy and promotes sustainable tourism. However, there is not enough data about couchsurfing. For example, this platform does not have any public database, which would outline how many people were accommodated through Couchsurfing in particular destinations. The lack of data about couchsurfing is apparent in the academic sphere as well. The vast majority of studies is focused on sociological themes like motivations of people to use couchsurfing or mutual trust among its users. In the meantime, the spatial behaviour of these tourists has been therefore underestimated. Creation of a database of these tourists on international and Czech national scale including an exploration of spatial behaviour in Czechia is the main aim of this research. A combination of quantitative and qualitative methods was adopted for this research. The quantitative research mainly consists of the systematic creation of the database of these tourists. The qualitative research examined spatial behaviour of these tourists using the narrative interview method. The results of the thesis showed that developed countries and their particular destinations are the the most popular among Couchsurfing users. In general, users of this platform travel to such countries as tourists according to UNWTO. In Czechia, there is the most significant demand for Prague, where 57 % of tourists were accommodated through Couchsurfing from 2004 to 2016. Even though these tourists usually visit more destinations during their stay in Czechia (inculding less significant destinations such as small towns), they rather gather in the city centres and visit the most popular places of the destinations. Considering the style of travelling and visiting of various destinations, tourists using Couchsurfing can be classified as a very specific group of tourists.

**Keywords:** sharing economy; couchsurfing; alternative tourism; sustainable tourism; spatial behaviour

# OBSAH

SEZNAM GRAFŮ.....	7
SEZNAM TABULEK .....	7
SEZNAM OBRÁZKŮ .....	8
SEZNAM POUŽITÝCH ZKRATEK.....	8
<b>1. ÚVOD.....</b>	<b>9</b>
1. 1 CÍLE PRÁCE, VÝZKUMNÉ OTÁZKY A HYPOTÉZY .....	10
1. 2 STRUKTURA PRÁCE .....	12
<b>2. OBECNÝ RÁMEC.....</b>	<b>14</b>
2. 1 SDÍLENÁ EKONOMIKA A JEJÍ VÝVOJ .....	14
2. 2 CESTOVNÍ RUCH.....	18
2. 2. 1 <i>Masový cestovní ruch</i> .....	19
2. 2. 2 <i>Overturismus, hyperturismus</i> .....	21
2. 2. 3 <i>Alternativní cestovní ruch</i> .....	22
2. 2. 4 <i>Udržitelný cestovní ruch</i> .....	25
2. 3 SDÍLENÁ EKONOMIKA A CESTOVNÍ RUCH.....	26
2. 4 COUCHSURFING .....	30
<b>3. METODIKA.....</b>	<b>36</b>
3. 1 KVANTITATIVNÍ VÝZKUM .....	36
3. 2 KVALITATIVNÍ VÝZKUM .....	39
<b>4. VÝSLEDKY VÝZKUMU .....</b>	<b>42</b>
4. 1 COUCHSURFING VE SVĚTĚ.....	42
4. 2 COUCHSURFING V ČESKU .....	50
4. 3 KVALITATIVNÍ VÝZKUM .....	57
<b>5. SHRNUÍ VÝSLEDKŮ.....</b>	<b>65</b>
<b>6. ZÁVĚR .....</b>	<b>68</b>
<b>7. ZDROJE .....</b>	<b>72</b>
7. 1 LITERATURA.....	72
7. 2 INTERNETOVÉ ZDROJE.....	79
<b>PŘÍLOHY .....</b>	<b>86</b>

## SEZNAM GRAFŮ

Graf 1: Vývoj vyhledávání termínu „sharing economy“ .....	16
Graf 2: Počet mezinárodních turistů ve světě.....	21
Graf 3: Počet a podíl uživatelů podle regionů .....	43
Graf 4: Vývoj počtu zanechaných referencí v Česku .....	51
Graf 5: Podíl veřejných žádostí v Česku dle národností ke dni 26. 1. 2019 .....	51
Graf 6: Počet a podíl ubytovaných couchsurferů v Česku mezi lety 2004-2016 .....	53
Graf 7: Územní rozložení zanechaných referencí .....	56
Graf 8: Koncentrace couchsurferů dle velikosti obce mezi lety 2004-2016 .....	57

## SEZNAM TABULEK

Tabulka 1: Genealogie konceptu sdílené ekonomiky .....	15
Tabulka 2: Vybrané destinace a jejich regulace Airbnb .....	17
Tabulka 3: Typologie účastníků cestovního ruchu .....	20
Tabulka 4: Rozdíly mezi masovým a alternativním cestovním ruchem .....	23
Tabulka 5: Charakteristika nového turistu .....	24
Tabulka 6: Binární podoba masového cestovního ruchu a couchsurfingu .....	33
Tabulka 7: Veřejné žádosti a uživatelé na Couchsurfingu .....	44
Tabulka 8: Státy s nejvíce uživateli Couchsurfingu .....	45
Tabulka 9: Státy s nejvíce veřejnými žádostmi .....	47
Tabulka 10: Státy s nejvíce zahraničními turisty (dle UNWTO) .....	48
Tabulka 11: Nejpopulárnější městské destinace a Couchsurfing .....	49
Tabulka 12: 10 městských destinací s nejvíce veřejnými žádostmi na 1 000 obyvatel .....	50
Tabulka 13: Vývoj počtu referencí na Couchsurfingu v porovnání s Airbnb a HUZ v Praze .	54
Tabulka 14: Respondenti a jejich charakteristiky dle zkoumaných měst .....	58

## SEZNAM OBRÁZKŮ

Obrázek 1: Potřeby subjektů cestovního ruchu .....	25
Obrázek 2: Cestovní ruch a sdílená ekonomika .....	28
Obrázek 3: Uživatelé Couchsurfingu v evropských státech.....	46
Obrázek 4: Veřejné žádosti v evropských státech .....	46
Obrázek 5: Couchsurfeři v Česku .....	53
Obrázek 6: Vývoj počtu nerezidentů ubytovaných v HUZ a počtu referencí u Couchsurfingu a Airbnb .....	55
Obrázek 7: Frekvence zmínek pražských turistických atraktivit.....	61
Obrázek 8: Pražská památková rezervace UNESCO.....	62

## SEZNAM POUŽITÝCH ZKRATEK

BNIM	biografická interpretační metoda výkladu
HUZ	hromadná ubytovací zařízení
UNWTO	Světová organizace cestovního ruchu



# 1. ÚVOD

V posledních letech lze evidovat výrazný nárůst zájmu o sdílenou ekonomiku. Ekonomická krize, internet či nástup post-materialistické společnosti měl za následek postupné navyšování významu sdílené ekonomiky nejen v cestovním ruchu (Stors, Kagermeier 2017; Tussyadiah 2015; Dudás a kol. 2017). V rámci sdílené ekonomiky začaly vznikat platformy, které jejich uživatelům poskytují možnost nabízet své služby či majetek on-line (Investopedia 2018). Mezi tyto platformy patří například Uber (Dredge, Gyimóthy 2015), který je v Česku známý především kvůli sporům s pražskými taxikáři (Hospodářské noviny 2018). Pro cestovní ruch je typickým příkladem sdílené ekonomiky Airbnb, fenomén v poskytování ubytování (Stors, Kagermeier 2017). Tato platforma, díky které se mohou turisté ubytovat v bytech rezidentů, se ale dostala do stavu, ve kterém jsou principy sdílené ekonomiky výrazně narušovány (DVTV 2017). Airbnb navíc způsobilo znepokojení rezidentů v destinacích, kde je služba nabízena. Popularita Airbnb totiž zapříčinila narušení trhu s byty, jež má za následek zvyšování cen nájmu bytů, které může vést až k anti-turistickým protestům (The Guardian 2017).

Další významnou ubytovací platformou sdílené ekonomiky je Couchsurfing, který je zároveň výzkumným objektem této práce. Couchsurfing na rozdíl od Airbnb totiž stále doržuje principy sdílené ekonomiky. Turisté jsou ubytováni u rezidentů zdarma a dostávají se tak s rezidenty do přímého kontaktu – nejedná se o rezervace celých bytů podobně jako v Airbnb, tudíž nemůže dojít k anti-turistickým protestům, které jsou vyvolány obsazováním místních bytů turisty. Význam couchsurfingu<sup>1</sup> tkví v udržování koncepce sdílené ekonomiky, a navíc i ve vytváření specifické skupiny turistů (Schuckert a kol. 2018; Chen 2018), která by měla dodržovat zásady udržitelného cestovního ruchu (Couchsurfing – Values 2018).

Couchsurfing jsem jako objekt tohoto výzkumu vybral z několika důvodů. Vedle významu pro cestovní ruch, který jsem zmínil výše, je důvodem především nedostatek informací o turistech, kteří tuto platformu využívají během cestování. Informace o počtech uživatelů, couchsurferů či hostitelů<sup>2</sup> nejsou vedeny v žádných veřejných statistikách. Není

---

<sup>1</sup> Jako couchsurfing s „c“ v této práci označuji formu cestovního ruchu.

<sup>2</sup> Jako *uživatele* v této práci označuji každého, kdo si na serveru [www.couchsurfing.com](http://www.couchsurfing.com) založil profil (registroval se). Uživatel je tak potencionálním hostitelem i couchsurferem. *Couchsurfeři* je označení pro přijíždějící turisty, kteří si vybrali Couchsurfing jako ubytovací platformu; tzn. ubytovali se zdarma díky webu [www.couchsurfing.com](http://www.couchsurfing.com). *Hostitel* je uživatel Couchsurfingu, který nabídl (nabízí) svůj domov couchsurferům, aby u něj mohli přespát.

tedy známo, jak významný je couchsurfing v porovnání s komerčním cestovním ruchem či Airbnb. Aby ale mohly destinace správně nastavit svou politiku k turistům, potřebují znát jejich nejen jejich množství ale i prostředí, do kterých turisté míří. Politika destinací se pak odráží například v zajišťování služeb nebo distribuci propagačních materiálů (DVTV 2017). Dalším důvodem výběru objektu výzkumu je malý zájem akademiků o prostorovou složku couchsurfingu, jak ve své práci zmínil Schuckert a kol. (2018, s. 221): „Se vznikem Airbnb formáty alternativního cestovního ruchu jako je couchsurfing zůstávají neprobádány, zejména práce vztahující se k chování a spoluvytváření zkušeností při ubytování mezi hostem a hostitelem.“ Dalším důkazem malého zájmu vědecké sféry o couchsurfing je počet výzkumů v internetové databázi webofknowledge.com. Pod klíčovým slovem „couchsurfing“ byly ke dni 17. 6. 2018 v databázi pouze 4 články vyskytující se v geografických periodikách. Po prostudování jejich abstraktů lze vidět, že se jedná spíše o sociologicky zaměřené výzkumy (viz např. Filippo a kol. 2017). Ačkoliv mají couchsurferi ubytování zdarma, jejich finanční význam pro destinaci není zanedbatelný, jak ukázal výzkum od Schuckert a kol. (2018). Právě finanční význam couchsurferů pro destinaci je posledním důvodem, proč byl jako objekt práce zvolen couchsurfing.

## 1.1 Cíle práce, výzkumné otázky a hypotézy

Kvůli absenci informací o významu couchsurfingu v rámci cestovního ruchu si tato práce klade za cíl zjistit, jaký je podíl couchsurferů ve světě i v Česku a jakým stylem tyto turisté cestují. Výsledky této práce budou interpretovány pomocí následujících 4 výzkumných otázek vztahujících se k celkovému počtu couchsurferů, prostorovému rozložení této poptávky a k prostorovému chování tohoto typu turistů:

*(1) Jaké státy a městské destinace jsou u couchsurferů nejpoblábnější?*

První otázka je zaměřena na mezinárodní srovnání. Zkoumáno bude, jaké země mají nejvíce uživatelů a po jakých destinacích (na úrovni měst i států) je největší poptávka. Tyto získané informace následně budou porovnávány s daty komerčních turistů (tzn. ti, kteří se ubytovali v hromadných ubytovacích zařízeních (HUZ)). Dále zde bude hodnoceno i postavení Česka v mezinárodním kontextu.

*(2) Kolik couchsurferů navštívilo či momentálně směřuje do Česka, kolik jich v Česku bylo ubytováno a v jakých konkrétních destinacích?*

Druhá otázka se týká počtu přijíždějících couchsurferů do Česka. Protože není známo, kolik couchsurferů a do jakých konkrétních destinací přijíždí, je nejdříve nutné zjistit celkové

množství couchsurferů včetně jejich lokalizace. Zejména, zda i u tohoto typu turistů přetrvává dominance Prahy na úkor ostatních destinací v Česku (ČSÚ 2018), a jaký je podíl ostatních destinací v Česku. Tato výzkumná otázka má dále za cíl vyjasnit, jak významný je podíl couchsurferů ve srovnání s komerčními turisty a turisty ubytovanými přes Airbnb.

*(3) Jaké je prostorové chování couchsurferů v cílové destinaci?*

Třetí otázka se týká kvalitativního výzkumu, který analyzuje, jak se couchsurfeři v cílové destinaci pohybují. Zda se při návštěvě Prahy např. pohybují pouze po Královské cestě, navštíví periferii Prahy či vycestují i mimo hranice Prahy do jiných regionů Česka.

*(4) Jsou nějaké další faktory, které ovlivňují navštívené destinace během pobytu?*

Návštěva destinace jistě může být ovlivněna i dalšími faktory. Jedním z těchto faktorů může být například opakovaný pobyt (McKercher a kol. 2012) nebo doporučení od hostitele (na základě vlastní zkušenosti).

K výše zmíněným výzkumným otázkám byly stanoveny následující 4 hypotézy:

*(1) Couchsurfeři budou zejména směřovat do vyspělých západních států a bohatých asijských států, které patří mezi hlavní destinace i u komerčního cestovního ruchu.*

Má první hypotéza odkazuje na data UNWTO (Světová organizace cestovního ruchu), Tourism Highlights (2018), podle kterých nejvíce turistů směřuje převážně do vyspělých západních států a bohatých asijských států. Hypotézu podporuje i skutečnost, že k využívání této platformy je nutná jistá počítačová gramotnost.

*(2) Podíl couchsurferů ubytovaných v Česku od roku 2004 bude okolo 1 % z počtu turistů ubytovaných v roce 2017 přes Airbnb, ale meziroční nárůst by mohl být přibližně stejný jako u Airbnb. Dominance Prahy jako nejnavštěvovanější turistické destinace platí i v případě couchsurfingu.*

Stanovení této hypotézy je kvůli absenci podobných dat problematické. Chen (2012) ale ve své práci uvedla údaje, díky kterým hypotézu lze stanovit. Podle Chen měl Tchajwan v době jejího výzkumu 17 570 uživatelů, kteří se celkem 12 112krát ubytovali přes Couchsurfing. Při úměrném růstu couchsurfingových ubytování s počtem uživatelů by k roku 2018 (14 milionů uživatelů Couchsurfingu (Couchsurfing – About Us (2018))) proběhlo 965 737 ubytování. Pokud by Česko mělo v rámci Couchsurfingu stejný podíl jako v komerčním cestovním ruchu (tzn. 1,3 % ze všech turistů ubytovaných v HUZ na světě (UNWTO Tourism Highlights 2018)), znamenalo by to, že se od vzniku Couchsurfingu v Česku ubytovalo 12 555 couchsurferů. Server Aktuálně (2018) uvedl, že se v roce 2017

v Česku přes Airbnb ubytovalo 1,2 milionu turistů. V porovnání s Airbnb by tedy mohl být počet couchsurferů okolo 1 % z turistů ubytovaných přes Airbnb v roce 2017.

(3) *Couchsurfeři budou navštěvovat i jiné atraktivity než ty, které patří k nejpoblárnějším v Česku (Pražský hrad, lanová dráha na Petřín apod. (Czechtourism 2017)).*

Oproti komerčním turistům by se couchsurfeři mohli v Praze a na území Česka odlišně pohybovat. Výzkum od Schuckert a kol. (2018) totiž ukázal, že couchsurfeři preferují styl cestování jako *batůžkáři*, kteří mají větší prostorový rozsah během návštěvy destinace (Scheyvens 2002). Tato hypotéza odkazuje dále na výzkum Chen (2018), která zjistila, že se couchsurfeři vyhýbají populárním turistickým atraktivitám. Couchsurfeři by se tedy mohli pohybovat i mimo historické centrum Prahy či center jiných měst.

(4) *Jedním z faktorů ovlivňujících návštěvené destinace je opakovaný pobyt a aktivita hostitele.*

Poslední hypotéza se odvíjí od vlastních zkušeností s couchsurfingem. Mimo vlastní zkušenosti tato hypotéza dále navazuje na výzkum od McKercher a kol. (2012), kteří studovali pohyb opakovaných turistů v Hong Kongu. Jejich výzkum ukázal, že tito turisté při prvním pobytu cestovali spíše pěšky a prostorově rozptýleně, zatímco při opakovaném pobytu turisté vybírali své destinace více selektivně a zaměřovali se spíše na nakupování či gastronomii.

## **1.2 Struktura práce**

V teoretické části práce je pozornost věnována sdílené ekonomice – zejména vývoji sdílené ekonomiky a jejímu kontextu v cestovním ruchu. Dále je velký důraz kladen na alternativní cestovní ruch, do kterého lze couchsurfing zařadit. Samozřejmostí je i kapitola, ve které se věnuji přímo Couchsurfingu a proběhlým výzkumům věnujícím se formě cestovního ruchu v rámci této platformy. Po teoretické části následuje metodika, ve které vysvětluji proces sběru dat pro empirickou část práce. Ta je rozdělena do dvou typů výzkumů:

(1) kvantitativní výzkum pomůže najít odpovědi na první a druhou výzkumnou otázku – tedy jak velká je poptávka couchsurferů po Česku a jak je tato poptávka geograficky rozptýlená. Z hlediska množství uživatelů bude hodnoceno i postavení Česka v mezinárodním kontextu.

(2) Kvalitativní výzkum se věnuje třetí a čtvrté výzkumné otázce. K zodpovězení těchto výzkumných otázek byl použit formulář inspirovaný narativním rozhovorem v práci Bloom a kol. (2016).

Následuje detailní popis výsledků této práce včetně shrnutí, ve kterém je mimo souhrnu nejpodstatnějších výsledků obsažena i jejich diskuze a komparace výsledků s výzkumy jiných autorů. Závěr obsahuje zodpovězení výzkumných otázek a zhodnocení uvedených hypotéz i zamyšlení se nad tím, jak výsledky práce korespondují, příp. obohatily obecnější, teoretické poznatky o sdílené ekonomice. Součástí závěru je i kritické zhodnocení této práce. Jsou zde uvedeny limity a nedostatky, které se projevily během výzkumu. Dále jsou uvedeny možné náměty pro další výzkumy věnující se sdílené ekonomice v rámci cestovního ruchu, couchsurfingu či jiným ubytovacím platformám (např. Airbnb).

## 2. OBECNÝ RÁMEC

### 2.1 Sdílená ekonomika a její vývoj

Pod sdílenou ekonomikou si lze představit: „ekonomický model často definovaný jako aktivita *peer-to-peer* (jednotlivec k jednotlivci – pozn. autora) založený na získávání, poskytování nebo sdílení přístupu ke zboží a službám, který je usnadněný díky komunitní online platformě“ (Investopedia 2018). Mezi další zástupce sdílené ekonomiky lze mimo Couchsurfing uvést například Airbnb, Homeexchange, Peerspace, Dogvacay, Uber, Blablacar nebo Sharedesk (Dredge, Gyimóthy 2015).

Sdílenou ekonomiku lze pojmenovat různými termíny. V anglické literatuře se používá vedle *sharing economy* také *collaborative consumption*, *collaborative economy*, *shared economy* nebo *peer economy* (Wu, Zhi 2016). Genealogií termínu sdílená ekonomika se zabývali ve své práci Dredge a Gyimóthy (2015). Podle jejich přehledné tabulky s postupným vývojem je sdílená ekonomika až 17. stádiem ve svém vývoji (viz Tabulka 1). Autoři navíc uvádějí tzv. *hybrid economy* jako jejího nástupce. Jako první termín před zrodem sdílené ekonomiky autoři uvádějí *human ecology* z roku 1950, ve které: „populace sebe samé organizují do komunit (se symbiotickými a komenzalistickými vztahy), aby se adaptovaly na jejich prostředí“ (s. 290). Ve 20. století se dále zrodil termín *collaborative consumption* z roku 1978, který vznikl v důsledku nedostatku zdrojů na pozadí ropné krize. *Collaborative consumption* ve své práci Wu a Zhi (2016) označují jako počátek sdílené ekonomiky. Všechny zbylé termíny pak pocházejí z období po roce 2000. Mimo *social sharing*, *collaborative lifestyles* nebo *peer-to-peer economy* bych ještě rád zmínil *moral economy*, která je aplikována přímo na alternativní cestovní ruch. Jde o takovou ekonomii, která „není založena na výměně peněz, ale je založena na spolupráci a velkorysosti, sdílení zboží a služeb, vzájemné pomoci a podpoře“ (Dredge, Gyimóthy s. 291).

V posledních letech zažívá sdílená ekonomika signifikantní růst zájmu mezi akademiky – 70 % ze všech článků v databázi Web of Knowledge dostupných pod klíčovým slovem „sharing economy“ je publikováno mezi lety 2010 až 2018 (ke dni 23. 1. 2019). Podobný nárůst zájmu o sdílenou ekonomiku je patrný i z platformy Google Trends (2019), ve které jsou dostupná data o množství vyhledávání tohoto termínu od roku 2004 (viz Graf 1).

Tabulka 1: Genealogie konceptu sdílené ekonomiky

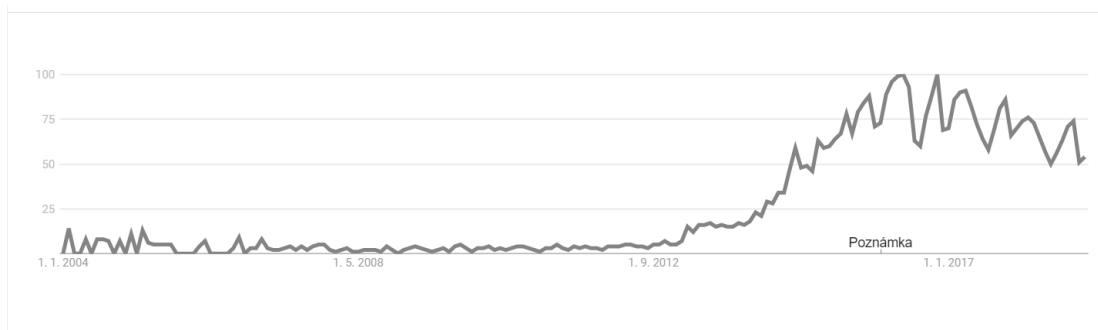
<b>Termín</b>	<b>Dílo</b>	<b>Autor (rok vydání)</b>
Human Ecology	Human Ecology: A Theory of Community Structure	Hawley (1950)
Collaborative Consumption	Adapting the ideas of Hawley to consumer behaviour	Felson, Spaeth (1978)
Access Economy	The Age of Access: A New Culture of Hyper-capitalism	Rifkin (2000)
Moral Economy	Liquid Love and Human Bonds	Bauman (2003)
Social Sharing	Sharing Nicely: On Shareable Goods and the Emergence of Sharing as Modality of Economic Production	Benkler (2004)
Alternative Post-Capitalistic Economies	A Post-capitalist Politics Take Back the Economy	Gibson-Graham (2006) Gibson-Graham, Cameron, Healy (2013)
Collaborative Consumption v. 2.0	What's Mine is Yours: How Collaborative Consumption is Changing the Way We Live	Botsman, Rogers (2011)
Collaborative Lifestyles	Beyond Zipcar: Collaborative consumption	Botsman, Rogers (2010)
The Mesh	Why the Future of Business is Sharing?	Gansky (2010)
Circuits of Commerce	Economic lives: How culture shapes the economy	Zelizer (2010)
Access-Based Consumption	Access-based consumption: The case of car sharing	Bardhi, Eckhardt (2012)
Peer-to-Peer Economy		P2Pfoundation.net (2012)
Moral Economy	Social networking technologies and the moral economy of alternative tourism: The case of couchsurfing.org.	Molz (2013)
Sharing vs. Pseudo-sharing	Why not share rather than own? Sharing versus pseudo-sharing in web 2.0.	Belk (2007) Belk (2014)
Connected Consumption	Collaborating and Connecting: The Emergence of the Sharing Economy	Schor, Fitzmaurice (2015)
Collaborative Commerce	Collaborative commerce in tourism: Implications for research and industry	Sigala (2015)
<b>Sharing Economy</b>	<b>Remix: Making art and commerce thrive in the hybrid economy</b>	<b>Lessig (2008)</b>
Hybrid Economy	The Zero Marginal Cost Society: The Internet of Things, the Collaborative Commons, and the Eclipse of Capitalism	Rifkin (2015)

*Zdroj: upraveno dle Dredge, Gyimóthy (2015)*

Velký vliv na expanzi sdílené ekonomiky nemá pouze internet (Decrop a kol. 2018), ale samozřejmě také úspora peněz související se světovou ekonomickou krizí, dále zvýšené zájmy o přírodní prostředí, které může být poškozeno konzumním chováním (Tussyadiah

2015), post-materialistická společnost (Stors, Kagermeier 2017), nebo uvedení Webu 2.0<sup>3</sup> (Belk 2014).

Graf 1: Vývoj vyhledávání termínu „sharing economy“<sup>4</sup>



Zdroj: Google Trends (2019)

V souvislosti se zmíněným zvyšujícím se zájmem o sdílenou ekonomiku lze uvést případ Amsterdamu – ten se v roce 2014 stal prvním evropským *sdílejícím městem* (Dredge, Gyimóthy 2015). I v rámci konceptu sdílejícího města ale v Amsterdamu dochází k omezování sdílené ekonomiky. Od roku 2018 obyvatelé Amsterdamu mohou přes Airbnb pronajímat své domovy pouze 4 lidem, a to na dobu maximálně 4 měsíců. V nadcházejících letech se má tento limit zúžit dokonce na 2 měsíce. V některých částech města by mohl být zakázán úplně, aby se podařilo zamezit zvyšujícím se cenám bytů (ČT24 2018). I když se Amsterdam staví ke sdílené ekonomice kriticky, ať již v podobě zmíněného omezování Airbnb nebo dle bodů zveřejněných na stránkách amsterdamského sdílejícího konceptu (Sharenl 2018), lze najít další fungující koncepty jako udržitelné sdílení energií nebo vzájemné nabízení lékařských služeb (Iamsterdam 2018).

Na druhé straně je několik měst bojujících proti sdílené ekonomice; také zejména proti Airbnb (viz Tabulka 2). Koncil města Los Angeles například v květnu roku 2018 přijal návrh na omezení Airbnb v tom ohledu, že rezidenti nemohou pronajímat byt, který není jejich trvalým bydlištěm, a zároveň nemohou pronajímat svůj byt na delší dobu než na 120 dní

<sup>3</sup> Web 2.0 neboli také *social web* (Belk 2014) je termín, který byl poprvé použit v roce 2004. Ačkoliv nejde o žádný konkrétní technologický update internetu, označujeme tím nový způsob, jakým vývojáři a uživatelé internet užívají. Web 2.0 funguje na principu, že se na tvorbě a publikaci internetového obsahu nepodílejí pouze jednotlivci, ale obsah je kontinuálně měněn všemi uživateli. V praxi to můžeme vidět zejména na sociálních sítích a blozích (Kaplan, Haenlein 2010).

<sup>4</sup> Na svislé ose je relativní zájem o „sharing economy“ - 100 tedy ukazuje, že jde o měsíc, ve kterém byla *shared economy* nejvíce vyhledávána přes Google vyhledávač.



v roce. Oba tyto zákony by měly pomoci k redukci počtu pronajímaných prostor (Business Insider 2018). Podobné regulace byly zavedeny i v dalších velkoměstech. Obyvatelé Londýna, pokud nevlastní zvláštní povolení, smí pronajímat své prostory v rámci Airbnb pouze na 90 dní. V Madridu mohou obyvatelé pronajmout své prostory pouze na 90 dní v roce – konkrétněji se tento limit liší v závislosti na oblasti, ve které se ubytovací prostory nacházejí (The Guardian 2018). V Česku ale zatím Airbnb regulováno není (Lidovky 2018). Regulaci Airbnb z důvodu zvyšování nájmu doporučuje i RNDr. Dana Fialová Ph.D.

Tabulka 2: Vybrané destinace a jejich regulace Airbnb

Destinace	Regulace
Amsterdam	Pokud hostitelé nabízejí celý domov na Airbnb, mohou ho pronajímat jen po dobu 60 dní v kalendářním roce. Tato regulace se netýká těch, kteří mají na Airbnb pouze jednotlivý pokoj.
Barcelona	Pokud hostitelé chtějí svůj byt poskytovat přes Airbnb, musí se nejdříve registrovat na místním úřadu (HUT licence). Prostory nabízené bez registrace jsou brány jako nelegální činnost. Město díky povinným registracím může zakázat tvorbu dalších pronájmů.
Berlín	Hostitelé musí získat zvláštní povolení, pokud pronajímají více než 50 % svého domova, ve kterém trvale žijí. Toto povolení pak formuluje i počet dní v kalendářním roce, ve kterých lze domov pronajímat. Hostitelé mohou pronajímat i druhý byt, pokud mu bude uděleno zmíněné povolení. Pronájem druhého bytu je omezený na 90 dní v roce.
Japonsko	V polovině roku 2018 Japonsko zavedlo nový zákon zvaný <i>minpaku</i> , který výrazně omezuje krátkodobé pronájmy Airbnb. Hostitelé mohou pronajímat domovy pouze 160 dní v roce a musejí být zaregistrovaní. Nabízené pronájmy bez registrace jsou z Airbnb odstraněny.
Londýn	Pronájmy ve všech nabízených domovech jsou omezeny na 90 dní v kalendářním roce
Los Angeles	Hostitelé v Los Angeles nebudou moci od července roku 2019 pronajímat jiné byty než ty, ve kterých sami žijí. Omezený bude pro krátkodobý pronájem přes Airbnb i počet dní. Hostitelé budou moci pronajímat svůj domov pouze na 120 dní v kalendářním roce.
Madrid	V květnu roku 2018 byl přijat zákon, který nařizuje, že hostitelé v Madridu mohou skrze Airbnb pronajímat své domovy pouze na méně než 90 dní. Tento limit se dále může měnit v závislosti na poloze ve městě.
New York	Hostitelé nemohou pronajmout svůj domov na více než 30 pokud v něm sami nebydlí.

