

**Česká zemědělská univerzita v Praze**

**Provozně ekonomická fakulta**

**Katedra obchodu a financí**



**Diplomová práce**

**Spotřebitelské preference seniorů při volbě rekreace**

**Bc. Jana Šmatláková**

© 2013 ČZU v Praze

# ČESKÁ ZEMĚDĚLSKÁ UNIVERZITA V PRAZE

Katedra obchodu a financí

Provozně ekonomická fakulta

## ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Šmatláková Jana

Veřejná správa a regionální rozvoj

Název práce

**Spotřebitelské preference seniorů při volbě rekreace**

Anglický název

**Senior customer's preferences at choice of recreation**

### Cíle práce

Úkolem diplomové práce je vytvořit návrh a soubor doporučení pro subjekty podnikající v oblasti cestovního ruchu, které svou nabídku zaměřují na klienty ve věku 55 let a více. Práce se bude zabývat specifickými požadavky a preferencemi těchto klientů, rozebere faktory působící na zvolené spotřebitele při výběru jejich zájezdu.

### Metodika

Cíle práce bude dosaženo pomocí analýzy dat a provedením dotazníkového šetření. První část práce se bude zabývat rozborem odborné literatury a elektronických zdrojů, druhá část se bude věnovat dotazníkovému šetření. Cílovou skupinou výzkumu jsou občané ČR ve věku 55 let a více, kteří patří mezi účastníky cestovního ruchu.

### Harmonogram zpracování

- úvod DP, metodika: do 08/2012
- teoretická východiska: do 09/2012
- provedení vlastní práce: do 11/2012
- zpracování výsledků: do 12/2012
- diskuse: do 12/2012
- závěr, korekce: 01/2013
- schválení vedoucím práce: 02/2013
- odevzdání na katedře: 03/2013

---

**Rozsah textové části**

60 - 80 stran

**Klíčová slova**

cestovní kancelář, cestovní ruch, preference, rekreace, senior, zájezd

---

**Doporučené zdroje informací**

HORNER, S., SWARBROOKE, J. Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času - aplikovaný marketing služeb. Praha : Grada Publishing, a.s., 2003. 486 s. ISBN 80-247-0202-9.

JAKUBÍNOVÁ, D. Marketing v cestovním ruchu. Praha : Grada Publishing, a.s., 2009. 288 s. ISBN 978-80-247-3247-3.

ORIEŠKA, J. Služby v cestovním ruchu. Praha : Idea servis, 2010. 405 s. ISBN 978-80-85970-68-5.

PALATKOVÁ, M. Marketingový management destinací : strategický a taktický marketing destinace turismu, systém marketingového řízení destinace a jeho financování, řízení kvality v destinaci a informační systém destinace. Praha : Grada Publishing, a.s., 2011. 208 s. ISBN 978-80-247-3749-2.

RYGLOVÁ, K. a kol. Cestovní ruch - podnikatelské principy a příležitosti v praxi. Praha : Grada Publishing, a.s., 2011. 216 s. ISBN 978-80-247-4039-3.

Odborná periodika a internetové zdroje

---

**Vedoucí práce**

Navrátilová Miroslava, Ing.

**Termín odevzdání**

březen 2013



**Ing. Helena Čermáková, Ph.D.**

Vedoucí katedry



V Praze dne 10. 10. 2012



**prof. Ing. Jan Hron, DrSc., dr.h.c.**

Děkan fakulty

### **Čestné prohlášení**

Prohlašuji, že svou diplomovou práci "Spotřebitelské preference seniorů při volbě rekreace" jsem vypracovala samostatně pod vedením vedoucího diplomové práce a s použitím odborné literatury a dalších informačních zdrojů, které jsou citovány v práci a uvedeny v seznamu literatury na konci práce. Jako autorka uvedené diplomové práce dále prohlašuji, že jsem v souvislosti s jejím vytvořením neporušila autorská práva třetích osob.

V Praze dne 29. března 2013

---

## **Poděkování**

Ráda bych touto cestou poděkovala paní Ing. Miroslavě Navrátilové za odbornou pomoc, rady a připomínky, kterými mi byla nápomocna při zpracování mé diplomové práce. Poděkování patří také mé rodině za podporu v průběhu celého mého studia.

# Spotřebitelské preference seniorů při volbě rekreace

---

## Senior customer's preferences at choice of recreation

### Souhrn

Předkládaná diplomová práce je zaměřena na preference spotřebitelů trhu cestovního ruchu ve věku 55 let a více při volbě jejich rekreace. Práce má dvě stěžejní části. První se věnuje teoretickým východiskům oblasti cestovního ruchu, dále je pozornost soustředěna na problematiku demografické struktury obyvatelstva, seniorského cestovního ruchu a jeho specifika. Praktická (druhá) část práce je věnována analýze trhu turismu. Účelem bylo vysledovat, jaké zájezdy či slevové programy jsou nabízeny seniorům, jejich podmínky, ceny aj. Nezbytnou součástí praktické části tvoří vyhodnocení provedeného dotazníkového šetření, jehož cílovou skupinu tvoří občané ČR ve věku 55 let a více, kteří jsou aktivními účastníky cestovního ruchu. Návrhy a doporučení, které jsou výsledkem práce, mohou sloužit subjektům trhu cestovního ruchu, které svou nabídku zaměřují seniorům.

### Summary

Presented diploma thesis is focused on customer's preferences on tourism market at the age of 55 years and over when they choose their holidays. The thesis is based on 2 main parts. The first is devoted to theoretical solutions of tourism, as well as is focused on attention to issues of demographic structure of the population, senior citizen's tourism and its specific. The second and practical part of this work is devoted to the analysis of the tourism market. It has been observed, which package tours or discount are offered to seniors, their abilities and conditions, prices, etc. An essential part of the practical section is an evaluation of a realised survey, which has been targeted at citizens of Czech Republic at the age of 55 years and over, who are active participants in tourism. The suggestions and recommendations which are the results of this work can be used by tourism market subjects, which focus their offers on senior members of the public.

**Klíčová slova:** cestovní kancelář, cestovní ruch, preference, rekreace, senior, spotřebitel, zájezd

**Keywords:** travel agency, tourism, preference, recreation, senior, consumer, package tour

## Obsah

<b>1</b>	<b>ÚVOD .....</b>	<b>8</b>
<b>2</b>	<b>CÍL PRÁCE A METODIKA.....</b>	<b>10</b>
2.1	Cíl práce .....	10
2.2	Metodika práce.....	10
<b>3</b>	<b>TEORETICKÁ VÝCHODISKA .....</b>	<b>14</b>
3.1	Cestovní ruch .....	14
3.1.1	<i>Předpoklady cestovního ruchu.....</i>	<i>15</i>
3.1.2	<i>Motivace k cestování.....</i>	<i>16</i>
3.2	Pojmy cestovního ruchu .....	17
3.3	Typologie cestovního ruchu .....	19
3.4	Typologie účastníků cestovního ruchu.....	21
3.5	Služby v cestovním ruchu .....	22
3.6	Cestovní ruch a veřejná správa .....	25
3.7	Cestovní ruch seniorů.....	27
3.7.1	<i>Program Europe Senior Tourism .....</i>	<i>29</i>
3.8	Demografické proměny populace České republiky .....	30
3.9	Současné trendy trhu cestovního ruchu.....	32
<b>4</b>	<b>PRAKTICKÁ ČÁST .....</b>	<b>35</b>
4.1	Analýza produktů cestovního ruchu pro seniory .....	35
4.2	Dotazníkové šetření.....	58
4.2.1	<i>Vyhodnocení a analýza šetření .....</i>	<i>59</i>
4.2.2	<i>Přijmutí či zamítnutí hypotéz .....</i>	<i>79</i>
<b>5</b>	<b>ZHODNOCENÍ VÝSLEDKŮ A DOPORUČENÍ.....</b>	<b>81</b>
<b>6</b>	<b>ZÁVĚR .....</b>	<b>89</b>
<b>7</b>	<b>SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY .....</b>	<b>91</b>
<b>8</b>	<b>SEZNAM ZKRATEK .....</b>	<b>96</b>
<b>9</b>	<b>SEZNAM TABULEK, OBRÁZKŮ A GRAFŮ .....</b>	<b>97</b>
<b>10</b>	<b>PŘÍLOHY .....</b>	<b>99</b>

# 1 Úvod

Cestovní ruch představuje důležitou součást našeho státu, ale i života většiny občanů. Turismus, jak je také cestovní ruch nazýván, patří mezi hospodářské pilíře států, především z důvodu příjmů či tvorby pracovních míst. Neméně důležitá je ale oblast cestování pro společnost a život občanů. Lidé všech věkových kategorií i sociálních skupin vnímají cestování jako součást využití svého volného času, prostředek k poznávání nových míst či v neposlední řadě k odpočinku a relaxaci. Cestování se dotýká široké škály společnosti, včetně dětí, obyvatel středního věku a seniorů, jejichž zastoupení je v české společnosti stále více zřetelné. Stárnutí populace je v posledních letech fenoménem, stejně tak je ale znatelné posunutí aktivního věku starších občanů, kteří mají zájem o cestování, poznávání a další různorodé aktivity v rámci trávení svého volného času. Tato skutečnost je jedním z důležitých faktorů, který působí na budoucí vývoj trhu cestovního ruchu.

V současnosti mají občané rozličné možnosti vycestování do blízkých i exotických krajů. Již se nenacházíme v době, kdy byla cesta za hranice naší země jen obtížně dosažitelná. Trh cestovního ruchu je plně rozvinutým odvětvím a spotřebitelé mají nepřeborné možnosti při výběru destinace, způsobu cestování i celkovém zajištění své dovolené. Dalo by se říci, že navštívit jakékoli místo na Zemi není dnes již neuskutečnitelné. Spotřebitelé si mohou vybírat z široké škály ubytovacích zařízení, druhů dopravy při cestě do místa pobytu, destinací v zahraničí či v České republice.

Turismus je úzce spjat s množstvím dalších služeb, především mezi ubytováním a dopravou lze shledat významnou závislost. S rozvojem cestování je ale také spjat rozvoj specializovaných subjektů na trhu cestovního ruchu, nárůst počtu cestovních kanceláří a agentur, které mají nezastupitelnou roli a jsou v rámci zprostředkování dovolené tím hlavním subjektem, na který se občan při zajišťování svých cest a pobytů obrací. Za úspěchem cestovních kanceláří je třeba vidět především fakt, že většina občanů se přiklání k pohodlnějšímu způsobu zajištění dovolené, tedy zakoupení kompletního „balíčku“ služeb cestovní kanceláře. Spotřebitel se již nemusí starat o organizaci své dovolené, kterou s pocitem důvěry a bezpečnosti přenechává specializovaným subjektům.



Vzhledem k nepřehlednému množství nabídek v oblasti cestování a také k velkému počtu konkurujících si subjektů je jednoznačným klíčem k úspěchu na trhu cestovního ruchu sledování preferencí a přání klientů, cílových spotřebitelů. Bez soustředění pozornosti na jednotlivé cílové skupiny trhu je jen velmi obtížné definovat rozličné požadavky zákazníků. Starší a stárnoucí občané zastupují na trhu turismu velice významnou skupinu spotřebitelů, není však možné pokládat jejich požadavky na rekreaci za stejné, jako například u cestujících rodin s dětmi. Jejich preference a přání se od jiných spotřebitelských nároků různí. Tyto změny jsou důsledkem rostoucího věku seniorských spotřebitelů, ale také posunutí aktivního věku současných seniorů a starších občanů. Pro úspěch na trhu turismu je uvědomění si tohoto faktu podstatným předpokladem, stejně tak samotné sestavení individuální nabídky či popř. vhodného systému slev pro získání klientely vyššího věku.

## **2 Cíl práce a metodika**

### **2.1 Cíl práce**

Cílem diplomové práce je vytvoření návrhu a souboru doporučení pro subjekty podnikající v oblasti cestovního ruchu, především cestovním kancelářím, které svou nabídku zaměřují na klienty ve věku 55 let a více. Práce se zabývá specifickými požadavky a preferencemi těchto klientů, rozebírá faktory působící na zvolené spotřebitele při výběru jejich rekreace. Součástí práce je také vymezení základních pojmů, nastínění problematiky turismu, analýza nabídek trhu cestovního ruchu, které jsou určeny seniorům. V neposlední řadě dojde k přijmutí či zamítnutí hypotéz, které jsou uvedeny v metodice práce.

Získané informace mohou sloužit subjektům trhu cestovního ruchu, které svou pozornost soustředí či do budoucna chtějí soustředit na klientelu ve věku od 55 let.

### **2.2 Metodika práce**

Metodika práce spočívá v analýze a syntéze dat, výzkumu trhu a provedení dotazníkového šetření, čímž bude dosaženo vytyčeného cíle. K vypracování práce budou využity také vlastní zkušenosti získané z praxe v cestovní kanceláři.

Analýza tvoří jednu ze základních metod poznávání jevů, je založena na rozkladu celku zkoumaného jevu na jednotlivé části (prvky, vlastnosti apod.), zjišťují se vzájemné vztahy prvků navzájem i mezi vlastnostmi jednotlivými a celkem. Základní podstatou je rozklad na jednotlivé části. [8]

Syntéza je tvořena sjednocením více poznatků v celek. Syntéza umožňuje vnímat problém či jev v jeho úplnosti. [8]

Pro zpracování práce je důležité si nejprve představit základní pojmy problematiky cestovního ruchu, což bylo učiněno v teoretické části práce. V rámci této části práce došlo ke studiu odborných zdrojů literárních i elektronických. Tuto část práce tvoří také vymezení a představení cílových spotřebitelů trhu cestovního ruchu, kteří byli vybráni pro vyhotovení práce a později se zúčastnili samotného dotazníkového šetření. Skupina

těchto respondentů je tvořena občany ve věku 55 let a více, kteří byli vybráni na základě jejich rostoucího významu na trhu cestovního ruchu. Narůstající význam starších spotřebitelů - seniorů či „předseniorů“ je zapříčiněn především změnami demografické struktury České republiky a posunutím aktivního věku u starších občanů. Oba tyto faktory jsou v rámci teoretické části práce zohledněny.

Vymezení pojmu „senior“ od věku 55 let bylo stanoveno na základě odborné literatury a s ohledem na nabídku seniorských zájezdů ze strany subjektů trhu cestovního ruchu, které jsou ve většině případů uzpůsobeny věku „55+“. Ačkoliv v běžném pojetí není osoba věku 55 let považována za seniora, v rámci oblasti cestovního ruchu a nabídek trhu turismu pro seniory je tento věk (55 let a více) používán.

Praktická část práce je složena z dvou hlavních kapitol – analýza trhu cestovního ruchu a vyhodnocení dotazníkového šetření. První zmiňovaná část, tedy analýza trhu turismu, byla zaměřena na nabídku produktů seniorů velkých či významných cestovních kanceláří. Bylo sledováno, zda cestovní kanceláře tvoří zvláštní seniorskou nabídku či nabízí seniorské slevy, jaká je jejich výše a podmínky využití. U každé z cestovních kanceláří je vybráno několik zájezdů z nabídky určené seniorům, případně jsou zohledňovány seniorské slevy u všeobecných nabídek, pokud jsou tyto slevy poskytovány. Mimo jiné jsou uváděny obecné informace o zájezdu (země, druh stravování a dopravy, termín možného vycestování vztahující se na seniorskou nabídku), ceny za jednoho spolucestujícího - dítě a základní cena za dospělou osobu (seniora). Tato cena je uváděna za 1. dospělou osobu při ubytování ve dvoulůžkovém pokoji (dvě obsazená lůžka), tzn. za první osobu ze dvou. Ceny pro děti jsou uváděny především z toho důvodu, že je zde předpoklad, že senioři často cestují s vnoučaty a dětské ceny jsou tak pro rozhodování o koupi zájezdu neméně důležité. Informace byly pro přehlednost zpracovávány do tabulek v programu Microsoft Excel.

Analýza nabídek probíhala pouze na základě ceníků v katalogích jednotlivých cestovních kanceláří a to z toho důvodu, že některé cestovní kanceláře uvádí na svých internetových stránkách konečné ceny, které jsou však již ponižené např. o first minute slevy (za včasný nákup), last minute slevy (nákup krátce před odjezdem), seniorské slevy aj. Všechny

výchozí ceny jsou tedy katalogové. Pro celkové vyhodnocení nabídek trhu byla provedena jejich syntéza a zhodnocení.

Druhá část praktické práce je tvořena dotazováním – vytvořením a následným vyhodnocením dotazníkového šetření.

Dotazování patří do způsobů získávání primárních dat pro kvantitativní výzkum, jehož základní podstatu tvoří zadávání otázek zvoleným respondentům. Může mít formu osobního, elektronického, písemného či telefonického dotazování. Nástrojem dotazování je dotazník, který může mít strukturovanou, polostrukturovanou i nestrukturovanou podobu. Pro potřeby této práce byl zvolen a využit polostrukturovaný dotazník - používání polozavřených i otevřených otázek, nikoliv pouze pevně strukturovaných. [2]

Cíloví respondenti tohoto výzkumu byli aktivní spotřebitelé cestovního ruchu ve věku 55 let a více. Pro výzkumné šetření práce bylo sestaveno pět hlavních výzkumných hypotéz:

- H1: Oslovení spotřebitelé CR ve věku 55 let a více jsou při nákupu zájezdu více ovlivněni kvalitou zájezdu než cenou.
- H2: Pro dosažení míst své rekreace využívají respondenti prostředků autobusové dopravy v 70 %.
- H3: Seniorští klienti své rekreace realizují nejvíce přes CK/CA, oproti jiným způsobům tato forma převažuje.
- H4: Seniorští cestovatelé v 70 % požadují zajištění celého balíčku včetně stravy, ubytování a dopravy.
- H5: Nejnavštěvovanější destinací respondentů je Chorvatsko.

Výzkumné hypotézy odráží hlavní oblasti, ve kterých jsou preference a požadavky respondentů zjišťovány. Mimo ně šetření diplomové práce zjišťuje i další preference dotazovaných, např. v souvislosti se spolucestujícími respondentů aj.

Dotazník obsahoval celkem 20 otázek. Bylo využito uzavřených (možnost vybrat jen jednu nabízenou možnost), otevřených (volná forma odpovědi) i polootevřených otázek (uzavřená otázka s nabídkou vepsání vlastní odpovědi). Mimo jiné bylo použito škálovacích otázek (škála možných odpovědí, např. velmi důležité, velmi nedůležité) a identifikačních otázek. [8]

Dotazníkové šetření probíhalo od června do září roku 2012, jeho realizaci předcházely pretesty otázek, po kterém následovaly drobné úpravy ve formulaci dotazníku. Doba provádění šetření byla ovlivněna především sezónností cestovního ruchu. Výsledný počet respondentů je 226. Dotazník měl formu elektronickou i tištěnou, především však bylo využíváno tištěného dotazníku, který byl distribuován ve spolupráci s cestovní kanceláří A.Ša Příbram, klubem seniorů či další náhodnou distribucí. Dotazníky byly z větší části vyplňovány v přítomnosti tazatele, čímž byla zajištěna vyšší míra přesnosti a úplnosti odpovědí. Elektronická forma distribuce dotazníků proběhla pomocí serveru vyplnto.cz. Další podrobnosti k dotazníkovému šetření a jeho vyhodnocení jsou uvedeny v kapitole č. 4.2.

Výsledky dotazníkového šetření byly zpracovány do grafů a tabulek v programu Microsoft Excel. Došlo k vyhodnocení procentuálních odpovědí jednotlivých otázek a k rozpracování nejdůležitějších souvislostí v rámci zvolené problematiky.

## 3 Teoretická východiska

### 3.1 Cestovní ruch

Cestovní ruch (CR) je v současné době podstatnou součástí celé společnosti. Přesné vymezení pojmu cestovní ruch je však obtížné a je možné se setkat s mnoha různými definicemi.

První z nich je velice často používaná definice, kterou stanovila Světová organizace cestovního ruchu (WTO) v roce 1991: „*Cestovní ruch je činnost osoby cestující na přechodnou dobu do místa mimo její běžné životní prostředí a to na dobu kratší než je stanovena (mezinárodní cestovní ruch – 1 rok, domácí cestovní ruch – 6 měsíců), přičemž hlavní účel její cesty je jiný než vykonávání výdělečné činnosti v navštíveném místě.*“ [40]

Definici CR uvádí také jiná světové organizace, zabývající se problematikou cestovního ruchu, kterou je Mezinárodní asociace odborníků cestovního ruchu (AIEST). Ta definuje cestovní ruch jako „*souhrn jevů a vztahů, které vyplývají z cestování nebo pohybu osob, přičemž místo pobytu není trvalým místem bydlení a zaměstnání.*“ [16, s. 18]

Další z mnoha definic, která je představována v odborné literatuře problematiky turismu, uvádí: „*Cestovní ruch představuje krátkodobý přesun lidí, na jiná místa, než jsou místa jejich obvyklého pobytu, za účelem pro ně příjemných činností.*“ [4, s. 53] Je však dodáváno, že definice CR nezahrnuje např. služební cesty, kde je hlavním smyslem práce, nikoli zábava. [4]

Dle poslední definice CR, která bude v rámci práce představena, lze v pojmu cestovní ruch vidět „*pohyb lidí mimo jejich vlastní prostředí do míst, která jsou vzdálena od místa jejich bydliště, za různými účely, vyjma migrace a výkonu normální denní práce.*“ [7, s. 18]

Cestovní ruch a celý turistický průmysl tvoří nedílnou součást ekonomiky většiny států světa. Jedná se o velice rozsáhlé a různorodé odvětví, kde se vzájemně tvoří vnitřní i vnější vazby. Hlavní sektory tohoto průmyslu stanovil Middleton v roce 1994: zprostředkovatelé CR (cestovní kanceláře a agentury aj.), organizace CR (turistické

asociace a centrály, informační centra), doprava, ubytování (poskytovatelé ubytovacích služeb), turistické atrakce, stravovací služby. [17]

### **3.1.1 Předpoklady cestovního ruchu**

V problematice cestovního ruchu je důležité také představení faktorů, které cestovní ruch do značné míry ovlivňují. Tyto faktory lze rozdělit do tří základních skupin: lokalizační, realizační a selektivní.

Lokalizační faktory – tvoří „fyzický“ základ pro uspokojování možné poptávky. Jsou dány územím a jsou prakticky neměnné. Patří mezi ně přírodní podmínky (klíma, charakter a modelace terénu, vodní poměry, přírodní atraktivity, živočichové a rostliny) a společenské atraktivity (existují díky činnosti lidí – např. památky, zvyky, slavnosti či gastronomie). Lokalizační faktory jsou tím základním, co určuje, jaký cestovní ruch se bude v daném území vyvíjet a zároveň tak odlišují jednotlivá území. [16]

Realizační faktory – rozhodují o využití lokalizačních faktorů, obsahují způsoby, jak danou oblast využít a navštívit, tzn. dopravu, ubytovací či stravovací zařízení. Lze je považovat za materiálně-technickou základnu. [16]

Selektivní (stimulační) faktory – zahrnují úroveň řízení destinace, úroveň spolupráce mezi jednotlivými subjekty, úroveň podpory veřejnosti cestovnímu ruchu, příjmovou situaci potencionálních hostů, ale také psychologické a marketingové faktory. Tyto faktory jsou závislé především spotřebitelským chováním, které je ovlivňováno čtyřmi základními psychologickými faktory: motivací, vnímáním, postoji a učením. Selektivní faktory lze dále rozdělit do dvou skupin – objektivní a stimulační.

- Objektivní stimulační faktory – politické (politické skutečnosti a situace dané země), ekonomické (směnitelnost měny, výše reálné mzdy, kupní síla obyvatelstva), demografické skutečnosti (počet obyvatel a jejich ekonomická aktivita, střední délka života), administrativní podmínky (právní předpisy, zákony).
- Subjektivní stimulační faktory – do této kategorie lze zařadit např. postavení území v konkurenci, jeho obraz u žádoucích skupin trhu, schopnost naplnit přání a potřeby zákazníků. Jedná se o marketingové i psychologické faktory. [16]

### 3.1.2 Motivace k cestování

Veškeré chování zákazníků cestovního ruchu, tedy i seniorů, je spojeno s motivací jedince. Motivační faktory vstupují jako důležitá součást do marketingu cestovního ruchu. Motivační faktory vedou lidi k potřebě rekreace nebo dovolené, k aktivitám provozovaným ve volném čase. Základní rozdělení těchto faktorů je na motivační a determinující.

Motivační faktory lze dále řadit do kategorií:

- fyzické – relaxace, klima, zdraví, sportovní aktivity,
- emocionální – nostalgie,
- kulturní – gastronomie, prohlídky památek, poznávání historie,
- postavení – exkluzivita, módnost,
- osobní – návštěva přátel a příbuzných,
- osobní rozvoj – získávání nových znalostí, studium jazyka. [4]

Promítnutí těchto faktorů je důležité pro tvorbu propagační kampaně, do sdělení o nabízených produktech. Je podstatné také zmínit, že pro mnohé cestující představuje tentýž produkt jinou motivaci. Pro některé může např. cesta do Paříže představovat osobní rozvoj v rámci výuky jazyka, pro některé je cesta nostalgickou vzpomínkou či kulturním zážitkem. Taktéž je samozřejmostí spojování různých motivačních faktorů. [4]

Determinující faktory poté určují skutečnost, zdali bude zákazník schopen vůbec někam vycestovat. Mezi tyto faktory patří disponibilní příjem, pracovní a jiné závazky, množství volného času. [4]

V neposlední řadě je třeba uvést další důležité faktory, které ovlivňují chování zákazníka, jeho možnost výběru produktu a určující typ dovolené:

- dostupnost vhodných produktů a informací o produktech (katalogy, média aj.),
- minulé zkušenosti zákazníka, jeho rodiny a příbuzných,
- zákazníkova obliba určitých druhů dopravy,
- ceny různých typů dovolených a různá roční období,
- názory ostatních členů skupiny, se kterou zákazník má cestovat. [4]



## 3.2 Pojmy cestovního ruchu

Cestovní ruch je široké odvětví, které je úzce spjato s mnoha pojmy či subjekty. V rámci této kapitoly je definováno několik základních elementů, které jsou součástí cestovního ruchu.

Destinace (též cíl cesty) cestovního ruchu představuje v užším pojetí: „*Cílovou oblast v daném regionu, která je typická významnou nabídkou, atraktivní pro cestovní ruch, infrastrukturou cestovního ruchu.*“ [15, s. 59] Širší pojetí na destinaci nahlíží jako na zemi či oblasti, které jsou typické velkou koncentrací atraktivit cestovního ruchu, rozvinutými službami a další infrastrukturou, jejichž výsledkem je dlouhodobá koncentrace návštěvníků. [15] Destinace tedy disponuje všemi nezbytnými zařízeními pro bydlení, stravování a zábavu, čímž se stává produktem a jednotkou hospodářské soutěže. [16]

Pojem rekreace a dovolená jsou v běžném užití téměř shodné. Při pohledu na jejich bližší a přesný význam lze však konstatovat, že je zaměňovat nelze, zcela jistě ne u seniorského cestovního ruchu. Jeli definován pojem dovolená, který je běžně užíván ve smyslu zájezdu či rekreace, je patrné, že znění definice se různí: „*Placené nebo neplacené volno v rámci zaměstnaneckého poměru nebo samostatné výdělečné činnosti.*“ [15, s. 68] Pojem dovolená lze tedy užít, ale ve všech případech a za všech okolností. U seniorů, kteří již nejsou v zaměstnaneckém poměru a pobírají starobní důchod, by bylo užití tohoto termínu nepřesné. Z tohoto důvodu bude v rámci práce užíván přesnější pojem „rekreace“, který v užším pojetí označuje souhrn odpočinkových činností, provozovaných ve volném čase a často formou cestovního ruchu, v širším pojetí označuje využití volného času, jehož součástí může být aktivní pohyb či právě cestování a turistika. [15]

Zájezd (či také zájezdová činnost) je v základním pojetí vysvětlován jako jakákoli organizovaná činnost, což však není zcela úplné. Zákon definuje zájezd jako „*předem sestavenou kombinaci alespoň dvou a více služeb, je-li prodáván nebo nabízen k prodeji za souhrnnou cenu a služba je poskytována po dobu přesahující 24 hodin nebo pokud zahrnuje ubytování přes noc.*“ [15, s. 328] K tvorbě zájezdu patří kombinace služeb doprava, ubytování a dalších služeb cestovního ruchu, které tvoří významnou část zájezdu nebo jejichž cena tvoří alespoň 20 % souhrnné ceny zájezdu. [15] Zájezdy cestovních

kanceláři mohou mít rozdílné formy a jsou možné klasifikace podle mnoha hledisek, např.: geografické hledisko, použitý dopravní prostředek, roční období, tematické zaměření či doba trvání. [12]

Velice důležitým pojmem CR je cestovní kancelář a cestovní agentura. Definice cestovní kanceláře (CK) je stanovena v zákoně č. 159/1999 Sb., který za CK považuje: „*Podnikatele, který je na základě koncese oprávněn nabízet a prodávat zájezdy.*“ [13, s. 13] Cestovní kancelář je díky své koncesi oprávněna vykonávat současně činnosti cestovní kanceláře i cestovní agentury. Zásadní rozdíl mezi CK a CA spočívá v pojištění proti úpadku - cestovní kancelář je dle uváděného zákona povinna mít uzavřené pojištění zájezdů pro případ úpadku CK, zatímco cestovní agentura nikoli. [13; 16] Cestovní kanceláře jsou důležitou součástí trhu, především proto, že nakupují od poskytovatelů služeb, vzájemně služby kombinují a vytváření tzv. package, balíčky služeb, které prodávají za jednu, celkovou cenu. [18] Nákup dovolené formou kompletního balíčku např. dle katalogu CK je pro klienty snadným způsob, jak dosáhnout své dovolené. Tato forma prodeje je však přínosem také pro ostatní subjekty v rámci poskytování služeb spojených s turismem, především ve vybraných destinacích, kterým CK tímto způsobem zajišťují pravidelný tok nových návštěvníků. Cestovní kanceláře a agentury představují specializované subjekty, které klientům napomáhají při výběru nejvhodnějšího místa pro jejich dovolenou. Spolupráce dané destinace a jejích subjektů se specializovanými kanceláři představuje důležitou konkurenční výhodu destinace. [10]

Klasifikovat cestovní kanceláře je možné z mnoha hledisek. Jedno z nich využívá třídění dle poskytovaných služeb na základní a specializované. Základní CK poskytují obvykle služby v plném rozsahu (zahraniční i tuzemské zájezdy, zájezdy cizinců do ČR – tzv. incoming aj.). Specializované CK jsou zaměřeny na určitý druh a rozsah služeb, případně na určitou klientelu. Specializace služeb umožňuje individuálnější přístup k zákazníkovi. Ačkoliv je nabízen užší rozsah produktů nebo destinací, vyskytuje se zde podrobná znalost služeb a zájezdu, což představuje určitou výhodu proti velkým „anonymním“ cestovním kancelářím. [16]

Interní databáze Ministerstva pro místní rozvoj evidovala k roku 2011 celkem 1064 aktivních cestovních kanceláří - pojištěných proti úpadku. Většina kanceláří patří mezi malé podniky (do 20 zaměstnanců), 85 CK má více než 20 zaměstnanců. Pouze tři subjekty působící na českém trhu cestovního ruchu mají více než 250 zaměstnanců – Čedok, Exim Tours a FIRO-tour. [16]

Cestovní agentura (CA) je specifikována jako podnikatel, který je oprávněn nabízet a prodávat jednotlivé služby cestovního ruchu, a to na základě příslušného oboru volné živnosti. Tyto služby však nesmějí splňovat definici zájezdu. Zájezdy může cestovní agentura pouze zprostředkovávat cestovním kancelářím, které mají platné oprávnění. CA nenese odpovědnost za organizaci zájezdu, pouze zprostředkovává prodej. [13] CA hraje klíčovou roli v distribučním procesu, zabývá se především: prodejem zájezdů CK, prodejem výletů či exkurzí, obstaráváním a prodejem vstupenek na společenské akce, zajišťováním a prodejem ubytování aj. [18]

### **3.3 Typologie cestovního ruchu**

Cestovní ruch je rozsáhlé odvětví, které má mnoho různých druhů, typů i forem, v praxi se mnohdy jednotlivé skupiny prolínají.

