

UNIVERZITA PALACKÉHO V OLOMOUCI

Fakulta tělesné kultury

**SENIOŘI JAKO CÍLOVÁ SKUPINA DOBRODRUŽNÉHO CESTOVNÍHO RUCHU
(PILOTNÍ STUDIE)**

Diplomová práce

Autor: Bc. Zuzana Nováková, Rekreologie

Vedoucí práce: Ing. Halina Kotíková, Ph.D.

Olomouc 2015

Bibliografická identifikace

Jméno a příjmení autora: Bc. Zuzana Nováková

Název bakalářské práce: Senioři jako cílová skupina dobrodružného cestovního ruchu

Pracoviště: Katedra rekreologie

Vedoucí bakalářské práce: Ing. Halina Kotíková, Ph.D.

Rok obhajoby bakalářské práce: 2015

Abstrakt: Cílem této práce je vyhodnocení poptávky seniorů po cestovním ruchu s důrazem na dobrodružný cestovní ruch. Kvantitativní výzkum byl realizován explorativní metodou pomocí dotazníkového šetření, které bylo prováděno prostřednictvím Klubu českých turistů. Šetření se zúčastnilo 331 respondentů. Výsledky ukazují, že senioři v České republice poptávají po poznávacím, pobytovém, lázeňském a sportovním cestovním ruchu a že nemají intenzivní zájem o dobrodružný cestovní ruch jako takový, ale spíše o sportovní aktivity, které mohou být klasifikovány jako některá z forem či aktivit dobrodružného cestovního ruchu.

Klíčová slova: senior, dobrodružství, cestovní ruch, dobrodružný cestovní ruch, segmentace dobrodružného cestovního ruchu

Souhlasím s půjčováním závěrečné písemné práce v rámci knihovních služeb.

Bibliographical identification

Author first name and surname: Bc. Zuzana Nováková

Title of the thesis: Seniors as a target group of adventure tourism

Department: Department of Recreology

Supervisor: Ing. Halina Kotíková, Ph.D.

The year of presentation: 2015

Abstract: The aim of this study is to evaluate the demand of older people for tourism, with an emphasis on adventure tourism. Quantitative research was carried out by means of an exploratory survey, which was conducted via Klub českých turistů (a Czech tourism association). Three-hundreds thirty one respondents took part in the survey. The results showed that seniors in the Czech Republic are interested in sightseeing-related, residential, spa and sports tourism and they have no great interest in adventure tourism as such, but rather in sports activities that can be classified as forms of adventure tourism.

Keywords: senior, adventure, tourism, adventure tourism, segmentation of adventure tourism

I agree the thesis paper to be lent within the library service.

Prohlašuji, že jsem svoji diplomovou práci zpracovala samostatně pod vedením Ing. Haliny Kotíkové, Ph.D., uvedla všechny použité literární a odborné zdroje a dodržovala zásady vědecké etiky.

V Olomouci dne 25. 5. 2015

.....

Zuzana Nováková

Děkuji Ing. Halině Kotíkové, Ph.D. za odbornou pomoc a cenné rady, které mi poskytla při zpracování diplomové práce.

Každé skutečné dobrodružství vzniká nárazem fantazie na skutečnost.

Karel Čapek

Abychom se bránili hlouposti, k tomu nepotřebujeme více intelektu, ale jiný druh charakteru, potřebujeme nezávislé lidi, kteří vyhledávají dobrodružství a milují život.

Erich Fromm

OBSAH

1. ÚVOD	8
2. PŘEHLED POZNATKŮ	10
2.1 Cestovní ruch.....	10
2.1.1 Dělení cestovního ruchu	11
2.1.2 Vývoj a prognózy cestovního ruchu v Evropě	12
2.2 Dobrodružný cestovní ruch	13
2.2.1 Historie a vývoj dobrodružného cestovního ruchu.....	14
2.2.2 Definice dobrodružství	19
2.2.3 Definice dobrodružného cestovního ruchu.....	23
2.2.4 Rozdělení dobrodružného cestovního ruchu	26
2.2.5 Trh a marketing organizovaného dobrodružného cestovního ruchu	30
2.2.6 Produkt organizovaného dobrodružného cestovního ruchu	31
2.3 Charakteristika cílové skupiny seniorů a jejich cestovního ruchu	32
2.3.1 Vývoj cestovního ruchu seniorů.....	35
2.3.2 Vymezení pojmu senior.....	37
2.3.3 Dělení seniorů.....	40
2.3.4 Specifika cestování seniorů	45
2.3.5 Senior jako turista dobrodružného cestovního ruchu	46
3. CÍLE	51
4. METODIKA.....	52
5. VÝSLEDKY	57
6. DISKUSE	70
7. ZÁVĚRY.....	75
8. SOUHRN	76
9. SUMMARY	78
10. REFERENČNÍ SEZNAM.....	80

11. SEZNAM ZKRATEK.....	93
12. SEZNAM OBRÁZKŮ	94
13. SEZNAM PŘÍLOH.....	96
14. PŘÍLOHY.....	97

1. ÚVOD

Společnost zažívá v posledních desetiletích nový fenomén. Tento fenomén se dle ČSÚ týká zvyšujícího se počtu seniorů, tedy lidí, kteří se dožívají věku nad 65 let. Cinkánová (2014) dokonce předpokládá, že v roce 2065 bude jejich podíl v rozmezí 31,5 % - 32,8 %. Český statistický úřad uvádí, že v roce 2050 dosáhne podíl starého obyvatelstva jedné třetiny populace, neboť v porovnání s minulými generacemi, se do seniorské kategorie dostávají populačně silné ročníky poválečné generace. Starší lidé převýší dětskou složku přibližně dva a půl krát a poměr ekonomicky závislých a nezávislých osob se pravděpodobně vyrovná. Průměrný věk dosáhne čtyřiceti devíti let. Lidé se budou díky kvalitnější lékařské péči a kvalitním životním podmínkám dožívat asi o deset let více než je tomu v současnosti. Díky tomu se rozšíří i kategorie osob ve čtvrtém věku, to znamená, že velkou část seniorů budou tvořit i osmdesátiletí a starší lidé. Toto demografické stárnutí populace je kompenzováno pocitem omlazení u starších lidí (Boksberger a Laesser, 2009). Vlivem stárnutí populace se očekává nárůst podílu seniorů na cestovním ruchu. Ten je totiž jedním z dnešních trendů seniorů, jak se udržet svěží, zdravý, sociálně aktivní a fyzicky samostatný i v pozdním věku, což napomáhá starým lidem nalézt smysl života, udržet a podporovat mezilidské vztahy, posilovat sounáležitost, participovat ve společnosti, motivovat k dalšímu úsilí a snaze být aktivní. Růst segmentu seniorů tedy ve velké míře ovlivní nejen celou ekonomiku České republiky, ale především může změnit trh cestovního ruchu. Neboť jak poznamenali Gregory et al. (2009) cestovní ruch v současné době představuje největší výrobní odvětví, které je významnou součástí spotřeby obyvatelstva a stává se tak důležitou oblastí národního hospodářství. Vyplývá z toho, že tato situace bude mít pravděpodobně za následek nutnost přizpůsobení služeb a produktů potřebám klientů. Ti k národnímu hospodářství přispívají tím, že poptávají po nových destinacích a nových zážitcích, které jim může přinést především právě cestovní ruch. Vzhledem k demografickým, ekonomickým a jiným změnám v životech seniorů, vyhledávají k naplnění jejich disponibilního času často dobrodružné aktivity, které jim nabízí aktivní zapojení. A protože senioři (jak již bylo podotknuto výše) chtějí svůj čas trávit aktivně, vyhledávají často adrenalinové a dobrodružné zážitky a aktivity. Tyto aktivity je vedou k pocitu seberealizace, soběstačnosti, vzrušení, znovunalezení smyslu života, apod. – tedy k celkové aktivizaci seniorů. Proto mnoho dnešních seniorů vyhledává a využívá služeb cestovních kanceláří, které realizují dobrodružné zájezdy a dovolené.

Strategie podniků reagujících na stárnutí populace by tedy měla využít potenciálu starších osob a vytvořit takové produktové balíčky, které budou odpovídat potřebám seniorů. Z těchto důvodů je z pohledu cestovních kanceláří důležité analyzovat segment seniorů, jako aktivních účastníků na dobrodružném cestovním ruchu.

V dnešní době nemáme mnoho zdrojů zabývajících se dobrodružným cestovním ruchem seniorů v České republice. Je proto potřebné vytvořit rozdělení seniorů a stanovit zastoupení jednotlivých skupin seniorů na dobrodružném cestovním ruchu a určit proč a za jakým účelem se senioři podílejí či nepodílejí na dobrodružném cestovním ruchu a tudíž jaké produkty z oblasti dobrodružného cestovního ruchu seniorům nabízet.

2. PŘEHLED POZNATKŮ

2.1 Cestovní ruch

Cestování se pojí s člověkem od samého počátku bytí. Člověk cestoval za účelem získání potravy, dostatku vody, úkrytu, za účelem hledání příhodnějšího podnebí pro přežití atp. Jako se po staletí vyvíjel člověk, tak se společně s ním vyvíjel i cestovní ruch a s ním pak i definice cestovního ruchu.

Mezi první definice cestovního ruchu můžeme uvést definici H. Posera (in Wokoun & Vystoupil 1987, 13): „Cestovní ruch je souhrn vzájemných vztahů, které vznikají nahromaděním návštěvníků na straně jedné a jejich okolím na straně druhé“. Zmíněné strany můžeme také chápat jako nabídku a poptávku. Tedy jak zmínila Ryglová (2009), na jedné straně můžeme uvažovat o účastnících cestovního ruchu a uspokojování jejich potřeb jako o poptávce, zatímco na straně druhé, uvažujeme o podnikatelských příležitostech, které se naskytují v rámci cestování lidí a uspokojování jejich potřeb během tohoto procesu. Toto pojetí rozšiřují Pásková a Zelenka (2002), kteří definují cestovní ruch jako souhrn procesů budování a provozování zařízení se službami pro účastníky cestovního ruchu včetně souhrnu aktivit osob, které tyto služby nabízejí a zajišťují včetně aktivit spojených s využíváním, rozvojem a ochranou zdrojů pro cestovní ruch, souhrn politických a veřejně-správních aktivit a reakce místní komunity a ekosystémů na uvedené aktivity. V dnešní době je možné nalézt četné množství různě se lišících definic (Ryglová, 2009; Hesková, Beránek, Dvořák, Novacká & Oriška, 2011; Malá, 2002) tohoto světového fenoménu, které se ve v jádru shodují v tom, že cestovní ruch je cestování i přebývání na místě, které není místem zaměstnání či trvalého bydliště, po dobu kratší, než jeden rok, za účelem rekreace, trávení volného času, poznání, apod. čili dle obecnější definice Horner a Swarbrooke (2003), lidé cestují za účelem pro ně příjemných činností. Dle Mezinárodního sdružení expertů cestovního ruchu (AIEST) je cestovní ruch soubor jevů, které vznikají pohybem nebo cestováním osob, do míst, která nejsou místem zaměstnání či trvalého bydliště. Tato definice bohužel nezahrnuje specifikaci v rámci účelu a délky trvání, ale stejně jako Hunziker a Kraft (1942, in Wokoun & Vystoupil 1987, 12), pojímá cestovní ruch, z pohledu zákazníka, jako nevýdělečnou činnost. Podobně jako výše zmínění autoři a AIEST definovala v roce 1991 UNWTO cestovní ruch jako činnost osoby, cestující na přechodnou dobu mimo její běžné životní prostředí (mimo místo bydliště) a to na dobu kratší, než je stanovena (v mezinárodním cestovním ruchu tato doba činí 1 rok a

u domácího cestovního ruchu 6 měsíců), přičemž hlavní účel její cesty je jiný, než vykonávání výdělečné činnosti v navštíveném místě. Na druhou stranu Horner a Swarbrooke (2003) uvádějí nutnost zahrnutí služebních cest, tedy cestování za prací, do definic, což ovšem vyvrací výše zmíněný názor o cestovním ruchu, jako nevýdělečné činnosti z pohledu cestujícího. Toušek, Kunc et al. (2008) taktéž zmiňují, že cestovní ruch je v návrhu normy EU vymezen, jako aktivita osob cestujících do míst mimo jejich trvalé bydliště za účelem podnikání, trávení volného času aj. Podobné znění zahrnující cestování za prací zmiňuje také definice pro statistické sledování cestovního ruchu, která popisuje cestovní ruch jako: „Činnost lidí cestujících a zdržujících se mimo místo svého obvyklého prostředí po dobu nejvýše jednoho roku za účelem rekreace, obchodu nebo z jiného důvodu.“ (Směrnice Rady o shromažďování statistických informací v oblasti cestovního ruchu, 1995, 16/sv.1)

„Cestovní ruch se stal v posledních desetiletích významným celosvětovým fenoménem, zejména jako důležitá součást tzv. průmyslu volného času. Jeho ekonomické, ekologické, sociální, politické, kulturní a mnohé další dopady jsou neoddiskutovatelnou součástí proměn dnešního světa.“ (Foret & Turčínková, 2005, 3)

Z výše uvedeného vyplývá, že cestovní ruch se projevuje jako mnohostranný společenský ekonomický jev, který v posledních desetiletích zažívá dynamický rozvoj.

2.1.1 Dělení cestovního ruchu

Cestovní ruch jak je možné rozdělit mnoha různými způsoby dle rozlišných kritérií např. podle věku účastníků, počtu účastníků, způsobu organizace, podle převažujícího místa pobytu, podle použitého dopravního prostředku, ročního období, atd. Jelikož záměrem této práce je přiblížit cestovní ruch seniorů, jako segment sociálního cestovního ruchu determinovaného věkem, a to ve spojení s dobrodružným cestovním ruchem, je zde záměrně prezentováno jen několik členění (dle věku a motivace k účasti na cestovním ruchu), která se vztahují k tématu práce, a pomůže tak lépe porozumět např. zadání otázek a možností odpovědí dotazníku apod.

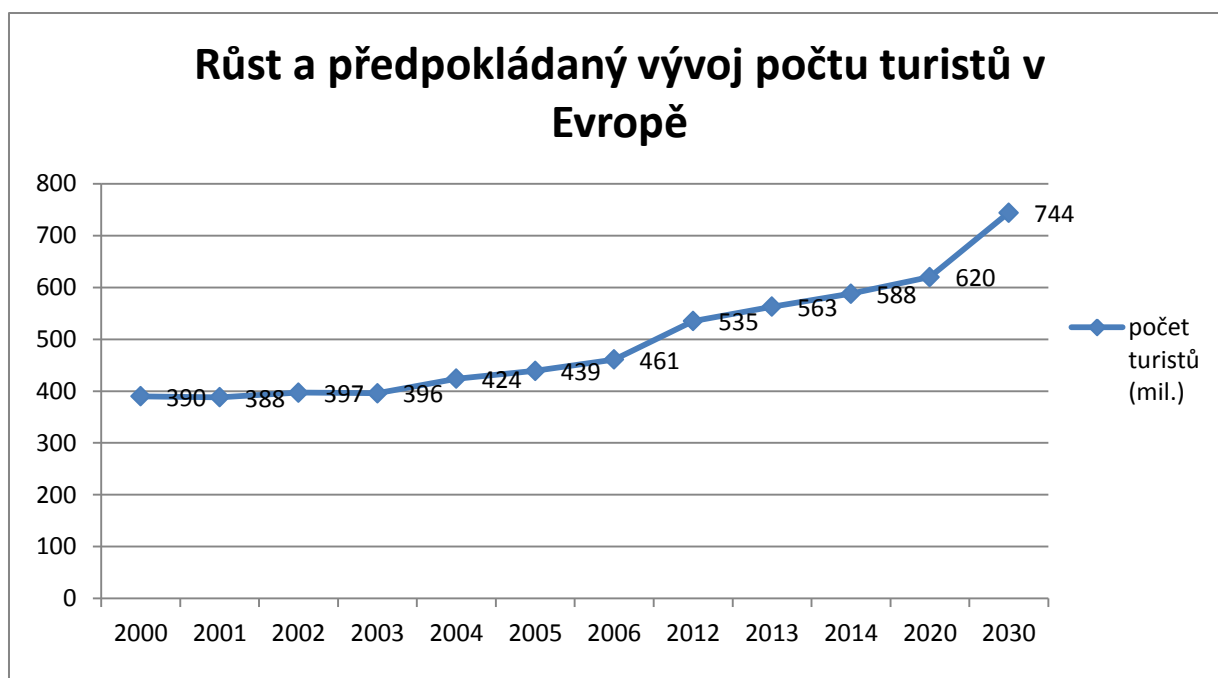
Cestovní ruch můžeme dělit:

- **dle věku účastníků**
 - cestovní ruch dětí,
 - cestovní ruch mládeže,
 - cestovní ruch rodin s dětmi,

- cestovní ruch tzv. „babyboomers“ (generace lidí narozených mezi lety 1945 a 1965),
- cestovní ruch seniorů.
- **dle převažující motivace k účasti na cestovním ruchu**
 - rekreační cestovní ruch,
 - kulturně-poznávací cestovní ruch,
 - cestovní ruch s náboženskou orientací,
 - cestovní ruch se vzdělávacími motivy,
 - cestovní ruch se společenskými motivy,
 - zdravotně-orientovaný cestovní ruch,
 - sportovně orientovaný cestovní ruch,
 - cestovní ruch orientovaný na poznávání přírodního prostředí,
 - cestovní ruch s dobrodružnými motivy,
 - cestovní ruch s profesními motivy,
 - cestovní ruch specificky orientovaný (Malá, 2002).

2.1.2 Vývoj a prognózy cestovního ruchu v Evropě

Evropa, která je dle statistik UNWTO (2015) po dlouhá léta nejnavštěvovanějším kontinentem (oblastí) na světě, již několik let zaznamenává roční nárůst turistů o 3 – 4 % (tzn. nárůst cca 22-28 milionů turistů ročně). V obrázku 1 je uveden tento postupný roční nárůst společně s UNWTO předpovědí do let 2020 a 2030. Dále UNWTO uvádí, že díky těmto výsledkům byl cestovní ruch hlavním přispěvatelem k evropskému hospodářskému zotavení po ekonomické krizi v roce 2009. Nejvyšší nárůst turistů zaznamenala v roce 2014 jižní Evropa a to především přímořské státy (nárůst o 7 % oproti roku 2013), dále západní Evropa - nárůst o 2 % oproti roku 2013, a po třech letech silného růstu počtu turistů přechází oblast střední a východní Evropy do stagnace (UNWTO, 2015).



Obrázek 1. Růst a předpokládaný vývoj počtu turistů v Evropě (WTO, 2015 & Mag Consulting, 2007)

2.2 Dobrodružný cestovní ruch

Ač při výběru dovolené seniorů stále převažují pobytové, lázeňské a relaxační pobyty, dovolené seniorů již nejsou jen o sledování televize v hotelovém pokoji či večerní posezení v hotelovém baru (restauraci). Jak již bylo zmíněno v úvodu – změnila se životní filosofie seniorů - chtějí nejen aktivně žít, ale také aktivně odpočívat. Někteří autoři (Gonzalez, Rodriguez, Miranda & Cervantes, 2008; Hudson, 2010) tvrdí, že dnešní senioři již nejsou homogenní a stereotypní skupinou, jakou senioři v minulosti bývali. Toivonen (in Toivonen & Honkanen, 2001) dokonce poznamenal, že skupina seniorů disponuje většími rozdíly, než skupiny mladých lidí. A to ve vztahu k rodinnému stavu, zdravotnímu stavu, vzdělání, životní úrovni, zaměstnání a tedy i ekonomickým možnostem atd. Je tudíž chybou myslet si, že člověk starší 55 let je slabý, osamělý, fyzicky či duševně omezený a závislý na svém okolí. Tento typ seniora, který má rád jednotnost, jednoduchost a předvídatelnost v cestování se v dnešní době transformuje do seniora, který dle Cummings (2006) má při svých cestách rád vzrušující dobrodružství a nové výzvy. Toto může korelovat s výše uvedeným faktem Gonzalez et al. (2008), že se dnešní senioři cítí být mladší, než ve skutečnosti jsou, mají tedy větší kuráž, celkovou kondici a chuť do života. A právě to, že senioři chtějí aktivně žít, prožívat, objevovat a při svých cestách zažívat různá dobrodružství, způsobuje, že nabídka

dobrodružného cestovního ruchu stále roste a vyvíjí se. Abychom mohli pochopit, jaké produkty senioři v rámci dobrodružného cestovního ruchu preferují, musíme nejdříve popsat historii, která vedle k rozvoji dobrodružného cestovního ruchu. Dále definovat pojem dobrodružství, dobrodružný cestovní ruch, jeho segmentaci a následně definovat a popsat produkty dobrodružného cestovního ruchu. Tento krok se zdá být velmi obtížný, neboť ve většině dostupné literatury je i v dnešní době problematické najít články a studie, které se týkají výhradně dobrodružného cestovního ruchu. Většina studií a odborných textů se totiž zaměřuje na rekreační aktivity, rekreační dobrodružné aktivity nikoli však na cestování či turismus. Přitom je dobrodružná rekreace nedílnou součástí turismu (Christiansen 1990; Johnston 1992).

2.2.1 Historie a vývoj dobrodružného cestovního ruchu

Podle Weber (2001) bylo původně dobrodružství spojeno s průzkumem zahraničních a hledáním nových a neznámých zemí a krajů, ve kterých bylo možné hledat přírodní bohatství, učit se novým věcem apod. Historické podněty vedoucí k postupnému vývoji dobrodružného cestovního ruchu až do jeho dnešní podoby podrobně popsal Swarbrooke, Beard, Leckie a Pomfret (2003). Je zajímavé, že tato dnešní podoba je v některých kulturách a lidských společnostech často velmi podobná právě níže popsaným historickým prvkům alespoň z pohledu touhy po dobrodružství či nutnosti podstupovat riziko. Můžeme to přisuzovat buď přetrvání historického prvku do dnešní společnosti – lidská společnost a touha po dobrodružství se za několik tisíc let nezměnila, anebo znovunavrácení historického prvku do lidské společnosti po dlouhém meziobdobí lidských dějin, ve kterém se neobjevovala. Každá kultura má ve své historii a kultuře zařazené v různé intenzitě odlišné historické prvky.

- **Hédonismus** (požitkářství, vyhledávání potěšení, uspokojení) má dlouhou historii, neboť již Římané propadali gamblingu, požívání halucinogenních látek apod. za účelem nových smyslných prožitků. Ve 20. století se začala objevovat místa, kde jsou většinou zakázané prožitky legálními (např. Amsterdam – kouření marihuany). V dnešní době můžeme prvky hédonismu vidět např. v útěku z každodenního života k potěšení (sex turismus, těžké pití, nekonečné večírky většinou v Karibiku či na Ibize apod.) anebo v přenášení potěšení z dovolených do svých domovů – domácí večírky, pití, příležitostný sex, kouření marihuany. V podstatě lidé v místě svého bydliště provozují stejné věci, které by dělali na dovolené.

Z toho důvodu Swarbrooke, Beard, Leckie a Pomfret (2003) podotýkají, že hédonismus není zcela jasnou podobou dobrodružného cestovního ruchu.