Zdroj: *Airbnb (2019a), Airbnb (2019b); Airbnb citizen (2018); Business Insider (2018); Quartz (2018); Reuters (2018); The Guardian (2018); The New York Times (2018)*

v rozhovoru pro DVTV (2017). Hlavním cílem regulací Airbnb je jasně odlišit sdílenou ekonomiku (příležitostné pronajímání bytu) od provozování permanentního, neřízeného

hotelu (což se liší od konceptu sdílené ekonomiky) (The Guardian 2015). Couchsurfing ale nijak regulovaný není a pravděpodobně ani nikdy nebude. Služba je zdarma a lze ji provozovat, dle základních principů couchsurfingu, pouze v místě, kde hostitel trvale žije.

Sdílená ekonomika představuje díky komunitnímu charakteru udržitelnější model ekonomiky (Binninger a kol. 2015). Podle časopisu The Times (2011) jde dokonce o jeden z 10 nejlepších nápadů, který by měl změnit svět k lepšímu. Nezanedbatelný je jistě i impakt pro zavedené podniky (Matzler a kol. 2016) a podíl ve finančních ziscích světové ekonomiky. Například v Texasu je každé rozšíření Airbnb o 10 % následováno snížením zisků hotelů o 0,39 % (Zervas a kol. 2017). Odhady celkových příjmů pro Evropu se zabývala firma PWC (2016), která podle svého průzkumu odhaduje, že za rok 2015 Evropa získala pouze v rámci sdílené ekonomiky 3,6 miliard eur. Jako další příklad toho, jak je sdílená ekonomika významným faktorem pro národní trhy, jsou data ze Spojeného království. Podle jednoho z průzkumů totiž mělo až 64 % jejích obyvatel zkušenost a participovalo ve sdílené ekonomice – z toho většina je převážně mladšího věku a pocházejí z městských oblastí (Stokes a kol. 2014). Celková hodnota sdílené ekonomiky v roce 2014 byla podle webu Statista (2017) zhruba 15 miliard dolarů; podle předpovědi by se do roku 2025 měla hodnota zvýšit až na 335 miliard dolarů.

## **2.2 Cestovní ruch**

Cestovní ruch označuje Zelenka, Pásková (2012, s. 83) jako: „komplexní společenský jev, zahrnující aktivity osob cestujících mimo jejich obvyklé prostředí nebo pobývajících v těchto místech ne déle než jeden rok za účelem zábavy, rekreace, vzdělávání, pracovním či jiným účelem, i aktivity subjektů poskytujících služby a produkty těmto cestujícím osobám, tedy i provozování zařízení se službami pro tyto cestující osoby včetně souhrnu aktivit osob, které tyto služby nabízejí a zajišťují, aktivit spojených s využíváním, rozvojem a ochranou zdrojů pro cestovní ruch, souhrn politických a veřejně správních aktivit (politika a propagace cestovního ruchu) a reakce místní komunity a ekosystémů na uvedené aktivity.“

Jak uvádí každoroční zpráva UNWTO Tourism Highlights (2017), cestovní ruch je klíčovým hybatelem v socio-ekonomickém rozvoji. S rozvojem cestovního ruchu souvisí i navyšování počtu pracovních míst nebo rozvoj dostupné infrastruktury. Podle UNWTO z cestovního ruchu pro rok 2016 plyne 10 % světového HDP. Toto procento lze vyčíslit i tak, že z cestovního ruchu jsou průměrné světové příjmy 4 miliardy denně. Česko v roce 2016

navštívilo 12,09 milionu turistů, kteří zde utratili 6,309 miliard dolarů (UNWTO Tourism Highlights 2017).

### 2. 2. 1 Masový cestovní ruch

Turistu zařazeného v rámci masového cestovního ruchu lze definovat pomocí 3S charakteristiky: *sun, sea and sand* (slunce, moře a písek). Pod touto definicí si lze představit klasickou rekreaci u moře v izolovaném hotelovém komplexu organizovanou turistickými kanceláři (Fortuny a kol. 2008). Cohen (1972) jako masový cestovní ruch označuje cestovní ruch, který turistům nabízí tu nejvíce pohodlnou formu cestování. Cestování je chápáno jako masově nabízený standardizovaný *balíček*, který má upoutat co nejvíce lidí. Takto nabízená rekreace podle Cohena sice turistům nabízí novost a poznání, ale ve skutečnosti k získávání zkušeností nedochází. Během celého procesu, při kterém je turista alokován do cílové destinace, se cestovní společnosti snaží o co nejefektivnější a nejrychlejší řízení turistů. Dochází tak k vytváření iluze dobrodružství a poznávání.

Kvůli takto nabízeným balíčkům dochází k velké koncentraci turistů do určitých středisek. Nekontrolovaný počet turistů může mít za následek poničení turistické destinace – ve fyzickém i socio-kulturním smyslu (DVTV 2017). Pro velké počty turistů jsou pak turistické atraktivity transformovány – dochází k nahrazení původního využití atraktivity k přebudování na čistě turistické využití. Atraktivity jsou doplňovány například obchody a dochází k jejich upravování, aby byly pro turisty přitažlivé (Cohen 1972). Cohen tento proces vysvětluje na příkladu lokálního tradičního festivalu, který kvůli tomu, aby dorazilo více turistů, může ztratit svoji původní podobu – aby byl pro turisty atraktivní, musí být více barevný a upravený pro turisty z toho důvodu, aby nedošlo k jejich uražení. Z turisticky velmi atraktivních oblastí se tímto procesem, tedy tím procesem, při kterém se destinace mění, aby bylo vše určené pro turisty, stává *turistické ghetto* (DVTV 2017). Svou masovostí cestovní ruch pak postupně ničí samotné předpoklady cestovního ruchu – lidé mají zájem o živé a autentické (např.) město, které ale kvůli velkému množství turistů nedokáže zmíněnou autenticitu turistům nabídnout (výsledek tohoto procesu se označuje jako tzv. *turistická past*) (DVTV 2017).

Ačkoliv je cestovní ruch, jak již bylo zmíněno, významným faktorem posilujícím ekonomický rozvoj cílového státu, v souvislosti se vzrůstajícím počtem turistů v cílové destinaci dochází k postupnému odmítání cestovního ruchu rezidenty (Garau-Vadell a kol. 2018). Tzv. *turistická iritace* vyjadřuje míru nevráživosti rezidentů vůči přijíždějícím

turistům. Jako základní ukazatel této míry je uváděn *Doxeyho iritační index*, který je čtyřstupňovou škálou (euforie, apatie, znechucení, antagonismus) vyjadřující postupné znechucení rezidentů vůči turistům – tato charakteristika mimo jiné souvisí i s prostorovou a časovou koncentrací turistů (Doxey 1975). Postupný vývoj od euforie k antagonismu je spojený s modelem *životního cyklu destinace* (Butler 1980) – tj. aplikace životního cyklu produktu na turistickou destinaci. Tento model s pomocí kvalitativních a kvantitativních charakteristik sleduje změny, které se v destinaci odehrávají. Potencionálními sférami konfliktů mezi turisty a rezidenty mohou být například: nevhodné chování (hluk, odpadky, kriminalita), zvýšené ceny v destinaci (městská doprava, gastronomie, obchody) nebo cizost (ztráta autenticity, pocit komercializace a exploatace vlastního domova) (Postma, Schmuecker 2003).

Tabulka 3: Typologie účastníků cestovního ruchu

<b>Typologie účastníků cestovního ruchu dle:</b>	
<b>Cohen (1972)</b>	<b>Plog</b>
Organizovaný masový turista	Alocentrik
Individuální masový turista	Midcentrik
Průzkumník	Kvazipsychocentrik
Tulák	Psychocentrik

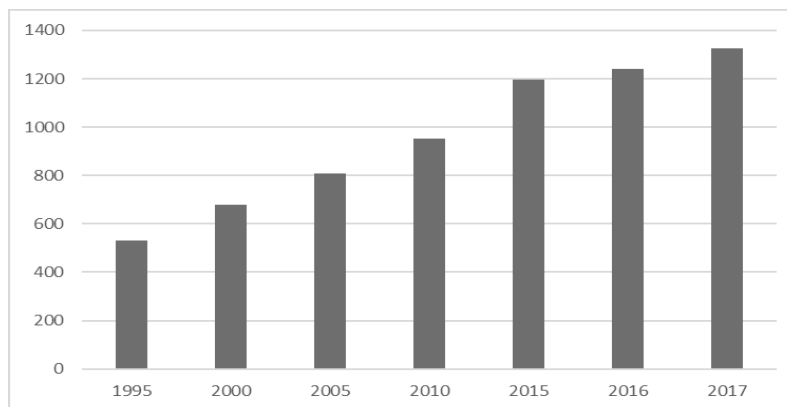
*Zdroj: Cohen (1972); Zelenka, Pásková (2012)*

Typologií účastníků cestovního ruchu se zabýval například Plog (1974) nebo Cohen (1972) (viz Tabulka 3). Cohen rozlišuje 4 základní kategorie: organizovaný masový turista, individuální masový turista, průzkumník a tulák. Plogova typologie je podobná, rozlišuje také 4 kategorie: alocentrik, midcentrik, kvazipsychocentrik a psychocentrik (Zelenka, Pásková 2012). Jako masově orientovaní turisté jsou označováni psychocentrici a midcentrici (Weaver 1998). Psychocentrici cestují výhradně do populárních a zavedených destinací; stejně tak midcentrici, kteří ale mají prvky alocentriků, a jsou tak na pomezí masových a alternativních turistů. Jako alocentrici jsou označováni ti, kteří mají silnou touhu po poznávání a objevování nových destinací. Jinými slovy, cestují do méně turisticky známých oblastí (Zelenka, Pásková 2012) – alocentrici tedy představují hlavní lidské zdroje pro alternativní cestovní ruch (Weaver 1998).

## 2. 2. 2 Overturismus, hyperturismus

Zvyšující se počty turistů zasáhly v posledních desetiletích mnoho destinací. Jsou to zejména města, u kterých dochází k velké saturaci turistů kvůli neudržitelným praktikám masového cestovního ruchu. Tento proces, který se vyznačuje obrovským rozšířením cestovního ruchu do městských oblastí a center měst, se nazývá *overturismus* (Milano 2017). Důsledkem overturismu je tzv. *tourismphobia*, která označuje jako stav, při němž ve společnosti vzniká nespokojenost s různými projevy způsobenými růstem cestovního ruchu (Milano a kol. 2017). Následek tohoto procesu je zakládání různých společenských spolků, které se snaží získat pozornost zpátky k rezidentům; zejména kvůli nedostupnosti a zdražování nemovitostí (Milano 2017). Podle Goodwina (2017) overturismus: „označuje destinace, ve kterých hostitelé či hosté, místní či návštěvníci cítí, že v destinaci je příliš mnoho návštěvníků a že kvalita života v destinaci či kvalita zážitku byla nepříjemně poškozena“ (s. 1). Termín ale postrádá jasnou definici, se kterou by bylo možné lépe pracovat. Jedná se spíše o obecný termín (Koens 2018). V češtině i slovenštině se začíná operovat s pojmem *nadměrný cestovní ruch* (Lukáč, Hronček 2019).

Graf 2: Počet mezinárodních turistů ve světě



Zdroj: UNWTO Tourism Highlights (2018)

Poškodit může destinaci i tzv. *hyperturismus*. Čím více se cestovní ruch stává organizovanější, tím více dochází k pouhé simulaci destinace (Jansson 2002). Destinace začne být primárně reprezentována simulacemi reality, jako jsou katalogy, magazíny nebo internet. Tyto simulace nabízejí již standardizované objekty, jako jsou například turistické resorty. Skutečný turistický zážitek se pak může od takto nabízené reality výrazně lišit. Výsledkem je špatná osobní zkušenost s destinací, nenaplnění předpokladů a očekávání turistů. Couchsurfeři

jako další potencionální turisté mohou nasycení destinace turisty zintenzivnit – na druhou stranu ale couchsurfeři mohou pomoci k dekoncentraci turismu (viz kapitola 2. 4).

Počet mezinárodních turistů se neustále zvyšuje (viz Graf 2). Zatímco v roce 1995 bylo mezinárodních turistů celkem 531 milionů, v roce 2017 je to již 1,3 miliardy (UNWTO Tourism Highlights 2018). Ve městech, které se potýkají s overturismem, lze pozorovat podobný růst. V Benátkách se od roku 2004 do roku 2016 zvedl počet návštěvníků<sup>5</sup> z 6,93 milionů na 10,51 milionů (Anuario del Turismo 2017). Na začátku roku 2019 informoval Deník (2019), o nové politice vůči turistům v Benátkách. Od roku 2022 si bude muset každý turista zaplatit návštěvu tohoto města v podobě rezervace. Každý, kdo bude Benátky chtít navštívit, bude muset zaplatit poplatek 6 eur (154 korun) a ve více turisticky exponovaných dnech 8 nebo 10 eur (206 nebo 257 korun). V případě, že turista navštíví město bez rezervace, hrozí mu pokuta 100 až 400 eur (2 570 až 11 570 korun). V Barceloně je situace ještě dramatičtější. Zatímco se roce 1990 v Barceloně ubytovalo 1,73 milionu turistů, v roce 2016 to bylo 9,07 milionu turistů. Co se týká návštěvníků, odhaduje se, že Barcelonu ročně navštíví okolo 30 milionů návštěvníků (Milano 2017). V Barceloně se dokonce stal cestovní ruch podle vnímání rezidentů největším problémem města (Milano 2017). Ale je to právě pohostinnost místních, která určuje atraktivitu destinace včetně schopnosti destinace absorbovat cestovní ruch (Getz 1994). S nadměrným počtem turistů souvisí i již zmíněný problém s bydlením pro rezidenty. Benátky mají plynulý úbytek rezidentů v centru města od roku 1990 – ze 78 165 rezidentů bydlících v centru, jich zbylo 55 583. Rezidenty z centra města vytlačuje hlavně narůstající trh s byty pro turisty. K roku 2017 bylo v Benátkách přes Airbnb k dispozici 6 027 bytů (z toho bytů a apartmánů 4 513) (Milano 2017).

### **2. 2. 3 Alternativní cestovní ruch**

Jak již název alternativní cestovní ruch napovídá, jedná se o formu cestovního ruchu, která poskytuje alternativní zkušenosti a zážitky odlišné od těch, které nabízí masový cestovní ruch (Ooi 2010). Další, o dost komplexnější definici, uvádí Molz (2013, s. 212): „alternativní cestovní ruch poskytuje alternativu ke vnímaným negativním jevům spojeným s komerčním masovým cestovním ruchem. Namísto masového cestovního ruchu se ten alternativní snaží podporovat morální ekonomii založenou na udržitelném obchodu, spravedlivých pracovních praktikách a sociální a environmentální citlivosti.“ Tento autor ve své práci uvedl další

---

<sup>5</sup> Rozdíl mezi turistou a návštěvníkem je ve formě a délce pobytu. Zatímco turista stráví v destinaci noc, návštěvník se v destinaci neubytuje.

důležité elementy alternativního cestovního ruchu, jako jsou například více autentické a individualizované zkušenosti z navštíveného místa (vyhnutí se *McDisneyzaci* (Erb, Ong 2017)) nebo vědomost samotných turistů, že svou návštěvou způsobí jistý dopad na destinaci.

Tabulka 4: Rozdíly mezi masovým a alternativním cestovním ruchem

Charakteristika	Masový cestovní ruch	Alternativní cestovní ruch
<b>Trh</b>		
Segment	Psychocentrik-midcentrik	Alocentrik-midcentrik
Model	<i>Balíčky</i>	Individuální plán
Sezónnost	Rozmezí sezón	Bez sezónnosti
Zdroj	Několik dominantních trhů	Bez dominantních trhů
<b>Atrakce</b>		
Důraz	Vysoká komercializace	Mírná komercializace
Charakter	Nepřirozený	Autentický
Orientace	Výhradně na turisty	Turisté a rezidenti
<b>Ubytování</b>		
Velikost	Velké měřítko	Malé měřítko
Prostor	Koncetrován do turistických oblastí	Rozptýlený do oblastí
Hustota	Vysoká	Nízká
Architektura	Mezinárodní styl; nápadný styl	Nenápadný styl
Vlastnictví	Velké firmy; vnější vlastnictví	Lokální vlastnictví, malé podniky
<b>Ekonomický status</b>		
Role turismu	Dominuje lokální ekonomice	Doplňuje již existující aktivity
Vazby	Externí	Vnitřní
Úniky	Rozsáhlé	Minimální
Multiplikační efekt	Nízký	Vysoký
<b>Regulace</b>		
Kontrola	Nelokální privátní sektor	Lokální komunita
Množství	Minimální; usnadnění privátnímu sektoru	Extenzivní; omezení negativních efektů
Ideologie	Volný trh	Intervence veřejnosti
Důraz	Ekonomický růst, zisky	Stabilita komunity a <i>well-being</i>
Časový rámec	Krátkodobý	Dlouhodobý

*Zdroj: dle Weaver (1998)*

Odlišením alternativního cestovního ruchu od masového cestovního ruchu se ve své práci zabýval Weaver (1998). Vymezil 5 charakteristik, na kterých je snadno interpretován rozdíl mezi masovým a alternativním cestovním ruchem (viz Tabulka 4). Zatímco masový cestovní ruch se převážně soustřeďuje do turisticky atraktivních oblastí, ten alternativní je více rozptýlen v cílové oblasti. Důležitý je například i průběh návštěvy. Alternativní turista na

rozdíl od masového vyhledává ubytování v zařízeních menšího měřítka a jeho návštěva v destinaci není ve formě balíčků. Dělicím faktorem je i dopad na rezidenty. Alternativní turista je regulován samotnou komunitou, zatímco komerční turista je kontrolován z vnějšku destinace.

V posledních letech nastává výraznější posun k odlišnému chování turistů. Tento posun vyústil k vytvoření nového termínu *nový turista* (Pirnar, Icoz 2010). Tento turista má zcela odlišné zájmy a chování v destinaci než původní turista. Mezi základní charakteristiky nového turistu lze uvést například vyhledávání autentických zážitků, větší flexibilita a nezávislost nových turistů nebo zájem o udržitelnost (viz Tabulka 5). Jako nové formy cestovního ruchu, které vznikly díky tomuto posunu lze uvést například ekoturismus, svědomitý nebo dobrovolnický cestovní ruch (Decrop 2018).

Tabulka 5: Charakteristika nového turistu

1.	Více se učí a jsou orientovaní na zážitky a dobrodružství, vyhledávají autentické zážitky v destinaci.
2.	Jsou více flexibilní a nezávislí (noví turisté vytvářejí poptávku orientovanou na lepší kvalitu, kladou větší hodnotu penězům).
3.	Mají velký zájem o udržitelnost, dokonce zaplatí více.
4.	Mají velký zájem o účasti v každodenním životě místní kultury.
5.	Mají měnící se preference destinací a délky pobytu.
6.	Poptávají různé formy turismu: agroturismus, lékařský cestovní ruch, udržitelný cestovní ruch, sportovní cestovní ruch, fotografování, jachting, městský cestovní ruch...
7.	Jsou u nich patrné změny demografických znaků jako stárnutí populace nebo změna velikosti rodin...
8.	Jsou více vystresovaní, hledají větší pohodlí.
9.	Technologicky vybavení, často používají internet k objednávání a zamlouvání produktů.
10.	Více se zajímají o zdraví a bezpečnost.

Zdroj: dle Pirnar, Icoz (2010)

Alternativní cestovní ruch je spojován i s kritikou. Kritických faktorů je hned několik: slabé zisky, které neumožní ekonomický růst; rozvoj na rozsáhlém území; může vést k nabourání místní kontroly zahraničním zájmům; nebo by mohl vést k počáteční fázi masového cestovního ruchu (Weaver 1998).



## 2. 2. 4 Udržitelný cestovní ruch

UNWTO definuje udržitelný cestovní ruch jako cestovní ruch, který: „splňuje potřeby současných turistů a cílových regionů, zatímco chrání a posiluje jejich potřeby v budoucnu“ (Vourc'h, Denman 2003, s. 7). Pigram (1990) dokonce definuje alternativní cestovní ruch jako ekvivalent k udržitelnému cestovnímu ruchu.

Obrázek 1: Potřeby subjektů cestovního ruchu



Zdroj: Postma (2003)

Kvůli rozvíjejícím se problémům životního prostředí, se v roce 1995 na ostrově Lanzarote (Kanárské ostrovy, Španělsko) konala první světová konference reagující právě na problémy životního prostředí. Účastníci této konference přijali deklaraci, jejíž cílem je zajistit, aby mimo ekonomické očekávání hleděl cestovní ruch i na environmentální požadavky, a respektoval i místní komunitu (UNWTO 1995). Mezi 16 bodů této deklarace patří cíle jako např.:

- (1) rozvoj cestovního ruchu musí vycházet z kritérií udržitelnosti (tzn. být ekologicky únosný, vyhovující místním komunitám...);
- (2) podpora studií věnujících se udržitelnosti cestovního ruchu;
- (3) začlenění místních ekonomických struktur;
- (4) zohlednit účinky dopravy.

Udržitelný cestovní ruch se, na rozdíl od masového cestovního ruchu zaměřeného na zisk a materiální statky, vyznačuje cílením na kvalitu života (Postma, Schmuecker 2017). Aby v destinaci nastalo bezkonfliktní prostředí, musí dojít ke vzájemnému uspokojení potřeb 3 základních subjektů cestovního ruchu (viz Obrázek 1). *Residents* (rezidenti) usilují o kvalitu

života, *providers* (poskytovatelé) usilují o kvalitní příležitosti a *consumers* (spotřebitelé) usilují o kvalitu zážitku během návštěvy destinace.

Samotná udržitelnost se měří pomocí indikátorů. Některé z indikátorů uvedl ve své práci Weaver (1998) – indikátory jsou primárně děleny na *celostátní* a *specifické k místům*. Mezi *celostátní* indikátory patří např. rozloha chráněných území, environmentální plánování, zahraniční vlastnictví, politická stabilita, intenzita rekreace nebo poměr mezi turisty a rezidenty. Do druhé kategorie patří například: index atraktivity destinace, konzumace (energie, voda na návštěvníka) nebo metr čtvereční připadající na jednoho turistu.

Dosažení stavu udržitelného cestovního ruchu je možné pomocí různých nástrojů. Šauer a kol. (2015) zmiňují například ekonomické nástroje jako daně a poplatky; podpůrné nástroje jako vzdělávání aktérů; příkazové a kontrolní nástroje jako územní plánování; nebo dobrovolné nástroje jako jsou dobrovolné příspěvky (karbonový offseting) či zpravodajství a auditing.

### 2.3 Sdílená ekonomika a cestovní ruch

Koncept sdílení není v cestovním ruchu zcela novým pojmem. První ubytovací síť pro turisty s názvem *Servas* založil v roce 1949 Bob Lutweiler (Schuckert a kol. 2018). Není náhoda, že tato organizace vznikla krátce po konci druhé světové války. Členové sami sebe považovali za peacemakery, kteří měli zlepšit poválečný svět. Princip fungování této komunity je stejný jako v případě Couchsurfingu. Skrze vzájemnou důvěru lze zprostředkovat ubytování turistům u rezidentů. Tento koncept je obsažen i v názvu – *Servas* znamená v esperantu *we serve* (sloužíme). Momentálně je tato komunita značně menší než komunita Couchsurfingu. Celkově je do projektu zapojeno 15 000 domácností ve více než 100 zemích (*Servas – History* 2018). V Česku je zapojených pouze 120 domácností, tj. zhruba 200 členů (z toho polovina z Prahy). Malý počet členů ale může být důsledkem toho, že na území Česka začínal *Servas* pronikat až po pádu železné opony (*Servas* 2018).

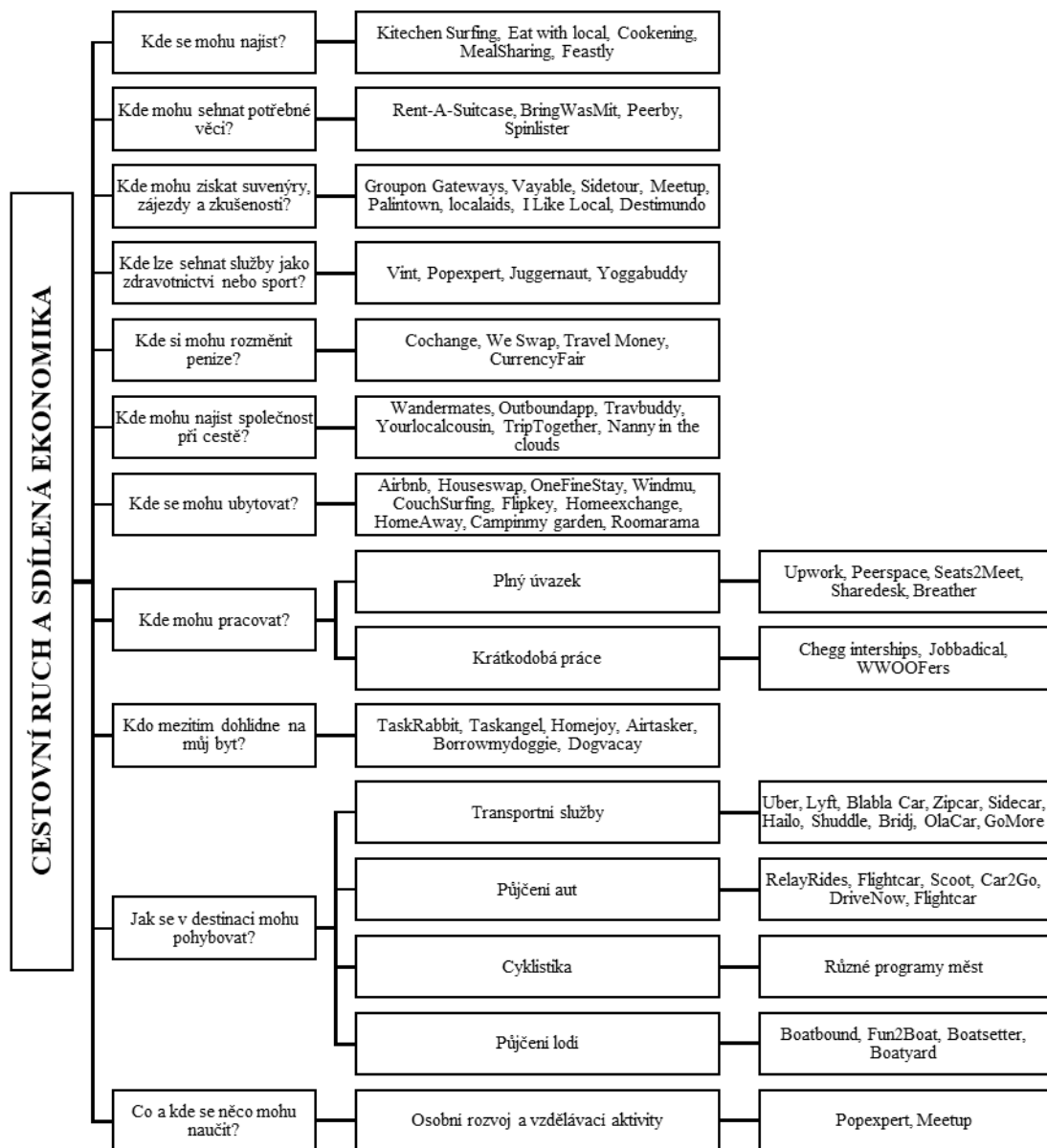
Spojením sdílené ekonomiky a cestovního ruchu se ve své práci věnují zejména autoři Dredge a Gyimóthy (2015), kteří vidí jako největší faktor ovlivňující nástup sdílené ekonomiky právě rozšíření mobilních technologií a ekonomickou krizi v roce 2009, která zapříčinila vysoký zájem o alternativy k neudržitelným formám kapitalismu.

Podle autorů Cesarani, Nechita (2017) je nástup sdílené ekonomiky v cestovním ruchu zapříčiněn několika faktory:

- (1) *nástup tzv. nových turistů*, kteří požadují více autentické a osobní zážitky z destinace.
- (2) *Finanční krize a ekonomická recese po roce 2009*, které znamenaly, že se spotřebitelé (turisté) začali chovat vzhledem ke svým výdajům více ohleduplně, a jednotlivé rodiny začaly vyhledávat jiné zdroje příjmů.
- (3) *Zavedenou možností digitálních plateb peer-to-peer*. U jednotlivců může proběhnout finanční transakce přímo z osobních účtů.
- (4) *Adopce chytrých telefonů*, která souvisí i s digitálními platbami. Jednotlivci mají díky chytrým telefonům přístup k různým platformám a aplikacím sdílené ekonomiky.
- (5) *Komunitní kultura*, tzn. expanze sociálních sítí vytvořila prostředí, ve kterém se uživatelé těchto sítí propojují do komunity. Uživatelé se v nich i navzájem hodnotí, což má za následek větší spolehlivost při vzájemném kontaktu mezi uživateli sociálních sítí;
- (6) *Úspěch Airbnb* je posledním klíčovým faktorem. Díky úspěchu Airbnb došlo k vytváření dalších platforem v rámci sdílené ekonomiky.

Obrázek 2 ukazuje potenciál, kterým sdílená ekonomika v cestovním ruchu disponuje. Sdílená ekonomika nemusí působit pouze v destinaci, ale i v místě bydliště dotyčného turisty. Pokud dotyčný potřebuje, aby se někdo postaral (například) o domácí zvířata, stačí si přes internetové platformy, jako jsou Borrowmydoggie nebo TaskRabbit hlídání domluvit. Sdílená ekonomika může pomoci i s dlouhodobějšími cíli v destinaci. Pomocí platforem jako jsou Sharedesk, Chegg interships nebo Peerspace může dotyčný sehnat práci či krátkodobou brigádu.

Obrázek 2: Cestovní ruch a sdílená ekonomika



Zdroj: dle Dredge, Gyimóthy (2015)

Nástup turistů k rekreaci v rámci sdílené ekonomiky Dredge a Gyimóthy (2015) vidí jako odpověď na 5 problémů charakterizujících moderní průmysl cestovního ruchu:

- (1) mrtvý kapitál v destinaci, který je obsažen u rezidentů v destinaci v prázdných a nevyužitých místnostech, ve znalostech jejich destinace včetně její historie, díky čemuž mohou rezidenti poskytnout stejnou službu, jako jsou komentované prohlídky.
- (2) Vysoké ceny a rozptýlenost informací mezi tržními aktéry mohou vyústit v turistovu nedůvěru včetně malého uspokojení z proběhlé návštěvy. Sdílená ekonomika oba tyto faktory reguluje. Vysoké ceny mohou být nahrazeny dokonce i

službami zdarma, jako je tomu u Couchsurfingu, a rozptýlenost informací je redukována tím, že turista dostává informace díky jednomu konkrétnímu rezidentovi.

