

UNIVERZITA JANA AMOSE KOMENSKÉHO PRAHA

MAGISTERSKÉ KOMBINOVANÉ STUDIUM

2012 – 2014

DIPLOMOVÁ PRÁCE

Lucie Kreysová

**Perspektivní formy cestovního ruchu se zaměřením
na seniorský cestovní ruch**

Praha 2014

Vedoucí diplomové práce: Ing. Jiří Sysel, Ph.D.

JAN AMOS KOMENSKY UNIVERSITY PRAGUE

MASTER COMBINED (PART TIME) STUDIES

2012 - 2014

DIPLOMA THESIS

Lucie Kreysová

**Prospective forms of tourism with a focus
on senior tourism**

Prague 2014

The Diploma Thesis Work Supervisor: Ing. Jiří Sysel, Ph.D.

Prohlášení

Prohlašuji, že předložená diplomová práce je mým původním autorským dílem, které jsem vypracovala samostatně. Veškerou literaturu a další zdroje, z nichž jsem při zpracování čerpala, v práci řádně cituji a jsou uvedeny v seznamu použitých zdrojů.

Souhlasím s prezenčním zpřístupněním své práce v univerzitní knihovně.

V Praze dne 18. 2. 2014

Lucie Kreysová

Poděkování

Chtěla bych poděkovat vedoucímu diplomové práce Ing. Jiřímu Syslovi, Ph.D. za odborné vedení této práce.

Anotace

Diplomová práce se v teoretické části nejprve zabývá současnými trendy v oblasti cestovního ruchu a perspektivními formami cestovního ruchu. Dále se zaměřuje na seniory, kteří již dnes tvoří jeden z významných segmentů trhu cestovního ruchu. Charakterizuje jejich specifické rysy, motivy a formy cestování. V praktické části je na základě dotazníkového šetření analyzována poptávka po seniorském cestovním ruchu. Následuje analýza nabídky cestovních kanceláří zaměřujících se na seniory. V závěru práce jsou uvedeny možné formy podpory účasti starší generace na cestovním ruchu.

Klíčové pojmy

Cestovní kancelář, cestovní ruch, perspektivní formy cestovního ruchu, pobyty pro seniory, senior, seniorský cestovní ruch, trendy v cestovním ruchu.

Annotation

This thesis in the theoretical part first discusses current trends in tourism and prospective forms of tourism. It also focuses on the elderly, who already constitute one of the major segments of the tourism market. It characterizes specific features, motives and forms of senior citizens traveling. The practical part is based on a questionnaire survey analyzing the demand for senior tourism. Then follows an analysis of offers of travel agencies focusing on seniors. Finally, possible forms of tourism supporting the older generation are listed.

Key words

Prospective forms of tourism, tourism, travel agency, trends in tourism, trips for seniors, senior, senior tourism.

OBSAH

ÚVOD	9
1 CESTOVNÍ RUCH.....	10
1.1 Historie cestovního ruchu.....	11
1.2 Definice cestovního ruchu	12
1.3 Trendy ve vývoji cestovního ruchu	13
1.4 Typologie cestovního ruchu	16
1.5 Druhy cestovního ruchu	17
1.6 Formy cestovního ruchu	19
1.6.1 Základní formy cestovního ruchu	20
1.6.2 Specifické formy cestovního ruchu	21
1.7 Sociální cestovní ruch	28
2 SENIORSKÝ CESTOVNÍ RUCH	32
2.1 Demografické stárnutí populace	33
2.2 Prognózy stárnutí obyvatelstva v České republice a Evropské unii.....	34
2.3 Cestovní ruch seniorů v České republice a Evropské unii	37
2.4 Senior a jeho věkové vymezení	38
2.5 Segmentace seniorského cestovního ruchu	40
2.6 Specifické rysy seniorského cestovního ruchu	42
2.7 Formy seniorského cestovního ruchu	42
2.8 Motivace seniorů k cestování	44
2.9 Překážky v cestování seniorů	45
2.10 Programy pro podporu účasti seniorů na cestovním ruchu	46
3 ANALÝZA POPTÁVKY SENIORŮ PO CESTOVNÍM RUCHU	49

3.1 Cíl a metodika průzkumu	49
3.2 Charakteristika zkoumaného vzorku	50
3.3 Vyhodnocení dotazníkového šetření	52
3.4 Dotazníkové šetření pobytu pro seniory 55+ na Menorce	57
3.5 Shrnutí průzkumu	60
4 ANALÝZA NABÍDKY CESTOVNÍCH KANCELÁŘÍ ZAMĚŘENÝCH NA SENIORY	61
4.1 Celkové srovnání analyzovaných cestovních kanceláří	66
5 MOŽNOSTI PODPORY ÚČASTI SENIORŮ NA CESTOVNÍM RUCHU ...	69
5.1 Lázeňské služby	69
5.2 Ubytovací služby	70
5.3 Služby cestovních kanceláří	71
5.4 Další formy podpory účasti seniorů na cestovním ruchu	72
5.5 Možnosti podpory prodeje seniorských zájezdů cestovní kanceláře Intertrans	73
ZÁVĚR	76
SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ	78
SEZNAM ZKRATEK	82
SEZNAM GRAFŮ A TABULEK	83
SEZNAM PŘÍLOH	84

ÚVOD

Cestovní ruch patří bezesporu ke globálním fenoménům dnešní doby a cestování se stalo neodmyslitelnou součástí života většiny lidí. V posledních letech prochází odvětví cestovního ruchu dynamickým vývojem a projevují se v něm čím dál častěji nové trendy, které jsou ovlivněny demografickými, ekonomickými, ekologickými a sociálními faktory. Zvyšuje se počet účastníků cestovního ruchu mající náročné požadavky nejen na kvalitu poskytovaných služeb, ale i na pestrost a unikátnost nabídky. V této souvislosti neustále vznikají nové formy cestovního ruchu.

Demografický trend vývoje obyvatelstva naznačuje, že populace většiny vyspělých zemí světa bude stárnout, což zásadně ovlivní budoucí vývoj poptávky a nabídky na trhu cestovního ruchu. Senioři se stávají stále významnějším segmentem cestovního ruchu a v budoucnosti bude právě tento segment jedním z nejdůležitějších a nejlákavějších cílových trhů. Téma seniorského cestovního ruchu je velmi aktuální, jelikož se jedná o jednu z nejperspektivnějších forem cestovního ruchu nabízející nové možnosti a příležitosti.

Je důležité, aby se subjekty v oblasti cestovního ruchu soustředily na vytváření zajímavých a vhodných produktů, které by splňovaly požadavky klientů vyšší věkové kategorie. Hlavním cílem diplomové práce je proto navrhnout poskytovatelům služeb možnosti podpory účasti seniorů na cestování. Pro dosažení tohoto cíle je nejdříve zapotřebí splnit dva dílčí cíle. Nejprve pomocí dotazníkového šetření zjistit a analyzovat poptávku seniorů po cestovním ruchu a poté analyzovat nabídku jednotlivých cestovní kanceláří zaměřujících se právě na seniory.

V návaznosti na vytyčený cíl nyní definujeme znění 3 výzkumných hypotéz, které budou v praktické části práce potvrzeny či vyvráceny. V první hypotéze předpokládáme, že účast seniorů na domácím cestovním ruchu převažuje nad účastí na zahraničním cestovním ruchu. Druhá hypotéza vyjadřuje domněnku, že hlavním motivem účasti seniorů na cestovním ruchu je potřeba rekreace. V třetí hypotéze předpokládáme, že seniory při účasti na cestovním ruchu nejvíce limituje jejich zdravotní stav.

V teoretické části práce jsou nejprve uvedeny současné trendy v cestovním ruchu a přiblíženy jednotlivé formy cestovního ruchu. Následující kapitola je již věnována samotnému seniorskému cestovnímu ruchu. Zabývá se demografickým stárnutím populace, věkovým vymezením seniora a segmentací seniorů dle různých hledisek. Dále jsou definovány specifické rysy a formy seniorského cestovního ruchu. Pozornost je také věnována podpoře seniorského cestovního ruchu pomocí různých dotačních programů zejména ze strany Evropské unie.

V praktické části práce jsou formou dotazníkového šetření zjištěny požadavky a preference seniorů týkající se cestovního ruchu a poté je analyzována nabídka cestovních kanceláří poskytující produkty právě pro tento segment účastníků cestovního ruchu. Na základě výsledků těchto dílčích kroků jsou v závěru práce uvedeny návrhy, jejichž cílem je podpořit rozvoj seniorského cestovního ruchu v České republice, ale i u konkrétního podniku cestovního ruchu.

TEORETICKÁ ČÁST

1 CESTOVNÍ RUCH

1.1 Historie cestovního ruchu

Cestování a cestovní ruch mají velmi dlouhou historii a jsou spjata již s počátky naší civilizace. Písemné doklady o cestování nalezneme již ve starověkém Řecku a Římě. Ve středověku patřilo cestování k životnímu stylu šlechty a bohatých měšťanů. Důvody prvních cest byly zejména obchodní, náboženské, poznávací nebo vojenskopolitické. Rozvoj cestovního ruchu byl spjat s rozvojem společnosti, průmyslu a především s rozvojem dopravních prostředků v 19. století. Nejznámějším průkopníkem organizovaného cestovního ruchu a vlastně i zakladatelem moderního cestovního ruchu byl Angličan Thomas Cook, jehož nedělní výlety vlakem do přírody lze považovat za první zájezdy. Ve Velké Británii založil v roce 1841 první cestovní kancelář (CK). Novodobý cestovní ruch se začíná formovat na přelomu 19. a 20. století, kdy vznikají velké luxusní hotely a s nimi začínají vznikat i první sdružení hotelů v hotelové podniky. Období do 1. světové války charakterizuje prudký rozvoj materiálně-technické základny zejména v lázeňských a přímořských rekreačních oblastech. Největší rozmach cestovního ruchu však nastává po roce 1945. Přispěl k tomu ekonomický rozvoj, vyšší životní úroveň, zvyšování fondu volného času i progresivní změny v dopravě např. rozvoj letecké dopravy, což zpřístupnilo nové geograficky vzdálené a turisticky zajímavé destinace. Vedle rozvoje dlouhodobého cestovního ruchu se intenzivně rozvíjí i krátkodobý cestovní ruch, včetně příměstské rekreace. Velkým fenoménem se stalo chataření a chalupaření. Dochází k přesunu cestovního ruchu i do zimní sezony, v horských oblastech vznikají komplexní střediska cestovního ruchu. Do zahraničního i domácího cestovního ruchu začíná výrazně zasahovat stát. Devizové příjmy ze zahraničního cestovního ruchu byly v mnohých zemích důležitou částí zdrojů státu.¹ Další vývoj je ovlivněn politickou situací ve střední a východní Evropě po roce 1989,

¹ HESKOVÁ, M. *Cestovní ruch pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. 2. vyd. Praha: Fortuna, 2011, s. 37-45. ISBN 978-80-7373-107-6.

kdy byla zrušena vízová povinnost, ubytovací zařízení prošly rekonstrukcemi a vznikaly nové CK. Rozvíjející se informační technologie jako internet a mobilní sítě velmi ovlivnily poptávku po cestovním ruchu, ale i možnosti distribuce. Na cestovní ruch měl zajisté vliv i vstup zemí do Evropské unie (EU) či po roce 2008 světová ekonomická krize.

1.2 Definice cestovního ruchu

V dnešní době se cestovní ruch stává neodmyslitelnou součástí životního stylu a potřeb lidské společnosti. V celé řadě zemí patří cestovní ruch mezi nejdůležitější sektory hospodářství. Jeho přínosy se projevují v makroekonomických peněžních a měnových vztazích, v ekonomice mnoha podnikatelských odvětví spjatých s cestovním ruchem i ve vytváření nových pracovních míst, a to i v problémových regionech z hlediska zaměstnanosti.²

Přesná definice cestovního ruchu je obtížná, přestože byly v minulých desetiletích učiněny řady pokusů o jasnou definici. Cestovní ruch bývá definován vícero způsoby, avšak žádný z nich není zcela vyčerpávající. Záleží na úhlu pohledu jednotlivých subjektů např. CK, hotelů, obcí či podnikatelů. Nejvíce uznávanou a používanou definicí je ta, která byla vytvořena a publikována v roce 1991 Světovou organizací cestovního ruchu (UNWTO). Dle této organizace je cestovní ruch vymezen jako *„činnost osoby cestující na přechodnou dobu do místa ležícího mimo její běžné prostředí (místo bydliště), a to na dobu kratší než je stanovená, přičemž hlavní účel cesty je jiný než výkon výdělečné činnosti v navštíveném místě. Stanovenou dobou se v mezinárodním cestovním ruchu rozumí jeden rok, v domácím cestovním ruchu šest měsíců. Výdělečná činnost není v navštíveném místě založená na trvalém nebo přechodném pracovním poměru, ale to nevylučuje služební, obchodní a podobné*

² RYGLOVÁ, K. *Cestovní ruch – soubor studijních materiálů*. 3. vyd. Ostrava: Key Publishing, 2009, s. 7. ISBN 978-80-7418-028-6.

cesty."³ Pro účely statistického sledování cestovního ruchu je vymezen cestovní ruch jako „činnost lidí cestujících a zdržujících se mimo místo svého obvyklého prostředí po dobu nejvýše jednoho roku za účelem rekreace, obchodu nebo z jiného důvodu“⁴. Cestovní ruch dle Mezinárodního sdružení expertů cestovního ruchu (AIEST) definujeme jako „souhrn jevů a vztahů, které vyplývají z cestování nebo pohybu osoby, přičemž místo pobytu není trvalým místem bydlení a zaměstnání“⁵. Na základě výše uvedených definic můžeme shrnout charakteristické rysy cestovního ruchu. Projevuje se změnou místa pobytu a jedná se o dočasný pobyt v místě, které není místem běžného pobytu účastníka cestovního ruchu. Hlavním účelem cesty není výdělečná činnost v navštívené zemi a realizace cestovního ruchu se uskutečňuje převážně ve volném čase účastníků.⁶

1.3 Trendy ve vývoji cestovního ruchu

Každá oblast lidské činnosti prochází v čase vývojem, proměňuje se a v různých obdobích tohoto vývoje podléhá určitým trendům. Nejinak je tomu i u cestovního ruchu. Vzhledem k tomu, že cestování je stále více neodmyslitelnou součástí našeho života, mají změny ve společnosti, stejně tak jako změny ekonomické či změny životního stylu vliv na cestovní ruch. Je velmi důležité tyto změny v nejranější fázi zachytit a přizpůsobit jim nabídku. Preference chování lidí a s nimi související nabídka služeb a produktů cestovního ruchu se stále vyvíjí. Dříve nabídka určovala poptávku, dnes je tomu právě naopak.⁷ Existuje množství nových trendů v odvětví cestovního

³ HESKOVÁ, M. *Cestovní ruch pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. 2. vyd. Praha: Fortuna, 2011, s. 9. ISBN 978-80-7373-107-6.

⁴ KOLEKTIV AUTORŮ. *Cestovní ruch pro všechny*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj České republiky, 2008, s. 9. ISBN 978-80-7399-407-05.

⁵ RYGLOVÁ, K. *Cestovní ruch – soubor studijních materiálů*. 3. vyd. Ostrava: Key Publishing, 2009, s. 11. ISBN 978-80-7418-028-6.

⁶ Tamtéž, s. 11.

⁷ BALEJOVÁ, M. *Trendy cestovního ruchu v Evropě*. [online]. © 2003 [cit. 2013-11-02]. Dostupné z: <http://czechtourism.cz/files/statistiky/etctrendy.pdf>

ruchu, které ovlivňují faktory demografické, ekonomické, technologické, ekologické a sociální.

Z demografického hlediska dojde v budoucnosti k výraznému nárůstu osob ve vyšším věku, přičemž senioři budou mnohem zdravější a budou disponovat vyššími příjmy. Díky tomuto faktu poroste poptávka seniorů mnohem rychleji, než obecně zaměřená poptávka po cestovním ruchu. Stoupne poptávka po kvalitě, pohodlí, bezpečnosti, jednoduchých způsobech cestování a po trávení dovolené v mimosezónním období. Nesmíme však opomenout další důležitý segment trhu – mladé lidi, jelikož jejich příjmy stále rostou, zvyšuje se věk zakládání rodiny i počet jednočlenných domácností a mladí lidé touží po stále nových formách cestovního ruchu.

Dalším významným trendem, který by měl cestovní ruch ovlivnit, je zdraví, jelikož jeho význam si lidé v poslední době stále více uvědomují. Zdravotní faktor nebude sice ovlivňovat objem poptávky, bude ale zcela určitě ovlivňovat rozhodovací proces ve vztahu k destinaci a chování během pobytu v zahraničí. Lidé se budou mnohem více rozhodovat, kde stráví dovolenou, budou se stále více vyhýbat destinacím, jež jsou z hlediska poškození zdraví nebezpečné či rizikové. Poroste též poptávka po aktivních dovolených, lázeňských pobytech a wellness produktech, které jsou v dnešní době již běžnou součástí zdravého životního stylu.

V budoucnosti bude narůstat i úroveň vzdělanosti. Výsledkem tohoto trendu bude skutečnost, že lidé budou na svých dovolených chtít stále více poznávat nové kultury a umění dané destinace společně s její historií. Tento trend by CK měly promítnout do svých zájezdových programů a zahrnovat více míst a zážitků, které se týkají umění a kultury. Zkušenější cestovatelé si budou zajišťovat svou dovolenou čím dál více sami podle svých potřeb, budou klást větší důraz na kvalitu a na poměr ceny a kvality. Též se bude projevovat smíšené spotřební chování. Jeden rok si cestovatelé dopřejí luxusní dovolenou, další rok naopak jednoduchou nebo jeden rok dlouhodobou a následující rok krátkodobou dovolenou. Pozitivní zkušenosti turistů je budou motivovat k tomu, aby se vraceli do již navštívených destinací, kde byli spokojeni. Poroste také mobilita turistů, bude větší zájem o půjčování automobilů, motocyklů a kol na dovolené. Budou

preferovány regiony, které nabízí širokou, rozmanitou a vyváženou koncepci a s tím bude souviset i zvyšující se role destinačního managementu.

Nadále poroste uvědomování si významu ekologie a zdravého životního prostředí. V cestovním ruchu to způsobí vzrůstající poptávku po ekoturistice a destinacích, ve kterých bude hrát stále významnější roli příroda. Poroste poptávka po menších ubytovacích jednotkách např. různých rodinných hotelů či farem.

Informační technologie a s tím související využívání internetu nejen k získávání informací, výměně zkušeností cestovatelů, ale i k nákupu turistických produktů a služeb bude i nadále narůstat. V cestovním ruchu poroste význam vizuálních prezentací. Díky snadné dostupnosti informací o jednotlivých destinacích a produktech poroste také konkurence na trhu cestovního ruchu. Zkušenější turisté si budou více sestavovat svou dovolenou prostřednictvím přímé rezervace přes internet a význam CK a cestovních agentur (CA) může klesnout.

Co se týče dopravy do místa destinace, zejména u krátkodobějších pobytů poroste význam blízké destinace s jednoduchou dostupností. Díky lepší dostupnosti přímých vlakových a leteckých spojení poroste poptávka po prodloužených víkendech či krátkodobých pobytech v zahraničních metropolích. Lze předpokládat, že vzroste využívání vysokorychlostních železnic a naopak klesne význam autobusové dopravy. Zejména u populace nad 50 let poroste zájem o okružní plavby.

Bohužel stále častěji se objevující teroristické útoky, regionální války, znečištěné prostředí a další krizové situace mají vliv na zvýšenou potřebu pocitu jistoty a bezpečí během dovolené. Turisté se budou vyhýbat méně bezpečným destinacím. Můžeme předpokládat, že vzrostou náklady související se zajištěním bezpečnosti. Průmysl cestovního ruchu se bude snažit lépe uspokojovat poptávku a bude pružněji reagovat v krizových obdobích.⁸

⁸ KOLEKTIV AUTORŮ. *Destinační management a vytváření produktů v cestovním ruchu – Cestovní ruch, udržitelný rozvoj a životní prostředí*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj České republiky, 2006, s. 6-11.

Současným trendem zejména u mladších lidí je potřeba zažít něco nového, neobvyklého a proto vznikají stále nové formy cestovního ruchu. Uvést můžeme např. asketickou dovolenou, při které lidé chtějí zažít nějaký nedostatek, deprivaci nebo dokonce bolest. Rozšířený je dnes také tzv. temný cestovní ruch (dark tourism), dobrovolnický cestovní ruch či event tourism. Lidé jsou ochotni vydat více peněz za jedinečný zážitek. Ten může být spojen např. s jídlem, proto roste význam gurmánského cestovního ruchu. Stále více CK nabízí zájezdy orientované na ochutnávání místních krajových specialit nebo putování po pivních a vinných stezkách. Více informací o těchto zajímavých formách cestovního ruchu je uvedeno v kapitole 1.6.2 Specifické formy cestovního ruchu. Můžeme odhadovat, že další směry vývoje se budou projevovat ve čtyřech základních oblastech. V nabídce nových produktů cestovního ruchu, v hledání nových cílových skupin účastníků cestovního ruchu, v nabídce nových služeb a také v nových marketingových přístupech.⁹ Některé stávající formy cestovního ruchu budou ustupovat do pozadí a naopak se budou rozšiřovat nové, zajímavé a pro sektor cestovního ruchu perspektivní formy.

1.4 Typologie cestovního ruchu

V odborných publikacích nalezneme řadu různých kritérií systematiky cestovního ruchu. Odborná literatura nejčastěji rozděluje cestovní ruch z hlediska forem a druhů. V praxi se však setkáváme se vzájemným propojením, takže neexistuje jednotný výklad v tom, co je druh a co je forma cestovního ruchu. Rygllová uvádí druhy cestovního ruchu na základě způsobu realizace a formy cestovního ruchu určuje na základě motivace účasti na cestovním ruchu. Hesková ve své publikaci vymezuje druhy a formy cestovního ruchu zcela opačně. Malá se raději odklání od členění cestovního ruchu podle forem a druhů a používá místo nich společné kritérium - typ cestovního ruchu. Výkladový slovník cestovního ruchu definuje druh cestovního ruchu jako „*typ cestovního ruchu, pro jehož určení je klíčovým kritériem jevový průběh cestovního ruchu a způsob jeho realizace v závislosti na geografických, ekonomických,*

⁹ KOTÍKOVÁ, H. *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. Praha: Grada Publishing, 2013, s. 27. ISBN 978-80-247-4603-6.

*společenských a jiných podmínkách, jakož i jeho účinky*¹⁰. Formou cestovního ruchu je dle tohoto slovníku „*typ cestovního ruchu, pro jehož určení je klíčovým kritériem motivace návštěvníka. Základními motivacemi cestovního ruchu jsou odpočinek, poznávání prostředí a kontakty s lidmi, odtud základní formy cestovního ruchu: rekreační, pobytový, lázeňský, lovecký, poznávací a socioprofesionální*“¹¹. Shrneme-li výše uvedené definice, tak o formách cestovního ruchu hovoříme, je-li základem motivace účastníka cestovního ruchu a účel pro účastníky cestují. O druhích se dá hovořit tehdy, zkoumáme-li způsob realizace cestovního ruchu. V této práci budu vycházet z rozdělení cestovního ruchu dle Ryglóvé.

1.5 Druhy cestovního ruchu

Cestovní ruch můžeme rozdělit podle způsobu realizace z několika hledisek. Nejčastěji jsou uplatňovány aspekty jako místo realizace, motivace a způsob účasti, forma úhrady nákladů, organizace zabezpečení služeb, vztah k platební bilanci státu, věk účastníků, počet účastníků, délka účasti aj.

Cestovní ruch můžeme dělit dle následujících hledisek.

1) Území, na kterém probíhá:

- domácí cestovní ruch - realizuje se na území daného státu,
- zahraniční cestovní ruch - probíhá za hranicemi daného státu,
- výjezdový cestovní ruch (pasivní, tzv. Outgoing) - občané daného státu vyjíždějí do zahraničí,
- příjezdový cestovní ruch (aktivní, tzv. Incoming) - zahraniční občané přijíždějí do daného státu,

¹⁰ ZELENKA, J. a M. PÁSKOVÁ. *Výkladový slovník - cestovní ruch*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj České republiky, 2002, s. 70. ISBN 80-239-0152-4.

¹¹ Tamtéž, s. 93.

– tranzitní cestovní ruch – průjezd cestujícího přes území státu do jiného cílového státu, zpravidla bývá bez přenocování.

2) Podle místa realizace:

– vnitřní cestovní ruch – zahrnuje domácí cestovní ruch a zároveň příjezdový cestovní ruch,

– národní cestovní ruch – zahrnuje domácí cestovní ruch a zároveň výjezdový cestovní ruch,

– mezinárodní cestovní ruch – zahrnuje veškerý cestovní ruch, při němž dochází k překročení hranice státu.

3) Podle vlivu na platební bilanci státu:

– aktivní cestovní ruch – příliv devizových prostředků v důsledku nákupu zboží a služeb zahraničních turistů v dané zemi,

– pasivní cestovní ruch – odliv devizových prostředků v důsledku nákupu zboží a služeb domácích turistů v zahraničí.