- **Cestovatelé a dobrodruzi** často obětovali vše včetně svých životů pro objevení nového kusu země. Na počátku 20. století již nebylo v na zemském povrchu co nového objevovat – vyvstala tedy nová výzva ve smyslu cestování na oba zemské póly, do vesmíru, pod moře a oceány. V dnešní době se mnoho lidí snaží objevovat další nové věci – kultury, tradice, zvyky, apod., při kterých si stanovují vlastní hranice a stupeň odhodlání. Může tedy jít o objevování krás a neznámých míst ve svém okolí, ale i objevování sebe sama – vlastních limitů.
- **Žoldáctví** inspirovalo po staletí mnoho mužů a několik žen (především v rámci peněz a adrenalinu), kteří prahli po kulturním dobrodružství (učení se, vzdělání) a po dobrodružství plynoucí z bojů a práce pro krále. Jsou tedy motivováni touhou po vlastním obohacení. I v dnešní době je možné najít mnoho žoldnéřů s podobnými či stejnými motivy.
- **Poutníci** jsou lidé, kteří podnikají nábožensky orientované cesty na posvátná místa. Poutnictví se datuje již od starověku a považuje se za jednu z nejstarších forem cestovního ruchu. Protože poutnictví zahrnuje několik vlastností dobrodružství (např. kontrast emocí, nebezpečí, únik od reality a separace, pohlcení a soustředění apod.) je považováno za ranou formu dobrodružného cestovního ruchu. V dnešní době se je fyzické ohrožení lupiči v Evropě nižší, zatímco poutě do svaté země jsou od určité doby stále velmi riskantní. Západní cestovatelé nyní putují na východ často zcela bez vyznání s cílem hledat duchovní osvícení. Někteří ve východních kláštorech a poutích vidí útočiště k relaxaci od dnešního uspěchaného světa.
- **Misionáři** jsou lidé šířící náboženství po neznámých zemích, snažící se o konvertování místních lidí k jejich víře. Toto cestování jejich víru zkoušelo např. tím, že byli často okrádání a ohrožování na životě. V dnešní době můžeme jistou podobnost najít v medicínské a vzdělávací pomoci.
- **Obchodníci** stejně jako poutníci cestovali do míst, které nebyly známé, aby kupovali a prodávali výrobky lidem, kteří je neznali a toužili po nich, apod. Neustále trpěli útoky lupičů, kteří je fyzicky ohrožovali a kradli jejich zboží.

- **Kolonisté a osadníci** nikdy nebyli účastníky dobrodružného cestovního ruchu, neboť dlouhodobě zůstávali na místech, kde se vylodili. Ovšem kolonizace byla jedním z příčin rozkvětu cestování - především díky návštěvám kolonizátorů a pozdější osidlování vzdálenějších oblastí.
- **Sezónní migrující** jezdili za prací z venkovských komunit (farem, kde se vyráběly výrobky) do větších měst (kde se výrobky prodávaly). Jejich cestování můžeme považovat za dobrodružný turismus, neboť zahrnovalo zanechání svých rodinných závazků a cestování do různě vzdálených regionů, kde se lidé setkávali s jinými dialekty, tradicemi apod. s ne příliš jistou nadějí na návrat. Dříve ženy zastávaly práci služky a kojné. V dnešní době vidíme podobnost v cestování au-pair, personálu v letních resortech či sbírání různých druhů plodin ve Španělsku, Kanadě apod.
- **Tradice Outward Bound** je charakteristická stavěním sebe sama proti přírodě a svým obavám – tento diskomfort může z účastníka v rámci seberozvoje udělat lepšího člověka. Tato tradice pokračuje i v dnešní době a používá se ke stmelení kolektivu i k osobnostnímu rozvoji jednotlivců.
- **Romantická éra horských sportů** má počátek v druhé polovině 18. století, které je charakteristické romantickým hnutím, které hlásalo lásku a respekt k přírodě především k horám. V tomto období se lidé z vyšších tříd vyspělých států rozhodli začít testovat sami sebe v překonávání různých horských sportů – horolezectví, lyžařství apod. Tyto ideje se později také projeví v trampském hnutí. V dnešní době je stále mnoho lidí, kteří v horách hledají dobrodružství a duchovní hodnoty.
- **Přírodopisci** (vědečtí pracovníci) cestovali do vzdálených, neobydlených exotických míst, aby objevovali novou faunu a floru. V dnešní době se setkáváme s podobně nebezpečnými cestami do méně známých míst, které přinášejí intelektuální dobrodružství a obohacení. V komerční sféře se tento historický prvek projevuje v pozorování divoké zvěře na safari, pozorování velryb, tučňáků, obřích želv apod.
- **Ženy cestovatelky** nepocházely pouze z USA, ale také z Evropy a hrály významnou roli ve vývoji dobrodružného cestovního ruchu. Šlo nejen o výzvu a fyzickou náročnost, ale také o vysokou míru rizika způsobovanou lupiči a exotickými nemocemi. Ženy cestovatelky chtěly často utéct konvencím, případně si ve vzdálených zemích chtěly najít bohatého

manžela - cizince. Je zajímavé, že stejný motiv často měli i muži – oženit se s cizinkou, která je odlišná od domácích typů žen. Cestování žen není v dnešní době již nic neobvyklého, je ale stále riskantní cestovat do některých států (islamistické státy).

- **Cestující spisovatelé** ve svých dílech popisovali své neobvyklé cesty. Sice v dnešní době tato profese přetrvává, přesto se spisovatelé snaží nacházet stále novější a novější úhel pohledu – z toho vyplývají různě zaměřené cesty (např. trabantem kolem světa).
- **Lovectví** je zakořeněno v mnoho kmenových kulturách i dodnes. Dříve sloužilo především k primárním účelům – nasytit se. Postupem času ale lovectví začalo být rizikovou a soutěživou volnočasovou aktivitou (riziko kontaktu s nebezpečnými zvířaty), odehrávající se na nehostinných místech a ulovená zvířata se stala trofejemi k vystavení. V dnešní době přináší lovectví etické dilema, neboť již není v mnoha zemích sociálně akceptované.
- **Konzumenti designů** se podílí na vývoji nových dobrodružných aktivit (např. dříve snowboarding – nyní snowboarding na pouštním písku), posouvání hranic, vymýšlení nových vybavení, potřebného oblečení. Se vším materiálním je spojena i nemateriální stránka - nový jazyk, výrazy, zvyky, chování, apod. Posouvání hranic se děje v rámci vymýšlení nového vybavení, ale také v přenášení známých aktivit do neobvyklého prostředí či do zdánlivě nerealizovatelných podmínek.
- **Umělé prostředí** je jedním z prvků, které významně ovlivnily nejen sportovní, ale také dobrodružné prostředí - umělé lezecké stěny, umělé vodní kanály. Zda je umělé prostředí významným historickým prvkem dobrodružného cestovního ruchu, je velmi subjektivní - pro některé přináší dostupné dobrodružství, jiným chybí element přírody (počasí), nejistoty apod.
- **Drogový turismus** se vztahuje k výše zmíněnému hédonismu. Pomocí drog si lidé navozují nové stav mysli, které považují za zážitek. Drogový turismus je taktéž součástí dobrodružného cestovního ruchu, protože lidé, kteří se ho účastní, se vydávají do neznámých zemí, ve kterých je vysoké riziko násilí, loupeží i nebezpečí smrti (např. předávkování, atd.).

- **Sexuální turismus** je také historickým prvkem dobrodružného cestovního ruchu, neboť přetrvává již dlouhá staletí a obsahuje mnoho rizik (nemoci, policejní zatčení, apod.) Bohužel se sexuální turismus rozvíjí naprosto špatným směrem – k dětem a jejich ilegálnímu prodeji (Swarbrooke, Beard, Leckie & Pomfret, 2003).

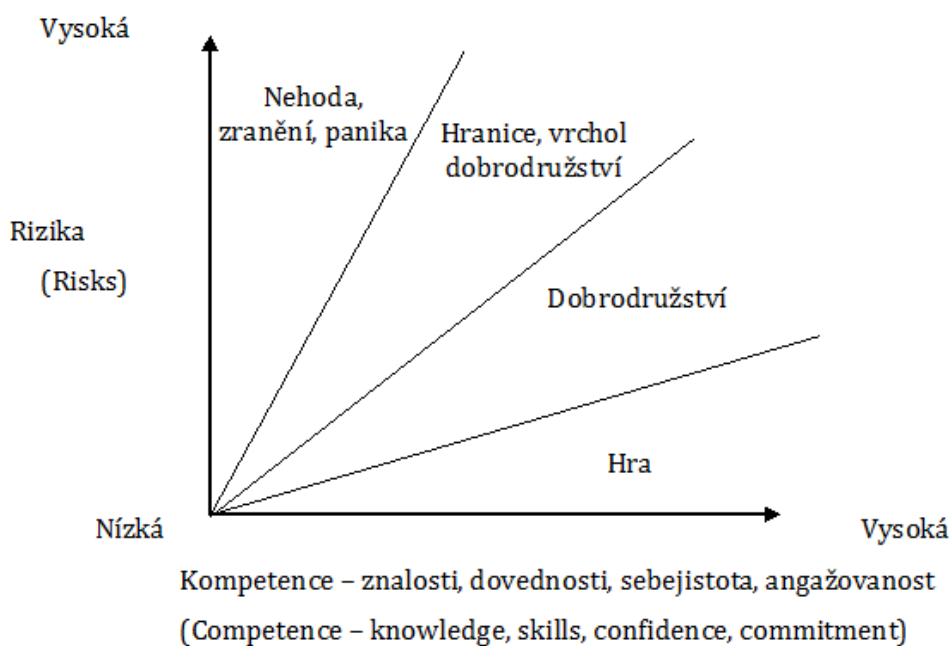
Mnoho z výše uvedených historických prvků potvrzuje Ewert (1994) teorii, že dobrodružství bylo v dřívějších dobách jen vedlejším produktem cestování spíše než primárním motivem. Tento výčet historických prvků přispívajících větší či menší mírou k rozvoji a vývoji dobrodružného cestovního ruchu je pro mnoho kultur nepochopitelný a neakceptovatelný (sexuální turismus, lovectví). Na druhou stranu – kde není poptávka, není ani nabídka. A každý stát má na koncept dobrodružného cestovního ruchu jiný pohled. Co je ale možné obecně říci je to, že dobrodružný cestovní ruch je cestovní ruch jako každý jiný – uspokojuje potřebu cestovat a na oplátku vyžaduje peníze a čas. Jeho vývoj záleží na jednotlivých kulturách a jejich historickém vývoji, tradicích a geografickému umístění. Tím se i trh dobrodružného cestovního ruchu vyvíjí v jednotlivých zemích jiným způsobem a to podle politických, ekonomických a sociálních změn - např. dříve se poutníci vydávali do Svaté země, nyní v rámci větší bezpečnosti cestují spíše po Evropě – např. Svatojakubská cesta (Swarbrooke, Beard, Leckie & Pomfret, 2003).

Je možné, že komerční formu dobrodružného cestovního ruchu odstartovala oxfordská organizace jménem „Oxfordský klub nebezpečných sportů (Oxford Dangerous Sports Club)“ v jejímž čele stál David Kirk. Vše vzniklo tím, že se Kirk potkal s americkým studentem filozofie Geoffem Tabinem, který se chystal na expedici na Novou Guineu. Kirk mu doporučil tzv. „líánový skok“ (vine-jumping) - starobylý rituál, který pěstují novoguinejští domorodci a při kterém se z chlapců stávají muži. Několik přátel pak navrholo, že by se tato aktivita měla urbanizovat – tedy měla by se přenést z džungle do města, k čemuž se přiklonili i další s tím, že mohou sehnat dostatečně pružná a pevná lana (bungee-cords), která používají Royal Air Forces na letadlových lodích k zachycení přistávajících letadel. 1. dubna 1979 došlo k ukázce první bungee-jump z Cliftonskeho visutého mostu v anglickém Bristolu. Když se to dozvěděla jedna americká televizní stanice, požádala muže o předvedení tohoto seskoku v americké televizi naživo. Tak se za pomoci médií šířila a rostla popularita tohoto nového sportu. Následovalo pak komerční organizování tohoto sportu na různých místech světa. Cestovní organizace tak způsobily vzrůst dobrodružného cestovního ruchu díky organizování

dobrodružných zážitků pro různé typy zákazníků, neboť se postupně zjistilo, že dobrodružství dokáže pohlit všechny typy lidí a věku.

2.2.2 Definice dobrodružství

Dobrodružstvím bychom obecně mohli nazvat nějakou nestandardní situaci, ze které vyplývá vzrušení a zábava. Toto slovo vzniklo slovním spojením „dobrý“ a „druh“ již v rytířských dobách. Staročestina tato dvě slova spojila v „dobrého druha“, tedy statečného společníka, který se účastnil odvážných a často nebezpečných rytířských cest apod. Později s úpadkem rytířstva nabylo také významu „loupeživý rytíř“. (Holub, 1967) Později se ve světě prosadil název „adventure“, který vyjadřoval člověka, který je lehkovážný, statečný a který se vydává za neobyčejnými a nebezpečnými činy. Dle Stručného oxfordského slovníku (The Concise Oxford Dictionary (1990) pochází slovo „dobrodružství“ z latinského „advenire“ - tedy dojet (někam) nebo také „adventura res“, což znamená přijet, odehrát se. Tedy cestování, při kterém se něco odehraje či cesta, na jejímž konci se něco odehraje, něčeho se dosáhne. Dle Swarbrooke, Beard, Leckie a Pomfret (2003) je k pochopení dobrodružství a tedy dobrodružného cestovního ruchu důležité objasnit a vysvětlit základní vlastnosti dobrodružství, kterými jsou: *nejistý výsledek, nebezpečí (riziko), výzva, předpokládané benefity (odměna), stimulace a vzrušení, novost, únik od reality a separace, objevování a odhalování, pohlčení a soustředění* a konečně i *kontrast emocí*. Tyto vlastnosti dobrodružství se prolínají, navzájem se determinují a ovlivňují a vždy jsou přítomny v dobrodružství ať v malém či větší rozsahu. *Nejistý výsledek* je jedním z určujících faktorů výzvy, pomáhá stimulovat vzrušení a závazek účastníka na dobrodružství. *Nebezpečí* ovlivňuje či zasáhne člověka o to více, čím více ho cítí, vnímá. Známe nejen fyzické (zranění), ale i psychické (ztráta přátelství, apod.) nebezpečí. *Stupeň výzvy* určuje intenzita zážitků, známe výzvy intelektuální, duchovní, emocionální, morální a fyzické povahy. Výzva je podle Mortlock (1984) určována mírou vztahu mezi kompetencemi člověka a rizikem - rozvinul tak typologii stádií dobrodružství.

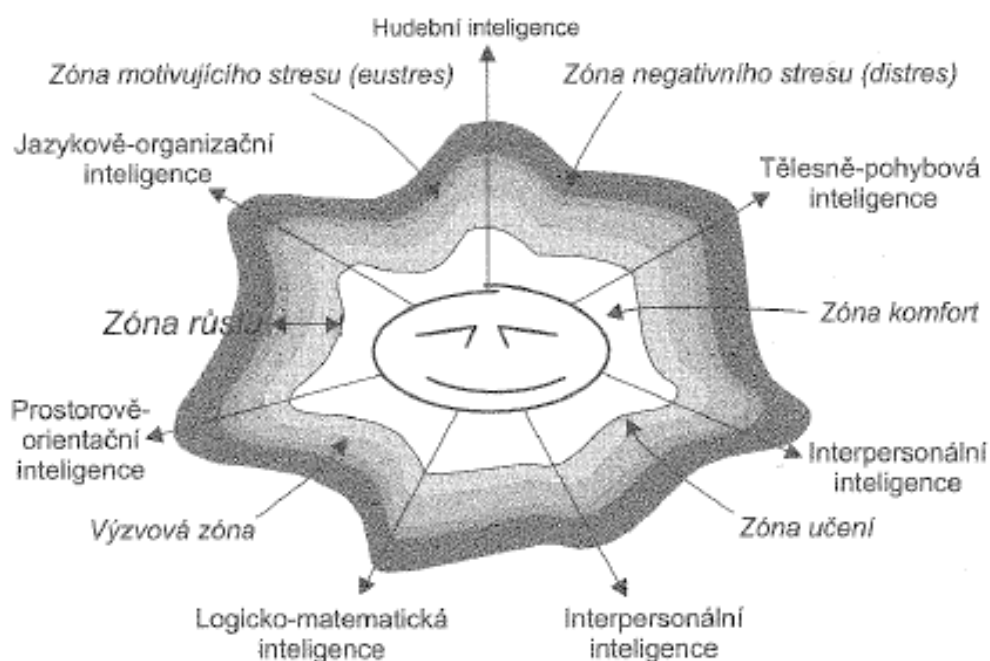


Obrázek 2. Mortlockův model dobrodružných stádií (upraveno podle Mortlock, 1984)

Model určuje čtyři situace, které mohou v rámci dobrodružství a vztahů mezi kompetencemi člověka a rizikem nastat. Jestliže jsou kompetence člověka podílejícího se na dobrodružných aktivitách vysoké a riziko malé, můžeme tento stav popsat jako hru, pobavení. Pokud ale jsou kompetence člověka nízké a riziko vysoké, tedy povaha aktivity převyšuje schopnosti účastníka, nastává stav nehody, paniky, zranění či smrti. Je tedy důležité, aby povaha aktivity (riziko) byla adekvátní kompetencím účastníka – pak tento stav můžeme nazvat stavem dobrodružství či vrcholem dobrodružství („peak“). Mortlock (1984) upozorňuje, že je důležitá míra optimismu, očekávání účastníka a dále také pocit, že úspěch je možný, aby bylo možno výzvu zdolat či překonat. Je tedy zřejmé, že prožívání dobrodružství je velmi závislé na fyzických a psychických vlastnostech účastníka.

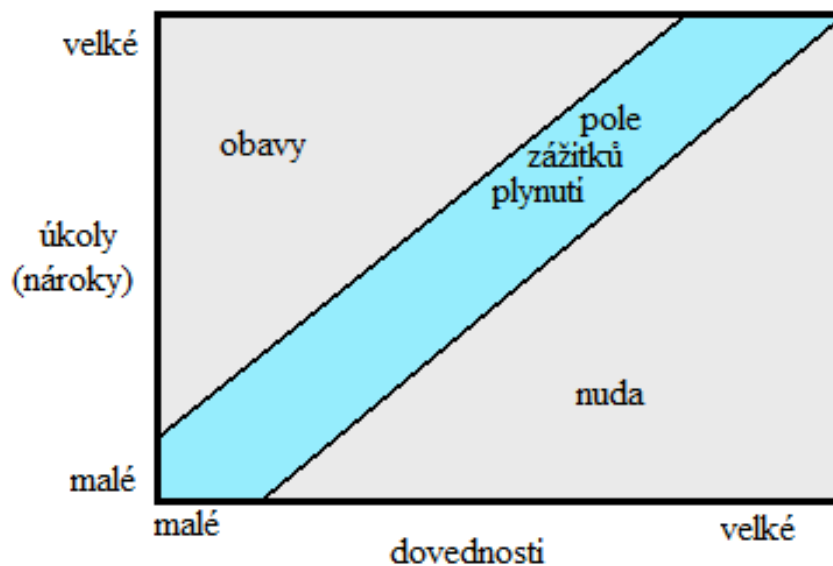
Předpokládané benefity, odměny jsou ovlivňovány vnitřní motivací a vnitřním řízením účastníků, tedy nemusí být vědomě vyřčeny. Plynou z očekávání a specifických subjektivních cílů. Pro některé je aktivita sama o sobě zanedbatelná, neboť míří k nějakému určitému cíli – např. dosažení vrcholu hory. Pro druhé je cílem už jen cesta samotná. *Novost* je jednou z hlavních částí dobrodružství, neboť dělat či zažít něco nového je, ve většině případů, motivem k cestování. Lidé jsou vystaveni různým prostředím a situacím, které stimulují smysly, vytváří emoce, působí na psychiku a intelekt a proto je *stimulace a vzrušení* vlastností dobrodružství, která umožňuje nalézt v lidské mysli duševní klid, smysl a hodnotu života.

Dobrodružství se většinou odehrává ve vzdáleném přírodním prostředí, a proto se často využívá jako *únik od reality a separaci* prostřednictvím přírody, kde má účastník možnost zažít jiný svět, kde jsou naprosto odlišné priority. *Objevování a odhalování* probíhá v rámci nalézání nových či jiných kultur a míst, zvyšují znalosti, vzdělání, dovednosti, schopnosti, sebevědomí účastníka – tedy benefitů, které z dobrodružství očekáváme. Je to tzv. hlad po věděni (např. co se nachází na úplném vrcholu kopce, jak se liší kultury, fauna, flora ve vzdáleném údolí). Často je hlad po věděni motivačním faktorem, který účastníky žene dál. S tím souvisí i určitá dávka pohlčení aktivitou s čímž přichází i soustředění se na danou aktivitu. Jelikož při dobrodružství dochází k vyvěrání emocí a překračování hranic zóny komfortu (ve které se cítíme být v bezpečí, ve známém prostředí, které nás nemůže zaskočit, překvapit) a přecházení zóny učení a růstu, kterou Petrová, Horáková, Mikšíčková a Bláha (1999) popsali jako vstup do neznámého, nejistého prostředí, kde člověk dokáže překonat stres a úzkost a kde je schopen se zorientovat a cítit se dobře. Tímto způsobem se tedy komfortní zóna postupně rozšiřovat (viz obrázek 3).



Obrázek 3. Komfortní zóna (Hanuš, Chytilová, 2009)

Na této hranici mezi zónou komfortu a zónou učení je místo, kdy je účastník zcela pohlčen a soustředěn na danou aktivitu.



Obrázek 4. Stav flow (upraveno podle Csikszentmihalyi, 1996)

Účastník se tak dostává do stavu „flow“ neboli splynutí, pohlčení s danou aktivitou (úplné soustředění), který definoval a popsal maďarský psycholog Csikszentmihalyi. Je to stav, kdy se člověk dostává za oblast známého, ale ještě ne za hranici nebezpečného – tedy „optimálního stavu plynutí“ (viz obrázek 4). Stav flow je závislý na stupni dovedností účastníka a náročnosti úkolu (aktivity). Pokud jsou dovednosti účastníka malé, ale nároky na něho kladené příliš velké, dochází k obavám, panice, nebezpečí. Na druhou stranu, pokud je velmi zkušenému účastníkovi zadán lehký úkol (aktivita) dochází ke stavu nudy, omrzelosti či apatie. Je tedy stejně jako u Morlockova modelu důležité, aby povaha aktivity odpovídala zkušenostem účastníka.

Jak již bylo výše zmíněno, během prožívání dobrodružství vyvěrají napovrch často i ty nejhlubší emoce, které se různým způsobem mohou střídat a měnit intenzitu – nejčastěji v *kontrastu emocí*. Tedy střídání zoufalství, strachu, úzkosti s potěšením, smíchem, radostí a euforií.

Stejně jako Swarbrooke i Kotíková (2013) vymezuje hlavní znaky spojené s dobrodružstvím, kterými jsou: silná emocionální angažovanost jedince, pomíjivost, jedinečnost, nepřenositelnost, nepředvídatelnost, subjektivní pocit nebezpečí a „výzva“. A dále dodává, že:

První čtyři znaky (emocionální angažovanost, pomíjivost, jedinečnost a nepřenositelnost) jsou charakteristikami, kterými můžeme vymezit pojem prožitek nebo zážitek (jedině český jazyk rozlišuje tyto pojmy), naproti tomu nepředvídatelnost, pocit nebezpečí a cíl směřující k překonání vlastních možností jsou charakteristické právě pro dobrodružství. (Kotíková, 2013, 65)

Dobrodružství tedy spojuje všechny tyto znaky a výše uvedené vlastnosti v jeden celek, který pak v různé míře a intenzitě ovlivňuje průběh dobrodružné aktivity a tím samotné prožívání dobrodružství člověka. Dobrodružství tak je podle Swarbrooke, Beard, Leckie a Pomfret (2003) aktuálním stavem mysli, ale zároveň i dlouhodobým procesem, ve kterém člověk z dané aktivity dobrovolně přijímá něco cenného. Hunt (in Swarbrooke et al., 2003) definuje pojem dobrodružství jako určitý stupeň: vzdálenosti, požadovaných schopností, vyžadovaného úsilí, příležitosti k odpovědnosti a vybavenosti (zařízení).

Dobrodružství může být aktivně vyhledáváno nebo pasivně zkoušeno. **Cestování nabízí obojí.** Za aktivní dobrodružství je považována činnost s určitým stupněm rizika a možná neznámým výsledkem, která může být neobvyklá, vzrušující a dostává osobu mimo zónu komfortu (pohodlí). Za pasivní dobrodružství považujeme neočekávané, vzrušující nebo hazardní události, které nejsou aktivně vyhledávány či vyvolávány (Bauer, 2012).

2.2.3 Definice dobrodružného cestovního ruchu

Většina textů a autorů (Canadian Tourism Commission, 1995, Sung et al., 1997; Smith & Jenner, 1999; Addison, 1999; Millington et al., 2001) se shoduje v tom, že dobrodružný cestovní ruch je cestování, kdy účastník odjíždí ze známých míst (účastníkova obvyklého bydliště), které se odehrává na nezvyklých, vzdálených, exotických, nezkažených, neobjevených, neobydlených či nehostinných místech (destinacích), regionech, divočině.