#### **Druhy cestovního ruchu**

Klasifikace druhů turismu probíhá na základě mnoha hledisek. Mezi základní patří např.:

Dle místa realizace služeb: zde jsou uváděny tři základní druhy CR - vnitřní cestovní ruch, zahrnuje domácí cestovní ruch (tzn. cesty obyvatel po vlasti) a dále příjezdový cestovní ruch (cesty a pobyty cizinců v zemi). Druhá skupina je národní cestovní ruch, který se skládá z domácího cestovního ruchu a tzv. výjezdového cestovního ruchu (cesty obyvatel země do zahraničí). Poslední skupinou v dělení dle místa realizace je mezinárodní cestovní ruch, který představuje veškerý cestovní ruch, při němž lidé překračují hranice země (příjezdový i výjezdový CR). [16]

Dle délky trvání lze CR rozdělit do dvou základních podskupin na krátkodobý a dlouhodobý cestovní ruch. Krátkodobý zahrnuje pobyty, které jsou uskutečňovány

s maximální délkou 3 přenocování, zatímco za dlouhodobý cestovní ruch jsou považovány cesty se 4 a více přenocováními. [3]

Dle počtu účastníků se CR dělí na dvě části – individuální a kolektivní CR. Za individuální je považováno cestování jedinců, popř. také s rodinou, menší skupiny osob. Kolektivní cestovní ruch je definován jako cestování větších skupin osob. [16]

Další z druhů CR může být dělení dle způsobu zabezpečení průběhu, kde jsou rozlišovány organizované a neorganizované zájezdy. Organizovaný CR je spojen se zabezpečením cesty specializovanými subjekty, např. cestovními kanceláři, zatímco za neorganizovaný CR je považováno cestování, kdy si účastník služby volí a zabezpečuje sám. [16]

### **Formy cestovního ruchu**

Formy CR jsou spjaty především s motivací návštěvníků a vystihují charakter trávení volného času ze strany účastníka. Problematice motivace v cestovním ruchu již byla věnována zvláštní kapitola této práce.

K základnímu rozlišení forem cestovního ruchu patří:

- Rekreační cestovní ruch – hlavní účel je tvořen fyzickou a psychickou regenerací, je zastoupen nejširší účastí obyvatelstva. Představuje především příměstskou rekreaci, chataření a chalupaření, lázeňský cestovní ruch.
- Kulturní (kulturně-poznávací) cestovní ruch – spojen s poznáváním jiných kultur, zvyků, tradic, způsobů života aj. V rámci této kategorie lze rozlišit vzdělávací cestovní ruch či náboženský cestovní ruch.
- Společensky orientovaný cestovní ruch – je založen na společenském setkání, nejzákladnější podobu tvoří návštěva příbuzných či známých, klubový cestovní ruch (skupina se společnými zájmy).
- Sportovní cestovní ruch – spojen se sportovní činností, je dále členěn na aktivní a pasivní. Aktivní CR je tvořen pobyty se sportovní náplní (např. turistika), pasivní CR je spojen se sportovním diváctvím, pasivní účastí na sportovních akcích.

- Ekonomicky orientovaný cestovní ruch – je spojen s ekonomickými aktivitami účastníka a převážně probíhá v jeho pracovní době (obchodní CR - služební cesty, kongresový cestovní ruch aj.)
- Specificky orientovaný cestovní ruch – zahrnuje různorodé motivy cesty, např. nákupní CR. [3]

### **Typy cestovního ruchu**

Typy CR představují soubor aktivit cestovního ruchu, mající určitou podobu a specifický charakter. Odvíjí se od motivace účastníků a druhů CR a jsou přímo využitelné při tvorbě produktů cestovního ruchu. Typy CR neustále vznikají s nárůstem podílu volného času a touze po nových způsobech trávení volného času. Význam typů je především v samotném zacílení určité země a nalákání návštěvníků. Každý typ má svá specifika odrážející se od charakteru území. [3]

Do typů cestovního ruchu patří především cestovní ruch: aktivní, incentivní (motivační, využívaný zaměstnavatelem jako stimul k pracovnímu výkonu), poznávací, venkovský, veletržní a kongresový, lázeňský a rekreační aj. Každý typ vyžaduje jiné nároky na dispozice prostředí, infrastrukturu či lidské zdroje. [3]

## **3.4 Typologie účastníků cestovního ruchu**

Definování různých typů účastníků, kteří se CR účastní, je důležitou součástí vymezování základních pojmů této problematiky. Mezníkem v definování účastníků CR se stala Mezinárodní konference o statistice cestovního ruchu, pořádaná v Ottavě v červnu 1991 Světovou organizací cestovního ruchu, kde bylo definováno několik následujících pojmů CR: stálý obyvatel (rezident), návštěvník, turista, výletník. Rozhodujícím atributem všech uvedených pojmů je: změna místa od běžného životního prostředí (trvalého bydliště), dočasnost cesty a pobytu, nevýdělečný charakter. Různé typy účastníků CR byly vymezeny jak z oblasti domácího i mezinárodního CR. [6]

Za rezidenta lze z pohledu mezinárodního cestovního ruchu považovat osobu, která v dané zemi žije alespoň jeden rok před příjezdem do země jiné, ve které se rozhodne pobývat po dobu kratší jednoho roku. V případě domácího cestovního ruchu ve vztahu k určitému

místu, tedy např. ČR, je za stálého obyvatele (rezidenta) považována osoba, která zde žije alespoň 6 měsíců po sobě jdoucích před příjezdem do jiného místa (na dobu kratší 6 měsíců). [6]

Návštěvníkem je z pohledu mezinárodním cestovním ruchem osoba, která cestuje do jiné země, než má své trvalé bydliště, na dobu nepřekračující jeden rok. Hlavní úkol cesty je jiný, než výkon výdělečné činnosti. Z hlediska domácího cestovního ruchu je návštěvníkem osoba, která má trvalé bydliště v dané zemi a cestuje mimo své bydliště na dobu kratší 6 měsíců, aniž by překročila hranice státu (vycestování do zahraničí). Účel cesty ani v tomto případě nesmí být výdělečnou činností. [6]

Za turistu považuje mezinárodní CR osobu, která cestuje do jiné země, než v které má bydliště. Doba vycestování zahrnuje alespoň jedno přenocování, ne však více než jeden rok. Opět je zde podmínka nevýdělečné činnosti v navštívené zemi. Domácí cestovní ruch definuje turistu jako osobu trvale usídlenou v zemi, která cestuje do jiného místa v téže zemi. Doba tohoto vycestování je alespoň na jednu noc (přenocování), ne však déle než 6 měsíců. Podmínky účelu jsou stejné jako ve výše uvedených případech. [6]

Výletník (také jednodenní návštěvník) je z hlediska mezinárodního CR definován jako osoba, která cestuje do země mimo své trvalé bydliště a zároveň zde není po dobu delší než 24 hodin, tudíž bez přenocování. Domácí CR specifikuje výletníka jako osobu, která v dané zemi má trvalé bydliště a cestuje v rámci tohoto území, nikoliv do zahraničí. Doba cesty je do 24 hodin bez přenocování v navštíveném místě. U obou zmíněných podmínek platí, že důvod návštěvy není výdělečná činnost. [6]

### **3.5 Služby v cestovním ruchu**

Služby v cestovním ruchu představují materiálně-technickou základnu, jsou tvořeny ubytováním, stravováním, dopravou, službami CK/CA, službami sportovně-rekreačními či wellness, lázeňskými službami aj. [16] Tato kapitola představí nejdůležitější z nich.

## **Ubytovací služby**

Ubytování tvoří důležitou podmínku cestování. Základní funkcí ubytovacích služeb je především umožnit ubytování účastníka cestovního ruchu v místě, které je odlišné jeho obvyklému pobytu. Ubytovací zařízení je možné klasifikovat podle různých hledisek. [7]

Mezi základní klasifikace ubytovacích zařízení patří podle velikosti, kde jsou zařízení děleny do skupin – malá (5 – 100 pokojů), střední (101 – 250 pokojů), velká (251 a více pokojů). [16]

Další klasifikace třídí ubytování podle druhu staveb na hromadná a individuální ubytovací zařízení. Jako příklad hromadného objektu lze uvést hotely, motely, penziony aj. Do skupiny individuální je zařazeno ubytování v soukromí. [9]

Klasifikace ubytování může zahrnovat další kategorie, jako např.: hotely a obdobná zařízení, specializovaná zařízení (léčebná), jiná veřejná ubytovací zařízení (prázdninová ubytovací zařízení, místa pro turistické kempování), ubytování v soukromí. [5]

Ubytovací zařízení se dále člení podle druhu do kategorií a podle vybavenosti, kvality a rozsahu služeb do tříd. Třídy jsou poté označovány jednou až pěti hvězdičkami. Kategorie určuje druh objektu - hotel, hotel garní (vybavení jen pro omezený rozsah stravovacích služeb), penzion, motel. Třída vymezuje minimální požadavky na vybavení, úroveň a rozsah služeb spojených s ubytováním. [5; 7] Hvězdičkové hodnocení je všeobecně známé, jeho význam však nemusí být používán v zahraničí stejně jako v ČR.

V České republice je využíváno třídění dle hvězdiček u kategorií Hotel, Hotel Garni (vybavení jen pro omezený rozsah stravovacích služeb), Pension, Motel a to pomocí následujícího hodnocení: \* Tourist, \*\* Economy, \*\*\* Standard, \*\*\*\* First Clas, \*\*\*\*\* Luxury. V mezinárodním měřítku nenalezneme jednotný systém, který by byl společný pro všechny státy. Taktéž v Evropské unii převládá problém nejednotné klasifikace. Některé země již přijaly jednotný systém (Rakousko, Řecko, Španělsko, Itálie aj.), jiné však nikoliv (Dánsko, Finsko aj). [5]

### **Stravovací služby**

S cestovním ruchem jsou nezbytně spojeny i další služby, mezi něž patří i stravování, které uspokojuje základní životní potřebu výživy člověka. Pro účastníky mezinárodního cestovního ruchu navíc může stravování znamenat také seznámení se s prvkem cizí kultury či národa. Formy zajištění stravování mohou být různé, např. individuální (účastník si služby zajišťuje sám) či společné (hromadná příprava stravy pro velké skupiny osob). Společné stravování je realizováno jako veřejné (restaurační) nebo účelové, které je představováno školním či závodním stravováním. [6] Stravovací služba je důležitou součástí produktů cestovního ruchu, ale i zvláštního typu turismu, který v posledních letech nabývá na atraktivitě – gastronomická turistika. [16]

V rámci této práce je také důležité představit formy stravování, které souvisí s produkty CR, konkr. se zájezdy cestovních kancelářů. V tomto pojetí mluvíme o rozsahu stravovacích služeb, které jsou spojeny s ubytováním:

- ubytování se snídaní,
- polopenze (snídaně, večeře),
- plná penze (snídaně, oběd, večeře),
- all inclusive (neomezený rozsah stravovacích služeb). [16]

### **Dopravní služby**

Dopravní služby představují základní podmínku realizace cestovního ruchu. Oblast dopravy je velice konkurenční prostředí, ať již rozlišujeme mezi různými druhy dopravy či jednotlivými dopravci. Dopravní služby zahrnují oblast dopravy letecké, železniční, silniční aj., což představuje také jednu z nejčastějších klasifikací dopravy. [7] Společnost využívá k cestování různé druhy dopravy, v rámci cestovního ruchu pak mluvíme o službách, které jsou spojeny se zajištěním přepravy účastníků a jejich zavazadel, podání informací o dopravním spojení aj. [16]

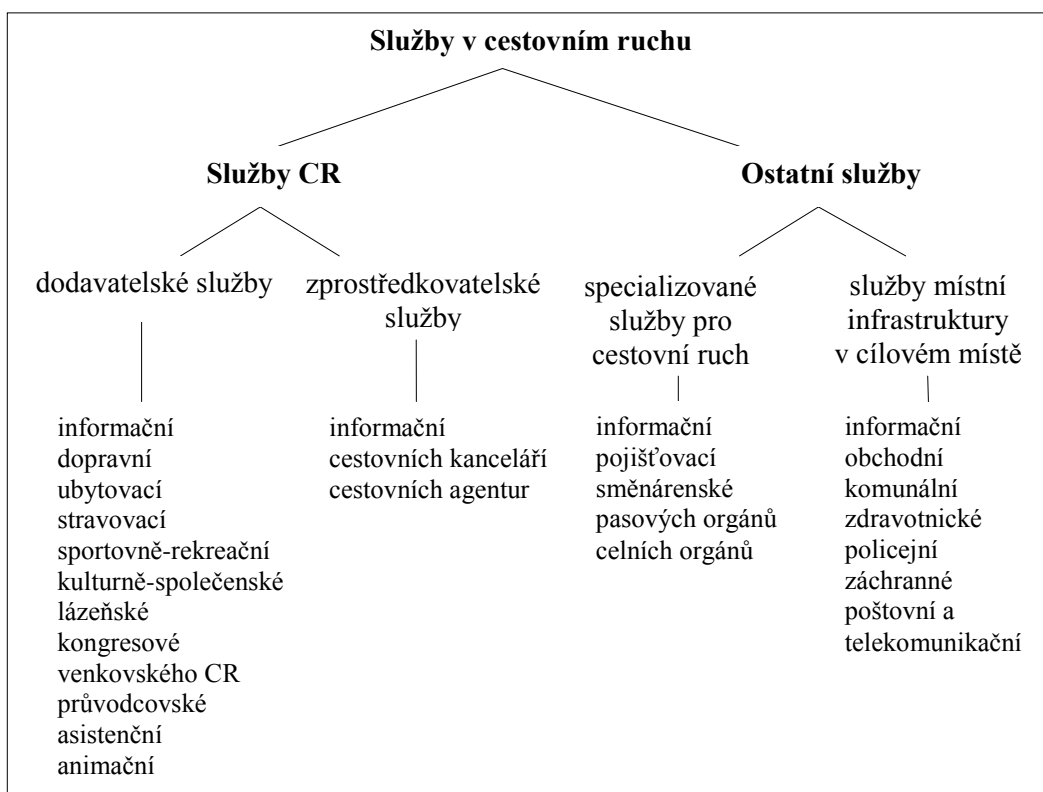
Základní požadavky, které jsou ze strany účastníků CR kladeny na dopravní služby, jsou: bezpečnost a pohodlí, rychlost, schopnost dosáhnout lokality dovolené, dostatečná kapacita dopravních prostředků, dostatečná frekvence, cena odpovídající kvalitě služeb. [6]



## Ostatní služby

Služeb v cestovním ruchu je nespočet. Nepatří mezi ně pouze zmíněné ubytování, stravování a doprava, ale také mnohé další, které lze vidět na obrázku č. 1. Služby v cestovním ruchu jsou považovány za komplexní. Je třeba si uvědomit, že služby CR jsou poskytovány mnoha podnikatelskými i nepodnikatelskými subjekty, v rekreačním místě i okolním prostoru. Nezbytnou součástí problematiky poskytování služeb tak tvoří koordinace a vzájemná spolupráce subjektů trhu CR. [7]

Obrázek č. 1: Struktura služeb v cestovním ruchu



Zdroj: [17]

## 3.6 Cestovní ruch a veřejná správa

Cestovní ruch patří mezi odvětví, která úzce souvisí nejen s podnikatelským sektorem, ale dotýkají se také sektorů společnosti – veřejné správy, samosprávy, a to na všech úrovních - celostátní, krajské i místní. Cestovní ruch je řízen v zájmu dosažení cílů daného území veřejnou správou prostřednictvím politických rozhodnutí a na základě norem.

Stát je subjektem, který zodpovídá za strategii regionálního rozvoje, která se úzce dotýká také cestovního ruchu a jeho podpory. Kompetentním orgánem v oblasti cestovního ruchu je v ČR Ministerstvo pro místní rozvoj (MMR), které připravuje základní strategické dokumenty, jimiž se řídí celé odvětví cestovního ruchu (Koncepte státní politiky rozvoje cestovního ruchu v ČR). Dále navrhuje příslušné zákony, vydává prováděcí vyhlášky, má odpovědnost za veřejné finanční zdroje určené pro cestovní ruch. Státní politika je dále zaměřena na: statistiku cestovního ruchu, národní rozvojové plány a metodiku vzdělávání v cestovním ruchu ve vazbě na Evropský sociální fond. K zabezpečení propagace ČR na centrální úrovni byla zřízena dceřiná organizace MMR – Česká centrála cestovního ruchu, Czech Tourism. [16]

Turismus se však mimo MMR dotýká také dalších institucí. Ministerstvo zemědělství odpovídá za oblast cestovního ruchu, která je spojena s venkovem, v podobě tzv. diverzifikace zemědělských činností. Ministerstvo práce a sociálních věcí se věnuje CR nepřímo, formou veřejných investic do vzniku pracovních míst, včetně těch ve službách CR, např. gastronomických. [16]

V rámci krajů je povinností a zodpovědností příslušných orgánů samosprávy vypracovávat programy rozvoje, jejichž součástí jsou i plány rozvoje cestovního ruchu. Orgány obcí a měst mají v kompetenci celkový rozvoj, včetně vybudování turistické infrastruktury, podpory investic zaměřených na problémy cestovního ruchu. Většina obcí a měst s rozšířenou působností III. stupně (v jejichž kompetenci jsou pravomoci, jako např. agenda občanských či řidičských průkazů) provozuje turistická informační centra. [16]

Legislativní úprava cestovního ruchu v ČR není ošetřena žádným zvláštním zákonem pro CR. Jediným ustanovením z oblasti cestovního ruchu je pouze zákon č. 214/2006 Sb., který novelizuje zákon č. 159/1999 Sb., o některých podmínkách podnikání v oblasti cestovního ruchu. Ten však upravuje jen problematiku CK/CA. Turismus je z hlediska veřejné správy vnímán především jako součást regionální politiky. Na této úrovni je možné zmínit zákon č. 248/2000 Sb., o podpoře regionálního rozvoje. [3]

### 3.7 Cestovní ruch seniorů

Pojem „cestovní ruch seniorů“ je řazen do kategorie sociálního cestovního ruchu, též nazývaného „cestovní ruch pro všechny“. Cílovou skupinou „cestovního ruchu pro všechny“ mohou být rodiny, jednotlivci s nízkými příjmy, děti a mládež, osoby mentálně či fyzicky handicapované či právě senioři. [27]

Seniorský cestovní ruch označuje cestovní ruch starší generace – tj. seniorů. Senioři tvoří segment trhu, který je charakterizován dostatkem volného času, klienti tak mohou procestovat delší dobu a aktivně se věnovat turismu častěji. Senioři mají své potřeby, zájmy a cíle. U seniorů lze říci, že vyžadují nabídku formou balíčku služeb a přiměřenou náročnost programu. Dále je možné se setkat s vyššími požadavky na standard ubytování či poptávkou po speciálních jídlech. Je třeba vzít v úvahu, že někteří senioři navíc mohou mít problémy s omezenou pohyblivostí. [12]

Cestovní ruch seniorů tvoří v poslední době rozrůstající se segment trhu. Je však velice obtížné definovat, koho považovat za seniora. Odborná literatura neposkytuje v tomto pohledu jednotný pohled. Sociologie pokládá za důchodový věk hranici 55 let, jelikož po dosažení tohoto věku se u člověka projevují adaptačně náročné změny. Mění se role i status, chování je ovlivněno společenskou adaptací, životní praxí i zdravotním stavem. [12] Stejnou věkovou hranici nabízí Výkladový slovník cestovního ruchu, který seniory, turisty třetího věku, definuje jako segment účastníků cestovního ruchu, zpravidla vymezený věkem nad 60 let, resp. nad 55 let, senioři). Tato věková skupina je ještě dále dělena do podskupin 55 – 64 let, 65 – 74 let a nad 75 let. [15] Vymezení seniora jako osobu věku nad 55 let užívá také jiná odborná literatura zaměřená na problematiku cestování a trávení volného času lidí vyššího věku. Je navíc dodáváno, že většina osob ve věku 55 let a více vnímá svůj věk jako značně nižší, než tomu ve skutečnosti je. Mluví se o tzv. subjektivním věku, který úzce souvisí s postoji, zájmy a aktivitami seniorů. Jeho výklad je důležité sledovat pro úspěšný marketing cestovního ruchu. [14]

Pro účely této diplomové práce byla zvolena věková hranice seniorů, tedy respondentů, 55 let. Bylo tak učiněno vzhledem k odborné literatuře a dále s ohledem na nabídku cestovních kanceláří, které uzpůsobují seniorské nabídky zájezdů od věku 55+.

Současná generace seniorů s novým životním stylem má jiné představy o svém dalším životě. Příčinou je především prodlužování aktivního věku života, jiný životní styl či širší ekonomické možnosti v ekonomicky vyspělých státech. Tito turisté třetího věku upřednostňují vyšší kvalitu služeb a rádi si za ni připlatí. Seniorští turisté rádi nakupují dopředu (tedy s předstihem, využívají nabídky typu first minute), očekávají důkladnou organizaci cesty bez stresových situací, nepodléhají sezónním vlivům. Z hlediska výběru lokality volí zahraniční i domácí cestovní ruch. Senioři tvoří klientelu, která bývá méně důvěřivá, pouze výjimečně si objednáva zájezd přes internet a nejvíce využívá služeb cestovních kanceláří. Podíl seniorů na koupi zahraničních zájezdů představoval v ČR k roku 2010 cca 8 %, zatímco v zemích západní Evropy činí tento podíl cca 16 %. Příčinu lze hledat v nižší životní úrovni, ale především také ve zvycích českých seniorů, kteří se aktivně zabývají spíše kutilstvím a zahrádkařením. Situace se však s postupem času pomalu mění. [12]

Dovolené seniorů nejsou dnes již tvořeny pouze lázeňskými pobyty, popř. odpočinkem v klidných hotelových resortech. Mnoho seniorů si přeje svou rekreaci trávit aktivním odpočinkem, oceňují sportovní vyžití jako např. možnost plavání v bazénu, pěší či cyklistické výlety, zároveň ale vyžadují určitý komfort odpovídající jejich věku a potřebám. Nabídky by též měly zahrnovat kulturní aktivity a možnosti poznávání. Starší turisté oceňují individuální přístup hotelového personálu, snahu vyhovět jejich přání. [27] Nejoblíbenějším místem pobytů jsou destinace u Středozemního moře v období mimo hlavní sezonu. Nejoblíbenějšími zeměmi českých seniorů jsou Chorvatsko, Egypt, Tunisko, Turecko a Španělsko. [12] V roce 2012, bylo mezi turisty seniorského věku nejoblíbenější Řecko, dále Turecko a Egypt. Preferovaný měsíc vycestování byl říjen a pobyty byly o délce 8 dní až 10 dní. Výše útraty za dovolenou činila průměrně 14.350 Kč, což vyplývá ze statistik cestovní agentury Invia.cz. Tato cílová skupina se zajímá také o poznávání v navštívené zemi, využívá fakultativních výletů či poznávacích okruhů. [43]

Senioři jsou typickou cílovou skupinou pro poznávací autokarové zájezdy a nenáročnou pěší turistiku. Zatímco mladší senioři jsou většinou zcela nezávislí a cestují mnohdy individuálně, s přibývajícím věkem se zvyšuje příklon ke skupinovému cestování. [16]

Individuální cestování však nemusí být pravidlem, senioři cestují také se svými vnoučaty či jiným doprovodem (rodina, přátelé). V neposlední řadě je podstatným rysem seniorského cestování důraz na možné zdravotní potíže a úrazy. [27]

Důležitým aspektem trhu cestovního ruchu je jeho ovlivnitelnost sezónností, která souvisí především s výběrem optimálního období dovolené s ohledem na počasí (preference letního období, pro poznávací zájezdy volba doby s ne příliš teplým ani studeným obdobím roku, faktor srážek) či na zvyklosti dané země. Sezónnost značně ovlivňuje ceny produktů (ubytování, dopravy) i nabídku subjektů cestovního ruchu, kteří se snaží o snižování sezonních výkyvů, čehož dosahují především oslovením různých segmentů trhu. Tato problematika je úzce spojena s cestovním ruchem seniorů, jelikož především senioři tvoří spotřebitele mimosezonního cestovního ruchu. [20]

### **3.7.1 Program Europe Senior Tourism**

Europe Senior Tourism (EST) je speciální program Evropské unie, který se snaží o podporu turismu v rámci Evropy. Program je zaměřen na občany ve věku 55 let a více s trvalým bydlištěm v některém ze členských států Evropské unie. Program vznikl z iniciativy španělské vlády v rámci posílení tzv. sociální turistiky - turistiky dostupné všem a na principu udržitelnosti. V roce 2009 schválil Evropský parlament přípravnou akci s názvem Calypso pro podporu oblasti sociálního turismu. Do pilotních programů byl zařazen také Europe Senior Tourism. [30] V rámci programu EST je možné navštívit především destinace v oblasti Španělska, dále Kypr a Itálii. Zájezdy do těchto destinací jsou dotovány vládami jednotlivých zemí, každému účastníkovi ve věku 55+ je přispěno částkou 150 euro. Stejný příspěvek navíc dostává i doprovod seniora. [39]

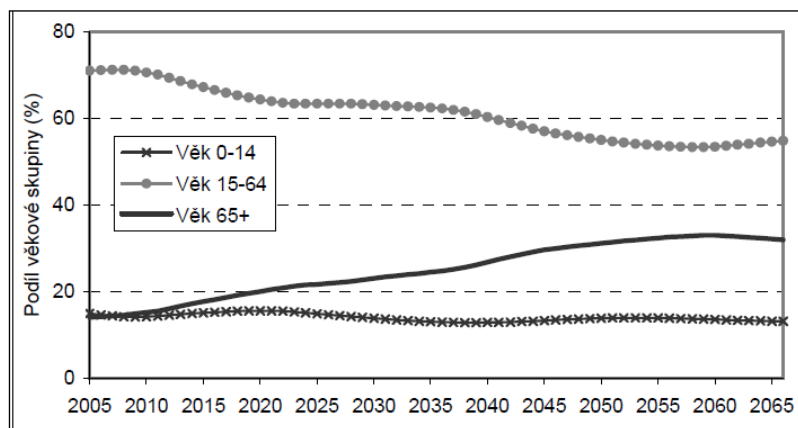
Nabídka zemí, které je možno navštívit v rámci dotovaných zájezdů, se stále rozšiřuje. CK usilují o dotované zájezdy i mimo oficiální program EU formou spolupráce se zahraničními subjekty či turistickými centrály. Pozornost konkrétním nabídkám dotovaných zájezdů, destinacím a informacím o rekreacích bude věnována v rámci kapitoly analýzy nabídek cestovních kanceláří.

### 3.8 Demografické proměny populace České republiky

Demografické stárnutí postihuje od poloviny 20. století všechny vyspělé státy. Jde o proces, při němž se mění věková struktura obyvatelstva takovým způsobem, že se zvyšuje podíl lidí v seniorském věku a snižuje se podíl dětí a mladších 15 let. Mezi příčiny těchto změn lze řadit pokles porodnosti či dožívání se vyššího věku, v porovnání s dřívějškem. [11] Tato změna v demografickém uspořádání je zásahem nejen do sociální a ekonomické stránky státu, ale také přináší změny právě do CR. Vliv vyšší míry dožití a tím posunutí aktivního života jedince se promítá do struktury klientely cestovního ruchu, která dosahuje vyššího aktivního věku. Navíc tato věkově starší skupina potenciálních klientů v současné době stále narůstá. Jak je z výše uvedeného patrné, je důležité věnovat pozornost demografickým změnám, které se taktéž odráží do oblasti turismu.

Věková struktura obyvatelstva se stále mění. Zatímco na počátku 90. let minulého století podíl dětí do 15 let nad produktivní složkou převažoval, v roce 1997 u nás poprvé došlo k procentuální převaze zastoupení osob nad 60 let. Tato převaha se od té doby stále zvyšuje. [11] Pokud je zaměřena pozornost na prognózy ČSÚ, nárůst obyvatelstva seniorského věku bude nadále zřetelný – viz graf č. 1. Nejen v uvedené střední variantě podíl obyvatelstva nad 65 let poroste. Nárůst této skupiny obyvatel lze odhadovat až na jednu třetinu populace. Do roku 2065 absolutně vzroste počet této skupiny obyvatel ze současných 1,56 mil. na 3 – 4 mil. osob, dle varianty projekce. Na významu budou nabývat především nejstarší věkové skupiny. [41]

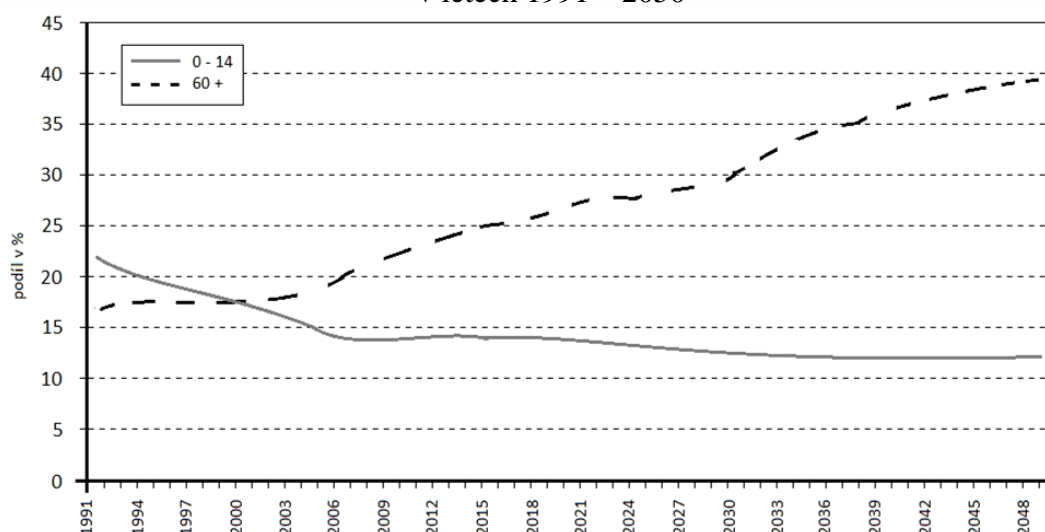
Graf č. 1: Podíl věkových skupin obyvatelstva do roku 2065



Zdroj: [41]

Na uvedeném grafu lze vidět střední variantu prognózy ČSÚ v oblasti věkových skupin obyvatelstva ČR do roku 2065. Podíl nejmladší (dětské), skupiny obyvatelstva poklesne či bude stagnovat, zatímco u nejstarší věkové skupiny obyvatel lze vidět zřetelný nárůst. V náhledu další projekce ČSÚ, tentokrát do roku 2050, by měly být již necelé dvě pětiny obyvatel ČR starší 59 let – viz graf č. 2, což absolutně vyjadřuje 3,6 milionu osob. Nárůst navíc bude spjat nejen s úbytkem nejmladších skupin, ale především poklesem produktivní složky obyvatelstva. [11]

Graf č. 2: Předpokládaný a reálný vývoj dětské a poproduktivní složky obyvatelstva ČR v letech 1991 – 2050



Zdroj: [11]

Z uvedených analýz budoucího složení demografické struktury ČR je zřetelně patrný nárůst skupiny seniorů. Cestovní ruch by měl na tuto změnu obyvatelstva reagovat a být připraven na případnou klientelu z početnější skupiny obyvatelstva, tedy seniorů.

Početné generace narozené po druhé světové válce dosahují v současných několika letech přibližného věku 65 let. Od svých předchůdců se však liší nejen početností, ale především sociálními i ekonomickými parametry: vyšším vzděláním, vyššími nároky na životní úroveň. Starší lidé jsou a budou vzdělanější a aktivnější, s širšími zájmy než v dřívějších dobách. Období stáří dávno není jen fází dožívání, nýbrž uvolněním a realizací různých zájmů, na které dříve nezbýval čas: kulturní zájmy, cestování, kutilství aj. [19]

### 3.9 Současné trendy trhu cestovního ruchu

Cestovní ruch, jeho charakter i rozsah souvisí s životním stylem i bohatstvím krajiny. Trh cestovního ruchu se neustále utváří a prochází změnami. Nejdůležitější trendy posledních let jsou předmětem této kapitoly.