4) Podle délky pobytu:

– krátkodobý cestovní ruch – doba pobytu v místě do 3 přenocování,

– dlouhodobý cestovní ruch – více než 3 přenocování v místě pobytu, ale méně než 6 měsíců v domácím cestovním ruchu nebo 1 rok v zahraničním cestovním ruchu.

5) Podle způsobu účasti:

– organizovaný cestovní ruch – účastník využívá služeb CK nebo jiného zprostředkovatele, který zabezpečuje realizaci zájezdu,

– neorganizovaný cestovní ruch – účastník si sám zabezpečuje realizaci zájezdu.

6) Podle počtu účastníků:

– individuální cestovní ruch – účastník cestuje sám popř. s rodinou,

– skupinový (kolektivní) cestovní ruch – spojení s účastí více osob.

7) Podle způsobu financování:

- volný (komerční) cestovní ruch – účastník si veškeré výdaje hradí sám,
- vázaný (sociální) cestovní ruch – část výdajů bývá hrazena samotným účastníkem a část je vázána na splnění určitých podmínek např. doporučení lékaře, členství ve spolku.

8) Podle vlivu na životní prostředí:

- tvrdý cestovní ruch – působí velké změny v původním životním prostředí, jedná se především o masový turismus,
- měkký cestovní ruch – snaží se uvědoměle a šetrně chovat k životnímu prostředí, které téměř nenarušuje, využívá místní zdroje.

9) Podle ročního období:

- letní, zimní, sezónní – daná sezóna je obdobím s vysokou koncentrací návštěvnosti místa a maximální nabídkou služeb,
- mimosezónní cestovní ruch – mimosezóna je obdobím nízké návštěvnosti místa a sníženou nabídkou služeb.¹²

1.6 Formy cestovního ruchu

Mezi základní formy cestovního ruchu patří rekreační, kulturně poznávací, sportovně turistický a léčebný a lázeňský cestovní ruch. Mezi specifické formy cestovního ruchu patří např. venkovský, kongresový, náboženský, gastronomický či seniorský cestovní ruch. Rozdělení forem cestovního ruchu na základní koresponduje s rozdělením potřeb na primární, jež jsou cílem účasti na cestovním ruchu. Specifické formy uspokojují potřeby různých spotřebitelských segmentů trhu. Jsou odvozeny od konkrétní činnosti, jež člověka přiměje k cestování. Dělení cestovního ruchu na jednotlivé formy má pomoci blíže stanovit jádro cestovního ruchu z hlediska cílů a potřeb účastníků a poté určité cílové skupině nabídnout konkrétní vhodný produkt. S rozvojem společnosti jsou

¹² RYGLOVÁ, K. *Cestovní ruch – soubor studijních materiálů*. 3. vyd. Ostrava: Key Publishing, 2009, s. 13-15. ISBN 978-80-7418-028-6.

specifické formy cestovního ruchu stále rozmanitější a jejich nabídka se rozšiřuje s novými trendy v cestovním ruchu.

1.6.1 Základní formy cestovního ruchu

Rekreační cestovní ruch

Hlavním cílem rekreačního cestovního ruchu je regenerace a reprodukce fyzických a duševních sil člověka. Jde o změnu z místa trvalého bydliště do míst, kde můžeme načerpat novou energii a uspokojit naše potřeby. Odpočinek můžeme trávit jak pasivně, tak aktivně. Zvláště pro Českou republiku (ČR) je specifickým podtypem chataření a chalupaření. Rekreační cestovní ruch se realizuje ve vhodném rekreačním prostředí (vody, lesy, hory) a jedná se o nejrozšířenější formu v rámci celého cestovního ruchu.

Kulturně poznávací cestovní ruch

Jedná se o zvyšování kulturní úrovně lidí a získávání nových znalostí při poznávání historických památek, kulturních zařízení a akcí, festivalů, výstav apod. V praxi bývá často spojován s rekreační formou. Mezi tuto formu cestovního ruchu patří poznávací zájezdy. Kulturní cestovní ruch můžeme nalézt v kombinaci s ostatními formami cestovního ruchu, které mohou být realizovány v místě konání zájezdu jako doprovodný program.

Sportovně turistický cestovní ruch

Jedná se o cestování za účelem sportu nebo konání nějaké sportovní akce. Sportovně turistický cestovní ruch můžeme dělit na aktivní a pasivní. Aktivní sportovní cestovní ruch se již dle názvu vyznačuje aktivní činností účastníků z důvodu posilování zdraví, svých dovedností, ale i z důvodu zábavy. Mezi nejčastější aktivity patří pěší a horská turistika, cykloturistika, vodní turistika, lyžování, jízda na koni, tenis apod. Pasivním sportovním cestovním ruchem rozumíme navštěvování sportovních akcí v roli diváka. Jedná se např. o návštěvu olympijských her, mistrovství světa a tenisových turnajů.¹³

¹³ HESKOVÁ, M. *Cestovní ruch pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. 2. vyd. Praha: Fortuna, 2011, s. 21. ISBN 978-80-7373-107-6.

Léčebný a lázeňský cestovní ruch

Tato forma cestovního ruchu může být spojena s rekreací, hlavním prvkem je zde však relaxace, péče o zdraví a zlepšení zdravotního stavu. Patří sem zejména lázeňský cestovní ruch a pobyt u moře s očekávaným pozitivním účinkem slunce a slané vody na kožní nemoci. Lázeňský cestovní ruch je realizován jednak komplexní lázeňskou léčbou využívající přírodní léčivé zdroje a jednak pobyty zaměřenými na léčení nemocí, následků nemocí, celkovou rekonvalescenci a na prevenci a předcházení nemocem. Může být uskutečněn jedině v místech výskytu přírodních léčivých zdrojů (voda, peloidy, plyny a klimatické podmínky).¹⁴ Účinek je spojen se změnou prostředí a je k němu zapotřebí období minimálně 3 týdnů. Lázeňská léčba je založená na využívání přírodních léčivých zdrojů v kombinaci s medikamentózní léčbou, dietním stravováním a rehabilitací. V lázeňských městech se intenzivně rozvíjí i společenský a kulturní život. Trendem poslední doby jsou různé wellness pobyty v lázních, které mají vhodným životním stylem zdravotním problémům formou prevence předcházet. Pozitivním aspektem lázeňského cestovního ruchu je snižování sezónnosti lázeňských měst. ČR se řadí mezi země s vyspělým lázeňstvím. V současné době se zde nachází 36 lázeňských lokalit, mezi nejvýznamnější dle kategorizace lázeňských míst patří Karlovy Vary, Mariánské Lázně, Františkovy Lázně, Luhačovice, Poděbrady, Teplice a Jáchymov.¹⁵

1.6.2 Specifické formy cestovního ruchu

Nejprve je třeba poznamenat, že se nejedná o vyčerpávající přehled forem cestovního ruchu, přestože jsem se snažila uvést co nejširší spektrum. V odborných publikacích je jistě možné nalézt i další formy či jsou uváděny pod jiným názvem. Každodenní praxe také neustále vytváří nové formy či inovuje a obohacuje stávající.

¹⁴ ATTL, P. a K. NEJDL. *Turismus I*. Praha: Vysoká škola hotelová v Praze 8, 2004, s. 17. ISBN 80-86578-37-2.

¹⁵ VYSTOUPIL, J. a M. ŠAUER et al. *Geografie cestovního ruchu České republiky*. Plzeň: Aleš Čeněk, 2011, s. 122. ISBN 978-80-7380-340-7.

Zábavný a atrakční cestovní ruch

Jedná se o návštěvu různých zábavných parků, výstav a atrakcí (např. aquapark Tropical Islands, zábavní parky Pratr, Disneyland, Legoland). Tato centra jsou zpravidla budována tam, kde nejsou vhodné přírodní podmínky pro jiné formy cestovního ruchu.

Filmový cestovní ruch

Mezi relativně nové formy řadíme filmový cestovní ruch, který vznikl jako reakce na popularitu filmu a televize.¹⁶ Jedná se o cestování na místa, kde probíhalo natáčení filmů, seriálů a pohádek. Filmový cestovní ruch může mít dvě podoby, pro některé návštěvníky může být jediným účelem jejich cesty, pro další zase představuje součást organizované prohlídky v rámci poznávacího zájezdu. Součástí filmového cestovního ruchu jsou také prohlídky filmových a televizních studií, návštěvy tematických zábavných parků, které jsou více či méně propojené s filmem, sledování probíhajícího natáčení, návštěvy filmových festivalů a slavnostních ceremoniálů udílení televizních či filmových cen. Film bývá často marketingovým nástrojem pro zvýšení návštěvnosti dané destinace.¹⁷

Dobrodružný cestovní ruch

Pro účastníky cestovního ruchu je hlavním motivem dobrodružství. Hlavním rysem je neočekávanost, nové zkušenosti a zážitky spojené s určitým vnímáním rizika nebo kontrolovaného nebezpečí.¹⁸ Je spojen s adrenalinovými sporty jako např. sky diving (akrobatické prvky při parašutismu), paragliding, rafting, canyoning, potápění, windsurfing, cyklistika v náročných terénech, snowboarding mimo sjezdovky, snowkiting (jízda za drakem na snowboardu), bungee jumping, base jumping (skoky z budov, mostů), horolezectví apod. V současnosti patří k nejrychleji se rozvíjejícímu doplňkovému segmentu v cestovním ruchu.¹⁹ To dokládá i vysoký počet

¹⁶ KOTÍKOVÁ, H. *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. Praha: Grada Publishing, 2013, s. 131. ISBN 978-80-247-4603-6.

¹⁷ Tamtéž, s. 133-137.

¹⁸ Tamtéž, s. 67.

¹⁹ RYGLOVÁ, K. *Cestovní ruch – soubor studijních materiálů*. 3. vyd. Ostrava: Key Publishing, 2009, s. 121. ISBN 978-80-7418-028-6.

specializovaných CK a jejich rozšiřující se nabídka produktů, zvyšující se sortiment nabízeného vybavení či vytváření různých asociací a sdružení.²⁰

Temný cestovní ruch

Temný cestovní ruch bývá také nazýván Dark tourism. Jedná se o novou formu cestovního ruchu, při níž účastníci cestují do míst, kde se stala nějaká tragická událost či neštěstí. Jedná se o návštěvu hřbitovů, vězení, koncentračních táborů, bitevních polí, míst teroristických útoků, míst postižených přírodními katastrofami či míst spojených se smrtí známé osobnosti. Turisty motivuje k návštěvám symbolické setkání se smrtí, autentičnost prostředí a silný emocionální zážitek. V ČR se jedná např. o Památník Terezín, Lidice, ve světě je navštěvovaným místem Černobyl na Ukrajině nebo Ground Zero v New Yorku.

Kongresový cestovní ruch

Jedná se o formu cestovního ruchu, která zahrnuje soubor činností zaměřených na výměnu vědeckých a odborných poznatků a zkušeností spojených s pobytem lidí v kongresovém místě. Zároveň jde i o nabídku doprovodných programů v rámci kongresu nebo v rámci využití volného času v místě konání kongresu. Dle Orišky se kongresový cestovní ruch od ostatních druhů cestovního ruchu odlišuje zejména tím, že se koncentruje většinou do velkých měst s rozsáhlou kongresovou infrastrukturou a většinou se kongresové akce uskutečňují v sezónním období, které však neodpovídá sezónnosti jiných forem cestovního ruchu. Sezónní špičky evropského a amerického kongresového cestovního ruchu jsou v dubnu, květnu, červnu, září a říjnu. Většina mezinárodních kongresových akcí se koná v kongresových centrech (téměř 50 %), dále v hotelových zařízeních a na univerzitách. Doba trvání akce je od 3 do 5 dnů. Atraktivnost místa kongresové turistiky ovlivňuje image destinace, místo konání akce, ubytovací a stravovací služby, doprava a doplňkové aktivity dalších zainteresovaných subjektů.²¹ Podle počtu účastníků se kongresové akce člení na malé – do 50 účastníků (seminář, školení, kolokvium, kulatý stůl, zasedání), středně velké – od 50 do 300

²⁰ KOTÍKOVÁ, H. *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. Praha: Grada Publishing, 2013, s. 74. ISBN 978-80-247-4603-6.

²¹ ORIEŠKA, J. *Kongresový cestovní ruch*. Praha: Idea Servis, 2004, s. 7-18. ISBN 80-85970-45-7.

účastníků (konference, symposium) a velké – více než 300 účastníků (kongres, sjezd).²² Vedoucí pozici v kongresovém cestovním ruchu si dlouhodobě udržuje USA, následují západoevropské státy (Francie, Velká Británie, Německo) a Austrálie. K nejvýznamnějším světovým metropolím kongresového cestovního ruchu patří Paříž, Brusel, Londýn a Vídeň. ČR má všechny předpoklady stát se špičkovou destinací kongresového cestovního ruchu, jelikož má vhodné přírodní podmínky, různorodost a kvalitu kulturních a historických památek a technické vybavení velkých hotelových zařízení nejen v Praze, ale i v dalších městech.²³

Incentivní cestovní ruch

Pro tuto jedinečnou formu cestovního ruchu, která má strategický význam pro vztah mezi firmou a zaměstnanci, se často používá i výraz motivační nebo stimulační cestovní ruch. Účastníkům nabízí zážitek s cílem motivovat zaměstnance k vyšším pracovním výkonům. Slouží také k posílení sociálních vazeb mezi zaměstnanci firmy, zlidšťuje pracovní vztahy a vychovává zaměstnance. Firmy tímto způsobem odměňují své nejlepší zaměstnance, motivují obchodníky a prohlubují vztah s klíčovými zákazníky. Odměna se nedává ve formě peněz, nýbrž v podobě incentivního zájezdu.²⁴ Jedná se o zájezd dle konkrétních přání, představ a požadavků zákazníka. Pro zaměstnance se pořádají krátkodobé akce tzv. Team Building, které mají stmelovat kolektiv. Incentivní cestovní ruch pochází ze Spojených států amerických, v ČR se začal rozvíjet v 90. letech 20. století pod vlivem nových zahraničních společností. Většímu rozvoji v ČR však brání jeho neznalost u řady firem a také jeho finanční náročnost pro firmu. Na trhu je v současnosti mnoho CK a CA nabízejících tuto formu cestovního ruchu.

Náboženský CR

Účastníci tohoto cestovního ruchu navštěvují místa s náboženským významem nebo místa, kde se konají různé církevní slavnosti. Používá se i označení poutní turistika,

²² RYGLOVÁ, K. *Cestovní ruch – soubor studijních materiálů*. 3. vyd. Ostrava: Key Publishing, 2009, s. 123. ISBN 978-80-7418-028-6.

²³ ORIEŠKA, J. *Kongresový cestovní ruch*. Praha: Idea Servis, 2004, s. 19-20. ISBN 80-85970-45-7.

²⁴ Tamtéž, s. 7-8.

protože jsou navštěvována poutní místa. Mezi nejnavštěvovanější patří Vatikán, Mekka a Medína, Jeruzalém, Betlém, Nazaret, Fátima či Santiago de Compostella. V ČR je významným poutním místem Velehrad, Hostýn a Svatý Kopeček.

Dobrovolnický cestovní ruch

Účastníci dobrovolnického cestovního ruchu jsou motivováni nezištnou pomocí (pouze za ubytování a poskytnutí stravy) v různých odvětvích po celém světě. Mezi účastníky převažují mladí lidé, kteří chtějí prostřednictvím dobrovolnického cestovního ruchu poznat určitou zemi, nové lidi a místní kulturu. Chtějí dát své dovolené větší smysl a hledají nové zážitky. Nejčastěji se dobrovolnický cestovní ruch koná v Africe a Asii. V ČR je nejrozšířenější výpomoc v zemědělských usedlostech.

Městský cestovní ruch

Tato forma cestovního ruchu je spojená s pobytem účastníků ve městě a v městských centrech. Cílem je celkový zážitek z návštěvy města, bez ohledu na to, zda je pobyt spojený s přenocováním. Může být motivovaný pracovně (služební, obchodní, kongresový cestovní ruch) nebo turisticky (kulturní, vzdělávací, nákupní, léčebný a lázeňský cestovní ruch). Pozitivním efektem městského cestovního ruchu je zvýšení příjmů rozpočtu města, využitelnost kapacit ubytovacích a stravovacích zařízení či rozvoj kulturně-společenského života. Nejvíce navštěvované bývají evropské metropole např. Londýn, Paříž, Řím, Madrid, ale také Praha.

Venkovský cestovní ruch

Zahrnuje soubor činností spojených s cestováním a pobytem lidí ve venkovském prostředí. Ubytovací a stravovací služby jsou většinou nižší kvality, decentralizací ubytovacího zařízení se eliminují negativní dopady na životní prostředí, které přináší tzv. masová turistika. Venkovský cestovní ruch se řadí do šetrných forem cestovního ruchu, v literatuře bývá označován také jako zelený či alternativní cestovní ruch.²⁵ Neměl by tedy narušovat životní prostředí či způsob života původních obyvatel.

²⁵ VYSTOUPIL, J. a M. ŠAUER et al. *Geografie cestovního ruchu České republiky*. Plzeň: Aleš Čeněk, 2011, s. 110. ISBN 978-80-7380-340-7.

Do kategorie venkovské turistiky patří i podkategorie agroturistika, ekoturistika, ekoagroturistika a hipoturistika. Agroturistika je formou venkovského cestovního ruchu, která je vedle bezprostředního využívání přírody a krajiny venkova charakteristická přímým vztahem k zemědělským usedlostem. Agroturistika je provozována podnikateli v zemědělství a slouží jim jako dodatečný finanční zdroj k udržení či rozvoji hlavní zemědělské činnosti. Agroturistika nepřináší prospěch jen provozujícímu podnikateli, ale má blahodárné účinky i pro obce, regiony a stát. Díky agroturistice se zvyšuje vybavenost obcí, která je předpokladem pro rozvoj této formy venkovského cestovního ruchu. Zvyšují se příjmy obyvatel obce i obce samotné. Agroturistika je stimulem pro rozšíření výroby, protože se vytváří dodatečný odbyt zemědělských výrobků. Nejen v samotných regionech, ale i ve státě snižuje agroturistika nezaměstnanost a vytváří pracovní příležitosti v zemědělství, ale i v jiných oborech, jejichž služeb účastníci agroturistiky využívají.²⁶ Ekoturistika se zaměřuje na putování přírodou a její pozorování, proto se rozvíjí zejména v přírodně hodnotných oblastech. Ekoagroturistika se vyznačuje zájmem o ekologické aspekty a životní prostředí. Má obdobné rysy jako agroturistika, ale odehrává se na ekologicky hospodařících farmách. Hipoturistika je forma cestovního ruchu spojená s koňmi.

Cykloturistika

Jedná se o oblíbenou a perspektivní formu cestovního ruchu využitelnou i v regionálním rozvoji. Cykloturistiku lze definovat jako moderní formu cestovního ruchu, jejíž aktivity jsou spojeny s kolem, přírodou a venkovským prostředím. Tento typ rekreace je zdravý, ekologický a bezpečný. Cykloturistiku praktikují různé věkové i výkonnostní skupiny. V současné době se buduje řada cyklostezek místního, regionálního i nadnárodního významu. Řada cyklotras je budována v rámci mezinárodního projektu Greenways – Zelené stezky, které jsou určeny nejenom pro cyklisty, ale i pro pěší, lyžaře a jízdu na koních. Zelené stezky přinášejí užitek v oblasti ochrany přírody a kulturního dědictví, zlepšují možnosti pro dopravu, rekreaci a turistiku, jsou výzvou k zdravějšímu životnímu stylu a využívání místních zdrojů.²⁷

²⁶ *Cestovní ruch, agroturistika: typy, definice, základní pojmy*. [online]. © 2010 [cit. 2013-11-20]. Dostupné z: http://www.kcilf.cz/wp-content/uploads/2010/07/Cestovn%C3%AD-ruch_agroturistika.pdf

²⁷ RYGLOVÁ, K. *Cestovní ruch – soubor studijních materiálů*. 3. vyd. Ostrava: Key Publishing, 2009, s. 145. ISBN 978-80-7418-028-6.

Vinařský cestovní ruch

Forma cestovního ruchu, jejíž účastníci jsou motivováni poznáváním způsobu pěstování vína v tradičních vinařských oblastech, ochutnávkami vín, návštěvou vinných sklípků, vináren a nákupem vín. Vinařský cestovní ruch může být spjat s dalšími formami cestovního ruchu např. s cykloturistikou či pěší turistikou. Moderním produktem pro podporu vinařského cestovního ruchu jsou tzv. vinařské stezky.

Gurmánský cestovní ruch

Gurmánský cestovní ruch vznikl za účelem poznávání jídel a nápojů, kultury stolování a místní kultury. Charakteristickým produktem je tzv. zážitková gastronomie. Patří sem např. vepřové či zvěřinové hody, vinobraní, lodní výlety spojené s degustací, rautem či exkurze do výroben potravin a nápojů.

Nákupní cestovní ruch

Účastníci nákupního cestovního ruchu jsou motivováni možností nakupování v dané destinaci, a to z důvodu výhodnějších cen, lepší dostupnosti, širšího výběru zboží nebo kvůli samotnému prožitku z prohlížení a nákupu zboží.

Lovecký cestovní ruch

Lovecký cestovní ruch můžeme dále rozdělit na myslivecký a rybářský. Jedná se především o individuální akce pro menší skupiny, motivem jsou možnosti lovu zvěře a ryb. Je zapotřebí respektovat platnou legislativu upravující podmínky myslivosti a rybářství.

Etnický cestovní ruch

Motivem cestování je návštěva původní vlasti účastníka CR např. rodičů a prarodičů v cizí zemi nebo návštěvy zajímavých národností s cílem poznat jejich způsob života.

Sázkový (hazardní) cestovní ruch

Cílem bývá návštěva dané země za účelem vsazení si tiketu loterie nebo návštěvy kasina (např. Las Vegas).

Dle dokumentu *Koncepce státní politiky v České republice na období 2014 – 2020* jsou nejvýznamnější formy cestovního ruchu, pro které má ČR nejlepší předpoklady a které by měly být přednostně podporovány a rozvíjeny, zejména městský a kulturně poznávací cestovní ruch, dále dovolená v přírodě (dovolená u vody, letní a zimní pobyty v horách, kempování a pomalu se rozvíjející venkovský cestovní ruch a agroturistika). Také sportovní a aktivní dovolená, jež zahrnuje zejména turistiku, cykloturistiku, zimní a vodní sporty, lázeňský cestovní ruch a kongresový a veletržní cestovní ruch.²⁸

1.7 Sociální cestovní ruch

Sociální cestovní ruch bývá označován také jako cestovní ruch pro všechny. Sociálního cestovního ruchu se účastní lidé, kteří by normálně tuto příležitost neměli a to buď z ekonomických důvodů nebo z důvodu neschopnosti či nedostupnosti. V době prohlubování sociálních rozdílů u jednotlivých skupin obyvatelstva je snaha právě prostřednictvím sociálního cestovního ruchu zajistit alespoň jakýsi pocit rovnosti těchto skupin se zbytkem společnosti, pro který je cestování běžnou součástí života. Sociální cestovní ruch se snaží umožnit cestování co největšímu počtu lidí, zejména různým znevýhodněným skupinám, rozšířit jejich znalosti a podpořit jejich začlenění do společnosti. Může výrazně přispět k poznávání cizích kultur a toleranci mezi národy a jednotlivými vrstvami společnosti. Základním principem sociálního cestovního ruchu je solidarita, na které se podílejí orgány státní správy, charitativní a odborové organizace, podnikatelské subjekty a sdružení podniků cestovního ruchu. Tyto organizace poskytují finanční podporu na cestování, snaží se o větší dostupnost destinací a služeb cestovního ruchu a zajišťují výstavbu potřebné infrastruktury.²⁹ Rozvoj sociálního cestovního ruchu podporuje EU díky projektu CALYPSO, v ČR je podporován Ministerstvem pro místní rozvoj (MMR) a jeho dotačním programem *Cestování dostupné všem*. Bližší informace o těchto programech jsou uvedeny

²⁸ *Koncepce státní politiky v České republice na období 2014 – 2020*. [online]. © 2013 [cit. 2013-11-29]. Dostupné z: <http://www.mmr.cz/getmedia/dac4627c-c5d4-4344-8d38-f8de43cec24d/Koncepce-statni-politiky-cestovniho-ruchu-v-CR-na-obdobi-2014-2020.pdf>

²⁹ BERÁNEK, J. *Sociální cestovní ruch*. [online]. © 2012 [cit. 2013-11-10]. Dostupné z <http://hotel-spa.ihned.cz/c1-54607020-socialni-cestovni-ruch>

v kapitole 2.10 Programy pro podporu účasti seniorů na cestovním ruchu. Mezi hlavní cílové skupiny sociálního cestovního ruchu patří mládež, rodiny s nízkými příjmy, zdravotně handicapované osoby a senioři.