Dle Canadian Tourism Commission (1995) je dobrodružný cestovní ruch především venkovní volnočasovou aktivitou, která zahrnuje některou z nekonvenčních forem transportu (na zvířeti, apod.) a bývá spojována s nízkým či vysokým stupněm aktivity. Toto koresponduje s Carter (2000), který poznamenal, že dobrodružný cestovní ruch je především o aktivní účasti na rekreaci. Zdůrazňuje tak aktivní volnočasové využití dobrodružného cestovního ruchu. Sung et al., (1997) definuje dobrodružný cestovní ruch jako sumu fenoménů a vztahů vznikajících z interakce dobrodružných cestovních aktivit s přírodním prostředím, které zahrnují složky nebezpečí, kde výsledek (účastníkovy zážitky) je ovlivněn

především účastníkovým podílem (účastí, osobním nastavením, apod.). Zdůrazňuje tak nezbytnost aktivního podílu účastníka na dobrodružných aktivitách v rámci dobrodružného cestovního ruchu, neboť zapojení se do aktivit s sebou přináší rozvoj fyzických a technických schopností.

O nutnosti asociace dobrodružných aktivit a aktivního zapojení účastníka hovoří i Millington et al., (2001), který se dále zmiňuje o očekávání účastníků dobrodružného cestovního ruchu. Podle něj očekávají různé druhy rizika, nebezpečí, vzrušení a výzvy - čímž budou osobně konfrontováni a testováni, ale zmiňuje se i o předpokladu klidu a pokoje.

Addison (1999) popisuje dobrodružný cestovní ruch jako jakýkoliv výlet blízko přírodě, na který účastník odjíždí, aby se střetl s neznámými místy, lidmi, za účelem objevování, studia (vzdělání), obchodu, komunikace, rekreace, sportu nebo návštěvy památek. Zmiňuje se o vydání se do neznáma s očekáváním, které nakonec může být těžkou zkouškou – taktéž tedy připomíná přítomnost očekávání, osobní výzvy a zkoušky účastníka. Tato zkouška může být dána nejen extrémním prostředím, ale také limitovaným vybavením a vzdáleností turistických a jiných zařízení (Smith & Jenner, 1999). Jde tedy o intelektuální, fyzické a emocionální riziko a výzvy, které nás obohacují. Díky těmto příležitostem, které si užíváme, probíhá osobnostní rozvoj, ve kterém se učíme a vyvíjíme. Walle (1997) vyjádřil myšlenku, že v rámci dobrodružného cestovního ruchu jsou lidé ochotni vzdát se bezpečnosti, aby se mohli seberealizovat na vyšší úrovni. Ovšem někteří autoři (Ewert, 1994; Hall & McArthur in Mercer, 1994) s tímto výrokem nesouhlasí, protože podle nich se potřeba bezpečí účastníků odráží ve vybavení, plánování, zkoumání podmínek prostředí, sbírání zkušeností před cestou a výběru zkušených operátorů. A protože v dobrodružném cestovním ruchu se můžeme setkat s různě vysokou mírou rizik a nebezpečí, taktéž Fennell a Eagles (1990) a Grant (2001) zdůrazňují důležitost před-výletové fáze, kdy je nutná příprava, trénink a také plánování, které dovoluje člověku snít o zážitcích a strachu, který možná zažije. Je to tzv. stimulace před cestou, která pomáhá zmírnit či připravit se na riziko vážného nebezpečí – modifikuje tak vztah mezi dovednostmi a nebezpečím – dostat se ze zóny hry do zóny dobrodružství (viz obrázek 2).

Cleaver a Muller (2002) se také zmiňují o schopnosti dobrodružného cestovního ruchu poskytnout účastníkovi vysoký stupeň smyslové stimulace, ale v průběhu dobrodružných aktivit. Tato stimulace může být zprostředkována fyzickou výzvou, zážitkovými prvky a předchozími zkušenostmi turisty. I Carter (2000) podotýká, že dobrodružství stimuluje téměř

všechny smysly – lidé chtějí prostřednictvím dobrodružství nejen vidět a pozorovat, ale také být, dělat a dotýkat se. K tomuto výčtu Swarbrooke, Beard, Leckie a Pomfret (2003) doplňují i cítění, ke kterému bychom mohli přiřadit i sluch (zpěv ptáků, zurčení vody, vnímání cizích jazyků, přízvuků apod.).

Na druhé straně se např. Addison, (1999) a Walle (1997) zaměřují na kulturně - vzdělávací složku dobrodružného cestovního ruchu a ve své práci uvádějí, že učení a vzdělání musí být součástí dobrodružného cestovního ruchu, neboť pochopení a poznání (spíše než riziko) jsou podle nich základem dobrodružného cestovního ruchu. Neboť kombinace fyzické aktivity, přírody, ale i kultury dělá z dobrodružného cestovního ruchu výzvu. I Swarbrooke et al. (2003) spojuje dobrodružný cestovní ruch nejen s fyzickou aktivitou a kontaktem s přírodou, ale i s kontaktem s jinými kulturami, životními způsoby, vírami, lidmi a jejich životními styly. Někteří autoři (Millington et al, 2001; Muller a Cleaver, 2002) spojují učení, ale především objevování s dobrodružstvím, neboť podle nich je dobrodružství bez objevování jakýkoli druh turistiky, nikoli však dobrodružná turistika. Dobrodružství iniciuje především lidská touha zažít to, co je skryté – proto dobrodružství zcela zjevně souvisí s průzkumem. Mluví tak o účastníkovi dobrodružného cestovního ruchu jako o dobrodruhu a objeviteli.

V literatuře nejčastěji citovanou definicí dobrodružného cestovního ruchu je definice Hall a Weiler (1992), která jej popisuje jako široké spektrum outdoorových turistických aktivit, které jsou často provozovány komerčně a zahrnují prvky rizika, interakci s přírodním prostředím mimo místo účastníkovy bydliště, a v průběhu kterých je výsledek ovlivněn účastníkem - jeho osobním nastavením (subjektivitou) a předchozími zkušenostmi.

Další komplexní obecnou definicí dobrodružného cestovního ruchu nabízí i Kotíková (2013, 68), podle které dobrodružný cestovní ruch „představuje takovou formu cestovního ruchu, která obsahuje určitou dávku rizika (kontrolovaného), vyžaduje úsilí k překonání výzev (fyzických, emocionálních, psychických), vyžaduje určitý stupeň dovedností a vyvolává silné emoce.“ Můžeme tedy říct, že jádrem dobrodružného cestovního ruchu je dobrodružství, které je primárně spojováno s rizikem a konfrontací a které přináší širokou škálu emocí.

Je tedy zřejmé, že ne všechny outdoorové aktivity, jak si mnozí myslí, jsou dobrodružné povahy – účastník při dané aktivitě musí pociťovat určitou míru rizika (nebezpečí), což podle Swarbrooke et al. (2003) často umožňují aktivity, které jsou konstruovány na základě prostředí, které se zdá být (nebo skutečně je) nebezpečné. Jelikož je

ale riziko vnímáno subjektivně - každý pociťuje riziko jinou měrou (např. normální sportovní aktivita jednoho člověka může být pro někoho jiného zážitkem na zbytek života) – můžeme říct, že jakákoliv zkušenost či zážitek v rámci cestování, o které si účastník sám subjektivně myslí, že je dobrodružstvím, neboť v něm zaznamenává míru subjektivního rizika, reálně dobrodružstvím je. Dobrodružný cestovní ruch tak může být spojován s procházkou přírodou, ale také pro let do vesmíru. Je tedy velmi těžké přesně definovat dobrodružství a na základě toho pak dobrodružný cestovní ruch, protože je to velmi široký pojem, který je ovlivněn vysokou mírou subjektivnosti.

Swarbrooke et al. (2003) ale předpovídají, že v budoucnu se objeví nové definice a klasifikace, které budou zahrnovat také uměle vytvořené prostředí pro dobrodružné aktivity, městské objevování a dobrodružné aktivity, dobrodružné aktivity spojené s virtuálním prostředím, požitkářský cestovní ruch, sexuální cestovní ruch, dobročinné výzvy, duchovní osvětu, cesty kolem světa a expedice zahrnující ochranu přírody a památkovou péči.

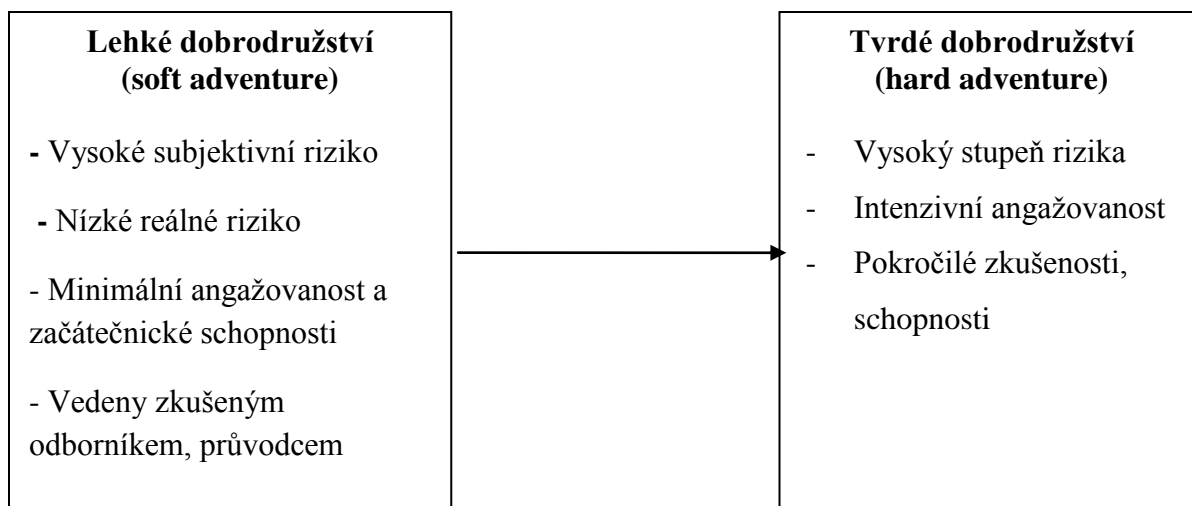
2.2.4 Rozdělení dobrodružného cestovního ruchu

Segmentace dobrodružného cestovního ruchu je stejně jako definování pojmu „dobrodružný cestovní ruch“ nelehká a problematická. Je to proto, že dobrodružný cestovní ruch obsahuje široké rozpětí aktivit, produktů, prostředí, emocí a subjektivního citění. I přes tyto překážky se však někteří autoři pokusili tento pojem klasifikovat.

Bauer (2012) ve své studii uvedl, že záleží jen na osobě, kde dobrodružství začíná. Tedy naznačil, že pocit dobrodružství je subjektivní neboť míru rizika pociťuje každý člověk jiným způsobem. Pro někoho může být dobrodružstvím vyjíždka na kole po zpevněných cestách, pro jiného horská cykloturistika s nebezpečnými skoky a proměnlivým lesním, kamenitým a bahnitým terénem. Ovšem oba mohou při realizaci těchto aktivit vnímat stejnou míru rizika a domnívat se, že právě oni prožívají dobrodružství. Tato úroveň subjektivity v definici termínu vedla Hill (1995) k definování dvou typů dobrodružství – tedy tvrdé nebo také extrémní (hard adventure) a lehké (soft adventure) formy dobrodružství. Tvrdé dobrodružství zahrnuje aktivity, které se zpravidla odehrávají ve volné přírodě, většinou vyžadují určitou úroveň fyzické kondice, odolnosti a zahrnují aktivity v takovém prostředí, ve kterém je vysoká možnost ohrožení bezpečnosti účastníka. Tuto formu můžeme dále dělit na pasivní a aktivní. Aktivní tvrdé dobrodružství zahrnuje potřebu určitých znalostí, dovedností a aktivní zapojení zkušeností účastníka. U pasivního tvrdého dobrodružství je úroveň

potřebných znalostí a dovedností mnohem nižší a obvykle vyžaduje jen překonání přirozeného pudu sebezáchovy.

Lehké dobrodružství nevyžaduje takové předchozí zkušenosti, odolnost a zdatnost jako tvrdé dobrodružství. Rozdíly mezi těmito dvěma druhy dobrodružství jsou patrné: ve výzvě, nejistotě, v nastavení, osobních schopnostech, intenzitě, trvání a vnímání kontroly (Lipscombe, 1995). „Lehká“ dobrodružná turistika často obsahuje vzdělávací, ekologické nebo kulturní exkurze s průvodcem, které jsou pořádané do odlehlých koutů světa (safari, apod.). Většina účastníků dobrodružného cestovního ruchu začíná nejdříve s lehkou formou dobrodružství a postupně se se svými přibývajících znalostmi a zkušenostmi přibližuje k tvrdé formě dobrodružství. V rámci svého rozdělení, vytvořil Hill (1995) schéma, které vypovídá o povaze lehké a tvrdé formy dobrodružství (viz obrázek 5).



Obrázek 5. Vlastnosti lehkého a tvrdého dobrodružství (upraveno podle Hill, 1995)

Je nutné ale podotknout, že zařazení mezi lehké a tvrdé dobrodružství není zcela jednoznačné – existují aktivity, které spadají do kategorie „soft“, ale mohou být fyzicky náročné. Millington et al, (2001) nabízí zjednodušení pro zařazení dobrodružných aktivit do dvou výše zmíněných kategorií, a to podle toho, zda účastník využívá dopravu (soft forma), a jaký je jeho typ ubytování.

Drobná a Morávková (2007) dále dělí aktivity dobrodružného cestovního ruchu do tří skupin:

- horolezectví, alpinismus, vysokohorská turistika a trekking

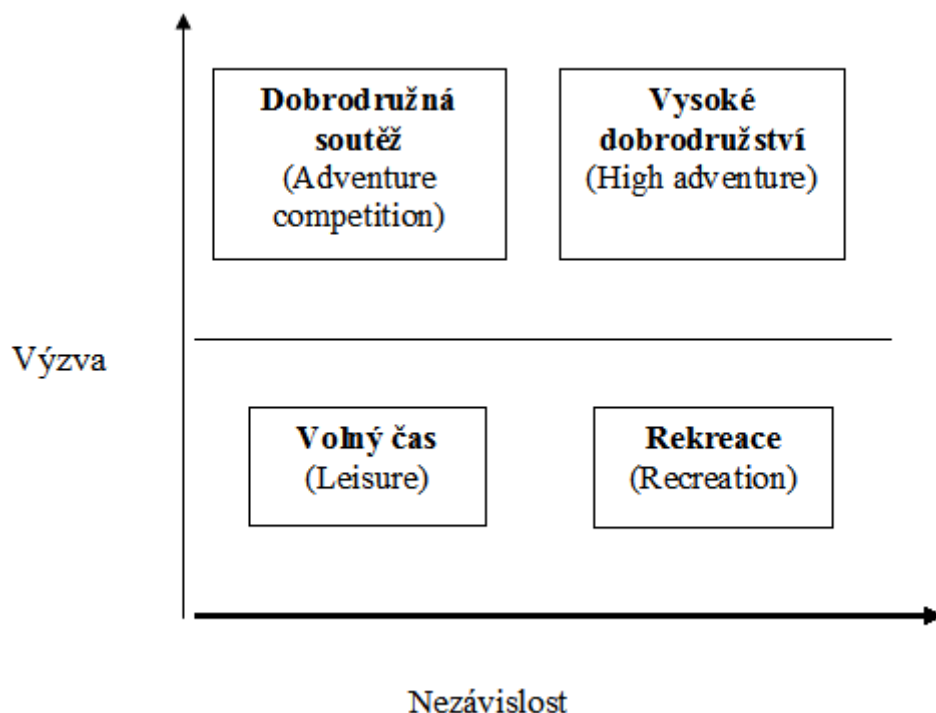
- zájezdy a pobyty s prvky extrémních sportů v extrémních podmínkách (extrémní turistice, která je fyzicky, psychicky i materiálně náročná- např. survival)
- zájezdy a pobyty s prvky adrenalinových sportů (např. canyoning, rafting, bungee jumping, lety balonem, potápění, apod.)

Další rozdělení, které navrhl a popsal Millington et al, (2001), je to, ve kterém dobrodružný cestovní ruch rozdělil na:

- **destinačně řízený (destination – driven) dobrodružný cestovní ruch** znamená, že destinace je nejdůležitější aspekt cestování a zahrnuje např. uchvácení krajinou, panoramaty, ekosystémy, lidmi a historií destinace. Zdůrazňuje neobvyklost a exotičnost destinací, jejich objevování a s tím spojené výzvy pro turistu. Můžeme ho dále dělit dle dopravy – mechanická doprava a bez dopravy.
- **aktivitami řízený (activity driven) dobrodružný cestovní ruch**, kde je daná dobrodružná aktivita klíčovým činitelem. Tento typ dobrodružného cestovního ruchu se může odehrávat v blízkosti stálého bydliště turisty, ale i v zahraničí. Je založen na motivaci jedince – přesněji na tom, jakou aktivitu preferuje.

Millington et al, (2001), připouští, že destinace sice může být důležitá jen v tom smyslu, pokud se v ní nachází specifické místo, které je vhodné pro realizaci dobrodružné aktivity nebo jestliže to daná aktivita vyžaduje. Může se dále dělit na „tvrdý“ a „lehký“.

Addison (1999) dále navrhl rozdělení pomocí mřížky (viz obrázek 6), která je založena na dvou osách – první definuje stupeň výzvy (která je determinována nebezpečím a technickými dovednostmi, jež jsou potřebné). Druhá osa označuje stupeň nezávislosti – tedy jak moc účastník závisí na pomoci druhých. Je to stupeň závislosti turisty na dodavatelích, kteří organizují a řídí aktivitu. Z obrázku je patrné, že mřížka tvoří 4 kategorie – high adventure (vysoké dobrodružství), adventure competition (dobrodružná soutěž), recreation (rekreace) a leisure (volný čas).



Obrázek 6. Addisonovy dobrodružné kvadranty (upraveno podle Swarbrooke et al., 2003)

- **Adventure competition (dobrodružná soutěž)** – zahrnuje organizované události, s jistou dávkou nebezpečí, které vyžadují vysoký stupeň dovedností. Jsou to např. dobrodružné závody, ekologické výzvy a soutěže, apod.
- **Leisure (volný čas)** – jsou aktivity založené na zážitku, který není nebezpečný a nevyžaduje speciální dovednosti. Např. dobrodružné zábavné a adrenalinové parky – lanová centra, apod.
- **High adventure (vysoké dobrodružství)** – zkušenosti a zážitky organizované bez pomoci externích organizátorů či průvodců, vyžadující vysoký stupeň dovedností a soběstačnost k překonání osobního (subjektivního) nebezpečí. Např. nezávislé expedice do vzdálených a neobydlených míst, apod.
- **Recreation (rekreace)** – aktivity, které jsou organizovány samostatně bez externích organizátorů, nejsou vysoce nebezpečné a nevyžadují speciální dovednosti. Např. rekreačně provozovaná vodní turistika, apod.

Dle Addison (1999) by měl každý produkt dobrodružného cestovního ruchu nějakým způsobem zapadat alespoň do jednoho z kvadrantů.

Wilks a Page (2003) dále člení aktivity dobrodružné turistiky do skupin podle místa, kde jsou realizovány, a to na činnosti provozované na zemi (např. horská turistika), ve vodě (např. vodní turistika) a ve vzduchu (např. paragliding, parašutismus).

Členění podle Marson (2011), který pravděpodobně vycházel z Beedie (2003), obsahuje členění podle ročního období (zimní a letní) a míst, na kterých se dobrodružné aktivity realizují. Jsou to: polární, pouštní, pralesní, vodní, mořský a horský (který je členěn právě na zimní a letní) dobrodružný cestovní ruch.

Podle některých analýz (Swarbrooke, Beard, Leckie & Pomfret, 2003; Buckley, 2007, 2010a; Houge Mackenzie & Kerr, 2012, 2013) se dobrodružný cestovní ruch po celém světě projevuje značnou homogenitou. To znamená, že účastníci dobrodružného cestovního ruchu často provozují stejné aktivity, ale na různých místech (např. horská turistika prováděná v Alpách, potom v Pyrenejích a poté třeba v Andách. K této homogenizaci došlo dle Buckley a Ollenburg (2012) z toho důvodu, že většina dobrodružných aktivit má svůj původ či myšlenku v západních zemích. Tyto aktivity pak byly do zbytku světa přeneseny pomocí západních turistů, kteří hledali nová, zajímavější či vhodnější místa k jejich realizaci. Turistům v tomto hledání často pomáhají cestovní kanceláře, které se zabývají cestami do vzdálených a exotických míst. Tyto cesty pak ve formě produktových balíčků prodávají na trhu jako produkty dobrodružného charakteru.

2.2.5 Trh a marketing organizovaného dobrodružného cestovního ruchu

Každoroční nárůst evropské klientely v rámci dobrodružného cestovního ruchu je v průměru 15 %, ovšem tato čísla jsou stále jen orientační neboť jak již bylo zmíněno výše – přesné měření velikosti trhu je stále velmi problematické, neboť rozsah a šíře aktivit, které spadají do dobrodružného cestovního ruchu, často překračují hranice samotného dobrodružného cestovního ruchu a zasahují do jiných a starších segmentů či druhů cestovního ruchu – např. dobrodružné aktivity mají často vliv na ekoturistice, sportovní turistice, apod.

Podle Swarbrooke, Beard, Leckie a Pomfret (2003) není pochyb o tom, že růst dobrodružného cestovního ruchu je částečně zapříčiněn tím, že se přebalíčkují (re-packují) existující dobrodružné aktivity a re-brandují (přeo značují) se jako dobrodružné turistické produkty, které se dají prodat a koupit na trhu za různě vysoké (většinou ale vyšší) ceny. Nicméně je potřebné modifikovat a vytvářet nové produkty pro nové, ale i pro zkušené dobrodružné turisty, kteří chtějí stále posouvat své hranice. WTO (2001) v Tourism 2020

Vision zmínilo, že můžeme očekávat rozvoj turismu v oblasti 3 E – entertainment (zábavy), education (vzdělání) a excitement (vzrušení), což jsou v přeneseném významu aktivity spadající do dobrodružného cestovního ruchu. Je tedy zřetelné, že by cestovní kanceláře zabývající se dobrodružným cestovním ruchem měly brát na tuto 3E ohled při sestavování a modifikaci balíčků služeb dobrodružného cestovního ruchu.

2.2.6 Produkt organizovaného dobrodružného cestovního ruchu

Dobrodružný cestovní ruch je dynamicky se rozvíjející segment cestovního ruchu, což dokládá nejen počet turistů v rámci dobrodružného cestovního ruchu, ale i počet cestovních kanceláří, které se zabývají dobrodružnou turistikou (a jejich poměrně široká nabídka produktů a balíčků služeb). Jelikož je dobrodružný cestovní ruch velmi specifickým segmentem cestovního ruchu, je charakteristický individuálním přístupem ke klientům. Ti jsou totiž čím dál vzdělanější, umí lépe identifikovat své potřeby, vyhledávat produkty a zprostředkovatele služeb, které jejich potřeby uspokojí a umí využít hodnoty svého kapitálu (Patterson, 2007). A právě zprostředkovatelé služeb by proto měli vytvářet a prodávat širokou škálu nových produktů, aby tyto účastníky dobrodružného cestovního ruchu zaujali a získanou klientelu si dále v budoucnu udrželi. Podle Kotíkové (2013,74) „musí zájezdy dobrodružného cestovního ruchu zahrnovat:

- individuální přístup,
- dokonalé organizační zabezpečení,
- speciálně proškolený, kvalifikovaný personál (instruktoři, průvodci),
- kvalitní vybavení (výzbroj a výstroj),
- zajištění bezpečnosti účastníků (včetně adekvátního pojištění).“

Při tvorbě produktů dobrodružného cestovního ruchu je důležité vědět, že s sebou dobrodružný turismus nese psychické, duchovní, fyzické a emocionální riziko a výzvy, z nichž minimálně jednu a více těchto složek by měl produkt dobrodružného cestovního ruchu obsahovat. Produkt by měl být dále složen ze základních cestovních komponentů, které Swarbrooke, Beard, Leckie a Pomfret (2003) nazval jako: dobrodružství (vnitřní zážitek), příležitosti prostředí (lokace), aktivity (vnitřní zážitek) a doprava (viz obrázek 7). Ewert (1994) dále uvádí základní požadavky účastníků dobrodružného cestovního ruchu, kterými jsou: profesionální personál, bezpečnost, kvalita vybavené, hodnota odpovídající ceně a odpovídající dobrodružné aktivity.