Současná podoba celosvětového trhu cestovního ruchu vznikla především na základě ekonomické převahy Evropy a USA, související nabídky a poptávky služeb CR a husté sítě dobře dostupných lokalit a atraktivit v Evropě a USA. Ačkoliv se cestovní ruch rozšiřuje i do dalších regionů s ekonomickým rozvojem (Východní Asie, Střední a Jižní Amerika), přetrvává nadále sklon k tradičním destinacím. V počtech příjezdů turistů i v příjmech z cestovního ruchu je dlouhodobě stabilní Evropa, Amerika, Východní Asie a Oceánie. [20]

V současné době bývá celosvětový cestovní ruch negativně ovlivňován terorismem či ekonomickou krizí, přesto lze trh turismu považovat za poměrně stabilně rostoucí, což se předpokládá také do budoucna. Dlouhodobě počet výjezdů ve světě roste a je méně ovlivněn hospodářskou recesí, než jiné hospodářské aktivity. [20]

Mezi další celosvětově se projevující trendy patří soustavné zvyšování kvality, čehož je dosahováno zaváděním moderních technologií a dynamickým marketingem, zvyšováním rychlosti, dostupnosti a komplexnosti poskytování služeb. Další trendy jsou zaznamenávány v prohlubující se nadnárodní spolupráci v oblasti výměny služeb a poskytování informací či v respektování udržitelnosti cestovního ruchu. [20]

Důležité proměny trhu cestovního ruchu jsou shledávány nejen na úrovni celosvětové, ale také na úrovni národní, trhu cestovního ruchu v Evropě a České republice. Významná změna na trhu cestovního ruchu je v první řadě zaznamenávána v nárůstu preferencí levných pobytů, které jsou krátkodobějšího rázu (např. víkend, týden) a jsou tudíž lépe dosažitelné. Důraz je však kladen také na kvalitu, pestrost, orientaci na zlepšení zdraví, wellness a regeneraci. Trend je spojen s nižšími cenami dopravy (např. nízkonákladové aerolinie) i krácením doby cesty do cílového místa [1]



V souvislosti s cenami je vhodné se zmínit také o speciálních cenách zájezdů pro osoby starší 55 let. Zvýhodněné seniorské pobyty nabízí v dnešní době mnoho cestovních kanceláří, které vytvořily své vlastní seniorský program. Levněji mohou cestovat nejen senioři (např. v mimosezónních měsících), ale také jejich vnoučata, která mnohdy mají v doprovodu prarodičů taktéž zvýhodněné ceny. Konkrétním nabídkám na trhu bude věnována zvláštní kapitola této práce. Mimo jiné lze využívat zvýhodněných programů EU, která nabízí evropským občanům ve věku 55 let a výše dotovaný zájezd, viz kap. 3.7.1. [25]

Dalším trendem je preference destinací bližších k domovu. Tento trend zamezuje pocitům zvýšeného rizika při dlouhých cestách i obavám z méně známých destinací. Významným faktorem současnosti je internet. Stává se nástrojem při výběru lokalit i zabezpečení turistických cest. Internet navíc sehrává důležitou roli ve spokojenosti zákazníka, především lze mluvit o možnosti rychlého a levného spojení prostřednictvím internetu z místa svého pobytu. [1]

Cestovní ruch se postupně rozčleňuje mezi velké a malé poskytovatele. Oproti tomu však působí také globalizační trend, který vyžaduje vytváření sítí jako podmínky pro zvyšování konkurenceschopnosti. Oproti velkým hotelům se zvyšuje zájem o ubytování v malých hotelech, penzionech nebo v soukromí. [1]

Cestovní kanceláře musí v současné době volit strategické cíle a postupy, které se soustředí na dva druhy zájezdů, a to:

- organizované zájezdy, trendy ve využívání volného času a all inclusive pobyty,
- individuální balíčky služeb dle přání zákazníka (specifické cíle, události, vybrané trasy či pobyty). [1]

Významný trend se také začíná projevovat v postoji k dovoleným s organizovaným programem. Přibývá zákazníků, kteří odmítají organizované zájezdy a dávají přednost nezávislému cestování. Tito zákazníci odmítají předplacené, standardní organizované dovolené či naopak požadují nové, moderní typy programů. Nabídky pro tento segment trhu tak musí být pružnější, např. se může jednat o kombinované zájezdy s výpůjčkou auta

či možností volby ubytování. Spotřebitelé cestovního ruchu mnohdy požadují zájezdy zaměřené na speciální koníčky (malování, degustace vín, golf), zájezdy s plnou penzí (vč. nápojů a také zábavy), krátkodobé zájezdy pro osoby s omezenými časovými možnostmi (jednodenní zájezdy), zájezdy s kombinací dopravy loď – letadlo. [4]

Mezi další novinky v oblasti cestovního ruchu patří např.:

- poskytovatelé služeb kladou velký důraz na osobní i technicky zprostředkovanou komunikaci se zákazníkem (s možností výběru způsobu komunikace klientem),
- roste význam léčebně a relaxačně zaměřených pobytů,
- roste poptávka po kvalitě služeb,
- zvyšuje se tendence k pozdější rezervaci zájezdu (last minute prodej),
- význam publicity a osobní zkušenosti (popř. zkušenosti blízkých, známých apod.) se zvyšuje,
- roste význam doplňkových služeb (na národní i celosvětové úrovni),
- celkově rostou výdaje domácností na CR,
- CR se stává součástí životního stylu,
- cestovní ruch neustále roste (absolutně i relativně) a zvyšuje tak svůj podíl na světovém hospodářství. [20]

## 4 Praktická část

### 4.1 Analýza produktů cestovního ruchu pro seniory

Na trhu CR si každý potencionální zákazník má možnost vybrat z velkého množství nabídek cestovních kanceláří. V rámci této kapitoly bude věnována pozornost produktům pro vybranou skupinu obyvatel, tedy občany starší 55 let. Vzhledem ke skutečnosti, že v oblasti CR působí nespočet subjektů, které nabízí své služby přímo i zprostředkovaně, bude analýza věnována pouze vybraným cestovním kancelářím. Ačkoliv mnozí provozovatelé hotelů, penzionů i stravovacích zařízení poskytují speciální ceny a podmínky seniorským klientům, v rámci nákupu rekreace je předpoklad nákupu přes CK/CA. U každého subjektu CR, který byl v rámci analýzy zpracován, je věnována pozornost jeho nabídce cílové skupině klientů v seniorském věku, popř. seniorským slevám. Tento vzorek je vybírán z nabídek pro sezónu roku 2013, vyjímaje zájezdy lyžařské. Tyto nabídky nejsou zahrnuty z důvodu předpokladu, že nepředstavují pro cílovou skupinu natolik žádané produkty, jako zájezdy pobytové či poznávací.

Produkty uvedené v jednotlivých tabulkách jsou zpracovány na ubytování v zařízení (nejčastěji hotel) hodnocené 3\* nebo 3+ pokud není uvedeno jinak. Zároveň je ve všech případech využito cen pro ubytování ve dvoulůžkovém pokoji s možností jedné přistýlky, tzn. dvě dospělé osoby a dítě jako 3. osoba, obvykle na přistýlce. Zvýhodněná cena za dítě a požadovaný minimální věk jsou uváděny u vybraných zájezdů. Dále jsou zaznamenány možné termíny realizace pobytu či termíny vycestování za předem splněných podmínek.

Ceny, které lze vidět v nabídkových tabulkách každé CK, jsou buď konečné, nebo označeny „od“. Cena „od“ určuje nejnižší možnou cenu, kterou musí cestující osoba za zájezd zaplatit. Tyto ceny jsou spojeny s brzkými či naopak pozdními termíny pobytů ve vybraných měsících uskutečnění zájezdu. V rámci sezónnosti poté ceny stoupají. Pokud je uvedena cena konečná, není již různými termíny odjezdu navyšována.

#### **CK Kovotour Plus, s. r. o.**

Cestovní kancelář Kovotour Plus působí na našem trhu již 19 let. Své produkty specializuje na destinace Albánie, Bulharsko, Černá Hora, Česká republika, Chorvatsko, Řecko

a Turecko. Nabídka CK je sice soustředěna na všechny věkové kategorie klientů, ale seniorům je věnována zvláštní pozornost. Produkty určené pro seniory najdou klienti této věkové kategorie ve zvláštním produktovém katalogu a dále také na internetových stránkách této společnosti. [36]

Podmínky slevy: Seniorská nabídka se vztahuje na občany ve věku 55 let a více. V tabulce č. 1 lze vidět přehled nabídek této CK včetně konečných cen. Dále je specifikován věk dítěte a ceny, za které cestují. CK Kovotour Plus nabízí na vybrané zájezdy (např. Černá Hora, Turecko) časově omezené akce, kdy dítě cestuje zdarma. Všechny dotované zájezdy jsou uzpůsobeny na 8 dní/7 nocí pobytu (kromě pobytu v ČR na 6 nocí). Navíc ke každému zájezdu dostane zákazník výlet v dané destinaci zdarma. Cestovní kancelář ve většině svých ubytovacích kapacit (zahraničních) nabízí večerní programy pro seniory. [59]

Tabulka č.1: Nabídka CK Kovotour Plus

Země	Termín možného pobytu	Doprava	Stravování	Speciální ceny pro dítě	Cena/osobu	
					autokar	letecky
Černá Hora	květen, červen, září	autokar, letecky, kombino- vaná	plná penze	do 12 let 6.990 Kč/letecky 2.990Kč/autokar	6.990 Kč	9.990 Kč
Bulharsko	červen, září	letecky	all inclusive	do 12 let 6.990 Kč	-	12.490 Kč
Turecko	červen, září, říjen	letecky	all inclusive	do 13 let 7.990 Kč	-	13.490 Kč
Chorvatsko	květen, červen, září	autokar	plná penze	do 12 let 4.990 Kč	6.990 Kč	-
Česká republika – Beskydy	únor až říjen	vlastní	polopenze	nespecifikováno	5.499 Kč	

Zdroj: vlastní zpracování, [59]

Z výše uvedené tabulky je patrné, že CK Kovotour Plus zaměřuje svou seniorskou nabídku jak na letecké zájezdy, tak autobusem či vlastní dopravou. Všechny zájezdy jsou se stravou různého druhu, nikoliv však bez stravování. Výhoda nabídek této CK spočívá v její pestrosti možností dopravy, lokalit aj.

Jiné slevy: Mimo speciální nabídky pro seniory nabízí Kovotour Plus této věkové skupině slevu 600 Kč/osobu. Slevu lze uplatnit na katalogovou cenu květnových, červnových, zářijových a říjnových zájezdů. Slevu kancelář poskytuje občanům nad 55 let při leteckých i autokarových zájezdech. Nelze ji kombinovat s akcí Dítě zcela zdarma, Last minute a slevou pro pojištěnce (vybraných zdravotních pojišťoven). [36]

### **CK Čedok, a. s.**

Čedok patří svou tradicí mezi nejstarší a nejstabilnější CK na našem trhu. CK zde působí od roku 1920 a v současnosti nabízí nepřehledné množství destinací a zájezdů. Čedok nabízí letecké zájezdy po celém světě, za exotikou i po Evropě. V neposlední řadě se zaměřuje na pobyty v ČR, lyžařské pobyty a wellness rekreace. CK Čedok se zaměřuje na širokou klientelu, včetně zákazníků seniorského věku, kterým poskytuje možnost slev u vybraných termínů odletů a ubytovacích kapacit. Především ale nabízí dotované zájezdy. [28]

Podmínky slevy: Cestovní kancelář Čedok nabízí seniorským klientům možnost pobytu ve Španělsku za dotované ceny. Jedná se o zájezdy dotované v rámci programu Europe Senior Tourism, který je určen občanům s trvalým bydlištěm v jedné ze zemí EU a starším 55 let. S každým seniorem může cestovat jedna osoba, pro kterou platí stejné cenové podmínky, jako pro samotného seniora. Termíny zájezdů jsou v měsících březem až květen. Program mohou navíc využívat i další osoby mladší 55 let, které však hradí příplatek 2.700 Kč. Ceny za dítě jsou o 500 Kč/dítě do 12 let nižší, než ceny základní, stejně je tomu u 3. dospělé osoby. Doprava je letecky z Prahy. Více o nabídce v tabulce č. 2. Ceny uvedené v tabulce jsou aktuální dle internetových stránek společnosti Čedok k únoru 2013. [28; 51]

Tabulka č. 2: Španělsko pro seniory od CK Čedok

<b>Země (oblast)</b>	<b>Ubytování</b>	<b>Termín možného pobytu</b>	<b>Délka pobytu</b>	<b>Stravování</b>	<b>Cena/osobu</b>
Andalusie	4*	březen, duben, květen	8 dní	polopenze	9.990 Kč/březen 10.990 Kč/duben 12.490 Kč/květen
Mallorca	4*	duben, květen	8 dní	plná penze	9.990 Kč/duben od 10.990 Kč/květen

Zdroj: vlastní zpracování, [51]

Tabulka zobrazuje nabídku CK Čedok určenou speciálně seniorům. Jde o dotované zájezdy do Španělska se speciální seniorskou slevou a celkovým uzpůsobením pro 55+.

Jiné slevy: Další výhody jsou poskytovány na letecké zájezdy CK Čedok. Sleva je ve výši 25 % ze základní ceny pobytového zájezdu a je dostupná klientům starším 55 let. Sleva je však platná pouze pro jednoho seniora při ubytování dvou a více osob. Ostatní osoby, senioři i další spolucestující, platí cenu dle ceníku. Osoby doprovázející mohou čerpat slevu za včasný nákup. Ostatní slevy, včetně dětských, nelze současně se slevou na seniora kumulovat. Slevu dále nelze využít pro dvoutýdenní zájezdy, klienti mohou volit pouze mezi 8 až 12 denními zájezdy. Sleva je platná na mimosezonní termíny. Akce pro seniory je časově omezena do konce dubna. Mezi destinace, na které CK Čedok poskytuje seniorské slevy, patří: Turecko, Španělsko, Portugalsko, Řecko, Egypt. Lokality, na které se akce nevztahuje, jsou např. Tunisko, Malta, Chorvatsko. [50; 51] Následující tabulka č. 3 dále ukazuje vybrané nabídky zájezdů se seniorskou akcí, délka zájezdů je 8 dní.

Tabulka č. 3: Nabídka CK Čedok – letecky k moři

Země	Termín možného vycestování	Stravování	Speciální ceny pro dítě	Cena/osobu po slevě
Turecko	31. 5. 2013 7. 6. 2013 27. 9. 2013	all inclusive	do 14 let 7.990 Kč	10.343 Kč/1. os./květen 13.790 Kč/2. os./květen 12.068 Kč/1.os./červen 16.090 Kč/2. os./červen 12.443 Kč/1.os./září 16.590 Kč/2.os./září
Španělsko	15. 6. 2013 14. 9. 2013	polopenze	do 10 let 5.990 Kč	10.118 Kč/1. os./červen 13.490 Kč/2. os./červen 12.518 Kč/1.os./září 16.690 Kč/2.os./září
Řecko Korfu	17. 6. 2013 9. 9. 2013	polopenze	do 6 let 6.990 Kč	11.693 Kč/1. osoba 15.590 Kč/2. osoba

Zdroj: vlastní zpracování, [51]

Tabulka č. 3 zobrazuje další nabídky, které jsou dostupné všem klientům. Uvedené ceny jsou však speciálně určené pro seniory (sleva 25 % pro 1. osobu). Druhá osoba může čerpat jinou z nabízených slev. Tento systém slev není příliš obvyklý a může být pro klienta matoucí. Termíny možného odcestování a destinace, na které je sleva vztažena, jsou taktéž uvedeny ve zmiňované tabulce.

CK Čedok připravila nabídku také pro své seniorské klienty, kteří mají zájem o pobyty s vlastní dopravou uskutečněné v rámci České republiky. Dle katalogu si senior může vyhledat pobyt ve vybrané lokalitě a hotelu. Taktéž jsou uvedeny výhody, které daný objekt poskytuje. Mezi tyto výhody patří např. plná penze za cenu polopenze při pobytu na minimálně 7 nocí, ve vybraných termínech cenově zvýhodněné pobyty s polopenzí, u všech pobytů sleva 15 % aj. [52] Výběr z těchto pobytů nalezneme v tabulce č. 4.

Tabulka č. 4: Nabídka seniorských pobytů v ČR od CK Čedok

Země	Ubytování	Termín možného pobytu	Délka pobytu	Stravování	Speciální ceny pro dítě	Cena/osobu po slevě
ČR Františk. L.	3*	duben až říjen	8 dní	polopenze	do 10 let od 3.620 Kč	od 4.490 Kč
ČR Šumava	4*	květen, červen, září, říjen	6 dní	polopenze	do 12 let 1.490 Kč	3.490 Kč
ČR Podkrkonoší	3*	červen, září, říjen	8 dní	snídaně	nespecifikováno 2.100 Kč/přístýlka	4.200 Kč

Zdroj: vlastní zpracování, [52]

Tabulka č. 4 uvádí seniorské pobyty v rámci ČR, které Čedok nabízí v rámci své katalogové nabídky. Pobyt ve Františkových Lázních je pro seniory od 55 let zvýhodněn o večeře, které jsou zdarma. Původně jsou v ceně zahrnuty pouze snídaně. Pokud klient nad 55 let zvolí uvedenou rekreaci na Šumavě, má zvýhodněný pobyt s polopenzí, 1 hod. sauny či whirlpool v ceně. Pobytový balíček v Podkrkonoší je určen klientům již od 50 let a obsahuje např. následující výhody: odpolední káva se zákuskem zdarma, odvoz od vlakového nebo autobusového nádraží a zpět, 1x wellness procedura. [52]

Poslední z nabídky seniorských slev CK Čedok se týká poznávacích zájezdů v ČR. Jde o jednorázovou slevu dostupnou klientům od 55 let u vybraných zájezdů, viz tabulka č. 5.

Tabulka č. 5: Poznávací zájezdy v ČR pro seniory od CK Čedok

Země (oblast)	Termín	Délka pobytu	Doprava	Stravování	Speciální ceny pro dítě	Cena/osobu po slevě
ČR Beskydy	září	4 dny	autobus	polopenze	do 15 let 2.500 Kč	3.350 Kč (sleva 150 Kč)

Zdroj: vlastní zpracování, [52]

Výše uvedená tabulka zobrazuje vybraný poznávací zájezd, uskutečněný v ČR, který je dostupný všem potenciálním klientům CK, senioři však mají slevu jednorázovou 150 Kč.

### **CK Exim Tours, a. s.**

CK Exim Tours působí na českém trhu od roku 1993, tedy přes 20 let. CK Exim Tours nabízí zájezdy letecké k blízkým mořím i do vzdálených exotických zemí. Dále lyžařské, autokarové zájezdy, pobyty s vlastní dopravou. Z destinací lze uvést např. Řecko, Turecko, Bulharsko, Slovensko, Chorvatsko aj. Pobyty v Česku v nabídce CK nejsou. Při bližší analýze seniorských nabídek lze zjistit, že Exim Tours nemá specifikované zájezdy, určené na míru seniorům. Starším osobám je však k dispozici slevový program. [31]

Podmínky slevy: Podstatou je sleva ze základní katalogové ceny. Sleva je dostupná od věku 60 let. Její výše činí 4 % z katalogových cen pro dospělou osobu, maximálně však 1.200 Kč na osobu. Ve vybraných termínech je procentuální sleva navýšena na 7 %. [54] U těchto termínů však nejsou blíže specifikovány další podmínky. Po nahlédnutí do nabídek CK si lze vybrat z množství zájezdů s různou délkou pobytu, druhy stravování i ubytování. Pro ukázkou bylo vybráno několik nabídek týdenních pobytů (8 dní/7 nocí), viz tab. č. 6. CK Exim Tours nabízí slevové programy pro děti, kdy např. při včasné rozhodnutí o nákupu cestuje dítě zcela zdarma. Současné využití dvou slev však není možné. [54]

Tabulka č. 6: Nabídka CK Exim Tours

Země	Ubytování	Termín možného pobytu	Doprava	Stravování	Speciální ceny pro dítě	Cena po slevě 4 %
Bulharsko	3*	červen až září	letecky	snídaně	do 12 let 5.990 Kč	od 9.591 Kč
	4*	červen až září	letecky	polopenze	do 14 let 5.990 Kč	od 10.934 Kč
Tunisko Djerba	4*	květen až říjen	letecky	all inclusive	do 12 let 6.990 Kč	od 14.102 Kč
Egypt	5*	květen až říjen	letecky	all inclusive	do 12 let 8.990 Kč	od 16.502 Kč
Chorvatsko	3* AP	květen až září	vlastní	vlastní	nespecifi- kováno	od 2.966 Kč
	3*	květen až září	vlastní	polopenze	do 15 let zdarma	od 5.290 Kč

Zdroj: vlastní zpracování, [54]



Tabulka č. 6 uvádí výběr z nabídky CK Exim Tours, která však není určena speciálně pro seniory, pouze je v ceně odečtena seniorská sleva. V případě této CK je třeba zmínit, že procentuální sleva není příliš velká, proto při nákupu může být výhodnější čerpání jiných slev (například akce dítě zdarma při cestování dvou seniorů s dítětem).

Jiné slevy: Senioři mohou v rámci nabídek CK Exim Tours dále čerpat slevu 20 % na místo v business class při letech do exotických destinací. [31]

### **CK FIRO-tour, a. s.**

CK FIRO-tour patří mezi největší subjekty trhu CR v České republice. Svou působnost započala v roce 1990. Největší zastoupení v nabídce CK FIRO-tour mají letecké pobytové zájezdy, které jsou realizovány do destinací Egypt, Turecko, Tunisko, Řecko aj. Další zájezdy, které si CK FIRO-tour pro své klienty připravila, jsou např. do exotických destinací, pobytové zájezdy vlastní dopravou či autokarem. Opomenuty nejsou ani pobyty v Čechách. Pro seniory je připravena sleva ve výši 30 % na letecké zájezdy. [32]

Podmínky slevy: Pro seniorské cestující je možnost využití 30 % slevy, která platí na jednu osobu při zájezdu pro dvě osoby, tzn. 15 % na osobu. Sleva je platná ze základní katalogové ceny a lze ji čerpat i tehdy, pokud věkový limit 55 let a více splňuje jen jedna osoba z celkem dvou cestujících. Slevu není možné kumulovat s jinou nabídkou a lze ji uplatnit např. na zájezdy do destinací: Tunisko, Egypt, Řecko (kromě ostrovu Thassos), Španělsko (kromě Kanárských ostrovů), Turecko, Itálie či Chorvatsko. Na zájezdy do Bulharska se uvedená akce nevztahuje. Ačkoliv tato CK má ve své nabídce i autobusové zájezdy např. do Chorvatska či Itálie a pobyty vlastní dopravou, CK FIRO-tour uvádí seniorskou slevu pouze u leteckých zájezdů. Délka vybraných pobytů činí 8 dní/7 nocí, doprava letecky. Seniorská akce je časově omezena do dubna 2013. [32]

Tabulka č. 7: Nabídka CK FIRO-tour

Země	Ubytování	Termín možného pobytu	Stravování	Speciální ceny pro dítě	Cena/osobu po slevě
Egypt	4*	květen až říjen	all inclusive	do 13 let 7.990 Kč	od 12.943 Kč/1.os. od 18.490 Kč/2. os.
Izrael	4*	únor až říjen	polopenze	do 12 let od 22.490 Kč	od 20.993 Kč/1. os. od 29.990 Kč/2. os.
Tunisko	3+	květen až říjen	all inclusive	do 12 let 6.990 Kč	od 10.143 Kč/1. os. od 14.490 Kč/2. os.
Malta	4*	květen až říjen	polopenze	do 12 let 9.990 Kč	od 11.753 Kč/1.os. od 16.790 Kč/2. os.

Zdroj: vlastní zpracování, [32]

Tabulka č. 7 představuje vybrané zájezdy, na které je možné čerpat seniorskou slevu. Výběr destinací, ubytovacích kapacit i stravování je pestrý, ale sleva je platná pouze na letecké zájezdy, čímž se výběr značně zužuje. Oproti jiným nabídkám však není limitován termín vycestování, jak ukazuje tabulka výše.

Jiné slevy: Pokud se zaměříme na nabídku CK FIRO-tour v ČR na vlastní dopravu, nejsou stanoveny speciální nabídky či slevový systém pro seniory. V katalogu pobytů však lze najít ubytovací kapacity a termíny, které mají stanovené zvláštní, seniorské ceny. Několik z nich je uvedeno v tabulce č. 8.

Tabulka č. 8: Nabídka pobytů v ČR od CK FIRO-tour

Země (oblast)	Termín možného pobytu	Délka pobytu	Stravování	Speciální ceny pro dítě	Cena/osobu
ČR Jeseníky	květen až říjen	8 dní	polopenze	nespecifikováno	8.510 Kč
ČR Luhačovice	květen až říjen	6 dní	plná penze	nespecifikováno	od 6.370 Kč

Zdroj: vlastní zpracování, [32]

Uvedená tabulka ukazuje vybrané lokality CK FIRO-tour, jejichž ubytovací kapacity jsou určeny seniorům, pobyty jsou realizovány v rámci ČR. Ceny pro dítě nejsou blíže specifikovány, jelikož balíček je určen spíše seniorské klientele bez dětského doprovodu. Pobyt v Jeseníkách, který lze vidět výše, je zařazen do programu wellness. Cena, kterou klient zaplatí, zahrnuje mimo ubytování také lékařské vyšetření a následný léčebný program. Taktéž Luhačovický pobyt je zahrnut do speciálního balíčku „wellness

seniorům“. V ceně má klient např.: výběr z rehabilitačních programů, zapůjčení županu, využití hotelového bazénu aj. [32]

### **CK Fischer, a. s.**

Cestovní kancelář Fischer je jednou z nejoblíbenějších CK na našem trhu. Působí od roku 1999 a má více než 130 tisíc zákazníků. Samozřejmostí je velký výběr zájezdů, destinací i slevových akcí. Vybrané z nich směřují také seniorům. [33]

Podmínky slevy: Zákazníkům ve věku 55 a více připravuje CK Fischer několik zvýhodněných nabídek do zemí: Egypt, Španělsko (Kanárské ostrovy, Mallorca, Andalusie), Itálie (Sardinie, Sicílie). Hotelové kapacity nabídek jsou uzpůsobeny potřebám starší klientely, navíc CK přidává k nákupu zájezdu výlet v destinaci zdarma. Termíny zájezdů jsou od února do května (dle destinace). V rámci Španělska a jeho ostrovů může senior cestovat spolu s druhou osobou, u které není rozhodující věk, a přesto pro ni platí stejné podmínky, jako pro seniora. U ostatních destinací hradí spolucestující katalogovou cenu a má právo uplatnit pouze slevu na 1. moment – za včasný nákup. Přehled vybraných nabídek CK Fischer je uveden v tabulce č. 9. Délka každého ze zájezdů je 8 dní/7 nocí, většina odletů je pouze z Prahy. Dětské ceny nejsou v informacích CK specifikovány, dítě platí jako osoba na 3. lůžku, což nepředstavuje v ceně dítěte významný posun od ceny základní. [55]

Tabulka č. 9: Nabídka CK Fischer

<b>Země</b>	<b>Ubytování</b>	<b>Termín možného pobytu</b>	<b>Stravování</b>	<b>Cena/osobu</b>
Španělsko Andalusie	4*	březen, duben, květen	polopenze	9.990 Kč/březen 10.990 Kč/duben 12.490 Kč/květen
Španělsko Mallorca	4*	duben, květen	plná penze	9.990 Kč/duben 10.990 Kč/květen
Itálie Sicílie	4*	duben, květen	polopenze	11.490 Kč/duben 12.990 Kč/květen
Egypt	5*	únor, březen, duben	all inclusive	15.540 Kč/únor 15.690 Kč/březen, duben

Zdroj: vlastní zpracování, [55]

Jak lze vidět z tabulky č. 9, CK Fischer nabízí klientům možnost vycestovat za dotované ceny do několika destinací. Ubytování je realizováno v ubytovacích kapacitách s vyšším hodnocením kvality, navíc je vždy v ceně stravování. Termíny odpovídají mimosezonním termínům, kdy jsou tyto zájezdy realizovány. Cena je oproti klasickým nabídkám nižší.

### **CK Alexandria, s. r. o.**

Cestovní kancelář Alexandria je další z velkých subjektů na českém trhu CR. Svou působnost započala v roce 1993 a v současnosti je považována za specialistu na Bulharsko, Maltu či Řecko. Mimo jiné nabízí pobyty v destinacích Egypt, Španělsko, Tunisko či Itálie. Pro občany vyššího věku připravila Alexandria speciální Senior program. [21]

Podmínky slevy: Senior Program je zaměřen na klienty ve věku 60 let a více. Jak uvádí CK, sleva v tomto programu činí 40 % a je možné ji uplatnit za předpokladu, že se seniorem cestuje další osoba mladší 60 let. Slevu v tomto programu není možné kumulovat s jinou akcí či slevou. Termíny, kdy mohou senioři v tomto programu vycestovat, jsou v měsících květen, červen, září, říjen. Jejich pobyt může být realizován od 8 do 15 dní. Přehled vybraných nabídek je uveden v tabulce č. 10. Zvolená délka zájezdu je 8 dní/7 nocí, doprava letecká. [45]

Tabulka č. 10: Nabídka CK Alexandria

<b>Země</b>	<b>Ubytování</b>	<b>Termín možného pobytu</b>	<b>Stravování</b>	<b>Speciální ceny pro dítě</b>	<b>Cena/osobu po slevě</b>
Bulharsko	4*	červen, září	all inclusive	do 16 let 5.990 Kč	od 11.990 Kč/1. osoba od 7.194 Kč/2. osoba
Řecko Kréta	3*	červen, srpen/září, září	all inclusive	do 13 let 7.990 Kč	od 15.990 Kč/1. osoba od 9.594 Kč/2. osoba
Kypr	3*	květen, červen, září, říjen	polopenze	do 14 let 8.990 Kč	od 17.490 Kč/1. osoba od 10.494 Kč/2. osoba
Španělsko Mallorca	3*	červen, září	polopenze	do 6 let od 10.290 Kč	od 15.490 Kč/1. osoba od 9.294 Kč/2. osoba
Itálie Sicílie	3*	červen, září	polopenze	do 12 let 7.990 Kč	od 15.990 Kč/1. osoba od 9.594 Kč/2. osoba
Turecko	3+	květen, červen, září, říjen	all inclusive	do 12 let 7.990 Kč	od 16.490 Kč/1. osoba od 9.894 Kč/2. osoba

Zdroj: vlastní zpracování, [45]

Výše uvedená tabulka zobrazuje nabídku CK Alexandria seniorským klientům, pro které CK připravuje speciální zájezdy. Nejedná se o dotované pobyty, ale o zájezdy, které tvoří přímo CK. Nabídka destinací je široká, škálu výběru je možné najít i u ubytování a stravovacích služeb. Termíny vycestování jsou stanoveny mimo sezóně, což představuje především snahu vyrovnat výkyvy sezonnosti. Ceny pro 1. a 2. osobu nejsou stejné, což je vidět ze sloupce cen. Seniorské zájezdy jsou opět realizovány pouze leteckou dopravou.

### **CK Blue Style, s. r. o.**

CK Blue Style působí na českém trhu již 14 let a řadí se mezi významné subjekty na trhu CR. Klientům nabízí dovolenou v destinacích Turecko, Tunisko, Egypt, Španělsko, Řecko, Maroko. Dále je možné využívat služeb eurovíkendů. Pokud se zaměříme na nabídku Blue Style seniorům, lze konstatovat, že na tuto cílovou skupinu není CK příliš zaměřena, ačkoliv se jedná o velkou kancelář. Speciální programy v nabídce CK nejsou, klientům je však poskytována jednorázová sleva ve výši 300 Kč z katalogové ceny. [24]

Podmínky slevy: Tato sleva je poskytnuta od 60 let věku cestujícího při zájezdu v mimo sezónních měsících. V tomto případě by pro klienta bylo výhodnější využít také časových slev (tzn. slevy v rámci nákupu zájezdu ve větším časovém předstihu či krátce před odjezdem). Vybraná katalogová nabídka CK Blue Style se slevou 300 Kč viz tabulka č. 11. Slevu nelze kombinovat se skupinovou cenou. V případě spolucestujících dětí je možné kombinovat seniorskou slevu se slevou na děti. Tyto akce jsou však časově omezené (např. do konce ledna, února či března). Uvedená cena za dítě je katalogová, bez jakékoliv slevy. Délka pobytu je 8 dní/7nocí. Doprava letecky. [49]

Tabulka č. 11: Nabídka CK Blue Style

<b>Země</b>	<b>Ubytování</b>	<b>Termín možného pobytu</b>	<b>Stravování</b>	<b>Speciální ceny pro dítě</b>	<b>Cena/osobu po slevě</b>
Tunisko	4*	květen až říjen	all inclusive	do 12 let od 8.690 Kč	od 15.290 Kč
Tunisko - Djerba	4*	duben až říjen	all inclusive	do 12 let od 9.990 Kč	od 14.690 Kč
Maroko	3*	květen až říjen	polopenze	do 12 let od 11.390 Kč	od 18.390 Kč
Egypt	4*	květen až říjen	all inclusive	do 14 let od 10.990 Kč	od 16.890 Kč

Zdroj: vlastní zpracování, [49]

Tabulka nabídek CK Blue Style je vypracována na zájezdy, které jsou běžně dostupné všem věkovým kategoriím. Seniorům nabízí CK pouze jednorázově poskytnutou slevu, která je v uvedeném sloupci cen již odečtena, ale její výše není příliš významná. Výhodou je možnost kombinace slev, viz výše v textu. Termín vycestování je libovolný.