(3) Nerovnováha v regulacích umožnila nástup nových subjektů na trh. V ubytování je to patrné na byrokratických kontrolách a používání nejrůznějších známek, které zaručují dobré ubytování. Tento proces pak může vyústit v to, že ubytovací zařízení bude „neobyvatelné“.

(4) Postmoderní společnost usiluje o prožití jiných a unikátních zážitků, než jsou zážitky v zavedeném průmyslu cestovního ruchu. Postmoderní turisté získávají informace a doporučení od jiných turistů či rezidentů. Do tohoto bodu lze začlenit i Airbnb, které svým uživatelům nabízí ubytování v příbytcích umístěných na stromech či skokanských můstcích.

(5) Sdílená ekonomika nepotřebuje žádné investice a výstavbu nových zařízení. Jde pouze o nabízení již vzniklých zařízení, díky čemuž mají turisté na výběr pestré a rozmanité nabídky, které mohou využít.

Velkou pozornost je nutné znovu věnovat jednomu z největších aktérů v ubytování ve sdílené ekonomice, Airbnb, který má pravděpodobně největší vliv na průmysl cestovního ruchu (Stors, Kagermeier 2017). Ubytování prostřednictvím Airbnb bylo nabízeno po roce 2016 ve více než 34 000 městech a 191 státech. Tržní hodnota společnosti byla více než 24 miliard dolarů, navíc je odhadováno, že by se tato částka měla zvýšit do roku 2020 o dalších 10 miliard dolarů (Dudás a kol. 2017); hodnota Airbnb dle Akbar, Tracogna (2018) je dokonce 31 miliard dolarů – větší hodnota než hotelových řetězců Hilton a Hyatt dohromady. Celosvětově se přes Airbnb v roce 2016 ubytovalo přes 80 milionů hostů, z toho 710 000 v Česku, kde měli turisté k dispozici okolo 15 900 (z toho 11 500 v Praze) nabídek ubytování díky Airbnb (Aktuálně 2017). Mezi roky 2016 a 2017 se počet hostů v Česku zvýšil o 52 % na 1,08 milionu (v regionech mimo Prahu dokonce o 108 %) (Aktuálně 2018). Airbnb má jistě i velký sociální vliv, což dosvědčuje výrok v práci Botsmana a Rogerse (cit. v Dredge, Gyimóthy 2015, s. 297): „Ahoj Airbnb, nepřeháním, pokud řeknu, že jste nás doslova zachránili... po tom, co jsme oba ztratili práci a naše investice na akciovém trhu minulý rok. Pomalu jsme sledovali, jak se naše úspory zmenšují až do bodu, kdy nebylo možné platit nájem... Zaregistroval jsem náš domov na Vaši stránku a obdržel několik žádostí... Dali jste nám možnost nechat si náš domov, cestovat společně a jistotu, že můžeme překonat toto pro nás tak těžké období.“ V Česku je pak roční průměrný výdělek hostitele cca 54 000 korun (Aktuálně 2018).

## 2.4 Couchsurfing

Couchsurfing definuji jako internetovou službu, která nabízí svým uživatelům ubytování zdarma v místě jejich návštěvy. Bez jakýchkoliv poplatků je jak registrace v síti, tak úspěšné ubytování ve městě návštěvy. Jedinou výjimkou je možnost *verifikace*, kterou využilo více než půl milionu uživatelů (Couchsurfing – Verification 2018). Uživatel za peněžní poplatek získá v rámci verifikace větší důvěryhodnost a při žádostech o ubytování bude upřednostňován oproti ostatním uživatelům.

Couchsurfing zakládali v roce 2004 jako malý projekt Casey Fentone, Daniel Hoffer, Sebastian Le Tuanem a Leonard Bassani da Silveira. Dnes již Couchsurfing seskupuje komunitu okolo 14 milionů uživatelů ve více než 200 000 městech po celém světě (Couchsurfing – About us 2018). Jedná se o síť uživatelů, kteří si navzájem nabízejí ubytování zdarma u sebe doma. Tento princip ubytování se zrodil v hlavě Caseyho Fentona, který nedokázal najít ubytování při své cestě na Island. Fenton pomocí internetu kontaktoval tisíce islandských studentů, aby našel ubytování. Během celého dne obdržel desítky pozitivních nabídek. Celá tato záležitost ho přiměla k vytvoření Couchsurfingu (Molz 2011).

Na základě existence platformy Couchsurfing se vytvořila specifická forma cestovního ruchu, při které se uživatelé pomocí selekce přes internet dostanou následně do kontaktu – *online to offline* (Chen 2018). Samotným procesem, během kterého probíhá ubytování turisty, se zabýval i Decrop a kol. (2018). Uživatelé Couchsurfingu během ubytovacího procesu projdou dvěma typy transformace. První transformací je transformace *individuální, personální*, při níž dojde k sebepoznání a vnitřnímu vývoji. Tento fakt potvrzuje jedna respondentka zmíněného výzkumu, která uvedla, že: „se konstantně učí o sebe samé, jiných kulturách a jak být lepší komunikátor, lepší kamarádka, lepší cizinec a lepší člověk“ (s. 63). Druhou transformací je ta *vnější, sociální*, která souvisí s kulturní výměnou probíhající mezi oběma uživateli. Tento proces pak ve výsledku vytváří univerzální sousedství mezi lidmi. Aby obě zmíněné transformace nastaly, musejí být k tomu splněny 4 základní podmínky: nedostatek financí, volný čas, hledání autenticity a dodržování sdílené etiky. Pokud dojde ke splnění těchto podmínek, dojde k procesům socializace, akulturace a okouzlení, během kterého dojde k otevření se novým věcem, jako je učení se jazyku místních nebo sportovní aktivita, která je oblíbená u hostitele. Na konci transformačních procesů jsou jejich výstupy. Hlavními kategoriemi výstupů jsou *socio-psychologické* a *behaviorální*. Mezi *socio-psychologické* výstupy patří zejména změna vlastního přesvědčení, vlastních hodnot a přístupů. *Behaviorálními* jsou procesy, při kterých dojde k transformaci jednotlivce – zejména

proces opětování (chování se jako host) a zapojení se do místní komunity (Decrop a kol. 2018).

Při navštívení stránek [www.couchsurfing.com](http://www.couchsurfing.com) se ihned objeví okno, které dotyčného vyzve, aby se na tyto stránky přihlásil pod svým účtem, případně si účet vytvořil. Registrace účtu je velmi jednoduchá. Po kliknutí na příslušné tlačítko *registrovat*, musí dojít k vyplnění základních údajů, jako je jméno, pohlaví, datum narození či oblíbené filmy a knihy. Po této registraci se z člověka stává uživatel Couchsurfingu. Couchsurfing hlídá i jak moc je profil uživatele kompletní. Uživatel by měl mít svůj profil vyplněný co nejvíce, aby zvýšil pravděpodobnost kladné odpovědi od potenciálního hostitele na žádost o ubytování. Uživatel musí mít profil vyplněný minimálně ze 75 %, aby mohl požádat o ubytování v cílové destinaci. K dosažení těchto 75 %, je nutné spojit si profil s jinou platformou jako je sociální síť Facebook nebo s emailovým účtem. Uživatel se tak navíc stává více věrohodným. Uživatel má po této registraci vlastní profil s osobními údaji, který může kdokoliv veřejně navštívit. Mimo osobní údaje jsou na profilu uživatele dostupné i jeho fotografie nebo reference z uplynulých pobytů. Dále je na Couchsurfingu například možné navazovat přátelství (totožně jako u sociální sítě Facebook).

Hned po vytvoření profilu může uživatel vyhledávat potenciální hostitele na své budoucí cestě. Pokud uživatel bude chtít navštívit například Paříž, jednoduše na této platformě vyhledá Paříž a zobrazí si všechny místní uživatele, kteří nabízejí možnost ubytovat se u nich doma. Na Couchsurfingu je totiž možné si ve svém profilu nastavit i to, že nepřijímáte žádné hosty, tedy že pouze poptáváte ubytování. Po vyhledání všech hostitelů si poptávající vybere podle osobních charakteristik a sympatií ideálního hostitele, kterého pak může kontaktovat pomocí soukromé zprávy s detaily své cesty – tzn. kdy do cílového města dorazí, jestli bude cestovat s dalšími lidmi, kolik dní se zdrží či další osobní požadavky. Existuje i varianta s veřejnou žádostí o ubytování – poptávající uživatel si založí žádost o ubytování, která bude přístupná všem potenciálním hostitelům v cílovém městě. Poptávající uživatel pak čeká, kdy bude některým hostitelem kontaktován s možností ubytování. Následující proces již je osobní záležitostí. Pomocí soukromých zpráv přímo přes Couchsurfing, jiné sociální sítě, či telefonicky si oba uživatelé stanoví místo a čas, kdy se potkají, aby se mohl couchsurfer ubytovat. Po uskutečněném pobytu mají oba uživatelé možnost ohodnotit se navzájem skrze reference. Do referencí se obvykle píše, jak pobyt proběhl, jestli bylo ubytování na dobrém místě, či se uvádí připomínky a výhrady, pokud se uživatel nechoval slušně, či byl nespolehlivý.

Couchsurfing ztělesňuje transformaci chování turistů a transformaci turistického prostoru (Chen 2018). Při cestování s Couchsurfingem dochází k „recyklování“ domácího prostoru; prostoru, který je jinak turistům nepřístupný – obrat z veřejného, privátního prostoru turistických destinací k rezidentům (Molz 2011). Stejně je to i s turistickými atraktivitami. Uživatelé Couchsurfingu nejeví takový zájem o nejpopulárnější atraktivity z turistických map. Je tedy pravděpodobné, že přispějí do ekonomiky menších podniků mimo turistickou destinaci (Schuckert 2018). Díky přispění rezidentů do průběhu rekreace couchsurferů tak dochází k novému chápání prostoru v destinaci (Chen 2018).

Vytahem mezi prostorem a couchsurfingem se ve své práci zabývá Chen (2018). „Když mi Rachel řekla o jejím výletě do Barcelony s couchsurfingem, nezmínila La Sagrada Familia nebo jiné *must-visit* destinace z turistických brožur, ale popsala interakci s rezidenty a jejich každodenním životem“ (s. 2). Další respondent Chen zase uvádí, že mu během rekreace nejde o navštěvování populárních turistických atrakcí, ale spíše o to poznat ono místo skrze běžný život. Jsou to tedy právě hostitelé, kteří reprezentují lokální prostor.

Chen (2018) couchsurfing chápe jako specifickou formu cestování s vlastním stylem, normami, hodnotami a praxí. Chápání termínu couchsurfing tedy přešlo od původního názvu internetové sociální sítě až do způsobu chování turistů. Rekreaci v rámci couchsurfingu Schuckert a kol (2018) označuje jako cestovní ruch alternativní, či Decrop a kol. (2018) pak tento typ cestovního ruchu označuje ještě konkrétněji jako *slow tourism* (pomalý cestovní ruch), což je přímý protiklad k masovému cestovnímu ruchu, a který: „má za cíl potírat negativní externality masového turismu „identitou“, podporuje udržitelnost a vlídnost a zaměřuje se na ztrátu lokální rozlišnosti, která čelí volnočasovým aktivitám, duchu místa, stravovacím zařízením a odpočinku“ (Conway, Timms 2010, s. 332).

Ve zmíněném výzkumu Chen (2018) je s respondenty diskutována i odlišnost couchsurfingu od masového cestovního ruchu (viz Tabulka 6). Je ale nutné dodat, že toto rozdělení je spíše pouze teoretické. Většinu aktivit v cestovním ruchu lze najít mezi těmito mezníky. Couchsurfing jako specifickou formu cestovního ruchu uvádí ve své dizertační práci i Bialski (2007), která jej označuje termínem *intimate tourism* (intimní cestovní ruch). Tato forma cestovního ruchu se vyznačuje autentičtějšími poznáním během cestování a vznikají při ní emocionální vztahy s rezidenty.



Tabulka 6: Binární podoba masového cestovního ruchu a couchsurfingu

Masový cestovní ruch	Couchsurfing
Turistické zážitky	Lokální zážitky
Konzumace místa/kultury	Poznání (lokálního) běžného života
Komodifikace prostoru	Prožívání prostoru

Zdroj: Chen (2018)

Charakteristiku samotného couchsurfera lze chápat jako *průzkumníka až tuláka* (Stříbrná 2015), který představuje, na rozdíl od masového turistu, institucionalizovanou formu turistů (Cohen 1972). Průzkumníkovi jde zejména o to, aby se vyhnul populárním turistickým destinacím. Ačkoliv navštěvuje místa masovému cestovnímu ruchu neznámá, průzkumníkovi jde i o to, aby měl příjemné ubytování a spolehlivé dopravní prostředky. Jako tuláka lze označit turistu, který se zcela vyhýbá kontaktu s jinými turisty, a jde mu o integraci do místní komunity – jde mu zejména o pocit úplného cizího prostředí. Bývá mladšího věku (student) a na rozdíl od průzkumníka si vystačí i s menším komfortem během cest (Cohen 1972).

Hlavními motivy k participaci v tomto alternativním cestovním ruchu se ve své diplomové práci zabývala Hášová (2012). Její výzkum prokázal, že největší motivací k využití couchsurfingu je: „poznávání lokality a cizí kultury prostřednictvím místních obyvatel“ (s. 83). Stejný motiv byl zmíněn i ve výzkumu Chen (2011). Mezi dalšími faktory jsou například vytváření dalších přátelství mimo místo svého bydliště nebo zlepšení jazykových dovedností. Dalšími autory, kteří se zabývali motivacemi uživatelů Couchsurfingu k podílení se na této formě cestovního ruchu, je i Decrop a kol. (2018) nebo Geiger (2015). Decrop a kol. na základě motivací identifikovali 3 hlavní kategorie uživatelů Couchsurfingu:

- (1) *oportunisté*, kteří používají couchsurfing jako příležitost ke tvorbě nových sociálních sítí a zejména k cestování. Couchsurfing tomuto typu uživatelů tak poskytne levné ubytování včetně možnosti najít kontakty na dosud neznámé lidi.
- (2) Další skupinou jsou *komunitaristé*, kterým nezáleží ani tolik na ušetření peněz, ale jde jim zejména o co největšímu spojení a tvorbu nových kontaktů mezi místními – s tím se pojí pocit sounáležitosti ke skupině.
- (3) Poslední skupinou jsou *idealisté*, jejichž primární motivací je podílet se na lepším světě, ve kterém všichni žijí v harmonii pospolu. Couchsurfing se v této skupině

uživatelů přeměnil až na životní filosofii. V této skupině uživatelů Couchsurfingu je nejpravděpodobnější, že u ní dojde ke vnější transformaci zmíněné výše.

Jak již bylo uvedeno, uživatelé Couchsurfingu se jako alternativní turisté liší od běžných turistů svým chováním. Schuckert a kol. (2018) uživatele Couchsurfingu ve svém výzkumu založeném na rozhovorech přiřazuje do skupiny *baťůžkářů*. Zelenka a Pásková (2012, s. 58) *baťůžkový cestovní ruch* označují jako: „formu cestovního ruchu, jejichž účastníci (baťůžkáři) jsou motivováni zejména volností pohybu, svobodou volby, intenzivním kontaktem s místním obyvatelstvem a nízkými náklady cesty. (...) Tato forma cestovního ruchu je proto typická aktivním pohybem (protože si baťůžkáři nesou vše důležité v batohu na zádech – pozn. autora), nízkými výdaji, směřuje často do hor a volné přírody, ale také do historických sídel či původních vesnic s živými tradicemi a folklórem.“

Motivy lidí k zapojení se do skupiny uživatelů Couchsurfingu se dosti překrývají s definicí Zelenky a Páskové (2012). Pokud bychom chtěli porovnávat motivace k cestování jako baťůžkář a jako uživatel Couchsurfingu, Moscardo (2006) zdůrazňuje 4 hlavní motivace k *baťůžkářství*: touhu po autentickém zážitku, sociální motivy, akci a možnost učit se. Podobný motiv autentickému zážitku ukázal i výzkum od Paris a Teye (2010), ve kterém se jako nejvíce signifikantní motiv ukázal *kulturní přehled*, který autoři definují jako: motiv turistů prozkoumat jiné kultury, zvýšit vlastní znalosti a interagovat s lokálními lidmi. Jak lze z těchto dvou výzkumů možné pozorovat, jedná se o téměř identické motivy jako u uživatelů Couchsurfingu.

I přesto že jsou baťůžkáři (a tedy i uživatelé Couchsurfingu) označováni jako alternativní turisté, Paris a Teye (2010) uvádějí, že tyto turisté mají nezanedbatelný ekonomický impakt v cílové destinaci. Podle Majstoroviče a kol. (2013) se navíc baťůžkářství stává evropským trendem mezi mladými turisty a stávají se z nich významní účastníci cestovního ruchu. Přispívání baťůžkářů do místního trhu ve své práci zmiňuje Scheyvens (2002) na příkladu z Austrálie a v rozvojových zemích. Baťůžkáři díky svým delším pobytům v destinaci, utratí více peněz, a to i prostorově více rozptýleně – přispívají penězi do menších, lokálních a rodinných podniků v ekonomicky slabších regionech. Tedy, ačkoliv více koncentrovaný cestovní ruch může zvýšit počet pracovních míst, baťůžkářství může mít velký význam pro malé a odlehlé podniky, které se nacházejí mimo nejatraktivnější destinace. Stejný závěr uvádí i Schuckert (2018) přímo pro couchsurfing – uživatelé Couchsurfingu jsou důležitými přispěvateli do lokálních ekonomik.

Způsob, jak by se měli uživatelé Couchsurfingu chovat, lze najít v oficiálním vyjádření na stránkách Couchsurfingu. Na webu couchsurfing.com jsou k dispozici hodnoty tohoto společenství, kterými by se měli jeho uživatelé řídit. Jednou z těchto hodnot je i *zůstaň zvědavý/á*, která odráží již zmíněný motiv, aby cestování s couchsurfingem probíhalo za účelem poznání jiných kultur. Další hodnotou je *vytvoř spojení*, která je interpretována jako vytváření nových kontaktů a posilování vzájemné důvěry. Poslední hodnotou, kterou bych rád zmínil, je *ponechte to lepší, než když jste přišli* (Couchsurfing – Values 2018). Z definice této hodnoty je patrné, že je zde indikován udržitelný cestovní ruch.

### 3. METODIKA

Většina výzkumů v oblasti couchsurfingu je realizována spíše ze sociologického či sociálního hlediska. Geograficky zaměřenou práci vztahující se k cestovnímu ruchu v rámci sdílené ekonomiky, která by sloužila jako insiprace pro můj výzkum, je například výzkum od Gutiérreze a kol. (2017). Práce tohoto autora se věnuje rozmístění Airbnb bytů v Barceloně v souvislosti s rozmístěním hotelů a nejnavštěvovanějšími místy Barcelony. Server couchsurfing.com bohužel nespécifikuje, v jaké části města byl daný turista ubytovaný. Bylo tedy nutné se v mé práci zaměřit na ubytování couchsurferů na vyšší úrovni, v obcích Česka. Díky rozhovorům s konkrétními uživateli pak poznat jejich prostorové chování nejen v konkrétní destinaci, ale i v rámci celého Česka.

Metodická část je pro účely práce rozdělena do dvou hlavních výzkumů: kvantitativního a kvalitativního. Oba tyto výzkumy slouží ke zodpovězení výzkumných otázek a potvrzení či vyvrácení hypotéz stanovených v úvodní kapitole.

Protože neexistuje žádná veřejná databáze, která by odhalila množství couchsurferů a lokalizaci jejich ubytování na území Česka, byl zvolen kvantitativní výzkum. Kvalitativní výzkum slouží k poznání prostorového chování couchsurferů – tzn., jak se couchsurfeři v destinaci a v celém Česku pohybují – zda navštěvují nejpoblárnější atraktivity, periferii měst, či navštíví i některé turisticky méně významné destinace.

#### 3.1 Kvantitativní výzkum

Kvantitativní výzkum je rozdělen do dvou částí. V té první se věnuji počtu uživatelů Couchsurfingu v mezinárodním kontextu. Ve druhé části se věnuji prostorovému rozložení ubytování couchsurferů na území Česka. Prvotním cílem druhé části bylo, podobně jako ve zmiňovaném výzkumu Gutiérreze a kol. (2017), srovnat rozmístění turistické poptávky couchsurferů k rozmístění nejnavštěvovanějších míst v Česku a zhotovit prostorovou analýzu vzhledem k navštěvovaným turistickým destinacím. Sběr dat ale ukázal jasnou dominanci Prahy, a naopak velký odstup ostatních destinací v počtu ubytovaných couchsurferů. Celorepublikové srovnání destinací by tak nebylo příliš relevantní. Zatímco v Praze se mezi lety 2004 až 2016 ubytovalo 9 097 hostů (57 %), ve zbytku celého Česka se ve stejném období ubytovalo pouze 6 856 hostů (43 %).

První část má spíše srovnávací a obecný charakter. Absenci dat, které by zdokumentovaly, jak významný je couchsurfing subjekt v cestovním ruchu, bylo nutné nahradit systematickým sběrem dat přímo ze stránek couchsurfing.com. Pro všechny země

světa rozdělených do regionů a subregionů podle UNWTO Tourism Highlights (2018) jsem vyhledal počet couchsurferů s veřejnou žádostí o ubytování (značí poptávku po ubytování v dané destinaci) včetně množství všech uživatelů v dané destinaci (tedy těch, kteří jsou zaregistrovaní na stránkách couchsurfing.com – mají bydliště v dané destinaci – nabízejí ubytování). Stejný postup jsem zopakoval i pro 30 nejpopulárnějších měst podle Euromonitoru (2018). Takto vytvořená databáze tedy shromažďuje data o couchsurfingu, která nejsou veřejně dostupná. Z dat jsem následně vytvořil grafické výstupy v softwarech ArcMap a Microsoft Excel.

Ve druhé části jsem nejdříve shromáždil základní statistiky vztahující se ke couchsurfingu z nejpopulárnějších českých destinací (Czechtourism 2017) a měst na seznamu UNESCO (České dědictví UNESCO 2018). Dále jsem přistoupil k tvorbě databáze, která má za cíl přiblížit, kolik couchsurferů bylo ubytováno na území Česka. Abych získal kompletní databázi couchsurferů na území Česka, postupoval jsem po jednotlivých obcích Česka a udělal jsem součet všech referencí<sup>6</sup> zanechaných u místních rezidentů.

Pro sčítání jsem se inspiroval metodou *content analysis* (obsahové analýzy). Babbie (2013) obsahovou analýzu doporučuje zejména pro výzkumy zaměřené na komunikaci či studium knih, magazínů, webových stránek nebo poezie. Obsahová analýza slouží k zodpovězení výzkumných otázek typu: „kdo říkal co, komu, proč, jak či s jakým efektem“.

Babbie (2013) k uskutečnění obsahové analýzy doporučuje přípravu protokolu, podle kterého bude sběr dat probíhat. Pro účely své práce jsem protokol mírně upravil, aby odpovídal tematickému zaměření. Strukturovaný postup obsahové analýzy doporučuje ve své knize i Alston a Bowles (2003). Tyto autorky jako první krok doporučují jasně definovat vzorek dat, se kterým se bude pracovat. Dále je potřebné ujasnit objekt měření a určit kategorie vzorku. Jako poslední krok před analyzováním dat je nutné rozhodnout techniku záznamu. Právě k tomu mi posloužil upravený protokol adaptovaný z knihy Babbie (2013).

Definovat kategorie pro můj výzkum není podstatné. Pro účely práce jsou potřeba všichni couchsurfeři, kteří se ubytovali na území Česka od založení Couchsurfingu (rok 2004) do roku 2016, po němž probíhal sběr dat. Záznamová technika je pak určena záznamovým protokolem (viz Příloha 1) vyrobeným před začátkem sběru dat.

---

<sup>6</sup> Reference je hodnocení uživatelů Couchsurfingu, u kterých daný turista byl ubytovaný. Reference se píše zpravidla po uplynulém pobytu. Další možností jsou osobní reference, které ale jsou oddělené od referencí vztahujících se k pobytu. Pro potřeby práce jsem sčítal pouze reference vzniklé po ubytování couchsurferů.

V této části se dále nacházejí další dílčí výzkumy. Pro zjištění národnostního složení couchsurferů mířících do Česka, byly použity veřejné žádosti couchsurferů, u kterých je veřejná i informace o jejich národnosti. Národnostní struktura couchsurferů se odráží od všech veřejných žádostí na území Česka. Dalším dílčím výzkumem je počet nocí, které couchsurfeři stráví v destinaci. K tomuto dílčímu výzkumu bylo využito referencí v Praze, Brně a Ostravě, jenž jsou zkoumány i v kvalitativním výzkumu. Pro Prahu, která je v počtu turistů dominantní, jsem pracoval se 100 referencemi, pro Brno a Ostravu jsem pracoval s 50 referencemi. Reference byly vybírány identicky jako v postupu zmíněném v kvalitativní části práce (viz kapitola 3. 2). Zvolený počet referencí nevychází z významu destinace v rámci couchsurfingu, jde o pouze obecný náhled, jehož cílem je nastínit, kolik nocí couchsurfeři v destinaci stráví.

Pro sběr dat jsem do softwaru ArcMap stáhl digitální vektorovou geografickou databázi České republiky ArcČR 500 verze 3.3 (2016). Tento datový soubor mimo jiné obsahuje všechny obce na území Česka (v datové sadě je 6 258 obcí). Následoval průzkum obcí a referencí jejich hostitelů. Abych podrobně vysvětlil, jakým způsobem probíhal sběr dat, použiji jako příklad obci, která je první v abecedě, Abertamy, ležící severně od Karlových Varů na hranicích s Německem. Nejdříve jsem si obci Abertamy vyhledal ve vyhledávači, přímo na stránce couchsurfing.com, a prohlédl si seznam hostitelů v obci (toto je i obecně způsob, jak couchsurfer může najít hostitele v cílové obci). Postupoval jsem nahlédnutím do profilu každého hostitele a počítal jeho reference, které u něj zanechali jeho hosté po uběhlém pobytu. Pokud v obci nebyl žádný hostitel či žádný z hostitelů neměl ani jednu referenci, postupoval jsem k další obci stále podle abecedního pořadí.

Reference jsem počítal chronologicky z následujících důvodů. Pokud se v nějaké z referencí hostitele objevila informace, že pobyt proběhl v jiném zahraničním městě, než pro které byl hostitel mnou vyhledán (Abertamy), nebyla tato reference, včetně těch referencí, které po ní následovaly, započítána. Pravděpodobně totiž došlo k přechodnému pobytu v zahraničí (např. Erasmus, pracovní stáž...), během kterého tento hostitel také nabízel ubytování. V případě, že v jedné z následujících referencích byla znovu informace o české obci, byla tato reference včetně všech následujících započítána do dané obce – pravděpodobně došlo k návratu z přechodného bydliště a hostitel znovu začal nabízet ubytování v místě trvalého bydliště (Abertamy).

Podobný postup jsem aplikoval i v případě, že se v referenci objevila informace o jiné české obci (např. Praha), než ve které byl hostitel vyhledán (Abertamy). Reference

s informací o jiné české obci tentokrát byla započítána, ale započítala se k obci, která byla uvedena v referenci (Praha). Dále jsem postupoval obdobným způsobem jako v případě zahraničního města. Následující reference byly započítány do obce uvedené v referenci (Praha) až do chvíle, dokud se znovu neobjevila zmínka o pobytu v původním městě (Abertamy) – případně do té doby, dokud se neobjevila informace o poskytnutí pobytu v nějakém dalším, třetím městě (poskytování ubytování během studia na vysoké škole, stěhování...).

Tímto způsobem jsem postupoval obec po obci, dokud jsem nespočítal reference všech českých hostitelů ve všech obcích Česka. Sběr dat z důvodu rozsáhlého vzorku uživatelů Couchsurfingu probíhal od 2. října 2017 až 6. prosince 2017.

Výstupem této části je součet všech referencí zanechaných u hostitelů pro jednotlivé obce Česka, podle toho, kde proběhlo ubytování couchsurfera. Tato databáze je jinými slovy součet všech hostů ubytovaných na území Česka – tedy alespoň těch, kteří zanechali referenci. Zanechání reference je sice pravidlem po ukončení pobytu, ale rozhodně není povinností pro couchsurfery ani pro jejich hostitele. Ačkoliv pobyt na našem území proběhl, couchsurfer nemusel zanechat referenci, a v mé databázi se tak neobjevil. Dalším nedostatkem je rekreace ve skupině – referenci obvykle zanechává pouze ten, který přes Couchsurfing domlouval ubytování. Takže, i když se ubytovali dva hosté, v mé databázi jsou započítáni pouze jako jeden couchsurfer, protože určující je počet referencí. Informace o počtu ubytovaných na couchsurfing.com bohužel zveřejněná není. Změna bydliště hostitelů zmíněná v této kapitole, je dalším z hůře postihnutelných proměnných. Pokud pobyt couchsurfera proběhl v jiné obci než té, kterou měl jeho hostitel v profilu, došlo k chybnému připsání reference. Postup zpracování dat podle záznamového protokolu tuto chybu pomohl redukovat a zobecnit ji na všechny obce. Posledním problémem je časová náročnost sběru dat.

### **3.2 Kvalitativní výzkum**

Tato část práce je inspirována výzkumem od Blooma a kol. (2016), který se zabývá zvyšujícím se zájmem o Fisterru jako cílovou destinaci poutnické cesty přes Santiago de Compostela. Tohoto výzkumu se zúčastnilo celkem 26 účastníků, kteří odpovídali na jedinou otázku v rámci tzv. *biographic narrative interpretive method* (BNIM) (biografické interpretační metody výkladu), která byla adaptována i pro můj výzkum.