Cestovní ruch mládeže zahrnuje cestování mladých lidí ve věku 15 až 25 let. Tento segment v současnosti zaujímá více než 20 % podíl v mezinárodním cestovním ruchu. Hlavním motivem cestování bývá prohloubení vzdělání, poznání nových kultur a destinací, osamostatnění se, ale také zábava a odpočinek. Mladí lidé rádi objevují netradiční turistické destinace, upřednostňují kolektivní akce s možností sociálního kontaktu, snaží se minimalizovat cestovní výdaje díky vyhledání levné letenky, ubytování v hostelu či studentským slevovým kartám, ale i během krátké cesty chtějí poznat co nejvíce míst a památek. Nejčastější formou cestovního ruchu mládeže jsou jazykové kurzy v zahraničí, výměnné pobyty a programy v rámci středních a vysokých škol, odborné praxe, Au pair pobyty a pracovní tábory pro dobrovolníky. Cestovní ruch mládeže je v ČR podporován zejména formou slev pro mladé lidi a studenty u dopravců, CK či u kulturních a společenských organizací.³⁰

Rodiny s více než jedním dítětem nebo neúplné rodiny s rodičem samoživitelem patří do skupiny rodin s nízkými příjmy. Na cestování jim zpravidla nezbyvá moc peněz, ale na druhou stranu chtějí alespoň na pár dní změnit zaběhlý stereotyp a dopřát dětem nové zážitky. Cesty většinou plánují v souladu s obdobím školních prázdnin. Pro svou dovolenou vyhledávají méně vzdálené, bezpečné a snadno přístupné destinace. Preferují spíše klidné venkovské prostředí, je pro ně však důležitá široká nabídka volnočasového využití např. památky, zábavní parky, sportoviště a půjčovny sportovního vybavení, turistické a cyklistické trasy, v zimních střediscích pak lyžařské školy.³¹ V ČR je tento segment trhu podpořen ze strany samotných podnikatelů nabízející slevy či speciální vybavení a služby pro rodiny s dětmi v hotelech, ze strany některých zaměstnavatelů (příspěvky z fondu kulturních a sociálních potřeb) a ze strany některých zdravotních pojišťoven, které částečně dotují letní tábory a ozdravné pobyty.

³⁰ KOLEKTIV AUTORŮ. *Cestovní ruch pro všechny*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj České republiky, 2008, s. 33-34. ISBN 978-80-7399-407-05.

³¹ BERÁNEK, J. *Sociální cestovní ruch*. [online]. © 2012 [cit. 2013-11-10]. Dostupné z <http://hotel-spa.ihned.cz/c1-54607020-socialni-cestovni-ruch>

Současný cestovní ruch zohledňuje potřeby handicapovaných občanů většinou pouze dle zákonem stanovených norem. Přitom tito občané tvoří početnou potencionální cílovou skupinu pro cestovní ruch a to z více důvodů. Počet handicapovaných osob je v současnosti vysoký a stále narůstá. V současnosti zhruba 10 % české populace tvoří lidé s nějakým druhem zdravotního postižení nebo omezení. Navíc lidé se zdravotním postižením necestují sami, ale cestují s přáteli, rodinnými příslušníky nebo sociálními pracovníky a tím se počet účastníků zvyšuje. Pro tyto osoby není rozhodující doba, kdy své cesty uskuteční, proto by mohli vyplnit i mimosezónní termíny a zajistit tak celoroční využití kapacit jednotlivých destinací. Mezi nejčastější formy cestovního ruchu osob s handicapem patří poznávací cestovní ruch, okružní plavby lodí, rekreační cestovní ruch v přímořských letoviscích, zdravotní a lázeňský cestovní ruch a kulturní a náboženský cestovní ruch.³²

Za seniory jsou v rámci sociálního cestovního ruchu považovány osoby starší 50 let. Mají dostatek volného času, který si mohou uspořádat podle svých potřeb a velmi rádi využijí nabídky zlevněných pobytů mimo hlavní turistickou sezonu. Volí spíše klidné destinace, kde mohou relaxovat, poznávat místní kulturu a historii nebo léčit své zdravotní problémy. Senioři se účastní převážně lázeňského a rekreačního cestovního ruchu, dále kulturního a poznávacího cestovního ruchu a také náboženského cestovního ruchu. Podrobněji se seniorskému cestovnímu ruchu věnuje následující kapitola.

Je patrné, že všechny výše zmíněné skupiny, jsou velkou potencionální cílovou skupinou pro cestovní ruch. Jejich význam po dlouhou dobu býval a stále ještě je opomíjen, a to hlavně díky předpokladu nedostatečných příjmů pro realizaci cest, následovanou zdravotními problémy a nezájmem. Poskytovatelé služeb a jejich zaměstnanci stále většinou nejsou plně připraveni či ochotni se věnovat těmto skupinám.³³ Dle MMR by se rozvoj cestovního ruchu pro všechny mohl podpořit díky shromažďování, třídění a šíření informací a zkušeností z oblasti cestovního ruchu pro

³² KOLEKTIV AUTORŮ. *Cestovní ruch pro všechny*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj České republiky, 2008, s. 37-38. ISBN 978-80-7399-407-05.

³³ GOMBITOVÁ, D. *Calypso study on Social Tourism the Czech Republic* [online]. © 2010 [cit. 2013-11-10]. Dostupné z: http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/tourism/files/calypso/country-reports/czech-republic_en.pdf

využití v oblasti cestovního ruchu pro všechny. Přispěla by i finanční podpora na vládní, regionální nebo místní úrovni a příspěvky zaměstnavatelů na zpřístupnění dovolené pro své zaměstnance. Důležitá je též spolupráce veřejného a soukromého sektoru při tvorbě a rozvoji rentabilních programů sociálního cestovního ruchu včetně možné mezinárodní spolupráce. Nesmíme opomenout podporu organizací hájící zájmy a práva pracujících, zejména odborů a charitativních organizací a v neposlední řadě také samotných podnikatelů v cestovním ruchu.³⁴

³⁴ KOLEKTIV AUTORŮ. *Cestovní ruch pro všechny*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj České republiky, 2008, s. 70. ISBN 978-80-7399-407-05.

2 SENIORSKÝ CESTOVNÍ RUCH

Na cestovní ruch a chování spotřebitelů má vliv celá řada faktorů. Na straně poptávky jsou to demografické a socioekonomické ukazatele např. věk, rodinný stav, velikost rodiny, pohlaví, zaměstnání a výše příjmů, úroveň dosaženého vzdělání, změny životního stylu, změny ve struktuře volného času nebo zkušenosti cestovatelů. Na straně nabídky můžeme uvést např. rozvoj dopravní dostupnosti či rozvoj informačních technologií. Uvedené faktory samozřejmě ovlivňují i jednotlivé segmenty cestovního ruchu. Segmentace představuje členění trhu do menších skupin zákazníků tzv. tržních segmentů, které prokazují shodné popř. podobné kupní nebo spotřební chování a naopak od jiných skupin je odlišuje některá z vlastností, která se promítá do jejich nákupního a spotřebního chování.³⁵ Segmentace trhu je tedy princip, jež nám umožňuje vyhledat rozdíly mezi spotřebiteli a tím také odhalit jejich odlišné spotřební chování. Slouží k tomu, aby daný produkt cestovního ruchu odpovídal přáním zákazníků, jejichž potřeby a požadavky se dle různých kritérií liší. Z hlediska trhu cestovního ruchu se jedná zejména o druh dovolené.

V této práci se zaměřím na stále perspektivnější segment cestovního ruchu – seniory. Dle Czech Tourism lze definovat cestovní ruch seniorů jako jednu ze stěžejních forem cestovního ruchu nejen v rámci ČR.³⁶ Segment seniorů se také stává stále významnějším segmentem cestovního ruchu hlavně ve vyspělých zemích. Hlavními důvody pro rostoucí podíl seniorů je prodlužující se délka života, ve vyspělých zemích se přidává zlepšující se zdravotní stav, narůstají disponibilní zdroje a časová flexibilita seniorů. Seniorský cestovní ruch patří právě díky odlišnému životnímu stylu, větším finančním možnostem seniorů a značnému podílu na počtu uskutečněných cest v rámci celé populace mezi nejrychleji rostoucí segment cestovního ruchu. Senioři již dnes tvoří výrazný potenciál trhu a všechny prognózy naznačují nárůst počtu seniorů v cestovním ruchu a s tím i související růst cestovních výdajů. Z pohledu výdajů rodin seniorů patří v EU výdaje na cestovní ruch na první místo. Odhaduje se, že v roce 2050 světové

³⁵ KOZEL, R. et al. *Moderní marketingový výzkum*. Praha: Grada Publishing, 2006, s. 27. ISBN 80-247-0966-X.

³⁶ VOGELOVÁ, M. *Cestování seniorů* [online]. © 2009 [cit. 2013-11-25]. Dostupné z: http://www.czechtourism.cz/files/statistiky/clanky/09_03_09_seniorsky_cr.pdf

výdaje na cestovní ruch seniorů dosáhnou částky 2 miliardy USD. Jak již bylo naznačeno, tento trend úzce souvisí s prodlužujícím se věkem, příjmovými možnostmi seniorů a v neposlední řadě i se zvyšující se kulturou cestování.³⁷

Nabídka služeb a zboží na tomto trhu odpovídá svým obsahem zájmům, fyzickým a ekonomickým možnostem starší generace. Je uzpůsobena tak, aby dokázala co nejlépe uspokojit potřeby seniorů a odpovídala jejich aktuální ekonomické situaci. Vyznačuje se určitými specifiky, kterými může být např. vyšší požadovaná třída ubytovacího zařízení, přizpůsobení programu zdravotnímu a fyzickému stavu starší generace aj.³⁸

2.1 Demografické stárnutí populace

Zhruba od pol. 20. století je stále častěji diskutován problém stárnutí populace. Společností je často chápáno jako hrozba, krize a problém. Demografické stárnutí populace se stává typickou charakteristikou pro současnost.³⁹ Postihuje nejen ČR, ale i Evropu a celý svět. Hlavní příčinou je fakt, že mladí lidé zakládají rodiny v pozdějším věku, přispívá i pokles plodnosti a porodnosti, zlepšuje se zdraví starších lidí a dostupnější je i kvalitnější zdravotní péče. Růst podílu seniorů bude provázen především poklesem podílu obyvatelstva v produktivním věku. Podstatný se přitom stane nárůst podílu lidí ve věku nad 70 let. Zvyšování počtu i podílu osob seniorského věku se dotkne v podstatě všech sfér sociálního a ekonomického vývoje. Nejčastější obavy vyvolané změnou věkové struktury souvisejí s růstem nákladů na sociální zabezpečení a zdravotní péči, nedostatkem pracovních sil na trhu práce a udržitelností financování důchodového systému. Na druhou stranu je zapotřebí poznamenat i pozitivní fakt diskutovaného problému stárnutí společnosti. Je třeba si uvědomit, že narůstající délka lidského života a rostoucí podíl osob vyššího věku je výsledkem

³⁷ KOLEKTIV AUTORŮ. *Cestovní ruch pro všechny*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj České republiky, 2008, s. 38. ISBN 978-80-7399-407-05.

³⁸ ZELENKA, J. a M. PÁSKOVÁ. *Výkladový slovník - cestovní ruch*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj České republiky, 2002, s. 262. ISBN 80-239-0152-4.

³⁹ HETTEŠ, M.. *Starnutie spoločnosti: vybrané kapitoly sociálnej práce so seniormi*. Bratislava: Vysoká škola zdravotníctva a sociálnej práce sv. Alžbety, 2011, s. 18. ISBN 978-80-8132-031-6.

dlouhodobých snah o zvyšování kvality lidského života a životní úrovně a zlepšování zdravotního stavu populace. Měl by tedy být chápán jako pokrok, ke kterému snahy ve společnosti směřovaly.

Populační stárnutí se promítá nejen do postavení seniorů ve společnosti, ale též do sféry soukromé tzn. samotných životů seniorů, do mezigeneračních vztahů a vztahů uvnitř rodin. Pro společnost může demografické stárnutí populace zároveň představovat výzvu. Je třeba podporovat zdravé a aktivní stárnutí a nabídnout seniorům dostatek příležitostí k vhodnému trávení volného času. Z výše uvedeného vyplývá, že změny ve věkové struktuře obyvatelstva mají dopad na hospodářství, služby, infrastrukturu a v neposlední řadě právě i na cestovní ruch. Na tento fakt již trh cestovního ruchu zareagoval a je zapotřebí se zaměřit na poskytování kvalitních a odpovídajících služeb a produktů pro seniory, protože budoucí senioři se nebudou lišit od svých předchůdců jen početním zastoupením, ale také budou stále vzdělanější a budou mít vyšší nároky na životní úroveň a rozsah a kvalitu poskytovaných služeb.⁴⁰

2.2 Prognózy stárnutí obyvatelstva v České republice a Evropské unii

Výše uvedený trend demografického stárnutí obyvatelstva dokazují různé výzkumy a prognózy. V ČR podle Projekce obyvatelstva 2009 – 2065 provedené Českým statistickým úřadem (ČSÚ), dojde bezesporu k nejvýznamnějším změnám věkové struktury obyvatelstva právě ve věkové kategorii 65 a víceletých. V růstu jejich počtu se budou odrážet zejména nepravidelnosti věkové struktury a očekávané prodloužení střední délky života.⁴¹ Prognóza vývoje obyvatelstva ČR dle věkových skupin naznačuje, že dle střední varianty prognózy vývoje bude v roce 2065 dosahovat počet

⁴⁰ SVOBODOVÁ, K. Demografické stárnutí a životní podmínky seniorů v České republice. *Dvacet let sociodemografické transformace: sborník příspěvků XL. konference České demografické společnosti*. Praha: Český statistický úřad, 2011, s. 186-187. ISSN 0011-8265.

⁴¹ KLUFOVÁ, R., J. NÝVLTOVÁ a V. FRANCOVÁ. Senior tourism potencial in the Czech republic. *Geografie pro život ve 21. století: sborník příspěvků z XXII. sjezdu České geografické společnosti pořádaného Ostravskou univerzitou v Ostravě 31. srpna - 3. září 2010*. Ostrava: Ostravská univerzita, 2010. s. 587. ISBN 978-80-7368-903-2.

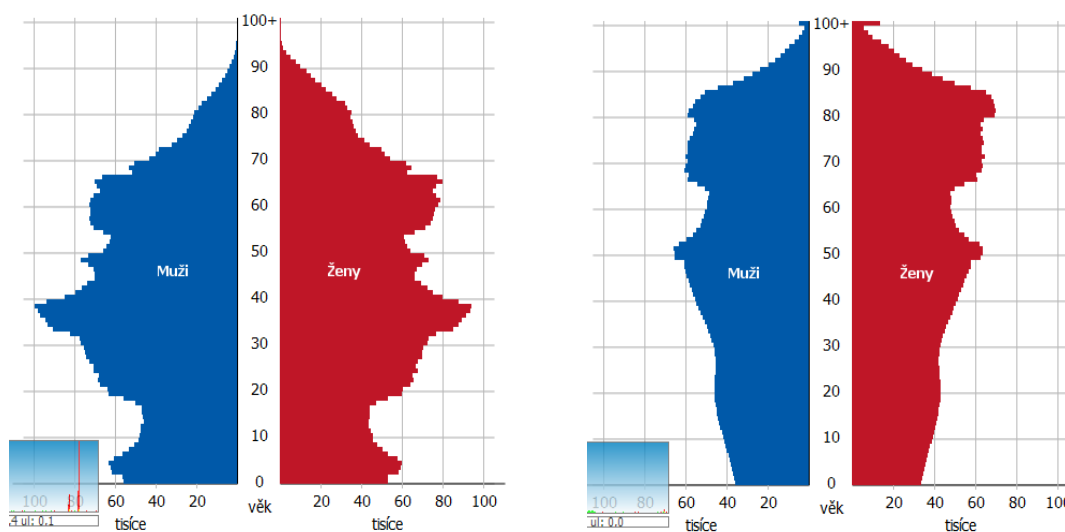
obyvatel starších 65 let až 3,5 milionů. To je oproti roku 2009, kdy tento počet dosahoval 1,6 milionů, více než dvojnásobek.

Pro vizualizaci demografické soudobosti obyvatelstva můžeme použít tzv. strom života. Ten graficky znázorňuje věkové rozvrstvení populace k určitému datu. Dříve se vrchol koruny stromu, který představuje starší obyvatele populace, přirozeně zužoval, v dnešní době se naopak koruna stromu rozšiřuje, což je projevem přírůstku starších lidí. Díky klesající porodnosti se naopak spodní část stromu zužuje.⁴² Věkovou skladbu obyvatelstva lze názorně vidět na níže uvedené grafické projekci stromů života. Pro porovnání jsou uvedeny dvě grafické projekce ČSÚ za rok 2013 a 2060.

Graf 1: Strom života v roce 2013 a 2060

Projekce obyvatelstva k 1. 1. 2013 v ČR

Projekce obyvatelstva k 1. 1. 2060 v ČR



Zdroj:⁴³

Vývoj české populace, rozdělené na kategorii děti do 15 let, kategorii středního věku 15 – 64 let a seniorskou kategorií 65+ v posledních 8 letech prezentuje níže uvedená

⁴² HAŠKOVCOVÁ, H. *Sociální gerontologie aneb Senioři mezi námi*. Praha: Galén, 2012, s. 161. ISBN 978-80-7262-900-8.

⁴³ ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. *Projekce obyvatelstva (1950 – 2101)*. [online]. © 2013 [cit. 2013-11-25]. Dostupné z: http://www.czso.cz/animgraf/projekce_1950_2101/index.htm

tabulka. Opět se potvrzuje již několikrát zmiňovaný trend stárnutí populace. Během 8 let se zvýšil počet osob nad 65 let z 14,2 % na 16,8 %. Podíváme-li se na rok 2012, tak podíl 65 a víceletých v populaci je již o 2 % vyšší oproti podílu dětí.

Tabulka 1: Základní charakteristiky věkového složení v letech 2005 – 2012

Věková skupina/ukazatel	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Počet osob (tis.)								
Celkem	10 251,1	10 287,2	10 381,1	10 467,5	10 506,8	10 532,8	10 505,4	10 516,1
0 – 14 let	1 501,3	1 479,5	1 476,9	1 480,0	1 494,4	1 518,1	1 541,2	1 560,3
15 – 64 let	7 293,4	7 325,2	7 391,4	7 431,4	7 413,6	7 378,8	7 262,8	7 188,2
65+ let	1 456,4	1 482,4	1 512,8	1 556,2	1 598,9	1 635,8	1 701,4	1 767,6
Podíl obyv. (%)								
0 – 14 let	14,6	14,4	14,2	14,1	14,2	14,4	14,7	14,8
15 – 64 let	71,2	71,2	71,2	71,0	70,6	70,1	69,1	68,4
65+ let	14,2	14,4	14,6	14,9	15,2	15,5	16,2	16,8
Průměrný věk	40,0	40,2	40,3	40,5	40,6	40,8	41,1	41,3

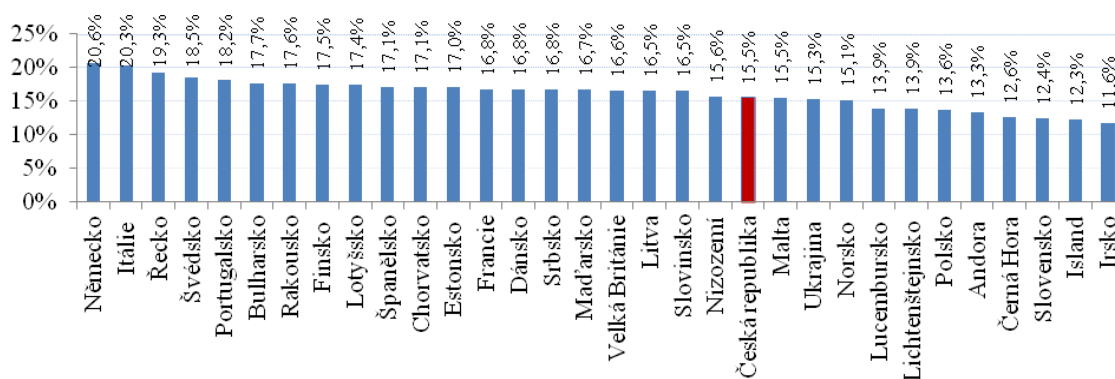
Zdroj⁴⁴

Na trend spojený s demografickým stárnutím obyvatelstva EU a podílem osob starších 65 let na cestovním ruchu již v roce 2010 upozornila Evropská komise ve svém dokumentu Evropa jako přední světová destinace cestovního ruchu – nový politický rámec pro evropský cestovní ruch. Demografický posun populace se vyskytuje napříč jednotlivými rozvinutými zeměmi. V těchto zemích klesá podíl osob mladších 15 let a často i osob v produktivním věku. Naopak roste podíl osob starších 65 let. Jak ukazuje níže zobrazený graf, roku 2011 představovali senioři 15,5 % celkové populace

⁴⁴ ŠTYGLEROVÁ, T. a M. NĚMEČKOVÁ. Populační vývoj v České republice v roce 2012. *Demografie*. 2013, roč. 55, č. 3, s. 192.

ČR. Graf znázorňuje jak jednotlivé procentuální zastoupení osob starších 65 let ve státech Evropy v roce 2011, tak grafické porovnání ČR s ostatními evropskými zeměmi.

Graf 2: Populace ve věku 65 let a více v jednotlivých státech Evropy v roce 2011



Zdroj⁴⁵

2.3 Cestovní ruch seniorů v České republice a Evropské unii

Rok 2000 můžeme považovat za rok vzniku seniorského cestovního ruchu v ČR, jelikož v tomto roce podíl účastníků cestovního ruchu starších 60 let přesáhl 10 % hranici. Seniorský cestovní ruch se oproti jiným formám cestovního ruchu např. mládežnickému cestovnímu ruchu vyvíjel s určitým zpožděním. Seniorská turistika našich občanů se orientovala na přímořská letoviska, ovšem tuto dovolenou si mohlo v minulých letech dovolit z finančních důvodů pouze 3 – 5 % seniorů. Ti se orientovali spíše na podnikovou rekreaci ROH a poté na lázeňskou rekreaci.⁴⁶

Z pohledu celosvětového cestovního ruchu 22 – 24 % všech příjezdů tvoří právě senioři. V ČR je tento podíl odhadován na 12 – 14 % s nepatrnými ročními přírůstky.

⁴⁵ ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. *Demografie* [online]. © 2012 [cit. 2013-11-30]. Dostupné z: [http://www.czso.cz/csu/2012edicniplan.nsf/t/FE0041432A/\\$File/e-1417-12_De.pdf](http://www.czso.cz/csu/2012edicniplan.nsf/t/FE0041432A/$File/e-1417-12_De.pdf)

⁴⁶ MAG CONSULTING. *Rok 2000 – rok vzniku seniorského cestovního ruchu u nás.* [online]. © 2000 [cit. 2013-11-10]. Dostupné z: http://www.cot.cz/data/cesky/00_11/11_stat_2.htm

Překvapující informací nebude, že senioři západní Evropy cestují častěji díky vyšším příjmům. Český senior dosahuje v průměru pouze třetiny ročního příjmu v porovnání se seniorem německým, což se také podepisuje na jeho výdajích za cestovní ruch.⁴⁷ Zajímavým faktem je, že v letech 2006 – 2011, kdy cestovní ruch zasáhla světová ekonomická krize, byla věková skupina osob nad 65 let jednou z mála, kterou krize v podstatě zásadně neovlivnila. V tomto období počet turistů klesl ve všech věkových skupinách, výjimkou však byli právě osoby starší 65 let. Ze statistických údajů společnosti Eurostat vyplývá, že v roce 2011 se počet seniorů v cestovním ruchu zvýšil o 10 % oproti roku 2006. Také počet cest seniorů se zvýšil o 29 % a o 23 % narostl počet přenocování oproti roku 2006. V roce 2011 cestovní výdaje evropských seniorů vzrostly o 33 % a tvořily tak 20 % všech výdajů Evropanů na cestování ve srovnání s 15 % v roce 2006. Dále z průzkumu vyplývá, že ze všech účastníků cestovního ruchu, kteří v roce 2011 uskutečnili alespoň 1 delší cestu (4 a více přenocování) bylo 17 % osob starších 65 let. V roce 2006 to bylo 15 %. Senioři také tráví na cestách více času než jiné věkové skupiny. V roce 2011 na delších cestách měli nocleh průměrně na 26,1 noci. Ostatní cestující přenocovali jen 21,2 noci. Dalším důležitým rysem starších turistů je fakt, že jejich průměrná dovolená trvá nejdéle ze všech věkových skupin. Průměrná doba trvání cesty seniorů nad 65 let byla 11,0 noci, u zbytku populace cesta trvala 9,8 noci. Senioři upřednostňují domácí dovolenou před zahraniční. Z průzkumu vyplývá, že v roce 2011 65 % delších dovolených (tzn. 4 a více noci) bylo uskutečněno v rámci domácího cestovního ruchu a 35 % v rámci zahraničního cestovního ruchu. Průměrné výdaje na jednu cestu činily 586 EUR/os.⁴⁸

2.4 Senior a jeho věkové vymezení

Nejprve je třeba podotknout, že vnímání pojmu senior je velmi nejednotné, mnohdy se setkáváme s výrazem důchodce. Avšak tyto dva pojmy by neměly být zaměňovány.