### **CK Neckermann (Thomas Cook, s. r. o.)**

CK Neckermann je německým subjektem působícím na našem trhu. Jedná se o dceřinou firmu koncernu Thomas Cook Group, který je významným subjektem na evropském trhu CR. CK Neckermann má oproti předchozím subjektům stanovený jiný systém slev pro seniory, než tomu bylo u doposud analyzovaných CK. [65]

Podmínky slevy: Sleva pro seniory je procentuálně stanovena do 10 % z ceny ubytování a lze ji kombinovat s ostatními výhodami. Sleva se vypočítá po odečtení všech ostatních výhod. Věk a výše slevy je stanovena u každého zájezdu individuálně. Výběr z nabídek CK Neckermann je uveden v tabulce č. 12. Délka pobytu pro vybrané zájezdy je 8 dní/7nocí, doprava letecky. [65]

Tabulka č. 12: Nabídka CK Neckermann

<b>Země</b>	<b>Ubytování</b>	<b>Termín možného pobytu</b>	<b>Stravování</b>	<b>Speciální ceny pro dítě</b>	<b>Cena/osobu po slevě</b>
Turecko	4+	květen až říjen	all inclusive	do 14 let 8.690 Kč	od 17.023 Kč (sleva od 55 let)
Řecko - Rhodos	4*	květen až říjen	all inclusive	do 14 let 8.590 Kč	od 17.605 Kč (sleva od 60 let)
Bulharsko	3+	červen až září	all inclusive	do 14 let 6.190 Kč	od 11.198 Kč (sleva od 60 let)

Zdroj: vlastní zpracování, [65]

CK Neckermann, jejíž nabídka je uvedena v tab. č. 12, nabízí klientům velký rozsah při výběru ubytování i termínů cesty. Stravování je navíc all inclusive. Uvedené ceny jsou poníženy o speciální slevu z ubytování, jinak není zájezd koncipován jen seniorům.

Jiné slevy: CK Neckermann umožňuje sloučení slevových systémů. Výsledná cena se tedy může výrazně snížit. Např. při zájezdu do Turecka a včasném nákupu dostane zákazník slevu cca 20 % z ceny ubytování - tzn. další úsporu cca 1.300 Kč/dospělou osobu.

U vybraných termínů odletu navíc CK nabízí akce, kdy klient hradí např. 6 nocí místo 7 nocí. Pobyty na vlastní dopravu tato CK pořádá do destinací Itálie, Chorvatsko, Slovensko či Česká republika. U většiny těchto kapacit nejsou seniorské akce, ale slevy, které jsou v mimosezonních termínech platné pro všechny. [64; 65]

### **CK Quality Tours, s. r. o.**

CK Quality Tours není na trhu CR příliš známým subjektem. Pokud se však zaměřujeme na nabídku cestování seniorům, je nezbytné ji zmínit. CK Quality Tours působí v ČR od roku 1999, kdy se však zaměřovala na zajišťování služeb zahraniční klientele. CK Quality Tour je specializovaným subjektem pro občany starší 55 let, který působí na trhu CR v ČR. Svou nabídku se snaží neustále rozšiřovat o další destinace, které případně nemají oficiální program dotace.

Pro tuto sezonu nabízí CK zájezdy do Španělska (Andalusie, Costa Brava, Mar Menor, Mallorca, Menorca), Itálie (Sicílie, Sardinie, Sanremo), Portugalska, Turecka a dále na Maltu, Madeiru, Ischii či Kypr. Ischie a Kypr jsou v nabídce této CK navíc zvýhodněny pro všechny klienty bez rozdílu věku. [42]

Podmínky slevy: Program je zaměřen na občany ve věku 55 let a více s trvalým bydlištěm v jedné z členských zemí EU. Některé zájezdy nejsou limitovány věkem. Nabídky CK Quality Tours jsou zaměřeny přímo na skupinu klientů CR, na kterou je zaměřena tato práce, proto je v příloze č. 1 uvedena kompletní nabídka dotovaných zájezdů CK Quality Tours. Vybraný přehled z nabídky týdenních pobytů je k dispozici v tabulce č. 13. Dětské ceny nejsou ve většině případů specifikovány, pouze je uvedena sleva na 3. osobu na přistýlce, která činí 500 Kč u všech ubytovacích kapacit. Zájezdy navíc obsahují nabídku mnoha fakultativních výletů v každé z destinací. [61]

Tabulka č. 13: Nabídka CK Quality Tour

Země	Ubytování	Termín možného pobytu	Stravování	Cena/osobu
Itálie Sanremo a Fr. riviera	4*	září	polopenze	od 14.990 Kč
Malta	3* nebo 4*	duben, květen, září, říjen	polopenze	od 11.990 Kč/duben od 12.990 Kč/květen, září od 11.990 Kč/říjen
Portugalsko	4*	duben, květen	polopenze	13.990 Kč
Madeira	2* nebo 4*	duben, květen až říjen	snídaně nebo polopenze	13.990 Kč/2* hotel od 17.990 Kč
Turecko	4*	duben, květen, červen, září, říjen	all inclusive	od 12.990 Kč/duben, říjen 14.990 Kč/květen, červen, září

Zdroj: vlastní zpracování, [61]

Jak lze vidět z výběru pobytů v tab. č. 13 a poté v příloze č. 1, nabídka CK Quality Tours je opravdu široká. Klient může volit z mnoha destinací, druhů a kvalit ubytování i druhů stravování. Jedinou podmínku opět tvoří termín vycestování, který je mimo sezónu. Ceny jsou určeny seniorským cestovatelům, v některých případech (dle destinace) všem zájemcům.

Jiné slevy: Věrnostní program „Klub 55+“ poskytuje slevy až 15 % na vybrané zájezdy. Program je pod záštitou CK Quality Tours. [42]

#### **CK AZUR REIZEN, s. r. o.**

Cestovní kancelář AZUR REIZEN vstoupila na český trh CR v roce 1997. Její nabídka není tak široká jako u velkých cestovních kanceláří, své produkty směřuje celkem do 5 destinací: Tabarka, Djerba, Tunisko, Turecko, Řecko. Zájezdy jsou uskutečňovány pouze leteckou dopravou. Seniorská sleva není opomenuta. [23]

Podmínky slevy: Pokud si senior nad 60 let vybere zájezd právě u této CK, může si ze základní ceny zájezdu odečíst slevu ve výši 3 %. Seniorská sleva není slučitelná s jiným slevovým systémem, jak uvádí CK. V případě této CK bude pro seniora výhodnější včasný nákup, popř. slevy na dítě, pokud cestuje také. Výběr z nabídky CK AZUR REIZEN spolu s cenami poníženými o 3 % je uveden v tabulce č. 14. Ceny za dítě jsou



uvedeny dle katalogového ceníku bez včasného nákupu. Délka zájezdu u všech vybraných nabídek v tabulce č. 14 činí 8 dní/7 nocí, doprava letecky. [48]

Tabulka č. 14: Nabídka CK AZUR REIZEN

Země	Ubytování	Termíny možného pobytu	Stravování	Speciální ceny pro dítě	Cena/osobu po slevě
Tabarka	3*	červen až září	all inclusive	do 12 let 7.750 Kč	od 14.065 Kč
Djerba	4*	květen až říjen	all inclusive	do 12 let 7.900 Kč mimosezona 8.050 Kč sezona	od 16.102 Kč
Tunisko	4*	květen až říjen	all inclusive	do 12 let 7.750 Kč	od 16.345 Kč

Zdroj: vlastní zpracování, [48]

Nabídka CK AZUR REIZEN není výběrem destinace příliš široká, především proto, že se nejedná o tak velkou kancelář jako např. CK Čedok. Zájezdy uváděné v tabulce č. 14 jsou nabízeny všem potenciálním klientům bez rozdílu věku, seniorům je pouze odečtena sleva ve výši 3 % (viz tabulka), což nepředstavuje významné snížení ceny.

### **CK Inex, s. r. o.**

Cestovní kancelář Inex patří mezi další dlouhodobé subjekty na našem trhu. Působí zde již 23 let a v současnosti můžete z jejích nabídek volit mezi pobytovými, poznávacími i exotickými zájezdy do různých zemí světa. Pro seniory 55+ má CK Inex připravené speciální nabídky. [35]

Podmínky slevy: Nabídka vybraných zájezdů CK Inex viz tabulka č. 15. Destinace, které může senior navštívit, jsou Turecko a Španělsko. Zájezd je dostupný i pro jiné věkové skupiny než osoby starší 55 let, ceny jsou poté většinou vyšší, ne však vždy. Termíny odjezdů na rekreaci jsou v měsících květen a červen. [35] Ceny a další podmínky, které jsou platné pro seniorskou klientelu, jsou uvedeny v tabulce č. 15. Délka pobytů činí 7 dní/8 dní. Pouze v případě leteckého zájezdu do Španělska je délka zájezdu 11 nocí.

Tabulka č. 15: Nabídka CK Inex

Země	Ubytování	Termíny možného pobytu	Doprava	Stravování	Speciální ceny pro dítě	Cena/osobu po slevě
Španělsko	4*	květen, červen	autobusem	plná penze	nespecifikováno 1.990 Kč/přistýlka	6.990 Kč
Španělsko	3*	červen	letecky	polopenze	do 13 let 7.990 Kč/11 nocí	15.990 Kč
Řecko	5*	květen	letecky	all inclusive	do 13 let 6.990 Kč	od 12.990 Kč/ osoba 55+
Turecko	3*	červen	letecky	all inclusive	do 14 let 7.990 Kč	12.990 Kč

Zdroj: vlastní zpracování, [35]

Tabulka č. 15 zobrazuje výběr z rekreací CK Inex včetně cen určených seniorům. Klient může volit z více destinací i druhu ubytování, termín je však omezen na květen či červen. Doprava do destinace je v případě této CK však nejen letecká, ale i autobusová.

Jiné slevy: Pro seniory starší 65 let si CK Inex připravila 5% slevu na pobytové zájezdy. Sleva je platná při uhrazení zálohy 2 měsíce před odjezdem. Slevu lze uplatnit na odjezdy do 28. 6. nebo po 30. 8., tudíž mimo hlavní sezonu. Pokud s CK Inex klienti vycestují na poznávací zájezd, činí seniorská sleva 3 % za jinak stejných platebních podmínek, termín odjezdu však není limitován. [57; 58]

### **CK Nev – Dama, a. s.**

CK Nev - Dama je obchodní značkou, jejímž držitelem je společnost Ski Travel, a. s. Samotná společnost zanikla právě splnutím se společností Ski Travel v prosinci roku 2011. Nev - Dama je specialistou na zimní, ale také letní zájezdy, např. do Itálie, Chorvatska, Francie, Španělska či k alpským jezerům aj. [38]

Nev - Dama poskytuje slevy pro stálé klienty, za včasné objednání aj. To vše do výše maximálně 10 %. Slevy pro seniory však u této společnosti nenajdeme. Pro tento subjekt nejsou cestovatelé seniorského věku cílovou skupinou. [63] Z nabídek, které jsou ovšem platné pro všechny věkové skupiny, můžeme zvolit zájezd např. k alpským jezerům či si pronajmout dvoulůžkový apartmán v italském Bibione, viz tabulka č. 16.

Tabulka č. 16: Nabídka CK Nev-Dama

Země	Termíny možného pobytu	Délka pobytu	Doprava	Stravování	Speciální ceny pro dítě	Cena/osobu
Rakousko	duben až říjen	5 dní	vlastní	polopenze	do 6 let zdarma do 14 let od 2.100 Kč	od 4.200 Kč
Itálie	květen až září	8 dní	vlastní	vlastní	nespecifikováno	od 1795 Kč

Zdroj: vlastní zpracování, [63]

Tabulka č. 16 obsahuje výběr z pobytů CK Nev – Dama, který je dostupný všem klientům, seniorské slevy nejsou poskytovány vůbec. Rekreační jsou realizovány např. v Itálii či Rakousku, termíny jsou možné i na kratší dobu než týden.

#### **CK VTT, s. r. o.**

CK VTT je výhradním specialistou na destinace Řecko, řecké ostrovy a Kypr. CK nabízí své zájezdy na českém trhu již 23 let. Oficiální a plný název společnosti je Venus Trade and Tours. Senioři tvoří pro tuto kancelář významnou potenciální klientelu, proto pro ni tvoří vhodné produkty a slevy. [44]

Podmínky slevy: Sleva je dostupná od věku 60 let, činí 15 % a je platná po celý rok. Slevu nelze sloučit s jinou akcí, pouze s nabídkou Promo room. CK seniorům poskytuje také přehledný výběr hotelů, které jsou pro tuto klientelu vhodné. [62] Výběr z nabídky CK VTT obsahuje tabulka č. 17.

Tabulka č. 17: Nabídka CK VTT

Země (ostrov)	Termín možného pobytu	Délka pobytu	Stravování	Speciální ceny pro dítě	Cena/osobu po slevě 15 %
Kréta	červen až září	8 dní	all inclusive	do 13 let 8.800 Kč	od 13.090 Kč
Rhodos	červen až září	8 dní	polopenze	do 15 let 8.600 Kč	od 14.195 Kč
Korfu	červen až září	11 dní	polopenze	do 16 let 8.500 Kč	od 13.940 Kč

Zdroj: vlastní zpracování, [62]

Tabulka nabídek CK VTT, která má číslo 17, je díky úzké specializaci CK zaměřena jen na Řecko a řecké ostrovy. Cena je snížena o 15 % díky seniorské slevě. Termín není

omezen pouze na mimosezonu, ale jak lze vidět, klient může cestovat za seniorskou cenu celoročně.

Jiné slevy: CK VTT je specialistou na ostrov Kypr. V rámci nabídky této destinace mohou nejen senioři, ale všichni cestující využít dotovaných jarních zájezdů, viz tabulka č. 18. V ceně zájezdu je navíc zahrnut výlet, komplexní pojištění cestujícího, některé služby z oblasti wellness. Výběr hotelu je ponechán na klientovi, od čehož se také odráží konečná cena. Odlet je vždy uskutečněn z letiště v Praze. [62]

Tabulka č. 18: Nabídka dotované zájezdy CK VTT ostrov Kypr

Země (ostrov)	Ubytování	Termín možného pobytu	Délka pobytu	Stravování	Speciální ceny pro dítě	Cena/osobu
Kypr	3*	duben, květen	8 dní	polopenze	dle hotelu (až do 14 let) 8.600 Kč	od 11.700 Kč

Zdroj: vlastní zpracování, [62]

Dotovaný zájezd, který je v rámci CK VTT nabízen, lze vidět v tabulce č. 18. Zakoupení pobytu na Kypru za podmínek uvedených v tabulce však není omezen věkem.

#### **CK Melissa Travel, s. r. o.**

Další významným specialistou na destinaci Řecko je na českém trhu CK Melissa Travel, která svou působnost datuje od roku 1994. Oproti ostatním CK na trhu je Melissa Travel zaměřena pouze na Řecko a řecké ostrovy. CK Melissa Travel nabízí rovněž jako jiné CK několik druhů slev. Seniorské slevy jsou mezi ně taktéž zařazeny. [37]

Podmínky slevy: CK připravuje speciální nabídku pro seniory od věku 55 let ve vybraných hotelech i termínech. Jiné slevy není možné s akcí pro seniora kombinovat. [60] Výběr z nabídky seniorských pobytů 55+ je uveden v tabulce č. 19. Délka pobytů vybraných zájezdů činí 8 dní/7 nocí.

Tabulka č. 19: Nabídka CK Melissa Tavel

Země (ostrov)	Ubytování	Termíny možného pobytu	Stravování	Speciální ceny pro dítě	Cena/osobu po slevě
Rhodos	3*	červen, září	polopenze	do 12 let 9.900 Kč	od 13.990 Kč
Kréta	3*	červen, září	polopenze	do 14 let 9.900 Kč	od 13.990 Kč
Kos	2+	červen, září	polopenze	do 12 let 6.900 Kč	od 13.890 Kč

Zdroj: vlastní zpracování, [60]

Další speciální nabídky v rámci Řecka nabízí CK Melissa Travel a lze je vidět v tabulce č. 19. Řecké ostrovy je možné za daných podmínek navštívit v mimosezonních měsících. Zájezd obsahuje stravování formou polopenze a ubytování v kapacitě nejčastěji 3\*. Cenu, která je uvedena v posledním sloupci tabulky, mohou využít pouze seniorští klienti.

#### **CK ESO travel, a. s.**

Cestovní kancelář ESO travel je v současné době největší česká cestovní kancelář soustředící se na dálkové exotické destinace. CK ESO travel byla založena v roce 1994 a zaměřovala se na pobyty v jihovýchodní Asii. V současné době nabízí svým klientům k výběru a vycestování celkem 126 zemí. CK ESO travel patří k subjektům trhu CR, které vychází vstříc seniorské klientele a připravují pro ni slevy. [29]

Podmínky slevy: Senior program, který CK připravila, se týká klientů od věku 60 let cestujících na pobytové zájezdy. Ze základní ceny získá senior slevu 15 % (pokud je novým klientem CK) či 18 % (je-li členem klubu Eso či stálým klientem). Sleva se vztahuje na vybrané země i přesně dané termíny odletů. Ubytování si klient může zvolit sám. Vybrané pobyty jsou uvedeny spolu s dalšími podrobnostmi v tabulce č. 20. Senior slevu nelze kombinovat s ostatními slevami. [53]

Tabulka č. 20: Nabídka CK ESO travel

Země	Ubytování	Termín možného vycestování	Délka pobytu	Stravování	Speciální ceny pro dítě	Cena/osobu po slevě 15 %
Kuba	3*	8. 1. 2013	12 dní	all inclusive	do 12 let 25.490 Kč	33.567 Kč
Dominikánská republika	4*	2. 1. 2013	12 dní	all inclusive	do 12 let 26.990 Kč	40.792 Kč
Keňa	3*	6. 1. 2013 nebo 16. 1. 2013	11 dní	polopenze	do 12 let 17.990 Kč	od 31.017 Kč
Maledivy	3+	5. 12. 2012	8 dní	polopenze	do 12 let 37.490 Kč	40.792 Kč

Zdroj: vlastní zpracování, [53]

Výše uvedená tabulka ukazuje produkty CK ESO travel platné pro občany věku 60 let a více, jejichž ceny jsou poníženy o 15 %. Destinace jsou díky zaměření CK oproti jiným nabídkám více exotické. Termíny vycestování za daných podmínek jsou pevně dány.

#### **CK Atis, a. s.**

Cestovní kancelář Atis je jedním z předních specialistů na pobyty v České republice. Působí již 23 let a za tuto dobu si na tuzemském trhu CR vybudovala významnou pozici. Nabízí svým klientům jarní, letní i zimní pobyty, které rozděluje do tzv. produktových skupin. Jednu z těchto skupin tvoří také senioři, pro které CK Atis připravila dva druhy výhod. Mimo České republiky můžete s CK Atis navštívit také blízké sousední země. Zvláštní pozornost je věnována i wellness pobytům v ČR, Německu a na Slovensku. [22]

Podmínky slevy: První z nich je speciální program „Dovolená pro zralý věk“. „Dovolená pro zralý věk“ je speciální nabídka zaměřená na pobyty pro seniory od 50 let včetně doprovázejících dětí do 15 let, které cestující mimo hlavní školní prázdniny a silvestrovský termín. Do programu je zapojeno několik desítek hotelů a ubytovacích kapacit. Obsahem jsou následující výhody: zdarma obědy nebo večeře, zdarma až tři dny pobytu (14 = 11, 7 = 6), není účtován příplatek za jednolůžkový pokoj či psa, pobyt s plnou penzí za cenu polopenze, vyčlenění pokoje v klidné části zařízení, protiskluzová úprava koupelny a WC, dietní strava, odvoz osob a zavazadel k zastávce aj. [46; 47] Vybrané nabídky zahrnuté do programu „Dovolená pro zralý věk“ uvádí tabulka č. 21. Zájezdy wellness pobytů, které jsou určeny seniorům a představují další typ nabídky, jsou v tabulce č. 22.

Tabulka č. 21.: Nabídka CK Atis

Země	Termín možného pobytu	Délka pobytu	Doprava	Stravování	Speciální ceny pro dítě	Cena/osobu
ČR Šumava	duben až říjen	8 dní	vlastní	plná penze	do 15 let od 1.860 Kč	od 2.640 Kč
ČR Český ráj	duben až říjen	15 dní	vlastní	polopenze	do 15 let od 3.245 Kč	od 6.490 Kč
SR - Malá Fatra	duben až listopad	8 dní	vlastní	polopenze	do 15 let od 1.020 Kč	od 3.180 Kč

Zdroj: vlastní zpracování, [46]

Výše uvedená tabulka ukazuje pobyty v rámci ČR a SR poskytované CK Atis. Termíny vycestování jsou libovolné, taktéž délka pobytů. Pobyty jsou realizovány vlastní dopravou, dětské ceny jsou stanoveny až do věku 15 let dítěte. Nabídka v oblasti Šumava zahrnuje díky programu senior plnou penzi (oproti původní polopenzi), odpolední kávu nebo čaj, speciální pokoj, odvoz aj. viz výše. Klient navíc platí 6 nocí místo 7 nocí. Ubytování je zajištěno v rekreačním středisku hodnoceném 2\*. Pobyty v Českém ráji a v Malé Fatře jsou taktéž cenově zvýhodněné (Český ráj - úhrada pouze 11 nocí místo 14 nocí, Malá Fatra 6 nocí místo 7 nocí), navíc klient místo zaplacených snídaní využívá nabídku polopenze a další výhody. [46]

Tabulka č. 22.: Nabídka wellness pobytů CK Atis

Země	Termín možného pobytu	Délka pobytu	Doprava	Stravování	Speciální ceny pro dítě	Cena/osobu
ČR – Karlovy Vary	celoročně	4 dny	vlastní	plná penze	nespecifikováno	3.490Kč/mimosezona 3.950 Kč/sezona
SR - Piešťany	duben až prosinec	6 dní	vlastní	polopenze	nespecifikováno	6.590 Kč

Zdroj: vlastní zpracování, [47]

Další z nabídek CK Atis, která je uvedena výše v tabulce, zahrnuje wellness pobyty realizované vlastní dopravou v rámci ČR či SR. Délka pobytů i termíny jsou libovolné. Nabídka pobytu v Karlových Varech je určena pro seniory i „neseniory“. Klienti starší 60 let však mají navíc v ceně zdarma oběd. Pro seniory je dále připraven uvítací přípitek, částečná masáž, výběr z koupelí, parafinový zábal na ruce, 1x vstup do solné jeskyně. Wellness pobyt v Piešťanech je určen pro klienty ve věku 55 let a více. Mimo polopenzi

zahrnuje: uvítací přípitek, ovocný košík na pokoji, orientační lékařské vyšetření, 1x hygromasážní vanu (20 min), 1x klasickou masáž částečnou, 1x parafango zábal. [47]

Jiné slevy: Druhý systém slevy spočívá v 5 % slevě na všechny pobyty kromě těch, které jsou zahrnuty ve výše zmiňovaném programu. CK Atis navíc poskytuje tyto výhody klientům již od věku 50 let. [46]

### **CK HUNGARIAtour, s. r. o.**

Jednou z neúspěšnějších specializovaných kanceláří na trhu CR v ČR je také CK HUNGARIAtour. Její nabídku tvoří zájezdy do Maďarska, dále se soustředí také na Slovinsko či Rumunsko. Maďarsko je destinací, která nabízí návštěvníkům odpočinek a regeneraci při lázeňských pobytech, proto může být vyhledávaným cílovým místem seniorů. [34]

Ačkoliv tvoří seniorští klienti podstatnou část trhu, CK HUNGARIAtour nemá ve své nabídce žádný slevový systém jim určený. Pro příklady nabídek je vybrán zájezd a pobyt, který je dostupný za uvedených podmínek pro všechny klienty (tabulka č. 23). [56] Vybrané zájezdy zahrnují ubytování ve dvoulůžkovém pokoji v hotelu hodnoceném 3\*. Při vlastní dopravě i stravě je ubytování zajištěno v dvoulůžkovém apartmánu.

Tabulka č. 23: Nabídka CK HUNGARIAtour

<b>Země</b>	<b>Termín možného pobytu</b>	<b>Délka pobytu</b>	<b>Doprava</b>	<b>Stravování</b>	<b>Speciální ceny pro dítě</b>	<b>Cena/osobu</b>
Maďarsko	květen	8 dní	autobus	polopenze	do 12 let 4.690 Kč	8.590 Kč
Maďarsko	červen až srpen	8 dní	vlastní	vlastní	věk nespecifikován 2.220 Kč/přistýlka	2.340 Kč
Slovinsko	září	8 dní	vlastní	snídaně	do 12 let 4.165 Kč	8.330 Kč/vč. vstupů do lázní

Zdroj: vlastní zpracování, [56]

Výše zpracovaná nabídka CK HUNGARIAtour je zaměřena pouze na Maďarsko a Slovinsko, dle specializace CK.



## **CK Canaria Travel, s. r. o.**

Další CK, která by v této práci jistě neměla být opomenuta, je CK Canaria Travel. Jak již napovídá sám název cestovní kanceláře, destinací, kterou CK nabízí, jsou Kanárské ostrovy. V tomto roce CK oslaví svou 17letou působnost na českém trhu CR. CK Canaria Travel nabízí svým stálým i potencionálním klientům produkty, které soustředí do několika tematických skupin. Jednou z těchto skupin je také „Seniorům 55+“. Destinace, kterou mohou seniorští klienti navštívit, jsou ostrovy Tenerife a Fuerteventura. [26] Bližší informace jsou uvedeny v tabulce č. 24.

Podmínky slevy: věk 55 let a více, občan s bydlištěm v EU [26]

Tabulka č. 24: Nabídka CK Canaria Travel

<b>Země (ostrov)</b>	<b>Ubytování</b>	<b>Termíny možného pobytu</b>	<b>Stravování</b>	<b>Speciální ceny pro dítě</b>	<b>Cena/osobu po slevě</b>
Tenerife	4*	duben až říjen	plná penze	nespecifikováno	15.990 Kč/mimosezona 16.990 Kč/červenec 17.490 Kč/červenec, srpen
Fuerteventura	3*	únor až duben	all inclusive	nespecifikováno	15.490 Kč 16.990 Kč/21. 3. – 11. 4. 13

Zdroj: vlastní zpracování, [26]

Nabídka uvedená v tabulce č. 24 je zaměřena především spotřebitelům CR ve věku 55+, destinace je na základě specializace CK zaměřena na vybrané Kanárské ostrovy. Oproti nabídkám konkurenčních cestovních kanceláří jsou alespoň některé ze zájezdů této cestovní kanceláře realizovány v hlavní sezóně. V ceně je již zahrnuta zvolená forma stravování. Zájezd je koncipován především starší klientele, dětské ceny nejsou v katalogových nabídkách uvedeny.

## **Další subjekty trhu CR**

Na trhu CR se samozřejmě vyskytuje mnoho dalších subjektů a cestovních kanceláří, některé z nich poskytují slevu seniorům, jiné nikoliv. Výběr dalších CK a jejich nabídka slev seniorům viz příloha č. 2.

## 4.2 Dotazníkové šetření

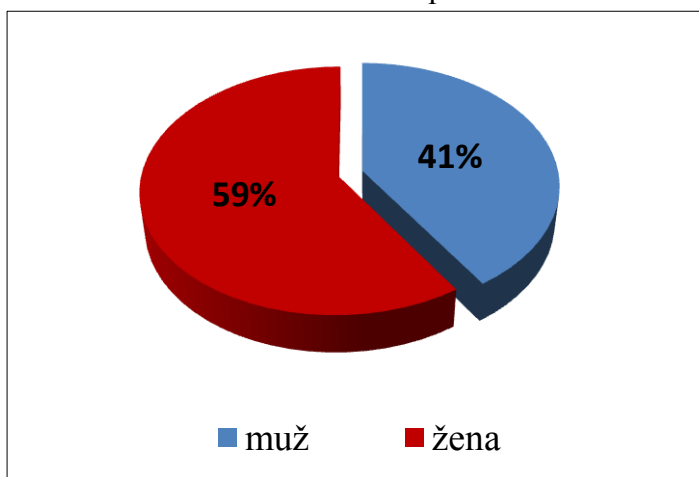
Dotazníkové šetření preferencí občanů ČR ve věku 55 let probíhalo od června roku 2012 do září 2012 a zúčastnilo se jej celkem 226 respondentů. Doba uskutečnění šetření byla závislá především na sezónnosti cestovního ruchu. Dotazník, který byl respondentům distribuován elektronicky a tištěnou formou, obsahoval celkem 20 otázek, které se zaměřovaly na obecné charakteristiky respondentů, jejich preference, specifika při výběru zájezdu. Cílem šetření bylo zjistit, jaké zájmy a důvody k cestování respondenti mají, jaké faktory považují při výběru rekreace za nejdůležitější, jaké volí způsoby cestování či stravování, s kým cestují apod. V neposlední řadě šetření získávalo konkrétní informace o volbě destinací respondentů nad 55 let. Dotazníkové šetření slouží jako nezbytná součást doporučení a návrhů pro subjekty CR, které svou nabídku soustředí na občany ČR ve věku 55 let a více.

Cílová skupina šetření byla stanovena na občany ČR ve věku 55 let a více, kteří jsou aktivními účastníky trhu CR. Dotazník, který je uveden v příloze č. 3, obsahoval celkem 20 otázek a byl složen z otevřených, uzavřených i polozavřených otázek. Distribuce byla, vzhledem k cílové skupině, prováděna především formou tištěnou. V tištěné formě bylo získáno 70 % dotazníků a to především: spoluprací s cestovní kanceláří A.Ša Příbram – osobní vyplňování formou rozhovoru s návštěvníky a potencionálními klienty CK, spolupráce s klubem seniorů v Praze či formou náhodné distribuce. Elektronickou formou bylo získáno zbývajících 30 % dotazníků, které byly vyplňovány v rámci serveru vyplnto.cz. Přímé vyplňování dotazníku s respondentem vedlo k přesnějším odpovědím a úplnému vyplnění. V případě, že respondent vyplňovat dotazník sám, docházelo v některých případech k neúplnému označení všech odpovědí položené otázky. Procento nevyplnění však nepředstavovalo významný podíl, tudíž byly dotazníky ponechány a dále zpracovávány. Aby nedošlo ke zkreslení vyhodnocení otázky, bylo procento „bez odpovědi“ označeno. Dotazníkového šetření se původně zúčastnilo celkem 261 osob, v rámci třídění a kontroly dotazníků však bylo 35 dotazníků, především z důvodu neúplnosti, odstraněno. Jednalo se o tištěné dotazníky, které respondent vyplňoval samostatně.

### 4.2.1 Vyhodnocení a analýza šetření

Dotazníkového šetření se zúčastnilo celkem 226 respondentů, jejichž rozložení odpovídalo 59 % žen 41 % mužů, viz graf č. 3. V tabulce č. 25 lze vidět konkrétní počet dotazovaných žen a mužů. Podstatným prvkem šetření byl věk, který u respondentů nesměl být pod 55 let. Věková struktura byla pro další práci s dotazníky rozdělena do podskupin, které jsou zřetelné z grafu č. 4. Vstupní data této otázky jsou uvedena v tabulce č. 26. Otázka č. 1 a otázka č. 2 byly základní otázky zjišťující rozložení pohlaví, splnění podmínky věku a následné třídění do věkových skupin.