Kromě možnosti vytváření nových produktů, existuje dále možnost modifikace a upravení existujících produktů (výše zmíněno jako re-packing a re-branding) – tím je možné lépe zacílit a zaujmout jednotlivé cílové skupiny klientů. Zároveň se však mnoho cestovních kanceláří snaží vymýšlet a modifikovat takové produkty, aby zaujaly co největší počet lidí, tedy zájezdy, které budou vhodné pro co nejširší segment turistů (např. i pro seniory). Jsou tedy dva směry, kterými se cestovní kanceláře vydávají – specializovaný dobrodružný cestovní ruch, ve kterém je potřeba jisté úrovně trénovanosti, znalostí a fyzické zdatnosti, tedy zaměření na „tvrdý“ dobrodružný cestovní ruch (např. expediční plavba k jižnímu pólu), které bývají často speciálně označovány. A všeobecný dobrodružný cestovní ruch, který je zaměřený spíše na „lehký“ dobrodružný cestovní ruch, kde není potřeba vysokého úrovně znalostí, zdatnosti a trénovanosti (např. lezení na umělé stěně jištěné profesionálem).



Obrázek 7. Komponenty dobrodružného cestovního ruchu (upraveno podle Swarbrooke et al., 2003)

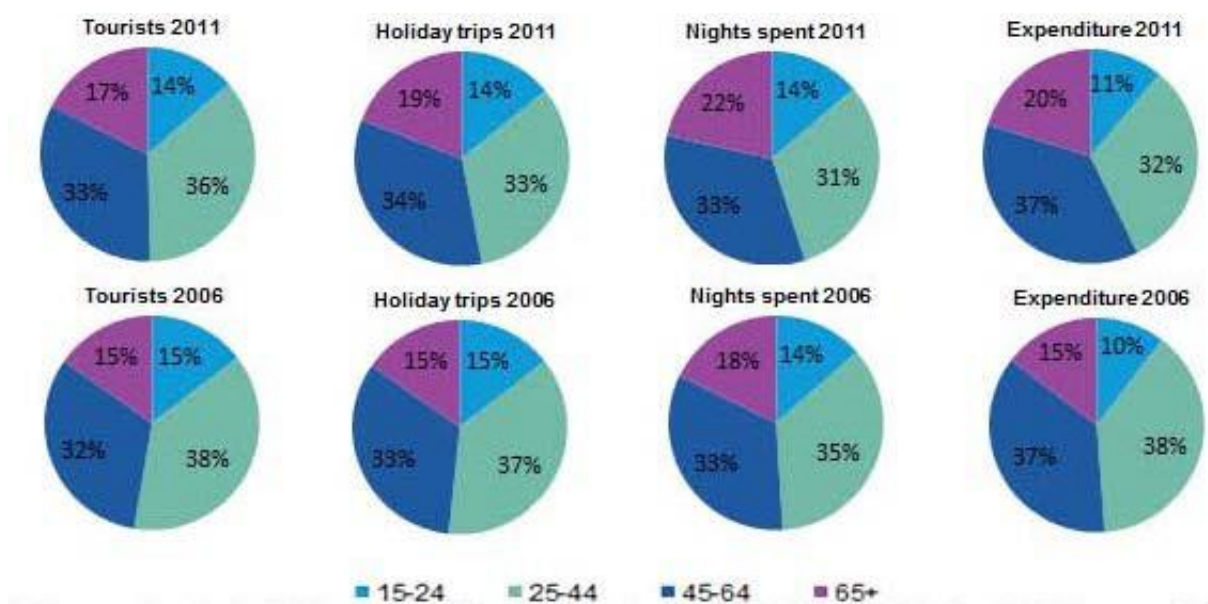
2.3 Charakteristika cílové skupiny seniorů a jejich cestovního ruchu

V dřívějších letech se cestovního ruchu účastnili především mladí lidé a rodiny s dětmi, v dnešní době tento trend přetrvává, ale nově jsou významným segmentem i dlouho přehlížení senioři. Ryan (1995) uvádí, že stárnoucí baby boom generace je jedním z nejdůležitějších segmentů trhu v oblasti cestovního ruchu a proto zájem o mobilitu seniorů

z důvodu stárnutí populace v posledních letech v celosvětovém měřítku významně vzrostl. (Moniruzzaman, Páez, Habib & Morency, 2013).

Někteří autoři (Gúčík, 2004; viz také Pásková & Zelenka, 2002) se shodují v názoru, že seniorský cestovní ruch (v zahraničí označován jako Senior tourism, Mature age tourism nebo Third-age tourism) je druh cestovního ruchu, realizovaný starší generací, tedy seniory. Ti se dle Kotíkové (2013) stávají „zákazníky budoucnosti“, neboť v závislosti na prudce rostoucím počtu seniorů se segment neustále zvětšuje a poptávka po produktech a službách cestovního ruchu u tohoto specifického segmentu trhu ustavičně roste. Vzhledem k synergii mnoha faktorů, které Pásková a Zelenka (2002) uvádí – jejich větší fyzická nezávislost, změny v životním stylu, stále kvalitnější zdravotní péče, růst kondice, zvyšující se délka života, množství volného času, relativně velké množství disponibilních prostředků, tendence k využívání mimosezónních pobytů aj., patří seniorský cestovní ruch mezi nejrychleji rostoucí segmenty cestovního ruchu. Vzhledem k výše zmíněným faktorům a tím se měnícímu se životnímu stylu seniorů, dochází v tomto období života k rekapitulaci života, ke změnám hodnot a priorit. Collins a Tisdell (2002) se zmiňují o tom, že když senioři končí svou kariéru v pracovním poměru, podstatně se tím mění jejich život. Proto mnoho lidí po odchodu do penze hledá částečné úvazky – aby si zachovali sociální kapitál a úplně se neizolovali – to často vede k depresím. Dle White (2004) bere mnoho starších lidí cestování jako přechodovou fázi mezi koncem jedné etapy života a začátkem etapy nové. Proto je pro seniory prioritou zachovat si schopnost cestovat (Nimrod & Rotem, 2010). Cestování a dovolená jako taková pro současnou generaci seniorů ale již neznamena jen lázeňské pobyty a pasivní odpočinek. Naopak v posledních letech můžeme u tohoto segmentu sledovat stále větší zájem o aktivní dovolenou, neboť chtějí nejen aktivně žít, ale i aktivně odpočívat (Orieška, 2010; Klufová, Nývltová & Francová, 2010).

Pokud se podíváme na sektor seniorů z globálního hlediska, v současné době je na světě cca 600 milionů starších 60 let a 30 % z tohoto množství tvoří obyvatelstvo vyspělých států. Senioři tvoří 22 – 24 % příjezdů v rámci celosvětového cestovního ruchu. Podle RAND (2001), počet lidí ve věku 65 a více let vzrostl o více než trojnásobek od roku 1950 – ze 130 milionů (cca 4 % světové populace) na 419 milionů (6,9 % celkové populace) v roce 2000.



Obrázek 8. Ukazatele cestovního ruchu podle věkových skupin, EU-27 (Demunter, 2011, 3)

Obrázek 8 popisuje procentuální zastoupení věkových skupin turistů v rámci jednotlivých ukazatelů - počtu turistů, počtu dovolených, počtu strávených nocí a vynaložené náklady na dovolenou za roky 2006 a 2011. Na tomto obrázku můžeme vidět, že počet turistů, stejně jako počet dovolených u turistů ve věku 45-64 let a 65+ let lehce vzrostl. Ovšem počet strávených nocí a především vynaložené náklady na dovolenou u věkové skupiny 45-64 let zůstal stabilní, avšak u věkové skupiny 65+ zaznamenáváme nárůst o 4-5 %). V roce 2012 dosáhli senioři ve věkové kategorii 65-74 let největšího meziročního relativního přírůstku - o 6,2 % (Kačerová, 2013a, ČSÚ). Pokud vezmeme v úvahu také fakt, že lidé, kteří v současné době patří k mladším segmentům cestovního ruchu a aktivně cestují, objevuje se zde velká pravděpodobnost, že potřeba cestovat zůstane i do pozdějšího věku, čímž se zvýší počty turistů-seniorů (Vogelová, 2008). V současné době roste počet seniorů až o 8 milionů ročně, přičemž RAND (2001) predikuje, že v roce 2030 by se měl roční nárůst zvýšit až na 24 milionů, což by dle Economist (2005) mohlo být způsobeno také tím, že v současné době je Čína (s přibližně 1,357 miliard obyvatel) nejrychleji stárnoucí zemí na světě. Proto je zájem o segment seniorů v cestovním ruchu celosvětovým fenoménem – projevuje se mj. v Evropě, severní Americe i v asijských ekonomikách (Jang & Wu, 2006). Drobná a Morávková (2007) dále předpokládají, že v EU se do roku 2020 bude vyskytovat cca přes 40 % občanů starších 50 let. Český statistický úřad uvádí, že v roce 2050 dosáhne podíl starého obyvatelstva jedné třetiny populace. Staří lidé tak převýší dětskou složku přibližně dva a půl krát. Vogelová (2008) pak do roku 2060 predikuje 30% podíl segmentu seniorů na celkové populaci

v Evropě. Tím a mnohým dalším (odstraňováním sezónnosti, tendence k delším pobytům,...) se cestovní ruch seniorů stává zajímavým pro všechny investory.

Pojem seniorský cestovní ruch spadá do kategorie sociálního cestovního ruchu – cestovního ruchu pro všechny –, který zahrnuje cestování specifických cílových skupin, jako např. cestování osob mentálně či fyzicky postižených, osob či rodin s nízkými příjmy, dále pak cestování dětí, mládeže a seniorů. Sociální cestovní ruch je v posledních letech jedním z nejvíce diskutovaných témat řady mezinárodních konferencí pořádaných OSN, UNWTO a orgány EU.

2.3.1 Vývoj cestovního ruchu seniorů

Dnešní trend udržet se svěží a zdravý i v pozdním věku má kořeny v antice, kdy se na stáří nahlíželo spíše jako na nedostatek, únik vrozeného lidského tepla a vysychání organismu. V této době se na stáří doporučovala střídavá strava, víno, cvičení a horké koupele. Podle Cicera je staří stav, jemuž se musí vzdorovat, a to aktivním bojem – zdravým (aktivním) životním stylem – tedy dostatkem zdravého pohybu, dostatkem spánku, vyváženou stravou, ale také dobrým stavem mysli a ducha. V dnešní době neinfekčních civilizačních onemocnění (obezita,...) můžeme považovat za pozitivní, že se životní filozofie dnešních seniorů změnila natolik, že se necítí staří, chtějí žít aktivně a snaží se své tělo udržovat v dobré fyzické i psychické kondici (Klufová, 2011; Šafránková 2009). Není tedy překvapivé, že cestovní ruch je jedna z mnoha činností, která pomáhá revitalizovat fyzické i duševní síly a tak se stává nástrojem pro preventivní léčebné působení. Cestování vede seniory k smysluplnému a účelnému využití volného času, neboť poznání kultur cizích zemí přispívá k jejich vzdělávání a kulturní výchově, která pomáhá všestrannému rozvoji osobnosti a utváření nového životního stylu (Šimoníková, 2009).

Vývoj cestovního ruchu seniorů v EU

Již v roce 1999 činily celosvětově výdaje na cestovní ruch seniorů 593 mil. USD, a tak v druhé polovině 20. století začali odborníci více vnímat a zkoumat tento tržní potenciál segmentu seniorů. V tomto období podnítila Evropská komise cestovního ruchu k vypracování studie o cestovním ruchu v pokročilejším věku člověka, která definovala segment seniorů a specifika cestovního ruchu seniorů. Později, v roce 1985, byla v Cannes uspořádána konference o tomto nově se rozvíjejícím jevu, kterému by se měla začít věnovat větší pozornost. V 90. letech byl tento jev dále monitorován, zkoumán a výsledky těchto

zkoumání a odborných studií byly dále diskutovány na mnoha konferencích o cestovním ruchu např. Maltská konference o cestování seniorů (r. 1992), 1. mezinárodní konference o seniorském cestovním ruchu, Brightonská a Lisabonská konference, 2. Mezinárodní konference o seniorském cestovním ruchu, 3. Mezinárodní konference o seniorském cestovním ruchu (WTO, 1997). Na přelomu roků 1999 a 2000 vydává UNWTO dokument, ve kterém vyzývá a iniciuje tvorbu programů pro zajištění vhodných indoorových i outdoorových prostor k tělesné i sociální aktivitě seniorů, širšího kulturního vyžití v místní komunitě a především větší bezpečnosti (Klufová, 2011). Na počátku 21. století začal být cestovní ruch seniorů spojován s pojmem sociální cestovní ruch, v dnešní době je cestovní ruch seniorů podsložkou sociálního cestovního ruchu, který se zaměřuje na určité z různých důvodů znevýhodněné cílové skupiny. Konečně v dubnu r. 2008 na konferenci v Bruselu se BITS (OITS) zavázala k propagaci projektu zaměřeného na podporu cestovního ruchu seniorů v rámci EU. V roce 2009 pak Evropská komise iniciovala projekt s názvem Calypso, která má (mimo jiné) za úkol umožnit znevýhodněným skupinám obyvatelstva (např. i seniorům) cestovat. V rámci tohoto projektu EU přispívá seniorům na zájezdy do vybraných evropských zemí (www.probyznysinfo.ihned.cz).

Pokud hodnotíme výdaje rodin seniorů v EU, staví cestovní ruch na první místo (Kolektiv autorů KCR VŠE v Praze, 2008). Průměrně evropský senior uskuteční 2 dovolené za rok, paradoxně nejvíce přenocování uskutečňuje skupina seniorů ve věku 65 let a více (např. v roce 2006 uskutečnili v průměru 24 přenocování). Vogelová (2008) se dále zmiňuje o řeckých seniorech jako o turistech, kteří tráví na dovolené průměrně nejdelší dobu (42,4 přenocování), zatímco čeští senioři tráví naopak nejkratší dobu (14,9 přenocování). V roce 2011 mělo v EU nejvyšší podíl osob starších 65 let na cestovním ruchu Německo - 20,6 % a Itálie - 20,3 % (www.probyznysinfo.ihned.cz).

Vzhledem k celkovému historickému vývoji Evropy, je očividné, že senioři ze západní Evropy, kteří disponují vyššími příjmy, vyjíždějí častěji, než senioři ze střední či východní Evropy, kteří dosahují v průměru třetiny či čtvrtiny ročního příjmu západoevropských seniorů. Což se projevuje nejen na menších výdajích za cestovní ruch a další služby, ale i na jejich celkovém životním stylu. Je proto důležité v zemích střední a východní Evropy stále více podporovat a propagovat sociální cestovní ruch a tak zvyšovat kvalitu života seniorů.

Vývoj cestovního ruchu seniorů v České republice

Seniorský cestovní ruch se (nejen) v České republice začal vyvíjet později, než ostatní formy cestovního ruchu. Začátkem 90. let se při výběru dovolené museli senioři především ohlížet na svůj příjem, neboť cestovat do přímořských letovisek si v té době mohlo dovolit jen asi 5 % tehdejších seniorů. Z tohoto důvodu se většina seniorů účastnila vázaného cestovního ruchu, který jim byl částečně financován z podnikových či státních prostředků, a který byl často organizován odbory – např. Revoluční odborové hnutí - ROH (Linderová, 2011). Tento druh cestovního ruchu zahrnoval nejen výběrové a podnikové rekreace u rekreačních nádrží, ale i pobyt v lázeňských zařízeních a horských turistických středisek.

Po roce 1990 nastaly významné změny v rozvoji materiálně technické základny cestovního ruchu - transformovala lázeňská a rekreační ubytovací zařízení ROH na komerční ubytovací zařízení a došlo také k výstavbě nových ubytovacích zařízení, které přispěly ke kvalitativním změnám v druhové skladbě ubytovacích zařízení (Vystoupil, Kunc, Šauer & Tonev, 2010). Po zrušení ROH rekreací pak domácí cestovní ruch seniorů orientoval především na lázeňské pobyty až do roku 2000, kdy se zvýšil zájem o tuzemské rekreační oblasti a tak účast seniorů na tuzemském cestovním ruchu prudce vzrostla (Hůlková, 2008). Celkový vývoj cestovního ruchu v Evropě přímo ovlivnil i vývoj v České republice - v rozmezí od roku 2006 do 2011 (senioři v České republice tvořili 15,5 % z celkové populace) zaznamenal cestovní ruch seniorů stoprocentní nárůst počtu klientů u poznávacích zájezdů (z 15 % na 32 %). Dále je nutné zmínit přínos Národního programu podpory cestovního ruchu 2010 – 2015, který je považován za nástroj k efektivní podpoře sociálního cestovního ruchu - jedná se o systémovou dotaci ze státního rozpočtu poskytovanou podnikatelským subjektům na vymezené aktivity podporující sociální cestovní ruch (www.mmr.cz).

2.3.2 Vymezení pojmu senior

Dříve než definujeme pojem senior a jeho specifika jako účastníka cestovního ruchu, je nutné poznamenat, že pojem senior nelze volně zaměňovat s pojmem důchodce. Jako důchodce bývá označován člověk, který již nepracuje a pobírá starobní důchod – např. sociologie považuje za „důchodový věk“ období kolem 55. roku života. Naopak definice pojmu senior se mění dle účelu - např. pro účely důchodového pojištění je senior uváděn jako člověk starší 65 let. Toušek, Kunc et al. (2008) uvádí, že právě demografická struktura obyvatelstva má diferencující vliv na intenzitu účasti obyvatelstva na cestovním ruchu, rekreaci a specifické druhy aktivit volného času. Věk je tedy jedním ze základních

determinantů seniorského cestovního ruchu, ale i rozhodujícím faktorem pro definování pojmu senior.

Orieška (2010) rozlišuje věk (stáří) na:

- kalendářní věk,
- biologický věk,
- sociální věk.

Autor pak dále dělí kalendářní věk na „mladé seniory“ (65 - 74 let), období „stáří“ (75 - 84 let), „seniory“ (věk 85 let a více). Šimoníková (2009) však uvádí, že kalendářní věk je administrativním prostředkem k vyjádření početního zastoupení určených kategorií (v tomto případě seniorů), které slouží pouze ke statistickým a demografickým účelům a tak není přesným měřítkem stáří. Biologický věk je pak determinován celkovou kondicí, výkonností a přístupem k životu) a konečně sociologický věk se odvíjí dle odchodu do starobního důchodu. K tomuto výčtu můžeme přidat také věk psychologický, který vyjadřuje věk, na který se cítíme. Vnímání pojmů „stáří“ je velmi subjektivní a z velké části závisí na věku pozorovatele – např. mladí lidé jsou schopni označit za „starého člověka“ jedince, který dosáhl věku 45 let, zatímco lidé ve věku 80 let, považují za mladého člověka jedince ve věku 42 let a stáří pak přisuzují lidem okolo 67 let věku.

Není překvapením, že přesná definice pojmu senior v rámci věku není snadná. Jak uvádí Bauer (2012), neexistuje žádná dohodnutá definice okamžiku, kdy člověk zestárne, ale je možné s určitostí říci, že členem této skupiny obyvatel se stávají lidé v rozmezí 50 – 65 let. Hranici 65 let tak můžeme považovat za nejzazší, k označení člověka jako „senior“.

Definice Saka a Kolesárové (2012) uvádí, že senior je člověk se specifickým postavením ve společnosti, který se nachází v završující fázi života. Je zajímavé, že mnoho dnešních seniorů (nejen) v Evropě se staví k pojmům „stáří“ či „senior“ s nelibostí či s mírou odporu (Bauer, 2012). Současná i nastávající seniorská generace se totiž sama vnímá jako velmi aktivní a často si nedokáže připustit svůj reálný věk (Schiffman, Sherman 1994). Tento jev neztotožnění se se svým věkem popisují Vohrálíková, Rabušic (2004). Dle Cleaver a Muller (2002) se senioři obvykle cítí o deset let mladší. R. Zinell v tomto směru poznamenal, že senioři se sami nepovažují za staré lidi (Kolektiv autorů KCR VŠE v Praze, 2008). Naopak se Gonzalez et al. (2008) senioři se cítí být mladšími dokonce až o 15 let, než ve skutečnosti jsou. A protože lidé stárnou různou rychlostí a ne vždy vypadají nebo jednají podle jejich

věku, dávají na dovolené přednost aktivitám a destinacím, které jsou spíše typické pro mladší generace. Je totiž velmi dobře známo, že věk (a jeho vnímání) je přímo spojený se strukturou volnočasových aktivit a cestováním (Patterson, 2006).

Někteří si nechtějí či odmítají připustit, že se v této fázi života jejich fyzická kondice a sociální role mění. Ukončením pracovní činnosti ztrácí jedinec svou profesní roli a tím i svou funkční identitu. Nabývá tak sociální role, která má charakter nerole, což ho může velmi demoralizovat a snižovat vnímání jeho vlastní hodnoty (Mühlpachr, 2004). Je také to dáno tím, že dnešní média této skupině lidí neustále podsouvají zprávy o tom, jak vitální by měli být, jak zdravě a především mladě by měli v tomto období vypadat. Z pohledu pohybové aktivity jsou na druhou stranu tyto informace užitečné, neboť podporují aktivní trávení volného času seniorů. V Číně se pod pojmem „starší“ či „senior“, odráží respekt a dovršení 60. narozenin je vnímáno jako povýšení do prestižnějšího sociálního stavu (Hsu, Liping & Wong, 2007). V zahraniční literatuře se kromě označení „senior“ můžeme setkat s pojmy: „Woopies“ (well-off older people), „Muppies“ (mature, upscae, post-professionals), „Older adults“ (Kotíková, 2013).

Hlavními znaky dnešních seniorů podle Riedl (2012), Slavík (2012) a Patterson (2006) jsou:

- mají relativně velké množství disponibilních prostředků,
- disponují dostatkem volného času,
- využívají seniorských výhod a slev,
- patrné rozdíly mezi jednotlivými skupinami seniorů (např. mladší vs. starší senioři).

Mezi tyto znaky můžeme zahrnout i to, že jsou senioři zdravější, než jejich předchůdci. Zároveň se díky lepší zdravotní péči zvyšuje jejich věk a díky tomu se dnešní senioři cítí být mladší, než ve skutečnosti jsou (Horneman, Carter, Wei & Ruys, 2002).

Asijské přísloví praví, že každý senior se po dosažení určitého bodu v životě, opět změní v dítě. Chen a Shomaker (2014) vysvětlují, že znamená to, že takový člověk má jiné priority, jiný pohled na sebe samého, dále můžeme v rámci cestovního ruchu uvést také zvyšující se nároky na bezpečí a pohodlí. Právě proto jsou senioři věrní cestovním kancelářím, které nabízejí služby na vysoké úrovni a se kterými mají oni či jejich známí zkušenosti. Na základě těchto zkušeností se pak často vrací na stejná místa. Stejně jako kvalitní služby, umí senioři ocenit jak vybavení ubytovacích zařízení, tak i profesionální a

laskavé chování personálu. Taktéž velmi oceňují přítomnost zdravotníka, jako součást personálu, který umí v případě potřeby poskytnout kvalifikovanou pomoc (Poděbradský, 2008).

O změnách v hodnotovém žebříčku seniorů se zmiňuje také Dann (2001), podle kterého senioři dříve zaměřeni na práci, morálku, povinnosti k rodině a obětování se pro ni (pro své potomky) jsou nyní více smířliví, orientují na svou osobu (mají tendence k individualismu), na plné užívání volného času a zábavu. I když na druhou stranu dle Orišky (2010) senioři žijící v rodině mají větší chuť do života a pocit seberealizace, což podle Nimroda (2008) může být jedním z důvodů, proč se cestování stává jednou z hlavních součástí života seniorů.