⁴⁷ *Seniorský cestovní ruch je na vzestupu*. [online]. © 2012 [cit. 2013-11-10]. Dostupné z: [http://vyhledavani.ihned.cz/index.php?p=00000S_d&&article\[id\]=57803420&article\[what\]=senior+senior+senior%F9+dovolen%E1+turismus+cestov%E1n%ED&article\[sklonuj\]=on](http://vyhledavani.ihned.cz/index.php?p=00000S_d&&article[id]=57803420&article[what]=senior+senior+senior%F9+dovolen%E1+turismus+cestov%E1n%ED&article[sklonuj]=on)

⁴⁸ Stárnutí obyvatelstva a cestovní ruch v Evropské unii. *COT Business*. 2013, č. 7/8, s. 94. ISSN 1212-4281.

Seniorský cestovní ruch je v zahraniční literatuře označován různými názvy např. senior tourism, mature age tourism či third-age tourism. Dále se můžeme setkat s pojmy grey population, third-age tourists, senior citizen či woopies. Některé výrazy mohou být spíše nelichotivé a jsou vymyšleny na základě fyzické podobnosti, absence práce či rodiny. V české literatuře se setkáváme s pojmem šedá turistika či turisté třetího věku, což je vlastně překlad výše uvedených anglických pojmů grey population a third-age tourists.

Senioři jsou v odborných publikacích vymezení zejména na základě věku. Můžeme se setkat s vymezením, že stáří začíná od 50. roku života, až po vymezení, že začíná od 65. roku života. Reidl zmiňuje rozlišování starších lidí v závislosti na věku na dvě skupiny. První z nich jsou tzv. „mladí staří“ ve věku do 70 let, druhou skupinu tvoří tzv. „staří staří“, kteří již hranici 70 let věku překročili.⁴⁹ Haškovcová používá členění pro druhou polovinu lidského života na kategorie 45 - 59 let a označuje jí jako střední nebo též zralý věk, kategorii 60 - 74 let jako vyšší věk nebo rané stáří, kategorii 75 - 89 let značí jako stařecký věk nebo také vlastní stáří a od 90 let se jedná o dlouhověkost. Haškovcová též uvádí, že v běžném životě je za starého člověka považován každý, kdo dosáhl penzijního věku. I přes rozdíly penzijních systémů mezi jednotlivými státy je jím zpravidla 65 letý občan. Proto se také rané nebo začínající stáří datuje do věkového pásma 65 – 74 let, což odpovídá představě tzv. „mladých seniorů“. V odborné literatuře se právě pro ně vyskytuje označení „young old“ nebo jen „old“, zatímco pojem „old old“ je přisuzován osobám starším 75 let, resp. 80 let. Kdo překročil 85. rok věku, je označován jako „very old old“, tedy doslova „velmi staří staří“, neboli dlouhověký.⁵⁰

Ohledně určení hranice stáří tedy nepanuje zcela jednoznačná shoda. Někdy bývají za seniory označovány už osoby nad 50 let věku, ve většině případů se hovoří o skupině 60 či 65 let a více. Z hlediska důchodového pojištění je seniorem člověk starší 65 let. V českých a evropských statistikách jsou za seniory také považovány osoby ve věku

⁴⁹ REIDL, A. *Senior - zákazník budoucnosti: marketing orientovaný na generaci 50+*. Brno: BizBooks, 2012, s. 203-204. ISBN 978-80-265-0018-6.

⁵⁰ HAŠKOVCOVÁ, H. *Fenomén stáří*. 2. vyd. Praha: Havlíček Brain Team, 2010, s. 20-21. ISBN 978-80-87109-19-9.

65 let a více. Podle kritérií Organizace spojených národů (OSN) se za seniory také považuje skupina osob starší 65 let. V cestovním ruchu se většinou jedná o rozdělení z hlediska věku nad 55 let nebo nad 60 let, přičemž existují ještě dílčí skupiny 55 – 64 let, 65 – 74 let a nad 75 let. S tímto rozdělením budu pracovat i v dalších částech této práce. Právě proto, že člověk stárne postupně a přechody mezi jednotlivými definovanými obdobími jsou nezřetelné, je vhodné používat v poslední době oblíbené označení 50+, 60+, 70+ atd. Tato označení jsou vyhovující z praktických i společenských důvodů.⁵¹ Je zajímavé uvést názor samotných občanů, který se s tzv. administrativní hranicí zcela neshoduje. Data z reprezentativních výzkumů docházejí spíše k vyšší hranici stáří. Dle průzkumu z roku 2008, který se týkal postoje české populace k seniorům, je za seniora považován člověk nad 60 let.⁵² Rabušic ve svém výzkumu zjistil, že dle mínění respondentů starších 50 let, se člověk stává starým až kolem 67 let. Vnímání věku, kdy se člověk stává starým, je také závislé na samotném věku posuzujícího. Mladí lidé určují hranici stáří níže, než lidé starší.⁵³

2.5 Segmentace seniorského cestovního ruchu

Aby mohli poskytovatelé služeb cestovního ruchu specifikovat svoji nabídku a cíleně ji poskytnout správnému zákazníkovi dle jeho přání a požadavků, je zapotřebí použít segmentaci trhu, která rozděluje trh na jednotlivé části neboli segmenty. Segment je určitá zákaznická skupina, jež má společné zájmy a potřeby. Segmentem trhu cestovního ruchu je seniorský cestovní ruch. Ten můžeme dále dělit dle různých kritérií, kterými jsou především věk, výše příjmů a životní styl. Dle věku můžeme seniory členit na 3 skupiny. První jsou „mladší senioři“ ve věku od 55 do 64 let, kteří se málo liší od běžné populace. Většinou se jedná o dosud pracující seniory, jimž příjmy umožňují věnovat se svým koníčkům, tedy i cestování. Preferují rekreační, regenerační a zejména

⁵¹ HAŠKOVCOVÁ, H. *Fenomén stáří*. 2. vyd. Praha: Havlíček Brain Team, 2010, s. 21. ISBN 978-80-87109-19-9.

⁵² KOTÍKOVÁ, H. *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. Praha: Grada Publishing, 2013, s. 153. ISBN 978-80-247-4603-6.

⁵³ VOHRALÍKOVÁ, L. a L. RABUŠIC. *Čeští senioři včera, dnes a zítra*. Praha: VÚPSV, 2004, s. 6. ISBN 20041222.

zábavnou funkci dovolené. Vědí co chtějí, jsou náročnější a nákup zvažují z hlediska poměru kvalita - cena. Druhá skupina zahrnuje „starší seniory“ ve věku mezi 65 – 74 lety. Patří sem většinou již nepracující senioři v důchodu s dostatkem volného času v průběhu celého roku. Preferují zdravotní a nenáročnou dovolenou v bližších destinacích. Mají též chuť si doplnit poznatky z některých oborů souvisejících s cestováním např. geografie, historie, proto je pro ně vhodný poznávací typ zájezdů.⁵⁴ Charakteristickým znakem je šetrnost a zvažování nutnosti výdajů. „Nejstarší senioři“ ve věku 75 let a více již zpravidla mají určitá omezení dosavadního způsobu života zejména z důvodu zdravotních problémů. Vliv na chuť k cestování může mít též ztráta životního partnera, osamělost a špatná finanční situace. Fyzické a psychické kondici seniorů v této věkové skupině je třeba přizpůsobit zaměření zájezdu a jeho program.⁵⁵ Jedná se více o zdravotní a nenáročnou dovolenou, senioři preferují kratší vzdálenosti, domácí destinaci, bezbariérové ubytování, dle zdravotního stavu dietní stravování a pokud možno výhodnou kombinaci ceny a služeb.⁵⁶ Z výše uvedeného vyplývá, že senioři nejsou homogenní skupinou segmentu. V jednotlivých věkových skupinách existují rozdíly v přístupu k cestování, přičemž největší rozdíly nalezneme u věkové kategorie 65 – 74 let a nad 75 let.

Dále můžeme seniory dělit na dynamické a pasivní. Dynamičtí senioři mají dobrou fyzickou kondici a zdravotní stav a nevyžadují žádné specifické podmínky, avšak někdy mohou přeceňovat svoje možnosti. Pasivní senioři vyžadují pomoc a podporu při zájezdu.⁵⁷ Cestovní ruch seniorů je též možné členit z hlediska rodinného stavu, kdy rozlišujeme seniorské páry a osamocené seniory. Na trhu cestovního ruchu patří seniorské páry mezi nejatraktivnější cílovou skupinu, jelikož již mají samostatné děti, splacené hypotéky a půjčky a zpravidla dostatek finančních prostředků. Chtějí si ještě užít blízkosti partnera předtím, než je začnou trápit zdravotní problémy.

⁵⁴ KLUFOVÁ, R. Cestovní ruch seniorů v ČR. *Studia turistica*. 2011, č. 2, s. 24. ISSN 1804-252X.

⁵⁵ Tamtéž, s. 24.

⁵⁶ DROBNÁ, D. a E. MORÁVKOVÁ. *Cestovní ruch pro střední školy a pro veřejnost*. 2. vyd. Praha: Fortuna, 2010, s. 135-136. ISBN 978-80-7373-079-6.

⁵⁷ KOLEKTIV AUTORŮ. *Cestovní ruch pro všechny*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj České republiky, 2008, s. 40. ISBN 978-80-7399-407-05.

2.6 Specifické rysy seniorského cestovního ruchu

Stejně jako ostatní tržní segmenty se i senioři vyznačují určitými společnými rysy, které jsou pro ně v souvislosti s cestováním charakteristické. Senioři cestují nejen v hlavní sezoně, ale i v mimosezónním období. Někteří upřednostňují právě mimosezónní období zejména z důvodu mírnějších teplot v destinaci, nižší ceny a většího klidu od rodin s dětmi či skupin mládeže. Senioři si rádi připlatí za kvalitnější služby a upřednostňují nákup zájezdu předem, čímž se řadí k ideálním klientům pro nabídky typu „first minute“. Zřídka využívají možnosti rezervace zboží nebo služeb přes internet, preferují spíše kamennou prodejnu a osobní doporučení prodejce. Vyžadují před samotnou cestou i v jejím průběhu dostatek přehledných a přesných informací a předpokládají pečlivou a důkladnou organizaci zájezdu bez stresových situací. Senioři nemají rádi změny v objednaných službách a o případných změnách potřebují být informováni s dostatečným předstihem.⁵⁸ Mnohdy cestují s rodinou, vnoučaty nebo s jiným doprovodem. Patří k rizikovějším skupinám turistů z hlediska možných zdravotních obtíží nebo úrazu. Upřednostňují organizované cestování ve skupině před individuálním hlavně z důvodu pocitu bezpečí a pečlivě vybírají cílovou destinaci s ohledem na bezpečnost země a možná zdravotní rizika plynoucí z pobytu v dané zemi. Obecně jsou senioři skupinou zkušenějších cestovatelů a kladou mimo jiné důraz na kvalitu a pohodlí, upřednostňují např. lety bez přestupů, bezbariérové pokoje a krátkou vzdálenost na pláž. V případě pozitivních zkušeností z minulých cest senioři uskutečňují i opakované návštěvy stejných míst.⁵⁹

2.7 Formy seniorského cestovního ruchu

K nejčastějším formám cestovního ruchu, kterých využívají senioři, patří rekreační cestovní ruch v přímořských letoviscích, zdravotní a lázeňský cestovní ruch za účelem

⁵⁸ KOTÍKOVÁ, H. *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. Praha: Grada Publishing, 2013, s. 159. ISBN 978-80-247-4603-6.

⁵⁹ BALEJOVÁ, M. *Trendy cestovního ruchu v Evropě*. [online]. © 2003 [cit. 2013-12-06]. Dostupné z: <http://czechtourism.cz/files/statistiky/etctrendy.pdf>

preventivní nebo regenerační lázeňské léčby, případně za účelem vykonání lékařského zákroku (i z oblasti plastické chirurgie). Senioři využívají i určitých forem sportovního cestovního ruchu, především pěší turistiky, plavání nebo nenáročné cykloturistiky. Překvapivě v poslední době roste počet seniorů, kteří cestují za účelem zapojení se do aktivního sportovního nebo i dobrodružného cestovního ruchu. Je to dáno dobrou fyzickou kondicí a také životním stylem současných seniorů, kteří byli zvyklí se v mládí i v produktivním věku aktivně věnovat sportu. V rámci dobrodružného cestovního ruchu se jedná zejména o aktivity nevyžadující zvláštní dovednosti a většinou se uskutečňují pod vedením zkušených instruktorů. Účastníci sice subjektivně vnímají určitou možnost nebezpečí, ale objektivně je míra rizika minimální. Jedná se např. o rafting, golf, jízdu na koni či potápění. Senioři při těchto činnostech mají pocit, že jsou mladí a že ještě něco dokážou.⁶⁰ Kulturní cestovní ruch bývá směřován především do hlavních evropských měst. Poznávací cestovní ruch bývá obvykle realizovaný ve formě autokarového popř. leteckého zájezdu. Senioři se účastní i náboženského cestovního ruchu obvykle v rámci poutních akcí či nákupního cestovního ruchu do sousedních zemí.⁶¹ V posledních letech se stávají populární okružní plavby zejména po Středomoří. Domnívám se, že pro seniory je tento typ dovolené ideální z důvodu pohodlí, nemusí si každý den balit zavazadlo a přesouvat se do jiné cílové destinace jako v případě autokarového zájezdu, a přitom každý den vidí jiné místo a zemi. Na lodích bývá kompletní servis, plná penze servírovaná či formou bufetu. Senioři se můžou v průběhu plavby bavit při animačních programech, tanci, v divadle nebo odpočívat u bazénu. Tento typ dovolené není cenově příliš dražší než např. letecká dovolená u moře, pokud je zakoupen v časovém předstihu. Za určitou formu seniorského cestovního ruchu můžeme považovat i návštěvu příbuzných a známých a to z důvodu potřeby speciální péče nebo pomoci, kterou starším lidem zajistí jejich příbuzní, ale také z důvodu finančního, jelikož bývá levnější ubytovat se u příbuzných či přátel než v hotelu.

⁶⁰ KOTÍKOVÁ, H. *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. Praha: Grada Publishing, 2013, s. 159. ISBN 978-80-247-4603-6.

⁶¹ KOLEKTIV AUTORŮ. *Cestovní ruch pro všechny*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj České republiky, 2008, s. 39. ISBN 978-80-7399-407-05.

2.8 Motivace seniorů k cestování

Motivaci v cestovním ruchu tvoří kombinace vnitřních i vnějších podnětů vedoucích k realizaci cestování u každého účastníka cestovního ruchu.⁶² Uvědomění si potřeb a přání, které determinují motivaci návštěvníka, předchází samotné účasti na cestovním ruchu. Zvláště u seniorů musí být motivace velmi silná a to zejména proto, že tato skupina obyvatelstva bere větší ohled na svůj zdravotní, sociální a finanční stav. Motivace seniorů pro účast na cestovním ruchu je stejně jako u ostatních věkových segmentů velmi rozmanitá. Mezi nejčastější motivy patří poznání, odpočinek a relaxace, návštěva příbuzných a známých, nákupy, ale objevuje se i nostalgie či péče o zdraví. Je třeba zmínit, že motivy k cestování se také liší dle pohlaví, věkové kategorie či zdravotního a finančního stavu. Starší lidé mají také touhu poznávat svět, získávat nové zážitky, uskutečňovat aktivity, které by je naplňovaly, dokud jsou toho ještě fyzicky a psychicky schopní.

Přestože lidem po odchodu do důchodu příjmy obvykle klesají, většina z nich vlastní relativně velkou část volně použitelného důchodu, protože již neinvestují peníze do vybudování domova, děti na nich už nejsou finančně závislé, případné půjčky či hypotéky již bývají splacené a disponují určitými úsporami. Lidé v seniorském věku většinou žijí velmi skromně, a tak si mohou dovolit investovat část svých finančních prostředků právě do cestování.⁶³ Na druhou stranu starší obyvatelé jsou velmi citliví na růst cen zboží, zejména na ceny bydlení, energií a potravin a patří do skupiny spotřebitelů, která nejvíce zohledňuje poměr cena - kvalita.⁶⁴

Segment seniorů disponuje větším fondem volného času a z něho plynoucí vyšší časovou flexibilitou. Nejsou odkázáni na termín dovolené a jsou ochotni cestovat

⁶² ZELENKA, J. a M. PÁSKOVÁ. *Výkladový slovník - cestovní ruch*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj České republiky, 2002, s. 183. ISBN 80-239-0152-4.

⁶³ KOTÍKOVÁ, H. *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. Praha: Grada Publishing, 2013, s. 157. ISBN 978-80-247-4603-6.

⁶⁴ MAG CONSULTING. *Rok 2000 – rok vzniku seniorského cestovního ruchu u nás*. [online]. © 2000 [cit. 2013-12-01]. Dostupné z: http://www.cot.cz/data/cesky/00_11/11_stat_2.htm

i mimo hlavní sezónu, čímž mohou snížit negativní aspekty sezónnosti.⁶⁵ Motivem k cestování tedy může být smysluplné využití volného času. Dalším motivem je vzdělávání, jelikož senioři mají zájem o spojení využití volného času se vzdělávacími aktivitami, poznáváním a tvořením.

Zájem o zdraví a zdravý životní styl se také odráží v cestování seniorů. Senioři od cestování očekávají zlepšení fyzického a duševního zdraví. Rádi využívají lázeňských a wellness pobytů nejen v ČR, ale navštěvují i termální lázně v sousedním Slovensku a Maďarsku. V poslední době zejména finančně dobře zajištění senioři cestují do zahraničí, aby podstoupili např. plastické operace či stomatologické zákroky, které jsou levnější, dostupnější či kvalitnější, než v jejich domovské zemi.

Významným motivem účasti na cestovním ruchu je také socializace, protože společenský aspekt cestování je velmi důležitý. Cestování je jednou z možností, jak překonat u starších lidí osamělost, umožňuje navázat a poté i udržovat kontakt s jinými lidmi. Důležité jsou společné zážitky a sdílení společných emocí.⁶⁶

2.9 Překážky v cestování seniorů

Mluvíme-li o motivech seniorů k cestování, je třeba zmínit i faktory, které je naopak omezují či dokonce nedovolují cestovat. Zdraví je základním předpokladem pro všechny činnosti, tedy i pro cestování. Ve vyšším věku se zdraví zhoršuje, začínají se objevovat pohybová omezení, nutnost pravidelně užívat léky či docházet na lékařská vyšetření, narůstá obava z budoucího vývoje zdravotního stavu a možnosti absolvovat cestu. Dalším předpokladem pro cestování jsou finanční zdroje. Přestože je možné cestovat levně v rámci domácího cestovního ruchu a využívání vlastního ubytování a stravování na chatách a chalupách nebo u příbuzných a přátel, určité množství finančních prostředků pro cestování je zapotřebí. Ty se však části seniorů nedostávají.

⁶⁵ KOLEKTIV AUTORŮ. *Cestovní ruch pro všechny*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj České republiky, 2008, s. 39. ISBN 978-80-7399-407-05.

⁶⁶ KOTÍKOVÁ, H. *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. Praha: Grada Publishing, 2013, s. 160. ISBN 978-80-247-4603-6.

Z tohoto důvodu vznikají konkrétní programy nabízející zájezdy za zvýhodněnou cenu, které mají seniorům pomoci tuto překážku překonat. Tyto programy budu v další části práce blíže specifikovat. Může se zdát překvapivé a protichůdné proti dříve uvedenému faktu, že senioři mají dostatek volného času, ale někteří necestují právě z pocitu nedostatku času. Je to dáno tím, že potřebují více času z důvodu omezené pohyblivosti a snižující se rychlosti, aby zvládli běžné rutinní povinnosti. Někteří senioři také pomáhají svým dětem nebo vnoučatům, starají se o dům, zahradu a domácí zvířata. Někdy také nemají nikoho, komu by domácího mazlíčka po dobu dovolené svěřili. Absence partnera a společníka na cesty také bývá častým důvodem, proč senioři nechtějí cestovat. Neradi si připlácí za jednolůžkový pokoj. Mimo obav z možného zhoršení zdravotního stavu a zdravotních komplikací, existuje též strach z náročnosti cesty, fyzické a organizační zvládnutelnosti zájezdu. Obavy se můžou týkat i schopnosti dorozumět se v cizí zemi, strachu o vlastní bezpečnost, ztrátu zavazadel apod.⁶⁷

2.10 Programy pro podporu účasti seniorů na cestovním ruchu

Sociální cestovní ruch zahrnující i seniorský cestovní ruch se v poslední době stává hlavním tématem řady konferencí pořádaných OSN, UNWTO a také orgány EU. V oblasti sociálního cestovního ruchu působí řada organizací a orgánů státní správy, které přispívají k jeho rozvoji a umožňují tak stimulovat poptávku seniorů po cestovním ruchu. Sociálně znevýhodněné skupiny obyvatel je možné podporovat prostřednictvím účelových dotací, finančních pomoci či nabídkou speciálních programů. Sociálním, zejména cestovním ruchem seniorů a mládeže se zabývá Mezinárodní organizace pro sociální cestovní ruch (OITS – ISTO). Jedná se o jednu z nejstarších neziskových organizací s působností v 35 zemích, jejímž cílem je zviditelnění cestovního ruchu pro všechny, poskytování informací a výměna zkušeností.⁶⁸ EU se snaží podporovat cestování znevýhodněných skupin obyvatel díky programu Evropské komise Calypso,

⁶⁷ KOTÍKOVÁ, H. *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. Praha: Grada Publishing, 2013, s. 162. ISBN 978-80-247-4603-6.

⁶⁸ *International social tourism organisation* [online]. © 2013 [cit. 2013-12-06]. Dostupné z: <http://www.oits-isto.org/en/index.php?menu=44>

který byl zahájen v roce 2009. Cílem projektu je podnítit spolupráci veřejného a soukromého sektoru na rozvoji sociálního cestovního ruchu v členských státech EU, zvýšit zaměstnanost v EU, posílit evropské občanství a zmírnit sezónnost evropských destinací.⁶⁹

Značnou pozornost sociálnímu cestovnímu ruchu a zejména seniorskému cestovnímu ruchu věnuje Španělsko. Rozvojem a podporou seniorského cestovního ruchu se zabývá od roku 1997 organizace IMSERSO. Organizace se snaží zlepšit kvalitu života starších občanů a zároveň dochází k podpoře ekonomických činností a zaměstnanosti v odvětví cestovního ruchu, zejména mimo hlavní turistickou sezonu.⁷⁰ IMSERSO pomáhá více než 1 milionu lidí (zejména starším občanům) jet na organizované skupinové zájezdy mimo hlavní sezonu. U tohoto programu je zřejmá nejen sociální, ale i ekonomická rentabilita. Stát investuje do programu zhruba 75 milionů EUR ročně, ale pomocí různých daňových mechanismů, zvýšených výnosů z příspěvků na sociální zabezpečení a úspor dávek v nezaměstnanosti program přináší zhruba 125 milionů EUR za rok.⁷¹ Dále se ve Španělsku podporou seniorského cestovního ruchu zabývá organizace Europe Senior Tourism (EST). Od roku 2010 do podzimu 2013 organizace umožnila občanům s trvalým pobytem v EU, kteří jsou starší 55 let, strávit mimo hlavní turistickou sezonu cenově výhodnou dovolenou ve Španělsku. Senioři mohli navštívit Baleárské ostrovy, Andalusii nebo oblast Valencie. Hlavním cílem programu bylo seniorům navrhnout možnost, jak hodnotně strávit dovolenou díky poznání nových destinací a vrstevníků. Dalším cílem bylo čelit problému sezónnosti v cestovním ruchu díky uskutečňování programu v mimosezónním období, zejména v jarních či podzimních měsících a přispět tak k udržení pracovních míst. Španělská vláda poskytovala turistům příspěvek závislý na zemi trvalého pobytu v EU ve výši 100 až 150 EUR na osobu. Zájezd pro seniora 55+, kterého mohla doprovodit 1 osoba

⁶⁹ TAJANI, A. *Calypso – Sociální cestovní ruch umožňuje jet na dovolenou co největšímu počtu lidí* [online]. © 2013 [cit. 2013-12-06]. Dostupné z: http://ec.europa.eu/commission_2010-2014/tajani/hot-topics/tourism/index_cs.htm

⁷⁰ *Imsero. Instituto de Mayores y Servicios Sociales* [online]. © 2009 [cit. 2013-12-08]. Dostupné z: http://www.imserso.es/imserso_06/el_imserso/index.htm

⁷¹ KOLEKTIV AUTORŮ. *Cestovní ruch pro všechny*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj České republiky, 2008, s. 73. ISBN 978-80-7399-407-05.

libovolného věku, zahrnoval leteckou dopravu, transfer z letiště do hotelu a zpět, ubytování v čtyřhvězdičkovém hotelu, plnou penzi včetně vody a vína (v posledním roce programu polopenzi), animační program, výlet (v posledním roce programu bez výletu) a zdravotní asistenci v místě pobytu.⁷² Během 3 let se tohoto programu zúčastnilo více než 120 000 seniorů z 16 evropských zemí. Dotazníkové šetření mezi účastníky ukázalo vysokou spokojenost seniorů a 95 % dotázaných by se programu opětovně zúčastnilo.⁷³ Na program EST nyní navazuje již zmíněný dotační program Calypso.