Graf č. 3: Pohlaví respondentů



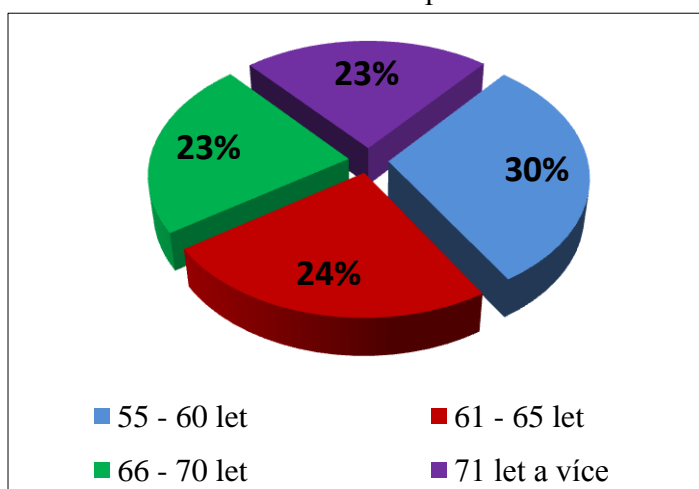
Zdroj: vlastní zpracování

Tabulka č. 25: Pohlaví respondentů

Pohlaví	Počet respondentů
muž	92
žena	134
celkem	226

Zdroj: vlastní zpracování

Graf č. 4: Věk respondentů



Zdroj: vlastní zpracování

Tabulka č. 26: Věk respondentů

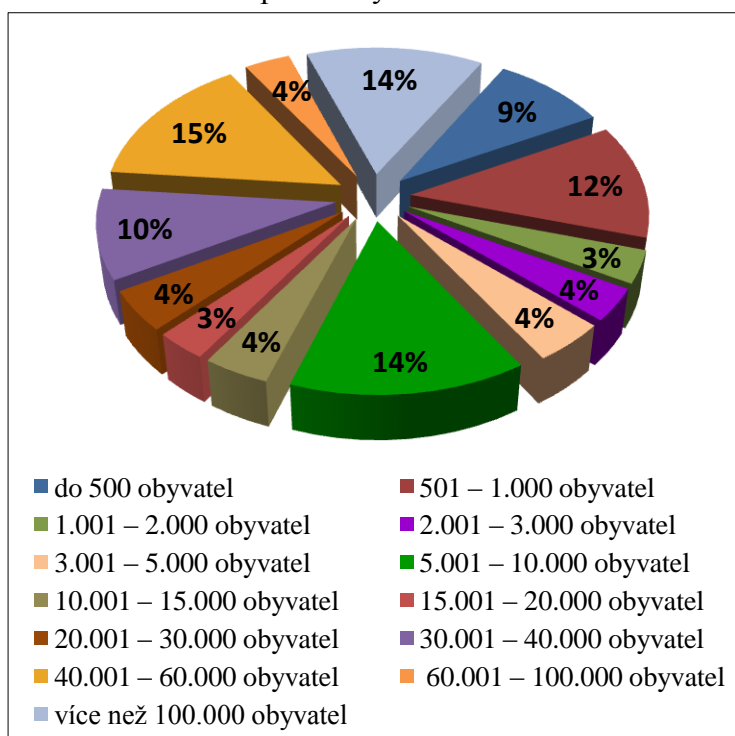
Věk	Počet respondentů
55 - 60 let	68
61 - 65 let	55
66 - 70 let	52
71 let a více	51
Celkem	226

Zdroj: vlastní zpracování

Rozdíl v pohlaví respondentů činí 18 % (42 respondentů) ve prospěch žen, avšak věkové rozdělení respondentů do vícera skupin je téměř shodné. Pouze u nejmladší věkové skupiny je počet respondentů vyšší o 7 %, což v počtu činí 16 respondentů. V rámci následné práce s daty bude použito proměnné věk, kde jsou rozdíly minimální.

Otázka č. 3 se týkala bydliště respondenta. Odpovědi byly označovány do předem vybraných skupin podle velikosti obce, ve které v současné době respondent pobývá. Otázka je uváděna především proto, aby bylo zajištěno rozložení různých skupin obyvatelstva (z různého bydliště). Vyhodnocení uvádí graf č. 5 a tabulka č. 27.

Graf č. 5: Bydliště respondentů dle počtu obyvatel obce



Zdroj: vlastní zpracování

Tabulka č. 27: Bydliště respondentů

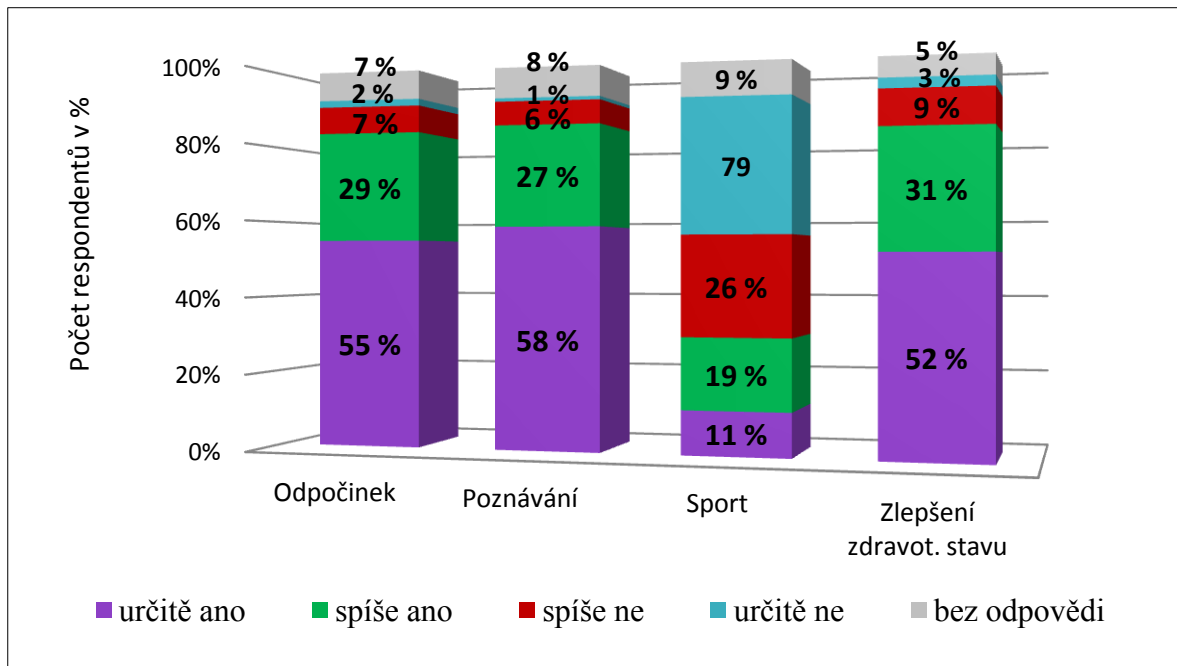
Bydliště dle počtu obyvatel	Počet respon.
do 500	20
501 – 1.000	28
1.001 – 2.000	8
2.001 – 3.000	8
3.001 – 5.000	10
5.001 – 10.000	32
10.001 – 15.000	9
15.001 – 20.000	7
20.001 – 30.000	10
30.001 – 40.000	22
40.001 – 60.000	33
60.001 – 100.000	8
více než 100.000	31
<b>Celkem</b>	<b>226</b>

Zdroj: vlastní zpracování

Zastoupení respondentů je různé, jak ukazuje výše uvedený graf. Je však patrné, že žádná ze skupin nebyla bez respondenta a nedochází tak k vynechání některé z možností.

Otázka č. 4 se věnuje důvodům, které respondent shledává jako důležité či méně důležité ke svému vycestování. Z nabízených možností: odpočinek, poznávání, sport a zlepšení zdravotního stavu má opět na výběr ze škály, kde označuje svou preferenci, viz graf č. 6.

Graf č. 6: Důvody k cestování



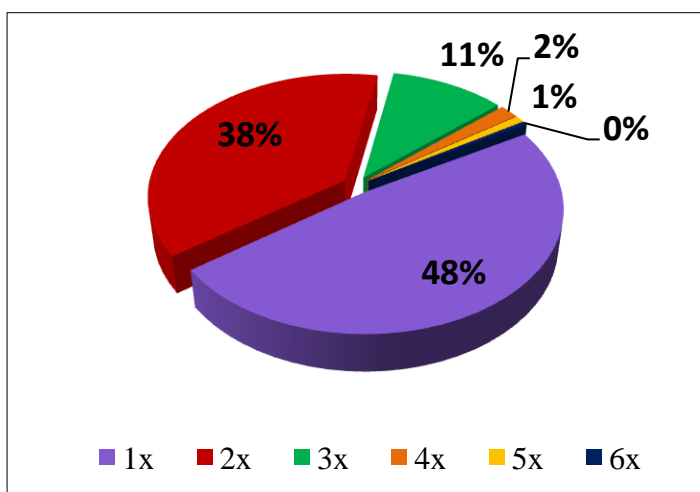
Zdroj: vlastní zpracování

Jako nejčastější vybrané důvody k cestování byly uváděny: odpočinek (55 % respondentů), poznávání (58 % respondentů) a zlepšení zdravotního stavu (52 % respondentů). Nejvíce odpovědí, které nebyly uváděny jako důvod dovolené, směřovalo do kategorie sportu. Zastoupení respondentů, kde se dotazování rozhodli nevyjádřit ve všech uvedených položkách, není v žádné z položek více než 9 %.

Důvody pro cestování se s přibývajícím věkem proměňují, je proto důležité na ně pohlížet nejen souhrnně, ale také jednotlivě dle věkových skupin. Podrobné rozpracování každé z věkových skupin je uvedeno v příloze č. 4 až 7.

Otázka č. 5 se respondentů tázala, kolikrát ročně cestují na dovolenou, ať již zimní, letní apod. Procentuální odpovědi lze vidět v grafu č. 7, konkrétní počty jednotlivých odpovědí uvádí tabulka č. 28.

Graf č. 7: Počet rekreací za rok



Zdroj: vlastní zpracování

Tabulka č. 28: Počet rekreací za rok

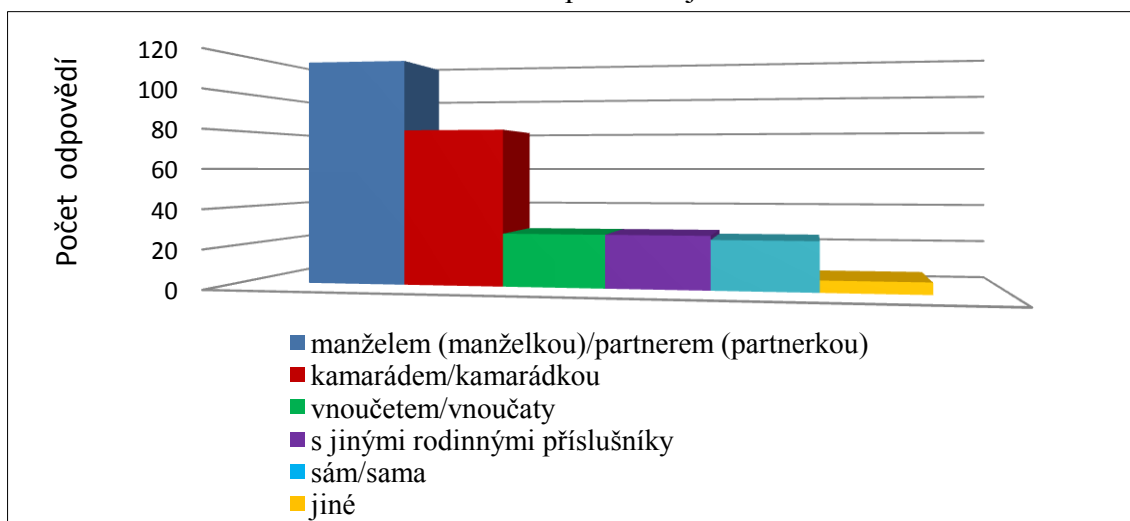
Četnost dovolené	Počet respondentů
1x	109
2x	85
3x	24
4x	4
5x	2
6x	1

Zdroj: vlastní zpracování

Na výše uvedeném grafu a tabulce lze vidět rozdělení, kolikrát ročně jezdí cílová skupina na rekreaci. Nejčastěji je tomu 1x, která je uvedena ve 48 % (tzn. 109 respondentů). Velice častá je také odpověď 2x ročně, kterou volí 38 % dotazovaných (85 respondentů).

Otázka č. 6 zjišťovala, s kým respondenti starší 55 let nejčastěji cestují. Jelikož je pravděpodobné, že respondent nezvolí pouze jednu z variant, např. když cestuje s více osobami, byly proto umožněny až dvě odpovědi. Graf č. 8 ukazuje, jací jsou nejčastější spolucestující vybraných respondentů.

Graf č. 8: Spolucestující

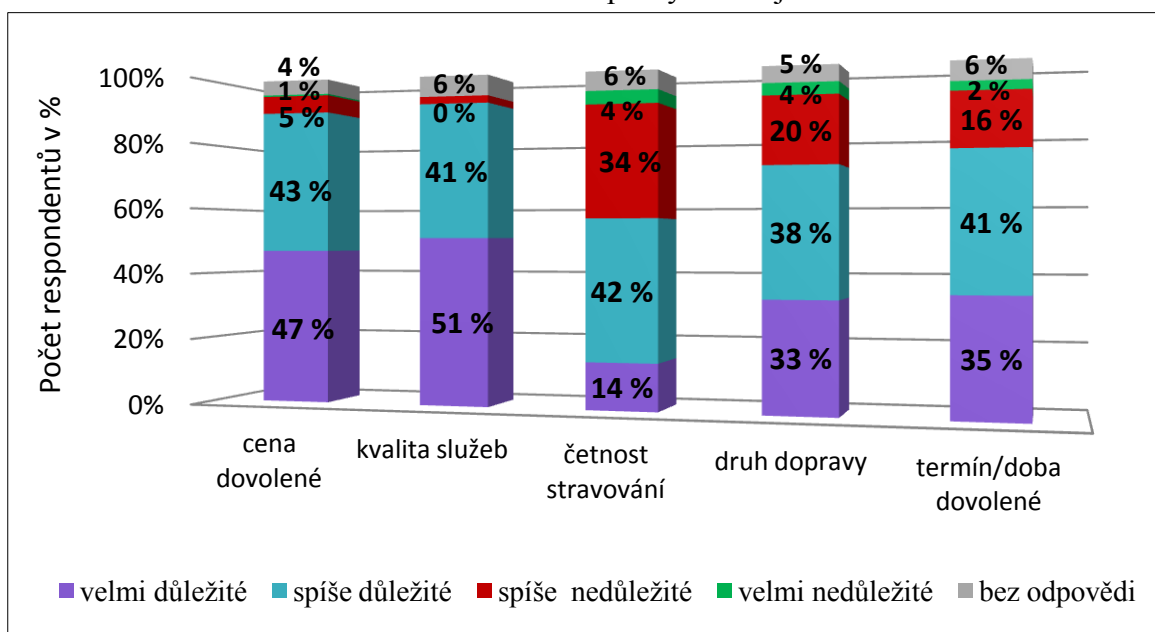


Zdroj: vlastní zpracování

Nejčastější odpovědí respondentů je, že cestují s manželem (manželkou)/ partnerem (partnerkou). Další velké zastoupení tvoří cestování s kamarádem/kamarádkou. Třetí nejčastější odpověď představuje cestování s vnoučaty/vnoučetem a s jinými rodinnými příslušníky. Jako odpověď „jiné“ respondenti uváděli cestování v rámci větší skupiny lidí – klubů, svaz seniorů.

Otázka č. 7 byla zaměřena na preference dotazovaných při výběru jejich zájezdu. Na škále odpovědí respondent označil důležitost/nedůležitost vybraného faktoru, viz graf č. 9.

Graf č. 9: Preference při výběru zájezdu



Zdroj: vlastní zpracování

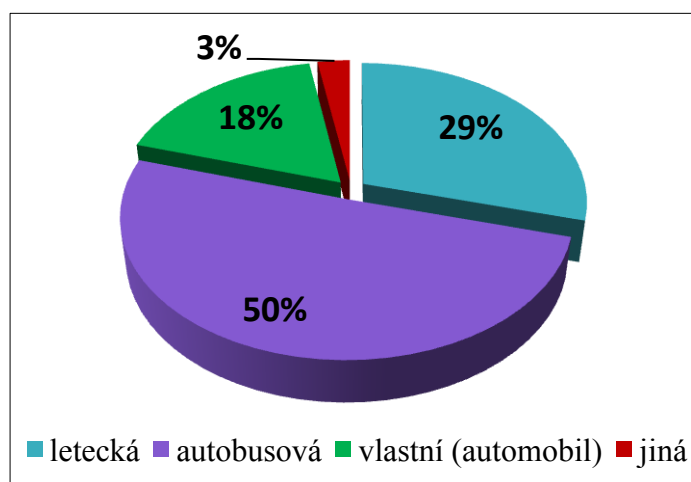
Do otázky bylo zahrnuto několik hlavních faktorů působících při výběru dovolené (cena, kvalita, druh dopravy apod.) a následně je sledována míra důležitosti těchto faktorů pro respondenty. Po vyhodnocení je z grafu patrné, že ačkoliv jsou si kvalita a cena velmi blízko v hodnocení „velmi důležité“, odpověď ve sloupci kvalita je o necelých 6 % z celkového počtu respondentů vyšší. Spotřebitel vnímá cenu a kvalitu dovolené jako „velmi důležitou“ či „spíše důležitou“. Z uvedených faktorů jsou tyto dvě položky nejsilněji zastoupené. Četnost výběru odpovědi „stravování“ se oproti prvním dvěma faktorům již jeví jako „spíše důležitá“ či v mnoha případech i jako „spíše nedůležitá“. Také druh dopravy a termín/doba dovolené jsou velice podstatnou součástí výběru dovolené.

Zde je však již větší počet respondentů, kteří dopravu a termín dovolené považují za „spíše nedůležitě“, což se o kvalitě či ceně říci nedá. Své preference vyjadřovala většina respondentů u všech položek. Několik dotazovaných však vybralo pouze některé, pro ně nejdůležitější odpovědi, a zbytek ponechalo bez odpovědi. I přesto byly jejich nejdůležitější preference zaznamenány, zbytek byl ponechán a označen „bez odpovědi“.

Otázka č. 8 se zabývala výběrem dopravy, kterou respondenti využívají při své cestě na rekreaci nejčastěji. Zpracování odpovědí je uvedeno v grafu č. 10 a tabulce č. 29. Otázka preference dopravy je pojímána obecně, bez návaznosti na to, kterou destinaci respondent navštěvuje či jestli cestuje s CK, která využívá autobusovou dopravu, nebo cestuje linkovou dopravou. Problematika výběru destinace, s kterou mnohdy doprava souvisí, bude zpracovávána v dalších otázkách.

Při analýze požadované dopravy u respondentů seniorského věku je důležité se zabývat také tím, že s postupně narůstajícím věkem se preference výběru dopravy mění. Podrobnější zpracování dle věku respondentů je uvedeno v grafu č. 11.

Graf č. 10: Nejčastěji využívaný druh dopravy



Zdroj: vlastní zpracování

Tabulka č. 29: Druh dopravy

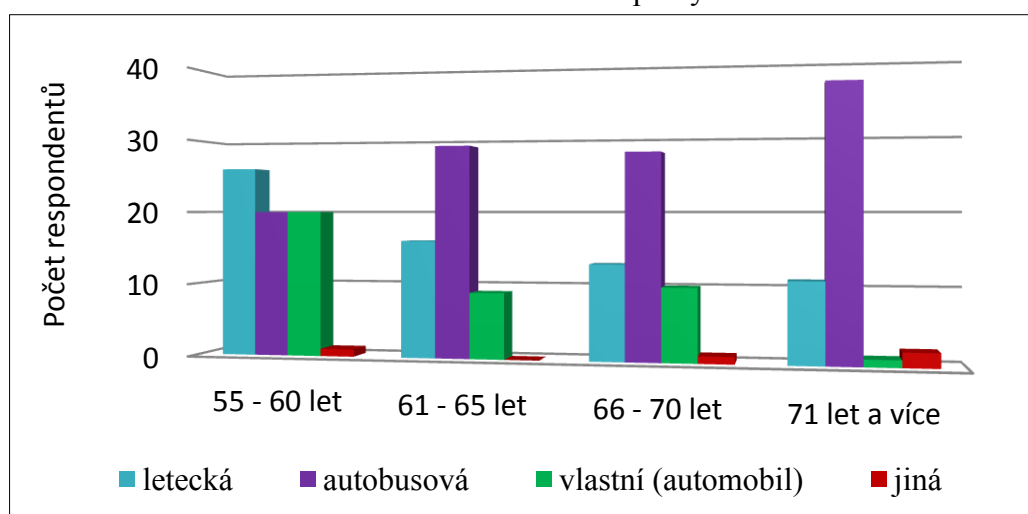
Druh dopravy	Počet respondentů
letecká	66
autobusová	114
vlastní (automobil)	40
jiná	6
celkem	226

Zdroj: vlastní zpracování

Z grafu preferencí dopravy lze vyčíst značnou převahu dopravy autobusové (50 % respondentů - 114 dotazovaných) nad ostatními druhy dopravy. Do kategorie „jiná“ dotazovaní uváděli dopravu vlakem.



Graf č. 11: Preference druhů dopravy dle věku

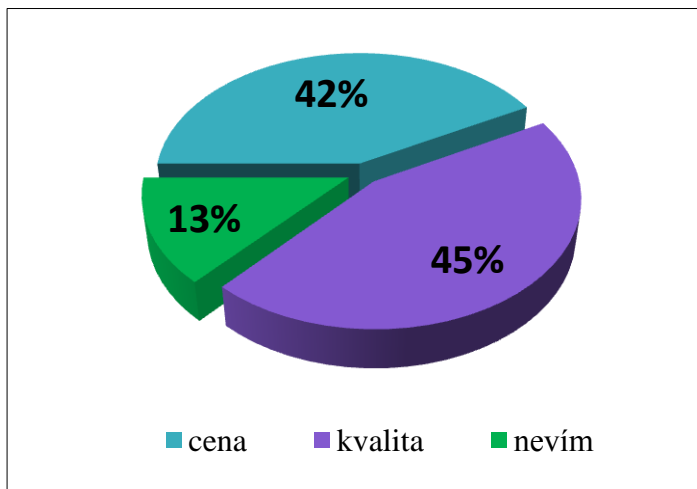


Zdroj: vlastní zpracování

Z uvedeného grafu lze vysledovat bližší souvislosti při výběru dopravy dle věku. Je zřejmé, že s rostoucím věkem občané využívají spíše autobusovou dopravu, tudíž preferují destinace blíže k domovu. Úbytek podílu letecké dopravy je tak znatelný. Taktéž je tomu u vlastní dopravy, kdy stárnutím občané přestávají být způsobilí k řízení a volí dopravu jinou, např. autobusovou či vlakem (položka jiná). Letecká doprava je neoblíbenější u nejmladší z vybraných věkových skupin, taktéž je oblíbená doprava vlastní či autobusová.

Otázka č. 9 dále rozpracovává problematiku ceny a kvality, která již byla nastíněna v otázce č. 7 - preference při výběru zájezdu. Zde je však respondentům kladena otázka, zdali dají přednost cenově přijatelnějšímu ubytování či kvalitnějšímu ubytování, čímž je myšleno lépe vybavený pokoj a více služeb v hotelu. Struktura odpovědí je uvedena v grafu č. 12 a také v tabulce č. 30, kde lze vidět číselné vyhodnocení této otázky.

Graf č. 12: Preference kvalitnějšího či levnějšího ubytování



Zdroj: vlastní zpracování

Tabulka č. 30: Kvalitnější či levnější ubytování

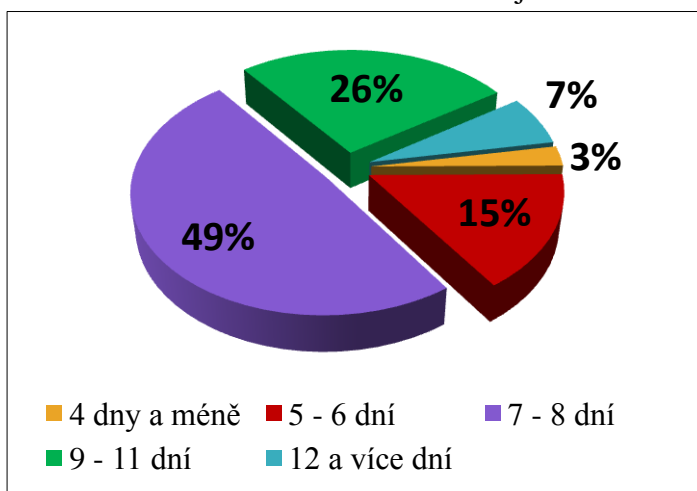
Preference	Počet respondentů
cena	95
kvalita	101
nevím	30
celkem	226

Zdroj: vlastní zpracování

Z výše zobrazeného grafu a tabulky je patrné, že spotřebitelé považují cenu a kvalitu za téměř stejně důležité aspekty. Odpověď „dám přednost kvalitě“ však o několik málo procent, konkr. 3 % - 6 respondentů, převažuje nad odpovědí „dám přednost ceně“.

Otázka č. 10 je zaměřena na délku pobytu na rekreaci, kterou vybraná cílová skupina nejčastěji volí. V grafu č. 13 jsou uvedeny procentuální odpovědi respondentů, tabulka č. 31 zobrazuje počty jednotlivých odpovědí respondentů.

Graf č. 13: Preferovaná délka zájezdu



Zdroj: vlastní zpracování

Tabulka č. 31: Délka zájezdu

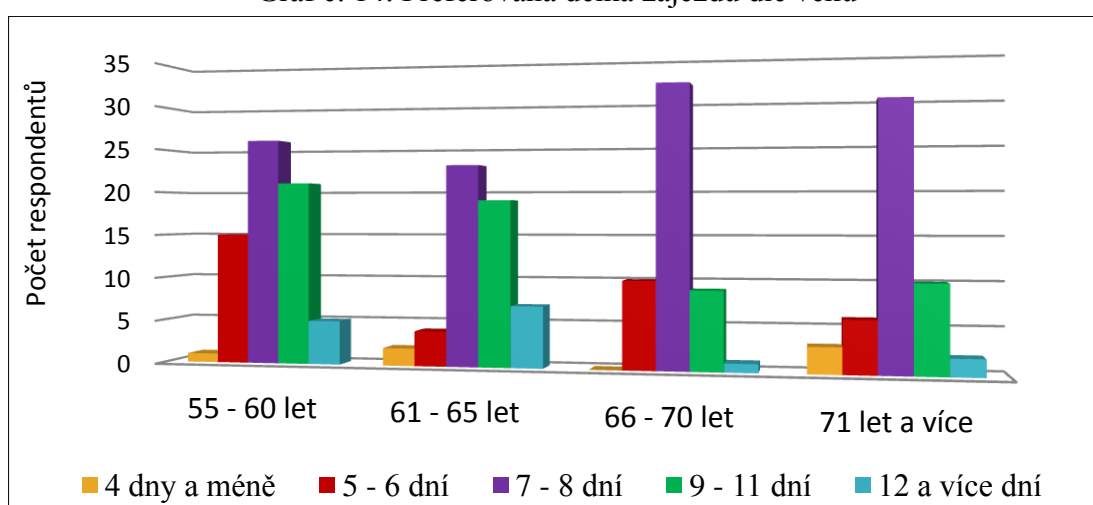
Délka pobytu	Počet respondentů
4 dny a méně	6
5 - 6 dní	35
7 - 8 dní	111
9 - 11 dní	59
12 a více dní	15
celkem	226

Zdroj: vlastní zpracování

Nejčastější délka zájezdu, kterou občané nad 55 let volí, je týdenní pobyt (7 dní - 8 dní). Týdenní pobyt zvolilo v dotazníkovém šetření 49 % dotázaných (111 osob). Další velmi oblíbená varianta je 9 – 11 dní, která získala 26 % (59 dotazovaných). Nejméně oblíbené jsou pobyty trvající méně než 4 dny.

S ohledem na problematiku věku a délky pobytu je třeba zohlednit, že různý věk působí na výběr délky dovolené, viz graf č. 14.

Graf č. 14: Preferovaná délka zájezdu dle věku

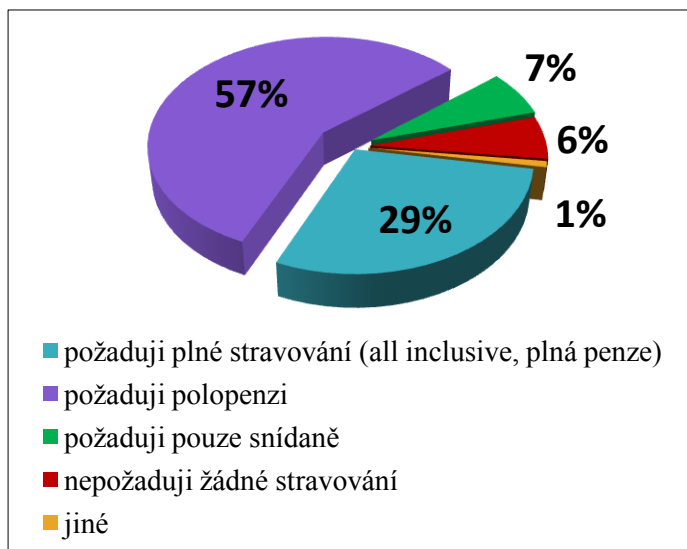


Zdroj: vlastní práce

Délka týdenního pobytu je nejvíce preferovanou variantou všech věkových kategorií, což dokládá i výše uvedený graf. Dále lze ale vidět, že v rámci stárnutí populace jsou omezovány pobyty nad 9 dní. I přesto jsou tyto pobyty u většiny věkových skupin oblíbenější, než rekreace krátkodobé (délka pod 4 dny).

Otázka č. 11 zjišťovala, jaká forma stravování je u věkové skupiny nad 55 let nejvíce žádaná. Vyhodnocení je rozpracováno graficky v grafu č. 15 a dále také v konkrétních počtech číselných odpovědí, viz tabulka č. 32.

Graf č. 15: Požadované stravování



Zdroj: vlastní zpracování

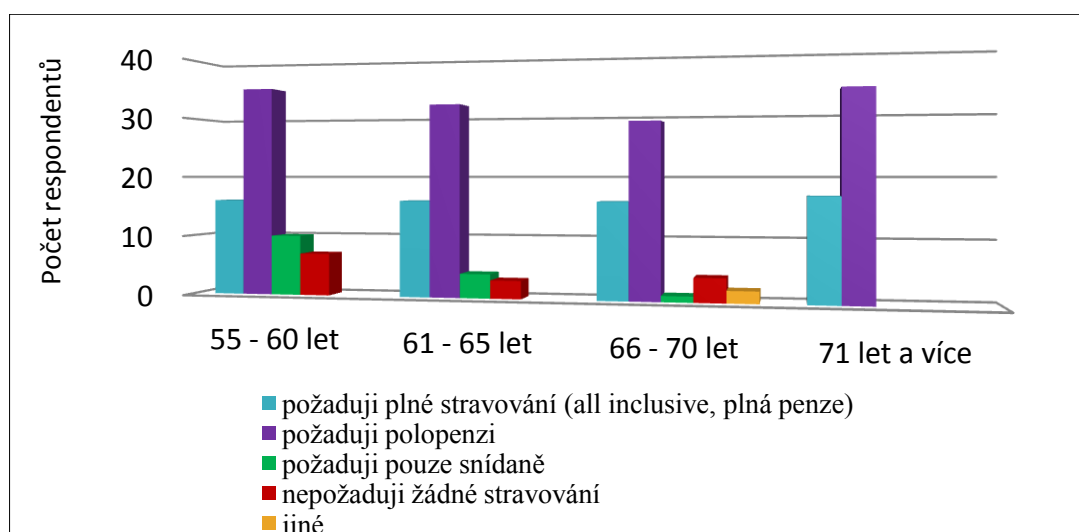
Tabulka č. 32: Stravování

Vybraná strava	Počet respondentů
požadují plné stravování (all inclusive, plná penze)	65
požadují polopenzi	130
požadují pouze snídane	15
nepožadují žádné stravování	14
jiné	2
celkem	226

Zdroj: vlastní zpracování

Nejvíce využívanou formou stravování je u respondentů nad 55 let „polopenze“, ačkoliv zde byl předpoklad, že převyšuje plné stravování. Strava all inclusive a plná penze však v šetření získala jen 29 %, oproti polopenzi, kterou volí 57 % respondentů (130 respondentů). Tato převaha je navíc znatelná i v detailním rozpracování volby formy stravování a věku, viz graf č. 16. Položka „jiné“ obsahuje volbu stravování ve formě večeří, která nebyla ve výčtu nabízena.

Graf č. 16: Volba druhu stravování dle věku

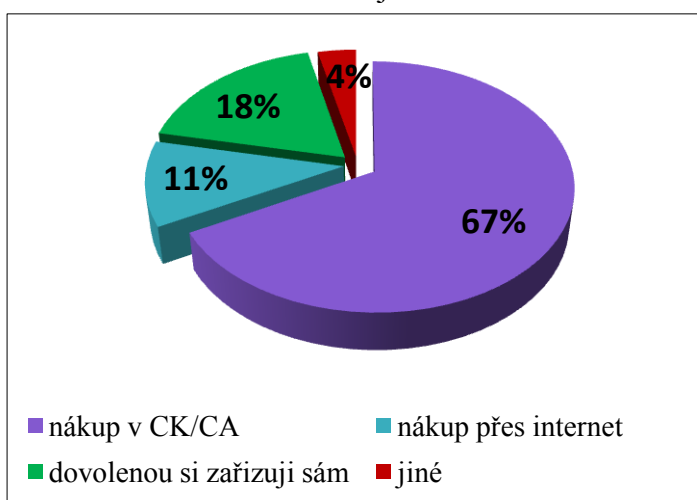


Zdroj: vlastní zpracování

Převahu volby polopenze lze vidět i v detailním zpracování dle věku respondentů. Každá z věkových skupin volí polopenzi jako nejčastější formu stravování na své rekreaci. Volba plného stravování je u všech skupin na téměř stejné hranici, u mladších skupin lze však vidět také variantu snídání a bez stravování, což dokládá, že klienti ve starším věku upřednostňují zajištěné stravování.