BNIM je „pasivní technika rozhovoru, která je postavena na principu nepřerušování a založena na položení jediné otázky, která má vyvolat souvislé vyprávění respondenta.“

(Bloom a kol. 2016, s. 139). Hendl (2005) tento typ rozhovoru označuje jako *narativní rozhovor*. „Při narativním rozhovoru není subjekt konfrontován se standardizovanými otázkami, nýbrž je povzbuzován ke zcela volnému vyprávění. Používá se především v biografickém výzkumu. Vychází se z předpokladu, že existují subjektivní významové struktury o určitých událostech, které se vyjeví při volném vyprávění, a naopak neprojeví při cíleném dotazování“ (Hendl 2005, s. 176).

Narativní rozhovor jako metodická předloha k vlastnímu výzkumu byl vybrán z několika důvodů:

(1) prvním a zároveň nejdůležitějším důvodem je, že rozhovor musel být veden až po ukončení pobytu na českém území (z důvodu popsání průběhu celého pobytu), tedy vedený přes internet. Předpokládám, že položení jedné otevřené otázky povede k větší návratnosti zaslaných žádostí o rozhovor.

(2) Pro účely výzkumu je potřebné dozvědět se pouze prostorové chování couchsurferů. Položením jedné otázky tak pokrýváme předmět zájmu práce. Rozhovor by navíc mohl být pro respondenty méně přehledný.

(3) Díky tomu, že respondent nebude muset odpovídat na konkrétní předložené otázky, může mít tento rozhovor větší potenciál vzhledem k získaným informacím. Respondent může předat informaci, na kterou ve strukturovaném rozhovoru nemusel být dotazovaný.

Hendl (2005) vytyčuje 4 fáze, podle kterých by měl tento typ rozhovoru probíhat:

(1) Jako první fázi Hendl označuje fázi *stimulace*. Během této fáze je respondent seznamován s tématem a významem práce, aby mohl správně konstruovat svoji odpověď.

(2) Následuje druhá fáze, *vyprávění*, ve které je respondentovi položena otázka, či podnět k zahájení jeho vyprávění. Otázka by podle Hendla měla být široká ale zároveň specifická, aby respondent měl jasně určené téma svého vyprávění.

(3) Třetí fáze rozhovoru je určena pro tazatele. V této fázi by se měl tazatel ptát na nejasnosti, které se objevily během respondentova vyprávění.

(4) V poslední fázi by se měl tazatel ptát na konkrétní otázky, které sám potřebuje ve svém výzkumu. Jde tedy o rozvinutí vyprávění respondenta pro potřeby výzkumu.

Narativní rozhovor ale musel být v rámci mého výzkumu veden až po ukončení pobytu na českém území, protože couchsurfer hodnotí, jak probíhal jeho pobyt na českém území. Z toho důvodu byl pro potřeby výzkumu rozhovor vedený skrze internetový formulář,



který byl strukturován podle první a druhé fáze dle Hendla (2005). Mé sbírání dat je tak narativním rozhovorem (BNIM) pouze inspirováno; nejedná se přímo o narativní rozhovor.

V záhlaví formuláře, který jsem couchsurferům posílal, byly uvedeny cíle práce a detailněji popsáno, jaký typ odpovědí je pro můj výzkum potřebný. Protože neexistuje databáze všech couchsurferů na území Česka, zvolil jsem nejdříve 3 krátké otázky, aby byla patrná struktura respondentů: pohlaví, místo původu a věk. Následovala nejdůležitější část formuláře, otázka pobízející k vyprávění. Tuto otázku jsem konstruoval tak, aby bylo patrné, že cílem rozhovoru je poznání prostorového vzorce jejich pobytu na našem území. Otázka byla položena v angličtině; v českém překladu zní otázka takto:

*Popište mi, prosím, co nejkonkrétněji, jak probíhal Váš pobyt na území Česka. Jaké památky a místa, jste navštívil(a)? Cestoval(a) jste i do jiných destinací Česka? Kolik destinací jste navštívil(a)?*

Respondenti byli vybíráni podle následujících kritérií:

(1) Respondenti museli zanechat referenci v jednom z následujících měst: Praha, Brno a Ostrava. V Praze z toho důvodu, protože kvantitativní výzkum ukázal jasnou dominanci Prahy jako nejnavštěvovanějšího města Česka. Brno bylo sice s velkým odstupem druhým nejnavštěvovanějším městem, ale stále se jedná o poměrně významnou destinaci. Ostrava byla vybrána nejen kvůli své periferní poloze na území Česka, ale i kvůli tomu že během sběru dat pro kvantitativní výzkum se ukázalo, že reference byly psány specifickými skupinami couchsurferů (Poláci či čeští účastníci festivalu Colours of Ostrava).

(2) Vybrané město couchsurfeři navštívili během roku 2018 a na začátku roku 2019. Toto kritérium jsem zvolil zejména kvůli aktuálnosti údajů. Druhým faktorem je, že pobyt uskončený s malým časovým odstupem od mého zaslání formuláře, by mohl být v odpovědích popsán více podrobněji než pobyt, který proběhl před více roky.

(3) Respondent musel být na Couchsurfingu aktivní do 1 měsíce či mít více než 80 % tzv. *respondent rate* (na kolik procent soukromých zpráv uživatel odpověděl), aby se zvýšila pravděpodobnost návratnosti formulářů.

Vyhledávání respondentů se uskutečnilo přes oficiální stránky Couchsurfingu podobně jako během vyhledávání referencí v kvantitativní části této práce. Nejdříve jsem vyhledal konkrétní město (např. Prahu) s odkazy na všechny hostitele v daném městě. Internetový formulář s otázkami byl pak zasílán těm couchsurferům, kteří se ubytovali u prvních hostitelů dle výsledků vyhledávání v daném městě.

## 4. VÝSLEDKY VÝZKUMU

Couchsurfing nedisponuje žádnou veřejnou databází svých uživatelů, takže nelze uvést konkrétní čísla, která by sumarizovala všechny uživatele této sítě. K dispozici jsou pouze statistiky z roku 2014 dostupné ze stránky Infogram (2015). Průzkum ukázal, že v rámci Couchsurfingu dominují z 53 % muži. V mezistátním srovnání to jsou uživatelé USA, kterých v roce 2014 bylo 874 363. Ostatní země jsou mezi uživateli Couchsurfingu značně méně zastoupeny. Jako druhé je Německo s 379 932 uživateli a jako třetí Francie, která má asi o 35 000 uživatelů méně. Jak rozdělení podle států napovídá, město s nejvíce uživateli je ze USA, konkrétně z New Yorku, ve kterém bydlí necelých 100 000 uživatelů.

Strukturou populace uživatelů Couchsurfingu se zabývala i Chen (2011) ve své práci věnující se lokální praxi couchsurfingu v Tchaj-wanu nebo Bialski (2009), která ve své práci zapojila 3 000 uživatelů v dotazníkovém šetření. Obě práce přinesly stejné výsledky týkající se věkové struktury uživatelů Couchsurfingu. Podle dostupných statistik od Chen a Bialski je majoritní populace uživatelů mezi 18 až 29 lety.

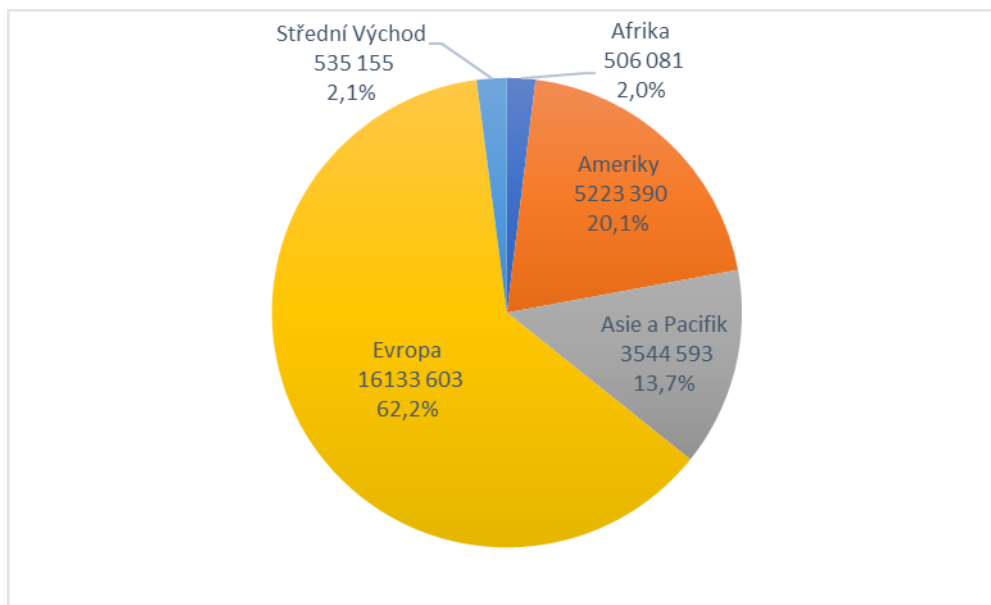
První polovina tohoto výzkumu bude věnována právě statistikám – v mezinárodním i vnitrostátním kontextu. Výzkum přinesl nejaktuálnější statistiky v počtu uživatelů a couchsurferů. Důležitá je zejména část věnující se vnitrostátnímu rozložení poptávky couchsurferů po destinacích – statistiky z dalších zemí pak slouží zejména k tomu, aby se ukázal význam Česka a obecně couchsurfingu v mezinárodním kontextu. V druhé polovině výzkumu kladu důraz na prostorové chování couchsurferů na území Česka.

### 4.1 Couchsurfing ve světě

Sběr dat světových statistik couchsurfingu probíhal od 5. 12. 2018 do 13. 12. 2018. Data jsou dostupná pro všechny státy uvedené v UNWTO Tourism Highlights (2018) mimo Palestinu, pro kterou Couchsurfing nemá dostupné údaje. Byla tedy shromážděna data o počtu uživatelů a počtu veřejných žádostí o ubytování pro 216 států.

Ke dni 13. 12. 2018 bylo podle mého sčítání ve světě 25,943 milionu uživatelů Couchsurfingu a 126 295 couchsurferů poptávalo ubytování v destinacích. Z regionálního hlediska je nejvýznamnější Evropa, ve které je 16,136 milionu uživatelů (viz Graf 3 a Tabulka 7); naopak nejmenší podíl uživatelů má Afrika s necelými dvěma procenty (506 081 uživatelů). Zajímavé je, že celkový počet uživatelů zjištěný během mého sběru dat je 25 942 822, což je o necelých 14 milionů více uživatelů, než zveřejňuje Couchsurfing na

Graf 3: Počet a podíl uživatelů podle regionů



Zdroj: vlastní šetření z Couchsurfing (2018)

svých stránkách (Couchsurfing – About Us 2018). Tento rozdíl může být způsoben definicí uživatele. Je možné, že Couchsurfing mezi uživatele počítá pouze aktivní uživatele, tzn. navštěvují server pravidelně. Veřejné žádosti dokumentují poptávku po ubytování v destinacích. Ke dni 13. 12. 2018 je největší zájem mezi couchsurfery o Evropu, která disponuje 66 937 veřejných žádostí. Ze subregionů je v počtu uživatelů nejvíce zastoupena Severní Evropa se 6,585 miliony; mimo Evropu je to pak Severní Amerika, ve které je ke Couchsurfingu přihlášeno 3,322 milionu uživatelů.

Tabulka 7: Veřejné žádosti a uživatelé na Couchsurfingu

	Počet uživatelů	Podíl uživatelů [%]	Počet veřejných žádostí	Podíl žádostí [%]
<b>Afrika</b>	506 081	2,0	2 588	2,1
Severní Afrika	347 017	1,3	1 471	1,2
Subsaharská Afrika	159 064	0,6	1 117	0,9
<b>Amerika</b>	5 223 390	20,1	24 431	19,3
Jižní Amerika	1 778 258	6,9	14 270	11,3
Karibik	75 275	0,3	1 157	0,9
Severní Amerika	3 321 672	12,8	8 340	6,6
Střední Amerika	48 185	0,2	664	0,5
<b>Asie a Pacifik</b>	3 544 593	13,7	28 712	22,7
Jihovýchodní Asie	899 413	3,5	12 523	9,9
Jižní Asie	872 017	3,4	4 385	3,5
Oceánie	461 123	1,8	3 371	2,7
Severovýchodní Asie	1 312 040	5,1	8 433	6,7
<b>Evropa</b>	16 133 603	62,2	66 925	53,0
Jižní Evropa	2 448 773	9,4	12 719	10,1
Severní Evropa	6 585 164	25,4	29 647	23,5
Východní Evropa	2 871 447	11,1	8 958	7,1
Západní Evropa	4 228 219	16,3	15 601	12,4
<b>Střední Východ</b>	535 155	2,1	3 639	2,9

Zdroj: vlastní šetření z Couchsurfing (2018)

Destinace podle absolutních i relativních počtů jasně ukazují dominanci vyspělého Západního světa. V absolutních počtech měly nejméně uživatelů ostrovní státy s nízkým počtem obyvatel. Více reprezentativní jsou relativní data, která jsou vztažena na 1 000 obyvatel (viz Tabulka 8). V této charakteristice jsou dominantní Bahamy se 133,2 uživateli na 1 000 obyvatel. V desítku destinací s nejvyššími počty jsou pouze evropské státy, vedle zmíněného státu Bahamy a Uruguayí, která je se 40,4 uživateli je na čtvrtém místě. Nejméně uživatelů je v Subsaharské Africe. V tomto regionu má více než 1 uživatele na 1 000 obyvatel pouze Botswana (6,1) a malé ostrovní státy: Réunion (5,1), Seychely (3,0) a Mauricius (1,9). Západní svět dominuje i v absolutních číslech. Dále se do první desítky dostaly populačně silné destinace: Čína, Rusko a Brazílie. Deset nejvýznamnějších států má dohromady o 5 222 424 více uživatelů než ostatní zbylé státy (podíl 10 nejvýznamnějších států je 60,1 %). Mezi počtem obyvatel a počtem uživatelů je velmi silná závislost. Korelační koeficient mezi těmito dvěma jevy je 0,96.

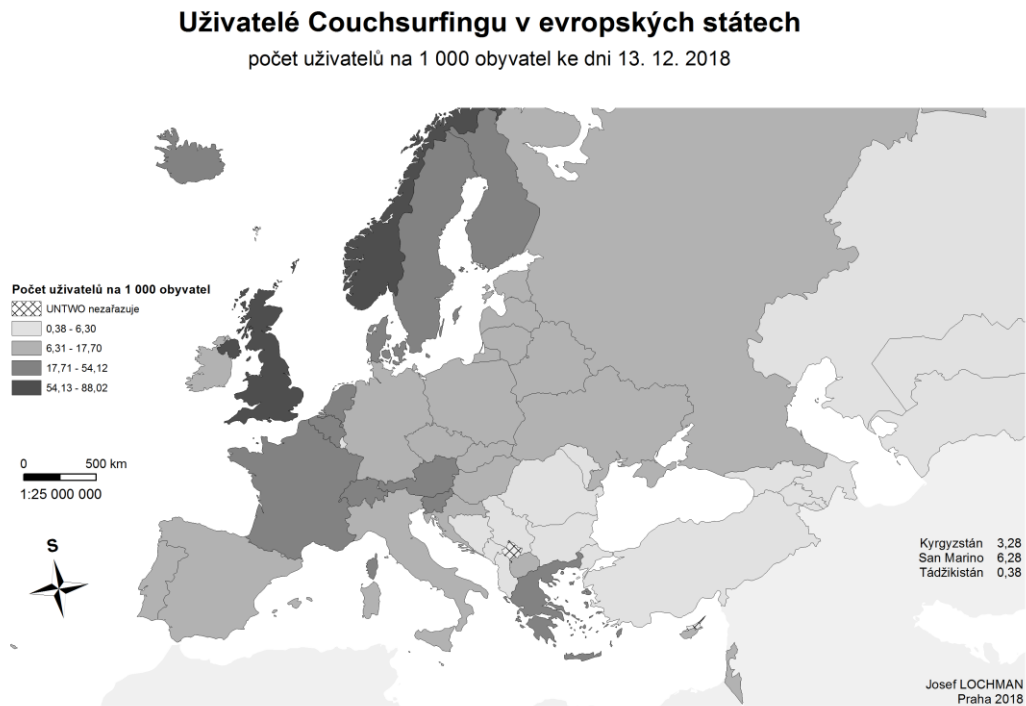
Tabulka 8: Státy s nejvíce uživateli Couchsurfingu

Stát	Uživatelé	Stát	Uživatelů na 1 000 obyvatel
Spojené království	5 730 676	Bahamy	133,2
USA	2 187 221	Spojené království	88,0
Francie	1 831 083	Norsko	54,1
Německo	1 243 303	Uruguay	40,4
Rusko	1 165 483	Island	33,6
Čína	772 697	Rakousko	31,5
Kanada	719 354	Řecko	29,0
Brazílie	673 280	Finsko	27,3
Španělsko	647 114	Francie	27,2
Itálie	612 412	Nizozemsko	26,3

Zdroj: vlastní šetření z Couchsurfing (2018)

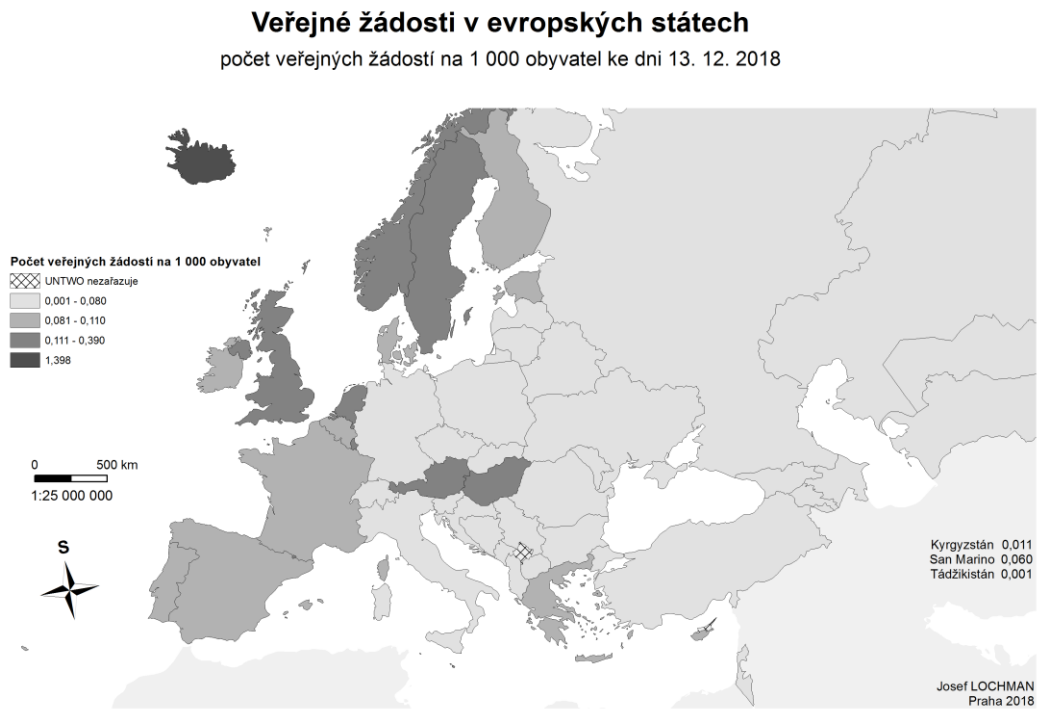
Pokud se v počtu uživatelů i veřejných žádostech zaměříme na Evropu, je stále patrné rozdělení na západní vyspělé státy a postsovětské státy na východě kontinentu (viz Obrázek 3 a Obrázek 4). Nejnížší hodnoty pro počet uživatelů vykazují státy Uzbekistán a Tádžikistán, které nemají ani jednoho uživatele na 1 000 obyvatel. Ze západoevropských států je na tom nejhůře Lichtenštejnsko s 2,5 uživateli; dále je to až Itálie s 9,8 uživateli. Česko je v regionálním měřítku na 17. pozici (se 16,1 uživateli) na srovnatelné úrovni například s Německem (15,5), Estonskem (15,9), Lotyšskem (17,1) nebo Chorvatskem (17,6). U veřejných žádostí je Česko v evropské měřítku na 17. místě s 830 žádostmi. Ve zrelativizovaných datech se Česko mírně propadlo. Se 0,1 veřejnými žádostmi na 1 000 obyvatel je na 22. pozici na srovnatelné úrovni s Chorvatskem či Kyprem (oba shodně 0,1)

Obrázek 3: Uživatelé Couchsurfingu v evropských státech



Zdroj: Natural Earth Data (2018); vlastní šetření z Couchsurfing (2018)

Obrázek 4: Veřejné žádosti v evropských státech



Zdroj: Natural Earth Data (2018); vlastní šetření z Couchsurfing (2018)

Co se týká počtu veřejných žádostí určujících poptávku po destinaci, nejvíce lidí s velkým odstupem směřuje do Spojeného království (24 793 couchsurferů). Na druhém místě je Francie, která má o 18,6 tisíc veřejných žádostí méně. Další země v pořadí mají výrazně menší rozdíly (viz Tabulka 9). Česko je v tomto ohledu na 37. místě s 830 veřejnými žádostmi na srovnatelné úrovni s Alžírskem, Laosem, Belgií či Uruguayí. Tato pozice koresponduje i s počtem turistů zaznamenaných UNWTO Tourism Highlights (2018). Česko je v tomto ohledu na 32. místě na srovnatelné úrovni s Marokem, Vietnamem nebo Švýcarskem. V počtu veřejných žádostí na 1 000 obyvatel dominují Bahamy stejně jako u počtu uživatelů na 1 000 obyvatel. Obecně se spíše jedná o (populačně) menší státy. Česko je v těchto relativizovaných datech na 47. pozici s 0,1 veřejných žádostí na 1 000 obyvatel. Horší umístění oproti absolutním datům je způsobený tím, že se populačně malé státy dostaly do popředí.

Tabulka 9: Státy s nejvíce veřejnými žádostmi

Stát	Veřejné žádosti	Stát	Veřejné žádosti na 1 000 obyvatel
Spojené království	24 793	Bahamy	1,7
Francie	6 189	Island	1,4
USA	5 067	Cookovy ostrovy	0,7
Brazílie	5 030	Spojené království	0,4
Čína	4 354	Malta	0,3
Španělsko	4 231	Norsko	0,3
Německo	3 894	Andorra	0,3
Itálie	3 661	Uruguay	0,3
Argentina	3 054	Kajmanovy ostrovy	0,3
Nizozemsko	2 630	Monako	0,2

Zdroj: CIA World Factbook (2018); vlastní šetření z Couchsurfing (2018)

V porovnání s nejnavštěvovanějšími destinacemi světa podle UNWTO Tourism Highlights (2018) (viz Tabulka 10), couchsurferi směřují do podobných destinací. Korelační koeficient mezi počtem veřejných žádostí v destinaci a počtem turistů v destinaci podle UNWTO Tourism Highlights (2018) nabývá středně silné závislosti 0,56. Couchsurferi tak z tohoto pohledu navštěvují spíše obecně populární a oblíbené destinace. I když v relativizovaných veřejných žádostech a relativizovaných počtech turistů jsou v prvních 10 odlišné státy, stále se jedná převážně o ty vyspělé. V relativních počtech je ale situace značně odlišná. Korelační koeficient mezi veřejnými žádostmi a počtem turistů na obyvatele je záporný, nabývá hodnoty -0,7, což znamená, že couchsurferi vyhledávají spíše destinace,

kteře jsou mēnē turisticky nasycenē. Mezi destinace s vysokým poētem veřejných ůadostŭ ale malým poētem turistŭ na obyvatele lze zmŭnit populaēnē silnē zemē např. Pākistán (624 veřejných ůadostŭ; 0,004 turistŭ na obyvatele), Indii (2 343; 0,01), Brazílii (5 030; 0,03), Čŭnu (4 354; 0,04) nebo Indonésii (2 497; 0,05). Tato statistika je dána přede vším velikostí státu a nerozvinutostí v cestovním ruchu.

Tabulka 10: Státy s nejvíce zahraniēními turisty (dle UNWTO)

Stát	Turisté [miliony]	Stát <sup>7</sup>	Počet turistŭ na obyvatele
Francie	86,9	Hong Kong	3,9
Španělsko	81,8	Chorvatsko	3,7
USA	76,9	Rakousko	3,4
Čŭna	60,7	Bahrain	3,1
Itálie	58,3	Kypr	3,0
Mexiko	39,3	Estonsko	2,6
Spojené království	37,7	Řecko	2,5
Turecko	37,6	Singapur	2,3
Německo	37,5	Irsko	2,1
Thajsko	35,4	Portugalsko	2,1

Zdroj: CIA World Factbook (2018); UNWTO Tourism Highlights (2018)

Destinace s nejmenšími počty veřejných ůadostŭ jsou zejména destinace v Subsaharské Africe a malé ostrovní zemē s nízkým poētem obyvatel i uživatelŭ. Při nárŭstu počtu turistŭ o 5,5 % mezi rokem 2016 a 2017 (UNWTO Tourism Highlights 2018) ale pravdēpodobnē lze oēkávát i postupný rŭst veřejných ůadostŭ couchsurferŭ v Subsaharské Africe.

Couchsurfing by z principu nemohl fungovat v destinacích, ve kterých nežijí ůádní lidé. Naopak, čím více lidí v destinaci je, tím lepší má Couchsurfing prostředí pro svoji realizaci. Čím více lidí je v destinaci ubytováno, tím snažší je pro couchsurfera se ubytovat. Z toho vyplývá, že Couchsurfing by měl být silnē vázán na městský cestovní ruch.

Podle dat Euromonitoru (2017) je nejpoblárnější městskou destinací roku 2016 Hong Kong, Bangkok a Londýn. Praha je dle Euromonitoru 18. nejpoblárnější městskou destinací svēta. Pro 30 nejpoblárnějších destinací dle Euromonitoru jsem zjistil poēt uživatelŭ a veřejných ůadostŭ. Nedostatkem tohoto výzkumu je absence informace o dalších významných městských destinací. Pokud by měly být městské destinace zkoumány detailněji, musela by být kvŭli absenci veřejné databáze zjištēna návštēvnost všech (v cestovním ruchu

<sup>7</sup> Do tabulky byly zahrnuty státy s více než 1 milionem obyvatel.



významných) destinací světa. Tato data tedy slouží spíše pro porovnání poptávky v různých městských destinacích.

I u městských destinací se projevilo rozdělení na vyspělý Západní svět a svět rozvojový. Zatímco mezi 10 nejpopulárnějšími destinacemi podle Euromonitoru (2018) byly zejména asijské destinace, místa s největší poptávkou po ubytování mezi couchsurfery byla evropská města (ze 30 městských destinací dle Euromonitoru).

Tabulka 11: Nejpopulárnější městské destinace a Couchsurfing

Destinace	Veřejné žádosti	Turisté [tisíce]	Destinace	Veřejné žádosti	Turisté [tisíce]
Paříž	1 732	14 263	Kuala Lumpur	411	12 844
New York	1 564	13 100	Dubaj	357	16 010
Amsterdam	1 484	6 570	Miami	253	8 076
Londýn	1 236	19 843	Taipei	245	9 319
Barcelona	1 129	7 624	Phuket	235	12 080
Řím	1 016	9 566	Las Vegas	197	6 688
Bangkok	862	23 271	Dilí	186	10 257
Tokyo	757	9 714	Shanghai	113	7 201
Praha	687	8 551	Pattaya	86	7 313
Vídeň	602	6 044	Mumbai	73	8 885
Istanbul	549	8 642	Guangzhou	58	9 076
Milán	548	6 883	Macao	49	16 299
Singapur	525	17 619	Šen-čen	41	12 962
Soul	471	7 659	Antalya	37	6 457
Hong Kong	450	25 696	Mecca	3	8 745

Zdroj: Euromonitor (2017); UNWTO Tourism Highlights (2018); vlastní šetření z Couchsurfing (2018)

Nejvíce couchsurferů vyhledávalo ubytování v Paříži (1 732 veřejných žádostí), New Yorku (1 564), Amsterdamu (1 484), Londýně (1 236) a v Římě (1 016). Ostatní městské destinace měly pod 900 veřejných žádostí (viz Tabulka 11). Praha se 687 veřejnými žádostmi umístila na 9. místě, což je oproti komerčnímu cestovnímu ruchu výrazný posun. Dle Euromonitoru (2017) byla Praha cílem pro 8,551 milionu turistů, což z ní dělá až 20. turisty nejnavštěvovanější městskou destinací. Naopak nejméně veřejných žádostí měla asijská města. Méně než 100 veřejných žádostí měla města Pattaya (86), Bombaj (73), Kanton (58), Macao (49), Šen-čen (41), Antalya (37) a úplně nejméně měla Mecca, s pouhými 3 veřejnými žádostmi. Tato města zároveň patří mezi města s nejméně uživateli ze 30 nejpopulárnějších destinací. Obecně lze tedy říci, že nejpopulárnější evropské turistické městské destinace jsou populárními i pro couchsurfery. Městské destinace v Asii a ostatních regionech mimo Severní

Ameriku zatím nemají velký podíl couchsurferů. U veřejných žádostí vztažených na 1 000 obyvatel dominuje Phuket a Amsterdam (viz Tabulka 12). Ve významu polepšila i Praha, která se v tomto ohledu stala 6. nejnavštěvovanější městskou destinací, a ve své velikostní kategorii (mezi městy kolem 1 mil. obyvatel) se umístila druhá za prvním Amsterdamem.