Pro segment seniorů je dále typický výběr dlouhodobějších pobytů - ve vazbě na poměrně neomezený fond volného času, jelikož v tomto životním období mají méně povinností a relativně velké množství disponibilních finančních prostředků (Nicolau & Más, 2006). Pokud se zaměříme na fyzickou kondici – senioři jsou méně pohybliví, často vyžadují speciální stravu, příjemnou atmosféru, programy šité na míru s ohledem na jejich fyzickou kondici a zájmy (Gúčík, 2004). Jak již bylo řečeno, preference seniorů se v posledních letech mění – vybírají si dovolené pro náročnou klientelu s kvalitními službami, během nichž chtějí efektivně využít svůj volný čas, kterého mají relativní dostatek (Oriška, 2010). Na druhou stranu dochází mezi padesátým a pětasedmdesátým rokem života dle Schiffmana a Shermana (1994) ke stabilizaci návyků a způsobu chování. Senioři si zvyknou dělat věci přesně dle jejich zaběhnutých a spolehlivých zvyklostí.

2.3.3 Dělení seniorů

„Senioři se od sebe liší nejen svými schopnostmi, ale i postoji ke stárnutí, chováním i osobnostními rysy“ (Oriška, 2010, 348). Nejen Oriška, ale také mnoho demograficko-sociologických výzkumů (Bai et al., 2001; Horneman, Carter, Wei & Ruys (2002); Huang & Tsai, 2003; Litrell, Paige & Song, 2004) a autorů (Fleischer & Pizam, 2002; viz také Reidl, 2012) došel k závěru, že senioři nejsou homogenní konzervativní skupinou, neboť s přibývajícím věkem se v rámci různých věkových kategorií seniorů mění jejich pohyblivost, zdravotní stav, zájmy, priority, apod. A tak se také mění jejich nároky a potřeby při cestování. Proto je nutné rozdělit je do několika skupin dle určitých kritérií, těmi jsou především věk, pohlaví, zdravotní stav, výše příjmů a životní styl.

Rozdělení dle věku

Proto je nutné rozdělit je do několika skupin dle určitých kritérií, z nichž nejefektivnější, avšak ne nejjednodušší, se jeví dělení dle věku. Horneman, Carter et al. (2002), dělí seniory na dvě věkové hlavní podskupiny - mladší a starší seniory. Lehto et al. (2006) a Peterson (2006) na druhou stranu rozdělují segment seniorů podle kohorty (pozn. kohorta = soubor jedinců zrozených v určitém časovém úseku - generaci, stejnověká populace) na baby boomers a silent generation. Pro toto rozdělení je ale nutné znát detailní informace o demografickém vývoji. Šniadek (2006) dělí seniory dokonce do čtyř podskupin (55-64 let, 65-74 let, 75-84 let a 85 let a více). Snahu o rozdělení seniorů dle věku projevila i Hůlková (2008), která dělí seniory do tří podskupin (50-59 let, 60-69 let, 70 a více let). Jak z předchozích dělení vidíme - problémem při vymezení seniorů věkem je vymezení pevné dolní hranice věku seniorů a to kvůli odlišnému stanovení doby odchodu do důchodu, která se např. v České republice rok od roku přepočítává a případně mění. OITS (2013) tak za seniory považuje osoby starší 50 – 55 let. Ve většině zahraniční literatury se setkáváme s dolní hranicí označující 55 let - 60 let. Např. pro oblast lázeňství se doporučuje dělit seniory na dvě podskupiny, z nichž první začíná právě na hranici 60 let - (konkrétně 60-70 let a 70 a více let (Attl & Nejd, 2004). Eurostat pak považuje za seniory osoby starší 65 let. Agentura CzechTourism člení seniory na 50+ (věkové rozmezí 50 – 59 let), 60+ (věkové rozmezí 60 – 64 let) a 65+ (COT, 2005).

První skupina je popsána jako ekonomicky aktivní, zdatná ve vyhledávání potřebných informací na internetu a která preferuje exotičtější dovolené příp. dovolené kombinované se sportem a odpočinkem. Rádi si připlatí za služby, od kterých vyžadují vysokou kvalitu. Skupina zvaná „60+“ je rovněž ekonomicky aktivní s vyhlídkou brzkého odchodu do starobního důchodu. Využívají komplexní balíčky zájezdů, cestují se skupinou přátel, bez dětí a během dovolené vyžadují především pohodlí a vysokou kvalitu služeb. Poslední skupina seniorů (65+), využívá především lázeňských pobytů, či zájezdů organizovaných cestovními kancelářemi do destinací, které jsou blíže jejich domovské zemi).

Kotíková (2013) v rámci cestovního ruchu rozděluje seniory dle věku na mladší seniory (55 – 65 let), starší seniory (66 – 75 let) a nejstarší seniory (76 a více let). Toto rozdělení se v podstatě neliší od rozdělení Cinkánové (2014), Drobné a Morávkové (2007) a Ryglové, Buriana a Vajčnerové (2011), které se liší pouze ve vymezení starších seniorů (65-70 let) a vymezení nejstarších seniorů, které Cinkánová nazývá „veterány“ a řadí sem seniory

nad 70 let života. Mladší senioři jsou většinou ještě pracující perspektivní lidé, tedy nemají tolik volného času, jako další dvě věkově starší skupiny seniorů. Jsou to rodiče, cestující (již) bez dětí, kteří preferují regenerační a rekreační formy dovolené obohacené o pestrý zábavný program (divadla, bary, koncerty, kasina, tančírny apod.). Tato skupina bývá v některých pramenech označována za tzv. babyboomers. Vzhledem k tomu, že většina starších seniorů již nepracuje, mají více volného času a tak se často zajímají o kulturu, historii, geografii, umění či další vzdělání. Populárními se v rámci této skupiny stávají relaxační wellness pobyty a zimní pobyty u moře v teplejších krajinách. Vzhledem k neustále se zvyšující věkové hranici odchodu do důchodu, očekává se, že tato podskupina nabude charakteristik podskupiny mladých seniorů. Mezi nejstaršími seniory můžeme objevit nejvíce turistů se zdravotními problémy, kvůli kterým je nutné přizpůsobit nabízení služby, program zájezdů i vybavení ubytovacích služeb (Drobná, Morávková, 2007). Jejich zdravotní stav ovlivňuje také délku dovolené - čím horší zdravotní stav, tím kratší doba pobytu (Fleischer & Pizam, 2002).

Rozdělení dle životního stylu

V mnohé literatuře (Diderot, 1998; Jandourek, 2001; Kasa, 2006 & Machová et al., 2009) můžeme najít mnoho definic pojmu „životní styl“. Pro účely co nejjednoduššího vysvětlení tohoto pojmu je uvedeno jen pár z nich. Dle Hodaně (1993) je životní styl uspořádaná suma různých činností, jimiž se dané individuum (příp. celá společnost) udržuje a obnovuje. Tato definice je velmi obecná, naproti tomu Junger & Kasa (1996, 76) uvádějí více konkrétní definici, která považuje životní styl za „souhrn životních činností, prostřednictvím kterých lidé reprodukuji svoji existenci, uspokojují své potřeby, vstupují do konkrétních ekonomických a sociálních vztahů, zaměřují se na určité cílové hodnoty, při dodržování základních norem“. Tedy nejobecnějšími tématy, která obsahuje pojem životní styl, jsou: bydlení, stravování, vzdělání, chování v různých situacích, zábava, spotřeba, komunikace, jednání, rozhodování, cestování, vyznání a dodržování určitých hodnot, péče o děti, pěstování potravin atd. (Duffková et al., 2008).

Zkoumání životního stylu seniorů v rámci cestovního ruchu může usnadnit rozpoznání jejich preferencí při nákupu zboží a služeb. Některé zdroje (např. Forschungsgesellschaft für Gerontologie, 2006) dělí seniory na základě upřednostňovaných cílů cestování, nároků na kvalitu a odlišností ve frekvenci cestování rozčlenit do následujících skupin:

- **„Požitkáři“** - tato skupina seniorů oproti dalším skupinám cestuje nadprůměrně. Velmi se stará nejen o svůj vnitřní rozvoj (často se proto účastní vzdělávacího a

poznávacího cestovního ruchu), ale i o svou vnější schránku (jsou členy wellness klubů a preferují dovolené, kde je množnost wellness, lázní apod.).

- **„Měšťané“** – preferují předem připravené zájezdy v rámci tuzemského cestovního ruchu (nejčastěji zaměřené na pěší turistiku) a zahraničního cestovního ruchu. „Měšťané“ jsou citlivější na změny cen, ale pokud se jim na nějakém místě líbí, jsou ochotni ho navštívit vícekrát.
- **„Konzervativci“** – představují třetí největší segment seniorů v rámci životního stylu, který preferuje organizované zájezdy (většinou autobusem) krátkodobého charakteru v rámci domácího cestovního ruchu. Jejich motivem k cestování je především rekreace a odpočinek, účastní se tedy nejčastěji lázeňského a wellness cestovního ruchu. Jsou stejně jako předchozí skupina také velmi citliví na ceny zboží a služeb, senzitivita klesá, pokud se jedná o nákup zboží a služeb, které mohou přispět k jejich zdraví.
- **„Orientovaní na prestiž“** – skupina obsahuje asi 10 % z celkového počtu seniorů a jejich aktivita v cestovním ruchu je lehce nadprůměrná. Tato skupina seniorů preferují jak daleké cesty po celém světě, tak i krátké dovolené. Navštěvují prestižní kulturní, společenské i sportovní akce a rádi hrají golf.
- **„Alternativní kritici“** – do této kategorie spadá přibližně jen 5 % seniorů, který projevují zájmy o alternativní (především východní) kultury a způsoby života. Segment často cestuje individuálně a preferuje ty typy cestovního ruchu, které jsou šetrné k životnímu prostředí - oblíbená je agro, ekoturistika, také pěší túry a studijní cesty. Na tyto cesty (vč. produktů a služeb) jsou ochotni vynaložit značné množství financí, pokud jsou si jisti, že je to produkt zdravé výživy, je přírodní či šetrný k životnímu prostředí
- **„Singles“** – poslední skupina je skupinou početně nejmenší, ale oproti ostatním segmentům cestuje nadprůměrně. Tito lidé se cítí být (a snaží se být) stále mladí, cestují po celém světě. Jejich cesty jsou dlouhodobé, pokud možno dobrodružné a jsou za ně ochotni vynaložit velké množství finančních prostředků.

Cinkánová (2014) a Kolektiv autorů KCR VŠE v Praze (2008) dělí seniory dle jejich chování, a to na:

- **dynamické (aktivní) seniory**, kteří mají dobrou fyzickou kondici, nevyžadují speciální režim, ale mají tendenci přeceňovat své síly,

- **pasivní seniory**, kteří potřebují (či uplatňují nárok na) pomoc a ohledy druhých, vyžadují speciální zacházení, individuální přístup a vysokou kvalitu služeb.

Dále lze dělit seniory podle:

- **rodinného stavu**
 - **samotáři** (žijí osamoceně, hledají nové podněty k aktivnímu trávení volného času, vyhledávají nové služby a produkty v cestovním ruchu),
 - **seniorské páry** (osoby žijí v manželském či partnerském svazku, často cestující a vykazující větší výdaje za cestování).
- **tzv. funkčního věku** (stav funkčnosti tělesných a duševních schopností organismu, determinovaných biologickými a sociálními faktory)
 - **mladší senioři** – bez omezení v účasti na cestovním ruchu v závislosti na jejich duševní a fyzické kondici
 - **starší senioři** – lehké či těžší omezení mobility – nutná modifikace programu, apod. (Forschungsgesellschaft für Gerontologie, 2006).

Toto rozdělení může být velmi zavádějící, vzhledem k tomu, že člověk ve věku 55 či 60 let (který by byl normálně považován za mladšího seniora), může mít např. v rámci nemoci sníženou mobilitu (tedy zařazení do starších seniorů). Kalvach et al. (2004) klasifikuje seniory dle funkčního věku na:

- **elitní seniory** – mají extrémní výkonnost i ve vysokém věku (např. maratónský běh, dálková cyklistika či plavání),
- **zdatné seniory** – mají velmi dobrou fyzickou a psychickou kondici a pravidelně se věnují pohybovým aktivitám (pohyb bez omezení),
- **nezávislé seniory** - je pro ně typický sedavý způsob života, mají omezené kloubní pohyby, nízkou svalovou sílu, avšak soběstačnost je zachovaná,
- **křehčí seniory** - nezvládají aktivity každodenního života (přemísťování, nákupy, vedení domácnosti, apod.), v některých činnostech potřebují pravidelnou pomoc rodiny či pečovatelské služby, jsou ohrožení ztrátou samostatnosti,
- **závislé seniory** - jejich pohyb je omezený, částečně zvládají či nezvládají základní sebeobsluhu.

Podle Schaie (1983, in Häfner, Moschel & Sartorius, 2012) se v USA v souvislosti s funkčním věkem a stupněm aktivity používá rozdělení na:

- „**go – go’s**“ - žádné omezení v cestování
- „**slow – go’s**“ – pravděpodobnost existence některých omezení, které však nemusí být zásadní při rozhodování o účasti na cestovním ruchu. Přijetí některých opatření je množné tato omezení eliminovat.
- „**no – go’s**“ – existence nefunkčnosti tělesné či duševní stránky, mohou tuto skupinu omezovat v účasti na cestovním ruchu. Omezení je možné zmírnit přijmutí několika opatření (např. odborná pomoc – asistent, pečovatel/ka, apod.)

2.3.4 Specifika cestování seniorů

Jelikož jsou senioři velmi specifickým cílovým segmentem cestovního ruchu (v rámci jejich potřeb, zájmů a fyzickým i finančním možnostem), je třeba myslet na to, jak modifikovat a plánovat nabídku produktů a služeb této skupině turistů, která pro ně bude nejen atraktivní, ale bude odpovídat jejich zvláštním požadavkům. Aby bylo vůbec možné takové produkty a služby modifikovat, je nutné vědět, v čem jsou senioři tak specifičtí v porovnání s ostatními segmenty. Cinkánová (2014), Kubičková, 2012 a Čertík et al. (2001) uvádějí, že segment seniorů v rámci cestovního ruchu je specifický v tom, že:

- využívají služeb CK a CA (především při cestách do zahraničí),
- cestují mezisezóně i mimosezónně (nejčastěji v srpnu, září, říjnu a listopadu),
- cestují i mimo dny pracovního volna,
- cestují s rodinou, vnoučaty či jiným doprovodem,
- vyšší preference cestování ve skupinách,
- vyžadují vyšší záruku bezpečí (v souvislosti s teroristickými útoky a problematikou zvýšené kriminality ve větších městech),
- vyžadují co nejjednodušší dopravu a dopravní dostupnost (přímé lety bez nutnosti měnit dopravní prostředek),
- preferují leteckou nebo autokarovou dopravu,
- očekávají odjezd i příjezd z domova (vzvednutí přímo z domova),
- mnohdy nakupují dopředu („first minute“) a zájezdy si předem rezervují,
- využívají speciálních seniorských programů, slev a výhod,

- využívají komplexní balíčky služeb,
- jen výjimečně platí (či objednávají) zboží a služby po internetu,
- je u nich větší riziko zdravotních obtíží, komplikací a úrazů,
- rádi si připlatí za kvalitnější službu (např. vyšší standard ubytování - pohodlné lůžko, které je vyšší o 10 až 15cm oproti standardu, jednolůžkové pokoje se sociálním zařízením, madla pro přidržení se na sociálních zařízeních, protiskluzové podložky, kvalitní osvětlení, atp.),
- vyžadují bezbariérové vstupy,
- vyžadují individuální přístup a citlivé chování,
- vyžadují přizpůsobení programu výletů a výběr různých sportovních aktivit či náhradních programů,
- vyžadují nové produkty (golfové hřiště – тренаžéry, wellness, vodní aerobic, apod.),
- vyžadují řádnou a přehlednou organizaci cesty bez náhlých změn a stresujících situací, která jim bude poskytnuta společně s dostatečným množstvím doplňkových informací ve velkém předstihu, aby byli schopni si je v klidu prostudovat a ověřit si poskytnutá fakta,
- vyžadují přizpůsobení stravy (nejlépe výběr z jídelního lístku či švédské stoly) a nabídku možnosti speciálního stravovacího režimu (diety).

Nově pozorujeme, že senioři jsou schopni si po internetu zjistit velké množství informací, avšak i přesto většina stále upřednostňuje fyzické letáky a katalogy. Stejně tak spíše preferují hotovostní platby na pobočkách CK a CA, než platby prostřednictvím internetového bankovníctví. Senioři preferují především poznávací zájezdy, lázeňské, kulturní a zdravotní pobyty apod. (Gúčík, 2004).

2.3.5 Senior jako turista dobrodružného cestovního ruchu

Tržní segment seniorů v oblasti cestovního ruchu začíná být velmi viditelným nejen kvůli časové flexibilitě a zvýšení kupní síly, ale především svou velikostí díky stabilnímu zlepšení v naději na dožití (National Research Council, 2001). Velikost a rostoucí disponibilní příjem seniorů znamená velký potenciál a význam pro spotřebitelský průmysl. (Bai, Jang, Cai, a O'Leary, 2001; Faranda & Schmidt, 1999) Především pro subjekty v cestovním ruchu, které trpí mimo sezónními výkyvy v poptávce. Předpokládá se, že tento trend přetrvá i nadále

(National Research Council, 2001) a to nejen v Severní Americe a Evropě, ale i v Asii (Dann, 2001).

Protože jsou senioři velkým a stále rostoucím tržním segmentem, je třeba zkoumat a přizpůsobit produkt cestovního ruchu jejich potřebám, preferencím a požadavkům. Je tedy potřeba reflektovat determinující a motivační faktory, abychom byli schopni tyto potřeby a požadavky schopni uspokojit. Je potřeba také pochopit, jaké bariéry znemožňují zákazníkovi cestovat a jak tyto překážky eliminovat (Fleischer & Pizam, 2002.) Nabídka trhu pro seniory by tedy měla odpovídat jejich potřebám, zájmům, fyzickým, zdravotním, časovým a ekonomickým možnostem, vnímaným bariérám (bezpečnost, stravování) a aktuální ekonomické situaci. Jelikož jsou senioři aktivnější, poohlížejí se po možnostech kulturního vyžití a pohybové aktivity (např. plavání, golf, cyklistika, apod.). Je tedy nutné do nabídky zahrnout i adekvátní sportoviště a zařízení pro realizaci sportovních aktivit, které pomáhají seniorům udržovat se ve fyzické a psychické kondici a tak k celkovému zkvalitnění jejich života.

Senioři obecně preferují poznávací zájezdy, lázeňské, wellness a zdravotní pobyty a návštěvu příbuzných a přátel. Avšak pozitivně také reagují na nabídku kulturních akcí, festivalů a slavností (otevírání zámků, cyklostezek, vinných sklepů, apod.) Mezi hlavní činnosti v rámci výše zmíněných typů dovolené patří: organizované výlety, návštěvy historických a uměleckých památek, fyzické a sportovní aktivity, návštěvy kin, divadel, muzeí a obchodních center (Batra, 2009; Litrell, Paige & Song, 2004; Wang, Zhang, Xia & Wang, 2008). Jak již bylo naznačeno výše – potenciál segmentu seniorů tkví ve využívání mimosezónních pobytů a kratším, ale větším (častějším) počtu dovolených. Hunter-Jones (2003) uvádí příznivý sociologický vliv cestování na život seniorů, kdy starší lidé, kteří se vrací z dovolené, nacházejí snadněji společné téma k rozhovorům s přáteli, kteří také byli na dovolené. Cestování tedy rozšiřuje sociální kapitál mezi staršími lidmi - nejsou tak sociálně vyloučeni z dění ve společnosti. Teaff a Turpin (1996) dále poznamenali, že právě absence cestovního ruchu může vést až k úplné izolaci seniorů. To může vést k negativním až depresivním stavům. Je tedy příznivé, když senioři často jezdí na dovolenou i s rodinou (dětmi, vnoučaty), neboť je to příležitost pro trávení volného času se svými blízkými a mají tak větší pocit seberealizace a chuti do života. Je tedy vhodné zaměřit nabídku mezigeneračně, aby vyhovovala rodinám s dětmi i seniorům, kteří tráví dovolenou s nimi. Mnoho cestovních kanceláří sice nabízí zvýhodněné pobyty pro seniory, avšak jen malý počet z nich nabízí

zvýhodněné rodinné dovolené zahrnující např. slevy či zvýhodněné pobyty pro seniory, kteří jedou na dovolenou s celou rodinou či s vnoučaty.

Ve srovnání s ostatními věkovými skupinami roste relativní bohatství segmentu seniorů (Fleischer & Pizam, 2002). Dle Callan a Bowman (2000) značná část občanů, kteří jsou starší 55 let, jsou majiteli nemovitosti a jejich děti jsou již nezávislé – tedy mají celkově méně finančních výdajů a závazků, než minulé generace seniorů. Mají tedy více volně použitelného důchodu, protože jak trefně poznamenali Fleischer a Pizam (2002), senioři již neinvestují do vybudování domova a rodiny, do podpory dětí na studiích apod. Hsu a Lee (2002) se domnívají, že ekonomická situace zahraničních seniorů je lepší díky zvýšení jejich příjmů a majetku a úsporám, které našetřili. Dále je to způsobeno také investicemi, které provedli v průběhu svého života a které jim vynášejí další příjmy. Jak bylo výše zmíněno - tato situace ale spíše odpovídá zahraničním seniorům, než těm českým. Senioři sice mají více disponibilních prostředků, ale není tomu tak u všech seniorů. V České republice ještě stále řada seniorů finančně podporuje svoje potomky, i když často nemají dostatečný příjem. Navíc v minulém režimu neexistovala možnost investovat – často proto nemají ani dodatečné příjmy z investic. Je tedy třeba rozlišovat mezi seniory, kteří mají dostatek finančních prostředků a touží především po zážitcích na (z) dovolené a těmi, kteří mají méně finančních prostředků, ale také touží cestovat. Rozdíly v peněžních příjmech vznikají již v produktivním věku a v důchodovém věku pak hraje roli především fakt, zda senior žije sám či v páru, tedy zda jsou k dispozici dvě či jen jedna penze. Je tedy žádoucí vytvářet produkty pro obě tyto skupiny seniorů s ohledem na pozitivní reakce obou skupin na slevy - např. mimosezónní slevy (Kolektiv autorů KCR VŠE v Praze, 2008). Cestování seniorů je dále ovlivněno jejich zdravotním stavem a dle Patterson (2006) především otázkou pohodlí, bezpečnosti (mírou kriminality zaměřené obecně či přímo na turisty) a rodinným stavem – domnívá se, že svobodní, ovdovělí či rozvedení senioři cestují více a nezávisleji, než senioři v párech.

Na produkt cestovního ruchu je podle Vystoupila, Šauera, Holešinské & Metelkové (2007) možno nahlížet jako na souhrn primární (přírodní, kulturně-historický potenciál, kulturní a společenské akce) a sekundární nabídky destinace (základní a doprovodná infrastruktura). Poskytovatelé služeb tak mohou na základě požadavků poptávky přizpůsobit pouze sekundární nabídku, jejíž kapacitu a celkovou strukturu ovlivňuje primární nabídka, kvůli které dle Páskové a Zelenky (2002) návštěvník do destinace přijíždí, avšak k jejímu využití je zapotřebí čerpání služeb z oblasti sekundární nabídky, jejíž kvalita má dopad na spokojenost návštěvníka. Dle Horner a Swarbrooke (2003) poptávka po kompletních balíčcích

služeb (package), které senioři zamlouvají (a kupují) s předstihem přímo v cestovních kancelářích, stále roste a tak je důležitá komplementárnost všech zainteresovaných subjektů v rámci package. Neboť špatný dojem vyvolaný jedním dodavatelem služeb, poškozují pověst všech dodavatelů služeb jako celku. Je nutné zajistit kvalifikovaný personál s odpovídajícími znalostmi, neboť senioři bývají zkušenými cestovateli, kteří mají vysoká očekávání a vyhledávají příjemné a klidné prostředí (Kolektiv autorů KCR VŠE v Praze, 2008). Proto jsou častými klienty v rámci klidnějších měsíců, kdy rušnější destinace nejsou přeplněné návštěvníky a klimatické podmínky jsou mírnější (mimo to hraje i roli výše zmiňovaná finanční stránka – konkrétně mimosezónní slevy).