Otázka č. 12 se dotazovala respondentů, jaký volí způsob nákupu své dovolené. Respondent byl vyzván, aby vybral jednu z odpovědí podle toho, jakou formu nákupu či zajištění volí nejčastěji. Odpovědi respondentů lze vidět v grafu č. 17 a v tabulce č. 33.

Graf č. 17: Forma zajištění rekreace



Zdroj: vlastní zpracování

Tabulka č. 33: Zajištění rekreace

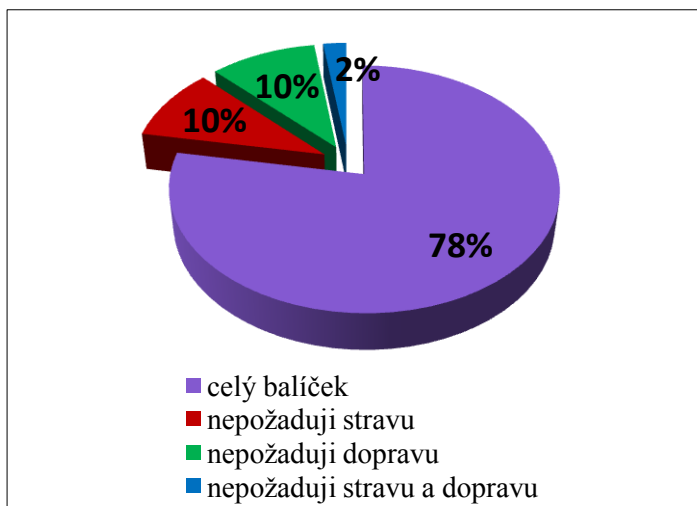
Forma zajištění	Počet respondentů
nákup v CK/CA	152
nákup přes internet	25
dovolenou si zařizují sám	41
jiné	8
celkem	226

Zdroj: vlastní zpracování

Nejčastější formou nákupu dovolené je zakoupení zájezdu v cestovní kanceláři či agentuře. Tuto možnost volí 67 % (152 dotázaných) respondentů. 18 % (41 osob) respondentů si dovolenou zařizuje samo, což je pravděpodobné u pobytů např. v ČR, nikoliv u země s větší vzdáleností od ČR. Internet využívá při koupi zájezdu 11 % dotazovaných. Respondenti, kteří využívají internetový nákup rekreace, jsou spíše nižšího věku. Nákup přes CK/CA vidí starší klienti jako nejspolehlivější způsob nákupu dovolené. Ve skupině „jiné“ bylo respondenty uváděno, že jejich zájezd zajišťuje spolucestující osoba (osoby v případě skupinové cesty).

Otázka č. 13 byla opět zaměřena na nejčastější volbu respondentů, tentokrát v oblasti kombinace služeb ubytování, doprava, stravování. Zpracování odpovědí je znázorněno v grafu č. 18 a v tabulce č. 34.

Graf č. 18: Složení požadovaných služeb



Zdroj: vlastní zpracování

Tabulka č. 34: Požadované služby

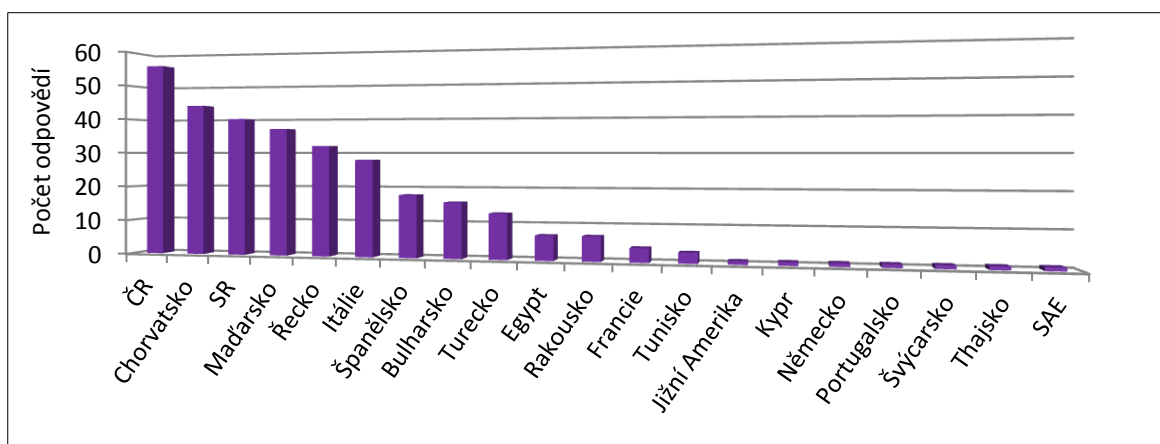
Požadavek	Počet respondentů
celý balíček	176
nepožadují stravu	22
nepožadují dopravu	23
nepožadují stravu a dopravu	5
celkem	226

Zdroj: vlastní zpracování

Dotazníkové šetření ukazuje, že nejčastěji volí respondenti celý balíček služeb, tzn. ubytování, stravování i dopravu. Formu celého balíčku nabízí především cestovní kanceláře a agentury. Při 67 % občanů nakupujících v CK/CA je zřejmé, že i procento nákupu celého balíčku odpovídá největšímu počtu, tedy 78 % (176 respondentů). Procento odpovědí „nepožadují dopravu“ či „nepožadují stravu“ je v obou případech shodných 10 % a je patrné již z předchozího zpracování preferencí dopravy a stravování (grafy č. 11 a 16), že tito respondenti jsou zastoupeni především skupinou ve věku 55 - 60 let, případně 61 – 65 let, nikoliv nejstaršími respondenty ve věku 71 let a více.

Otázka č. 14 se věnuje destinaci, kterou si respondenti nad 55 let vybírají při své rekreaci. Jelikož respondent mnohdy nevolí pouze jednu destinaci, bylo v této otázce umožněno zaznamenání více odpovědí. Na nejčastěji navštěvované destinace a jejich bližší analýzu budou zaměřeny další otázky dotazníku, tato pouze sumarizuje destinace, které si respondent sám zvolil. Výsledný graf č. 19 poté uvádí odpovědi respondentů od nejčastějších po méně časté.

Graf č. 19: Místo rekreace

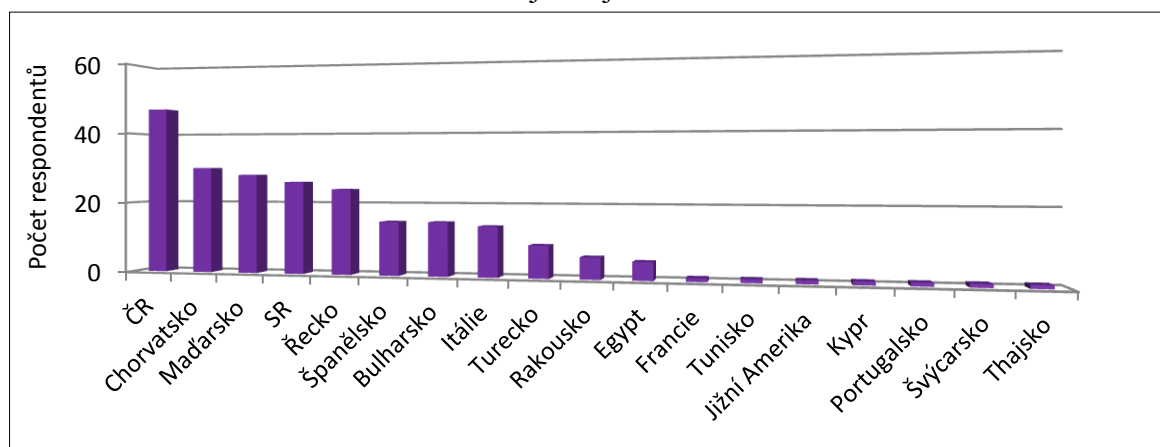


Zdroj: vlastní zpracování

Z grafu je patrné, že nejčastější místo rekreace seniorů je ČR. Další velice oblíbené destinace jsou Chorvatsko, Maďarsko, Slovensko, Řecko a Itálie. Dotazovaní dále volí ve stejné míře Španělsko a Bulharsko, o něco méně poté Turecko a Rakousko. Ostatní odpovědi již zaznamenalo pouze několik málo respondentů - konec grafu, kde jsou země jako Emiráty, Švýcarsko či Portugalsko volí jen velice málo respondentů (v řádu jednotek).

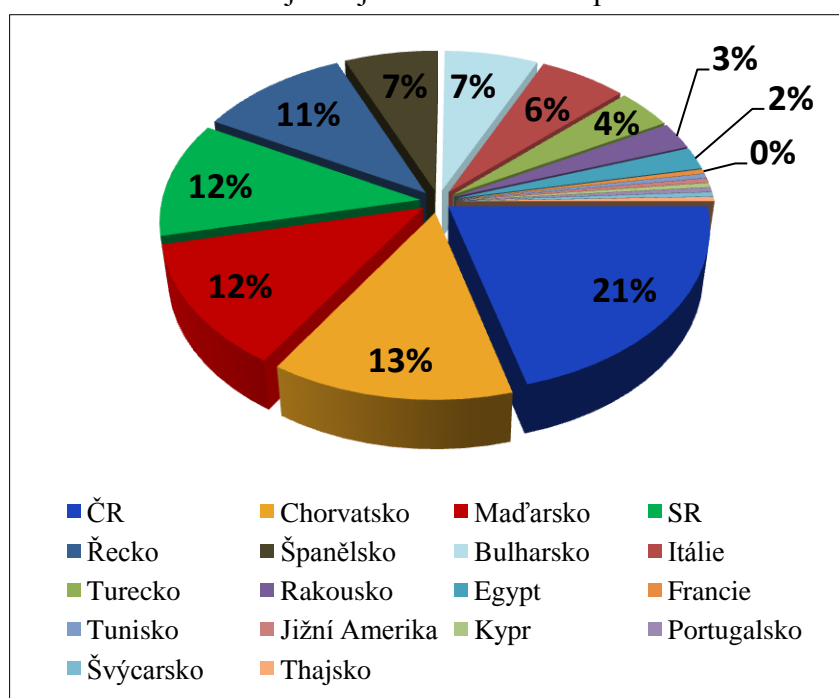
Otázka č. 15 se tázala respondentů, jaké je jejich nejčastější místo rekreace. Respondent byl vyzván, aby zvolil pouze jednu z nabízených zemí, kterou navštívil či navštěvoval více než jiné destinace. Výsledky dle počtu odpovědí uvádí graf č. 20 a procentuální zpracování poté graf č. 21:

Graf č. 20: Nejčastější místo rekreace



Zdroj: vlastní zpracování

Graf č. 21: Nejčastější místo rekreace procentuálně



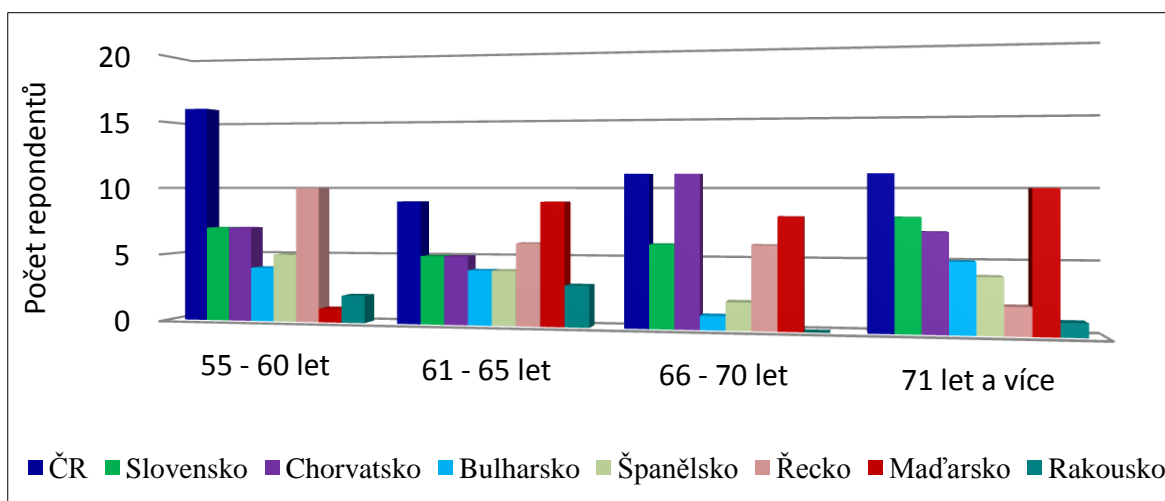
Zdroj: vlastní zpracování

Na základě vyhodnocení otázky lze konstatovat, že nejčastějším místem rekreace občanů nad 55 let je Česká republika, která v procentuálním hodnocení získala 21 % odpovědí, v konkrétním čísle 47 respondentů. Další oblíbená destinace pro rekreaci je Chorvatsko, které obdrželo 30 odpovědí, což procentuálně činí 13 %. Totožného hodnocení poté dosáhlo Slovensko a Maďarsko, které v procentuálním hodnocení získalo stejné procento odpovědí, v reálném počtu činí rozdíl 2 respondenti ve prospěch Maďarska. Pátou nejvíce uváděnou odpovědí se stalo Řecko, které si vybírá jako místo své rekreace 24 respondentů, tedy 11 % z celkového počtu 226 respondentů.

Problematika výběru destinace u této skupiny je velice důležitou součástí šetření, proto je dále věnována pozornost výběru destinace dle věku, viz graf č. 22. Země, které jsou v grafu analyzovány, patří mezi nejčastější odpovědi v oblasti destinace. Rozdělení respondentů dle věku a míst rekreace je podstatnou součástí analýzy šetření a slouží pro přesnější určení preferencí.



Graf č. 22: Místo rekreace dle věku



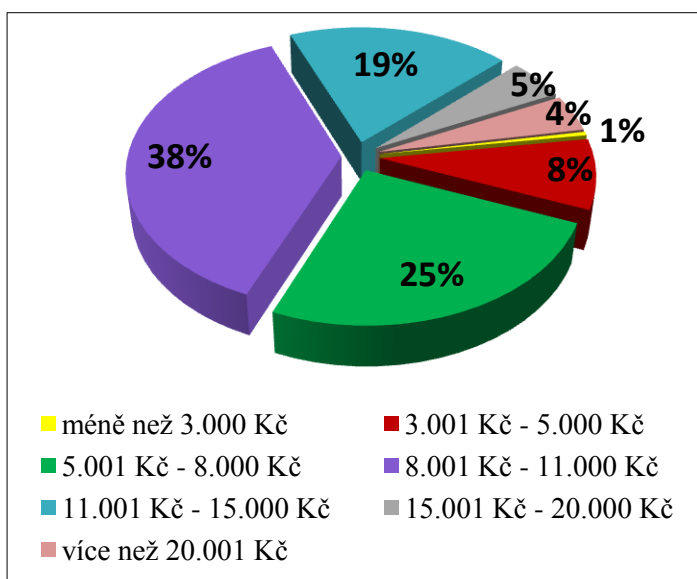
Zdroj: vlastní zpracování

Z rozdělení odpovědí respondentů dle kategorie jejich věku je možné určit bližší specifika každé ze skupin. Respondenti ve věku 55 let – 60 let tráví svou dovolenou nejčastěji v ČR, popř. na Slovensku či v Chorvatsku. Oproti ostatním věkovým kategoriím však velice často navštěvují destinaci Řecko či Španělsko. Výběr země je spjata s dopravou, která již byla analyzována v otázce č. 8, a lze tedy říci, že např. Řecko vybírají respondenti do 60 let také díky preferenci letecké dopravy, Českou republiku díky možnosti využití vlastní či celostátní autobusové dopravy.

Zástupci starší věkové skupiny (kategorie 66 – 70 let, 71 a více let) také více navštěvují ČR, ale zaměřují se dále i na blízké státy jako Slovensko, Maďarsko popř. Chorvatsko. Nelze však u těchto věkových skupin říci, že by se zaměřovaly pouze na blízké státy a Čechy, i starší kategorie využívají destinací jako Španělsko či Bulharsko, což určitým způsobem svědčí o navyšování aktivního věku respondentů. U pobytů v Maďarsku či na Slovensku je velká pravděpodobnost, že respondenti jezdí především za lázeňskými pobyty – tedy za odpočinkem a zlepšením svého zdravotního stavu. Svědčí o tom i nárůst u odpovědí Slovenska a Maďarska v rámci přibývajících věku respondentů.

Otázka č. 16 byla věnována zjištění, kolik peněz dotazovaní investují peněz za 1 osobu při nákupu dovolené v destinaci, kterou volili v otázce č. 15 (jako nejčastěji navštěvovanou). Vyhodnocení odpovědí otázky č. 16 je uvedeno v grafu č. 23 a tabulce č. 35.

Graf č. 23: Investice v Kč/osobu do rekreace



Zdroj: vlastní zpracování

Tabulka č. 35: Investice do rekreace

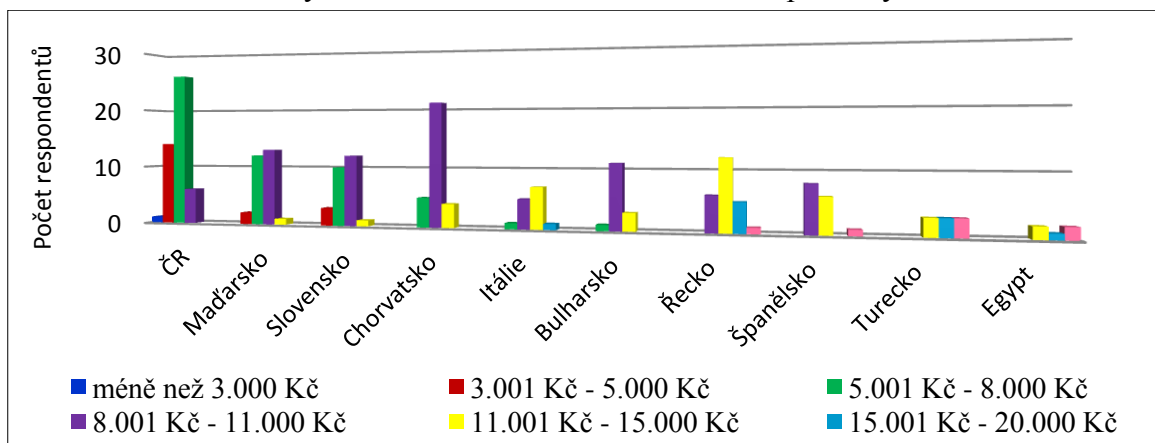
Částka v Kč	Počet respondentů
méně než 3.000	1
3.001 Kč - 5.000	19
5.001 Kč - 8.000	57
8.001 Kč - 11.000	85
11.001 Kč - 15.000	43
15.001 Kč - 20.000	11
více než 20.001	10
celkem	226

Zdroj: vlastní zpracování

Dle vyhodnocení uvedené otázky je zřejmé, že nejčtenější výše investice do rekreace ve vybrané zemi je v kategorii 8.001 – 11.000 Kč (v 38 % tzn. 85 respondentů). Poté následuje kategorie 5.001 Kč – 8.000 Kč s 25 % (57 respondentů).

Celkové hodnocení vynaloženého obnosu peněz za rekreaci je obtížné určit bez znalosti země, kterou si respondent pro svou rekreaci zvolil. Zpracování vynaloženého obnosu peněz vzhledem k destinaci se věnuje graf č. 24. Pro přehlednější zpracování nejsou uvedeny destinace, které respondenti navštěvují jen velice málo.

Graf č. 24: Výše investice v Kč/osobu do rekreace podle vybrané země

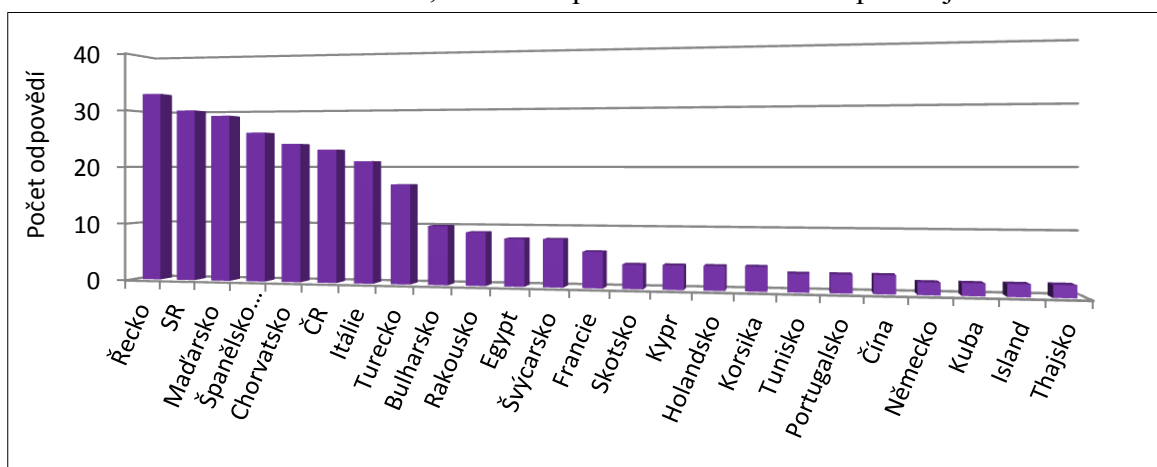


Zdroj: vlastní zpracování

Vyhodnocení této položky šetření udává přesnější informace, než tomu bylo u celkového procentuálního vyhodnocení bez návaznosti na zemi (viz graf č. 23). Nejčastější výší obnosu, kterou spotřebitel vynakládá na dovolenou, je kategorie 8.001 Kč – 11.000 Kč. Tato částka je nejčastěji uváděna u destinace Maďarsko, Slovensko, Chorvatsko, tzn. zemí, které jsou navštěvovány nejčastěji autobusovou dopravou, čemuž odpovídá i vynaložená finanční částka. Destinace jako Řecko, Turecko a Egypt jsou spojeny spíše s dopravou leteckou, čemuž odpovídá i vynaložená investice do tohoto zájezdu. Zde se spotřebitel pohybuje ve finančním obnosu na hranici 11.001 – 15.000 Kč (v horní polovině rozmezí) a nad 15.000 Kč. Do Bulharska a Itálie mohou občané cestovat jak autobusovou, tak leteckou dopravou. Od vybraného způsobu cestování se odráží i cena, která je v případě letecké dopravy adekvátně vyšší. Hlubší rozpracování problematiky ceny, destinace a konkrétního druhu dopravy je provedeno v příloze č. 8 až 10. Výsledná cena zájezdu se odráží také od dalších služeb, které si klient zvolí, či od kvality ubytování. V rámci této práce proběhlo zpracování pouze z hlediska dopravy a ceny.

V otázce č. 17 respondent uváděl zemi (destinaci), kterou navštívil a doporučil by ji svým známým. U analyzované skupiny obyvatel je důležitým prvkem při výběru zájezdu doporučení od osoby, ke které má potenciální spotřebitel osobní vazbu (kamarádství, rodina). Z tohoto důvodu byla položena otázka sledující doporučení respondentů. Odpovědi dle nejčastějšího zaznamenání byly zpracovány do grafu č. 25. Otázka byla položena formou otevřené otázky, respondent mohl napsat více odpovědí.

Graf č. 25: Země, kterou respondent navštívil a doporučuje

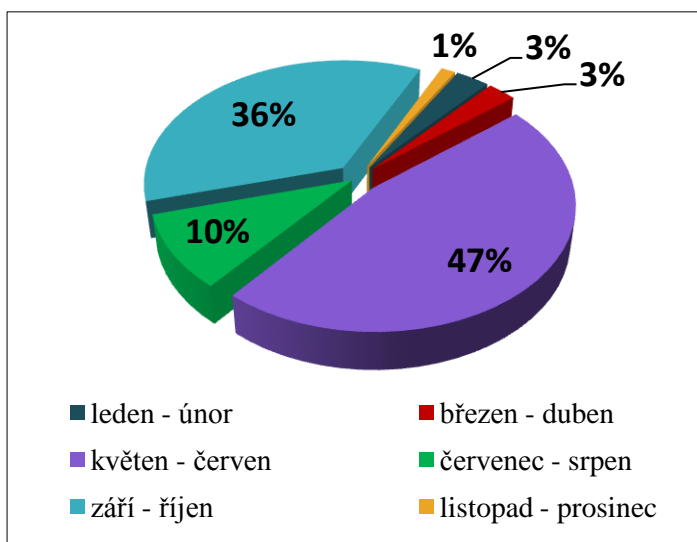


Zdroj: vlastní zpracování

Nejvíce doporučovanou zemí, kterou respondenti navštívili, je Řecko a jeho ostrovy (doporučuje 33 respondentů), dále Slovensko, Maďarsko, Španělsko vč. Kanárských ostrovů atd. Země, u kterých součet doporučení nebyl větší než 2, tzn., že jej uvedl jen jeden respondent, nejsou v grafu uvedeny.

Otázka č. 18 zjišťovala, ve kterých měsících respondenti nejčastěji jezdí na rekreaci. Z důvodu sezónnosti CR u spotřebitelů nad 55 let byla škála odpovědí rozdělena na 6 možných kombinací. Výsledky průzkumu jsou uvedeny v grafu č. 26 a tabulce č. 36.

Graf č. 26: Období realizace dovolené



Zdroj: vlastní zpracování

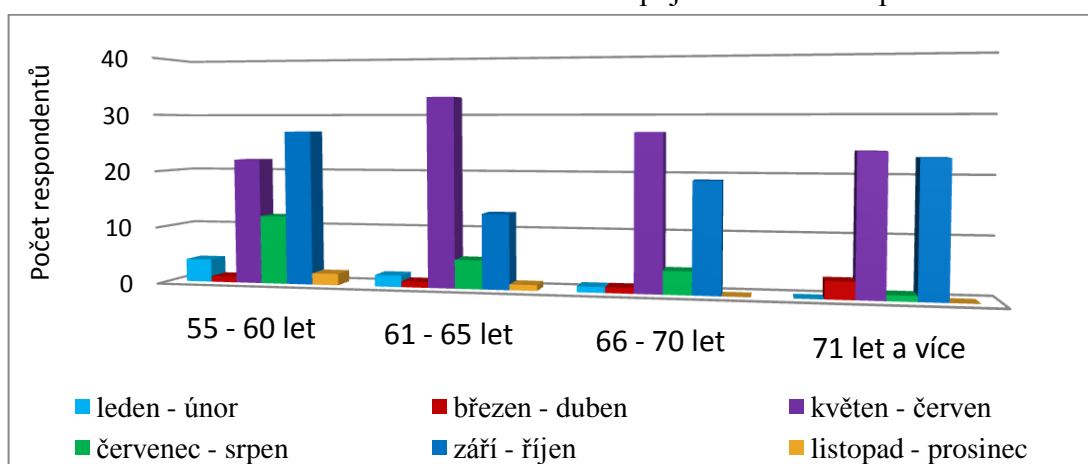
Tabulka č. 36: Období dovolené

Období	Počet respondentů
leden - únor	7
březen - duben	6
květen - červen	106
červenec - srpen	22
září - říjen	82
listopad - prosinec	3
celkem	226

Zdroj: vlastní zpracování

Z celkového vyhodnocení se měsíce květen a červen jeví jako nejčastější měsíce pro vycestování (47 % respondentů, 106 osob). Dále následuje září a říjen (36 % respondentů, což představuje 82 osob). Výsledek otázky potvrzuje zájem o cestování starších občanů v mimosezónních měsících. Podrobnější preference v oblasti doby vycestování utříděné dle věku respondentů je možné vidět v grafu č. 27, který analyzuje měsíc vycestování spolu s věkovými kategoriemi.

Graf č. 27: Měsíc realizace dovolené ve spojení s věkem respondentů

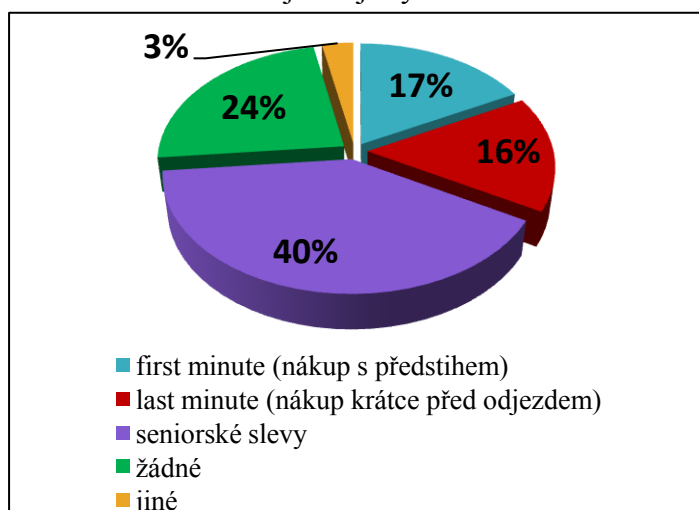


Zdroj: vlastní zpracování

Dotazovaní z mladší věkové kategorie 55 – 60 let jsou spotřebiteli, u kterých je stále možné zaznamenat cestování celoroční, tzn. i v zimní sezoně, což představuje pravděpodobnost zájezdů lyžařských nebo exotických. Dále je zde větší podíl lidí cestujících v hlavní sezoně, tedy červenci a srpnu. Respondenti, kteří spadají do nejvyšší skupiny 71 let a více, cestují v hlavní sezoně jen minimálně.

Otázka č. 19 sleduje preference respondentů ve využití slev při nákupu rekreace. Na trhu CR mají spotřebitelé možnost využít mnoha slevových akcí. Graf č. 28 a tabulka č. 37 představují zastoupení jednotlivých slev, které respondenti nejčastěji využívají.

Graf č. 28: Nejčastěji využívaná sleva



Zdroj: vlastní zpracování

Tabulka č. 37: Využívaná sleva

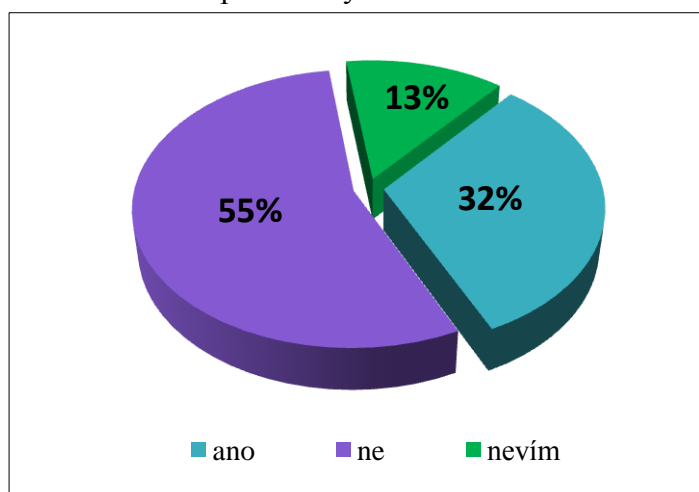
Sleva	Počet respondentů
first minute (nákup s předstihem)	39
last minute (nákup krátce před odjezdem)	36
seniorské slevy	91
žádné	53
jiné	7
celkem	226

Zdroj: vlastní zpracování

Ačkoliv byl předpoklad nejvíce využívané slevy first minute, z šetření lze vidět, že více využívanou slevou či slevovým programem je seniorská sleva, kterou volí 40 % respondentů, což představuje 91 dotazovaných. Další využívané slevy jsou last minute a first minute, které mají téměř shodné procentuální hodnocení. Položka „jiné“ zahrnuje skupinové slevy, slevy věrnostní a akce typu 2 + 1 dítě zdarma. Nemalé procento respondentů - 24 % (53 osob) uvedlo, že nevyužívá žádné slevy. Důvodů, proč spotřebitel nevyužívá žádnou slevu, může být několik. CK mají systém slev nastaven různě, většina je omezena na určitý druh dopravy nebo na předem určené destinace, což může vést k tomu, že se klienta sleva netýká. Dále spotřebitel si mohl zajišťovat dovolenou sám, což znamená, že mu sleva nemusí být nabídnuta. V neposlední řadě mohl být spotřebitel špatně informován o možnosti čerpání seniorské slevy, která je však v některých případech dostupná již od věku 50 let.

Poslední, 20. otázka dotazníkového šetření, byla zaměřena na preferenci organizovaného programu před volným časem. Vyhodnocení otázky uvádí graf č. 29 a tabulka č. 38.