V ČR je cestování seniorů podporováno zejména v rámci Národního programu podpory cestovního ruchu, jež je jedním z nástrojů implementace Koncepte státní politiky cestovního ruchu České republiky. Hlavním cílem programu je vytvořit nástroj k efektivní podpoře sociálního cestovního ruchu. V roce 2010 byl realizován podprogram Cestovní ruch pro všechny, jehož cílem bylo zachování zaměstnanosti v oblasti cestovního ruchu v souvislosti s aktuální ekonomickou situací ČR, podporování tvorby nových produktů domácího cestovního ruchu a vytvoření vhodných podmínek pro jejich realizaci. Od roku 2011 je podpora poskytována v rámci podprogramu Cestování dostupné všem. Jeho cílem je podpořit podnikatelské subjekty v tvorbě nových produktů cestovního ruchu se zaměřením na specifické cílové skupiny. Podporovanými aktivitami jsou např. rekonstrukce/budování turistických odpočívadel, center služeb pro turisty a hygienického zázemí pro pěší, cyklisty a handicapované turisty, zajišťování ekologických forem dopravy a zpřístupnění atraktivit pro handicapované.⁷⁴

⁷² *Europe Senior Tourism*. [online]. © 2010 [cit. 2013-12-08]. Dostupné z: <http://www.europesenior-tourism.eu/cs/index.html>

⁷³ Europe Senior Tourism anticipates sales of nearly 18 000 packages by May. [online]. © 2010 [cit. 2013-12-08]. Dostupné z: http://www.europesenior-tourism.eu/comun/noticias/Europe_Senior_Tourism_preve_vender_cerca_de_180000_paquetes_hasta_mayo.html

⁷⁴ KOTÍKOVÁ, H. *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. Praha: Grada Publishing, 2013, s. 167-168. ISBN 978-80-247-4603-6.

PRAKTICKÁ ČÁST

3 ANALÝZA POPTÁVKY SENIORŮ PO CESTOVNÍM RUCHU

3.1 Cíl a metodika průzkumu

V úvodu jsme si stanovili hlavní cíl práce, jímž je na základě analýzy poptávky a nabídky na trhu seniorského cestovního ruchu navrhnout doporučení pro tvorbu vhodného produktu a uvést konkrétní návrh produktu určeného pro seniory. V návaznosti na cíl práce jsme definovali 3 výzkumné hypotézy, které vychází z teoretických poznatků chování seniorů. V následující části práce budou tyto hypotézy potvrzeny nebo naopak vyvráceny. Připomeňme si nyní znění jednotlivých hypotéz.

Hypotéza č. 1: Účast seniorů na domácím cestovním ruchu převažuje nad účastí na zahraničním cestovním ruchu.

Hypotéza č. 2: Hlavním motivem účasti seniorů na cestovním ruchu je potřeba rekreace.

Hypotéza č. 3: Při účasti na cestovním ruchu jsou senioři nejvíce limitováni svým zdravotním stavem.

Aby bylo možno provést analýzu poptávky seniorů po cestovním ruchu, bylo nejdříve zapotřebí uskutečnit dotazníkové šetření, jež probíhalo od listopadu 2013 do ledna 2014. V listopadu byl sestaven vlastní dotazník, který byl distribuován v průběhu měsíce prosince. Zpracování dotazníku, vyhodnocení a vyvození závěru proběhlo v lednu. Dotazníky byly náhodným respondentům starším 50 let předány osobně a rozeslány elektronickou poštou. Jednalo se převážně o obyvatele Plzeňského kraje. Dotazník byl distribuován v papírové formě při osobním setkání celkem 90 osobám, ve formě elektronického dotazníku celkem 117 respondentům. Z celkového počtu 207 dotazníků bylo navráceno 121. Z toho 3 dotazníky byly vyřazeny pro více než poloviční neúplnost. Celková návratnost dotazníků tedy činila 57 %, přičemž 68 % navracených

dotazníků bylo z osobního šetření a pouze 32 % z elektronického dotazování. Zcela zřetelně se na návratnost prokázal vliv osobního setkání a předání dotazníku, kdy respondenti měli možnost klást případné doplňující dotazy k uvedeným otázkám. Při osobním setkání je též pro respondenta složitější vyplnění dotazníku odmítnout. Elektronický dotazník, který je zaslaný e-mailem, je snadné odmítnout. Není zapotřebí ani hledat důvod, proč dotazník nelze vyplnit, jednoduše se na e-mail nemusí odpovědět. Je také třeba zohlednit fakt, že starší osoby mají méně zkušeností a znalostí s počítači, elektronickou poštou a vyplňováním dotazníku v elektronické podobě, přestože byl právě z tohoto důvodu dotazník vytvořen co nejjednodušeji v programu Microsoft Word Office se snadnou možností označení odpovědi.

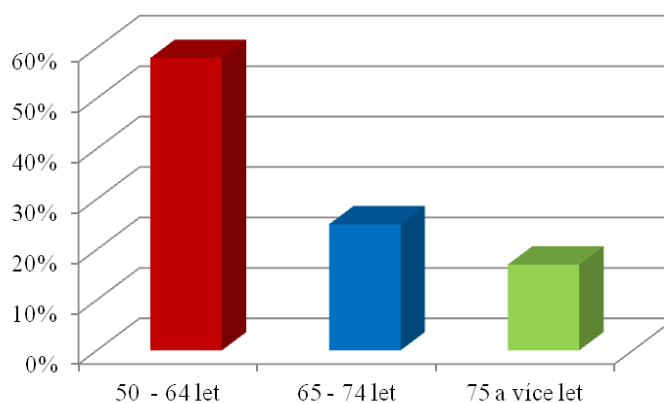
Dotazník se skládal ze dvou částí. Otázky v první části byly identifikačního rázu a zahrnovaly otázky týkající se např. věku, pohlaví či vzdělání respondenta. Druhá část se věnovala samotné problematice seniorského cestovního ruchu. Nacházely se zde otázky, které u respondentů zjišťovaly preference ročního období a místa trávení dovolené, nejčastější motiv cestování či formu výběru zájezdu. Dotazník obsahoval celkem 14 otázek a byl složen převážně z otázek uzavřených, ale zahrnoval i 1 otázku otevřenou. U uzavřených otázek mohli respondenti volit jednu z nabízených možností. Otevřená otázka nabízela dotázaným možnost vyjádřit vlastní názor a přání. Některé dotazníkové otázky budou níže grafickým způsobem zpracovány. Každá z těchto otázek bude doplněna náležitým popisem. Na závěr bude uvedeno celkové shrnutí výsledků průzkumu.

3.2 Charakteristika zkoumaného vzorku

Dotazníkového šetření se zúčastnilo celkem 50 mužů a 68 žen. Přičemž muži tvořili 42 % a ženy 58 % respondentů. Obě pohlaví byli pro vyplnění dotazníku oslovováni rovnoměrně, avšak spíše ženy byly ochotnější dotazník vyplnit. Vzhledem k tomu, že i ženské pohlaví v populaci převažuje nad mužským pohlavím, struktura vzorku celkem odpovídá složení seniorské populace. Pro potřeby dotazníku byli senioři rozděleni do 3 věkových kategorií. Do kategorie 50 – 64 let se zařadilo nejvíce dotázaných (58 %),

do kategorie 65 – 74 let 25 % respondentů a do věkové kategorie 75 let a více spadá 17 % oslovených seniorů. Kategorie 50 – 64 let je v následující části práce také označena jako „mladší senioři“, kategorie 65 – 74 let jako „starší senioři“ a kategorie 75 let a více jako „nejstarší senioři“.

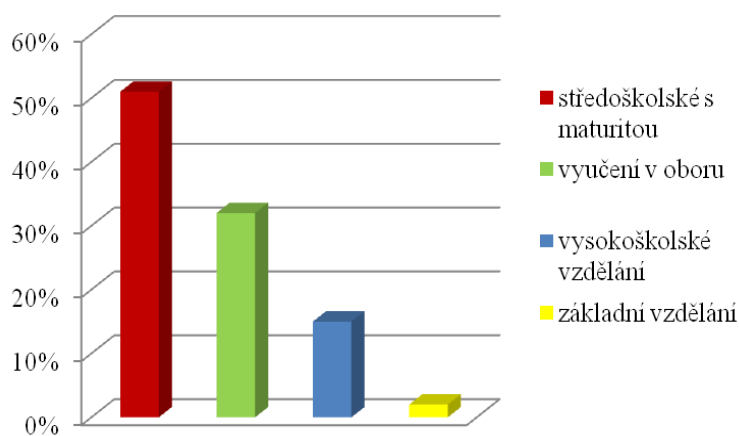
Graf 3: Věkové rozložení respondentů



Zdroj: autor práce, 2014 (vlastní šetření)

Většina respondentů (51 %) má středoškolské vzdělání s maturitou, 32 % dotázaných je vyučeno v oboru a nejméně jsou ve vzorku s 15 % podílem zastoupení lidí s vysokoškolským vzděláním a s 2 % se základním vzděláním.

Graf 4: Vzdělání respondentů



Zdroj: autor práce, 2014 (vlastní šetření)

V dotazníku byla dále zařazena otázka týkající se ekonomické aktivity seniorů. Z uvedených odpovědí vyplynulo, že 52 % dotázaných je stále v zaměstnaneckém poměru, což odpovídá faktu, že v našem dotazníkovém šetření je nejsilněji zastoupena právě věková kategorie 50 – 64 let. V důchodu je 35 % dotázaných, 7 % tvoří podnikatelé/podnikatelky, 5 % respondentů v důchodu stále pracuje a 1 % respondentů je nezaměstnaných.

3.3 Vyhodnocení dotazníkového šetření

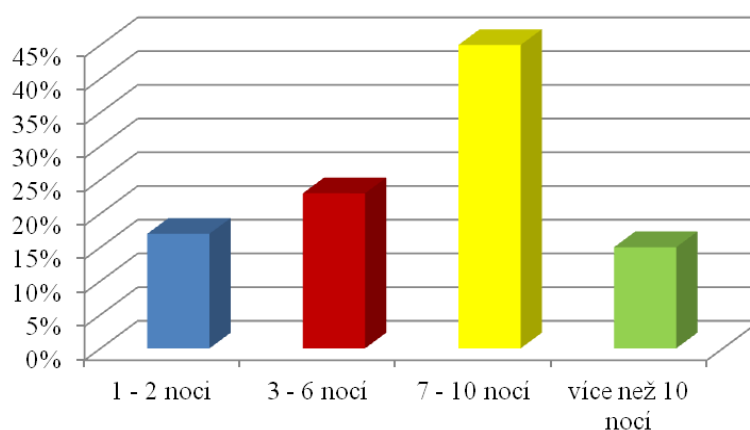
Z průzkumu vyplynulo, že většina respondentů (53 %) upřednostňuje dovolenou v ČR před dovolenou v zahraničí, kterou preferuje 39 % dotázaných. 8 % respondentů uvedlo, že se cestovního ruchu vůbec neúčastní. Nejvyšší zastoupení účasti na domácím cestovním ruchu se objevilo ve věkových kategoriích 65 – 74 let a 75 let a více. Zahraničního cestovního ruchu se převážně účastní osoby ve věku 50 – 64 let. Tyto výsledky potvrzují uvedený fakt, že „mladší senioři“ patří mezi ekonomicky aktivní obyvatele, kteří si díky získání většího množství finančních prostředků, mohou dovolit finančně náročnější zahraniční dovolenou. Také nemívají takové obavy ze svého zdravotního stavu, náročnosti cesty a jazykových schopností jako „starší“ a „nejstarší senioři“.

Seniorská klientela nejčastěji cestuje 1 x za rok (47 %). Cestování 2 x za rok uskutečňuje 31 % dotázaných a cestování 3 x za rok 12 % dotázaných. Dovolenu 1 x za 2 roky si dopřeje 10 % respondentů. Nejčastěji cestují středoškolsky a vysokoškolsky vzdělaní lidé, nejméně senioři se základním vzděláním. Podíváme-li se na věkové rozložení nejčastěji cestujících seniorů, tak ročně nejvíce cest uskuteční věková kategorie 50 – 64 let, následovaná kategorií 65 – 74 let. „Nejstarší senioři“ zpravidla cestují 1 x za 2 roky.

Průměrně senioři tráví na cestách 7 – 10 nocí (45 % dotázaných). Z dotazníkového šetření dále vyplynulo, že senioři upřednostňují spíše kratší dovolené. 23 % dotázaných preferuje dovolenou v rozmezí 3 – 6 nocí, víkendové pobyty pak 17 % dotázaných.

Dovolenou delší než 10 nocí si dopřeje 15 % seniorů. Domnívám se, že většinu těchto respondentů tvoří účastníci lázeňského cestovního ruchu, kteří zpravidla na léčebném pobytu stráví 3 týdny.

Graf 5: Průměrná délka dovolené



Zdroj: autor práce, 2014 (vlastní šetření)

Provedený průzkum potvrdil domněnku, že senioři upřednostňují cestování v období mimo hlavní turistickou sezónu. 39 % seniorů odpovědělo, že cestuje zejména v jarním ročním období, těsně následované podzimním ročním obdobím (36 %). Dovolenou v hlavní letní turistické sezóně tráví 20 % dotázaných a pouze 5 % respondentů v zimní sezóně. Průzkum také ukázal, že preference cestování v mimosezónním období roste s věkem. „Mladší senioři“ spíše cestují v létě, zatímco „starší senioři“ převážně volí jarní či podzimní měsíce. Důvodem může být zejména nižší cena zájezdů či ubytování a také vhodnější klimatické podmínky. Vyšší teploty v letních měsících a přeplněnost letovisek a ubytovacích kapacit odrazují seniory od cestování v hlavní sezóně. Následující tabulka názorně ukazuje procentuální podíl seniorů na cestovním ruchu dle věku v závislosti na hlavní sezóně (léto, zima) a mimosezóně (jaro, podzim).

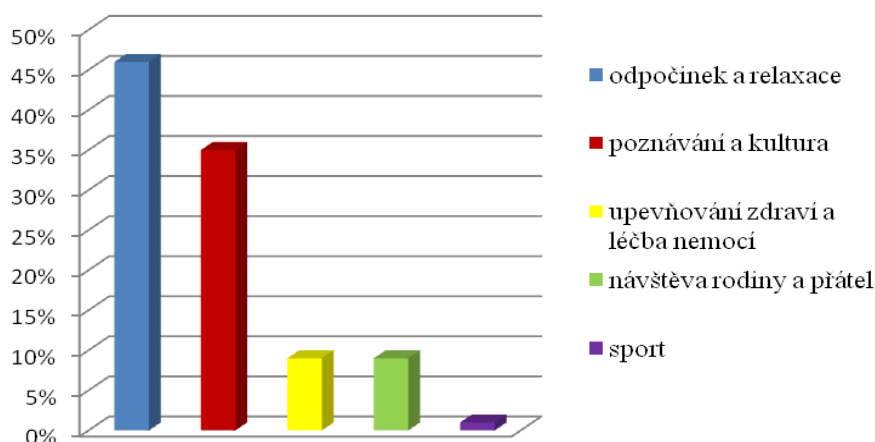
Tabulka 2: Věkové zastoupení seniorů v závislosti na sezoně v %

Věková kategorie	Hlavní sezona	Mimosezóna
50 – 64 let	53 %	47 %
65 – 74 let	23 %	77 %
75 a více let	14 %	86 %

Zdroj: autor práce, 2014 (vlastní šetření)

Z níže uvedeného grafu je zřejmé, že senioři nejčastěji cestují, aby si odpočinuli a relaxovali (46 %). Mezi druhý nejčastější motiv účasti na cestovním ruchu patří poznávání a kultura (35 %). Na třetí pozici se s 9 % shodně umístil motiv upevňování zdraví a léčba nemocí a návštěva rodiny a přátel. Pouze pro 1 % seniorů je největším důvodem cestování sport. Podívejme se nyní na motivy cestování dle jednotlivých věkových segmentů. „Mladší senioři“ upřednostňují relaxaci a odpočinek před poznáváním a péčí o zdraví. Nejméně zmiňovanou odpovědí byla návštěva příbuzných a přátel. „Starší senioři“ opět nejvíce upřednostňují odpočinkovou dovolenou, za kterou následuje dovolená s návštěvou kulturních či přírodních památek. U této věkové kategorie jsme zaznamenali rostoucí zájem o společenská setkávání a zdravotní cestovní ruch. U „nejstarších seniorů“ opět převládá motiv odpočinku a relaxace stejně jako u předchozích dvou segmentů. Druhým nejčastějším motivem účasti je zdraví a léčba nemocí. Cestovní ruch za účelem poznávání a kultury se umístil na třetí pozici.

Graf 6: Nejčastější motiv cestování



Zdroj: autor práce, 2014 (vlastní šetření)

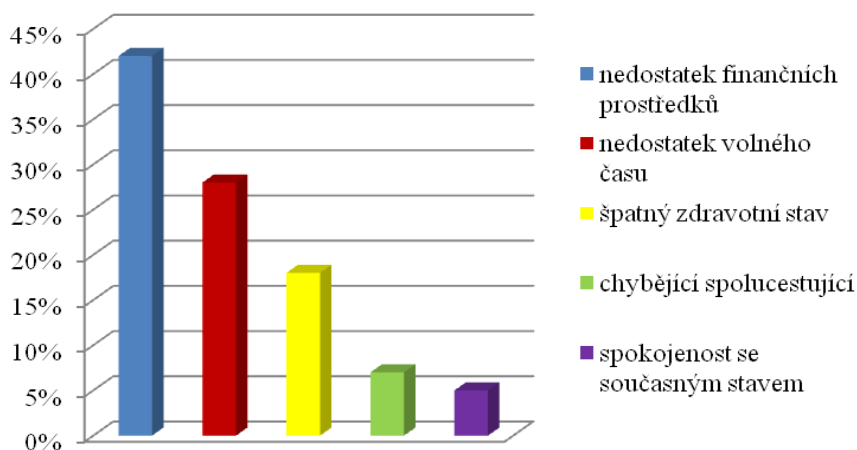
Z dotazníkového šetření vyplynulo, že nejvíce seniorů (43 %) cestuje v doprovodu manžela/manželky či partnera/partnerky. S 30 % následuje cestování v doprovodu dětí nebo vnoučat. Průzkum dokazuje, že senioři neradi cestují sami (2 %), při cestování vyžadují společnost dalších lidí, a proto ve skupině přátel cestuje 12 % seniorů a 11 % cestuje v doprovodu kamaráda/kamarádky. 2 % dotázaných uvedlo, že cestuje buď s Klubem důchodců či Svazem tělesně postižených. Dle porovnání jednotlivých věkových kategorií nejčastěji v doprovodu manžela/manželky či partnera/partnerky cestují senioři ve věku 50 – 64 let, v doprovodu rodiny a ve skupině přátel nejvíce cestuje věková kategorie 65 – 74 let. „Nejstarší senioři“ nejvíce cestují s kamarádem/kamarádkou nebo s různými svazy, které sdružují osoby obdobného věku. Tyto svazy nabízejí kompletní zajištění zájezdu zejména v rámci ČR s ohledem na zdravotní stav a potřeby svých členů.

Převážná většina seniorů (40 %) vybírá svoji dovolenou prostřednictvím CK nebo CA. Avšak i u segmentu seniorů se čím dál více projevuje vliv internetové komunikace, protože 35 % seniorů již hledá bližší informace o své potenciální dovolené na webových stránkách. Nejvíce tuto variantu volí „mladší senioři“, naopak nejméně „nejstarší senioři“. Rad a doporučení známých a rodiny využije 19 % dotázaných a pouze 5 % respondentů ovlivní při výběru dovolené inzerce v novinách nebo časopise. Jinou formu výběru dovolené uvedlo 1 % dotázaných. Jednalo se o vlastní pozitivní zkušenost z minulých let. Zaměříme-li se na organizaci dovolené pomocí CK nebo CA, tak ji nejvíce využívají senioři v případě zahraničního cestovního ruchu. Podíváme-li se na formu výběru dovolené dle věkového složení dotázaných, pak služeb CK a CA nejvíce využívají osoby ve věku 65 – 74 let a 75 a více let, naopak pomocí internetu si dovolenou vybírá převážně věková kategorie 50 – 64 let. Domnívám se, že tato situace je dána jejich větší počítačovou gramotností.

Jako nejčastější důvod neúčasti na cestovním ruchu senioři uvedli nedostatek disponibilních finančních zdrojů (42 %). 28 % dotázaných by cestovalo častěji, kdyby mělo více volného času. Zdravotním stavem je limitováno 18 % respondentů a 7 % dotázaných postrádá spolucestujícího/spolucestující. 5 % seniorů je spokojeno se svojí současnou intenzitou účasti na cestovním ruchu. U „mladších seniorů“ je největší

překážkou chybějící čas, protože většina z nich je stále v pracovním poměru a jsou omezeni disponibilní délkou či termínem dovolené. U seniorů starších 65 let je nejvíce limitujícím faktorem cestování špatný zdravotní stav a nedostatek finančních prostředků.

Graf 7: Překážky v účasti na cestovním ruchu



Zdroj: autor práce, 2014 (vlastní šetření)

Většina respondentů (68 %) nevyužívá produktů cestovního ruchu, které jsou speciálně určené pro seniory. Jen 17 % dotázaných tyto produkty využívá a 15 % dotázaných odpovědělo, že ani neví o jejich dispozici na trhu. Odpovědi na tuto otázku byly překvapivé a změnu této situace by měly podpořit návrhy uvedené v poslední kapitole práce.

Otevřená otázka týkající se konkrétních námětů na vylepšení služeb pro seniory či návrhu produktů speciálně určených pro seniorskou klientelu zpravidla zůstala nezodpovězena. Pouze 8 % respondentů uvedlo konkrétní návrh. Objevily se náměty na poskytování vyšších slev na u zájezdů a ubytování pro seniory, větší množství bezbariérových pokojů, lepší dostupnost cílů cestovního ruchu hromadnými dopravními prostředky, proškolení delegátů/průvodců v oblasti vhodné komunikace se seniory, pořádání svozů na letiště u leteckých zájezdů a u poznávacích zájezdů věnování více času odpočinku.

3.4 Dotazníkové šetření pobytu pro seniory 55+ na Menorce

V souvislosti s výše uvedeným průzkumem je zajímavé zmínit i výsledky průzkumu, který byl proveden přímo u samotných účastníků pobytu pro seniory 55+ na Menorce na podzim roku 2013 CK Delfin travel. Dotazník byl klientům distribuován poslední den 8 denního pobytu v Aparthotelu Blanc Palace, který se nachází 1 km od historického centra Menorcy Ciutadella de Menorca. Dotazník byl zaměřený na samotný pobyt a obsahoval otázky týkající se spokojenosti klientů s kvalitou ubytování a hotelových služeb, stravování, průvodce/delegáta, s organizací a průběhem výletů a celkové spokojenosti s pobytem. Částečně se však dotazník věnoval i průzkumu nákupního chování seniorů. Mimo jiné obsahoval otázky na priority při rozhodování o nákupu dovolené, na způsob výběru a objednání dovolené nebo na destinaci, kterou by si respondenti příště přáli navštívit. Průměrně na otázky odpovědělo 190 respondentů, které však nelze blíže specifikovat, jelikož dotazník neobsahoval identifikační otázky týkající se věku či pohlaví.

K interpretaci výsledků využijí pouze některé otázky, zejména ty, jež se věnují problematice seniorského nákupního chování při výběru dovolené. S kvalitou ubytování a hotelovými službami bylo zcela spokojeno 77,8 % dotázaných, spokojeno bylo 17,5 % dotázaných, jako průměrné ubytovací služby hodnotilo 3,2 % dotázaných, 1,1 % hodnotilo služby jako nedostatečné a 0,5 % jako zcela nevyhovující. S kvalitou stravování bylo zcela spokojeno 78,9 % klientů, 17,4 % bylo spokojeno a 3,7 % respondentů ohodnotilo stravování jako dobré. Taktéž služby průvodce/delegáta, výlety a nabídka letoviska byly hodnoceny velice kladně a proto při celkovém hodnocení pobytu uvedlo 63,5 % dotázaných, že byl perfektní, 35,1 % ho ohodnotilo jako dobrý, pouze 1,4 % respondentů se domnívá, že byl průměrný a nikdo pobyt nehodnotil jako špatný.