Tabulka 12: 10 městských destinací s nejvíce veřejnými žádostmi na 1 000 obyvatel

Destinace	Veřejné žádosti na 1 000 obyvatel
Phuket	2,6
Amsterdam	2,0
Paříž	0,8
Pattaya	0,7
Barcelona	0,7
Praha	0,6
Miami	0,6
Milán	0,4
Řím	0,4
Vídeň	0,4

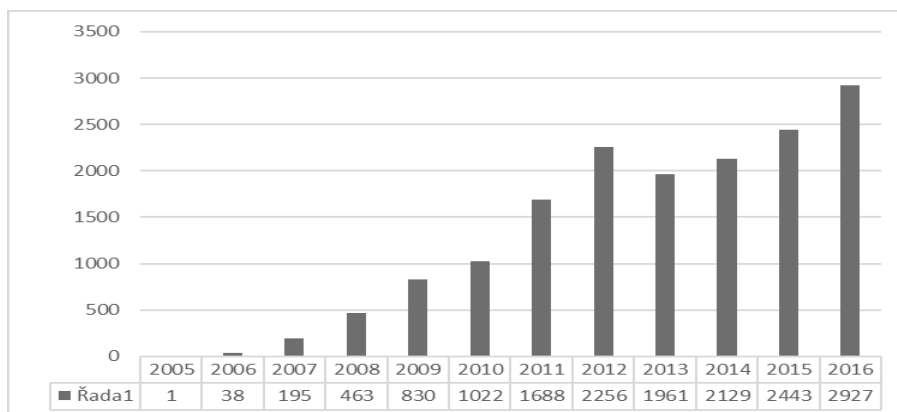
*Zdroj: City Population (2018); Euromonitor (2017); vlastní šetření z Couchsurfing (2018); World Population Review (2018)*

Slabý význam couchsurfingu pro cestovní ruch v populačně silné Asii by mohl být námětem pro další výzkumy věnující se sdílené ekonomice a couchsurfingu. Tento jev by mohl být vysvětlen například represivními režimy (zejména Čína), které by mohly na internetu omezovat aktivity spojené s couchsurfingem. Dále by slabý zájem o couchsurfing v Asii mohl být vysvětlen tím, že asijská společnost zatím nedosáhla k vytvoření tzv. nového turistu.

## 4.2 Couchsurfing v Česku

Pro porovnání vývoje počtu uživatelů v Česku jsou dostupná data Hamarnehové (2012). Česko bylo ke dni 23. 11. 2011 na 27. místě na světě v počtu uživatelů Couchsurfingu s 23 700 uživateli. Nyní, ke dni 5. 12. 2018 je na 31. místě se 172 073 uživateli. Hamarnehová dále zmiňuje, že v roce 2011 asi polovina všech uživatelů Couchsurfingu v ČR byli uživatelé z Prahy. V roce 2018 je tato situace značně odlišná. Praze i v Česku sice počet uživatelů vzrostl, ale v regionech mimo Prahu signifikantně více. Ke dni 11. 12. 2018 měla Praha 42 075 uživatelů a v celém Česku je až 4krát více uživatelů.

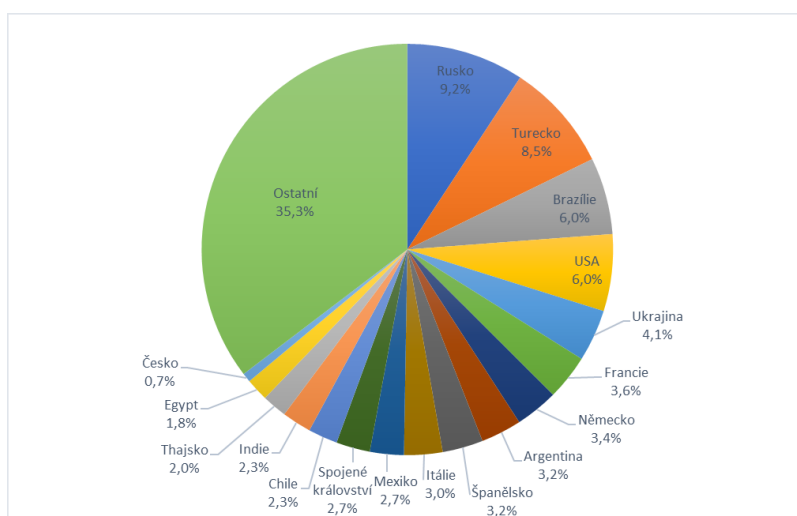
Graf 4: Vývoj počtu zanechaných referencí v Česku



Zdroj: vlastní šetření z Couchsurfing (2017)

Od roku 2004 do roku 2016 v Česku zanechalo referenci 15 953 couchsurferů – tzn., že bylo v Česku ubytováno o (minimálně) 3 398 couchsurferů více, než předpokládala hypotéza. V posledních letech navíc dochází k velkému nárůstu (viz Graf 4). V posledním roce měření, 2016, bylo v Česku zanecháno 2 927 referencí, zatímco v roce 2006 to bylo pouze 38 referencí. V roce 2005 byla na našem území zanechána pouze 1 reference a v roce 2004 žádná. Skutečné počty ubytovaných couchsurferů na našem území mohou být násobně větší. Reference, které byly sčítány, jsou údajem pouze za 1 couchsurfera. Ubytováno mohlo být na 1 referenci více lidí. Dále je tu fakt, že couchsurfer nemusel referenci napsat. Obecně ale u couchsurfingu platí, že se reference zanechávají. Jde totiž o jedinou možnou zpětnou vazbu na uživatele.

Graf 5: Podíl veřejných žádostí v Česku dle národností ke dni 26. 1. 2019



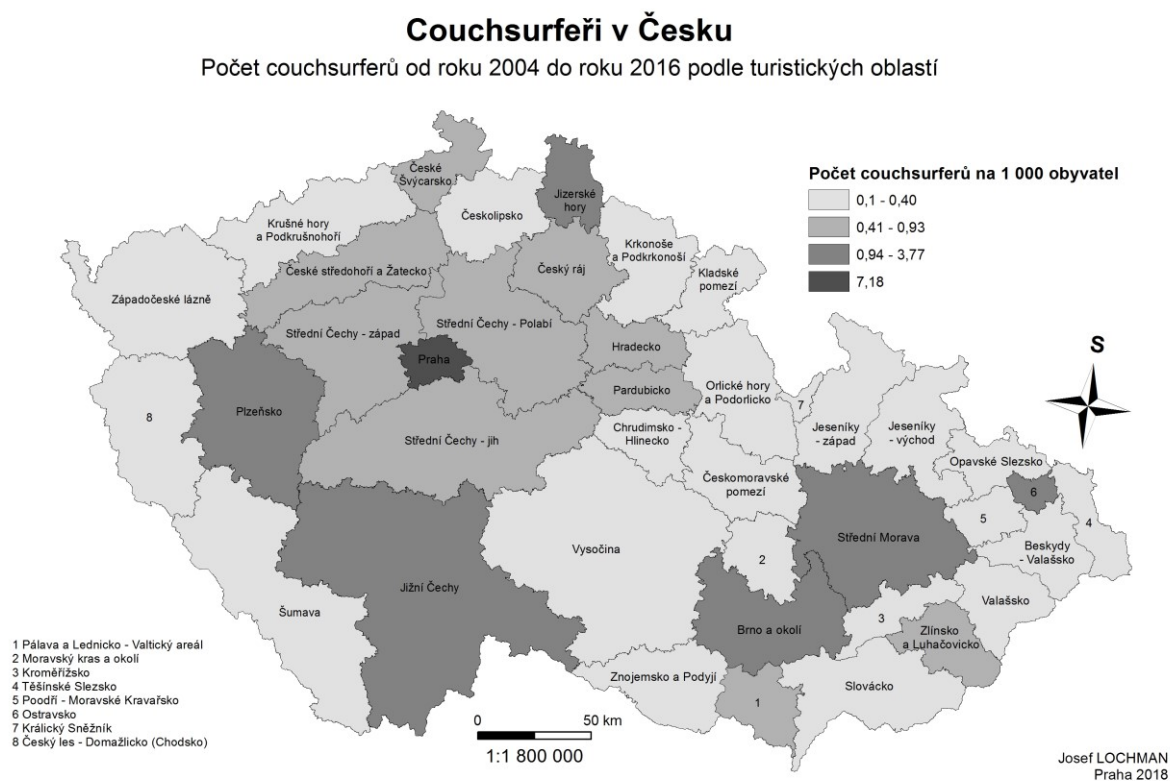
Zdroj: vlastní šetření z Couchsurfing (2019)

Prostorovou poptávku couchsurferů po destinacích je nutné srovnávat v kontextu nerezidentů. Ke dni 26. 1. 2019 bylo na území Česka celkem 563 veřejných žádostí. Nejvíce byli mezi couchsurfery s veřejnou žádostí zastoupeni Rusové (9,2 %), Turci (8,5 %) a Brazilci s Američany (6,0 %), zatímco Češi byli pouze 4 - což činí 0,7 % (viz Graf 5). Toto zjištění bylo pozorovatelné i během sčítání referencí zanechaných v průběhu fungování Couchsurfingu a z národnostního složení respondentů v kvalitativním výzkumu. V porovnání s turisty ubytovanými v HUZ je patrný menší podíl geograficky blízkých států – zejména podíl Slováků, Poláků a Němců (ČSÚ 2019).

Airbnb je v Česku podle předpokladů mnohonásobně dominantnější. V roce 2016 se v Česku přes Airbnb ubytovalo 710 000 turistů (Aktuálně 2017), což je 243x více než je počet referencí couchsurferů. Protože ale jde o srovnání absolutního počtu ubytovaných turistů přes Airbnb s počtem referencí zanechaných v Česku, není toto srovnání příliš relevantní. Meziroční nárůst zahraničních turistů ubytovaných přes Airbnb byl 59 % (Aktuálně 2017). Ve srovnání s couchsurfingem je sice i v tomto ohledu dominantnější Airbnb, ale nárůst turistů ubytovaných přes Airbnb se mezi lety 2016 a 2017 snížil na 52 %. Údaje za růst počtu turistů mezi lety 2016 a 2017 je včetně českých turistů ubytovaných přes Airbnb, na celkovém počtu se Češi podílí 7 % (Aktuálně 2018). Výše uvedené statistiky o Airbnb jsou oficiálně prezentovány představiteli Airbnb. V případě pokračujícího trendu u couchsurfingu i v následujících rocích, bude nárůst couchsurferů větší, než je nárůst u Airbnb. Couchsurfing vykazuje mezi rokem 2015 a 2016 nárůst o 20 %. Oproti komerčním turistům ubytovaným v HUZ je to výrazně větší nárůst. Komerčních turistů v roce 2016 do Česka přijelo jen o 10 % více než v roce 2015 (UNWTO Tourism Highlights). Mimo mírný pokles v roce 2013 lze v Česku pozorovat stále zvyšující se počet couchsurferů. Stejný průběh je patrný i v Praze, která je nejnavštěvovanější destinací couchsurfery.

Sběr dat potvrdil dominanci Prahy jako nejnavštěvovanější destinace v Česku (ČSÚ 2018). Ostatní destinace a turistické oblasti zůstaly za Prahou s velkým odstupem (viz Obrázek 5 a Graf 6). Praha se ukázala jako jediná signifikantní destinace v rámci couchsurfingu v Česku. Ostatní města jsou vzhledem k počtu ubytovaných couchsurferů pro tuto práci zanedbatelná. Právě kvůli tomuto zjištění byl kvalitativní výzkum práce zaměřen zejména na prostorové chování couchsurferů ubytovaných v Praze. Dále se v kvalitativní části budu věnovat druhému nejvýznamnějšímu městu, Brnu, a periferní Ostravě, která, jak se ukázalo během sběru dat, přitahovala specifické skupiny couchsurferů: zejména účastníky festivalu Colours of Ostrava a mnoho couchsurferů polské národnosti.

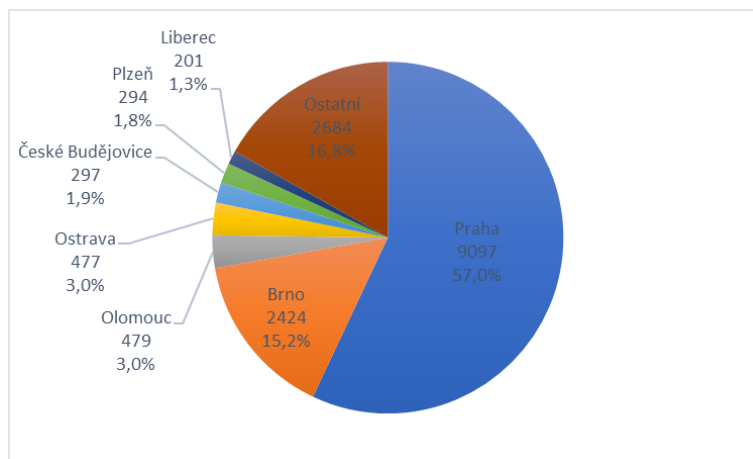
Obrázek 5: Couchsurfeři v Česku



Zdroj: ArcČR 500 (2016); vlastní šetření z Couchsurfing (2017)

Couchsurfeři se soustřeďují zejména do turistických oblastí, ve kterých leží populačně velká města – vyjma Prahy se koncentrují do Brna a okolí, Střední Moravy, Jižních Čech, Plzeňska, Ostravy a Jizerských hor. Dále je signifikantní nárůst počtu couchsurferů v okolí Prahy ve všech turistických oblastech středních Čech.

Graf 6: Počet a podíl ubytovaných couchsurferů v Česku mezi lety 2004-2016



Zdroj: vlastní šetření z Couchsurfing (2017)

Obecně ale většího množství couchsurferů dosahuje pouze Praha a dále s velkým odstupem Brno. Od roku 2004, kdy byla služba Couchsurfing spuštěna, bylo v Praze ubytováno 9 097 couchsurferů. Na všechny zbylé obce připadá 6 853 couchsurferů (z toho 2 424 v Brně). Praha se tak podílí na 57,0 % couchsurferů ubytovaných na území Česka od roku 2004 do roku 2016.

Tabulka 13: Vývoj počtu referencí na Couchsurfingu v porovnání s Airbnb a HUZ v Praze

Rok <sup>8</sup>	Couchsurfing			Airbnb			Počet nerezidentů v HUZ		
	Počet referencí	Růst [%]	Podíl [%]	Počet referencí	Růst [%]	Podíl [%]	Počet	Růst [%]	Podíl [%]
2010	538	x	0,013	46	x	0,001	4 116 867	x	99,986
2011	957	77,88	0,022	629	1267,39	0,014	4 360 390	5,92	99,964
2012	1 231	28,63	0,025	2 505	298,25	0,051	4 919 457	12,82	99,924
2013	1 076	-12,59	0,021	7 262	189,90	0,144	5 047 956	2,61	99,835
2014	1 301	20,91	0,024	20 009	175,53	0,375	5 315 054	5,29	99,601
2015	1 408	8,22	0,024	51 108	155,43	0,886	5 714 835	7,52	99,089
2016	1 787	26,92	0,029	106 388	108,16	1,711	6 110 762	6,93	98,261
<b>Celkem</b>	<b>8 298</b>	<b>x</b>	<b>0,023</b>	<b>187 947</b>	<b>x</b>	<b>0,525</b>	<b>35 585 321</b>	<b>x</b>	<b>99,452</b>

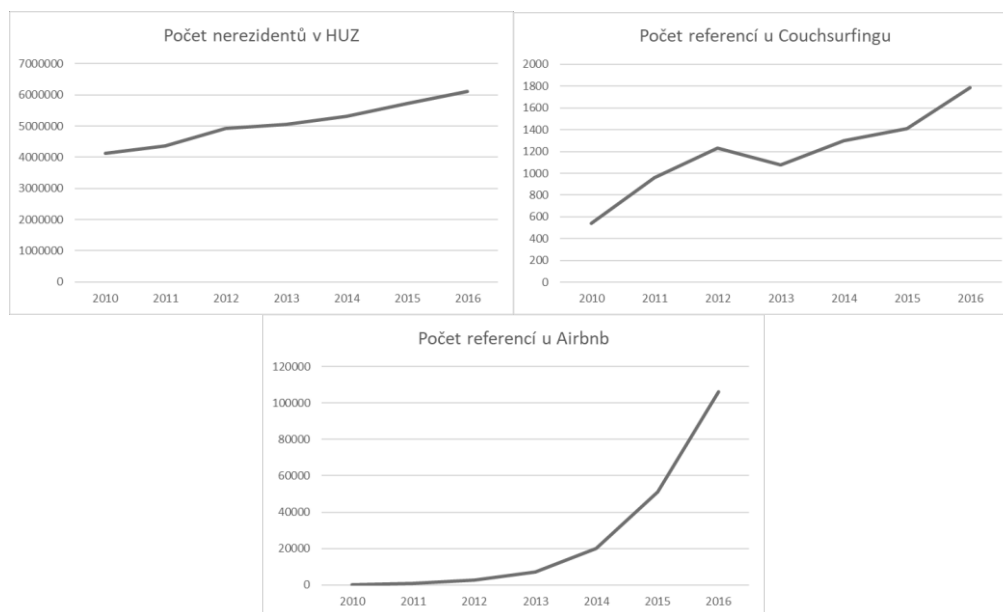
Zdroj: ČSÚ (2019); Inside Airbnb (2018); vlastní šetření z Couchsurfing (2017)

Počet ubytování přes Airbnb v Praze není pro rok 2016 dostupný z oficiálních vyjádření představitelů Airbnb. K dispozici jsou ale data z portálu Inside Airbnb (2018), který shromažďuje počet zanechaných referencí v konkrétních destinacích. Pro srovnání s couchsurfingem jsou tyto data díky zmíněné metodice vhodnější, i když neukazují přesný počet turistů. V roce 2016, který je posledním měřeným u couchsurfingu, bylo v Praze přes Airbnb zanecháno 106 388 referencí (viz Tabulka 13), což je 60krát více, než bylo zanecháno referencí přes Couchsurfing. Ve srovnání s nerezidenty ubytovanými v HUZ mají ale obě platformy zanedbatelný podíl (pro srovnání s hosty v HUZ je počítáno s nerezidenty kvůli nízkému počtu rezidentů využívajících služby Airbnb a Couchsurfing). Pokud sečteme tyto 3 skupiny turistů, hosté v HUZ se v pro rok 2016 podílí 98,26 %, Airbnb 1,71 % a Couchsurfing 0,02 %. Průběžný růst je ale, mimo mírný pokles u couchsurfingu v roce 2013, výraznější u obou internetových platforem. Mírný pokles významu couchsurfingu v roce 2013 by mohl být způsoben právě zvyšujícím se významem Airbnb. Stejně je to i u podílu na celkovém součtu ubytovaných turistů u těchto 3 subjektů. U couchsurfingu se podíl více než zdvojnásobil – 0,013 % v roce 2010 na 0,029 % v roce 2016. U Airbnb je postupný růst

<sup>8</sup> V roce 2010 začala v Praze fungovat služba Airbnb.

podílu ale značně výraznější – od roku 2010 se jeho podíl zvýšil z 0,001 % na 1,711 %. U HUZ naopak dochází k postupnému poklesu na úkor couchsurfingu a Airbnb – u couchsurfingu se ale nejedná o tolik progresivní růst jako u Airbnb (viz Obrázek 6).

Obrázek 6: Vývoj počtu nerezidentů ubytovaných v HUZ a počtu referencí u Couchsurfingu a Airbnb



Zdroj: ČSÚ (2018); Inside Airbnb (2018); vlastní šetření z Couchsurfing (2017)

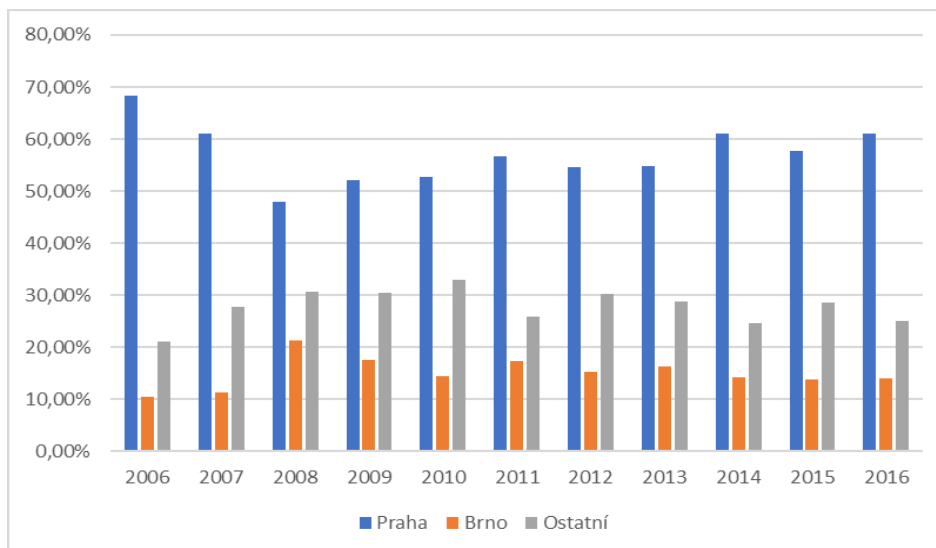
Mezi couchsurfery nejnavštěvovanějšími obcemi jsou zejména krajská města. Výjimkou jsou Karlovy Vary, ve kterých se ubytovalo méně couchsurferů než v Litoměřicích (71 couchsurferů) a Kolíně (68), a v Jihlavě, kde se ubytovalo pouze 21 couchsurferů; Jihlava se umístila v počtu ubytovaných couchsurferů na 37. místě. Více ubytovaných couchsurferů, než Jihlava mají například Roztoky v zázemí Prahy s 8 403 obyvateli (Město Roztoky 2019). Menší zájem o ubytování skrze Couchsurfing v Karlových Varech by mohl být vysvětlen lázeňským charakterem destinace. Byty místních hostitelů couchsurferům nemohou nabídnout lázeňské služby, kvůli kterým jsou Karlovy Vary turisty vyhledávané.

Pokud jde o aktuální poptávku, v 17 českých destinacích<sup>9</sup> byla ke dni 11. 12. 2018 významná poptávka po ubytování pouze v Praze – 761 veřejných žádostí. Druhé v pořadí bylo Brno pouze s 19 žádostmi. Do Českého Krumlova, Plzně a Ostravy pak směřují shodně 3 couchsurferi. Ačkoliv je Praha dominantní destinací (ČSÚ 2019), podíl uživatelů na počet

<sup>9</sup> Zahrnuty destinace s památkami UNESCO a destinace, ve kterých je alespoň jedna z 20 nejnavštěvovanějších památek v Česku podle agentury Czechtourism (2017) za rok 2016.

obyvatel je nižší než v Brně. Brno má na 1 000 obyvatel 39,1 uživatelů a Praha 32,5. Dalším významným městem je pak Olomouc, která disponuje 27,8 uživateli na 1 000 obyvatel.

Graf 7: Územní rozložení zanechaných referencí

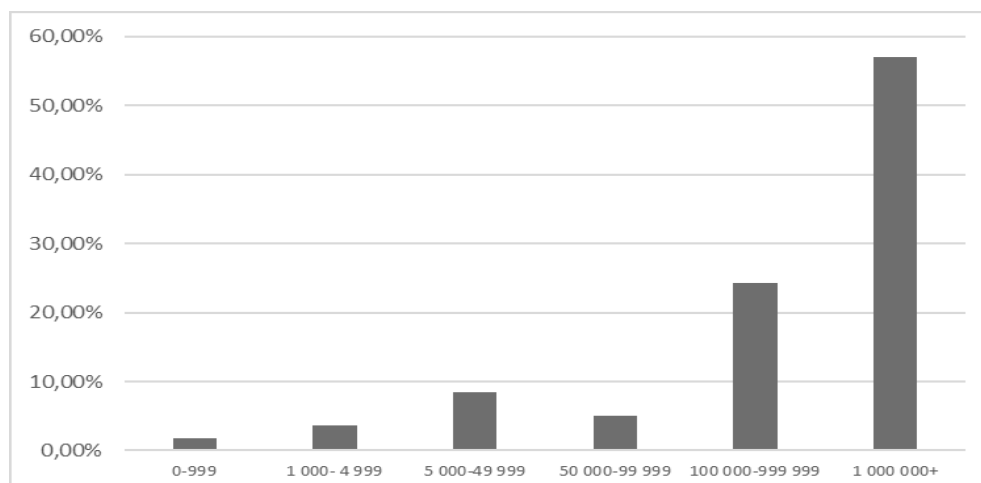


Zdroj: vlastní šetření z Couchsurfing (2017)

Ačkoliv je u couchsurferů s velkým nárůstem dominantní Praha (viz Graf 7), ve srovnání s komerčním cestovním ruchem je situace mírně odlišná. Během roku 2016 směřovalo do Prahy 66 % a do Brna pouhých 3 % všech zahraničních turistů ubytovaných v HUZ, zatímco 61 % couchsurferů navštívilo Prahu a 14 % couchsurferů Brno. Ukázala se mírná prostorová dekoncentrace z Prahy do ostatních českých měst. Brno výrazně posílilo o téměř pětinašobek procentních bodů. Pokles podílu návštěvnosti couchsurferů na úkor Brna zaznamenala i Praha. U ostatních českých měst se projevil pokles z 31 % na 25 %. Dekoncentraci couchsurferů na území Česka lze pozorovat směrem z Prahy do jiných českých populačně silných měst (viz Graf 8). Mimo Prahu totiž bylo nejvíce couchsurferů ubytováno v obcích o velikosti 100 000 až 999 999 rezidentů. Mimo kategorii obcí s 50 000 až 99 999 rezidenty lze pozorovat navyšování počtu ubytovaných couchsurferů. Výjimka může být způsobena tím, že v kategorii 5 000 až 49 999 rezidentů je více obcí, které mají podobný turistický potenciál jako obce ve vyšší kategorii; větší počet obcí tedy nabízí více možností k ubytování couchsurferů.



Graf 8: Koncentrace couchsurferů dle velikosti obce mezi lety 2004-2016



Zdroj: vlastní šetření z Couchsurfing (2017)

Couchsurfeři v průměru strávili v českých destinacích 1,95 noci. Regionálně se ale tento výsledek velmi liší. V Praze průměrně couchsurfeři strávili 2,4 noci, nejdéle z destinací zařazených do výzkumu. V Brně couchsurfeři průměrně strávili 1,48 noci a v Ostravě 1,50 noci. Velký rozdíl může být zapříčiněn tím, že Brnem a Ostravou couchsurfeři spíše projíždějí. Pravděpodobně důležitým faktorem je i role rozlohy center těchto měst. Návštěvníci nedokáží shlédnout všechny atraktivy v Praze během jednoho dne. Délka pobytu couchsurferů v Praze je delší o 1 desetinu, než je u turistů ubytovaných v HUZ (Prague City Tourism 2019).

### 4.3 Kvalitativní výzkum

Kvalitativní výzkum obohatil práci o prostorové chování couchsurferů. Hlavním cílem tohoto výzkumu je poznat, jak probíhal pobyt couchsurferů na území Česka. Protože se v kvantitativním výzkumu couchsurfing ukázal jako městský cestovní ruch, koncentrovaný zejména do největších českých měst, jako respondenti byli vybráni couchsurfeři ubytovaní právě v Praze, dále v Brně (druhá nejvýznamnější destinace v Česku) a Ostravě (u které může být odlišné prostorové chování couchsurferů zejména díky své periferní poloze).

Pro výzkum zaměřený na Prahu bylo celkem kontaktováno 110 lidí (viz Tabulka 14). Z tohoto počtu odpovědělo 39 respondentů – návratnost dotazníků je tedy 35 %. Téměř všichni respondenti, mimo jednoho, ubytovaní v Praze, odevzdali relevantně vyplněný dotazník (viz Příloha 2). Vysoký podíl relevantních odpovědí včetně vysoké návratnosti byl i v Brně a Ostravě. Z Brna po kontaktování 50 couchsurferů byla návratnost 20 formulářů (40

%) a z Ostravy 18 formulářů po kontaktování 60 couchsurferů (30 %). Zvolený počet respondentů se odvíjí od počtu uživatelů (nabídka ubytování) v daných městech. Praha disponuje více než dvojnásobkem uživatelů než Brno a Ostrava dohromady.

Tabulka 14: Respondenti a jejich charakteristiky dle zkoumaných měst

Kategorie	Praha		Brno		Ostrava		Celkem <sup>10</sup>
	Počet	Podíl [%]	Počet	Podíl [%]	Počet	Podíl [%]	
Kontaktováno couchsurferů	110	50,0	50	22,7	60	27,3	220
Návratnost formulářů	39	50,6	20	26,0	18	23,4	77
Mužů	20	47,6	11	26,2	11	26,2	42
Žen	19	55,9	8	23,5	7	20,6	34
Méně než 20 let	4	66,7	1	16,7	1	16,7	6
20-30 let	26	48,1	14	25,9	14	25,9	54
30-40 let	4	40,0	3	30,0	3	30,0	10
Více než 40 let	3	75,0	1	25,0	0	0,0	4

Zdroj: vlastní šetření

Couchsurfeři ubytování ve všech 3 městech vybraných pro tuto práci, byli převážně muži (42 ze 77 respondentů). Ženy jsou ale početnější v nejzastoupenější věkové skupině všech respondentů. Ve věku 20-30 let bylo mezi respondenty 26 žen a 24 mužů (do této věkové skupiny spadalo 71 % respondentů). Nejméně zastoupenou věkovou skupinou je kategorie nad 40 let (pouze 4 respondenti). Rozdělení respondentů dle země původu je velmi různorodé. Nejvíce jsou zastoupeni Ukrajinci (7 respondentů), Němci (6) a Mexičani se Španěly (oba státy shodně 5). Dále respondenti pocházejí z Francie, Ruska, Brazílie, Indie, Polska a Rakouska – další země jsou zastoupeny 2 a méně respondenty (včetně 2 Čechů).

V Praze bylo z mého vzorku ubytováno více couchsurferů, kteří nenavštívili žádnou další destinaci. Patnáct respondentů z Prahy uvedlo, že nenavštívili žádnou další českou destinaci. Na první pohled je patrný rozdíl v délce a stylu pobytu, což pravděpodobně ovlivnilo množství navštívených destinací. Couchsurfeři, kteří v Česku navštívili pouze Prahu, pobýli v destinaci maximálně 4 dny a navštěvovali zejména klasické, turisticky oblíbené lokality. Krátký pobyt couchsurferů, kteří zůstali pouze v Praze, může souviset se stylem cestování. Všichni respondenti, kteří v dotazníku uvedli, jak probíhalo jejich cestování

<sup>10</sup> Několik respondentů neodpovědělo na některé z otázek. Počet u pohlaví a věku tedy neodpovídá celkovému počtu navrácených formulářů.