Graf č. 29: Preference organizovaného programu před volným časem



Zdroj: vlastní zpracování

Tabulka č. 38: Preference programu před volným časem

Preference	Počet respondentů
ano	72
ne	124
nevím	30
celkem	226

Zdroj: vlastní zpracování

Na uvedeném grafu lze vidět, zdali respondent upřednostňuje na své rekreaci organizovaný program před volným časem. Největší podíl - 55 % (124) dotazovaných uvádí, že organizovaný program neupřednostňuje, tedy má raději volný program. 32 % respondentů, což činí 72 osob, dává přednost organizovanému programu. Z toho vyplývá,

že 32 % respondentů dotazníkového šetření lze považovat za potenciální zájemce o organizovaný zájezd. Jedná se tedy spíše o zájezdy poznávací, jelikož pobytové obvykle nemají předem určený program. Popřípadě může jít o zájemce o předem daný kombinovaný program (odpočinek i poznávání).

#### **4.2.2 Přijmutí či zamítnutí hypotéz**

H1: Oslovení spotřebitelé CR ve věku 55 let a více jsou při nákupu zájezdu více ovlivněni kvalitou zájezdu než cenou.

Cena jako důležitý faktor při výběru zájezdu působí na spotřebitele napříč celým věkovým spektrem, osoby nad 55 let nevyjímaje. Při podrobnějším srovnání faktorů kvality a ceny zájezdu lze dojít ke zjištění, že tyto faktory jsou pro seniory téměř srovnatelně důležité. S přihlédnutím k mírně převažujícímu faktoru kvality lze výše uvedenou hypotézu přijmout s ohledem k faktu, že od faktoru ceny ji dělí pouhá 3 %.

H2: Pro dosažení míst své rekreace využívají respondenti prostředků autobusové dopravy v 70 %.

V rámci vyhodnocení dotazníkového šetření lze konstatovat, že autobusovou dopravu upřednostňuje pouze 50 % dotazovaných. Ačkoliv je toto procento v rámci vyhodnocení nejvyšší, ostatní druhy dopravy (např. letecká) jsou u respondentů taktéž významně zastoupeny. Hypotéza je zamítnuta. Příčinu zamítnutí stanovené hypotézy lze vidět v zájmu mladších seniorů o jiný druh dopravy než autobusové – vlastní či letecké.

H3: Seniorští klienti své rekreace realizují nejvíce přes CK/CA, oproti jiným způsobům tato forma převažuje.

Hypotézu, že seniorští klienti realizují svou dovolenou především prostřednictvím služeb CK/CA, lze přijmout. Z dotazníkového šetření jasně vyplývá, že většina seniorských klientů nakupuje svou dovolenou u CK/CA. U mladších seniorů lze shledat i jiný způsob realizace nákupu dovolené, avšak s rostoucím věkem narůstá obliba nákupu u specializovaných kanceláří.

H4: Seniorští cestovatelé v 70 % požadují zajištění celého balíčku včetně stravy, ubytování a dopravy.

Šetření v rámci preferencí cestovatelů v seniorském věku jasně dokazuje, že vybraná cílová skupina trhu cestovního ruchu požaduje zajištění celého balíčku služeb. Tento názor zastává celých 78 % dotazovaných. Požadavek balíčku služeb navíc roste s věkem klientely a dává předpoklad pro růst klientů CK/CA také do budoucna.

H5: Nejnavštěvovanější destinací respondentů je Chorvatsko.

Ačkoliv je Chorvatsko pro klienty 55+ oblíbenou destinací, není však nejpočetnější volbou. Častěji než v Chorvatsku upřednostňují občané pobyt v České republice. Spolu s Chorvatskem a Českem je populárním místem pobytu také Slovensko, Maďarsko a Řecko. Hypotéza je zamítnuta.



## 5 Zhodnocení výsledků a doporučení

Na základě zhodnocení vybraných subjektů trhu CR a nabídek pro klienty ve věku 55 let a více lze říci, že nabídka zájezdů pro tuto cílovou skupinu je poměrně široká. Cestovní kanceláře využívají různých nástrojů a slev, aby se staly pro své potencionální klienty lákavými. Na základě odborného studia, analýzy trhu a provedení dotazníkového šetření dochází ke zhodnocení výsledků a sestavení návrhů a doporučení, čímž je naplněn cíl této diplomové práce. Návrhy a doporučení jsou rozčleněna do několika hlavních oblastí. Jejich zohlednění může v rámci trhu cestovního ruchu (především v rámci nabídky cestovních kanceláří) představovat pro subjekt konkurenční výhodu.

### Seniorské zájezdy, seniorské slevy

Velice výhodným produktem z pohledu cílového zákazníka i poskytovatele jsou zájezdy dotované, jelikož jejich cena je nižší. Dostupnost je obvykle stanovena od věku 55 let, navíc je možnost spolucestující osoby, obvykle za stejných podmínek jako u seniora. V současnosti jsou nabízeny například zájezdy do Španělska, Řecka, Turecka aj. Nabídka dotovaných zájezdů může znamenat důležitou konkurenční výhodu na trhu. Dostupnost specializovaného zájezdu přímo pro seniory navíc může být lákavější, než poskytnutí slevy na běžný zájezd, jelikož zájezd seniorského typu bývá uzpůsoben na míru starším spotřebitelům. Tyto zájezdy jsou navíc koncipovány jako pobytové s výlety (poznáváním), což seniorští cestovatelé vyhledávají. V případě, že CK usiluje o získání cílové skupiny seniorů, je vhodné sestavit pro ni speciální nabídky, které jsou cenově i obsahově uzpůsobeny vybraným klientům – tedy občanům starším 55 let.

Pokud se cestovní kancelář nezaměřuje na speciální pobyty určené seniorským klientům, je žádoucí, aby stanovila vhodný systém slev. Totéž může být doporučením pro další subjekty cestovního ruchu. Výše seniorských slev je různá, v některých případech je ale pro klienty výhodnější sledovat spíše nabídky first minute, u kterých bývá procentuální sleva vyšší, než je tomu u některých seniorských slev. Pokud CK nabízí seniorskou slevu jen ve výši několika málo procent, bylo by vhodné, aby byla umožněna vzájemné kumulace různých slev. Z celkového vyhodnocení dotazníkového šetření lze říci, že klienti

seniorské slevy využívají. Pokud se CK rozhodne slevu nabídnout, měla by být poskytována nejlépe v průběhu celého roku a nelimitována dobou nákupu rekreace.

Slevový systém je ve většině případů stanoven procentuálně, nemusí tomu však být vždy. Pro klienty obvykle bývá výhodnější využít právě slevy určené v procentech. Jelikož ceny zájezdů bývají nejnižší na brzkém začátku sezóny a poté na jejím konci, výhodnějším krokem klienta je volba slevy v procentech. Při výběru jiného, dražšího termínu rekreace je totiž sleva adekvátně větší. Poskytuje-li CK slevu pevnou a není příliš znatelná, není tento systém lákavou a výhodnou nabídkou ke koupi.

### **Zaměření rekreace**

Nabídka CR směřovaná seniorům by se neměla soustředit na jednotnou formu rekreace, např. na odpočinek. Pro spotřebitele je důležité, aby mu byla nabídnuta v rámci rekreace také určitá forma poznání. Toto tvrzení vyplývá především z dotazníkového šetření. V rámci tvorby produktu a výběru destinace seniorům by mělo být pohlíženo také na celkové možnosti vyžití v místě dovolené, nezbytností je zařadit možnost výletů a využití organizovaného programu v případě zájmu. Jelikož je z šetření zřejmé, že většina respondentů využívá nákupu plného balíčku služeb, bylo by vhodné sestavení speciální nabídky, která by obsahovala pobytový produkt s výlety v ceně. Klient by již nemusel vynakládat další peníze při nákupu výletů v destinaci, které mohou být vyšší než předem nasmlouvané ceny. Tuto akci, pobytový zájezd s jedním výletem v ceně, již některé CK nabízí.

Seniorská klientela i při svém vyšším věku patří do skupiny potenciálních spotřebitelů poznávacích zájezdů, popř. kombinovaných zájezdů. Je však nutné konstatovat, že většina subjektů CR nenabízí v rámci seniorských programů slevy na poznávací či kombinované zájezdy. Pro získání budoucích klientů lze doporučit rozšíření slev z oblastí pobytových zájezdů také na ostatní produkty, jako např. poznávací zájezdy.

Poměrně velké procento respondentů (24 %) v rámci otázky „jakou využívají slevu při nákupu rekreace“ odpovědělo, že nevyužívají žádnou s nabízených slev, což mohlo být zapříčiněno právě nastavením slevového systému (pouze vybrané státy, vybraná

doprava aj.), způsobem realizace zájezdu bez možnosti slev. Pokud se subjekt zaměří na poskytování slev seniorům, měl by svou nabídku uzpůsobovat tak, aby nebyla úzce soustředěna pouze na vybrané produkty.

Při zhodnocení zaměření rekreace je možné zmínit také organizovanost zájezdu. Většina dotazovaných upřednostňuje před organizovaným zájezdem volný čas, je zde však také nemalé procento odpovědí (32 %), které upřednostňují organizovaný zájezd. Tito respondenti mohou být potenciálními zájemci o kombinovaný zájezd (pobytový s výlety) či poznávací zájezd, jelikož právě tyto rekreace mají předem stanovený program. Výsledek potvrzuje důležitost doporučení, že nabídka slev a seniorských zájezdů by neměla být soustředěna pouze na pobytové zájezdy.

### **Sezonnost, délka pobytu**

Seniorské ceny jsou ve většině případů platné při rekreaci v měsících květen, červen, září, říjen. Subjekty se tak snaží o snižování výkyvů v rámci sezónnosti. Cestování v mimosezónních termínech spotřebitelům seniorského věku vyhovuje, upřednostňují cesty v květnu, červnu, září či říjnu. V rámci této problematiky je možné zmínit také menší procento spotřebitelů, kteří se rekreují v rámci hlavní sezony. Jejich věk se nachází v nižší kategorii, tedy 55 až 60 let. Pro tuto klientelu je vhodné využívání produktů, které nejsou cenově i obsahově upraveny právě seniorům. Z hlediska naplněnosti zájezdů by bylo problematické těmto klientům vytvářet zvláštní programy uskutečňované v sezóně, lze však doporučit sestavení takového slevového systému, kdy klient bude moci čerpat slevu i v případě, že si vybere produkt v hlavní sezóně. Tato sleva nemusí být natolik vysoká, jako např. v mimosezónních termínech vycestování.

Délka pobytu rekreace může být rozhodujícím faktorem při výběru dovolené. Lze doporučit co nejširším možnou škálu délek pobytů. Spotřebitel, který má např. zájem o zájezd o délce 12 dní nemůže u některých CK čerpat seniorské výhody, které jsou stanoveny pouze na kratší pobyty. Z šetření vyplývá, že největší procento respondentů má zájem o týdenní pobyty, o dlouhodobější pobyty má však zájem celých 33 % respondentů (26 % délka zájezdu 9 až 11 dní, 7 % délka pobytu 12 dní a více). Je zřejmé, že nabídka zlevněných pobytů pouze o týdenní délce může být pro klientelu omezující.

## **Spolucestující**

Pokud senioři cestují s dítětem jako třetím spolucestujícím, v konečné sumě zájezdu může být výhodnější využít slevu na dítě (dítě pobyt zdarma, dítě zcela zdarma aj.) Tyto akce však bývají časově omezené. Dotované zájezdy navíc nenabízí dětem speciální akce a ceny. Pokud se spotřebitel rozhodne využít dětskou slevu, již mu není umožněno tuto slevu kumulovat s akcí pro seniory. Obecně lze říci, že by subjekty trhu měli usilovat o vytvoření takových nabídek, které by vzaly v úvahu, že cestující senioři bývají na svých cestách doprovázeni dětmi. Lze se domnívat, že vytvoření slevového programu nabízejícího zvýhodněné ceny pro seniory s dětmi by bylo velmi kladně přijato. Cena, kterou senior zaplatí za dítě jako dalšího, třetího spolucestujícího, se značně odráží do rozhodnutí o koupi zájezdu.

Jako spolucestující volí senioři především své partnery či přátele. V rámci cestování dvou osob by měla být poskytnuta sleva oběma cestujícím. Poskytnutí vyšší slevy pouze v rámci jedné osoby není příliš rozšířené a může se stát pro klienta zavádějící ve smyslu, že slevu mohou čerpat oba cestující. Je vhodné, aby za 1. a 2. lůžko byla požadována stejná částka, nikoliv v rámci slevy za 1. lůžko cena nižší, za 2. lůžko cena vyšší. Nabídka slev by pro klienta měla být zřetelná a nezavádějící.

Z šetření je dále patrné, že seniorští cestovatelé cestují také sami, bez spolucestujícího. V tomto případě by subjekty trhu CR měly usilovat o nabídku jednolůžkového pokoje bez příplatku, případně je žádoucí se zaměřit i na samostatně cestující seniory a nabídnout možnost, že se CK pokusí zajistit vyhledání vhodného spolucestujícího.

## **Ubytování, stravování, doprava**

Z analýzy vyplývá, že na trhu CR je široká škála možností volby různých druhů a typů ubytování. Seniorská klientela je tvořena spotřebiteli, kteří upřednostňují spíše kvalitu, což dokládá také dotazníkové šetření. Ubytování ve vyšších kategoriích nabízí cestovní kanceláře v rámci dotovaných zájezdů, což je velice důležitým aspektem pro podporu prodeje těchto zájezdů. V rámci ostatních nabídek má klient širokou možnost volby, jaké ubytování a v jaké kvalitě si zvolí, od čehož se odráží i konečná cena zájezdu, která poté bývá adekvátně vyšší u lépe hodnocených hotelů či pensionů.

Oblast stravování je také důležitou součástí zájezdů a lze konstatovat, že produkty pro seniory ve většině případů obsahují některou z forem stravování. Šetření ukazuje preferenci polopenze a plného stravování (all inclusive), což většina současných nabídek pro seniory obsahuje. Je zřejmé, že u zájezdů pro seniory je důležité zahrnout stravování minimálně ve formě polopenze, což dokládá také vyhodnocení, kde dotazovaní upřednostnili nákup celého balíčku služeb, tedy včetně stravy. V rámci cílové skupiny 55+ nelze doporučit, aby strava nebyla zahrnuta při nákupu rekreace.

Autobusová doprava je převažujícím druhem dopravy, kterou respondenti k dosažení místa rekreace používají. U respondentů nižšího věku je však často využívána také doprava letecká a vlastní. S rostoucím věkem oblíba autobusové dopravy narůstá, především od 61 roku života lze sledovat postupný, ale trvalý nárůst, zatímco preference ostatních typů dopravy klesají. Především u nabídek CK by mělo být pohlíženo na dopravu a s tím spojené místo pobytu více individuálně, nikoliv obecně v rámci seniorského věku.

Trh obsahuje nespočet subjektů, které nabízí klientům letecké zájezdy za dotované či zlevněné ceny. Nabídka autobusových zájezdů, kde může klient čerpat seniorskou slevu nebo je celý zájezd koncipován pro seniory, však není zdaleka tak široká. Nabízí se tedy doporučení příliš nezobecňovat nabídku seniorské klientele a nevěnovat pozornost pouze leteckým zájezdům, vhodné je nabídnout produkty letecké i autobusové dopravy, popř. sestavit specializovaný seniorský autobusový zájezd, např. relaxačně poznávací v blízkých zemích jako Slovensko, Maďarsko, Rakousko či Chorvatsko, aj. a samozřejmě také po Česku. Větší pozornost doporučením v oblasti destinace je rozvedeno níže.

### **Destinace**

V bližším zaměření na problematiku destinace je podstatné sledovat nejen seniory jako celek, ale také jejich bližší specifika. Spotřebitel ve věku 55 let má jiné preference, než je tomu u klienta ve věku 71 let. Nabídka produktů pro tuto skupinu by měla být v souvislosti s destinací různorodá a měla by zohledňovat rozličné preference, které se v různém seniorském věku mění.

Některé CK nabízí seniorům slevy pouze na letecké zájezdy či zájezdy u moře. Pobytům v ČR je oproti tomu věnována pouze okrajová pozornost, což může být způsobeno tím, že občané po ČR mohou cestovat sami. V rámci Slovenska a Maďarska není však nabídka seniorských pobytů tak rozsáhlá, především velké cestovní kanceláře tyto pobyty pro seniory nenabízí. Oblast trhu CR pro seniory by neměla být zaměřena jen na vzdálenější země, státy dostupné pouze letecky. Toto tvrzení je podloženo výsledky dotazníkového šetření v rámci výběru nejčastějšího místa rekreace (či jen místa rekreace), kde bylo jako nejčastější místo rekreace vybráno Česko, Chorvatsko, Slovensko, Maďarsko či Řecko. Vzhledem k potenciálu cestovního ruchu u těchto zemí lze u Maďarska a také Slovenska předpokládat, že jej respondenti navštěvují především z důvodu odpočinku a zlepšení zdravotního stavu v lázeňských centrech, což dokládá také rostoucí zájem o tyto země spolu s vyšším věkem respondentů.

V rámci nabídky v oblasti destinace je možné navrhnout, aby subjekty rozšířily možnost uplatnění slev, jak již bylo uváděno výše. Pokud se CK nechce specializovat na zájezdy do zemí jako Česko, Slovensko, Maďarsko či Slovensko a přesto tyto destinace má v nabídce (např. na vlastní dopravu), je možné podpořit konkurenceschopnost subjektu rozšířením možnosti uplatnění slev na tyto zájezdy.

Pobyty na území České republiky jsou mezi staršími klienty oblíbené především díky snadné dostupnosti, také zde nejsou obavy z cizího a neznámého prostředí. Jelikož není příliš subjektů, které by nabízely autobusové zájezdy do sousedících zemí či přímo v ČR, nemá spotřebitel ani příliš možností jiné volby, než cestovat sám. Pokud by se chtěl subjekt soustředit na autobusový zájezd specializovaný seniorům, je důležité, aby byly zohledněny také důvody pro cestování, které klienti požadují (nejčastěji relaxační, zlepšení zdravotního stavu, poznávací). V praxi by takový produkt mohl představovat organizovaný zájezd pro seniory do některého z lázeňských měst, jehož obsahem by byla relaxace, lázeňské procedury, výlety do okolí zahrnuté v ceně, polopenze a nezbytně také doprava. V rámci doporučení určeným jiným subjektům trhu, než jsou cestovní kanceláře (např. ubytovacím zařízení), je velice vhodné doporučit sestavení pobytového balíčku bez dopravy, který je však doplněn o výhodu zajištění přepravy z vlakového či autobusového nástupiště aj. Zmiňovanou výhodu nabízí v rámci svých produktů CK Atis. Lze však předpokládat,

že účast cestovní kanceláře při nabídce této výhody není nutná, naopak závisí pouze na ochotě ubytovatele.

V rámci nabídky leteckých zájezdů lze na základě šetření konstatovat, že velice úspěšnou destinací je Řecko a jeho ostrovy, které si klienti vzájemně doporučují a navíc je obsahem mnoha nabídek různých CK. Dále má velký potenciál Španělsko, které je v mnoha nabídkách CK, navíc ho respondenti, kteří ve Španělsku či na Kanárských ostrovech byli, velice často doporučují.

### **Forma nabídky a doplňkové služby**

CK nabízí své produkty v rámci www stránek i katalogových nabídek. Při zaměření se na starší klientelu je předpoklad, že potencionální klienty více osloví katalogová nabídka. To lze konstatovat i na základě zjištění, že nejčastěji provádí dotazování občané nákup své rekreace v CK/CA, nikoliv formou internetu. V tomto ohledu lze shledat, že velice dobrým marketingovým tahem je sestavení katalogu speciálně určeného pro osoby v seniorském věku, jako již učinila CK Kovotour Plus či CK Čedok (speciální část katalogu věnována ubytovacím kapacitám pro klienty 55+). Klient se velice rychle zorientuje v nabídce a dále nemusí hledat speciální ceny a akce v ceníkových položkách. Klient dále nemusí pročítat ve velké množství nabídek, aby našel zájezd určený seniorům.

V problematice trhu cestovního ruchu je potřeba si uvědomit, že množství spotřebitelů seniorského a předseniorského věku využívajících služeb CK/CA poroste v závislosti na stárnutí populace a především posunutím aktivního věku. Cestovní kanceláře by měly zohledňovat specifické požadavky této skupiny trhu, zároveň také kvalitu a spolehlivost v zajištění jejich rekreace. U mladších skupin seniorského obyvatelstva je možné předpokládat nárůst nákupu produktů přes internet, u starších seniorů je však tato forma nákupu velice nepravděpodobná i do budoucna.

Jelikož na trhu převažuje nabídka nad poptávkou, je základním předpokladem úspěchu u seniorské klientely sestavení vhodného balíčku služeb, který by měl obsahovat vhodné ubytování, dopravu i stravování. Jako podpora při získání klientů může pomoci připojení další výhody, což může být výlet v ceně či zahrnutí cestovního pojištění, což analyzované

cestovní kanceláře nenabízely. Další formou podpory prodeje může být např. slevový kupon pro další nákup, obohacení zájezdu o nestandardní služby (snídaně na pokoj, speciální forma večere, masáže, zážitkový program, taneční večery, lehkou turistiku s průvodcem aj.), které již bude mít klient v ceně rekreace. Nepříliš rozšířenou službou jsou seniorské programy (animační, večerní), které ve svých produktech nabízí jen několik málo cestovních kanceláří. Dětské animační programy jsou běžné, avšak seniorské aktivity nejsou pravidlem a v rámci prodeje se mohou stát významným faktorem. Z dotazníkového šetření vyplývá, že respondenti mají zájem o nákup kompletního balíčku (ubytování, strava, doprava), lze tedy předpokládat, že pokud balíček bude obsahovat i další služby, které by si klient musel jinak zajišťovat sám nebo je neměl dostupné vůbec (popřípadě za příplatky), stává se pro něj nabídka více žádoucí.

### **Ostatní oblasti vyhodnocení a doporučení**

Z šetření respondentů ve věku 55 let a více dále vyplývá, že nejčastěji tito dotazovaní cestují 1x či 2x ročně a požadují při své rekreaci kvalitu i vstřícnou cenu. Ceny, které jsou ochotni tito spotřebitelé do své rekreace investovat, se odráží od destinace a složení služeb. Lze však konstatovat, že složení odpovědí v rámci cen koresponduje s různými nabídkami cestovních kanceláří, popř. jiných subjektů.

Při sestavování nabídky zájezdu je velice důležitým faktorem věk klienta, jelikož některé subjekty trhu CR směřují svou nabídku občanům starším 55 let, jiné až od 60 let. Pokud chce být subjekt cestovního ruchu konkurenceschopný a získat co největší množství klientů, je vhodné stanovit tuto hranici věku na co možná nejnižší úroveň. S tím je však spojeno také doporučení dostatečné propagace seniorských slev a pobytů a především zdůraznění věku, od kterého je možné této nabídky využít. Vzhledem ke skutečnosti, že není osoba věku 50 či 55 let běžně považována za seniora, nemusí být spotřebitelům možnost využití této slevy v nižším věku zřejmá. Je zapotřebí zohlednit fakt, že seniorský věk je v očích veřejnosti věkem, kdy člověk přestává aktivně pracovat a odchází do starobního důchodu, proto se lze přiklonit k neuvádění pojmu „senior“ u produktů zaměřených na nižší seniorský věk. Pouhé uvedení věku, od kterého jsou tyto nabídky potenciálními klienty využitelné, je dostačující.



## 6 Závěr

Cestovní ruch je dynamicky se proměňující oblastí, která reaguje na změny státní politiky či globalizaci světa. Ovlivňují jej ale také demografické proměny obyvatelstva, přičemž Česká republika v tomto ohledu netvoří výjimku. Ve struktuře obyvatelstva je znatelné stárnutí populace, ale také posunutí aktivního věku, což přispívá ke změnám v životech občanů, trávení jejich volného času a tudíž také k proměnám v oblasti cestování jakožto hlavního koníčku mnoha obyvatel. Na současném trhu cestovního ruchu působí velké množství různých subjektů, především poskytovatelů ubytovacích kapacit a cestovních kanceláří. Právě cestovní kanceláře mají pro budoucnost cestovního ruchu velký potenciál, především z toho důvodu, že patří mezi nejvyužívanější subjekty trhu pro seniorskou klientelu. V rámci konkurenčního úspěchu je však pro každý tento subjekt, včetně specializovaných kanceláří, důležité sledovat preference a přání spotřebitelů seniorského věku, kteří nabývají na významu. Znalost jejich zvyklostí či přání může pro subjekt znamenat důležitou výhodu oproti mnoha dalším konkurentům trhu.

Cílem této práce bylo vytýčení preferencí a požadavků občanů ve věku 55 let a více a především následné vytvoření návrhu a souboru doporučení pro subjekty podnikající na trhu CR. V první části práce došlo k nastínění problematiky turismu a základních pojmů, poté byla věnována pozornost analýze nabídek trhu cestovního ruchu, které jsou určeny spotřebitelům věku 55 let a více. Zpracování těchto dvou částí bylo nezbytným předpokladem pro celkové naplnění cíle diplomové práce. Splnění cíle bylo dále dosaženo uskutečněním a vyhodnocením dotazníkového šetření v rámci skupiny občanů ČR věku 55 let a více, kterého se zúčastnilo 226 respondentů. Dotazníkové šetření tvoří nejpodstatnější součást práce a poznatky z něj získané jsou základním předpokladem pro vymezení seniorských preferencí a požadavků. Za pomoci syntézy a analýzy jednotlivých získaných poznatků a také díky znalostem získaným při praxi v cestovní kanceláři došlo k vytvoření souboru doporučení, která se může stát nástrojem úspěchu na vysoce konkurenčním trhu cestovního ruchu. Ačkoliv mohou z výsledků této práce čerpat především cestovní kanceláře, které nabízí komplexní balíčky služeb, mnohé z návrhů jsou využitelná také pro potřeby přímých poskytovatelů ubytovacích služeb.

Výsledky a doporučení byly rozčleněny do několika podskupin v rámci různé problematiky, jako například tyto oblasti: destinace, doprava, seniorské slevy, seniorské zájezdy, spolucestující, zaměření rekreace aj.

Hlavní přínos práce je představován souborem konkrétních doporučení pro subjekty trhu cestovního ruchu, které svou nabídku směřují spotřebitelům ve vyšším věku.

## 7 Seznam použité literatury

### Tištěné dokumenty

- [1] BOROVSKEÝ, Juraj, et al. *Cestovný ruch, trendy a perspektivy*. 1. vyd. Bratislava: IURA EDITION, 2008. 280 s. ISBN 978-8078-215-3.
- [2] ČICHOVSKÝ, Ludvík. *Marketingový výzkum*. 2. vyd. Praha: Vysoká škola ekonomie a managementu, 2011. 320 s. ISBN 978-80-86730-75-2.
- [3] GALVASOVÁ, Iva, et al. *Průmysl cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2008. 262 s. ISBN 978-80-87147-06-1.
- [4] HORNER, Susan; SWARBROOKE, John. *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*. Praha: Grada Publishing, a. s., 2003. 486 s. ISBN 80-247-0202-9.
- [5] HOUŠKA, Petr, et al. *Klasifikace ubytovacích zařízení jako způsob podpory kvality služeb v cestovním ruchu*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2007. 176 s. ISBN 978-80-87147-00-9.
- [6] INDROVÁ, Jarmila. *Cestovní ruch I*. 1. vyd. Praha: Oeconomica, 2004. 114 s. ISBN 80-245-0799-4.
- [7] JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. *Marketing v cestovním ruchu*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, a. s., 2009. 288 s. ISBN 978-80-247-3247-3.
- [8] JAŠÍKOVÁ, Veronika; TROUSIL, Michal. *Úvod do tvorby empirických prací pro cestovní ruch*. 1. vyd. Hradec Králové: Gaudeamus, 2009. 110 s. ISBN 978-80-7435-020-7.
- [9] KOSTKOVÁ, Miroslava, et al. *Management služeb cestovního ruchu*. 1. vyd. Karviná: Slezská univerzita v Opavě, 2009. 256 s. ISBN 978-80-7248-510-9.
- [10] LAWS, Eric. *Tourist destination management*. London: Routledge, 1995. 208 p. ISBN 0-415-10591-9.
- [11] NEŠPOROVÁ, Olga, et al. *Zajištění potřeb seniorů s důrazem na roli nestátního sektoru*. 1. vyd. Praha: Výzkumný ústav práce a sociálních věcí, v.v.i., 2008. 85 s. ISBN 978-80-87007-96-9.

- [12]ORIEŠKA, Ján. *Služby v cestovním ruchu*. 1. vyd. Praha: Idea Servis, 2010. 412 s. ISBN 978-80-85970-68-5.
- [13]PALATKOVÁ, Monika. *Management cestovních kanceláří a agentur*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, a. s., 2013. 224 s. ISBN 978-80-247-3751-5.
- [14]PATTERSON, Ian Robert. *Growing older, tourism and leisure behaviour of older adults*. Wallingford: CAB International, 2006. 230 p. ISBN 978-1-84593-151-3.
- [15]PÁSKOVÁ, Martina, ZELENKA, Josef. *Cestovní ruch výkladový slovník*. 1. vyd. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj, 2002. 448 s. ISBN 80-239-0152-4.
- [16]RYGLOVÁ, Kateřina, et al. *Cestovní ruch – podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, a. s., 2011. 216 s. ISBN 978-80-247-4039-3.
- [17]SCHEJBAL, Ctírad. *Geografie cestovního ruchu*. Přerov: Vysoká škola logistiky, 2008. 140 s. ISBN 978-80-87179-01-7.
- [18]SYSEL, Jiří; ZURYNEK, Josef. *Management cestovní kanceláře a cestovní agentury*. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2009. 120 s. ISBN 978-80-86723-78-5
- [19]VOHRALÍKOVÁ, Lenka; RABUŠIC, Ladislav. *Čeští senioři včera, dnes a zítra*. Praha: Výzkumný ústav práce a sociálních věcí, v.v.i., 2004. 90 s. ISBN 80-239-4218-2.
- [20]ZELENKA, Josef. *Marketing cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského Praha, 2010. 240 s. ISBN 978-80-86723-95-2.

#### Elektronické dokumenty

- [21]ALEXANDRIA. *Alexandria* [online]. Praha, 2013 [cit. 2013-01-08]. Dostupné z: <http://www.alexandria.cz/>.
- [22]ATIS. *ATIS* [online]. Bruntál, 2009 [cit. 2013-01-08]. Dostupné z: <http://www.atis.cz/>.
- [23]AZUR REIZEN. *AZUR REIZEN* [online]. Praha, 2013 [cit. 2013-01-20]. Dostupné z: <http://www.azurreizen.cz>.
- [24]BLUE STYLE. *Blue Style Travel Agency: Cestuje s tím, kdo se vyzná!* [online]. Praha, 2013 [cit. 2013-02-08]. Dostupné z: <http://www.blue-style.cz/>.

- [25]BOROVIČKA, Bohuslav. Program Evropské unie umožňuje seniorům cestovat s výhodnějšími slevami. In: *Novinky.cz* [online]. 2012 [cit. 2012-12-08]. Dostupné z: <http://www.novinky.cz/cestovani/262278-program-evropske-unie-umoznuje-seniorum-cestovat-s-vyhodnejsimi-slevami.html>.
- [26]CANARIA TRAVEL. *Canaria travel: Váš specialista na Kanárské ostrovy* [online]. Praha, 2013 [cit. 2013-01-05]. Dostupné z: <http://www.canariatravel.cz/>.
- [27]Cestování seniorů. In: *Czech Tourism* [online]. Praha, 2009 [cit. 2012-12-09]. Dostupné z: [www.czechtourism.cz/files/statistiky/clanky/09\\_03\\_09\\_seniorsky\\_cr.pdf](http://www.czechtourism.cz/files/statistiky/clanky/09_03_09_seniorsky_cr.pdf).
- [28]ČEDOK. *Cestovní kancelář Čedok* [online]. Praha, 2013 [cit. 2013-01-10]. Dostupné z: <http://www.cedok.cz/>
- [29]ESO TRAVEL. *ESO travel* [online]. Praha, 2013 [cit. 2013-01-10]. Dostupné z: <http://www.esotravel.cz/>.
- [30]EUROPE SENIOR TOURISM. *Europe Senior Tourism* [online]. Madrid, 2008 [cit. 2012-11-20]. Dostupné z: <http://www.europesenior tourism.eu/>.
- [31]EXIM TOURS. *Cestovní kancelář EXIM tours* [online]. Praha, 2012 [cit. 2012-12-08]. Dostupné z: <http://www.eximtours.cz/>.
- [32]FIRO-TOUR. *FIRO-tour: Báječná dovolená* [online]. Praha, 2013 [cit. 2013-01-12]. Dostupné z: <http://www.firotour.cz/>.
- [33]FISCHER. *Cestovní kancelář Fischer: Svět vašich zážitků* [online]. Praha, 2013 [cit. 2013-01-03]. Dostupné z: <http://www.firotour.cz/>.
- [34]HUNGARIATOUR. *Cestovní kancelář HUNGARIAtour* [online]. Praha, 2012 [cit. 2012-12-08]. Dostupné z: <http://madarsko.com/>.
- [35]INEX. *Cestovní kancelář Inex* [online]. Plzeň, 2012 [cit. 2012-12-08]. Dostupné z: <http://www.ckinex.cz/>.
- [36]KOVOTOUR PLUS. *Cestovní kancelář Kovotour Plus* [online]. Ostrava, 2013 [cit. 2013-12-02]. Dostupné z: <http://www.kovotour.cz/>.
- [37]MELISSA TRAVEL. *Cestovní kancelář Melissa Travel* [online]. Liberec, 2011 [cit. 2013-01-10]. Dostupné z: <http://www.melissatravel.cz>.