Dnešní moderní městský život je v mnoha ohledech o mnoho bezpečnější, ale na druhou stranu také může být značně nudnější, než v dřívějších dobách. A jelikož lidské bytosti mají ve svém DNA zakódovanou potřebu vzrušení a potěšení, jsou motivovány sebepoznáním, potřebou uniknout z rutiny městského života a zažít nové prostředí (Lipscombe, 1995), je dobrodružný cestovní ruch jedním ze způsobů jak uspokojit tuto potřebu. Dobrodružný cestovní ruch umožňuje střet se svými sebezáchovnými instinkty, vůlí, hranicemi strachu a odvahy, které jsou posíleny silnými emocemi a hladinou adrenalinu a dohromady tvoří směs, která přináší uspokojení, posílení sebevědomí a zábavu. Podstatou seniorského cestovního ruchu je zapojit starší generaci do cestování, neboť senioři chtějí svůj volný čas trávit aktivně. Tímto aktivním zapojením do volnočasových aktivit dochází u seniorů k pocitu seberealizace a nalezení nového smyslu života. Někteří v rámci aktivního trávení volného času a toho, že si chtějí užít dovolenou a cestování, vyhledávají i adrenalinové zážitky, aktivity a dovolené, které vychází z jejich vnitřních potřeb a které zároveň často patří do segmentu dobrodružného cestovního ruchu. A tak se někdy i nevědomky stávají turisty dobrodružného cestovního ruchu. Vzhledem k širší pojmu „dobrodružný cestovní ruch“, obsahu aktivit, různých úrovní rizik a velkému rozsahu motivačních faktorů přesná a jasně daná definice turistů dobrodružného cestovního ruchu neexistuje. Obecně je dle Swarbrooke, Beard, Leckie a Pomfret (2003) dobrodružný turista člověk, který se chce realizovat, hledá sebeuplatnění, sebenalezení, vzrušení, napětí a cestuje do méně či více vzdálených míst, kde provozuje aktivity na různých úrovních rizika. Je očividné, že vztah mezi rizikem a dobrodružstvím je velmi důležitý, neboť riziko samotné je velkým motivátorem a hraje hlavní roli v potěšení a vzrušení z dobrodružství.

Senioři byli dlouhou dobu považováni za velmi homogenní a předvídatelný segment cestovního ruchu, kteří kladou menší důraz na kvalitu služeb a produktů a kteří věří, že cestování je bezpečnější pouze ve skupinách.

Dnešní senioři jsou zkušenější, mají pozměněné hodnoty, životní styl, vyžadují unikátní a lákavé zážitky a mění se i jejich rezervační a nákupní chování. Jsou více flexibilní, nezávislí (chtějí si svůj volný čas naplánovat dle sebe, svých potřeb), spontánní a jsou ochotni riskovat a nést odpovědnost za případné nebezpečí a riziko. Senioři již nechtějí „mít“, ale „být“ a tak vyhledávají aktivity a dovolené, které kontrastují s jejich každodenním životem (Poon, 1993).

Dobrodružní turisté jsou všeobecně movití, vzdělaní, více zkušení, zajímají se o kulturu a životní prostředí. Senioři, jako dobrodružní turisté často kombinují obě formy dobrodružného cestovního ruchu definované Hill (1995; viz výše) – lehké i tvrdé formy. Senioři v tomto typu dobrodružného cestovního ruchu přes den rádi provozují dobrodružné aktivity, které odpovídají tvrdé formě dobrodružného cestovního ruchu. Avšak večer a v noci vyžadují prvky lehkého dobrodružného cestovního ruchu a to v rámci ubytování a stravování. Jsou tedy ochotni a schopni provozovat horskou turistiku, avšak večer vyžadují pohodlné spaní, dobré jídlo a teplou sprchu, aby další den mohli v tvrdé formě dobrodružných aktivit pokračovat. Jsou tedy ochotni zaplatit vysoké ceny za komfort a pohodlí.

Rozdíly mezi turisty dobrodružného cestovního ruchu seniorů můžeme najít v rámci organizovanosti či neorganizovanosti dobrodružných aktivit a služeb. Vícedenní balíčkové produkty komerční dobrodružné turistiky kupují více ženy, naopak nekomerční a nezávislou formu provozují spíše muži. Avšak ve výběru aktivit a produktů dobrodružného cestovního ruchu hraje roli nejen pohlaví, ale také věk, životní styl, stupeň zdatnosti a zkušenosti (Swarbrooke, Beard, Leckie a Pomfret, 2003). Dle Muller a Cleaver (2000) jsou vyžadovány spíše lehké, než tvrdé aktivity. Je důležité brát v úvahu také celkovou osobnost člověka (seniora), finanční záležitosti, množství placeného volna v práci – pokud ještě pracuje, zdravotní problémy, bariéry a zda cestují ve společnosti někoho druhého, rodiny či úplně sami.

3. CÍLE

Hlavním cílem je vyhodnocení poptávky seniorů po cestovním ruchu s důrazem na dobrodružný cestovní ruch.

Dílčí cíle

- analyzovat dostupnou literaturu
- popsat vznik, vývoj a rozdělení dobrodružného cestovního ruchu
- analyzovat motivy účasti na cestování a preferované typy dovolené seniorů
- zjistit determinanty výběru destinace u seniorů
- popsat bariéry (překážky, omezení) v účasti na cestovním ruchu a dobrodružném cestovním ruchu
- vyhodnocení zájmu o produkty dobrodružného cestovního ruchu seniorů dle různých věkových kategorií

Výzkumná otázka

Dílčí cíle vymezují výzkumné otázky:

- Jaké jsou motivy cestování dnešních seniorů a jakému typu dovolené (formě cestovního ruchu) dávají přednost?
- Co ovlivňuje výběr destinace u seniorů?
- Jaké jsou bariéry v účasti na dobrodružném cestovním ruchu?
- Mají senioři zájem o dobrodružný cestovní ruch?
- Jak se mění zájem o produkty či aktivity dobrodružného cestovního ruchu vzhledem k různým věkovým skupinám seniorů?

4. METODIKA

Pro potřeby teoretických východisek diplomové práce byla využita metoda obsahové analýzy - analýza sekundárních zdrojů. Tato analýza byla prováděna vyhledáváním v zahraničních a českých vědeckých databázích odborných článků a knih (např. EBSCO, MyLibrary, Institute of Hospitality apod.), ke kterým byla možnost přístupu nejen prostřednictvím Univerzity Palackého, ale především prostřednictvím knihovního elektronického přístupu University of Gloucestershire. Vyhledávání probíhalo taktéž ve fyzických časopisech a knihách Univerzity Palackého i University of Gloucestershire. Při vyhledávání byla použita tato klíčová slova a spojení: senior, senior tourism, adventure, adventure tourism, senior adventure tourism, segmentation of adventure tourism, senior tourism products, adventure tourism products, senior tourism market, adventure tourism market a jejich české ekvivalenty.

Pro výzkum byla vybrána metoda explorativní – jedná se o pilotní studii, která představuje problematiku poptávky dobrodružného cestovního ruchu u cílové skupiny seniorů. K dosažení cílů této studie byl zvolen kvantitativní přístup.

Cílová skupina

Cílovou skupinu tvořili senioři, kteří jsou členy Klubu českých turistů a dalších turistických klubů a organizací. KČT byl vybrán především proto, že má po celé České republice širokou základnu poboček a oborů a zároveň má velký počet členů - bylo tedy možné oslovit velký počet potenciálních respondentů (aktivních turistů a cestovatelů) po celém území České republiky.

Výběr respondentů

Jednalo se o záměrný výběr, oslovení byli členové Klubu českých turistů a dalších turistických organizací a turistických klubů, seniorského věku. Celkově se šetření zúčastnilo 331 respondentů.

Dotazník

Ke sběru potřebných dat byl vyhotoven dotazník. Podstatou dotazníku je zjištění dat a informací o respondentovi, ale i jeho názorů a postojů k problémům, které dotazujícího zajímají (Pelikán, 2011).

Seznam otázek byl sestaven na základě předešlých šetření a dříve použitých tuzemských i zahraničních dotazníků. Předlohou a inspirací pro dotazníkové šetření byla práce Hůlkové (2008), Slavíka (2012) a především Chen a Shoemaker (2014). Výčet dobrodružných aktivit v otázce č. 21 (viz příloha 1), ze kterých mohli respondenti vybírat jakékoliv množství odpovědí, byl koncipován dle výčtu dobrodružných aktivit v Buckley (2006). První (identifikační) část dotazníku se týkala socio - demografických otázek, tedy pohlaví, věku, rodinného stavu, situace v oblasti zaměstnanosti, trvalého bydliště a úrovně vzdělání. Druhá část dotazníku se týkala otázek výzkumu analýzy poptávky dobrodružného cestovního ruchu. Tato část (např. otázky týkající se motivů cestování, kritérií pro výběr destinace a vnímání cestovních bariér, apod.) byla sestavena na základě studie Chen a Shoemaker (2014). Dotazník byl sestaven z uzavřených otázek, které byly dichotomické (umožňují výběr odpovědi pouze ano/ne), výběrové (možnost výběru jen jedné odpovědi) a výčtové (nabízí možnost výběru několika nabízených alternativ). Otevřené otázky byly použity minimálně. U většiny otázek bylo možné vybrat jen jednu odpověď. V rámci dvou otázek bylo možné vybrat dvě odpovědi a u dalších dvou otázek maximálně tři odpovědi. U jediné otázky bylo možné vybrat neomezené množství odpovědí. Výhodou dotazníkového šetření je rychlost a snadnost jeho vyplnění. Většinou není problém najít dostatečný počet respondentů, avšak co se jako problém jeví je nechuť respondentů odpovídat. Tento jev je pravděpodobně způsoben nadměrou tázajícími se osob.

Sběr dat

Dotazník se skládal z 23 otázek (viz příloha č. 1) a byl pilotně ověřen skupinou seniorů, kteří jsou členy organizace Moravsko-krumlovských turistů. V praxi proběhlo šetření on-line formou dotazníku prostřednictvím serveru <http://www.netquest.cz/>. Internetový odkaz na dotazník byl zaslán jednotlivým odborům a pobočkám KČT a dalším turistickým organizacím a klubům. Sběr dat probíhal v průběhu května 2015.

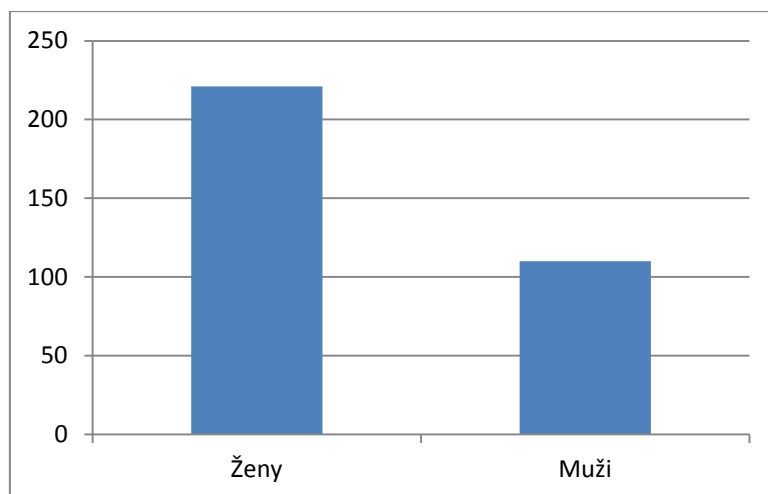
Metody vyhodnocení a interpretace dat

Získané odpovědi respondentů byly později statisticky procentuálně a graficky vyhodnoceny (viz kapitola 5). Zpracování dat a výpočetní práce byly prováděny v programu Microsoft Excel. U každé z těchto položek byl vytvořen sloupcový nebo výsečový graf.

Charakteristika zkoumaného souboru

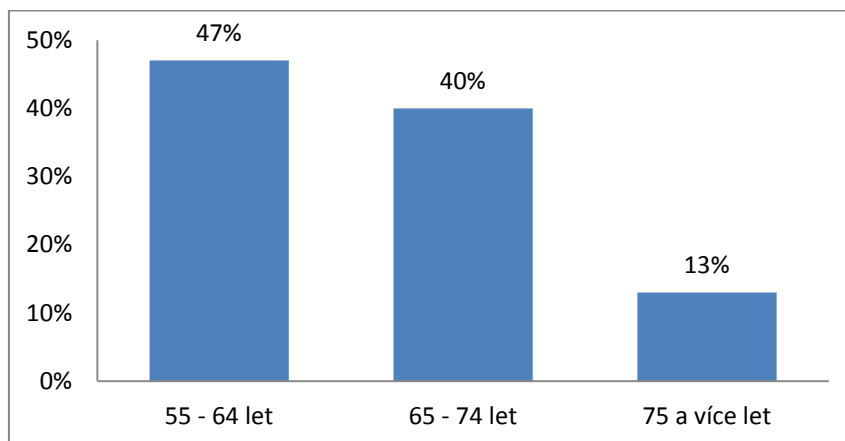
Tato podkapitola zahrnuje základní popisné charakteristiky souboru.

Níže uvedený graf prezentuje zastoupení jednotlivých pohlaví respondentů. Z celkového počtu 331 respondentů tvoří 67 % ženy a 33 % muži.



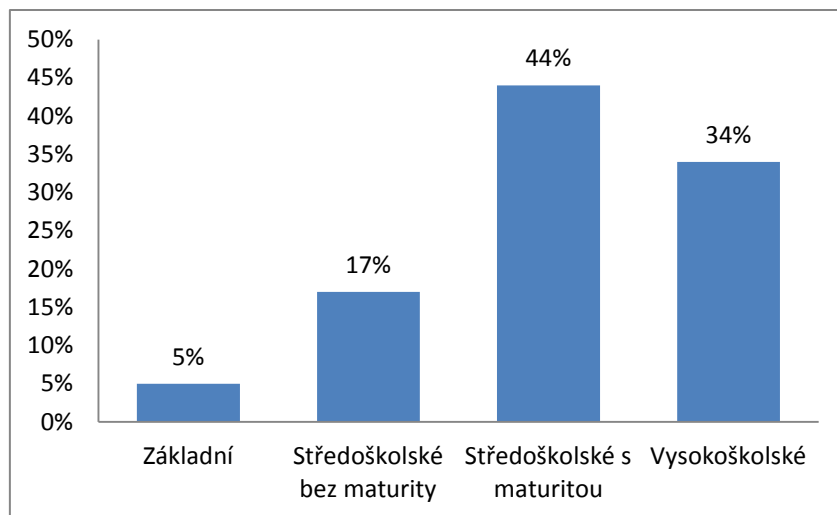
Obrázek 9. Struktura respondentů dle pohlaví (n=331)

Nejpočetnější skupinou je skupina respondentů ve věku 55 – 64 let (47 %), druhou nejvíce početnou skupinou byly senioři ve věku 65 – 74 let (40 %). 13% zastoupení patří nejméně početné skupině seniorů ve věku 75 a více let (viz obrázek 10).



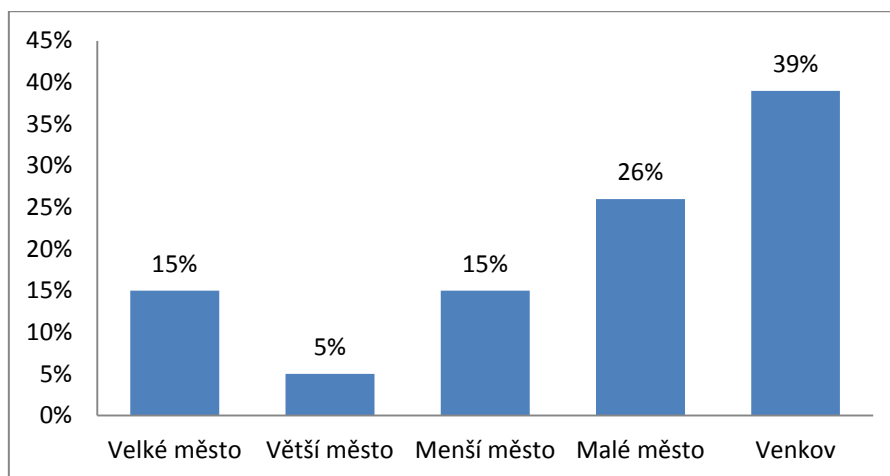
Obrázek 10. Struktura respondentů dle věkového složení (n=331)

Respondenty tvořili ze 41 % středoškoláci s maturitou, z 33 % vysokoškoláci, 16 % středoškoláci bez maturity a 10 % senioři se základním vzděláním.



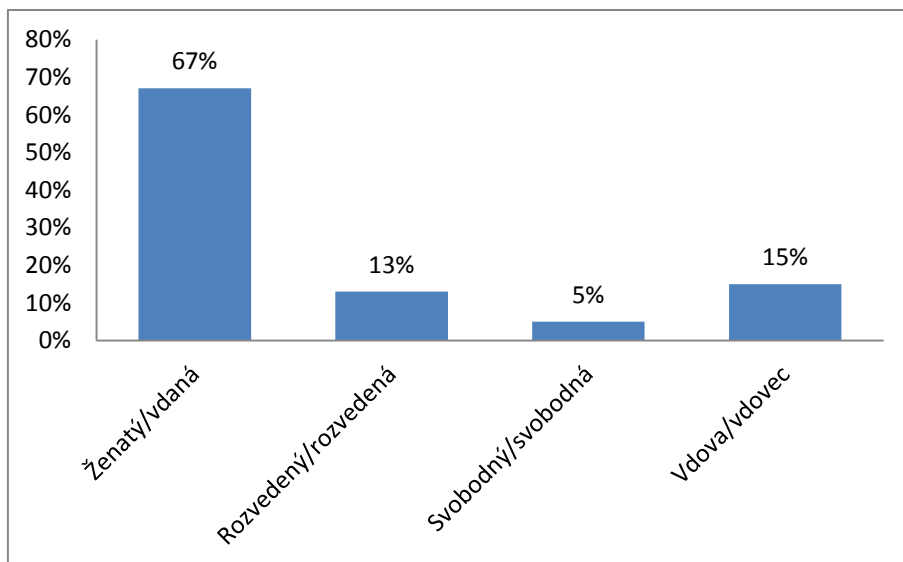
Obrázek 11. Struktura respondentů dle nejvyššího dosaženého vzdělání (n=331)

Následující graf popisuje četnost respondentů žijících ve velkém městě (15 %), ve větším městě (5 %), v menším městě (15 %), v malém městě (26 %) a na venkově (39 %).



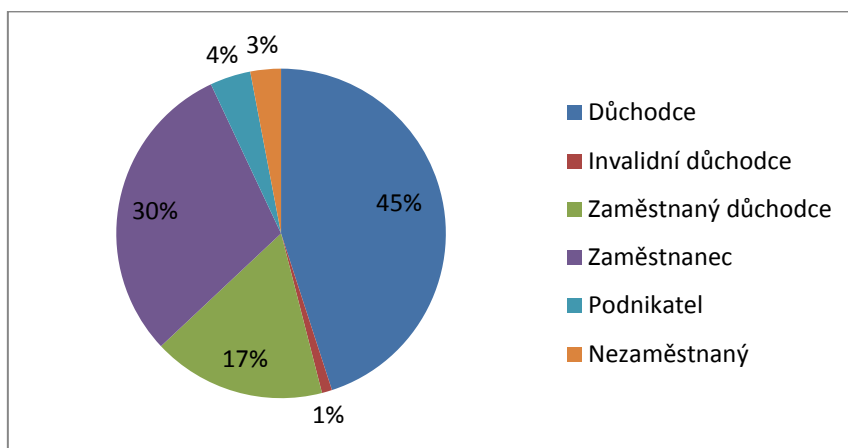
Obrázek 12. Struktura respondentů dle trvalého bydliště (n=331)

Většina (67 %) respondentů žije v manželském svazku a 15 % je ovdovělých. Rozvedených je 13 % a svobodných pak 5 % respondentů.



Obrázek 13. Struktura respondentů dle rodinného stavu (n=331)

Nejvíce respondentů je v důchodu (45 %), druhá nejvíce početná skupina je zaměstnaná (30 %), zaměstnaných důchodců bylo 17 %, podnikatelů 4 %. Nezaměstnaných byly 3 % a respondentů v invalidním důchodu pak 1 % z dotazovaných.

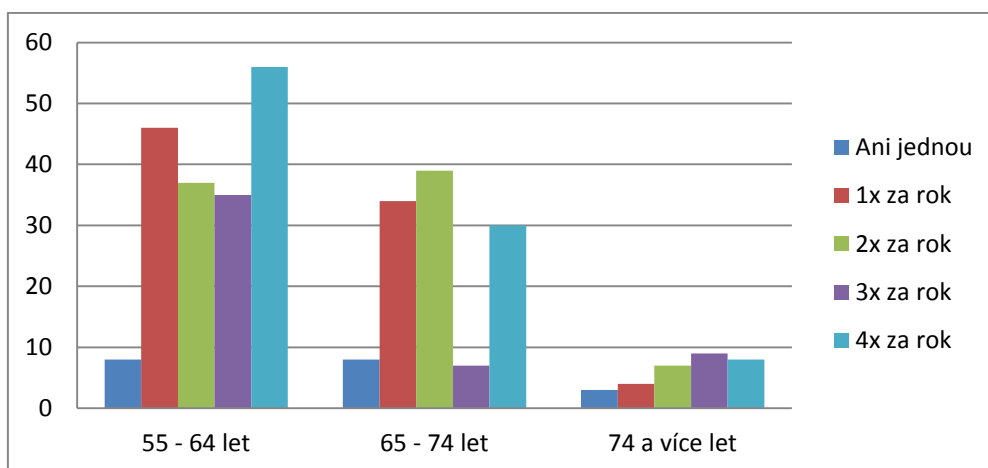


Obrázek 14. Struktura respondentů dle zaměstnání (n=331)

5. VÝSLEDKY

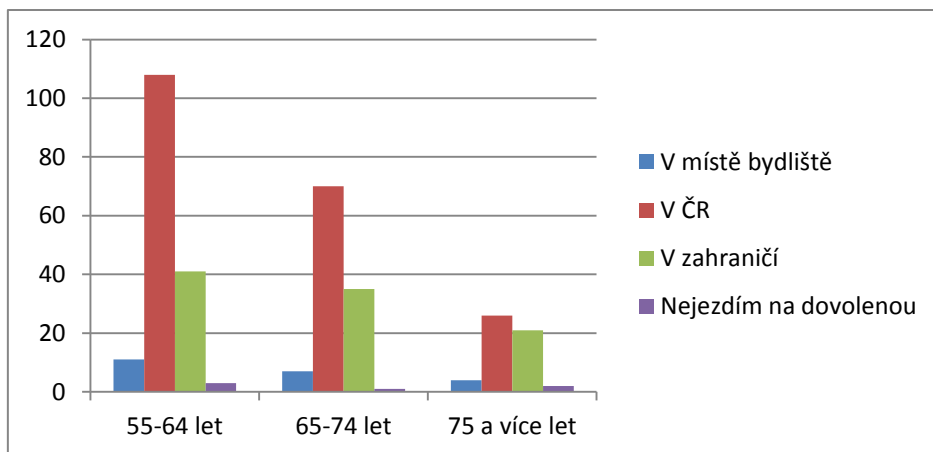
Tato kapitola prezentuje výsledky dotazníkového šetření. Týká se motivů seniorů k cestování, zájmu seniorů na účasti na dobrodružném cestovním ruchu a subjektivně vnímaných bariér, které jim v cestování brání.

Dle zodpovězených otázek vyplynulo, že 29 % seniorů bylo v posledním roce na dovolené (pokud za dovolenou považujeme cestu do místa mimo trvalé bydliště s minimálně jedním přespáním) až 4x za poslední rok, 27 % pak 2x za poslední rok. Dalších 20 % seniorů jelo na dovolenou jen jednou za rok a 17 % seniorů pak jelo v posledním roce na dovolenou 3x. Na dovolenou nejelo v posledním roce 7 % z celkového počtu respondentů.