(i mimo Prahu), zmínili, že Praha byla pouze jedna ze zastávek v jejich cestě, viz respondent č. 2:

*„Přijel jsem do Prahy z Drážďan, zůstal jsem tu 3 noci a následně jsem odjel do Rumunska. Z Drážďan jsem se do Prahy dostal stopováním, což fungovalo velice dobře. Z Prahy do Bukurešti jsem si vzal autobus. Navštívil jsem jen Prahu, na ostatní místa jsem neměl dostatek času, ale rád bych jiná místa navštívil. V Praze mě hostila jedna dívka.“*

Ti, kteří navštívili i jiné destinace v Česku, měli znatelně delší pobyt. Nejdelší pobyt měla z pražského vzorku respondentka číslo 27, která se v Česku zdržela minimálně 4 týdny (neuvdala přesný časový interval – 4 týdny strávila v Praze, ale navštívila i další destinace v Česku). Dva týdny v Praze strávil i respondent číslo 12, který v Praze pracoval. Nejkratší pobyt z těch, kteří navštívili i jiné destinace trval 2 dny – takovou délku pobytu z 16 uvedli pouze dva. Jeden z těchto dvou respondentů navíc uvedl opakovaný pobyt. Jeho první pobyt trval déle než týden a navštívil mimo Prahu i Moravu. Druhý z těchto respondentů během svého krátkého pobytu navštívil mimo centrum Prahy i Malou a Velkou Ameriku a hrad Karlštejn. Pouze 2 dny strávil v Praze ještě jeden respondent. Po svém pobytu v Praze ale odjel na pracovní pobyt do Špindlerova Mlýna v Krkonoších, kde strávil další 4 týdny. Mezi nejčastější destinace, které byly mimo Prahu zmíněny, jsou především Brno, Kutná Hora a Český Krumlov. Dalšími destinacemi jsou Ostrava, Olomouc, Plzeň, Karlovy Vary, nebo i Liberec a České Budějovice – většinou se jedná o krajská města. Couchsurfeři ale trávili čas i v menších městech (a mimo Český Krumlov a Kutnou Horu). Ze zmíněných 16 couchsurferů jich 8 navštívilo i menší česká města: Mikulov a Terezín, a úplný venkov – jeden z respondentů přespával v přírodě ve stanu, další byl ubytovaný v Chýnici, která se nachází v blízkém okolí Prahy, nebo další například uvedl cyklovýlet mimo Prahu během svého pobytu v destinaci.

Průměrný pobyt je delší, než je pobyt komerčních turistů. Zatímco u komerčních turistů je průměrná délka pobytu v Česku 3,7 dne (ČT 24 2018b), respondenti, kteří uvedli konkrétní počet nocí, strávili v Česku průměrně 4,4 dne. Medián sestavený z počtu strávených nocí nabývá hodnoty 3 nocí. Celkem 16 respondentů délku svého pobytu neuvdalo. Nicméně bylo z jejich odpovědí patrné rozdělení respondentů na ty, kteří strávili v Praze (nenavštívili jiné destinace) pravděpodobně pouze 1-3 noci, a na ty, kteří cestovali i mimo Prahu, a na území Česka strávili i více než týden, viz respondent číslo 8 a respondent číslo 11, který zmínil i opakovaný pobyt v Praze. V konkrétních destinacích je ale průměrná délka pobytu výrazně menší, než je u komerčních turistů v Česku (viz kapitola 4. 2).

Respondent č. 8: „Navštívil jsem Prahu, ve které jsem couchsurfoval s příjemným hostitelem. Učil se francouzsky, chtěl by se do Francie podívat. Navštívil jsem katedrálu, Staré Město a Muchovo muzeum. Necestoval jsem přes Česko, zůstal jsem pouze v Praze.“

Respondent č. 11: „Navštívil jsem (Česko – pozn. autora) více než jednou. Prahu 2krát na několik dní, Olomouc na 3 dny, Znojmo, Český Krumlov, Mikulov, a další město na 1 den, Brno na 2 dny.“

Opakovaný pobyt uvedlo celkem 5 respondentů. Z těchto 5 respondentů se 3 rozhodli cestovat na jiná místa než při prvním pobytu. Jedním z těchto respondentů, kteří zůstali v Praze i při druhém pobytu, byl respondent, který Prahu navštívil kvůli konferenci. Je tedy možné, že jinou destinaci ani navštívit nemohl. Druhý z těchto respondentů sice zůstal pouze v Praze, ale věnoval se odlišným aktivitám, jak sám zmiňuje.

Respondent č. 4: „S mým kamarádem jsme cestovali na rozpočet. Koupili jsme levné letenky z Moskvy do Karlových Varů a po procházce tím nádherným městem, která trvala pár hodin, jsme jeli autobusem do Prahy. Nebylo to poprvé, co jsem Prahu navštívil, takže hlavním cílem cesty nebylo získávání zkušeností, ale párty a užívání si pražského nočního života. Navíc mám spousty ruských kamarádů, kteří momentálně žijí a studují v Praze, takže výlet byl spíše o tom zajít na místa, která dobře znáte, a být se svými přáteli.“

Celkem 8 respondentů uvedlo, že by v budoucnosti chtěli pobyt v Česku opakovat. Shodně se téměř všichni tito respondenti vyjádřili, že by chtěli navštívit i jiné destinace – Plzeň, Kutnou Horu či venkovskou přírodu. Dva z respondentů uvedli, že by se chtěli vrátit do Prahy – jeden z důvodu zaběhnutí pražského maratonu a druhý projevil zájem o bydlení v Praze.

Výběr turistických atraktivit respondentů (viz Obrázek 7) je spíše omezený na centrum města. Nejčastěji zmiňovanou atraktivitou se stal Karlův most se 12 zmínkami (mezi tyto zmínky byla započítáno i spojení *the bridge* – viz respondent č. 37) a Pražský hrad, který byl zmíněn v 11 případech. Ani další v pořadí se nenacházejí mimo historické jádro města, chráněnou zónu UNESCO (viz Obrázek 8). Staré Město bylo zmíněno 7krát, Lennonova zeď se Staroměstským orlojem 5krát. Samotné centrum města bylo zmíněno 5krát. Pod tuto atraktivitu byly započteny i odpovědi typu: „navštívil jsem všechno turistické ve městě“ (viz respondent č. 39), které naznačují, v jakém okruhu se respondent pohyboval. Dále bylo pravděpodobně 4krát zmíněno i Staroměstské náměstí – 2 respondenti uvedli, že navštívili *hlavní náměstí*, které může odkazovat buď právě na Staroměstské náměstí (celkem by tedy bylo zmíněno 4krát) nebo na Václavské náměstí (celkem by bylo zmíněno 3krát). Méně než

4krát byly zmíněny všechny ostatní atraktivity. Zmíněných atraktivit, které se nacházejí mimo historické centrum, je pouze 7: Kostel sv. Cyrila a Metoděje v Karlíně, Muzeum hlavního města Prahy na Florenci, Náměstí Míru na Vinohradech, Národní technické muzeum na Letné, Planetárium v Holešovicích, PVA Expo v Letňanech a Žižkovská televizní věž. Každá z těchto atraktivit byla respondenty zmíněna pouze jednou; tzn. podíl 6,8 % z celkových 103 zmínek o atraktivitách. Ačkoliv naprostá většina zmíněných pražských atraktivit se nachází v historické části města, lze z nich pozorovat mírné znaky prostorové dekoncentrace. Respondenti se během pobytu dostali i k méně známým atraktivitám (lokalitám), které se nachází mimo Královskou cestu. Mezi takové lze například zařadit Pedagogické muzeum Jana Ámose Komenského, Muchovo muzeum, Muzeum Bedřicha Smetany, klášter sv. Anežky České, Metronom a Letenské sady nebo restaurace U Fleků a U Medvídků.

Obrázek 7: Frekvence zmínek pražských turistických atraktivit



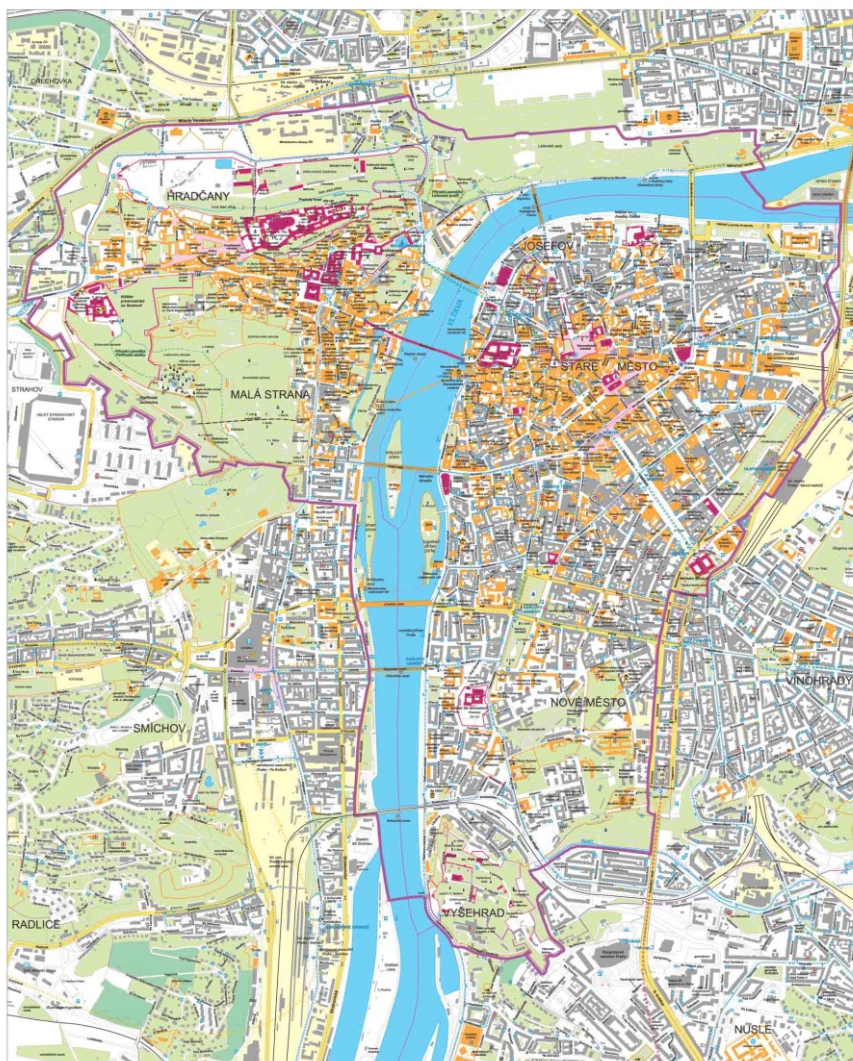
Zdroj: vlastní šetření

Z 39 respondentů 10 uvedlo, že se jejich hostitel aktivně podílel na průběhu jejich pobytu. Nejvíce hostitelé doporučovali místní podniky, či společně s respondenty navštěvovali restaurace a bary. Vzhledem k výsledkům práce se vliv hostitelů spíše projevil v doporučení místních podniků, které by nejspíše mohly nabízet levnější služby couchsurferům. Hostitelé dále doporučovali méně známá místa v Praze, viz respondent č. 32:

*“Uvařil (hostitel – pozn. autora) pro nás dobré jídlo a doporučil navštívit nějaká zajímavá místa, která jsou méně známá pro veřejnost. Například Národní technické muzeum, Sousoší Tychona Brahe a Johanna Keplera, dům Alberta Einsteina – ulice Lesnická atd.”*

Všech 20 respondentů (viz Příloha 3) z Brna na formulář zareagovalo relevantní odpovědí (tzn., že jejich odpověď obsahuje prostorovou složku). Jeden z respondentů (viz respondent č. 56) ale neuvedl demografické údaje. Dále respondent č. 51 má bydliště v Letonicích (obec nedaleko Brna) – v odpovědi k výzkumu se ale zmiňuje o couchsurfingu i v jiných městech – pravděpodobně couchsurfing používá při cestování po Česku. Dále respondenti č. 54 a 56 cestovali s velkou pravděpodobností spolu – jejich odpovědi jsou ve výzkumu brány odděleně.

Obrázek 8: Pražská památková rezervace UNESCO



*Zdroj: Praha.eu – odbor památkové péče (2006)*

Brněnští respondenti se od pražského vzorku výrazně lišili. Pouze 5 respondentů uvedlo, že během svého pobytu na území Česka nenavštívili jiné destinace. To je od pražských respondentů signifikantní změna. Hlavní destinací, kterou respondenti mimo Brno navštívili, je ale právě Praha. Tuto destinaci uvedlo 11 respondentů z 20. Dalšími navštívenými destinacemi jsou Český Krumlov, Olomouc, Ostrava, Opava, Ostrov a Zlín. Jeden z respondentů dále zmiňuje menší česká města: Nový Bor, Štětí, Kostelec nad Labem, Kolín, Chrudim, Luže a Boskovice. Další z respondentů uvedl, že navštívil 5 až 6 destinací, ale nepamatuje si jejich názvy. Hlavním dopravním prostředkem bylo pro respondenty stopování. Tento způsob cestování uvedlo 8 respondentů. Stopováním se respondenti dopravovali do českých destinací i ze zahraničí – z Paříže, Drážďan a Rakouska.

Pobyt respondentů z brněnského vzorku trval déle oproti pražským respondentům. Nikoliv ale přímo v Brně. Návštěva Brna spíše nepřesahovala délku 2 nocí. Pobyt na území Česka byl ale značně delší. Celkem 4 respondenti uvedli délku pobytu v Česku delší než 1 týden. Jeden z respondentů sice délku pobytu neuvedl, ale protože navštívil až 6 měst, dá se očekávat, že na území Česka strávil zhruba týden (viz respondent č. 42). Délka pobytu v Brně tedy potvrdila průměrnou délku pobytu spočítanou podle zanechaných referencí.

Ani jednu brněnskou atraktivitu nezmínila více než polovina respondentů. Mezi zmíněnými atraktivitami je zejména hrad Špilberk. Další z atraktivit byly zmíněny buď jen jednou – Zoo, Kostnice u svatého Jakuba, kostel sv. Tomáše, Mendelovo muzeum, Galerie Vaňkovka, Petrov – či v odpovědi není zmíněna žádná konkrétní, viz respondent č. 49, který se ve stručnosti zároveň vyjadřuje i k návštěvě Prahy. Mezi tyto odpovědi patří zejména: *parky, muzea, centrum, bary...*

Respondent č. 49: *„Strávil jsem 2 dny v Brně a 3 dny v Praze. Navštívil jsem hlavní kostely, monumenty a parky u obou měst.“*

Pasivně se respondenti vyjadřovali i k opakovanému pobytu a aktivitě hostitele. Opakovaný pobyt v Brně uvedl pouze jeden respondent, který u atraktivit zmínil pouze ty v centru města. Nízká aktivita hostitele by mohla být způsobena krátkým pobytem respondentů v Brně.

Z kontaktovaných couchsurferů v Ostravě se navrátilo 19 formulářů. Z těchto 19 odpovědí jich bylo 17 označeno jako relevantní, protože 2 respondenti neuvedli popis jejich cesty (včetně země původu). Dále, jedna z respondentek je v probíhajícím roce (2019) na Erasmu v Ostravě. Přes couchsurfing strávila noc pouze při svém příjezdu. V této práci je k odpovědi této respondentky přístupováno stejně jako k ostatním odpovědím.

Respondenti z Ostravy se příliš neodlišují od respondentů z Brna. Ostravští respondenti mají bohatý itinerář, který ovlivňuje počet nocí strávených v destinaci. V Ostravě strávili 1-2 noci – někteří délku uvedli, u některých respondentů to vyplývalo z popisu. Jeden z respondentů ale v Česku strávil 2 měsíce. Destinace se i v tomto případě stala spíše průjezdním bodem (viz respondent č. 75). Mezi další české destinace, které respondenti navštívili, jsou převážně Praha a Brno. Dále byla zmíněna Olomouc, Ústí nad Labem, Pardubice nebo také Jaroměř, Rožnov pod Radhoštěm, Bohumín a Havířov.

Respondent č. 75: *„Přijel jsem (do Ostravy – pozn. autora) a navštívil jsem většinu atraktivit během prvního a poloviny druhého dne, než jsem odjel do Vratislavi, což byla moje skutečná cílová destinace.“*

Podobně jako v Brně, názvy navštívených ostravských atraktivit nebyly příliš konkrétní. Většinou bylo zmíněné centrum a ostravská průmyslová oblast. Dále respondenti navštívili *hrad* (pravděpodobně Slezskoostravský hrad), *haldu Ema*, *observatoř*, *nové nákupní středisko* a *parky*. Ani v tomto případě se tedy respondenti příliš nevzdalovali od centra navštívené destinace, což pravděpodobně souvisí s obsáhlým itinerářem (a počtem strávených nocí v destinaci).

Aktivita hostitele byla zmíněna v souvislosti s navštívenými atraktivitami pouze 2krát (viz respondent č. 67). Jeden z hostitelů respondenta (včetně dalšího couchsurfera) sice provedl po městě, ale soustředil se spíše na atraktivity v centru města. Druhý hostitel doporučil zúčastnit se tanečního kurzu *bachaty*. Aktivita hostitele byla zmíněna ještě jednou, tentokrát ale pouze v souvislosti s průběhem ubytování. Hostitel mimo přípravy českých jídel sdílel fotografie z Beskydských hor. Opakovaný pobyt se ukázal jako faktor, který ovlivňuje navštívené destinace. Zmíněný byl jen 3krát, ale u všech těchto respondentů se ukázalo, že při opakovaném pobytu navštívili jiné destinace.

Respondent č. 67: *„Navštívili jsme starou průmyslovou oblast a podnikli jsme rozsáhlou vycházku po městě. Centrální náměstí, nové nákupní středisko, ulici s bary a také něco z vnější části města, kde jsme vlastně byli ubytováni. V podstatě jsme celou dobu následovali našeho hostitele, takže odhaduji, že to bylo vše, co si myslel, že bychom chtěli vidět.“*



## 5. SHRNU TÍ VÝSLEDKŮ

Couchsurfeři se od komečních turistů příliš neodlišují v charakteristikách, jako je země původu a místo cílové destinace – nejvíce uživatelů Couchsurfingu pochází z vyspělých zemí. Do těchto zemí uživatelé také směřují. Naopak nejméně uživatelů pochází z rozvojových a rozvíjejících se zemí. Vyspělé Západní státy také dominují v počtu uživatelů na počet obyvatel. Z regionálního hlediska Evropa disponuje 62 % všech uživatelů Couchsurfingu a 53 % všech veřejných žádostí. Podle množství veřejných žádostí v jednotlivých zemích byla zmapována i poptávka couchsurferů po konkrétních destinacích. Na mezinárodní i městské úrovni couchsurfeři také míří převážně do vyspělých Západních států a měst. Nízký počet veřejných žádostí v chudých zemích může být způsoben nízkou nabídkou ubytování (nízkým počtem uživatelů) v destinaci či vyšší kriminalitou, která může couchsurfery od tohoto stylu cestování odradit. Couchsurfing je tedy cestovatelskou platformou, kterou spíše využívají obyvatelé vyspělých zemí k cestování do jiných vyspělých zemí.

Česko je v mezinárodním srovnání počtu uživatelů na počet obyvatel na 17. místě s 16 uživateli na 1 000 obyvatel. Srovnatelný počet má např. Estonsko nebo Německo. V počtu veřejných žádostí si Česko mírně pohoršilo ve srovnání s komerčními turisty. Zatímco 12,8 milionu komerčních turistů ročně řadí Česko na 32. pozici, 830 veřejných žádostí couchsurferů značí 37. největší poptávku. Přesný počet ubytovaných v jednotlivých státech ale není znám.

Kvantitativní výzkum zaměřený na Česko prokázal, že Praha je hlavní cílovou destinací v Česku pro komerční turisty i pro couchsurfery. Ostatní české turistické oblasti nejsou natolik významné. Oblasti, ve kterých se ubytovalo nejméně couchsurferů, jsou zejména ty destinace, ve kterých se nenachází krajské město – např. turistické oblasti Králický Sněžník a Kladské pomezí. Od počátku fungování Couchsurfingu bylo ubytováno nejvíce couchsurferů (pokud vynecháme Prahu) v Brně a dále v oblastech, které přímo přiléhají na krajská města včetně všech turistických oblastí Středočeského kraje. Tento jev může být způsoben tím, že couchsurfing bychom mohli zařadit do kategorie městského cestovního ruchu kvůli principu fungování, na kterém je postavený – couchsurfing nemůže fungovat v destinaci, ve které nikdo nebydlí.

Couchsurfeři jsou dle výsledků výzkumu specifickou skupinou účastníků cestovního ruchu. V Česku mají poměrně široký rámeč prostorového chování. Ačkoliv u pražského vzorku respondentů lze pozorovat, že jich více než polovina nenavštívila jinou českou destinaci, vzorek respondentů z Brna a Ostravy prokázal opačnou skutečnost. Ukázalo se, že

couchsurfeři v Česku navštíví více než jednu destinaci. Pokud ale couchsurfeři navštíví více destinací, jedna z nich je zpravidla Praha. Českými destinacemi couchsurfeři spíše projíždí. Počet strávených nocí se pohybuje okolo 2-3 v Praze a okolo 1-2 nocí v Brně a Ostravě. Na území Česka ale couchsurfeři stráví i více než týden. Mezi dalšími destinacemi, které v Česku couchsurfeři navštíví, jsou klasická turistická města jako je Český Krumlov nebo Kutná Hora, ale i ty, které nepatří mezi tolik vyhledávané, jako jsou obce s nižším počtem obyvatel – couchsurfeři navštěvují i venkovská sídla či obce, které mají mezi 5 000 až 49 999 obyvateli. V této velikostní kategorii obcí se totiž ubytovalo více couchsurferů, než v kategorii mezi 50 000 až 99 999 obyvateli. Ačkoliv je Praha s velkým odstupem nejnavštěvovanější destinací, ve srovnání s komerčním cestovním ruchem má menší podíl v počtu ubytovaných turistů – Praha v roce 2016 ubytovala 66 % zahraničních komerčních turistů a 61 % couchsurferů – větší podíl couchsurferů (14 %) oproti zahraničním komerčním turistům (3 %) má například Brno. Tento výzkum tedy potvrdil, že couchsurfeři (baťůžkáři) mají během cestování velký prostorový rozsah, jak ve své práci zmiňuje Scheyvens (2002).

Celkový počet nocí strávených v Česku a více než jedna navštívená destinace souvisí se stylem, jakým couchsurfeři cestují. Většina couchsurferů totiž během cestování navštíví několik destinací i mimo Česko. Všechny destinace jsou tedy pravděpodobně spíše průjezdními body. Ačkoliv je tedy počet dní v konkrétních destinacích nízký, celkový počet nocí na celém území státu je značně vyšší. S tímto stylem cestování pravděpodobně souvisí i navštívené atraktivity v destinaci. Naprostá většina atraktivit ve všech zkoumaných destinacích se nachází v centrech měst. Couchsurfeři s velkou pravděpodobností kvůli svému itineráři neměli dostatek času navštívit i atraktivity na okraji měst apod. Na úrovni dané destinace tedy nelze prokázat dekoncentraci cestovního ruchu. Dekoncentrace se projevuje spíše na úrovni celého státu, což prokázal i kvantitativní výzkum. Výsledky této práce jsou tedy mírně odlišné od výsledků práce Chen (2018). U mého vzorku respondentů se nepotvrdilo, že by se couchsurfeři vyhýbali populárním turistickým atraktivitám.

Na základě typologie couchsurferů dle výzkumu od Decrop a kol. (2018), zmíněné v teoretické části práce, bych couchsurfery zařadil, podle výše představených výsledků výzkumu, mezi oportunisty. Hlavními důvody jsou nízký počet dní strávených v destinaci, větší počet destinací v itineráři a způsob, jakým couchsurfeři cestují – autostop (využívaný couchsurfery) se stejně jako couchsurfing podílí na minimalizaci nákladů. Couchsurfeři tedy platformu využívají jako příležitost k ubytování zadarmo a příležitost k tvorbě nových kontaktů v zahraničí.

Ve srovnání s Airbnb je Couchsurfing spíše zanedbatelnou platformou. K roku 2016 se v Praze ubytovalo 60krát více hostů přes Airbnb než přes Couchsurfing. Ačkoliv obě platformy mají pro rok 2016 podíl na celkovém počtu turistů v Praze pouze 1,7 %, dochází k výraznějšímu nárůstu počtu než turistů ubytovaných v HUZ. Srovnání v rámci Česka není kvůli odlišné metodice zjišťování počtu ubytovaných turistů příliš relevantní.

Respondenti zmiňovali aktivitu hostitelů v podobě doporučení méně známých atraktivit pouze zřídka. I tento jev může být způsobený krátkým pobytem v místě ubytování. Couchsurfeři se během návštěvy destinace zaměřují na centra měst, tedy na místa, která jsou pro daná města zpravidla nejvíce charakteristická. Po prohlídce centra města couchsurfeři směřují do dalších destinací. Zmiňovanou aktivitou hostitele bylo u respondentů zejména doporučení místních podniků a barů. Na výběr destinací a atraktivit má ale velký význam opakovaný pobyt. Více než u poloviny všech respondentů se prokázalo, že při opakovaném pobytu navštívili jiné destinace než při prvním pobytu. Výzkum McKerchra a kol (2012), který prokázal, že při opakovaném pobytu se návštěvník pohybuje méně prostorově rozptýleně, tedy není shodný s výsledky tohoto výzkumu. Několik z respondentů dále uvedlo, že by se chtěli do Česka vrátit a navštívit i jiné destinace. Couchsurfeři při opakovaném pobytu spíše vyhledávají lokality, které při prvním pobytu nestihli navštívit – díky velké prostorové rozptýlenosti tak mohou být přispěvateli do místních ekonomik.

## 6. ZÁVĚR

Pro poznání prostorové složky sdílené ekonomiky jsem jako objekt práce vybral cestovatelskou platformu Couchsurfing, jejíž fungování stále udržuje zásady sdílené ekonomiky. Airbnb lze do konceptu sdílené ekonomiky kvůli svému současnému vývoji již jen problematicky zařadit (DVTV 2017). Ačkoliv Couchsurfing má placenou funkci (tzv. verifikaci), která zjednodušuje uživatelům hledání ubytování, je služba stále zdarma přístupná. Na samotných stránkách lze najít zásady splňující prvky udržitelného cestovního ruchu, kterými by se měli jeho uživatelé řídit.

V teoretické části práce byla pomocí rešerše vědecké literatury definována sdílená ekonomika, platforma Couchsurfing a její zařazení do systému cestovního ruchu. Diskutován byl zejména vývoj sdílené ekonomiky, o kterou je v posledních letech velký zájem, jenž stále narůstá. Do tohoto konceptu ekonomiky byl zařazen couchsurfing a jeho místo v cestovním ruchu. Dle výsledků rešerše literatury jde o alternativní cestovní ruch, který se od komerčního cestovního ruchu (tzv. balíčkových zájezdů) odlišuje mnoha faktory. Jedním z faktorů by měla být i prostorová dimenze, ve které se jeho účastníci pohybují. Právě tento faktor byl zkoumán v této práci. Dalším rozměrem bylo mezinárodní srovnání a význam destinací v rámci couchsurfingu. Momentálně totiž neexistuje žádná veřejná databáze, která by dokázala tyto turisty statisticky zachytit.

Podle teoretických konceptů se jedná o turisty, kteří se vyhýbají nejpoblábnějším turistickým destinacím a atraktivitám. Cestují převážně podle vlastní volby, bez pomoci různých subjektů cestovního ruchu. Svou praxí během cestování tyto turisty lze považovat za tzv. baťůžkáře, kteří mají při návštěvě destinace velké prostorové rozptýlení. U tohoto typu turistů je dále významná ekonomická složka. Ačkoliv se vyhýbají velkým turistickým resortům, díky své prostorové rozptýlenosti mohou být významnými finančními přispěvateli do menších lokálních podniků v chudších regionech. Couchsurfeři zapadají i do konceptu tzv. nového turisty. Tento typ turistů je od komerčních turistů odlišný svým chováním i mimo prostorovou dimenzi. Nejvíce se nový turista vyznačuje touhou po autentičnosti v destinaci a po poznávání lokální kultury. Díky tomuto chování se nový turista nedostává do konfliktu s místní kulturou a nedochází k tzv. overturismu či tourismphobii.

V rámci výzkumu byly stanoveny 4 výzkumné otázky, které měly zodpovědět, jak významný je couchsurfing v cestovním ruchu, a jak probíhá jeho praxe na území Česka z prostorového pohledu. Pro stanovení hypotéz byly použity výzkumy autorů, které se

věnovaly podobným tématům, a data z dostupných databází (ČSÚ, UNWTO Tourism Highlights).

*První stanovená hypotéza* byla tímto výzkumem potvrzena. Couchsurfeři směřují převážně do destinací, které jsou nejpobulárnější i pro komerční turisty. Mezi deset couchsurfery nejpoptávanějších států jsou takové státy, které jsou zároveň mezi deseti nejnavštěvovanějšími mezi komerčními turisty – Spojené království, Francie, USA, Španělsko, Itálie, Čína nebo Německo. Naopak nejmenší podíly couchsurferů mají chudé státy – zejména v Subsaharské Africe či na Blízkém Východě. O popularitě couchsurfingu převážně ve vyspělých, Západních státech svědčí i jejich signifikantně vyšší počet uživatelů. Tato skutečnost může být způsobena právě vyspělostí státu. Velkou roli zde budou hrát faktory jako počet lidí s přístupem na internet apod. Postavení Česka a Prahy je mezi couchsurfery na srovnatelné úrovni jako u komerčního cestovního ruchu.

Porovnávat počet couchsurferů s počtem turistů ubytovanými přes Airbnb u *druhé hypotézy* je problematické. Airbnb stejně jako Couchsurfing nemá databázi se statistikou o ubytovaných hostech. Díky Inside Airbnb (2018), jež sbírá data díky referencím (stejná metodika jako u tohoto výzkumu), je možné porovnat tyto 2 platformy na úrovni nejnavštěvovanější destinace, Prahy. Praha se totiž i u couchsurferů stala nejnavštěvovanější českou destinací – 56 % couchsurferů se mezi lety 2004 až 2016 ubytovalo v Praze. Platformu Airbnb v Praze nemá oproti Couchsurfingu tak dominantní pozici, jak hypotéza předpokládala. Airbnb k ubytování v Praze využilo v roce 2016 60krát více turistů než couchsurferů (podíl couchsurferů ubytovaných v Česku od roku 2004 do roku 2016 je 1,3 % z počtu turistů ubytovaných přes Airbnb v roce 2017). K roku 2016 se v Česku ubytovalo celkem 2 927 couchsurferů. Další oblíbenou destinací je Brno, které v roce 2016 navštívilo 14 % všech couchsurferů, kteří navštívili Česko. Ačkoliv má couchsurfing zanedbatelné procento v podílu na celkovém množství turistů (včetně těch ubytovaných v HUZ), jeho podíl se pravidelně zvyšuje. Výjimkou je rok 2013, ve kterém došlo k nepatrnému poklesu, pravděpodobně z důvodu zvyšující se popularity Airbnb.