[38] NEV DAMA. *Nev Dama: Obchodní značka cestovní kanceláře SKI TRAVEL, a. s.* [online]. Praha, 2012 [cit. 2012-01-10]. Dostupné z: <http://www.nev-dama.cz/leto>.

[39] OK-TOURS. *Cestování pro seniory* [online]. Praha, 2009 [cit. 2013-01-09]. Dostupné z: <http://www.cestovaniproseniory.cz/>.

[40] PALATKOVÁ, Monika. Destinační management a vytváření produktů v cestovním ruchu: Prolínání destinací a destinační partnerství. In: *Ministerstvo pro místní rozvoj* [online]. Praha, 2006 [cit. 2012-12-12]. Dostupné z:

[http://www.mmr.cz/getmedia/3869c784-9a21-41d7-aa4e-3ae736eccbe4/GetFile7\\_3.pdf](http://www.mmr.cz/getmedia/3869c784-9a21-41d7-aa4e-3ae736eccbe4/GetFile7_3.pdf).

[41] Projekce obyvatelstva České republiky (Projekce 2009). In: *Český statistický úřad* [online]. Praha, 2009 [cit. 2012-11-07]. Dostupné z:

[http://www.czso.cz/csu/2009edicniplan.nsf/t/B60039E9C8/\\$File/402009u.pdf](http://www.czso.cz/csu/2009edicniplan.nsf/t/B60039E9C8/$File/402009u.pdf).

[42] QUALITY TOURS. *Quality Tours* [online]. Praha, 2011 [cit. 2012-12-10]. Dostupné z: <http://www.qualitytours.cz/>.

[43] Senioři jezdí převážně na dovolenou mimo sezónu, v říjnu vede Řecko. In: *Novinky.cz* [online]. 2012 [cit. 2012-01-08]. Dostupné z: <http://www.novinky.cz/cestovani/283321-seniori-jezdi-prevazne-na-dovolenou-mimo-sezonu-v-rijnu-vede-recko.html>.

[44] VENUS TRADE AND TOURS. *Cestovní kancelář VTT: Specialisté na Řecko a Kypr* [online]. Praha, 2013 [cit. 2013-01-15]. Dostupné z: <http://www.vtt.cz/>.

#### Tištěné katalogy cestovních kanceláří včetně případných ceníků

[45] CESTOVNÍ KANCELÁŘ ALEXANDRIA. *Léto 2013: Letecké zájezdy*. Praha, 2012, 810 s.

[46] CESTOVNÍ KANCELÁŘ ATIS. *Česko, Slovensko: Dovolená 13*. Bruntál, 2012, 121 s.

[47] CESTOVNÍ KANCELÁŘ ATIS. *Wellness: jaro 13, léto, podzim 13*. Bruntál, 2012, 41 s.

[48] CESTOVNÍ KANCELÁŘ AZUR REIZEN. *2013: Tabarka, Djerba, Tunisko, Turecko, Řecko*. Praha, 2012, 130 s.

[49] CESTOVNÍ KANCELÁŘ BLUE STYLE. *Léto 2013*. Praha, 2012, 256 s.

- [50] CESTOVNÍ KANCELÁŘ ČEDOK. *Egypt 2012/2013: koupání a poznávání*. Praha, 2012, 136 s.
- [51] CESTOVNÍ KANCELÁŘ ČEDOK. *Letadlem k moři: pobytové zájezdy léto 2013*. Praha, 2012, 616 s.
- [52] CESTOVNÍ KANCELÁŘ ČEDOK. *Léto 2013: Česká republika*. Praha, 2012, 152 s.
- [53] CESTOVNÍ KANCELÁŘ ESO TRAVEL. *Karibik & Indický oceán 2012/2013*. Praha, 2012, 162 s.
- [54] CESTOVNÍ KANCELÁŘ EXIM TOURS. *Léto 2013: Itálie, Řecko, Kypr, Tunisko, poznávací zájezdy*. Praha, 2012, 379 s.
- [55] CESTOVNÍ KANCELÁŘ FICHER. *Letní dovolená u moře: květen - říjen 2013*. Praha, 2012, 370 s.
- [56] CESTOVNÍ KANCELÁŘ HUNGARIATOUR. *Katalog 2013: Maďarsko, Slovinsko*. Praha, 2012, 94 s.
- [57] CESTOVNÍ KANCELÁŘ INEX. *Inex 2013: Pobytové zájezdy*. Plzeň, 2012, 264 s.
- [58] CESTOVNÍ KANCELÁŘ INEX. *Inex 2013: Poznávací zájezdy*. Plzeň, 2012, 112 s.
- [59] CESTOVNÍ KANCELÁŘ KOVOTOUR PLUS. *Dotované pobyty pro seniory*. Ostrava, [2012], 21 s.
- [60] CESTOVNÍ KANCELÁŘ MELISSA TRAVEL. *Řecko 2013*. Liberec, 2012, 67 s.
- [61] CESTOVNÍ KANCELÁŘ QUALITY TOURS. *Zájezdy pro seniory 55+ a dotované zájezdy: JARO a PODZIM 2013*. Praha, 2012, 23 s.
- [62] CESTOVNÍ KANCELÁŘ VTT. *Léto 2013: Řecko, řecké ostrovy, Kypr*. Praha, 2012, 258 s.
- [63] NEV - DAMA. *Léto 2013 autem, autobusem i letadlem*. Praha, 2012, 146 s.
- [64] THOMAS COOK. *Cestovní kancelář Neckermann: Autem Evropou 2013*. Praha, 2012, 338 s.
- [65] THOMAS COOK. *Cestovní kancelář Neckermann: Léto u moře*. Praha, 2012, 298 s.

## 8 Seznam zkratk

AIEST	Mezinárodní asociace odborníků cestovního ruchu
CA	cestovní agentura
CK	cestovní kancelář
CR	cestovní ruch
ČR	Česká republika
ČSÚ	Český statistický úřad
EST	Europe Senior Tourism
MMR	Ministerstvo pro místní rozvoj
os.	osoba
SR	Slovenská republika
WTO	Světová organizace cestovního ruchu
55+	občané ve věku 55 let a více



## 9 Seznam tabulek, obrázků a grafů

### Seznam tabulek

Tabulka č. 1: Nabídka CK Kovotour Plus .....	36
Tabulka č. 2: Španělsko pro seniory od CK Čedok .....	37
Tabulka č. 3: Nabídka CK Čedok – letecky k moři .....	38
Tabulka č. 4: Nabídka seniorských pobytů v ČR od CK Čedok .....	39
Tabulka č. 5: Poznávací zájezdy v ČR pro seniory od CK Čedok .....	39
Tabulka č. 6: Nabídka CK Exim Tours .....	40
Tabulka č. 7: Nabídka CK FIRO-tour .....	42
Tabulka č. 8: Nabídka pobytů v ČR od CK FIRO-tour .....	42
Tabulka č. 9: Nabídka CK Fischer .....	43
Tabulka č. 10: Nabídka CK Alexandria .....	44
Tabulka č. 11: Nabídka CK Blue Style .....	45
Tabulka č. 12: Nabídka CK Neckermann .....	46
Tabulka č. 13: Nabídka CK Quality Tour .....	48
Tabulka č. 14: Nabídka CK AZUR REIZEN .....	49
Tabulka č. 15: Nabídka CK Inex .....	50
Tabulka č. 16: Nabídka CK Nev-Dama .....	51
Tabulka č. 17: Nabídka CK VTT .....	51
Tabulka č. 18: Nabídka dotované zájezdy CK VTT ostrov Kypr .....	52
Tabulka č. 19: Nabídka CK Melissa Tavel .....	53
Tabulka č. 20: Nabídka CK ESO travel .....	54
Tabulka č. 21.: Nabídka CK Atis .....	55
Tabulka č. 22: Nabídka wellness pobytů CK Atis .....	55
Tabulka č. 23: Nabídka CK HUNGARIA tour .....	56
Tabulka č. 24: Nabídka CK Canaria Travel .....	57
Tabulka č. 25: Pohlaví respondentů .....	59
Tabulka č. 26: Věk respondentů .....	59
Tabulka č. 27: Bydliště respondentů .....	60
Tabulka č. 28: Počet rekreací za rok .....	62
Tabulka č. 29: Druh dopravy .....	64
Tabulka č. 30: Kvalitnější či levnější ubytování .....	66
Tabulka č. 31: Délka zájezdu .....	66
Tabulka č. 32: Stravování .....	68
Tabulka č. 33: Zajištění rekreace .....	69
Tabulka č. 34: Požadované služby .....	70
Tabulka č. 35: Investice do rekreace .....	74
Tabulka č. 36: Období dovolené .....	76

Tabulka č. 37: Využívaná sleva .....	77
Tabulka č. 38: Preference programu před volným časem .....	78

### **Seznam obrázků**

Obrázek č. 1: Obrázek č. 1: Struktura služeb v cestovním ruchu .....	25
--	----

### **Seznam grafů**

Graf č. 1: Podíl věkových skupin obyvatelstva do roku 2065 .....	30
Graf č. 2: Předpokládaný a reálný vývoj dětské a poproduktivní složky obyvatelstva ČR v letech 1991 – 2050 .....	31
Graf č. 3: Pohlaví respondentů .....	59
Graf č. 4: Věk respondentů .....	59
Graf č. 5: Bydliště respondentů dle počtu obyvatel obce .....	60
Graf č. 6: Důvody k cestování .....	61
Graf č. 7: Počet rekreací za rok .....	62
Graf č. 8: Spolucestující .....	62
Graf č. 9: Preference při výběru zájezdu .....	63
Graf č. 10: Nejčastěji využívaný druh dopravy .....	64
Graf č. 11: Preference druhů dopravy dle věku .....	65
Graf č. 12: Preference kvalitnějšího či levnějšího ubytování .....	66
Graf č. 13: Preferovaná délka zájezdu .....	66
Graf č. 14: Preferovaná délka zájezdu dle věku .....	67
Graf č. 15: Požadované stravování .....	68
Graf č. 16: Volba druhu stravování dle věku .....	68
Graf č. 17: Forma zajištění rekreace .....	69
Graf č. 18: Složení požadovaných služeb .....	70
Graf č. 19: Místo rekreace .....	71
Graf č. 20: Nejčastější místo rekreace .....	71
Graf č. 21: Nejčastější místo rekreace procentuálně .....	72
Graf č. 22: Místo rekreace dle věku .....	73
Graf č. 23: Investice v Kč/osobu do rekreace .....	74
Graf č. 24: Výše investice v Kč/osobu do rekreace podle vybrané země .....	74
Graf č. 25: Země, kterou respondent navštívil a doporučuje .....	75
Graf č. 26: Období realizace dovolené .....	76
Graf č. 27: Měsíc realizace dovolené ve spojení s věkem respondentů .....	77
Graf č. 28: Nejčastěji využívaná sleva .....	77
Graf č. 29: Preference organizovaného programu před volným časem .....	78

## 10 Přílohy

Příloha č. 1: Kompletní nabídka CK Quality Tour

Země	Ubytování	Termín možného vycestování	Stravování	Cena/osobu
Španělsko Andalusie	4*	březen, duben, květen, červen, září, říjen	polopenze	9.990 Kč/březen od 10.990 Kč/duben 12.490 Kč/květen 13.990 Kč/červen, září od 11.990 Kč/říjen
Španělsko Costa Brava	4*	květen, září	plná penze	11.490 Kč/květen 12.490 Kč/září
Španělsko Man Menor	4*	duben, květen, říjen	polopenze nebo plná penze	9.990 Kč/duben od 10.990 Kč/květen od 11.990 Kč/říjen
Španělsko Mallorca	4*	duben, květen, červen, září	polopenze nebo plná penze	9.990 Kč/duben od 10.990 Kč/květen 13.490 Kč/červen od 11.490 Kč/září
Španělsko Menorca	4*	květen, červen, září	polopenze nebo plná penze	11.490 Kč/květen 13.490 Kč/červen, září
Itálie Sicílie	4*	březen, duben, květen, červen, září, říjen	polopenze	11.490 Kč/březen od 11.990 Kč/duben, říjen od 12.990 Kč/květen od 15.490 Kč/červen od 13.490 Kč/září
Itálie Sardinie	3+	březen, duben, květen, červen, září, říjen	polopenze	od 11.990 Kč/březen, duben od 12.990 Kč/květen, říjen 14.990 Kč/červen 13.490 Kč/září
Itálie San Remo	4*	září	polopenze	od 14.990 Kč
Itálie Ischia	3* nebo 4*	duben, květen, září, říjen	polopenze	od 5.990 Kč/duben, květen, říjen 6.890 Kč/září + 3.390 Kč/busem, 8.190 Kč/letecky
Malta	3* nebo 4*	duben, květen, září, říjen	polopenze	od 11.990 Kč/duben od 12.990 Kč/květen, září od 11.990 Kč/říjen
Portugalsko	4*	duben, květen	polopenze	13.990 Kč
Madeira	2* nebo 4*	duben, květen až říjen	snídaně nebo polopenze	13.990 Kč/2* hotel od 17.990 Kč
Turecko	4*	duben, květen, červen, září, říjen	all inclusive	od 12.990 Kč/duben, říjen 14.990 Kč/květen, červen, září
Kypr	2* až 5*	září, říjen	polopenze	12.990 Kč/2* hotel 13.490 Kč/3* hotel od 14.990 Kč/4* hotel 16.490 Kč/5* hotel

Zdroj: vlastní zpracování, produktový katalog CK Quality Tour

Příloha č. 2: Ostatní CK, zájezdy a poskytované slevy

Název CK	Destinace/Specializace	Slevy/Seniorské zájezdy
CK Zemek	Chorvatsko	neposkytuje
CK Geops	poznávací zájezdy	poskytuje, ale její výši neuvádí
CK Czech Holidays	lázně, wellness	seniorské balíčky u vybraných kapacit
CK Osvěta Hořovice	Ischia	sleva 5 %, program „Ischia nejen pro seniory“
CK Mayer Crocus	poznávací zájezdy	neposkytuje
CK Alex	Řecko	sleva až 20 % pro klienty nad 50 let
CK Globtour	Bulharsko, Černá Hora, Turecko aj.	15 % klientům nad 60 let
CK Campana tour	pobyty u moře, exotika, poznávací zájezdy	2 % klientům nad 65 let
CK Bon Ton	Řecko, Itálie, Chorvatsko aj.	15 % při koupi zájezdu do 28. 2. 13 klientům nad 55 let na odjezdy/odlety květen, červen, září
CK Alpy	Alpy	seniorské zájezdy
CK Ancora	Bulharsko, Řecko, Turecko, Egypt (letecky), Chorvatsko, Itálie (autobusem, vlastní dopravou)	7 % klientům nad 60 let
CK Conti	Turecko, Černá Hora, Španělsko, Portugalsko, Malta, Norsko aj.	dotované seniorské zájezdy 55+ do uvedených zemí (pobytové i poznávací)
CK D-tour	Česká republika, Slovensko	neposkytuje

Zdroj: vlastní zpracování

### Příloha č. 3: Dotazník

Dobrý den,

jsm studentkou Provozně ekonomické fakulty ČZU v Praze a v rámci svého výzkumného šetření zkoumám preference při výběru zájezdu vybrané části klientů cestovního ruchu. Těmito klienty jsou **občané ČR ve věku 55 let a výše**, jejichž potřeby a preference jsou při sestavování nabídek zájezdů velice důležité. Získané informace budou využity pro zpracování diplomové práce, především pro navržení vhodného produktu cestovního ruchu pro klienty v uvedeném věku. Veškeré získané informace jsou **anonymní**. Vybrané odpovědi označte křížkem, případně doplňte. Odpovědi v tabulce značte křížkem ve vybraném řádku a sloupci.

Děkuji za Váš čas, který jste strávili vyplněním tohoto dotazníku.

Jana Šmatláková

1. Jaké je Vaše pohlaví?

- muž
- žena

2. Jaký je Váš věk?

- 55 – 60 let
- 61 – 65 let
- 66 – 70 let
- 71 let a více

3. Kolik obyvatel má obec, ve které v současné době žijete?

- do 500 obyvatel
- 501 – 1.000 obyvatel
- 1.001 – 2.000 obyvatel
- 2.001 – 3.000 obyvatel
- 3.001 – 5.000 obyvatel
- 5.001 – 10.000 obyvatel
- 10.001 – 15.000 obyvatel
- 15.001 – 20.000 obyvatel
- 20.001 – 30.000 obyvatel
- 30.001 – 40.000 obyvatel
- 40.001 – 60.000 obyvatel
- 60.001 – 100.000 obyvatel
- více než 100.001 obyvatel

4. Jaké jsou nejčastější důvody Vašeho cestování/Vašeho zájezdu?

Důvod zájezdu	určitě ne	spíše ne	spíše ano	určitě ano
Odpočinek				
Poznávání				
Sport				
Zlepšení zdravotního stavu				

Jiné:.....

5. Kolikrát ročně jezdíte na zájezd o délce 5 dní a více (zimní, letní aj.)? *Doplňte:*

.....

6. Nejčastěji cestujete s...?

- manželem (manželkou)/partnerem (partnerkou)
- kamarádem/kamarádkou
- vnoučetem/vnoučaty
- s jinými rodinnými příslušníky
- sám/sama
- jiné:.....

7. Označte v tabulce, co je pro Vás při nákupu dovolené více důležité či méně nedůležité v rámci uvedených faktorů?

Faktor	velmi nedůležité	spíše nedůležité	spíše důležité	velmi důležité
Cena dovolené				
Kvalita služeb				
Četnost stravování				
Druh dopravy				
Termín/doba dovolené				

Jiné důležité faktory:.....

8. Jaký druh dopravy nejčastěji volíte?

- letecká
- autobusová
- vlastní (automobil)
- jiná:.....

9. Dáváte přednost kvalitnějšímu ubytování s vyšší cenou (tzn. lépe vybavený pokoj a více služeb v hotelu) či cenově přijatelnějšímu ubytování s menší kvalitou?

- dám přednost kvalitě
- dám přednost ceně
- nevím

10. Jakou délku zájezdu nejčastěji volíte?

- 4 dny a méně
- 5 – 6 dní
- 7 – 8 dní
- 9 – 11 dní
- 12 dní a více

11. Při koupi svého zájezdu požadujete nejčastěji zajištěné celodenní stravování (plná penze či all inclusive) či pouze omezené?

- požaduji plné stravování (all inclusive, plná penze)
- požaduji polopenzi
- požaduji pouze snídaně
- nepožaduji žádné stravování - zajišťuji si vlastní
- jiné:.....

12. Jaký způsob nákupu svého zájezdu volíte nejčastěji?

- nákup přes internet
- nákup v cestovní kanceláři/cestovní agentuře
- dovolenou si zařizuji sám
- jiné:.....

13. Volíte při nákupu zájezdu nejčastěji plný balíček služeb (tzn. ubytování + strava + doprava) či pouze vybrané služby?

- celý balíček
- nepožaduji stravu
- nepožaduji dopravu
- nepožaduji stravu a dopravu

14. Do jaké destinace/destinací cestujete v rámci své rekreace? *Uveďte jednu či více zemí.*

.....

15. **Nejčastějším** místem Vaší rekreace je....? *Vyberte **jednu** zemi či doplňte.*

- |  |                                    |
|--|------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Česká republika     | <input type="checkbox"/> Španělsko |
| <input type="checkbox"/> Slovenská republika | <input type="checkbox"/> Řecko     |
| <input type="checkbox"/> Chorvatsko          | <input type="checkbox"/> Bulharsko |
| <input type="checkbox"/> Itálie              | <input type="checkbox"/> Turecko   |
| <input type="checkbox"/> Jiné:.....          |                                    |

16. Kolik jste ochoten/ochotna investovat peněz za osobu do nákupu Vašeho zájezdu do této vybrané země (viz. otázka 15)?

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> méně než 3.000 Kč    | <input type="checkbox"/> 11.001 Kč – 15.000 Kč |
| <input type="checkbox"/> 3.001 Kč - 5.000 Kč  | <input type="checkbox"/> 15.001 Kč – 20.000 Kč |
| <input type="checkbox"/> 5.001 Kč – 8.000 Kč  | <input type="checkbox"/> více než 20.001 Kč    |
| <input type="checkbox"/> 8.001 Kč – 11.000 Kč |  |

17. Mezi země, které jste navštívili a doporučili byste je Vaším přátelům či známým, patří?

.....

18. V jakých měsících nejčastěji realizujete svůj zájezd?

- leden – březen
- duben – červen
- červenec – září
- říjen – prosinec

19. Jakou slevu nejčastěji využíváte při nákupu svého zájezdu?

- first minute (nakupuji s předstihem)
- last minute (nákup krátce před odjezdem)
- seniorská sleva
- žádné
- jiné:.....

20. Upřednostňujete na své rekreaci organizovaný program před volným časem?

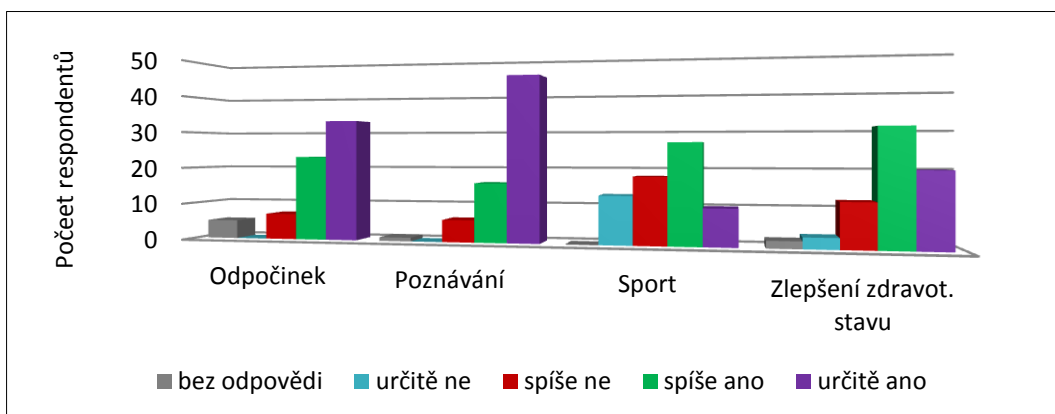
- ano
- ne
- nevím

Vaše případné připomínky, názory či jiné doplnění:

.....  
.....  
.....

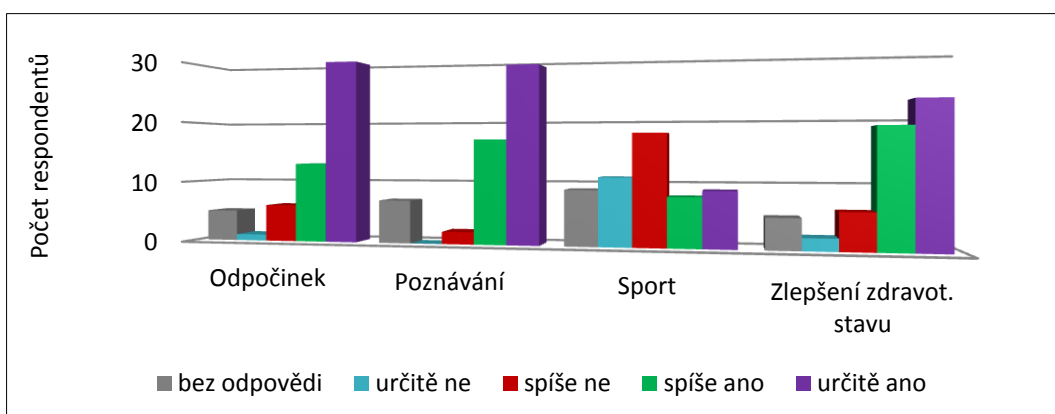
## Soubor grafů k dotazníkovému šetření

Příloha č. 4: Důvody cestování občanů ve věku 55 – 60 let



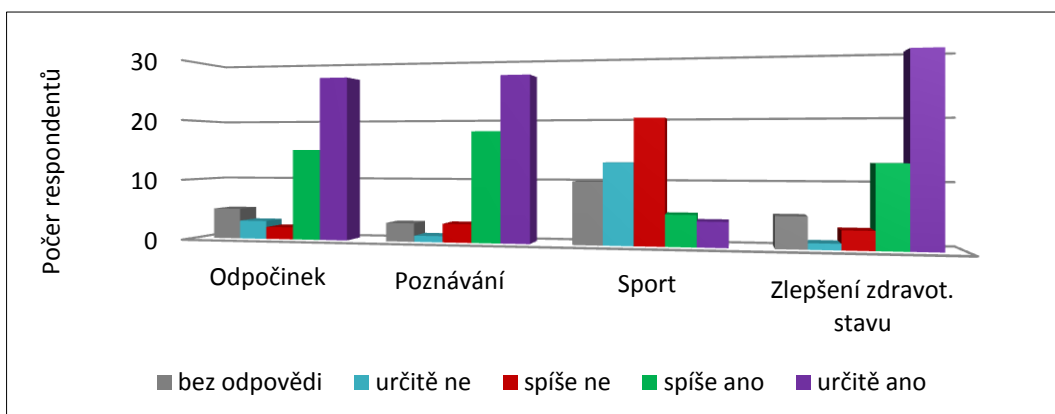
Zdroj: vlastní zpracování

Příloha č. 5: Důvody cestování občanů ve věku 61 – 65 let



Zdroj: vlastní zpracování

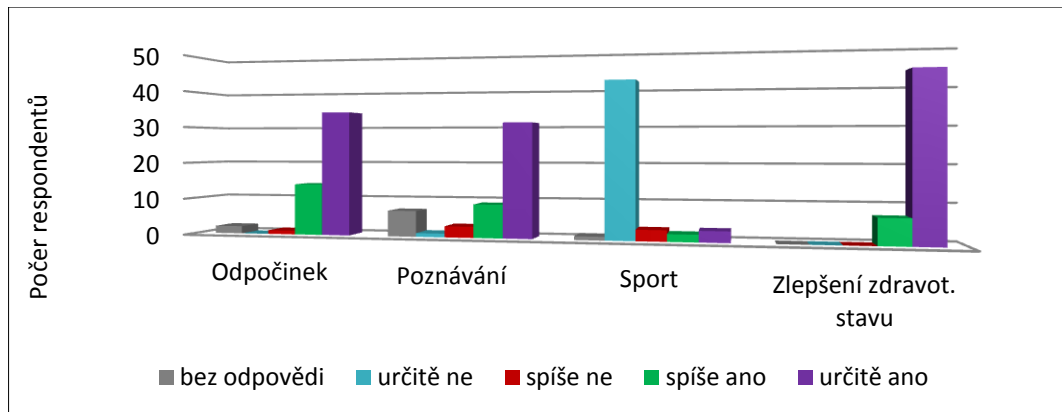
Příloha č. 6: Důvody cestování občanů ve věku 66 – 70 let



Zdroj: vlastní zpracování

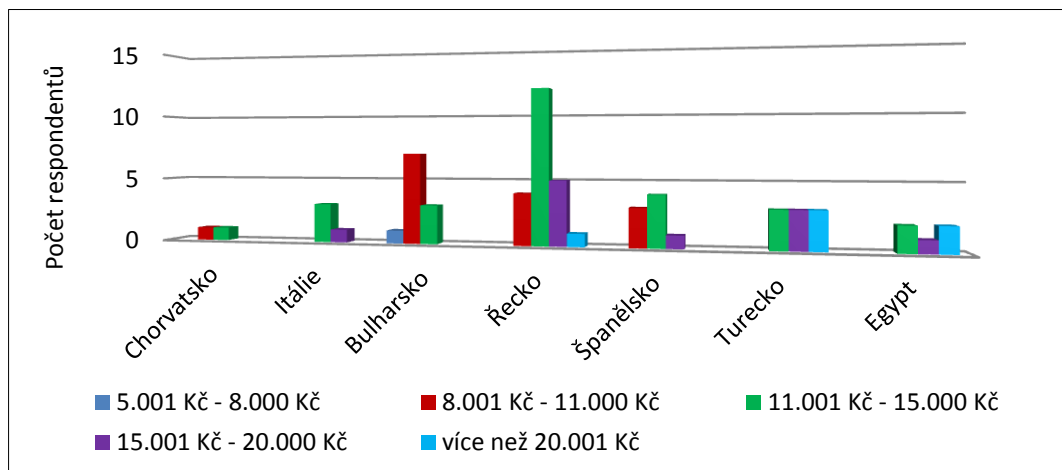


Příloha č. 7: Důvody cestování občanů ve věku 71 let a více



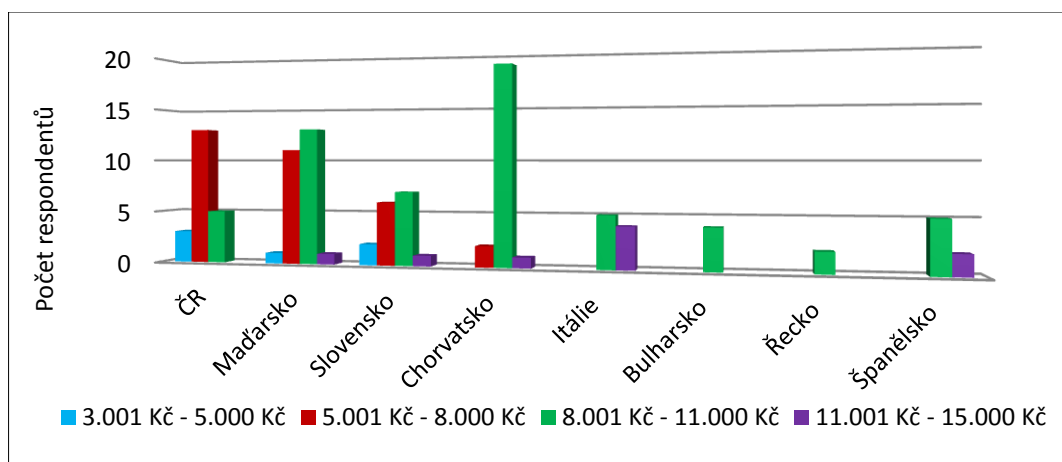
Zdroj: vlastní zpracování

Příloha č. 8: Letecká doprava a její využívání ve spojení s vybranou destinací a cenou



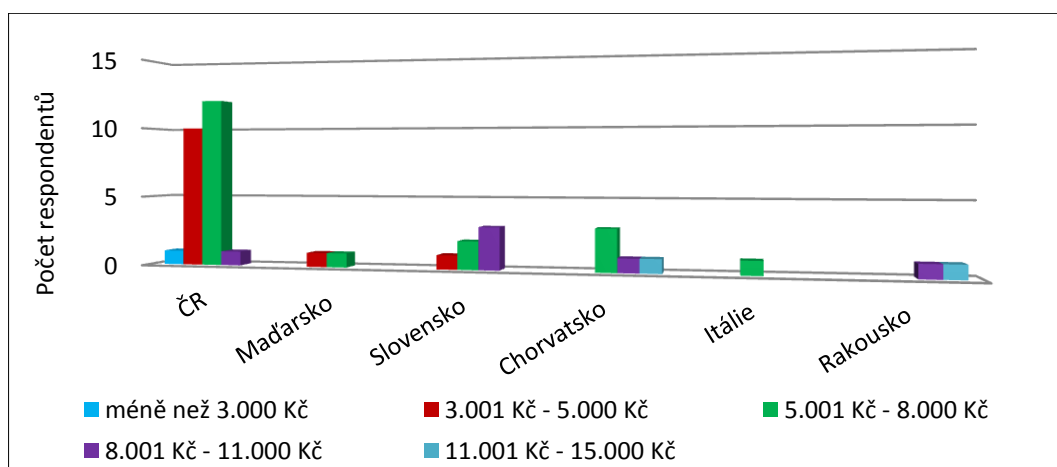
Zdroj: vlastní zpracování

Příloha č. 9: Autobusová doprava a její využívání ve spojení s vybranou destinací a cenou



Zdroj: vlastní zpracování

Příloha č. 10: Vlastní doprava (automobil) a její využívání ve spojení s vybranou destinací a cenou



Zdroj: vlastní zpracování