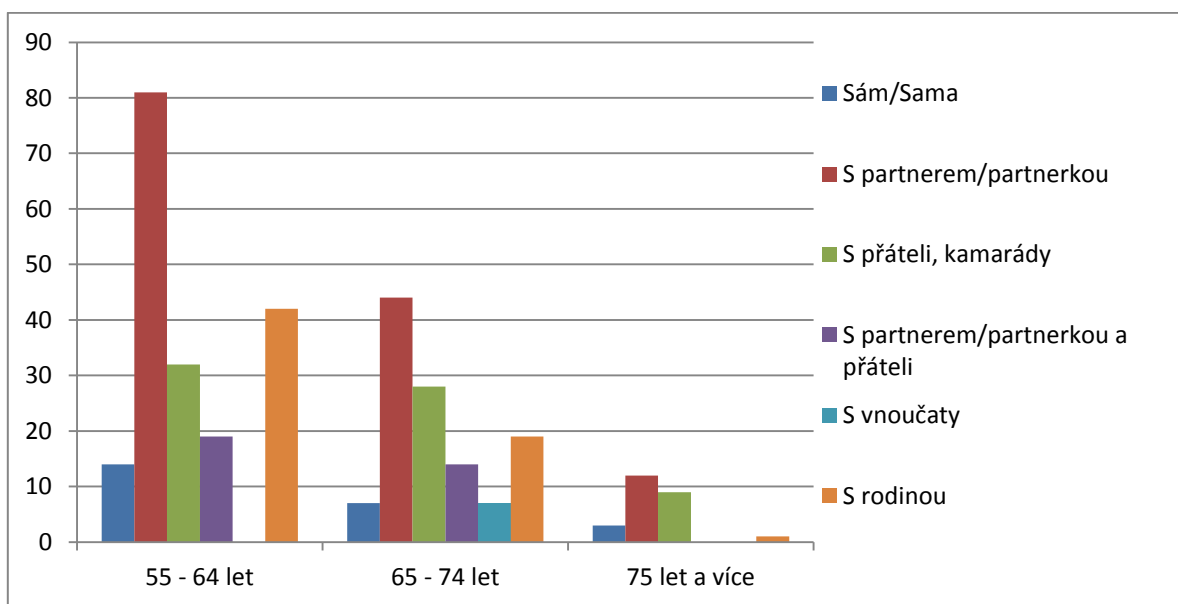
Obrázek 15. Počet dovolených uskutečněných respondenty v posledním roce dle věku (n=331)

Respondenti ve věku 55-64 let a 65 – 74 let nejčastěji tráví svou dovolenou v různých oblastech České Republiky (62 %), druhá nejčastěji zvolená varianta dovolené byla dovolená v zahraničí (31 %). Respondentů, kteří tráví svou dovolenou doma, bylo 5 % a respondentů, kteří nejedí na dovolenou pak 2 %.



Obrázek 16. Místa (lokality) trávení dovolené respondentů dle věku (n=331)

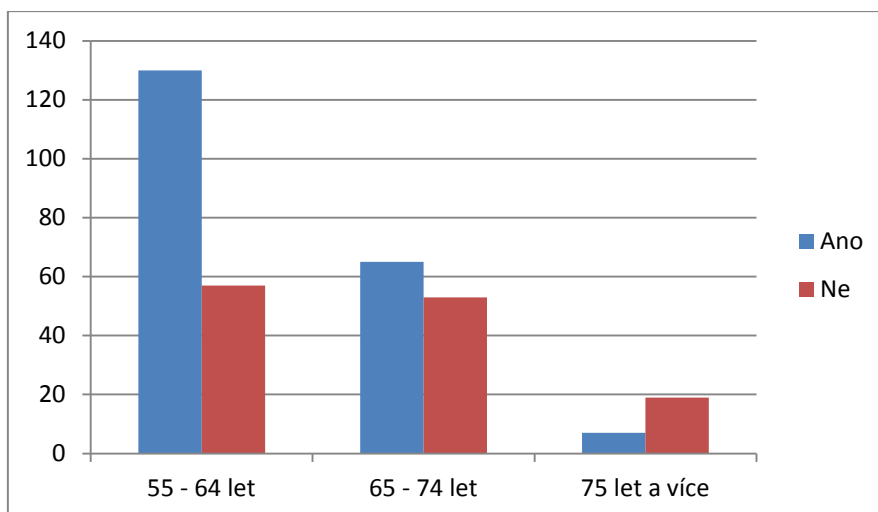
Respondenti v prvních dvou věkových skupinách cestují nejčastěji se svým partnerem/partnerkou (42 %). Respondenti ve věku 55-64 let pak nejčastěji cestují s rodinou a na třetím místě je pro ně cestování s přáteli. Zatímco senioři ve věku 65 – 74 let cestují více s přáteli a kamarády a cestování s rodinou je až na zmíněném třetím místě. Senioři v poslední věkové skupině (75 a více let) cestují také nejčastěji s partnerem/partnerkou, dále s přáteli a někteří cestují i sami.



Obrázek 17. Nejčastější spolucestující respondentů dle věku (n=331)

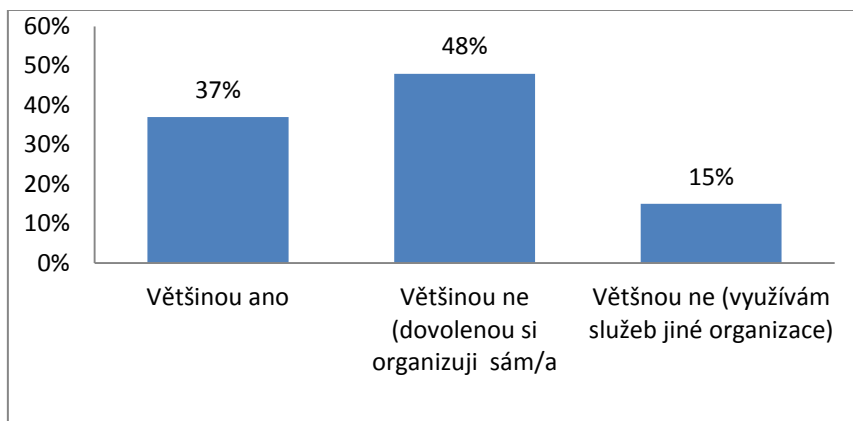
Ze všech respondentů jelo v posledních 2 letech 61 % do zahraničí a 39 % se v tomto období do ciziny nepodívalo. Nejčastěji do ciziny jezdí skupina seniorů mezi 55-64 roky života. Senioři ve věku 65 – 74 let cestují do zahraničí stejně, jako po České Republice,

zatímco skupina seniorů ve věku 75 a více let se v posledních dvou letech zdržuje spíše v České Republice.

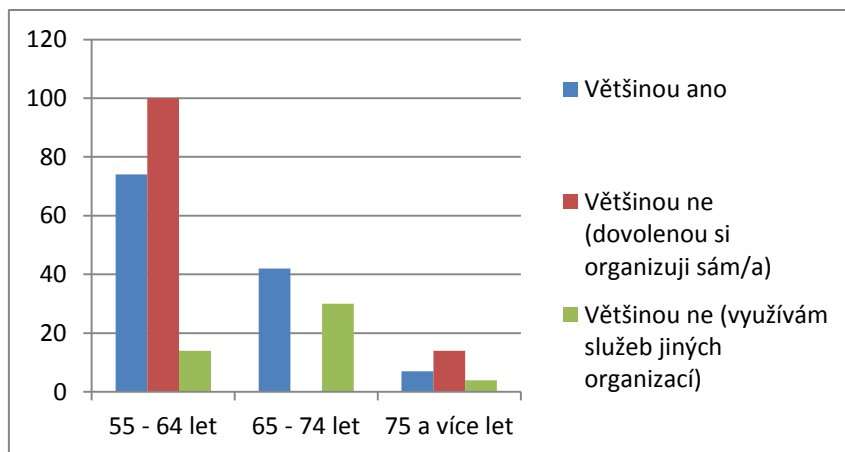


Obrázek 18. Cesty seniorů do zahraničí v posledních 2 letech dle věku respondentů (n=331)

Z celkového počtu seniorů si 48 % zařizuje a organizuje dovolenou samo, 37 % pak využívá služeb cestovních kanceláří a agentur a 15 % využívá služeb jiných organizací (turistické kluby apod.) Služeb těchto organizací využívá především segment seniorů ve věku 65 – 74 let avšak stejně jako mladší senioři (55-64 let) a senioři nad 75 let si dovolenou nejčastěji organizují sami – viz obrázek 20.

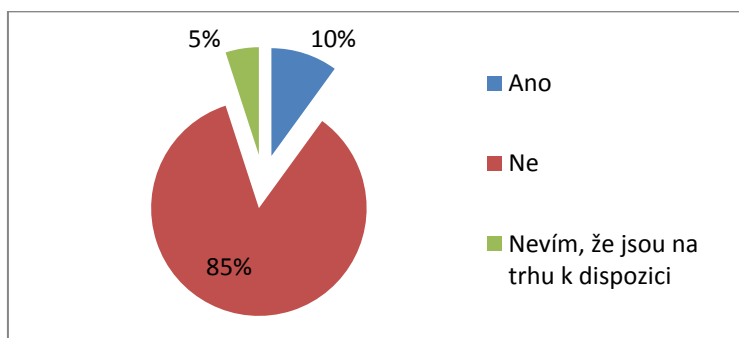


Obrázek 19. Využití CK a CA při organizaci dovolené (n=331)



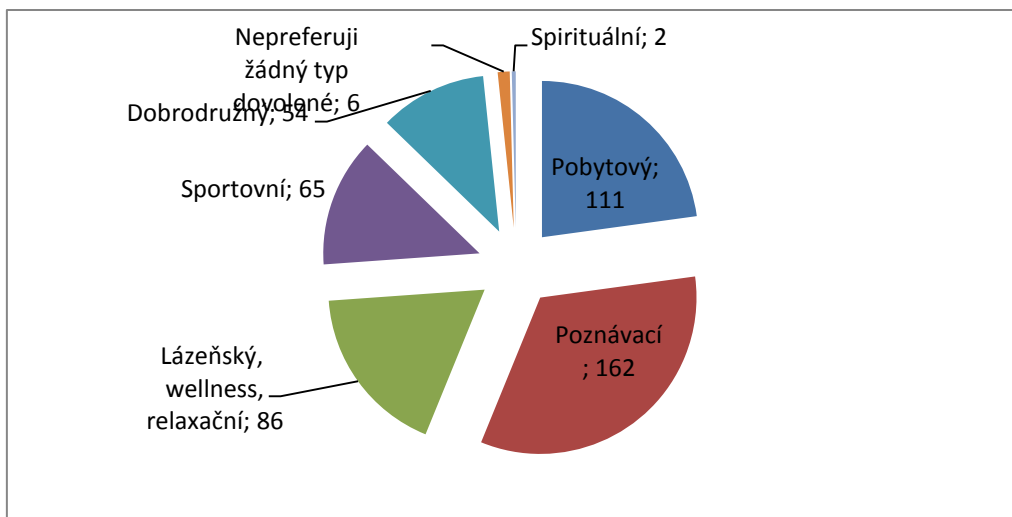
Obrázek 20. Využití CK a CA při organizaci dovolené dle věku respondentů (n=331)

Většina respondentů (85 %) uvedla, že nevyužívá produkty cestovního ruchu, které jsou speciálně určeny seniorům (např. senior wellness pobyty aj.). 10 % respondentů uvedlo, že tyto produkty opravdu využívá, 5 % respondentů uvedlo, že o těchto produktech neví, že jsou na trhu k dispozici – viz obrázek 21.



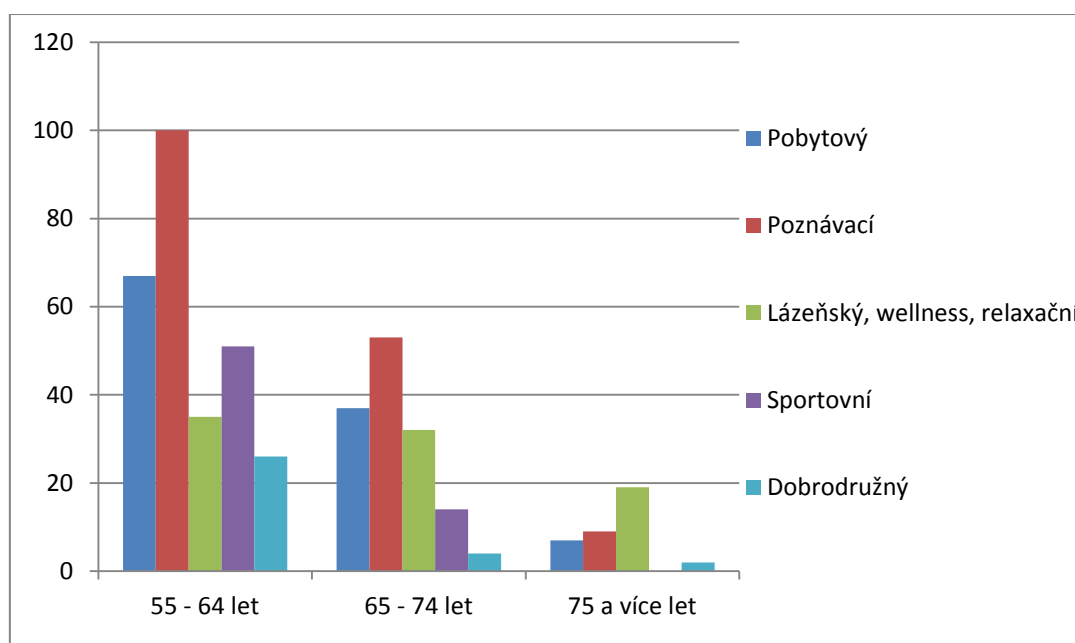
Obrázek 21. Užití produktů cestovního ruchu speciálně určených pro seniory (n=331)

Jak je vidět z obrázku 15, celkově nejvíce preferovaný typ cestovního ruchu respondentů je poznávací cestovní ruch. Druhá nejčastěji volená možnost byla pobytová forma cestovního ruchu, třetí a čtvrtá nejčastěji volená forma cestovního ruchu byla lázeňská, wellness či relaxační forma a dále sportovní typ cestovního ruchu. Další často volenou možností byla dobrodružná forma cestovního ruchu. Spirituální formu volili pouze dva respondenti a dalších šest respondentů odpovědělo, že nepreferují žádný typ dovolené. Na otázku preferovaného typu cestovního ruchu bylo možné zvolit maximálně 2 odpovědi.



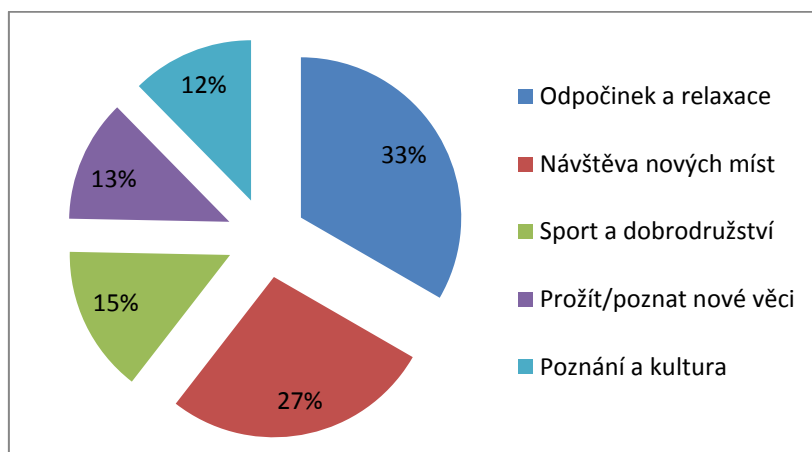
Obrázek 22. Preferovaný typ cestovního ruchu respondentů (n=331)

Pokud se podíváme na obrázek 23, můžeme vidět, že první dvě věkové skupiny seniorů preferují především formu poznávacího a pobytového cestovního ruchu. Mladší senioři (55 – 64 let) pak volili sportovní formu cestovního ruchu, zatímco senioři ve věku 65 – 74 let dále preferují lázeňský či relaxační cestovní ruch. Skupina seniorů ve věku 75 a více let preferuje nejvíce lázeňský cestovní ruch, dále pak poznávací. Pokud se podíváme na dobrodružný cestovní ruch, vidíme, že nejvíce mají zájem o dobrodružný cestovní ruch mladší senioři a zájem pak se zvyšujícím věkem klesá. Podobná situace je patrná také u sportovního cestovního ruchu.



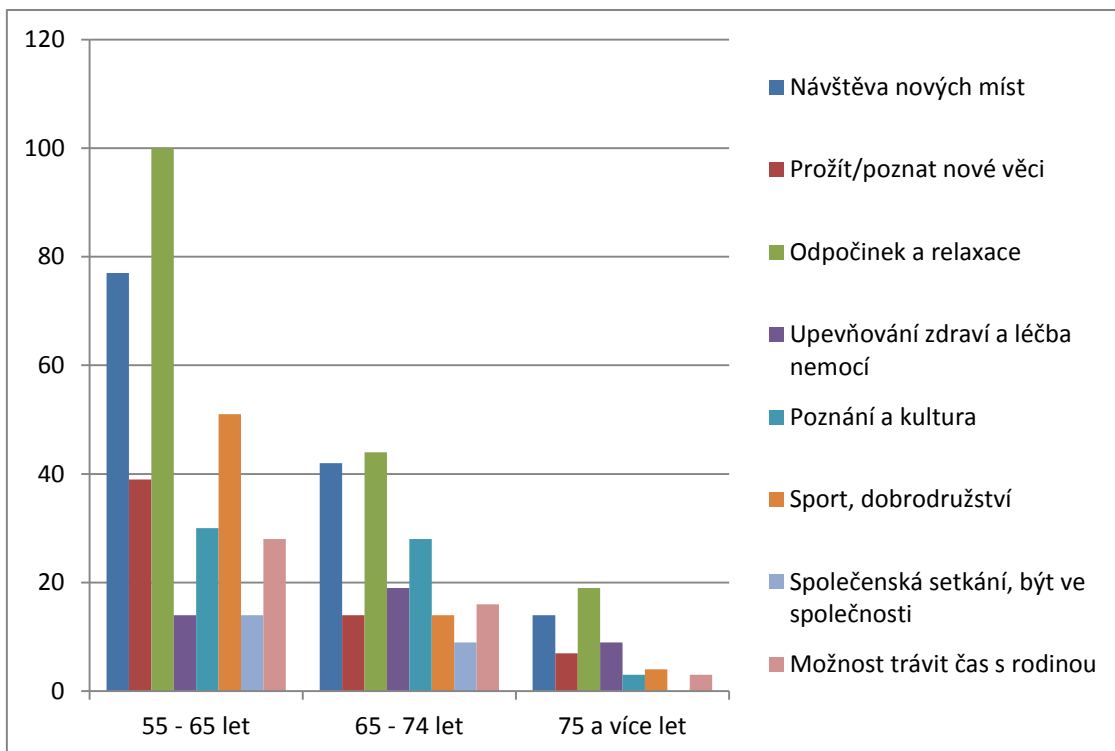
Obrázek 23. Preferovaný typ cestovního ruchu podle věku respondentů (n=331)

Obrázek 24 prezentuje 6 nejčastějších odpovědí respondentů na otázku motivů k cestování. Respondenti měli možnost vybrat maximálně 3 odpovědi. Nejčastějším motivem k cestování respondentů je odpočinek a relaxace, dále návštěva nových míst a sport a dobrodružství. Mezi časté odpovědi také patřily motivy poznání, kultury, prožití a poznání nových věcí.



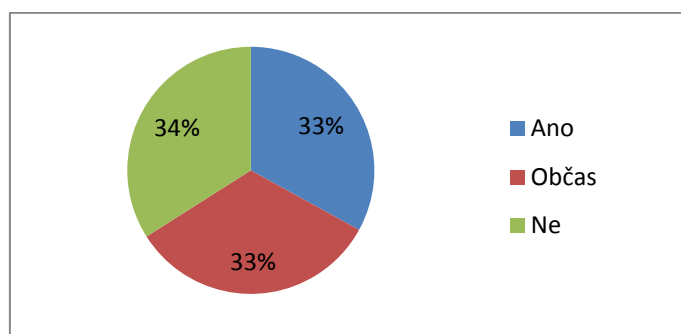
Obrázek 24. Motivy k cestování respondentů (n=331)

Obrázek 25 zobrazuje motivy cestování respondentů dle věku. Již z předchozího obrázku (obrázek 24) je patrné, že odpočinek a relaxace je hlavním motivem k cestování respondentů a to ze všech tří věkových skupin. Dalšími motivy mladších a středních seniorů jsou návštěva nových míst, poznání (prožití) nových věcí a také sport a dobrodružství (mladší seniori). Motivy středních seniorů je poznání a kultura a dále sport. Motivy seniorů ve věku 75 a více let jsou podobné jako u předchozích dvou skupin – kromě odpočinku, návštěv nových míst se objevují i cesty motivované upevněním zdraví a léčbou nemocí.



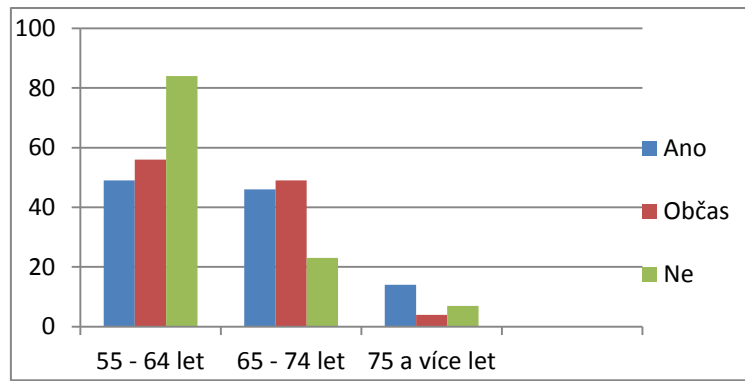
Obrázek 25. Motiv cestování respondentů dle věku (n=331)

Při zhlédnutí obrázku 26 můžeme usoudit, že zdravotní stav neovlivňuje výběr dovolené u třetiny respondentů, druhá třetina respondentů připustila, že zdravotní stav opravdu ovlivňuje jejich výběr typu dovolené a třetí třetinu zdravotní stav ve výběru dovolené ovlivňuje jen občas.



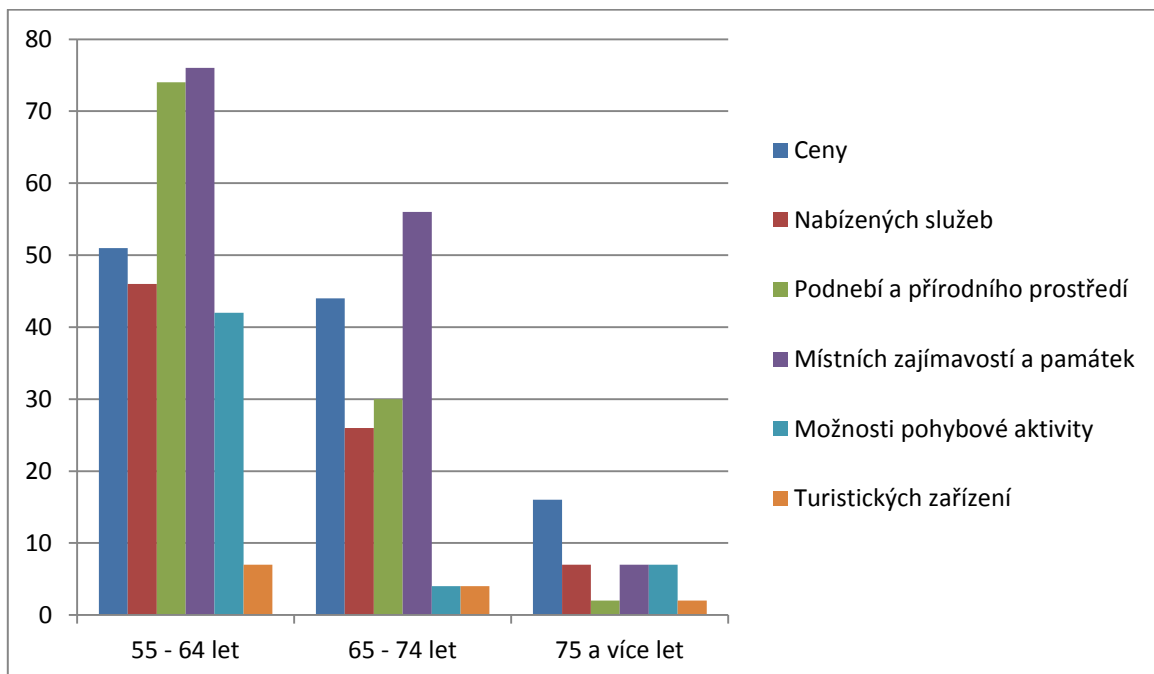
Obrázek 26. Vliv zdravotního stavu na výběr dovolené (n=331)

Obrázek 27 prezentuje, jaký vliv má zdravotní stav na výběr dovolené u jednotlivých věkových skupin respondentů. Je zjevné, že vliv zdravotního stavu na výběr dovolené s věkem stoupá, neboť vidíme, že mladé seniory ve výběru dovolené zdravotní stav tolik neovlivní jako seniory v dalších dvou věkových kategoriích.