*Třetí hypotéza* se týkala prostorového vzorce couchsurferů na území Česka a v konkrétních destinacích. Výzkum ukázal, že se couchsurfeři nezdržují jen v jedné destinaci delší dobu. Více než polovina respondentů navštívila více destinací. Jedná se převážně o další klasické turistické destinace jako je Brno, Kutná Hora nebo Český Krumlov, ale část z nich navštíví i venkovská sídla a menší města. Couchsurfeři jsou turisty, kteří mají obsáhlý itinerář. Během jejich cesty navštíví několik destinací najednou (i mimo Česko). Velký podíl

jich cestuje díky autostopu. Tento styl cestování pravděpodobně způsobuje, že se v destinaci nezdrží na více nocí. Během krátkého pobytu v destinaci se couchsurferi zdržují zejména v centru, ve kterém se zpravidla nacházejí nejznámější atraktivity. Například v Praze patří mezi couchsurfery k nejnavštěvovanějším atraktivitám Pražský hrad nebo Karlův most.

Co se týká *čtvrté hypotézy*, aktivita hostitele se neukázala jako významný faktor, který by ovlivnil průběh pobytu couchsurferů. Někteří z respondentů sice uvedli, že jim hostitel doporučil méně známá místa, ale zmíněné atraktivity tomu příliš neodpovídají. Větší vliv měli hostitelé spíše na výběr restaurací a barů. Opakovaný pobyt měl výraznější vliv na výběr destinací. Couchsurferi při opakovaném pobytu navštěvují spíše nové, při prvním pobytu nenavštívené destinace.

Tento výzkum je limitován několika faktory. Tím zásadním faktorem je, že počet referencí neodpovídá skutečnému počtu ubytovaných couchsurferů. Na 1 referenci totiž mohlo být ubytováno více couchsurferů. Dále je možné, že couchsurfer žádnou referenci nezanechal. Výsledná data tedy spíše představují minimum ubytovaných couchsurferů. Význam těchto dat, mimo nastínění celkových počtů, je i poměrový – díky jednotné metodice sběru dat je možné prokázat, jaké destinace jsou couchsurfery nejnavštěvovanější. Dalším omezením práce je fakt, že rozhovor musel proběhnout až po ukončení pobytu na českém území, aby byl popsán průběh celé rekreace. Formulář, který byl couchsurferům zasílán, tedy musel být sestaven tak, aby byl jednoduchý a respondenty neodrazoval. Vysoké návratnosti (přes 30 %) bylo docíleno díky zmíněnému formuláři inspirovaným BNIM ve výzkumné práci Blooma a kol. (2016). Tato metodika se ale zároveň ukázala i jako nedostatek výzkumu. Ačkoliv téměř všechny odpovědi byly relevantní, jejich obsahová hodnota nenaplnila očekávání.

Tato práce může posloužit jako východisko pro další výzkumy ohledně couchsurfingu. Navazující výzkumy by mohly být zaměřeny např. na finanční evaluaci couchsurferů v Praze. Množství couchsurferů ubytovaných v Praze není zanedbatelné a díky aktivitě hostů může dojít k podpoře menších a levnějších podniků. Bylo by možné navázat i detailnějším výzkumem zaměřeným na Prahu. Pomocí rozhovorů přímo s couchsurfery by bylo možné získat více informací o prostorovém chování, i když by rozhovor probíhal během pobytu. Tento faktor by ale mohl být zároveň nedostatkem takové práce. Jelikož couchsurferi využívají k cestování autostop, jejich závěrečný itinerář by mohl být odlišný od očekávaného. Další výzkumy by se mohly např. soustředit na rozdíl prostorového chování couchsurferů a turistů ubytovaných přes Airbnb, jenž se začíná vzdalovat konceptu sdílené ekonomiky.

Ačkoliv se couchsurfeři v Česku soustředí na významné atraktivity a populární destinace, je potřeba brát tyto účastníky cestovního ruchu jako specifickou skupinu turistů, jak ukázala i rešerše literatury v teoretické části práce. Během svého pobytu nezůstávají v jedné destinaci, ale navštíví i několik destinací, ve kterých se zdrží na 1-2 noci. Dalším významným faktorem, který z couchsurferů vytváří specifickou skupinu turistů, je, že tento styl cestování (na rozdíl od Airbnb) uchovává hodnoty sdílené ekonomiky praktikované v cestovním ruchu. Tito turisté se nedostávají do konfliktu s rezidenty, a utváří tak udržitelný cestovní ruch, který nezpůsobuje devastaci turistické destinace. Couchsurfing na svých stránkách vybízí své uživatele, aby neničili cílovou destinaci, nabízeli svůj domov jiným couchsurferům a aby vytvářeli nové známosti mezi rezidenty a couchsurfery. Dá se očekávat, že s přibývajícím počtem osob s přístupem na internet bude couchsurfing stále výrazným specifickým aktérem v poskytování ubytování pro turisty.

## 7. ZDROJE

### 7.1 Literatura

AKBAR, Y., H., TRACOGNA, A. (2018): The sharing economy and the future of the hotel industry: Transaction cost theory and platform economics. *International Journal of Hospitality Management*, 71, s. 91-101

ALSTON, M., BOWLES, W. (2003): *Research for social workers: An introduction to methods*. Allen & Unwin, Crows Nest.

BABBIE, E. (2013): *The practice of social research*. Wadsworth Cengage Learning, Belmont.

BARDHI, F., ECKHARDT, G., M. (2012): Access-based consumption: The case of car sharing. *Journal of Consumer Research*, 39, č. 4, s. 881-898.

BAUMAN, Z. (2003): *Liquid love: On the frailty of human bonds*. Polity Press, Cambridge.

BELK, R. (2007): Why not share rather than own? *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 611, č. 1, s. 126-140.

BELK, R. (2014): Sharing versus pseudo-sharing in Web 2.0. *The Anthropologist*, 18, č. 1, s. 7-23.

BENKLER, Y. (2004): Sharing Nicely: On shareable goods and the emergence of sharing as a modality of economic production. *The Yale Law journal*, 114, s. 273-358.

BIALSKI, P. (2009): *Intimate Tourism: Enquête dan sun réseau d'hospitalité*. Paříž: Solilang.

BIALSKI, P. (2007): *Intimate tourism: Friendships in a state of mobility – The case of the online hospitality network*. Dizertační práce, University of Warsaw, Polsko, 89 s.



BINNINGER, A., S. a kol. (2015): Collaborative consumption and sustainability: A discursive analysis of consumer representations and collaborative website narratives. *The Journal of Applied Business Research*, 31, č. 3, s. 969-986.

BLOOM, T. a kol. (2016): The way to Santiago beyond Santiago. Fisterra and the pilgrimage's post-secular meaning. *European Journal of Tourism Research*, 12, s. 133-146.

BOTSMAN, R., ROGERS, R. (2010): Beyond Zipcar: Collaborative consumption. *Harvard Business Review*. Říjen 2010.

BOTSMAN, R., ROGERS, R. (2011): What's mine is yours: How collaborative consumption is changing the way we live. Harper Collins. New York.

BUTLER, R., W. (1980): The concept of a tourist area cycle of evolution – implications for management of resources. *Canadian Geographer – Geographe Canadien*, 24. č. 1, s. 5-12.

CESARANI, M., NECHITA, F. (2017): Tourism and the Sharing Economy. An evidence from Airbnb Usare in Italy and Romania. *Emerging Issues in Management*, 3, s. 32-47.

CHEN, D., J. (2011): Global concept, local practice: Taiwanese experience of Couchsurfing. *Hospitality & Society*, 1, č. 3, s. 279-297.

CHEN, D., J. (2018): Couchsurfing: Performing the travel style through hospitality Exchange. *Tourists Studies*, 18, č. 1, s. 105-122.

COHEN, E. (1972): Toward a sociology of international tourism. *Social Research*, 39, č. 1, s. 164-182.

CONWAY, D., TIMMS, B., F. (2010): Re-branding alternative tourism in the caribbean: The case for 'Slow Tourism'. *Tourism and Hospitality Research*, 10, č. 4, s. 329-344.

DECROP, A. a kol. (2018): "Couchsurfing has made me a better person and the world a better place": the transformative power of collaborative tourism experiences. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 35, č. 1, s. 57-72.

DOXEY, G. V. (1975). A causation theory of visitor-resident irritants: Methodology and research inferences. In *Travel and Tourism Research Associations Sixth Annual Conference Proceedings* (pp. 195–98). San Diego, září 1975.

DREDGE, D., GYIMÓTHY, S. (2015): The collaborative economy and tourism: Critical perspectives, questionable claims and silenced voices. *Tourism Recreation Research*, 40, č. 3, s. 286-302.

DUDÁS, G. a kol. (2017): The visualization of the spatiality of Airbnb in Budapest using 3-band raster representation. *Geographica Technica*, 12, č. 1, 23-30 s.

ERB, M., ONG, C., E. (2017): Theming Asia: culture, nature and heritage in a transforming environment. *Tourism Geographies*, 19, č. 2, s. 143-167.

FELSON, M., SPAETH, J., L. (1978): Community structure and collaborative consumption: A routine activity approach. *American Behavioral Scientist*, 21, č. 4, s. 614-624.

FILIPPO, C. a kol. (2017): The sharing economy as community marketplace? Trust, reciprocity and belonging in peer-to-peer accommodation platforms. *Cambridge Journal of Regions Economy and Society*, 10, č. 2, s. 349-363.

FORTUNY, M. a kol. (2008): Technical approach for a sustainable tourism development. Case study in the Balearic Islands. *Journal of Cleaner Production*, 16, š. 6, s. 860-869.

GANSKY, L. (2010): *The Mesh: Why the future of business is sharing*. Penguin Books. New York.

GARAU-VADELL, J., B. a kol. (2018): Economic crisis and residents' perception of the impacts of tourism in mass tourism destinations. *Journal of Destination Marketing & Management*, 7, s. 68-75.

GEIGER, A. (2015): Reciprocal Couchsurfing Versus Sharing's Non-Reciprocity Principle. 44th EMAC Conference, Leuven, květen 2015.

GELNÁ, T., FIALOVÁ, D. (2011): Changing Uses of Free Time in Czechia and Germany. *Acta Universitatis Carolinae Geographica*, 46, č. 2, s. 55-65.

GETZ, D. (1994): Residents' attitudes towards tourism – a longitudinal study in Spey Valley, Scotland. *Tourism management*, 15, č. 4, s. 247-258.

GIBSON-GRAHAM, J., K. (2006): *A postcapitalist politics*. University of Minnesota Press. Minneapolis & Londýn.

GIBSON-GRAHAM, J., K., CAMERON, J., HEALY, S. (2013): *Talking back the Economy: An ethical guide for transforming communities*. University of Minesota Press. Minneapolis.

GUTIÉRREZ, J. a kol. (2017): The eruption of Airbnb in tourist cities: Comparing spatial patterns of hotels and peer-to-peer accomodation in Barcelona. *Tourism Management*, 62, s. 278-291.

HÁSOVÁ, S. (2012): *Cestovní ruch a sociální sítě: Projekt Couchsurfing v Česku*. Magisterská práce, Katedra sociální geografie a regionálního rozvoje PřF UK, Praha, 107 s.

HAMARNEHOVÁ, I. (2012): *Nové trendy v cestovním ruchu a jejich odraz v cestovním ruchu České republiky*. In: RUX, J., ŠÍP, J. (2012): *Aktuální problémy cestovního ruchu*. Vysoká škola polytechnická Jihlava, Jihlava, s. 62-68.

HAWLEY, A. (1950): *Human Ecology: A Theory of Community Structure*. Ronald Press. New York.

- HENDL, J. (2005): Kvalitativní výzkum: základní metody a aplikace. Portál, s. r. o., Praha.
- JANSSON, A. (2002): Spatial Phantasmagoria: The Mediatization of Tourism Experience. *European Journal of Communication*, 17, č. 4, s. 429-443.
- KAPLAN, A., M., HAENLEIN, M. (2010): Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social web. *Business Horizons*, 53, č. 1, s. 59-68.
- KOENS, K. a kol. (2018): Is Overtourism Overused? Understanding the Impact of Tourism in a City Context. *Sustainability*, 10, č. 12, 15 s.
- LESSIG, L. (2008): *Remix: making art and commerce thrive in the hybrid economy*. Penguin, New York.
- LUKÁČ, M., HRONČEK, P. (2019): Turista jako votrelec. Problémy a riešenie problémov príliš masového turizmu na začiatku 21. storočia. Konferencie „Cestovní ruch – príležitosť pro venkov“. VŠPJ Jihlava, 27.-28. 2. 2019.
- MAJSTOROVIČ, V. a kol. (2013): The presence of backpacking tourism in Europe. *Turizam*, 17, č. 4, s. 145-154.
- MATZLER, K. a kol. (2016): The sharing economy: your business model's friend or foe? *Business Horizons*, 59, č. 6, s. 663-672.
- McKERCHER, B. a kol. (2012): First and repeat visitor behaviour: GPS tracking and GIS analysis in Hong Kong, *Tourism Geographies*, 14, č. 1, s. 147-161.
- MILANO, C. (2017): Overtourism and Tourismphobia: Global trends and local contexts. *Ostelea School of Tourism & Hospitality*, Barcelona, 45 s.
- MOSCARDO, G. (2006): Backpackers and other younger travellers to the Great Barrier Reef: an exploration of changes in characteristics and behaviours over time. *Tourism Recreation Research*, 31, č. 3, s. 29-37.

MOLZ, J., G. (2011): Couchsurfing and network hospitality: ‚It’s not about the furniture‘. *Hospitality & Society*, 1, č. 3, s. 215-225.

MOLZ, J., G. (2013): Social networking technologies and the moral economy of alternative tourism: the case of couchsurfing.org. *Annals of Tourism Research*, 43, s. 210-230.

OOI, N., LAING, J., H. (2010): Backpacker tourism: sustainable and purposeful? Investigating the overlap between backpacker tourism and volunteer tourism motivations. *Journal of Sustainable Tourism*, 18, č. 2, s. 191-206.

PARIS, C., D., TEYE, V. (2010): Backpacker motivations: A travel career approach. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 19, č. 3, s. 244-259.

PIGRAM, J., J. (1990): Sustainable tourism – policy considerations. *Journal of Tourism Studies*, 1, č. 2, s. 2-9.

PIRNAR, I., ICOZ, O. (2010): The new tourist: impacts on the hospitality marketing strategies. Conference EuroCHRIE. Amsterdam, říjen 2010.

POSTMA, A. (2003): Quality of life, competing value perspectives in leisure and tourism. In: Postma, A., Schmuecker, D. (2017): Understanding and overcoming negative impacts of tourism in city destinations: conceptual model and strategic framework. *Journal of Tourism Futures*, 3, č. 2, s. 144-156.

POSTMA, A., SCHMUECKER, D. (2017): Understanding and overcoming negative impacts of tourism in city destinations: conceptual model and strategic framework. *Journal of Tourism Futures*, 3, č. 2, s. 144-156.

RIFKIN, J. (2000): *The age of access: The new culture of hypercapitalism, where all of life is a paid-for experience*. Putnam, New York.

- RIFKIN, J. (2015): The zero marginal cost society: The internet of things, the collaborative commons, and the eclipse of capitalism. Palgrave Macmillan, New York.
- SCHEYVENS, R. (2002): Backpacker tourism and third world development. *Annals of Tourism Research*, 29, č. 1, s. 144-164.
- SCHOR, J., B., FITZMAURICE, C., J. (2015): Collaborating and connecting: The emergence of the sharing economy. In: Reisch, L., Thøgersen, J. (Eds.): *handbook on research on sustainable consumption*. Edward Elgar, Cheltenham, 410-425.
- SCHUCKERT, M. a kol. (2018): The co-creation of host-guest relationships via Couchsurfing: a qualitative study. *Tourism Recreational Research*, 43, č. 2, s. 220-234.
- SIGALA, M. (2015): Collaborative commerce in tourism: Implications for research and industry. *Current Issues in Tourism*, 20, č. 4, 346-355.
- STOKES, K. a kol. (2014): *Making sense of the UK collaborative economy*. Nesta, London, 47 s.
- STORS, N., KAGERMEIER, A. (2017): The sharing economy and its role in metropolitan tourism. In: GRAVARI-BARBAS, M., GUINAND, S. (2017): *Tourism and gentrification in contemporary metropolises*. Routledge, London, 21 s.
- STRÍBRNÁ, E. (2015): Fenomén couchsurfing.org v kontextu alternativního turismu, subkultury a životního stylu. *Bakalářská práce, Ústav etnologie FF UK, Praha*, 59 s.
- ŠAUER, M. a kol. (2015): *Cestovní ruch: učební text*. Masarykova univerzita, Brno, 477 s.
- TUSSYADIAH, I., P. (2015): En explanatory study on drivers and deterrents of collaborative consumption in travel. In: TUSSYADIAH, I., P., INVERSINI, A. (2015): *Information and Communication Technologies in Tourism*. Springer International Publishing, Switzerland, s. 817-830.

VOURC'H, A., DENMAN, R. (2003): Tourism and local agenda 21: The role of local authorities in Sustainable tourism. UNEP, 63 s.

WEAVER, D., B. (1998): Ecotourism in the less developed world. CABI Publishing, New York, 258 s.

WU, X., ZHI, Q. (2016): Impact of shared economy on urban sustainability: from the perspective of social, economic, and environmental sustainability. Energy Procedia, 104, s. 191-196.

ZELENKA, J., PÁSKOVÁ, M. (2012): Výkladový slovník cestovního ruchu. 2. vydání. Linde, Praha, 768 s.

ZELIER, V., A. (2010): Economic lives: How culture shapes the economy. Princeton University Press. Princeton.

ZERVAS a kol. (2017): The rise of the sharing economy: estimating the impact of Airbnb on the hotel industry. Journal of Marketing Research, 54., č. 5, s. 687-705.

## **7.2 Internetové zdroje**

AIRBNB (2019a): Hostitelská nápověda. <https://www.airbnb.cz/help/article/1624/i-rent-out-my-home-in-amsterdam--what-short-term-rental-laws-apply> (cit. 24. 1. 2019)

AIRBNB (2019b): Hostitelská nápověda. <https://www.airbnb.fr/help/article/1340/i-rent-out-my-home-in-london--what-short-term-rental-laws-apply> (cit. 24. 1. 2019)

AIRBNB CITIZEN (2018): New rules for home sharers in Berlin: The new housing law. <https://www.airbnbcitizen.com/de/new-rules-for-home-sharers-in-berlin-the-new-housing-law/> (cit 24. 1. 2019)

AKTUÁLNĚ (2017): Přes Airbnb se v Česku loni ubytovalo 710 000 hostů. Průměrný výdělek překročil 50 000 korun. <https://zpravy.aktualne.cz/ekonomika/pres-airbnb-se-v->

cesku-loni-ubytovalo-710-000-hostu-  
prumerny/r~0c4819384c2011e783fe002590604f2e/?redirected=1528635696 (cit. 10. 6. 2018)

AKTUÁLNĚ (2018): Přes Airbnb se v Česku loni ubytovalo více než milion hostů.

Meziročně jich přibylo 52 %.

<https://zpravy.aktualne.cz/finance/pres-airbnb-se-v-cesku-loni-ubytovalo-vice-nez-milion-hostu/r~83f0a2a6699911e892700cc47ab5f122/> (cit. 10. 6. 2018)

ANNUARIO DEL TURISMO (2017): Città di Venezia: Annuario del Turismo 2016.

<https://www.comune.venezia.it/it/content/studi> (cit. 20. 11. 2018)

ARCDATA PRAHA, ZÚ, ČSÚ (2016): ArcČR 500 - digitální geografická databáze, verze 3.3. [www.arcdata.cz](http://www.arcdata.cz) (cit. 18. 10. 2018).

BUSINESS INSIDER (2018): Los Angeles just took a big step toward regulating Airbnb stays — here's what new short-term rental laws could mean for hosts and travelers.

<http://www.businessinsider.com/airbnb-vrbo-regulations-los-angeles-what-it-means-for-hosts-renters-2018-5> (cit. 17. 6. 2018)

CIA WORLD FACTBOOK (2018): Country profiles.

<https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/> (cit. 13. 12. 2018)

CITY POPULATION (2018): Pattaya. <https://www.citypopulation.de/php/thailand-eastern.php?cityid=2096> (cit. 11. 12. 2018)

COUCHSURFING (2017): Přístup k jednotlivým uživatelům, státům a destinacím.

<https://www.couchsurfing.com/> (cit. 2. 10. 2017-6. 12. 2017)

COUCHSURFING (2018): Přístup k jednotlivým uživatelům, státům a destinacím.

<https://www.couchsurfing.com/> (cit. v průběhu vypracování diplomové práce – konkrétní datумы zmíněné v textu práce)



COUCHSURFING (2019): Přístup k jednotlivým uživatelům, státům a destinacím.  
<https://www.couchsurfing.com/> (cit. 26. 1. 2019)

COUCHSURFING – ABOUT US (2018): About us.  
<http://www.couchsurfing.com/about/about-us/> (cit. 12. 5. 2018)

COUCHSURFING – VALUES (2018): Values. <http://www.couchsurfing.com/about/values/>  
(cit. 26. 5. 2018)

COUCHSURFING – VERIFICATION (2018): Verification.  
[https://www.couchsurfing.com/get\\_verified?ctid=15](https://www.couchsurfing.com/get_verified?ctid=15) (cit. 12. 5. 2018)

CZECHTOURISM (2017): 20 nejnavštěvovanějších míst v Česku. Cit. in: iRozhlas:  
Podívejte se na 20 nejnavštěvovanějších míst v Česku. Největší zájem byl o Pražský hrad.  
[https://www.irozhlas.cz/zivotni-styl/cestovani/podivejte-se-na-20-nejnavstevovanejsich-pamatek-ceska-nejvetsi-zajem-byl-o\\_1706121407\\_pj](https://www.irozhlas.cz/zivotni-styl/cestovani/podivejte-se-na-20-nejnavstevovanejsich-pamatek-ceska-nejvetsi-zajem-byl-o_1706121407_pj) (cit. 11. 12. 2018)

ČESKÉ DĚDICTVÍ UNESCO (2018): 12 českých divů světa. <https://www.unesco-czech.cz/>  
(cit. 11. 12. 2018)

ČSÚ (2019): Veřejná databáze. Český statistický úřad, Praha.  
<https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=uziv-dotaz#> (cit. 2. 3. 2019)

ČT24 (2018): Amsterdam krotí Airbnb: domy jsou na bydlení, ne na vydělávání peněz.  
<https://ct24.ceskatelevize.cz/svet/2561365-amsterdam-kroti-airbnb-domy-jsou-na-bydleni-ne-na-vydelavani-penez> (cit. 19. 8. 2018)

DENÍK (2019): Pobyt v Benátkách? Od roku 2022 jen s rezervací, jinak hrozí pokuty.  
<https://www.denik.cz/cestovani/pobyt-v-benatkach-od-roku-2022-jen-s-rezervaci-jinak-hrozi-pokuty-20190205.html> (cit. 5. 2. 2019)

DVTV (2017): Turistická ghetta? Lidé nechtějí tematický park, ale živé město, Airbnb se musí omezit, říká Fialová. <https://video.aktualne.cz/dvtv/turisticka-ghetta-lide-nechteji-tematicky-park-ale-zive-mest/r~de5041ca9f7d11e7895f002590604f2e/> (cit. 27. 5. 2018)

GOODWIN, H. (2017): The challenge of overtourism. Responsible Tourism Partnership. Working paper 4. <https://haroldgoodwin.info/publications/> (cit. 20. 11. 2018)

GOOGLE TRENDS (2019): Sharing economy. <https://trends.google.com/trends/explore?date=all&q=sharing%20economy> (cit. 23. 1. 2018)

EUROMONITOR (2017): Top 100 City Destinations Ranking. WTM London 2017 Edition. [https://go.euromonitor.com/white-paper-travel-2018-100-cities.html?utm\\_source=blog&utm\\_medium=blog&utm\\_campaign=CT\\_WP\\_18\\_12\\_04\\_100%20Cities&utm\\_content=organic](https://go.euromonitor.com/white-paper-travel-2018-100-cities.html?utm_source=blog&utm_medium=blog&utm_campaign=CT_WP_18_12_04_100%20Cities&utm_content=organic) (cit. 11. 12. 2018)

HOSPODÁŘSKÉ NOVINY (2018): Co je vlastně špatného na sdílené ekonomice? Vždyť jen pomáhám lidem... <https://nazory.ihned.cz/komentare/c1-66146050-sloupek-martina-maleho-co-je-vlastne-spatneho-na-sdilene-ekonomice-vzdyt-jen-pomaham-lidem> (cit. 16. 6. 2018)

IAMSTERDAM (2018): The sharing economy in Amsterdam. <https://www.iamsterdam.com/en/business/news-and-insights/sharing-economy> (cit. 19. 8. 2018)

INFOGRAM (2015): Couchsurfing statistics. <https://infoqram.com/languages-1gzxop48g6nd2wy> (cit. 12. 5. 2018)

INVESTOPEDIA (2018): Sharing economy. <https://www.investopedia.com/terms/s/sharing-economy.asp> (cit. 9. 6. 2018)

LIDOVKY (2018): Praha chce regulovat Airbnb. Ubytování už jen tři až čtyři měsíce v roce či vymáhání poplatků. [https://www.lidovky.cz/magistratem-vysnena-regulace-airbnb-tri-az-cetyri-mesice-v-roce-a-vymahani-poplatku-g2r-/zpravy-domov.aspx?c=A180307\\_104525\\_ln\\_domov\\_sk](https://www.lidovky.cz/magistratem-vysnena-regulace-airbnb-tri-az-cetyri-mesice-v-roce-a-vymahani-poplatku-g2r-/zpravy-domov.aspx?c=A180307_104525_ln_domov_sk) (cit. 17. 6. 2018)

MĚSTO ROZTOKY (2019): O městě. <https://www.roztoky.cz/o-meste> (cit. 27. 3. 2019)

MILANO, C. a kol. (2017): Overtourism and Tourismphobia: A journey through four decades of tourism development, planning and local concerns. *Tourism Planning and Development Special Issue*.

[https://www.academia.edu/35868731/Overtourism\\_and\\_Tourismphobia\\_A\\_journey\\_through\\_four\\_decades\\_of\\_tourism\\_development\\_planning\\_and\\_local\\_concerns.\\_Tourism\\_Planning\\_and\\_Development\\_Special\\_Issue](https://www.academia.edu/35868731/Overtourism_and_Tourismphobia_A_journey_through_four_decades_of_tourism_development_planning_and_local_concerns._Tourism_Planning_and_Development_Special_Issue) (cit. 27. 3. 2019)

NATURAL EARTH DATA (2018): Cultural vectors – countries, verze 4.1.0.

<https://www.naturalearthdata.com/> (cit. 9. 11. 2018)

PRAHA.EU – ODBOR PAMÁTKOVÉ PÉČE (2006): Informace o Praze.

[http://pamatky.praha.eu/jnp/cz/pravni\\_predpisy\\_dokumenty/informace\\_o\\_praze/index.html](http://pamatky.praha.eu/jnp/cz/pravni_predpisy_dokumenty/informace_o_praze/index.html) (cit. 21. 2. 2019)

P2PFOUNDATION (2012): Úvodní stránka. <https://p2pfoundation.net/> (cit. 23. 1. 2019)

PRAGUE CITY TOURISM (2019): V roce 2018 do Prahy přijelo 7,9 milionu návštěvníků.

<https://www.praguecitytourism.cz/cs/media/tisk/v-roce-2018-do-prahy-prijelo-79-milionu-navstevniku-15330> (cit. 26. 2. 2019)

PWC (2015): The sharing economy grows up.

<https://www.pwc.co.uk/issues/megatrends/collisions/sharingeconomy/outlook-for-the-sharing-economy-in-the-uk-2016.html> (cit. 10. 6. 2018)

QUARTZY (2018): Barcelona wants tourists to check if their Airbnb-style rentals are legal.

<https://qz.com/quartz/1330701/barcelona-wants-tourists-to-check-if-their-airbnb-style-rentals-are-legal/> (cit. 24. 1. 2019)

REUTERS (2018): Japan's home-sharing offerings evaporate ahead of new regulations. <https://uk.reuters.com/article/us-japan-airbnb/japans-home-sharing-offerings-evaporate-ahead-of-new-regulations-idUKKCN1J40BK> (cit. 24. 1. 2019)

SERVAS (2018): Úvodní stránka. [http://servas.cz/?page\\_id=126&lang=cs](http://servas.cz/?page_id=126&lang=cs) (cit. 9. 6. 2018)

SERVAS – HISTORY (2018): Servas History. <https://servas.org/en/history> (cit. 9. 6. 2018)

SHARENL (2018): Amsterdam sharing city. <https://www.sharenl.nl/amsterdam-sharing-city/> (cit. 19. 8. 2018)

STATISTA (2017): Value of sharing economy worldwide in 2014 and 2025. <https://www.statista.com/statistics/830986/value-of-the-global-sharing-economy/> (cit. 14. 11. 2018)

THE GUARDIAN (2015): Smarter regulation for the sharing economy. <https://www.theguardian.com/science/political-science/2015/may/20/smarter-regulation-for-the-sharing-economy> (cit. 24. 1. 2019)

THE GUARDIAN (2016): Five of the best sharing economy apps and sites for travellers. <https://www.theguardian.com/travel/2016/feb/20/five-best-sharing-economy-apps-and-sites> (cit. 16. 6. 2018)

THE GUARDIAN (2017): Airbnb faces EU clampdown for not paying ‘fair share’ of tax. <https://www.theguardian.com/business/2017/aug/10/airbnb-faces-eu-clampdown-fair-share-tax> (cit. 16. 6. 2018)

THE GUARDIAN (2018): Airbnb wrecks travellers‘ holiday plans as battle with cities intensifies. <https://www.theguardian.com/technology/2018/jun/16/airbnb-booking-cancelled-last-minute-holiday-wrecked> (cit. 17. 6. 2018)

THE NEW YORK TIMES (2018): New York City Looks to Crack Down on Airbnb Amid Housing Crisis. <https://www.nytimes.com/2018/07/18/nyregion/new-york-city-airbnb-crackdown.html> (cit. 24. 1. 2019)

THE TIMES (2011): 10 ideas that will change the world. [http://content.time.com/time/specials/packages/article/0,28804,2059521\\_2059564,00.html](http://content.time.com/time/specials/packages/article/0,28804,2059521_2059564,00.html) (cit. 10. 6. 2018)

UNWTO (1995): Charter for sustainable tourism. World Conference on Sustainable Tourism. Lanzarote. <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/unwtodeclarations.1995.21.13.1> (cit. 15. 11. 2018)

UNWTO TOURISM HIGHLIGHTS (2017): Tourism highlights. <http://mkt.unwto.org/publication/unwto-tourism-highlights> (cit. 10. 6. 2018)

UNWTO TOURISM HIGHLIGHTS (2018): Tourism highlights. <http://mkt.unwto.org/publication/unwto-tourism-highlights> (cit. 17. 5. 2018)

WORLD POPULATION REVIEW (2018): World City Populations 2018. <http://worldpopulationreview.com/world-cities/> (cit. 11. 12. 2018)

# **PŘÍLOHY**

## **Seznam příloh**

Příloha 1: Protokol určený ke sběru dat v kvantitativní části výzkumu.