Zajímavé jsou odpovědi na otázku týkající se priorit při rozhodování o koupi dovolené. Respondenti měli hodnotit, jak je pro ně při výběru dovolené důležitá samotná destinace, hotel, termín pobytu, cena, počasí či nabídka výletů. Možnosti hodnocení byly v rozpětí od nejdůležitější až po nedůležitě. Z průzkumu vyplynulo, že

nejdůležitější je při výběru pobytu pro seniory samotná destinace, kde budou dovolenou trávit (40,6 %). Dále byla pro seniory nejdůležitější teplota počasí v destinaci (27,5 %), která vlastně souvisí i s termínem pobytu (20,3 %). Výsledek průzkumu potvrdil, že pro seniory je důležité při výběru termínu dovolené předpokládané počasí v destinaci. Nemají rádi vysoké teploty v hlavní sezóně, avšak ani příliš nízké teploty v brzkých jarních měsících či pozdějších podzimních měsících. Překvapivě cena byla nejdůležitější jen pro 19,2 % respondentů. Hotel a jeho služby byl uveden jako nejdůležitější při výběru pobytu u 9,9 % dotázaných. Jen 3,7 % respondentů vybírá svoji dovolenou zejména na základě nabízených výletů. Jiná, než výše uvedená kritéria při výběru dovolené, uvedlo 6,3 % respondentů.

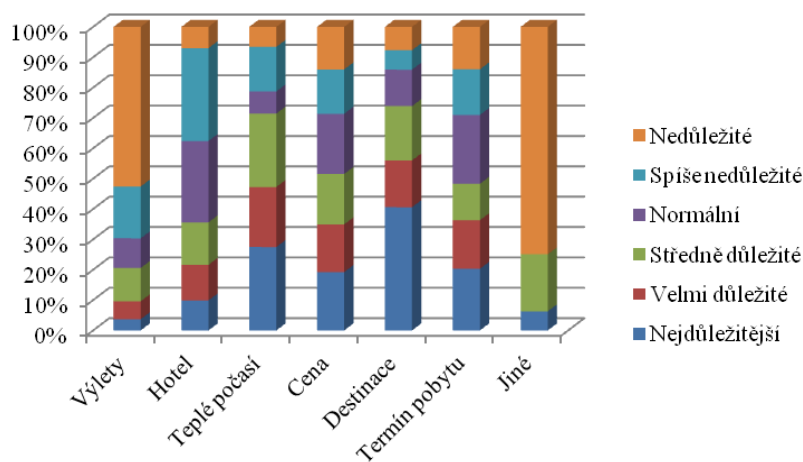
Tabulka 3: Faktory ovlivňující výběr dovolené u seniorů 55+

	Nejdůležitější	Velmi důležité	Středně důležité	Normální	Spíše nedůležité	Nedůležité	Průměr hodnocení
Váha hodnocení	1	2	3	4	5	6	
Výlety	3,7 %	5,9 %	11 %	9,8 %	17,1 %	52,7 %	4
Hotel	9,9 %	11,7 %	14 %	26,8 %	30,6 %	7 %	2,9
Teplé počasí	27,5 %	19,8 %	24,2 %	7,3 %	14,7 %	6,6 %	2
Cena	19,2 %	15,7 %	16,6 %	19,8 %	14,6 %	14 %	2,3
Destinace	40,6 %	15,4 %	17,9 %	12 %	6,4 %	7,7 %	1,7
Termín pobytu	20,3 %	16 %	12 %	22,7 %	15 %	14 %	2,3
Jiné	6,3 %	0 %	18,8 %	0 %	0 %	75 %	4

Zdroj⁷⁵

⁷⁵ Průzkum Menorca 2013, CK Delfin travel (vlastní zpracování na základě průzkumu)

Graf 8: Faktory ovlivňující výběr dovolené u seniorů 55+



Zdroj⁷⁶

Průzkum CK Delfin travel ukázal, že v současné době se internet stává populární i mezi seniory. V okamžiku, kdy se senioři rozhodnou plánovat svoji dovolenou, tak buď sami či s pomocí svých dětí nebo vnoučat získává informace pomocí internetu 48,4 % dotázaných. Služeb CK a CA využije 31,9 % respondentů a 16 % dotázaných se spoléhá na doporučení přátel a známých. Pokud se senioři rozhodnou využít služeb CK či CA, tak 70,9 % je již rozhodnutých o vlastním zájezdu a do těchto provozoven jde pouze z důvodu ověření konkrétních informací. 29,1 % dotázaných před návštěvou CK či CA není rozhodnuto o dovolené a očekává od ní vhodná doporučení.

Klienti by na seniorských pobytech 55+ nejvíce ocenili přednášky o destinaci a místní kultuře (45,7 %). Možnosti sportovních aktivit vhodných pro osoby 55+ (zejména vycházky s průvodcem či lehkou cyklistiku) by preferovalo 24,5 % respondentů. 22,9 % seniorů by ocenilo zábavný program v hotelu v českém jazyce po celou dobu pobytu. Pouze 3,7 % dotázaných by si přálo přednášky o zdraví. Jiné možnosti zábavy volilo 3,2 % respondentů.

Mezi nejoblíbenější zahraniční destinace, které by si senioři dle provedeného průzkumu přáli navštívit, patří Sicílie (14,6 %), Andalusie (11,5 %) a Řecko (10,8 %). Senioři by

⁷⁶ Průzkum Menorca 2013, CK Delfin travel (vlastní zpracování na základě průzkumu)

z nabízených možností chtěli nejméně navštívit Francii, oblast Costa Brava ve Španělsku a také netouží cestovat opět na Menorcu.

3.5 Shrnutí průzkumu

První hypotéza, která vyjadřovala předpoklad, že senioři se spíše účastní domácího cestovního ruchu než zahraničního, se potvrdila. Nadpoloviční většina dotazovaných uvedla, že upřednostňuje domácí cestovní ruch před zahraničním cestovním ruchem. Druhou hypotézu, v níž jsme předpokládali, že hlavním motivem účasti seniorů na cestovním ruchu je potřeba rekreace, jsme také potvrdili. Na základě výsledků průzkumu můžeme konstatovat, že většina respondentů (46 %) cestuje z důvodu potřeby relaxace a odpočinku. Ve třetí hypotéze jsme se domnívali, že senioři jsou při účasti na cestovním ruchu nejvíce limitováni svým zdravotním stavem. Tato hypotéza nebyla potvrzena, jelikož seniory nejvíce omezuje nedostatek finančních prostředků potřebných pro uskutečnění cest. Dále jsou senioři limitováni nedostatkem volného času a až na třetí pozici se objevila zdravotní omezení. Nepotvrzení této hypotézy dokázalo, že zdravotní stav starší generace se stále zlepšuje a k uskutečnění cest jim chybí zejména finance. Změnu této situace by mohly podpořit právě dotace na pobyty pro seniory 55+.

Shrňme-li výsledky provedeného průzkumu, tak můžeme konstatovat, že majoritní skupina seniorů cestuje nejčastěji v rámci domácího cestovního ruchu, v období mimo hlavní turistickou sezónu a v doprovodu manžela/manželky či partnera/partnerky. Dovolenu si zpravidla dopřejí 1 x ročně a stráví na ní 7 až 10 nocí. Informace o možnostech svého pobytu senioři získávají především prostřednictvím CK nebo CA, ale již také hojně využívají internet. Senioři by více cestovali v případě, že by měli větší množství disponibilních prostředků. Převážná většina dotázaných nevyužívá pobytů speciálně určených pro starší generaci a nebo ani neví, že jsou na trhu k dispozici. Při nákupu zájezdu není pro seniora nejdůležitějším aspektem cena, ale samotná destinace, kam bude cestovat a předpokládané klimatické podmínky.

4 ANALÝZA NABÍDKY CESTOVNÍCH KANCELÁŘÍ ZAMĚŘENÝCH NA SENIORY

Senioři představují specifickou skupinu turistů vyžadující speciální nabídku a program odpovídající jejich zdravotnímu stavu a fyzickým možnostem. V současné době je na trhu již dostatek CK a CA, které nabízejí specializované zájezdy přímo pro seniory. Díky nim již senioři nemusí platit vysoký poplatek za jednolůžkový pokoj, hotely jsou vybírány i s ohledem na hůře se pohybující účastníky, programy zájezdů jsou cíleně připraveny právě pro seniory a berou ohled na jejich potřeby, přání a zdravotní stav. Důležitá je i přítomnost vyškoleného delegáta/průvodce, který je empatický, trpělivý, dokáže poskytnout potřebné informace a v případě nouze i první pomoc.

Pro analýzu nabídky CK, které svoji činnost zcela či zčásti zaměřují právě na seniory, jsem vybrala kanceláře s nejširší nabídkou zájezdů pro starší zájemce o cestování. Jedná se o CK Delfin travel, Quality tours, Datour, Conti, OK-Tours a Atis. Po analýze jednotlivých CK bude následovat jejich celkové srovnání a shrnutí.

CK Delfin travel byla založena v roce 2001. Nabízí pro ostatní CK i jednotlivce ubytovací kapacity ve Španělsku, především v oblasti Costa Brava a Menorca, zajišťuje delegátský, průvodcovský a tlumočnický servis, skupinové zájezdy dle požadavků, dopravní služby (letenky, pronájem aut, transfery z/na letiště) a od roku 2011 právě i pobyty pro seniory 55+. V sezoně 2012 nabízela destinace Andalusie – Costa del Sol a Mallorca. V sezoně 2013 svoji nabídku destinací výrazně rozšířila a kromě již zmiňované Andalusie – Costa del Sol a Mallorca nabízela i Andalusii – Costa Tropical, Menorcu, Mar Menor a Sicílii. Pro rok 2014 má v nabídce Andalusii – Costa del Sol, Mar Menor, Menorcu a Sicílii.⁷⁷ Webové stránky této kanceláře jsou www.delfintravel.cz, stránky přímo určené pro pobyty 55+ jsou www.dovolenaproseniory.cz. Tyto stránky jsou poměrně přehledné, mohly by být graficky propracovanější a poutavější. Výběr zájezdu je možný dle destinace a dle termínu. Velkou předností je u každé destinace uvedený dobrovolný pobytový program

⁷⁷ *Delfin travel*. [online]. © 2014 [cit. 2014-01-08]. Dostupné z: <http://www.dovolenaproseniory.cz>

na každý den, který zahrnuje nabídku výletů s uvedenou cenou, ale též aktivity s průvodcem, jež jsou zdarma. Jedná se např. o procházku a seznámení s okolní přírodou, promítání dokumentu o destinaci či ochutnávku místních produktů. Na základě teoretických poznatků seniorského chování, senioři vítají možnost seznámit se s nabídkou výletů dlouhou dobu před odletem. Chtějí vědět finanční náročnost výletů, aby se na tyto výdaje mohli připravit a také rádi plánují využití svého volného času na dovolené. CK Delfin travel pro sezonu 2014 vydala svůj první tištěný katalog s názvem Dovolena pro seniory 55+. Katalog je rozdělený na 4 nabízené destinace. U každé je přehled termínů a cen, tipy na výlety v destinaci, informace o podnebí, přehledná teplotní tabulka vody a vzduchu, podrobné informace o hotelu a jeho fotografie a dobrovolný pobytový program zájezdu. Katalog je přizpůsoben seniorské klientele. Je přehledný, písmo je větší, obsahuje dostatek potřebných informací a dokáže zaujmout na první pohled. Katalog je k dispozici ve virtuální podobě na internetových stránkách, ale většina seniorů spíše ocení možnost zaslání klasického tištěného katalogu. Největší výhodou CK Delfin travel je bezesporu nadstandardní delegátský servis. Zkušený delegát je přímo ubytovaný v hotelu s klienty a je k dispozici 24 hodin denně. Další předností je také nabídka svozů na letiště zejména z Moravy a přítomnost zaměstnance CK u odbavení na letišti, jelikož starší klienti nemají zpravidla příliš zkušeností s cestováním leteckou dopravou a mívají obavy z procesu odbavení na letišti.

Do podzimu 2013, kdy skončil dotační program pobytů pro seniory 55+ EST, byli výhradními zastupiteli a oficiálními partnery programu v ČR pouze kanceláře Delfin travel a Quality tours. Ostatní kanceláře od nich přejímali a nadále přejímají kompletní balíček pobytového zájezdu s netto cenou a doporučenou prodejní cenou, informacemi o produktu a způsobu prezentace ve svých propagačních materiálech.

CK Quality tours byla založena v roce 1999 a od roku 2010 nabízí pro CK i jednotlivce pobyty pro seniory 55+ . V současnosti má nejširší nabídku pobytů pro seniory 55+ na českém trhu. V roce 2014 senioři mohou strávit svoji dovolenou na Kypru, Krétě, Maltě, Madeiře, v Portugalsku, Norsku a Turecku. V Itálii nabízí Neapolský záliv, Kalábrii, Toskánsko, Sicílii, Sardinii, Ischii a oblast Sanrema a Francouzské riviéry. Ve Španělsku je také na výběr několik oblastí a sice Costa Brava, Costa Tropical, Costa de

la Luz, Costa del Sol, Mar Menor, Menorca a Mallorca. V některých destinacích si senioři mohou vybrat z více různých hotelů. Quality tours nově nabízí i několik pobytů 55+ v ČR a autobusové poznávací zájezdy se stewardy. Na výběr je Londýn a okolí, Francouzská riviéra s monackým knížectvím, Švýcarsko s výletem na ledovec, Toskánsko a Ligurie, Kampánie a Řím, Korsika a Sardinie. Stewardi na těchto zájezdech zajišťují stravu formou polopenze a poledního občerstvení a kdykoliv servírují teplé a studené nápoje. Tato služba jistě může seniory oslovit, protože jim díky ní odpadá starost o stravování, která bývá u klasických poznávacích zájezdů. Nemusí se bát, zda v hotelu bude k dispozici restaurace či zda v průběhu dne budou mít rozchod a při něm dostatek času si na jídlo zajít. Někteří senioři také mají problém se v cizí zemi dorozumět a obávají se vysokých cen jídla a pití. Quality tours nabízí zajímavý věrnostní program tzv. „Klub 55+“. Členství v tomto klubu seniorům přinese mimo jiné možnost čerpat výhodné slevy na nabízené produkty dosahující až 15 %.⁷⁸ Webové stránky naleznete na adrese www.qualitytours.cz. Prezentace působí příjemným dojmem a je velmi přehledná. Tato cestovní kancelář se snaží oslovit cílovou skupinu seniorů také prostřednictvím event marketingu. Ve spolupráci se Španělskou centrálou pro cestovní ruch a Institutem regionu Murcie pořádá v několika městech zdarma povídání o středomořské oblasti Murcie. Tato oblast zahrnuje lagunu Mar Menor, která je známá pro své léčebné účinky vody a bahna, výhodou pro seniory je též malá hloubka, klidná hladina, pozvolný vstup do moře a teplejší voda, než ve Středoze­m­ním moři. Součástí prezentací, jež se konají v období ledna 2014, je též ochutnávka místních vín a slosování o zájezd. Období přednášek je vhodně zvolené, vzhledem k tomu, že senioři plánují své letní dovolené s předstihem a zpravidla mimo hlavní sezónu a CK se jim v tomto období může dostat do povědomí a získat v nich své nové klienty. Katalog pobytů 55+ je velmi přehledný, obsahuje informace o destinaci, hotelu, termínech a cenách. Ve srovnání s katalogem CK Delfin travel je méně poutavý, neobsahuje např. informace o teplotách v destinaci a popisy výletů, což seniory často zajímá. Katalog je k dispozici ve virtuální i tištěné formě.

⁷⁸ *Quality Tours*. [online]. © 2014 [cit. 2014-01-10]. Dostupné z: <http://www.qualitytours.cz/zajezdy-pro-seniory-55-plus/?catalogueid=5>

Širokou nabídkou pobytů pro seniory 55+ v zahraničí i v ČR disponuje také CK Datour. Webové stránky této kanceláře jsou www.datour.cz, stránky přímo určené pro pobyty 55+ jsou www.seniorikmori.cz. Stránky jsou přehledné, ne však tak poutavé a graficky propracované jako u Quality tours. V nabídce se kromě tradičních destinací jako je Španělsko – Costa del Sol, Mar Menor, Menorca, Mallorca, Sicílie, Sardinie, Kypr, Kréta, Korfu, Zakynthos a Chorvatsko objevuje i Černá Hora, Turecko, Bulharsko, Tunisko, Portugalsko, Island či Norsko. Nechybí ani poznávací zájezdy do zahraničí vhodné pro seniory a pobyty v lázních v ČR a na Slovensku.⁷⁹ Katalog je k dispozici ve virtuální i tištěné podobě a již titulní strana v modrožluté kombinaci barev s usmívajícími se seniory uprostřed slunce působí velmi příjemně a evokuje pocit spokojené dovolené s touto kanceláří. Katalog je přehledný, obsahuje informace o destinaci, hotelu, termínech a cenách a stručný výčet nabízených fakultativních výletů. Je podobný katalogu cestovní kanceláře Quality tours. Datour nabízí na svých webových stránkách možnost si pomocí zadání inzerátu najít partnera/partnerku pro cestování.

CK Conti byla založena v roce 1990. Specializuje se na lyžařské zájezdy a zájezdy tzv. „na míru“, dále nabízí pobytové, poznávací, cyklistické a turistické zájezdy. Conti disponuje širokou nabídkou pobytů pro seniory 55+ do Albánie, Bulharska, Černé Hory, Chorvatska, na Island, do Itálie – Ligurie, Toskánsko, Kalábrie, Neapol, Ischia, Sicílie, Sardinie, na Kypr, Maltu, do Norska, Pobaltí, Portugalska a na Madeiru, na Korfu, Kos, Krétu, do Tuniska a Turecka. Ve Španělsku nabízí oblast Costa Brava, Costa Tropical, Costa de la Luz, Costa del Sol, Mar Menor, Menorca, Mallorca a Kanárské ostrovy.⁸⁰ Na webových stránkách je možnost nechat si zaslat tištěný katalog poštou, ale bohužel zde není k dispozici ve virtuální podobě. Fotografie u většiny destinací jsou malé bez možnosti zvětšení a rozmazané.

Jako jediná z analyzovaných kanceláří se pouze na seniory specializuje CK OK-Tours, která byla založena v roce 1990. Základní nabídka zájezdů pro starší věk je tvořena produkty CK OK-Tours, kterou doplňuje nabídka spolupracujících CK.

⁷⁹ *Datour*. [online]. © 2014 [cit. 2014-01-10]. Dostupné z: <http://www.seniorikmori.cz/>

⁸⁰ *Conti*. [online]. © 2014 [cit. 2014-01-10]. Dostupné z: <http://www.ckconti.cz/zajejzdy-pro-seniory/>

MMR zveřejnilo v roce 2010 výzvu pro předkládání žádostí v rámci podprogramu Cestovní ruch pro všechny (Národního programu podpory cestovního ruchu na roky 2010 - 2013). CK OK-Tours úspěšně předložila projekt Cestování pro osamělé seniory „Nebojte se cestovat sami!“ a prostředky získané v rámci dotace posloužily k technickému zajištění projektu, základnímu marketingu a částečně byly promítnuty do koncových prodejních cen jako zvýhodnění pro klienty. OK-Tours nabízí jak klasické pobyty pro seniory 55+ do Itálie – Italská riviéra, Kalábrie, Sicílie a Sardinie, na Kypr, do Španělska – Costa Brava, Costa Tropical, Costa del Sol, Mar Menor, Mallorca a Menorca, tak různé formy pobytových zájezdů pro seniory v ČR. Jedná se o programy zaměřené na trénink paměti, pobyty pro diabetiky, kardiaky, pobyty s kulturním programem či pobyty zaměřené na turistiku pro seniory. Senioři si mohou vybrat z pobytu na horách, v lázních či zajímavým způsobem poznávat konkrétní města. U pobytů v Praze se nejedná o klasické prohlídky pamětihodností města, ale zájezd je orientovaný např. na poznávání pražských historických zahrad, významných správních institucí a jejich historických budov nebo divadel před i za kulisami.⁸¹ Webové stránky www.cestovaniproseniory.cz jsou přehledné, jednoduché, mohly by být graficky lépe zpracované a poutavější.

Zvýhodněné pobyty v ČR a na Slovensku pro seniory od 50 let nabízí i CK ATIS pod názvem „Dovolená pro zralý věk“. Mimo nich nabízí dovolenou s různým zaměřením např. dovolenou s pejskem, na rybách, s dětmi, na horách, v termálních lázních apod. Jako většina uvedených CK byla i tato kancelář založena v roce 1990. Dlouholetá specializace na domácí cestovní ruch umožnila CK ATIS to, že nyní představuje jedničku pro tento segment mezi CK v ČR. Webové stránky www.atis.cz jsou poměrně přehledné, ne příliš poutavé a nenabízí možnost prohlédnout si virtuální katalogy. U žádosti o zaslání tištěného katalogu lze objednat pouze katalog „Letní dovolená a Wellness“, ne však katalog s pobyty pro seniory. Nabízené pobyty pro seniory v ČR a na Slovensku v lázních a na horách jsou vhodně a cenově příznivě sestaveny a obsahují určité výhody zdarma. Jedná se např. o zvýhodněné stravování, kdy je dovolená s plnou penzí poskytována za cenu pobytu s polopenzí, popř. pobyt s polopenzí je za cenu pobytu se snídaní. Neúčtuje se příplatek za neobsazené lůžko

⁸¹ *OK-Tours*. [online]. © 2014 [cit. 2014-01-14]. Dostupné z: <http://www.cestovaniproseniory.cz/>

v pokoji, rekreační poplatek, poplatek za pobyt s pejskem, je-li povolen. Zdarma je podávána káva nebo čaj každý pobytový den v době od 15 do 16 hodin. Pokoje pro seniory jsou vyčleněny v klidové části ubytovacího zařízení. Není-li v hotelu výtah, jsou pokoje v přízemí nebo v 1. patře. Pro větší bezpečnost seniorů nabízí koupelny a WC s protiskluzovou podložkou, příp. úchyty s madlem. Vhodnou službou je i odvoz osob a zavazadel k autobusové (vlakové) zastávce ubytovatelem za poplatek. Cenově je zvýhodněno cestování s vnoučaty. Tyto výhody jistě kladně podporují nárůst seniorského cestování. Zajímavá je i nabídka pobytu s názvem „Rekreace ROH – Dovolena jako tenkrát“, kdy senioři rádi s humorem zavzpomínají na minulost. Jedná se o tzv. retropobyty ve stylu odborářských rekreací, kdy klienty čeká pravidelný budíček, rozcvičky, seznamovací a rozlučkový taneční večírek, výlety a vycházky do atraktivit v okolí, rekreační soutěže, brigáda kolem hotelu, zajímavé besedy a zábava pod vedením zkušených kulturních a sportovních referentů (vše je dobrovolné). Pobyty se konají 3 x ročně v zotavovně ve Vysokých Tatrách s dobrým vlakovým spojením.⁸²

4.1 Celkové srovnání analyzovaných cestovních kanceláří

Po představení jednotlivých CK a analýze jejich nabídky pobytů pro seniory 55+ následuje celkové srovnání a shrnutí získaných poznatků. Z pohledu širší nabídky jednotlivých CK hodnotím nejlépe nabídku CK Quality tours následovanou současně CK Conti a Datour. Nejširší nabídkou pobytů v ČR disponuje CK ATIS.

Webová prezentace je nezbytným a důležitým prvkem při propagaci každé společnosti. Zvláště prezentace pro seniory by měla být přehledná, aby senior ihned našel to, co potřebuje. Dále by měla působit optimisticky a evokovat příjemnou atmosféru dovolené, cestování, pohodu a radost. Nejlépe ze všech hodnotím stránku CK Quality tours, které jsou jednoduché, přehledné, na hlavní stránce se nacházejí všechny důležité informace a modrá barva stránek navozuje správnou atmosféru pro výběr dovolené u moře. CK Delfin travel by měla na svých stránkách vylepšit přehlednost a grafickou

⁸² ATIS. [online]. © 2014 [cit. 2014-01-14]. Dostupné z: <http://www.atis.cz>

podobu. Webové stránky CK OK-Tours jsou přehledné, ale měly by být použity spíše jasnější barvy, aby působily veseleji. Z hlediska přehlednosti by neobstály webové stránky CK ATIS, kdy na hlavní stránce je více informací, než je potřeba, vlastní pobyty pro seniory jsou uvedeny pod malým názvem dovolená pro zralý věk v horní části stránek.

Co se týče katalogů, nejlépe se seniorům přizpůsobil katalog CK Delfin travel, který je přehledný, poutavý, jsou zde nezbytně nutné informace, ale navíc jsou uvedeny i možnosti výletů, zajímavosti destinace a teplotní tabulka. Působí příjemným dojmem, jež dotváří zveřejněné fotografie usmívajících se párů seniorů. Vhodné katalogy mají i CK Quality tours a Datour. CK Conti a ATIS bohužel nenabízí katalogy ve virtuální podobě. OK-Tours katalog vůbec nemá, veškeré nabídky umisťuje na své webové stránky, což může být pro některé seniory problém, protože nedisponují připojením k internetu či nemají počítačové znalosti a nemají tak možnost se o této kanceláři a její nabídce dozvědět.