Příloha 2: Odpovědi respondentů ubytovaných v Praze

Příloha 3: Odpovědi respondentů ubytovaných v Brně

Příloha 4: Odpovědi respondentů ubytovaných v Ostravě

Příloha 1: Protokol určený ke sběru dat v kvantitativní části výzkumu.

1.	Seřazení měst Česka abecedně v programu ArcMap dle datového souboru ArcČR 500 (2016) verze 3.3.
2.	Postupování po jednotlivých obcích v abecedním pořadí.
3.	Vyhledání konkrétní obce a nahlédnutí do profilu hostitele.
4.	Počítání referencí od nejstarší reference daného hostitele.
5.	V případě, že se v referenci objevila informace o hostování v jiném zahraničním městě, další reference včetně této se pro mou práci nepočítají.
5.1.	Pokud se ale v následujících (novějších) referencích objeví informace o hostování znovu v daném českém městě, reference po přerušení počítat dále – pravděpodobně došlo k přechodnému pobytu hostitele v zahraničí, kde také nabízel ubytování (Erasmus atd.).
6.	Když se objeví informace o ubytování v jiném českém městě, než má hostitel během mého sčítání uvedené v profilu, zapíše se reference k městu, které je zmíněno v referenci – pravděpodobně vysokoškolské studium v jiném městě, než je trvalé bydliště či přestěhování hostitele.
6.1.	Protože jsou reference seřazené chronologicky, následující reference také přiřadit k městu zmíněnému v referenci až do chvíle, kdy je zmíněno město, které má hostitel v profilu. Následuje sčítání pro město, ve kterém má hostitel uvedené bydliště.
7.	Pokud je reference v jiném jazyku než v angličtině nebo češtině, přiřazují se reference k městu uvedenému v profilu hostitele či do jiného města, pokud došlo situacím popsaným v bodech 5., 5.1., 6., 6.1.

Příloha 2: Odpovědi respondentů ubytovaných v Praze

Číslo respondenta	Gender	Which country are you from?	How old are you?	Could you please describe me in details how your stay in Czechia was going? What sights and places did you visit? Did you travel across Czechia? How many cities did you visit?
1.	Male	Algeria	Less than 20	It was really a very nice experience , I was doing a Europe tour and for sure I'll put Czechia in one of the most lovely countries of Europe , People was so kind and lovely , the city "Praha" was so active and have a great nightlife , I stayed there for just 2 nights so I couldn't visit other cities I was planning to visit Brno but I couldn't , places that I've visited are : Charles bridge , Wenceslas Square , Old town square , tyn church , old jewish cemetery , st.Agnes convent ,Lennon wall , church of st.Nicholas , Petrin hill , Prague castle , St.Vitus Cathedral , Museum of the city of Prague , I stayed with a really cool guy from Couchsurfing and a lot of Czech people that was so kind , I was in Love with the Czech Beer , and a lot of parties there , I didn't discover it a lot beacause of lack of time but for sure I'll return there maybe in Winter to discover the nature
2.	Female	Poland	20-30	I was only in Prague. I stayed there only for 2 days. And stayed with 2 different Couchsurfing hosts. I was hitchhiking with a friend, from Leipzig to Prague. We mainly visited the old town and were mainly walking around the city, drinking beers in parks and near the river, on both sides of the river bank. We saw of course the Karl's bridge. But we didn't go to any museums as we don't particularly enjoy touristy places. At night we went for a party with our second host.
3.	Male	Berlin	More than 40	Prag conference 2018 with a city tour around main areas left and right of Moldau river (1988 and later I visited Hradshin, Komensky museum, smetan mueum and other things.).



4.	Male	Russia	Less than 20	Me and my friend traveled on budget. We bought cheap tickets on a plane from Moscow to Karlovy Vary and after the landing and a few hours walking in that wonderful city reached Prague by bus. It was not my first visit of the city so the aim of the travel was not gaining cultural experience but partying and enjoying Prague's night life. Moreover I have a plenty of Russian friends currently living and studying there so the trip was more like going to the place you know well and have your people around. I was invited to live in an apartment of my close friend before the journey but not my friend I traveled with. That's why we decided to try Couchsurfing. And it was great experience. We lived with a native Chech who works as astrophysicist while my studying field in MIPT is physics and maths. So we had a plenty of themes to discuss and felt very comfortable with each other. Also me and my friend managed to visit Dresden for free but not other cities in Chech Republic.
5.	Female	Spain	20-30	2 friends, only Prague, 4 days
6.	Male		30-40	Terrible. I learnt to really dislike czech people.
7.	Male	Germany	30-40	I just went to Prague and met many couchsurfers there on some meet ups. I couchsurfers close to crossclub. All super cool and I could make some new friends
8.	Female	Paris, France	30-40	I visited Prague, I couch surfed with a nice CSer in Prague. He was learning French, he wanted to go to France. I visited the cathedral, the old town, the Mucha museum. I did not travel across Czechia, I stayed in Prague. Just Prague that's all.
9.	Male	UK	Less than 20	3 nights in Prague. I cycled outside Prague for one day but did not see any other cities. From what I saw it is a beautiful country
10.	Male	Graz, Austria	20-30	I spent some time in Leipzig and decided to travel home via Prague because it was faster this way. I had a train stop in Prague and spent one afternoon and one night there. During the afternoon I walked around town without a plan in mind, but I spent a couple of hours on Petrin hill, getting a view over the city. The next day I just entered my train towards Graz.
11.	Male	Austria	30-40	I visited more than once. Prague twice for a few days, Olomouc for three days, Znojmo, Cesky Krumlov, Mikulov, and another town for a day each. Brno for two days.

12.	Female	Turkey	20-30	Visited Prague for work for two weeks. Did a sightseeing tour with my host (castle, old town etc.). they also recommended good local pubs and restaurants, had a few dinners together. I had the key for the apartment so i could use my time freely. I spend most of my free time wandering the streets and having cake and coffee. Did a day trip to Kutna Hora, skeleton church sounded good and it was amazing. It was easy to travel with trains. It was Christmas time so market places were the most amazing to see and to do shopping. I meet some other travelers and we visited the village of a local friend. The annoying thing was to be obligated to buy tickets for every tram ride in Prague and keep in mind the timing of the tickets. But the transport system is really good besides that. Planning to move to Prague for work in the future.
13.	Male	Kiev, Ukraine	20-30	My first trip to the Czech Republic was in the late spring of 2018. I visited Ostrava, Brno, Liberec and Prague, in Prague I used Couchsurfing, in other cities I did not need it. Host in Prague is very pleasant, hospitable, gave a lot of advice and recommendations about different cities of the Czech Republic. In general, the impression of the Czech Republic is very positive, but mostly visited budget places and free exhibitions and museums.
14.	Male	Argentina	20-30	My stay in Czechia was very pleasant. Sadly I've been only to Prague, but I tried to get off the beaten track as much as I could. I saw the essentials (main square, cathedral, ghetto, metronome), and also the took the funicular to the Planetarium. My CS host took me to the Saint John Nepomucen festivity, which was really unique, and to some student buildings. Lastly we went to Vysehrad. All in all an awesome experience, just had a bit of bad weather but I really liked everything. I hope next time I can go to Brno or at least get out of Prague for a change.
15.	Male	Romania	30-40	My visit in Czechia was short but was a great experience to pass by Prague
16.	Female	Italy	20-30	Everything was great in czechia :) I was travelling from from poland with my own car and I passed across all czechia. I slept one night with my tenth but I don't really remember in which city in the north of the country. The day after I had the opportunity to stop for one night in prague and I had a really really good company there :)

17.	Female	Peru	20-30	I only stayed for two days which thinking back I think was perfect or not enough. I visited the bridges, Mala Strana, the castle, the clock, the tourist areas but also some of the music scene which I enjoyed very much. The food was fantastic and so was the beer! I only stayed in Prague, I definitely will come back to Czechia and visit more!
18.	Female	Ukraine	20-30	I had wonderful experience in Czechia. One time I was in Brno, where I had 2 hosts and met up 2 another guys. All were extremely friendly. Another time I was in Prague and was hosted by a wonderful couple. All my hosts in Czechia proposed to host me, when I made public trips. That was very pleasant. B)
19.	Female	Kazakhstan	Less than 20	A lot of museums, Prague castle ,Mala Strana ,John Lenon Wall, Charles bridge ,Old town square and plethora of other interesting places.We went in Czech Republic only to capital city.
20.	Male	Germany	20-30	I visited Praha, where i met old friends that I knew from an exchanging program. I went partying in an Drum and Bass club there. After that I continued to Brno where I saw Špilberk castle and Vila Tugendhat. I also made some local and international friends there. After that I went to Ostrava where I visited the vitkovice iron fabric.
21.	Male	Russia	20-30	I was visiting Prague for 2 days, I was walking mostly around famous attractions and main square, but also visited the countryside. I had an experience of living for one day in a foreign dormitory, which was quite pleasant, and in a hostel in the center of Prague which was conveniently placed. I was viziting Czech Republic before, 1 year ago, and during that 1 week long trip I visited Prague and Moravia.
22.	Male	India	20-30	I stayed in a village called Chynice, close to Prague. My stay was two days long and it was amazing. I was with a friend there, and we went on a small hike to 'Little America', big America and then Karlstejn castle on the first day and ended up in the centre of Prague. The following day we just traveled in within the centre of Prague, to Charles bridge and visited a few museums.

23.	Female	Brazil	More than 40	<p>I visited Budweiss and Prague. In Budwies it was very fast, just a connection from my bus and I could walk by the center. I saw a very nice square very beautiful. I tried to change money there but the rates were very bad. I come back to the bus station and there a looked for a place of information and the woman was very rude. She didn't speak English. And she spoke in tchêck but she was aggressive.</p> <p>In Prague, when I arrive , I look for information about buy the bus ticket and again I met rude people on the train station ... but younger people are more opened and helpful and I got some help.i stayed one night in a hostel and three nights in Couchsurfing. The hostel was good and the reception was educated but impersonal. In Couchsurfing I had very good time. The guy that received me was fantastic!! He speaks my language and he has been in my country! He was a perfect host! He helped me to wash dirty clothes, he offered me food and he gave me clean sheets and toall. He walked in the center with me and also took me to a very good Tcheck restaurant! When I was alone and I needed some information, he answered very fast by WhatsApp!! I visited the classical places in Prague , as Charles Bridge, Castel, o'clock, old bridge, judge ghetto... I also participate from 2 free walking tours. It was my second time in Prague and I love that city! I plan to go back in 2019 to run the Prague Marathon and I will be again in my CS house!! We start a good friendship!! For me Prague is the most beautiful city in the world. People have a little bad humpur, but I metvvery nice and simpátic people also!!!</p>
24.	Female	France	20-30	<p>I stayed in Czechia just for one night Didn't have time to see much but my host take me to a nice place where you can find traditional beer and have a nice view over the city</p>
25.	Male	Romania	20-30	<p>I come to Prague from Dresden, I stayed 3 days and after a gone to Romania. I was doing hitchhiking from Dresden to Prague and worked very good. From Prague to Bucharest I taked a bus. I stayed just in Prague, i didn't had time to visit others places, but I would want to do it. In Prague a girl from Couchsurfing hosted me.</p>
26.	Female	Vietnam	20-30	<p>Actually i only spent 1,5 days in Praha. So we were just visiting some famous places like : Prague Castle, Charles Bridge , Old town and the Dancing house.</p>

27.	Female	México City	20-30	<p>First of all I traveled a lot in Czech Republic because being there was my dream since so many years ago and this was the first time that I could do it. I really love this country, I spent four weeks in Prague, but I visited Olomouc, Terezin, Brno, Kutná Hora, Karlovy Vary, Cesky Krumlov and Pardubice. I spent one and a half week with my first Couchsurfer in Prague, he was really really nice and we became closer, I had keys for the flat but of course I'd always said where I'd go, one night I had a "date" or something like that and I said to my Couchsurfer that I wanted to hang out and I'll arrived late home, he said he was ok with that because that was the reason he gave me the keys, to do whatever I wanted. That night I arrived home at midnight, he was so angry with me and he blame me next day saying that he didn't have a nice rest because he was really worried about me, that day he dropped me out the flat and we don't talk anymore. It's kinda sad because I spent time with his family and stuff like that, but you know, shit happens.</p> <p>I also stayed with an Italian guy in Brno, just for one night but guess what it really scares me a lot. That day I arrived to his flat, he seemed nice, and he was, but that day I was really tired because I traveled early in the morning so at 5pm I asked him to get back to his flat, I wanted to take a nap, and I did. When I woke up like two hours after he was sitting next to me, and he asked: Oh Are you open minded? -Yes, why? -Because I want to touch myself and I want you to look... in that moment I ran to the bathroom to search for an hostel. TERRIBLE EXPERIENCE EVER! I was to scared because I was completely alone in Czech Republic, I leave his flat but in one moment he didn't let me out, I was texting with my boyfriend (in Mexico) and I sent my location and stuff like that. Finally I get out the flat and that boy asked me to write a nice review of him, OF COURSE I DIDNT. So crazy. But nevermind, after all of this I spend a really great weeks there, i met a lot of people and my first Couchsurfer took me to his homeland with his family and i eat like local people, also he was really nice and introduced me with his friends. I would never forget every person I met there.</p>
28.	Female	France	20-30	<p>I did seesighting in Prague, travel to kutna hora. All my stay was 5 days in total.</p>

29.	Male	Ukraine	20-30	<p>It was cool. I was hosted by Hungarian guy. We visited Carl's Bridge, U Fleku pub and U Medvidku. Also we liked one Vietnamese cafe with their big and cheap portions. It's very good option for students))</p> <p>It is very beautiful city and nice. The only bad thing I noticed was grafities (paints) on the walls and sometimes something like nostalgia for Soviet Union. For me, as Ukrainian, it's not a good thing.</p>
30.	Male	México	More than 40	<p>Our trip there was very small, only 2 days, but I could see a lot of thinks about your society. Three or four steps forward comparing my own country: No trash in the street, heating for everybody in the houses for free, the trust between people (the ticket for public transport, the machines for shopping to say something).</p> <p>By the way, Prague is beatiful and safe for travellers....</p>
31.	Male	Barcelona	30-40	<p>I spent my time in Prague cause I only had 3 days, next time I would go round the country, Pilzen, Kutná hora and more. My time in Prague was excellent and people therw really nice. I visit lot of places: Castle of Prague, The metronome and all the park around, Dancing house, Lennon wall, Charles bridge, pva expo, Tv tower, Namesti miru, Petrin tower and hill, Vysehard and all in the city</p>
32.	Male	Malaysia	20-30	<p>1. The stay was perfect. My host in an astrophysicist. He is extremely knowledgeable about Prague and astronomy. As I am interested in history and astronomy as well, we had a great time discussing about this topics. He cooked nice meal for us and suggested some interesting place which are less well-known to public for me to visit. For instance, Technical Museum, Kepler &amp; Brahe statue, Einstein home@Lesnicka Street etc.</p> <p>2. Charles Bridge, Dancing House, Technical Museum, Einstein House, Kepler &amp; Brahe Statue, Prague Castle, Astronomical Tower, Old Town Square, Church of St Cyril &amp; Methodius, John Lennon Wall, Peeing Statue, Statue of Kafka</p> <p>3. Nope. Only Prague.</p> <p>4. Only Prague. My next stop is Budapest.</p>
33.	Male	England	20-30	<p>I flew to Prague and stayed there 2 nights, Couchsurfing with two boys from university there. I walked around Prague during my day there, from the old town to the castle to cafés. Then in the evening went to a restaurant and bar with my couch surfing hosts. After staying with them I got the metro, then a bus to spindleruv mlyn, a ski resort. I stayed there about 4 weeks, volunteering in a workaway programme with about 30-40 other volunteers. We worked 5 hours a day 5 days a week and in</p>

				exchange we were given free ski rental, free accommodation, free food and a free lift pass.
34.	Female	Mexico	20-30	I stayed only for one day and I went to the most popular places in Prague like the Kafka head, Charles bridge, astronomical clock and everything around the city center. All the people were nice to me and helpful every time I needed, I would like to go back to travel around Czechia.
35.	Female	Brazil	20-30	I just visited Prague for 3 days. The old city, John Lennon wall, the museums and the castle were my principal spots, including the observatory and some xmas market. I just stayed in the city, didn't visit around
36.	Female	Poland	20-30	I've been to Czech Republic many times. 2 times in Prague, then in Ostrava, Opava, Brno and mountain area for skiing. I am from Poland, so we are neighbours but every time when I cross the Polish-Czech border, I feel I'm coming into another world. I really appreciate Czech culture, I like "bar tradition" and I am totally in! I enjoyed every glass of Czech beer and every bite of melted cheese and omacka ;) In Prague I visited the typical places like Charles bridge, main square, big astronomical clock, Hradcany, the church with little Jesus, the church on the main square, national museum and so on. In the mountain area I was skiing and walking. It was good because the conditions were quite nice and not so many people. I remember, once I have been to Czechia because of the dancing camp. I like the country especially when I can walk around the city and listen Jaromir's Nohavica songs :)
37.	Female	Mexico	20-30	my stay in Czechia was perfect! I found a good couchsurfer person, he was nice and respectful, he offered me a little bed in his room and blankets, and the next morning he invited me breakfast. He is not a Czech person, he is from Spain but is now living in Prague. I visited all the city in Prague, the castle, the bridge, some parks, I used the train and the metro, and I went to Pilsen, Český Krumlov and I loved it! I really want to return some day for live in Prague.
38.	Female	Croatia	20-30	We were only in Prague for 3 days, we saw all important things there. We were there to meet new people and have fun and without host we really did.

39.	Female	India	20-30	I came to Czech (Prague) during New year's! I loved the city especially the national museum. The fireworks on Jan 1st were a highlight. I was there 4 days and I pretty much visited everything touristy in the city. I didn't travel across Czech but I hope to do that soon. I think the timing that I was there prevented me from mingling with locals.
-----	--------	-------	-------	--



Príloha 3: Odpovědi respondentů ubytovaných v Brně

Číslo respondenta	Gender	Which country are you from?	How old are you?	Could you please describe me in details how your stay in Czechia was going? What sights and places did you visit? Did you travel across Czechia? How many cities did you visit?
40.	Female	Ukraine	20-30	I have visited only one city - Brno. Brno is very ancient city and now it is one of my favorite. I like its old building and churches. About my staying in Brno. We (I and my cousin) were living in nice apartment. It was located near the center of the city, so I was easy to get to the most interesting places.
41.	Male	Spain	20-30	I hitchhiked from Austria to Poland, and stopped at Brno. I travelled with my girlfriend. We visited Saint Thomas Church, the tombs (Kostnice u sv. Jakuba), the Freedom Square, walked along the old town the whole day, visiting the cathedral, Moravian Museum, Town Hall, ... and even went to the Spillberk Castle. Unfortunately we only had one day to visit Brno, but we enjoyed it a lot. We walked the whole day alone because our host was working, but she recommended us a lot of places.
42.	Male	Eindhoven (the Netherlands)	20-30	my staying was pretty good, i have visited about 5 or 6 city's and got around mostly by hitch hiking and the student agency busses. I stayed with two or three people (can't remember XD) and used some hostels aswell. I also recomend other people to visit your country. (and also to also visit the smaller city's). over all the people where really nice to me and i have visited stuf like museums, parks, city centers and a lot of bars. but i spended most of my time walking and looking around. I didn't spend a lot of mony i guess around 400 euro for the whole trip witch is really cheap compared to the prices over here. Over all i stayed about 7 or 8 days and could easely enjoy my self for another week.
43.	Female	Ukraine	20-30	I've visited Prague and Brno. I had a great time in these cities. Czech people were very nice and hospitable. I've seen lots of extremely beautiful places. Architecture is great! And also I really enjoyed Czech food
44.	Male	Falkensee near Beelin	More than 40	Lovely walk through Czechia with marvellous Couchsurfing hosts at Novi Bor, Steti, Kostelec nad Labem, Kolin, Chrudim, Luze, Boscovice and Brno
45.	Female	Austria	20-30	I stayed in Brno for 3 days to visit a friend, who go there to university. She don t habe a place for me to sleep, so i used cs. I visited the zoo, the castle, some of the city and the mendelmuseum.
46.	Male	Portugal	20-30	I cross by hitchhiking from Dresden to Prague and then to Brno. I visited a lot of things and the people are very friendly. Also I plan visit Pilsner and South of Brno have some vine fields and

				castle. I liked everything but Prague in sommer is very crowded. Better visit yin winter I think.
47.	Male	France	30-40	I went to Prague for one evening and enjoyed walking in the streets. Then I took a but go Brno where I spent 3 days. Mainly visiting the castle and the city I also spent time in the evenings in the parks to hang out. Then I left to Poland.
48.	Male	morocco	20-30	i ha e visited tree cities, brno, ostrava and olomouc, i am hitchhiking from paris and have stayed in slovakia from the 30 january till the 10 february
49.	Male	Ecuador	20-30	My stay was really good, with Couchsurfing I got to know locals and spend a better time in Czechia. I spend 2 days in Brno and 3 days in Prague, visited the main churches, monuments and parks of both cities. I like the country and people of Czechia
50.	Male	ukraine	20-30	I visited Brno and Prague and a traveled by hitchhiking, trains and buses. And i used couchserfing as hosting, and it was cool experience.
51.	Male	Letonice, Czech Rep.	30-40	used CS for single night accommodation in Plzeň and Opava, May 2018. I mostly host travelers at my home - Letonice, (Vyskov), once in a while, usually as a result of invitation.
52.	Male	India	20-30	Well I was in brno twice and brno is a beautiful city .. quiet and no crowd.. been to spilberk , ceska ,vankovka mall and some sightings nearby square like zelny trh...
53.	Female	Germany	Less than 20	I started my journey in Prague, stayed there a week with an very nice man, uncomplicated and welcoming. Then I went to Bruno and stayed a couple night with Indian people who cooked with me and we partied in club together. Then I went to Zlin, stayed with friends, this time not from CS and hiked with them. Very friendly family. ;) if you want even more details just send me another message
54.	Female	Canada	20-30	I had a really nice host from Couchsurfing that showed me around in the city of Prague. We walk up some point of view and we went for a drink and dance in a bar. ...and I taste one of the best icecream downtown! ...my goal #1 in CR was to go to a girl only slackline festival to do highline in Ostrov close to the border of Germany. That was awsome! I plan to go back next year!
55.	Male	Spain	20-30	I were on a roadtrip with 2 friends and we mainly visited Brno and Praga, but we also went to Césky Krumlov. We always hosted by Couchsurfing and are really grateful to our hosts :)
56.				I couchsurfed with my Canadian friend in Brno with a guy from Syria. We hitchhiked from Tísa through Prague to Vienna. We only stayed two days in Brno and didn't visit places because we where just passing through. Before I was staying 2 weeks in Ostrov/Tísa for a highline festival and hiking, as well as climbing.

57.	Female	Saint Petersburg, Russia	20-30	I have been in Prague and Brno. Brno is really nice, but very small. One day it was enough for me. Prague is amazing. A lot of beautiful places and very nice people. We stayed by Couchsurfings in both cities. But now with locals. Anyway Czechia is a good place to visit and travel around.
58.	Female	United States	30-40	I went to Czechia last summer. We visited Prague (where we stayed with friends) and we visited Brno. In Brno we stayed with a great couple on Couchsurfing. I liked Prague, but I loved Brno. We went to breweries, the castle, the town square, the bar that doesn't exist and the farmers market. We came to Prague using Blabla car, and we traveled from Prague to Brno using the bus, and from Brno to Trenchin using the bus as well. Loved Czechia!
59.	Female	Praha	20-30	Protože bydlím v Praze, rozhodla jsem se vyrazit do Brna, kde jsem předtím byla jenom na pár hodin. Mým hlavním cílem bylo ochutnat turbomošt a navštívit místní veganské podniky, ale samozřejmě i vidět město a poznat něco nového. Byla jsem na Špilasu, na Petrově, na všech náměstích, a pro kontrast jsem pak prošla pěšky Židenice. Moje návštěva Brna byla perfektní, hlavně díky skvělému couchsurferovi Adamovi a obecně vládnoucí atmosféře v Brně.

Příloha 4: Odpovědi respondentů ubytovaných v Ostravě

Číslo respondenta	Gender	Which country are you from?	How old are you?	Could you please describe me in details how your stay in Czechia was going? What sights and places did you visit? Did you travel across Czechia? How many cities did you visit?
60.	Male	Bulgaria	20-30	Just don't go for Brno and everything will be fine. ISIC is the essential to travel around Czech and it's lovely that they have that much discount for students. SUCH A NICE COUNTRY.
61.	Male	Brazil	30-40	Sorry if I won't write too much, because of lack of time. My staying there was good, although hearing here and there about Czech people being not very welcoming to foreigners, I felt a warm reception from all couchsurfers who hosted me there, and from all people I met on the streets and talked with (vendors, homeless, people I asked to please take me a photo, etc). Everybody always charismatic and even interested about myself and my origin. I visited so far Bohumín, Ostrava, Haviřov, Rožnov Pod Radhoštěm and Brno, and I'm still to visit Prague when I come back there in the next weeks. So yes, I kind of traveled across Czechia and visited 5 cities in total, planning to visit 6 before going back to Brazil. About the sights, every city I go I try to visit 5 things: old buildings, a hill with a view from the city, a place with or inside nature, a park and a locals neighborhood, specially if a poor place. I could achieve all 5 items in Bohumín and Ostrava. In Haviřov I didn't have enough time and lacked the hill, in Rožnov I lacked the park and in Brno I lacked the place inside nature. I'm traveling through different countries and cities on the region. I was coming from Poland when arriving in Czechia, I visited 12 cities in Poland before arriving in Czechia, besides visiting Lviv in Ukraine. Now I continue traveling through Bratislava, Budapest, then I'll visit some more cities in Austria before heading north back to Poland again. That's when I plan to visit Prague. Hope this helps you. José
62.	Female		20-30	
63.	Male	Australia	20-30	My stay was amazing. I met two really interesting Czech guys and from them I met even more Czech people. I did not travel across the country this time as I have already been to Czechia before. This time it was just Ostrava (but I visited a few towns and cities last time, I think 5, when I was in Czechia 3 years ago). I went up to the observatory tower in Ostrava and the castle nearby. I also went to the industrial area, which was really really cool. Also drank a lot of beers and ate a lot of svickova. Will be back if I can.
64.	Female	Ukraine	Less than 20	I have been there just for one day. I Attended Amway conference in not super stunning city in

				Ostrava!
65.	Female	Poland	20-30	I saw only Ostrava. I had only one purpose: to experience Czech culture. I really created a friendly relationship with my host there. I explored the city: tower, Emma Hall, small lake close to town and industrial way. In the evening we cooked knedle with meat sauce and listened to a song about Czech and Ostrava. Also we watched pictures from mountains-Beskydy and watched Tim Burton's movie.
66.	Male	Moscow	20-30	Only OSTRAVA, for a few days. I live in Milan that time and go only because of cheap tickets. It's a nice city. I visit mostly all attractions. Really enjoy it.
67.	Male	Holland	20-30	Ostrava, one day and night. It was on our way to Slovakia. We went to the old industrial area and took an extensive walk around the city. Central square, the new shopping mall, the street with the bars and also some of the outer core of the city, since that's where our base was. We basically followed the guy where we stayed all the way, so I guess he thought these were the places we wanted to see. I found the city to be incredibly green. Everywhere. The industrial area was impressive.
68.	Male	Germany	30-40	I visit the Czech Republic very often many cities like Brno, Jaromer, Ostrava, Olomouc. I have friends and love the country.
69.	Female	portugal	20-30	I'm a student of Erasmus in Ostrava. The night I arrived at Ostrava I stayed overnight in couchsurfing. It was a very good experience. I really enjoyed it. Well, I only visited Ostrava but soon I will visit Brno and Prague.
70.	Female	SPAIN	20-30	I was in Ostrava for a weekend visiting the city and surroundings.
71.	Female	Australia	20-30	I was in Czechia for two months, the people were very nice and welcoming. I travelled to Prague, Brno, Ostrava, Pardubice and Usti Nad and tried to see as much of the cities as I could while I was there.
72.	Male	Kenya	20-30	I have visited the country multiple times for multiple reasons. Prague, Brno, Ostrava mostly. I'm a low cost traveller and there are many cheap flights to catch from the cities I mentioned. Obviously sometimes I spend a couple of days more exploring the area, trying food/drinks and most importantly meeting people (using CS).
73.	Male	Mexico	20-30	I visited the castle, the old town and a couple of parks, the girl who hosted me was lovely and very friendly and helpful.
74.	Male		20-30	
75.	Male	Italy	20-30	My last and only couchsurfing stay in Czechia was in Ostrava. I arrived and visited most of the sightseeing places on the first and half of my second day there, before leaving for Wroclaw in Poland which was my actual destination. My stay has been quite good, as transport and services were quite good.
76.	Male	Lithuania	30-40	I couchsurfed in Ostrava. The stay was smooth.

				Ostrava is an interesting heavy industry town and it is interesting to see how the town is dealing with the demise of such industry in Europe. Kinda shows how such industrial cities in other parts of the world will have to cope with such developments and depletion of resources in the future.
77.	Female	Slovakia	20-30	I travelled by bus from Bratislava to Katowice (cheap flight to Iceland), I walked through Brno city centre while I was waiting for my next travel connection, and stayed overnight in Ostrava with a Couchsurfing host. She made very nice light dinner and recommended me to go to bachata dance class in the evening, because she would return home later. There was also another Couchsurfer at her home (attending a conference in Ostrava) and we got on very well. It was a very nice experience :-)