Obzvláště pro seniory, kteří již nemusí mít partnera pro cestování, je důležitá otázka výše příplatku za jednolůžkový pokoj. Proto porovnáme jednotlivé kanceláře i z tohoto hlediska. Nejvýhodnější nabídku u zahraničních pobytů 55+ má CK Delfin travel, která nabízí u všech destinací jednolůžkový pokoj pouze za příplatek 1 500 Kč/pobyt. CK Datour a OK-Tours, které od ní tyto pobyty přejímají mají tedy stejné příplatky. Nejvyšší příplatek za jednolůžkový pokoj, zpravidla až 3 700 Kč/pobyt má Quality tours. Tato CK má sice na titulní straně katalogu uvedenou možnost jednolůžkových pokojů u vybraných destinací do vyčerpání kapacit bez příplatku, ale v katalogu se nám tyto destinace nepodařilo najít, navíc u některých destinací nejsou ani příplatky za jednolůžkový pokoj zveřejněny. CK OK-Tours nabízí jednolůžkové pokoje bez příplatku u tématických pobytů v Praze a CK ATIS u několika pobytů, které je však obtížné na internetových stránkách nalézt.

Pro porovnání cen za pobyt 55+ jsme si zvolili destinaci Menorca, kterou nabízí většina analyzovaných kanceláří, tedy Delfin travel, Quality tours, Conti, Datour a OK-Tours. Z důvodu specializace na domácí cestovní ruch ji nemá v nabídce CK ATIS. Pobyt vždy

zahrnuje zpáteční letenku včetně všech tax a poplatků, transfer v místě pobytu letiště – hotel – letiště, 7 x nocleh ve 4* hotelu, 7 x polopenzi včetně vody a vína, služby delegáta a zákonné pojištění CK proti úpadku. U CK Delfin travel a Datour je navíc v ceně pobytu občerstvení na palubě letadla. U CK Quality tours, Conti a OK-Tours klienti získají navíc 1 x polodenní autobusový výlet. Zvolila jsem období na začátku června. Termíny nejsou u všech kanceláří zcela shodné, u CK Delfin travel, Datour a Conti se jedná o termín 28. 5. – 4. 6. 2014, u ostatních o termín 1. 6. – 8. 6. 2014. Všechny kanceláře tento pobyt nabízejí za stejnou cenu 13 490 Kč pro seniora a též 13 490 Kč pro jeho doprovod. Rozdíl mezi kanceláři je tedy zapotřebí hledat v doplňkových službách. Jak již bylo výše uvedeno, kanceláře Quality tours, Conti a OK-Tours nabízí navíc polodenní výlet. Naopak CK Delfin travel a Datour poskytují občerstvení na palubě letadla při cestě tam i zpět a jednolůžkový pokoj pouze za příplatek 1 500 Kč/pobyt. CK Delfin travel a Datour nabízí možnost zpátečních autobusových svozů na pražské letiště za poplatek, avšak pouze z Moravy. CK Quality tours a OK-Tours zase zvýhodněné zpáteční jízdné vlakem Českých drah z celé ČR včetně dopravy z Hlavního nádraží na letiště a zpět. Klienti CK Datour mohou využít parkování u letiště v Praze za zvýhodněnou cenu 90 Kč/den, při platbě zálohy za zájezd do 30. 3. 2014 je parkování zcela zdarma. U Datouru mají věrní klienti, kteří se již zúčastnili pobytu pro seniory 55+ nebo zájezdu do Rakouska, komplexní cestovní pojištění Kooperativa na celý pobyt zdarma. Na základě výše uvedených poznatků při srovnání jednotlivých CK nabízející pobyty pro seniory 55+ v zahraničí jsme dospěli k závěru, že nejvhodnější je nákup zájezdu u CK Datour. Zejména z důvodu nejširšího množství poskytnutých doplňkových služeb, nejnižšímu příplatku za jednolůžkový pokoj a též největšímu počtu provozoven v různých městech ČR, kde senioři můžou o zájezdu získat více informací a přímo ho zde zakoupit.

5 MOŽNOSTI PODPORY ÚČASTI SENIORŮ NA CESTOVNÍM RUCHU

Podniky cestovního ruchu by si měly plně uvědomit důležitost segmentu seniorů na trhu, jejich potenciál a fakt, že senioři se v budoucnosti stanou díky stárnutí populace jejich hlavním zdrojem příjmů. Proto je již dnes zapotřebí, aby pro seniory připravily odpovídající nabídku, která skutečně odráží jejich potřeby a požadavky. Zároveň však musí odpovídat finančním možnostem starších občanů. Na základě teoretických poznatků týkajících se chování a potřeb seniorů a výsledků průzkumu jsou níže uvedeny návrhy, jak podpořit cestování seniorů.

5.1 Lázeňské služby

Tradiční formou podpory cestovního ruchu seniorů v ČR ze strany zdravotních pojišťoven je příspěvková a komplexní lázeňská péče. Pokud není možné absolvovat lázeňskou léčbu prostřednictvím zdravotní pojišťovny, lázně v současné době nabízejí možnost vybrat si ze široké nabídky léčebných programů, které si účastníci platí sami. Samotná lázeňská zařízení by se měla snažit poskytnout zajímavé a cenově zvýhodněné pobytové balíčky pro seniory, různé relaxační, sportovně zaměřené, redukční, beauty či wellness programy. Zejména senioři tvoří hlavní klientelu lázeňských měst, proto by se města měla mimo jiné zaměřit na poskytnutí odpovídajícího programu pro ně. Je třeba zohlednit, že senioři se rádi setkávají, získávají nové informace a poznatky. Vhodné je např. připravit večery s možností poslechu hudby či tance, nabídnout prohlídku města s výkladem o lázeňských pramenech nebo výlety po památkách a zajímavostech okolí. Je přitom zapotřebí maximálně využít potenciálu města. Pokud se např. v okolí nachází golfové hřiště, uspořádat golfové odpoledne, kdy se senioři seznámí s golfem a golfovou výbavou formou krátkého putování po greenu a zkouškou hry. Vyrábí-li místní podnik zajímavý produkt, uspořádat pro seniory prohlídku podniku s ukázkou výroby, možností si ji vyzkoušet či ochutnat výsledný produkt. Města by se měla soustředit i na rozvoj bezbariérové infrastruktury včetně městské hromadné dopravy, která je zejména pro starší věkové kategorie obyvatelstva důležitá.

5.2 Ubytovací služby

Majitelé ubytovacích zařízení by se měli snažit poznat požadavky seniorů formou dotazníků pro hotelové hosty, vlastního pozorování a předvídání. Důležitá je též zpětná vazba vedení s personálem, zejména s recepční, která má největší kontakt s klienty a zaznamenává jejich přání. Z hlediska přizpůsobení nabídky je potřeba se zaměřit na vybavení hotelu a pokojů pro seniorskou klientelu. Ubytovací zařízení by měla disponovat výtahem a bezbariérovým vstupem, který umožní bezproblémový přístup i handicapovaným či méně pohyblivým občanům. V případě schodů do budovy se může tento problém vyřešit rampou či výsuvnou plošinou. Pokoje by měly být dostatečně prostorné a odpovídající výška postele by měla umožnit snadnější vstávání z ní. Důležité je i vhodné uspořádání a vybavení koupelny a toalety pomůckami umožňujícími jejich snadnější a bezpečnější užívání. U stravovacích služeb je třeba zohlednit fakt, že někteří senioři mívají specifické stravovací návyky nebo jsou limitováni určitými zdravotními omezeními, proto by pokrmy měly být pestré, lehké na strávení a neměla by chybět ani nabídka dietních pokrmů. Seniorům je třeba nabídnout vhodné sportovní aktivity jako Nordic walking s holemi nebo cvičení v bazénu, které příliš nezatěžuje klouby. Neměly by chybět zajímavé aktivity související s primární nabídkou destinace např. návštěvy vinného sklípku/pivovaru s ochutnávkou nebo farmy s ukázkou chovu zvířat či výroby farmářských produktů. Je třeba, aby zaměstnanci recepcie uměli doporučit vhodné turistické, naučné či cyklistické stezky dle požadované náročnosti. Někteří senioři nevlastní či při cestování nevyužívají automobil a proto by ubytovací zařízení mohlo pro ně jako doplňkovou službu organizovat fakultativní výlety s průvodcem po okolních památkách a zajímavostech. Ubytovatel by také měl ve svých propagačních materiálech uvádět informace o dopravním spojení různými prostředky. Pro zvýšení návštěvnosti ubytovacího zařízení, které není přímo dostupné hromadnou dopravou, je vhodné zavést vlastní kyvadlovou dopravu v určitých intervalech od vlakového či autobusového nádraží.

Jelikož většina seniorů již nepracuje, má dostatek volného času a může cestovat i v mimosezónním období, ubytovací zařízení by se měla soustředit na nabízení slev a zvýhodněných pobytových balíčků zejména v tomto období, aby si zajistila celoroční

využití ubytovacích kapacit. Ubytovací zařízení by si měla také uvědomit, že mezi seniory je řada vdovců a vdov, pro které je finančně náročné si připlatit jednolůžkový pokoj, a přestat účtovat či snížit příplatek za neobsazené lůžko. Případně nabízet absenci tohoto příplatku jako speciální akci pro seniory. Vhodným nástrojem zvýšení návštěvnosti by mohl být věrnostní program či zvýhodněná cena ubytování pro seniory. Např. největší český hotelový řetězec Orea Hotels poskytuje Orea Hotels Senior pass, s nímž je možné získat zajímavé slevy na ubytování pro seniory od 55 let.⁸³

5.3 Služby cestovních kanceláří

Z provedeného průzkumu vyplynulo, že senioři spíše před internetem preferují výběr a přímý nákup zájezdu v CK a CA. Ty by jim měly nabízet kompletní balíček služeb, aby již sami senioři nemuseli nic zařizovat. Zájezd by měl zahrnovat komplexní cestovní pojištění, které seniorům dává jistotu péče v případě zdravotních problémů či jiných komplikací a také umožňuje získat část zaplacených peněz zpět při zrušení účasti na zájezdu ze zdravotních důvodů. Pokud zájezd nezahrnuje komplexní cestovní pojištění, pracovníci by měli na tento fakt seniory důrazně upozornit a doporučit doobjednání a připlacení cestovního pojištění. Nabídka v propagačních materiálech by měla být jasně a srozumitelně formulována s dostatečně velkým písmem umožňujícím pohodlné přečtení. U rekreačních pobytů by měla být uvedena přesná vzdálenost od hotelu na pláž a do centra, rušnost letoviska a zmíněny výhody pro seniory např. bezbariérovost hotelu a pokoje. Starší občané také preferují uvedení kompletní ceny zájezdu bez nutnosti objednávání a přičítání dalších jednotlivých položek. Podpořit rozvoj seniorského cestování zajisté mohou i již zmíněné speciální pobyty pro seniory 55+. Seniorům, kteří z různých důvodů nemohou či nechtějí vycestovat do zahraničí na delší dobu, je třeba nabídnout zajímavé jednodenní či vícedenní zájezdy v ČR. Vhodná by byla i podpora mezigeneračního cestování, jelikož mnoho seniorů cestuje nebo by rádo cestovalo i s vnoučaty. Jak vyplynulo z průzkumu, senioři preferují cestování v mimosezónním období. CK by proto měly směřovat svoje zájezdy pro seniory

⁸³ Orea. [online]. © 2014 [cit. 2014-01-18]. Dostupné z: <http://www.orea.cz/cz/orea-hotels-senior-pass>

zejména do období jarních měsíců duben, květen, červen a podzimních měsíců září a říjen. U tohoto segmentu je velice důležitá bezchybná organizace zájezdu, jelikož senioři obzvláště negativně vnímají změny či problémy v průběhu zájezdu. Neméně důležitá je samotná role delegáta/průvodce. Práce se staršími účastníky zájezdu může být náročnější, jelikož senioři mívají určité pohybové či sluchové omezení a vyžadují dostatečnou pozornost. Je zapotřebí s nimi umět vhodně komunikovat, sdělovat jim pouze podstatné informace a poskytnout dostatek času během programu na stravování a odpočinek.

5.4 Další formy podpory účasti seniorů na cestovním ruchu

Různá občanská sdružení a svazy organizují cenově zvýhodněné ozdravné či rekondiční pobyty pro seniory a bezpochyby by v této aktivitě měly pokračovat i v budoucnosti. Svaz tělesně postižených v roce 2013 realizoval projekt "Aktivní senioři - celoroční informační servis pro seniory a vzdělávací semináře k pohybovým aktivitám seniorů" spolufinancovaný ze státního rozpočtu ČR, z prostředků Ministerstva práce a sociálních věcí.⁸⁴ Speciální veletrhy a setkání pro seniory mohou též podpořit účast starší generace na cestovním ruchu, jelikož si zde senioři mohou vyměnit zkušenosti a zbavit se strachu z cestování do cizí země díky informacím od profesionálních pracovníků.

Internet je v současnosti nejrozšířenějším a nejvíce využívaným komunikačním prostředkem a začíná být čím dál více využíván i samotnými seniory. K podpoře cestování by tedy mohly pomoci speciální webové stránky určené pro seniory, jež by uživatelsky odpovídaly jejich potřebám. Byly by graficky přehledně zpracovány a nabízely možnost zvětšení písma. Na stránkách by byly uvedeny informace o CK nabízejících produkty pro seniory, na co se zaměřit při výběru zájezdu nebo co neopomenout při balení zavazadel. CK, lázně či poskytovatelé ubytování zaměřující se na seniorskou klientelu by zde měly prostor pro prezentaci svých produktů. Stránky by

⁸⁴ *Projekt Aktivní senioři*. [online]. © 2014 [cit. 2014-01-18]. Dostupné z: <http://www.svaztp.cz/mpsv/1370>

těž nabízely možnost diskuze, sdílení svých cestovatelských zkušeností a poradnu s odborníkem z Asociace českých cestovních kanceláří a agentur. Byla by zde i možnost najít si pomocí zveřejněných inzerátů spolucestujícího pro osamělé seniory.

Pro rozvoj seniorského cestovního ruchu je také možné využít různých fondů EU. Pomocí operačního programu Lidské zdroje a zaměstnanost by bylo možné získat určité finanční prostředky k zajištění speciálního školení pracovníků cestovního ruchu v oblasti práce se seniorem. Školení by bylo zaměřené zejména na správnou vzájemnou komunikaci. Pracovníci by získali praktické informace v oblasti předcházení popř. řešení problémových situací. Vzhledem k tomu, že senioři patří k rizikovějším skupinám z hlediska různých zdravotních obtíží, součástí školení by byl i základní kurz poskytnutí první pomoci. Při úpravě budovy či pokojů odpovídající potřebám seniorů mohou ubytovatelé požádat o dotaci z Regionálně operačního programu. Tyto programy jsou zaměřeny na vybudování nového ubytovacího zařízení nebo rozšíření a modernizaci stávajícího ubytovacího zařízení za účelem zvýšení ubytovacího standardu.

5.5 Možnosti podpory prodeje seniorských zájezdů cestovní kanceláře Intertrans

Praktickým přínosem této práce může být návrh podpory prodeje seniorských zájezdů pro CK Intertrans. Tato CK má pobyty pro seniory 55+ ve své nabídce od roku 2011 a spolupracuje na nich s CK Delfin travel. V roce 2014 si klienti mohou vybrat z destinací Andalusie – Costa del Sol, Mar Menor, Menorca a Sicílie. CK Intertrans působí na českém trhu již 25. sezónu. V letní sezóně nabízí pobyty ve Španělsku – oblast Costa Brava, Chorvatsku – oblast Makarská riviéra a na Korfu. K dispozici je také široká škála poznávacích, cyklistických, turistických a adventních zájezdů. V zimní sezóně patří Intertrans s nabídkou 25 francouzských lyžařských středisek k největším specialistům na lyžování ve Francii. Velkou předností je kromě mnohaletých zkušeností vlastní vozový park čítající 6 pohodlných autobusů a profesionální tým průvodců a řidičů. V katalogu na rok 2014 CK rozšířila stávající

nabídku oblíbených wellness pobytů a termálních lázní a zájezdů pro rodiny s dětmi za zábavou. V katalogu jsou uvedeny i zájezdy, které provizně prodává jiným CK. Jedná se hlavně o pobyty v Itálii.

V roce 2015 by CK Intertrans mohla do svého nabídkového katalogu zahrnout právě i sekci speciálně určenou pro seniory, jelikož dle provedeného šetření z databáze klientů této CK vyplynulo, že 68 % z celkového počtu klientů tvoří právě senioři nad 55 let, 26 % tvoří klienti od 30 let do 55 let a pouze 6 % mladí lidé do 29 let. Domnívám se, že tento stav je dán tím, že klienti začali s CK Intertrans cestovat ihned po roce 1989, kdy byli ve středním věku a díky profesionalitě a znalostem průvodců a řidičů, propracovaným programům a ochotným zaměstnancům kanceláře se opakovaně každý rok vracejí. Mladá generace si většinou zájezdy zařizuje sama přímo prostřednictvím internetu či vyhledává levné „last minute“ zájezdy, které Intertrans nenabízí.

Do sekce pro seniory bych opět zařadila oblíbené pobyty 55+ v zahraničí. V ceně by byl zahrnut nadstandardní delegátský servis a služby lékaře 24 hodin denně a aktivity s průvodcem/delegátem např. procházky, přednášky o destinaci nebo ochutnávky místních produktů. Domnívám se, že okružní plavba je vhodným řešením, jak strávit svou dovolenou výjimečným způsobem, během pár dnů poznat několik zemí a kultur bez nutnosti každodenních únavných přesunů autobusem a balení zavazadel. Proto bych do sekce pro seniory zařadila právě okružní plavbu po Středozezemním moři. Výhoda této plavby by spočívala v zajištění autobusové dopravy do místa nalodění a zpět a opět v nadstandardních průvodcovských službách po celou dobu plavby, aby i senioři bez jazykových znalostí prožili plnohodnotnou dovolenou. Průvodce by každý večer pořádal informační schůzku, kde by seniorům přeložil do českého jazyka plavební noviny, které obsahují program na další den, nabídku výletů, předpověď počasí apod. Dále by poskytoval průvodcovské služby v místech zastávek, jelikož výlety pořádané plavební společností jsou pouze v anglickém, německém a italském jazyce a jsou velmi drahé. Před začátkem zájezdu by byla uspořádána informační schůzka, kde by senioři získali veškeré potřebné informace týkající se života na palubě, obdrželi by odpovědi na své dotazy a zbavili se tak posledních obav. V této sekci by také byly uvedeny u seniorů oblíbené zájezdy do termálních lázní. Na výběr by byl jednodenní zájezd do termálních

lázní Bad Füssing a vícedenní zájezd do maďarských lázní Zalakaros, Sárvár a Bükfürdő zahrnující odpočinek v lázních, ale i poznávání okolních měst a Budapešti. Nesmí chybět ani pobytově - poznávací zájezd, jelikož senioři mají rádi poznávání, avšak např. týdenní poznávací zájezd s každodenními přesuny může být pro ně příliš náročný. Proto bych volila tuto variantu, kdy se poznávací dny s odpočinkovými budou střídát. Tyto zájezdy by byly směřovány do Itálie a Chorvatska.

Z osobní zkušenosti vím, že senioři by uvítali další slevy pro ně nad rámec slev časových a věrnostních. CK Intertrans by tedy mohla pro osoby starší 55 let poskytnout dodatečnou slevu 3 % nad rámec ostatních slev. Dále by senioři, kteří si zakoupí zájezd přesahující hodnotu 10 000 Kč, mohli čerpat určité slevy na zájezdy do termálních lázní. Z provedeného průzkumu také vyplynulo, že respondenti by uvítali svozy k leteckým zájezdům z více odjezdových míst ČR. Tento fakt by CK Intertrans s vlastním vozovým parkem měla vzít v potaz a tuto službu seniorům v příštím roce začít poskytovat. Případně alespoň nabízet možnost zvýhodněného parkování automobilu na letišti nebo u letiště. Dále by měla více zdůraznit, že pro cestující bez partnera/partnerky nabízí možnost doobsazení pokoje osobou stejného pohlaví bez poplatku. CK Intertrans by také měla začít inzerovat svoji nabídku seniorských zájezdů v časopisech určených přímo pro seniory např. Vital plus, Revue 50plus či Pražský senior.

ZÁVĚR

V posledních letech dochází k postupné proměně životního stylu a s tím souvisejí i nové požadavky na trávení volného času ve spojení s cestováním, což se nepochybně projevuje i v poptávce a nabídce cestovního ruchu. Důraz je kladen nejen na kvalitu poskytovaných služeb, ale zvyšuje se potřeba zábavy a vyhledávání nových a jedinečných prožitků. Zmíněné důvody vedou ke vzniku a rozvoji specifických a pro budoucnost perspektivních forem cestovního ruchu. Jednou z nejperspektivnějších forem se stává právě seniorský cestovní ruch. Tento trend je dán především demografickým vývojem populace. Hlavními důvody pro rostoucí segment seniorů je prodlužující se délka aktivního života, zlepšující se zdravotní stav, narůstající disponibilní finanční zdroje a časová flexibilita seniorů. Veškeré prognózy naznačují nárůst počtu seniorů v cestovním ruchu a s tím souvisejících cestovních výdajů. Je proto nutné, aby subjekty cestovního ruchu na tuto situaci vhodně zareagovaly a nabídka služeb odpovídala svým obsahem zájmům, potřebám, fyzickým a ekonomickým možnostem starší generace.

Všeobecně můžeme uvést, že senioři spíše preferují organizované cestování v mimosezónním období, zejména v domácím cestovním ruchu. Účastní se převážně rekreačního, poznávacího, zdravotního a lázeňského cestovního ruchu. Patří do skupiny spotřebitelů, která nejvíce zohledňuje poměr cena – kvalita. Je třeba poznamenat, že senioři netvoří homogenní skupinu, jejich potřeby a přání se dle věkových kategorií a rodinného stavu liší a je zapotřebí je vhodně segmentovat.

V úvodu práce jsme stanovili cíl, kterým bylo na základě analýzy poptávky seniorů po cestovním ruchu a analýzy cestovních kanceláří zaměřujících se na seniory, navrhnout podnikům cestovního ruchu možnosti podpory účasti seniorů na cestování a uvést doporučení pro tvorbu vhodného produktu. Můžeme konstatovat, že na základě provedených analýz, zhodnocení jejich výsledků a zveřejnění různorodých návrhů, jsme cíl práce naplnili.

Za teoretický přínos diplomové práce považujeme zpracování charakteristiky účastníků seniorského cestovního ruchu a osvětlení současné a budoucí situace na tomto trhu. Praktickým přínosem práce pro samotné seniory jsou informace o cestovních kancelářích poskytujících zájezdy a pobyty pro starší generaci a vzájemné porovnání těchto kanceláří. Pro cestovní kancelář Intertrans mohou být přínosné uvedené tipy při rozšíření a zkvalitnění nabídky zájezdů pro seniory.

Z analýzy poptávky seniorů po cestovním ruchu provedené pomocí dotazníkového šetření vyplynulo, že se senioři nejčastěji účastní rekreačních pobytů, cestují zejména v rámci domácího cestovního ruchu, v období mimo hlavní turistickou sezónu a v doprovodu manžela/manželky či partnera/partnerky. Dovolenu si zpravidla dopřejí 1 x ročně a stráví na ní 7 až 10 nocí. Seniorům v cestování brání zejména nedostatek finančních prostředků. Tuto situaci by částečně mohly zlepšit právě dotované zájezdy pro starší generaci.

Na základě provedené analýzy cestovních kanceláří zaměřujících se zejména na seniory můžeme konstatovat, že na českém trhu působí již poměrně dost cestovních kanceláří s touto specializací. Při porovnání jejich rekreačního pobytu pro seniory 55+ na Menorce jsme došli k závěru, že rozdíl mezi kancelářemi není v ceně samotného pobytu, ale v množství a pestrosti poskytovaných doplňkových služeb.

Práce nabízí možnosti dalšího praktického rozpracování. Na základě uvedených skutečností bychom mohli vypracovat seznam doporučení pro podniky cestovního ruchu, jak by jejich zaměstnanci měli vhodně pracovat a komunikovat se seniory, jelikož zlepšení osobního přístupu a komunikace může být jedním z bodů, jak zvýšit zájem seniorů o cestování a využívání služeb daného podniku. Dále bychom mohli uvést do provozu navrhované internetové stránky speciálně určené pro seniory.

Při zpracování diplomové práce jsme vycházeli především z odborné literatury, statistik zpracovaných Českým statistickým úřadem a oficiálních webových stránek konkrétních organizací, institucí a cestovních kanceláří, jež se problematikou seniorského cestovního ruchu zabývají, ale také z osobní každodenní zkušenosti při práci se seniory.

SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ

Seznam použitých českých zdrojů

- ATTIL, P. a K. NEJDL. *Turismus I*. Praha: Vysoká škola hotelová v Praze 8, 2004. ISBN 80-86578-37-2.
- DROBNÁ, D. a E. MORÁVKOVÁ. *Cestovní ruch pro střední školy a pro veřejnost*. 2.vyd. Praha: Fortuna, 2010. ISBN 978-80-7373-079-6.
- HAŠKOVCOVÁ, H. *Fenomén stáří*. 2. vyd. Praha: Havlíček Brain Team, 2010. ISBN 978-80-87109-19-9.
- HAŠKOVCOVÁ, H. *Sociální gerontologie aneb Senioři mezi námi*. Praha: Galén, 2012. ISBN 978-80-7262-900-8.
- HESKOVÁ, M. *Cestovní ruch pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. 2. vyd. Praha: Fortuna, 2011. ISBN 978-80-7373-107-6.
- KLUFOVÁ, R. Cestovní ruch seniorů v ČR. *Studia turistica*. 2011, č. 2. ISSN 1804-252X.
- KLUFOVÁ, R., J. NÝVLTOVÁ a V. FRANCOVÁ. Senior tourism potencial in the Czech republic. *Geografie pro život ve 21. století: sborník příspěvků z XXII. sjezdu České geografické společnosti pořádaného Ostravskou univerzitou v Ostravě 31. srpna - 3. září 2010*. Ostrava: Ostravská univerzita, 2010. ISBN 978-80-7368-903-2.
- KOLEKTIV AUTORŮ. *Cestovní ruch pro všechny*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj České republiky, 2008. ISBN 978-80-7399-407-05.
- KOLEKTIV AUTORŮ. *Destinační management a vytváření produktů v cestovním ruchu – Cestovní ruch, udržitelný rozvoj a životní prostředí*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj České republiky, 2006.
- KOLEKTIV AUTORŮ. *Jak vypracovat bakalářskou a diplomovou práci*. 5. vyd. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského Praha, 2013. ISBN 978-80-7452-037-2.
- KOTÍKOVÁ, H. *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. Praha: Grada Publishing, 2013. ISBN 978-80-247-4603-6.
- KOZEL, R. et al. *Moderní marketingový výzkum*. Praha: Grada Publishing, 2006. ISBN 80-247-0966-X.
- ORIEŠKA, J. *Kongresový cestovní ruch*. Praha: Idea Servis, 2004. ISBN 80-85970-45-7.
- REIDL, A. *Senior - zákazník budoucnosti: marketing orientovaný na generaci 50+*. Brno: BizBooks, 2012. ISBN 978-80-265-0018-6.

RYGLOVÁ, K. *Cestovní ruch – soubor studijních materiálů*. 3. vyd. Ostrava: Key Publishing, 2009. ISBN 978-80-7418-028-6.

COT Business. Praha: C.O.T. media, 2013, č. 7/8. ISSN 1212-4281.

SVOBODOVÁ, K. Demografické stárnutí a životní podmínky seniorů v České republice. *Dvacet let sociodemografické transformace: sborník příspěvků XL. konference České demografické společnosti*. Praha: Český statistický úřad, 2011. ISSN 0011-8265.

ŠTYGLEROVÁ, T. a M. NĚMEČKOVÁ. Populační vývoj v České republice v roce 2012. *Demografie*. 2013, roč. 55, č. 3, s. 192.

VOHRALÍKOVÁ, L. a L. RABUŠIC. *Čeští senioři včera, dnes a zítra*. Praha: VÚPSV, 2004. ISBN 20041222.

VYSTOUPIL, J. a M. ŠAUER et al. *Geografie cestovního ruchu České republiky*. Plzeň: Aleš Čeněk, 2011. ISBN 978-80-7380-340-7.

ZELENKA, J. a M. PÁSKOVÁ. *Výkladový slovník - cestovní ruch*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj České republiky, 2002. ISBN 80-239-0152-4.

Seznam použitých zahraničních zdrojů

HETTEŠ, M.. *Starnutie spoločnosti: vybrané kapitoly sociálnej práce so seniormi*. Bratislava: Vysoká škola zdravotníctva a sociálnej práce sv. Alžbety, 2011. ISBN 978-80-8132-031-6.

Seznam použitých internetových zdrojů

ATIS. [online]. 2014 [cit. 2014-01-14]. Dostupné z: <http://www.atis.cz>

BALEJOVÁ, M. *Trendy cestovního ruchu v Evropě*. [online]. 2003 [cit. 2013-12-06]. Dostupné z: <http://czechtourism.cz/files/statistiky/etctrendy.pdf>

BERÁNEK, J. *Sociální cestovní ruch*. [online]. 2012 [cit. 2013-11-10]. Dostupné z <http://hotel-spa.ihned.cz/c1-54607020-socialni-cestovni-ruch>

Cestovní ruch, agroturistika: typy, definice, základní pojmy. [online]. 2010 [cit. 2013-11-20]. Dostupné z: http://www.kcilmf.cz/wp-content/uploads/2010/07/Cestovni%20ruch_agroturistika.pdf

ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. *Demografie* [online]. 2012 [cit. 2013-11-30]. Dostupné z: [http://www.czso.cz/csu/2012edicniplan.nsf/t/FE0041432A/\\$File/e-1417-12_De.pdf](http://www.czso.cz/csu/2012edicniplan.nsf/t/FE0041432A/$File/e-1417-12_De.pdf)

- ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. *Projekce obyvatelstva (1950 – 2101)*. [online]. 2013 [cit. 2013-11-25]. Dostupné z: http://www.czso.cz/animgraf/projekce_1950_2101/index.htm
- Conti*. [online]. 2014 [cit. 2014-01-10]. Dostupné z: <http://www.ckconti.cz/zajezdy-pro-seniory/>
- Datour*. [online]. 2014 [cit. 2014-01-10]. Dostupné z: <http://www.seniorikmori.cz/>
- Delfin travel*. [online]. 2014 [cit. 2014-01-08]. Dostupné z: <http://www.dovolenaproseniory.cz>
- Europe Senior Tourism*. [online]. 2010 [cit. 2013-12-08]. Dostupné z: <http://www.europesenior-tourism.eu/cs/index.html>
- Europe Senior Tourism anticipates sales of nearly 18 000 packages by May. [online]. 2010 [cit. 2013-12-08]. Dostupné z: http://www.europesenior-tourism.eu/comun/noticias/Europe_Senior_Tourism_preve_veder_cerca_de_180000_paquetes_hasta_mayo.html
- GOMBITOVÁ, D. *Calypso study on Social Tourism the Czech Republic*. [online]. 2010 [cit. 2013-11-10]. Dostupné z: http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/tourism/files/calypso/country-reports/czech-republic_en.pdf
- Imsero. Instituto de Mayores y Servicios Sociales* [online]. 2009 [cit. 2013-12-08]. Dostupné z: http://www.imsero.es/imsero_06/el_imsero/index.htm
- International social tourism organisation*. [online]. 2013 [cit. 2013-12-06]. Dostupné z: <http://www.oits-isto.org/en/index.php?menu=44>
- Koncepce státní politiky v České republice na období 2014 – 2020*. [online]. 2013 [cit. 2013-11-29]. Dostupné z: <http://www.mmr.cz/getmedia/dac4627c-c5d4-4344-8d38-f8de43cec24d/Koncepce-statni-politiky-cestovniho-ruchu-v-CR-na-obdobi-2014-2020.pdf>
- MAG CONSULTING. *Rok 2000 – rok vzniku seniorského cestovního ruchu u nás*. [online]. 2000 [cit. 2013-11-10]. Dostupné z: http://www.cot.cz/data/cesky/00_11/11_stat_2.htm
- OK-Tours*. [online]. 2014 [cit. 2014-01-14]. Dostupné z: <http://www.cestovaniproseniory.cz/>
- Orea*. [online]. 2014 [cit. 2014-01-18]. Dostupné z: <http://www.orea.cz/cz/orea-hotels-senior-pass>
- Quality Tours*. [online]. 2014 [cit. 2014-01-10]. Dostupné z: <http://www.qualitytours.cz/zajezdy-pro-seniory-55-plus/?catalogueid=5>
- Projekt Aktivní senioři*. [online]. 2014 [cit. 2014-01-18]. Dostupné z: <http://www.svaztp.cz/mpsv/1370>

Seniorský cestovní ruch je na vzestupu. [online]. 2012 [cit. 2013-11-10]. Dostupné z: [http://vyhledavani.ihned.cz/index.php?p=00000S_d&&article\[id\]=57803420&article\[what\]=senior+seniory+senior%F9+dovolen%E1+turismus+cestov%E1n%ED&article\[sklonuj\]=on](http://vyhledavani.ihned.cz/index.php?p=00000S_d&&article[id]=57803420&article[what]=senior+seniory+senior%F9+dovolen%E1+turismus+cestov%E1n%ED&article[sklonuj]=on)

TAJANI, A. *Calypso – Sociální cestovní ruch umožňuje jet na dovolenou co největšímu počtu lidí* [online]. 2013 [cit. 2013-12-06]. Dostupné z: http://ec.europa.eu/commission_2010-2014/tajani/hot-topics/tourism/index_cs.htm

VOGELOVÁ, M. *Cestování seniorů.* [online]. 2009 [cit. 2013-11-29]. Dostupné z: http://czechtourism.cz/files/statistiky/clanky/09_03_09_seniorsky_cr.pdf

SEZNAM ZKRATEK

CA – cestovní agentura

CK – cestovní kancelář

ČR – Česká republika

ČSÚ – Český statistický úřad

EU – Evropská unie

EST – Europe Senior Tourism (Evropský seniorský cestovní ruch)

IMSERSO – Instituto de Mayores y Servicios Sociales (Institut pro seniory a sociální služby)

MMR – Ministerstvo pro místní rozvoj České republiky

OITS – ISTO – International Social Tourism Organisation (Mezinárodní organizace pro sociální cestovní ruch)

OSN – United Nations (Organizace spojených národů)

ROH – Revoluční odborové hnutí

UNWTO – United Nations World Tourism Organization (Světová organizace cestovního ruchu)

SEZNAM GRAFŮ A TABULEK

Seznam grafů

Graf 1: Strom života v roce 2013 a 2060	35
Graf 2: Populace ve věku 65 let a více v jednotlivých státech Evropy v roce 2011	37
Graf 3: Věkové rozložení respondentů	51
Graf 4: Vzdělání respondentů	51
Graf 5: Průměrná délka dovolené	53
Graf 6: Nejčastější motiv cestování	54
Graf 7: Překážky v účasti na cestovním ruchu	56
Graf 8: Faktory ovlivňující výběr dovolené u seniorů 55+	59

Seznam tabulek

Tabulka 1: Základní charakteristiky věkového složení v letech 2005 – 2012	36
Tabulka 2: Věkové zastoupení seniorů v závislosti na sezoně v %	54
Tabulka 3: Faktory ovlivňující výběr dovolené u seniorů 55+	58

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha A – Dotazník.....	I
Příloha B – Výsledky průzkumu pobytu pro seniory 55+ na Menorce.....	IV

Příloha A - Dotazník

Dotazník pro diplomovou práci na téma Perspektivní formy cestovního ruchu se zaměřením na seniorský cestovní ruch

Dobrý den,
jmenuji se Lucie Kreysová, studuji obor cestovní ruch na Univerzitě Jana Ámose Komenského v Praze a momentálně pracuji na své diplomové práci na téma Perspektivní formy cestovního ruchu se zaměřením na seniorský cestovní ruch. Dovolte mi, prosím, abych Vás požádala o vyplnění tohoto dotazníku, jehož vyhodnocení se stane součástí mé diplomové práce. Sdělené informace považuji za důvěrné, budou anonymizovány a použity výhradně pro účely této práce.

Děkuji za Váš čas a spolupráci.

1. Jaké je Vaše pohlaví?

- Žena
- Muž

2. Jaký je Váš věk?

- 50 – 64 let
- 65 – 74 let
- 75 let a více

3. Jaké je Vaše dosažené vzdělání?

- Základní
- Vyučen/vyučena
- Středoškolské s maturitou
- Vysokoškolské

4. Jaká je Vaše ekonomická aktivita?

- Zaměstnanec
- Podnikatel
- Důchodce
- Pracující důchodce
- Nezaměstnaný

5. Kde nejčastěji trávíte dovolenou?

- v České republice
- v zahraničí
- necestuji

**6. Jak často cestujete?
(podmínkou je alespoň 1 nocleh)**

- 1 x za 2 roky
- 1 x za rok
- 2 x za rok
- 3 x za rok
- Jiné:

7. Jaká je průměrná délka Vaší dovolené?

- víkend (1 – 2 noci)
- 3 – 6 nocí
- 7 – 10 nocí
- více než 10 nocí

8. Ve kterém ročním období nejraději cestujete?

- Jaro
- Léto
- Podzim
- Zima

9. Jaký je nejčastější motiv Vašeho cestování?

- Odpočinek a relaxace
- Poznání, kultura
- Návštěva rodiny či přátel
- Upevňování zdraví a léčba nemocí
- Sport
- Jiné:

10. S kým obvykle cestujete?

- Sám/sama
- S manželem/manželkou či partnerem/partnerkou
- S kamarádem/kamarádkou
- Ve skupině přátel
- S rodinou (děti, vnoučata)
- Jinak:

11. Jakou formou vybíráte zájezd?

- Návštěva cestovní kanceláře/cestovní agentury
- Doporučení známých, rodiny
- Internet
- Inzerce v novinách, časopise, rádiu
- Jiné:

12. Cestoval/a byste častěji, kdybyste:

- Měl/a větší množství disponibilních finančních prostředků
- Měl/a lepší zdravotní stav
- Měl/a více volného času
- Měl/a spolucestujícího
- Jiné:.....
- Vyhovuje mi současný stav, necestoval/a bych více

13. Využíváte produkty cestovního ruchu, které jsou speciálně určeny seniorům (např. pobyty pro seniory 55+, wellness pobyty pro seniory aj.)?

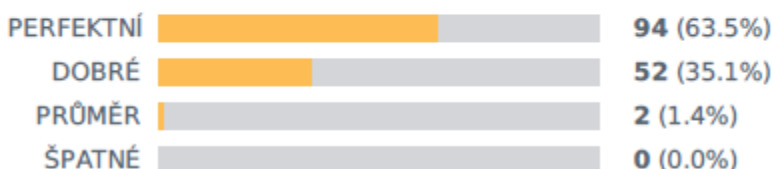
- Ano
- Ne
- Ne, ani nevím, že jsou na trhu k dispozici

14. Máte konkrétní náměty, co by mohlo být vylepšeno v oblasti tvorby specializovaných produktů cestovního ruchu pro vaši věkovou kategorii nebo jaký produkt byste na trhu uvítali?

průzkum Menorca 2013

CELKOVÉ HODNOCENÍ POBYTU:

Hodnocení:



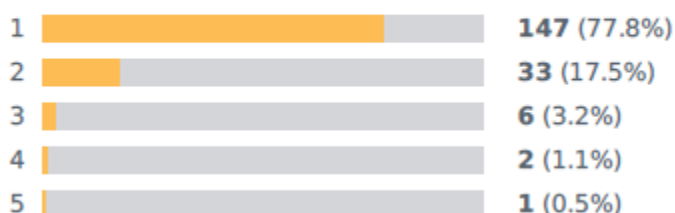
Popište prosím krátce celkový dojem ze zájezdu:

Hodnocení:



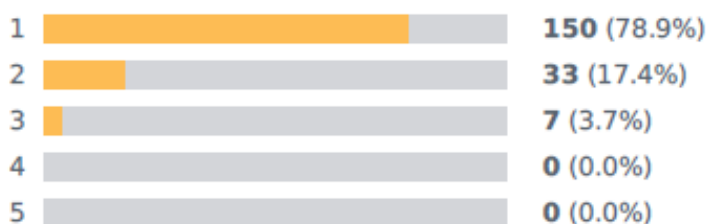
KVALITA UBYTOVÁNÍ A HOTELOVÉ SLUŽBY

Hodnocení:



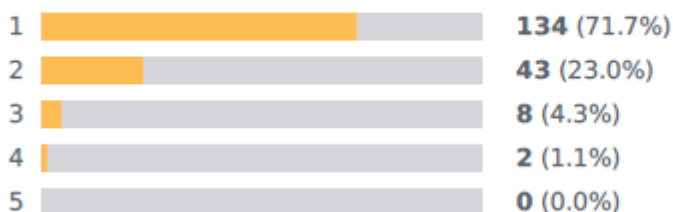
KVALITA STRAVOVÁNÍ

Hodnocení:



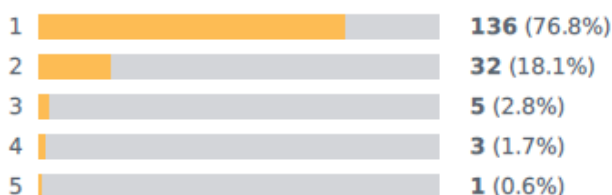
SPOKOJENOST S KVALITOU HOTELU A SLUŽBAMI LETOVISKA

Hodnocení:



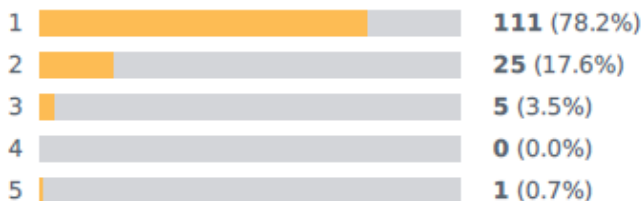
KVALITA PRŮVODCE / DELEGÁTA

Hodnocení:



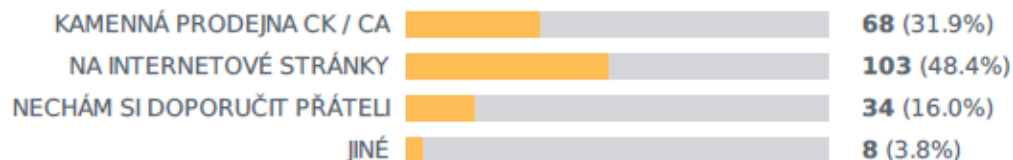
SPOKOJENOST S ORGANIZACÍ A PRŮBĚHEM VÝLETŮ

Hodnocení:



V OKAMŽIKU, KDY SE ROZHODNU PLÁNOVAT SVOU DOVOLENOU, JDU JAKO PRVNÍ PRO INFORMACE:

Hodnocení:



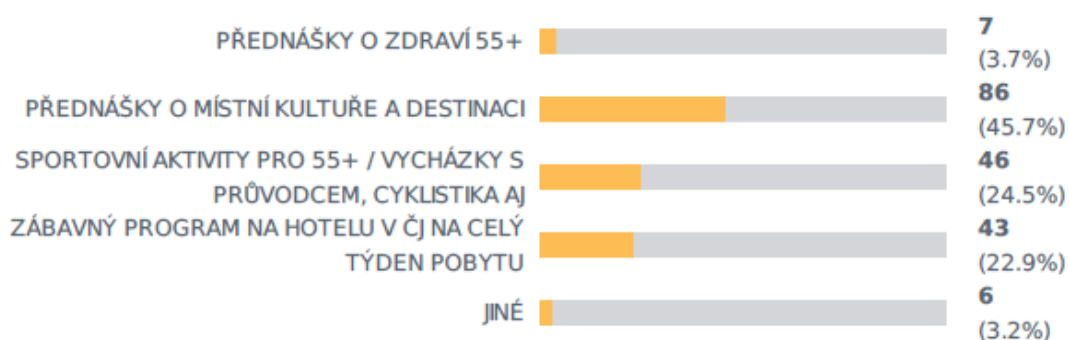
JESTLIŽE VAŠE KROKY PŘI KOUPI ZÁJEZDU VEDOU DO CK, PAK:

Hodnocení:



CO BYSTE V PROGRAMU SENIORSKÝCH ZÁJEZDŮ DÁLE OCENILI?

Hodnocení:



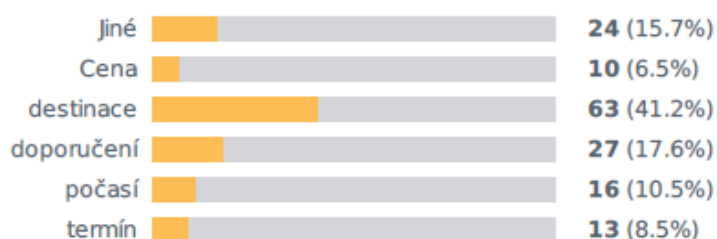
SROVNEJTE, DLE ČEHO SE NEJVÍCE ROZHODUJETE PRO KOUPI DOVOLENÉ

Hodnocení:

	JE PRO MĚ NEJDŮLEŽITĚJŠÍ	VELMI DŮLEŽITĚ	STŘEDNĚ DŮLEŽITĚ	NORMÁLNÍ	SPÍŠE NEDŮLEŽITĚ	NEDŮLEŽITĚ	Průměr	Počet odpov
Váha	1.0	2.0	3.0	4.0	5.0	6.0		
VÝLETY	15.0 (3.7%)	24.0 (5.9%)	45.0 (11.0%)	40.0 (9.8%)	70.0 (17.1%)	216.0 (52.7%)	4.0	102
HOTEL	34.0 (9.9%)	40.0 (11.7%)	48.0 (14.0%)	92.0 (26.8%)	105.0 (30.6%)	24.0 (7.0%)	2.9	118
TEPLÉ POČASÍ	75.0 (27.5%)	54.0 (19.8%)	66.0 (24.2%)	20.0 (7.3%)	40.0 (14.7%)	18.0 (6.6%)	2.0	140
CENA	66.0 (19.2%)	54.0 (15.7%)	57.0 (16.6%)	68.0 (19.8%)	50.0 (14.6%)	48.0 (14.0%)	2.3	147
DESTINACE	95.0 (40.6%)	36.0 (15.4%)	42.0 (17.9%)	28.0 (12.0%)	15.0 (6.4%)	18.0 (7.7%)	1.7	140
TERMÍN POBYTU	61.0 (20.3%)	48.0 (16.0%)	36.0 (12.0%)	68.0 (22.7%)	45.0 (15.0%)	42.0 (14.0%)	2.3	130
JINÉ	1.0 (6.3%)	0.0 (0.0%)	3.0 (18.8%)	0.0 (0.0%)	0.0 (0.0%)	12.0 (75.0%)	4.0	4

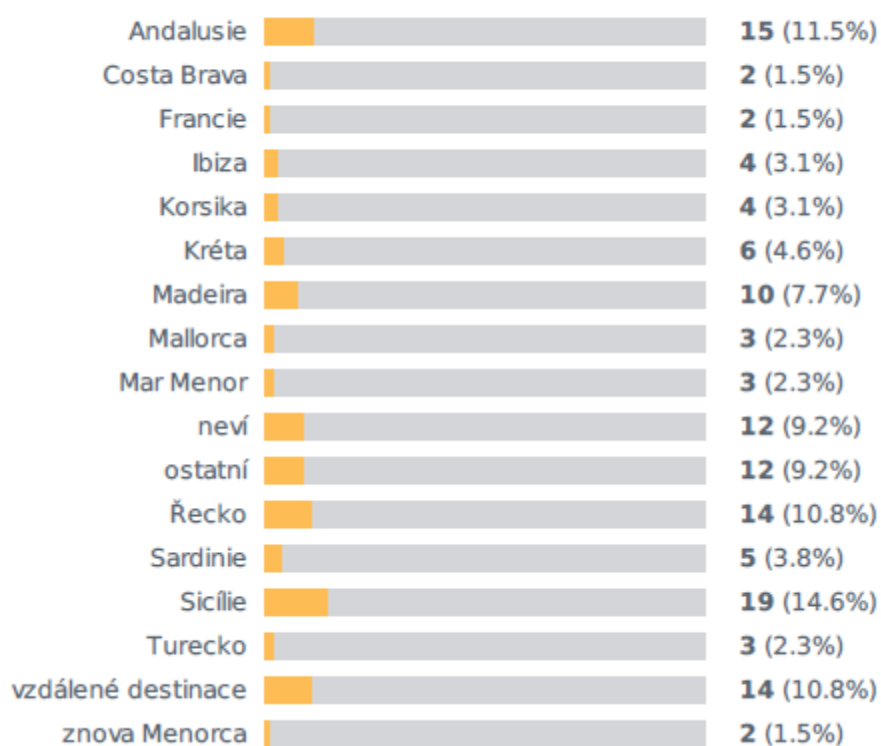
CO BYLO IMPULSEM, ŽE JSTE SI PRO SVOU DOVOLENOU ZVOLIL PRÁVĚ TUTO DESTINACI?

Hodnocení:



JAKOU DALŠÍ DESTINACI BYSTE SI DÁLE PŘÁLI NAVŠTÍVIT?

Hodnocení:



BIBLIOGRAFICKÉ ÚDAJE

Jméno autora: Lucie Kreysová

Obor: Management cestovního ruchu

Forma studia: kombinované studium

Název práce: Perspektivní formy cestovního ruchu se zaměřením na seniorský cestovní
ruch

Rok: 2014

Počet stran textu: 68

Celkový počet stran příloh: 7

Počet titulů českých použitých zdrojů: 20

Počet titulů zahraničních použitých zdrojů: 1

Počet internetových zdrojů: 23

Vedoucí práce: Ing. Jiří Sysel, Ph.D.