Obrázek 27. Vliv zdravotního stavu na výběr dovolené dle věku respondentů (n=331)

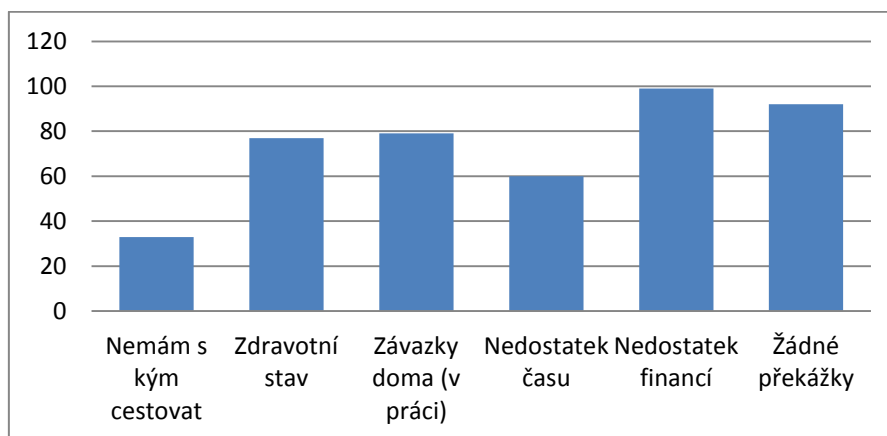
Mladší senioři (55 – 64 let) regulují výběr destinace především dle zajímavostí a památek dané destinace, dále dle podnebí a přírodního prostředí, ceny a nabízených služeb. Senioři ve věku 65 – 74 let vybírají destinaci také podle místních zajímavostí a památek, ceny, podnebí a nabízených služeb. Starší senioři se při výběru destinace především dívají na cenu, dále pak na nabízené služby, místní zajímavosti a památky, nabízené služby a možnosti pohybové aktivity. Výběr destinace podle možnosti a dostupnosti pohybové aktivity je u všech věkových skupin až pátém místě. Na otázku ohledně determinant výběru destinace bylo možné zvolit maximálně 2 odpovědi.



Obrázek 28. Determinanty výběru destinace dle věku respondentů

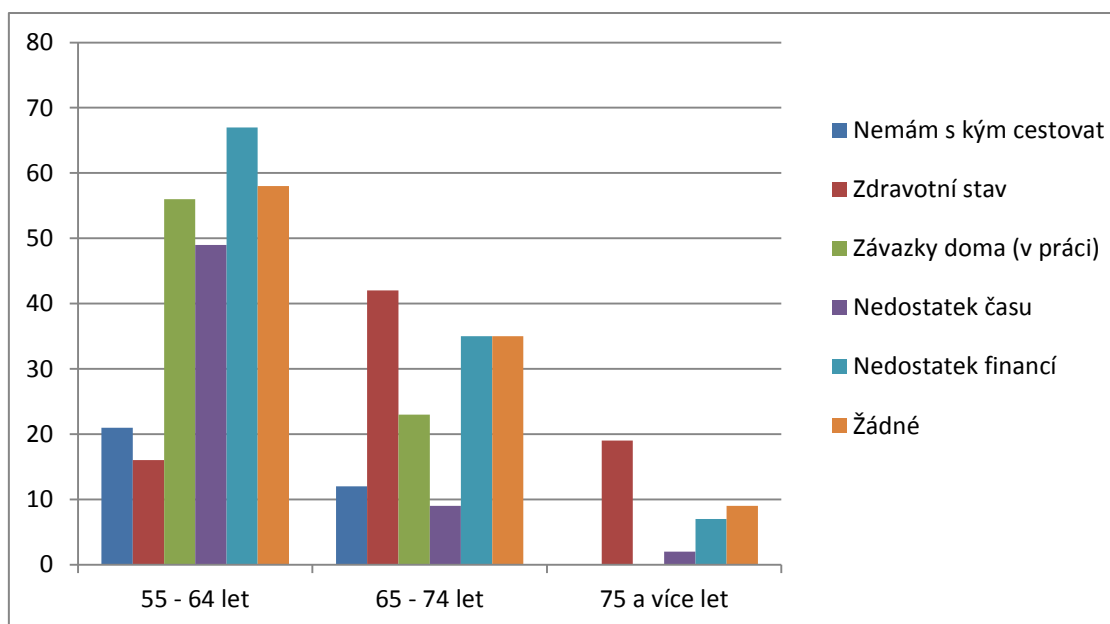
Obrázek 29 popisuje (z důvodu přehlednosti) šest hlavních a nejčastějších překážek respondentů v účasti na cestovním ruchu. Na otázku vnímaných překážek v účasti na

cestování bylo možné zvolit maximálně 3 odpovědi. Pokud se podíváme na segment respondentů obecně, můžeme říct, že mezi hlavní překážkou v cestování je nedostatek financí, druhá nejčastější odpověď byla, že žádné překážky v účasti na cestovním ruchu nemají či nepocítují. Dále respondenti uvedli, že bariérou v cestování jsou jejich závazky doma či v práci nebo jejich zdravotní stav (viz obrázek 29).



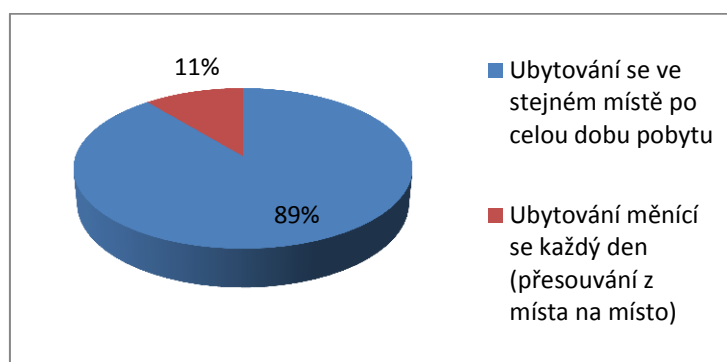
Obrázek 29. Hlavní a nejčastější překážky v cestování respondentů (n=331)

Mezi hlavní překážky v cestování mladších seniorů (55 – 64 let) patří především nedostatek financí, dále mnozí uvedli, že žádné překážky v účasti na cestování necítí či nemají. Jako další bariéra byly uvedeny závazky doma (v práci), od kterých nemohou odjet a nedostatek času. Střední senioři (65 – 74 let) uvedli, že největší překážkou v cestování je jejich zdravotní stav, nedostatek financí, případně žádné překážky v účasti na cestovním ruchu nepocítují. Starší senioři (75 a více let) stejně jako střední senioři uvedli, že překážkou v cestování je především jejich zdravotní stav a nedostatek financí, případně žádné překážky v účasti na cestování nepocítují (viz obrázek 30).



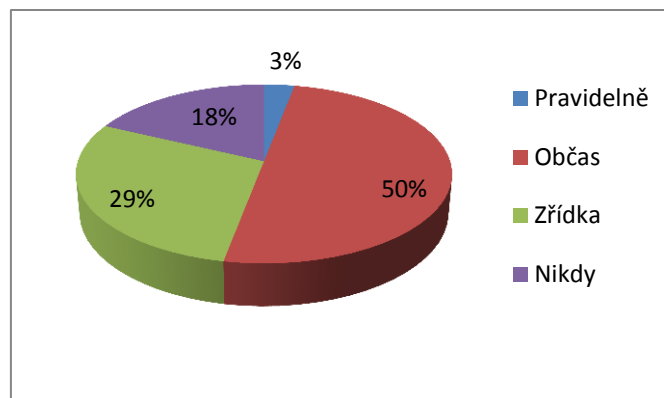
Obrázek 30. Hlavní a nejčastější překážky v cestování respondentů dle věku (n=331)

Většina respondentů (89 %) preferuje ubytování ve stejném místě po celou dobu dovolené. Zatímco jen 11 % respondentů preferuje ubytování, které se mění – tedy (každodenní či obdenní) přesouvání se z místa na místo. Např. cyklodovolená – turista se nevrací zpět do výchozího bodu, ale je ubytován v místě, kam během uplynulého dne dojel.



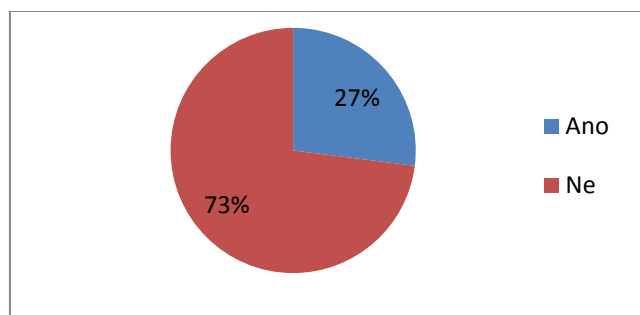
Obrázek 31. Preference ubytování respondentů (n=331)

Polovina respondentů občas využívá mimosezónní pobyty a slevové akce, 29 % pak využívá těchto akcí a slev zřídka a 18 % dokonce nikdy nevyužilo a nevyužívá mimosezónních pobytů a slevových akcí. Pouhé 3 % respondentů využívají pravidelně výše zmíněné akce a slevy.



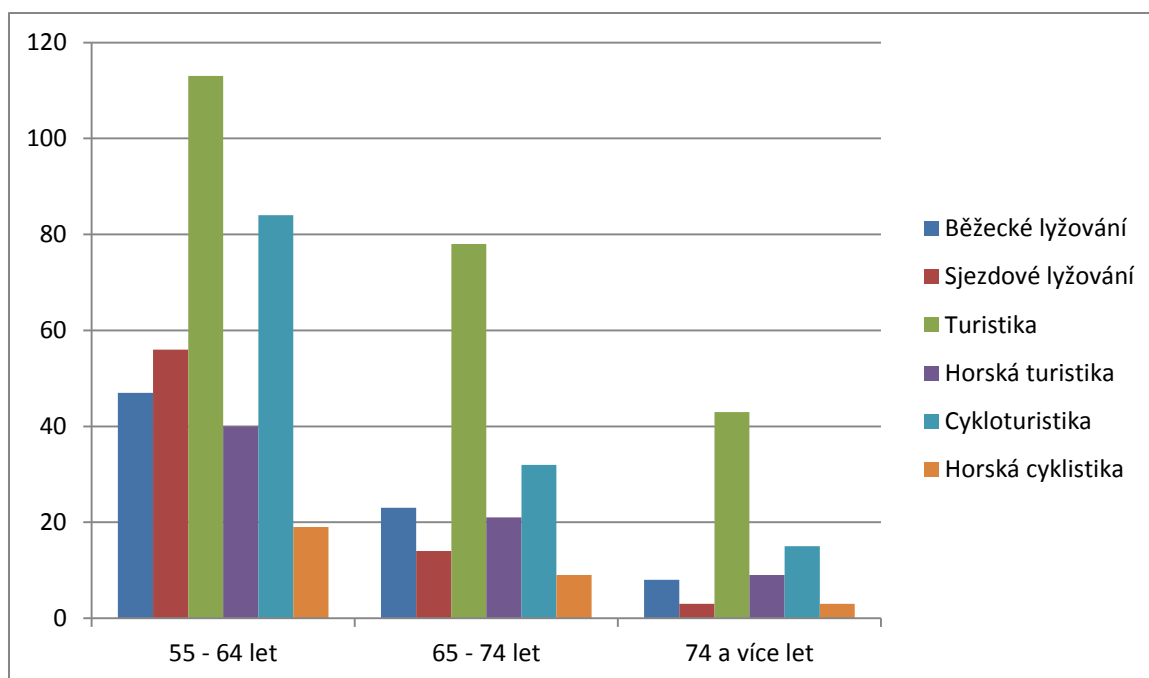
Obrázek 32. Využívání mimosezónních pobytů a slevových akcí respondenty (n=331)

Více jak polovina respondentů (73 %) vyhledává pobytové vouchery na slevových portálech, 27 % respondentů tyto vouchery na slevových portálech nevyhledává.



Obrázek 33. Vyhledávání pobytových voucherů na slevových portálech respondenty (n=331)

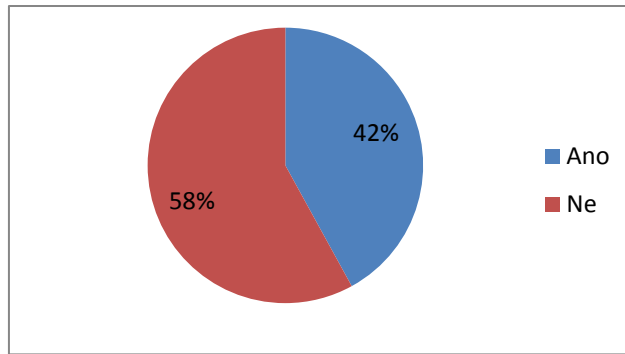
Obrázek 34 prezentuje odpovědi respondentů, které se týkají jejich účasti na některých z dobrodružných aktivit (cest) za poslední 2 roky. Pro tuto otázku bylo možné vybrat jakýkoliv počet možností odpovědí. Do obrázku 34 bylo zahrnuto 6 (z 21) nejvíce provozovaných dobrodružných aktivit, kterých se v posledních 2 letech respondenti zúčastnili. Z tohoto obrázku tedy vyplývá, že všechny tři věkové skupiny seniorů provozují v posledních 2 letech nejvíce turistiku a cykloturistiku. Respondenti ve věku mladších seniorů (55 – 64 let) dále preferují především sjezdové lyžování, běžecké lyžování a horskou turistiku. Senioři ve věku 65 – 74 let vedle již zmíněné turistiky a cykloturistiky preferují běžecké lyžování a horskou turistiku. Starší senioři (75 a více let) preferují spíše horskou turistiku a dále běžecké lyžování.



Obrázek 34. Zkušenosti respondentů s dobrodružnými aktivitami dle věku respondentů (n=331)

K otázce o účasti respondentů na některých dobrodružných aktivitách (cestování) byla také možnost odpovědět, že se respondent zúčastnil některých z uvedených aktivit, ale ne v posledních dvou letech (tedy v delším časovém horizontu). Tuto možnost zvolilo 27 respondentů, kteří dále uvedli, že se zúčastnili letů balonem, turistiky, horské turistiky, cykloturistiky, jízdy na koních, sjezdového lyžování, lezectví a vodní turistiky. Byla zde i možnost zaškrtnout políčko „Nezúčastnil/a jsem se žádné uvedené dobrodružné aktivity“, tuto variantu zvolilo 5 respondentů.

Nadpoloviční většina respondentů – konkrétně 58 % neměla zájem o zkoušku některého z výše uvedených aktivit v obrázku 34. Zbýlých 42 % respondentů vyjádřilo svůj zájem o poznání a zkoušku některých z výše uvedených aktivit. Těmito aktivitami byly především: let balonem, běžkové lyžování, horská turistika, cykloturistika, jízda na čtyřkolkách, vodní turistika, expediční plavby, potápění a jízda v motorových lodích/člunech. Nejčastější odpovědí na otázku, co respondentům brání v realizaci těchto aktivit, které by chtěli vyzkoušet, bylo: zdraví/zdravotní stav, absence spolucestujícího či nedostatek času.



Obrázek 35. Zájem respondentů o poznání dobrodružných aktivit (n=331)

Poslední otázka dotazníku zněla: „Co si představíte pod pojmem 'Dobrodružný cestovní ruch'? Na tuto otázku většina respondentů odpověděla, že pod tímto pojmem si představují aktivity uvedené v otázce č. 21 (viz příloha 1). Dále respondenti uváděli, že pod tímto pojmem si představují: cestování bez cestovní kanceláře či jiného zajištění do exotických, neobydlených, méně přístupných a vzdálených míst planety (Indie, Nepál, apod.) a především cestování v přírodě, které je riskantní, akční, netradiční, neobvyklé a náročné, s erudovaným průvodcem, a které přináší překvapení, hazard se životem, napětí, adrenalin, pohybové a duševní uspokojení.

6. DISKUSE

Jelikož segment seniorů není homogenní, je nutné pro větší přehlednost rozdělit seniory do tří věkových skupin – na mladší (55 – 64 let), střední (65 – 74 let) a starší seniory (75 a více let). V následujících odstavcích tedy budou diskutovány jednotlivé věkové skupiny seniorů.

Na výzkumu se podílely více ženy, než muži a to především z kategorie mladších a středních seniorů, z nichž nadpoloviční většina byla v manželském svazku. Respondenti byli většinou důchodci, zaměstnaní či pracující důchodci, bydlící v malém městě či na venkově.

Je pravděpodobné, že právě rodinný stav měl silný vliv na výsledky otázky týkající se nejčastějších spolucestujících respondentů. Všechny tři skupiny seniorů nejčastěji uvedly, že cestují právě s partnerem. Mladší senioři dále uvedli, že cestují s rodinou – to pravděpodobně může být způsobeno tím, že potomci mladších seniorů právě dokončují profesní přípravu, opouští svůj domov a osamostatňují se, zakládají své rodiny, se kterými jezdí na dovolené a rodičům nabízejí dovolenou s nimi. Což je dobrý způsob trávení volného času prarodičů s vnoučaty a zároveň částečný odpočinek pro rodiče. Dle výzkumu autorů Sak & Kolesárové (2012), který zjišťoval kdo a v jaké frekvenci se vyskytuje v sociálním poli seniora, měly dominantní pozice děti a vnoučata. Je zajímavé, že střední a starší senioři po partnerech uvedli cestování s přáteli, neboť jsou již ve věku, kdy si chtějí odpočinout od práce a veškerých starostí všedního dne, kterými pro některé může být právě hlídání a péče o svá vnoučata. Potvrzuje se tak postupné uvolňování silných vazeb mezi dětmi, rodiči a prarodiči.

Všechny tři skupiny seniorů při svých dovolených cestují především v rámci České republiky, ačkoli mladší i střední senioři uvedli, že v posledních dvou letech byli alespoň jednou na dovolené v zahraničí. Dovolenu si respondenti ve všech třech věkových kategoriích plánují převážně sami, tedy nevyužívají služeb cestovních agentur a kanceláří. Střední senioři také často uváděli, že poměrně pravidelně využívají služeb turistických klubů a jiných organizací – to je způsobeno výběrem distribuční cesty přes obory a pobočky KČT. Od toho se také dále odvíjí způsob odpovědí na otázku preferovaného typu dovolené. Podle Čertíka et al. (2001) mezi základní motivy seniorského cestovního ruchu patří poznávací a kulturně-vzdělávací důvody, často i proto, že vzdělání a poznávání bylo účastníkům v mladém věku odepřeno. Četíkovo et al. (2001) tvrzení se v této pilotní studii potvrdilo - první dvě věkové kategorie respondentů preferují především poznávací cestovní ruch obvykle

realizovaný jako autokarový zájezd a dále pobytový cestovní ruch. Mladší senioři dále preferují sportovní cestovní ruch a to především formou pěší turistiky, tyto výsledky úzce souvisí s motivem jejich cest – odpočinek a relaxace a návštěva nových míst. Střední senioři dále uvedli také lázeňský cestovní ruch – jejich nejčastěji uváděným motivem byl stejně jako u mladších seniorů - odpočinek a relaxace a návštěva nových míst. Starší senioři za motiv cestování nejčastěji uvedli odpočinek a relaxaci, návštěvu nových míst a upevňování zdraví a léčbu nemocí – proto byl na otázku preferované formy cestovního ruchu nejčastěji volenou odpovědí lázeňský cestovní provozovaný za účelem preventivní nebo regenerační lázeňské léčby a až druhá nejčastější odpověď byl poznávací cestovní ruch. To koresponduje se studií Chen a Shoemaker (2014), kteří uvedli, že hlavním motivem pro cestování seniorů je především odpočinek a relaxace. Většina respondentů (89 %) uvedla, že preferují strávit na jednom místě více než jednu noc, tedy se nepřesouvat každý den z místa na místo. Podle Gay (1999) je hlavním důvodem nepohodlí spojené s častým vybalováním a opětovným balením osobních zavazadel. Častá frekvence změny místa může způsobovat přílišnou únavu, stres a tím přispívat ke vzniku nemocí.

Výběr dovolené a cílové destinace může u seniorů ovlivňovat mnoho faktorů. Ve studii Chen a Shoemaker (2014) byl výběr destinace respondenty řízen především podle ceny. Respondenti této pilotní studie obecně uvedli, že nejvíce je při výběru cílové destinace ovlivňuje přítomnost zajímavostí a památek v destinaci, dále cena, podnebí a přírodní prostředí, nabízené služby a množnost pohybové aktivity v místě pobytu. Konkrétněji - výběr mladších seniorů ovlivňují zajímavosti, podnebí a cena. U středních seniorů jsou na prvním místě také místní zajímavosti, dále cena a podnebí. Podnebí, jako důležitý faktor je pravděpodobně často zmiňováno proto, že objevování nových míst, zajímavostí apod. je mnohem přívětivější za slunečného počasí, než za deště či tzv. šedé oblohy, která u starších lidí může způsobovat depresi (Hunter-Jones & Blackburn, 2007). Senioři preferují destinace, kde je teplo a slunečno, avšak nesmí ho být příliš, neboť velmi vysoké teploty mohou způsobovat (stejně jako neustálé cestování z místa na místo a přespávání na jiných místech) únavu a vyšší nemocnost, která má dále vliv na nálady v cestovním ruchu. U starších seniorů můžeme vidět rozdíl v tom, že o destinaci rozhoduje především cena, dále nabízené služby, možnosti pohybové aktivity a místní zajímavosti a památky. Větší ohled na cenu a nabízené služby může být způsoben tím, že lidé v tomto věku již často žijí sami (jsou ovdovělí) a tak nemají mnoho finančních prostředků, neboť je rozdíl žít z jedné či ze dvou penzí (viz kapitola 2.3.5). Braný ohled na nabízené služby pak značí potřebu seniorů po specifických službách

v rámci ubytování, stravování apod. (viz kapitola 2.3.4). Mimo hlavní sezónu je nejen mírnější (tedy pro seniory příznivější) počasí, ale také jsou nízké jak ceny služeb, tak i ostatní ceny v destinacích. Tyto slevy umožňují starším cestujícím, aby se zúčastnili dovolené hned několikrát ročně (viz obrázek 15). V tomto období se objevují mimosezónní balíčky, mimosezónní slevy, slevy pro seniory a to jak v cestovních kancelářích, tak i u ostatních dodavatelů služeb (u leteckých společností, hotelů, apod.). Slevy na zboží a služby, které jsou určeny pro seniory v tuzemsku i v zahraničních destinacích zvyšují atraktivitu cestování (Schröder & Widmann, 2007). Tyto slevy a akce mohou být zajímavé pro turisty, pro které je cena produktu rozhodující – mezi něž, vzhledem k výše zmíněným výsledkům výzkumu, patří i senioři. Výzkum prokázal, že skoro 50 % respondentů občasně využívá těchto mimosezónních slev. Slevy jsou při rozhodování o nákupu specifickou kategorií a často jen symbolická sleva je pro zákazníky důvodem k nákupu. Slevy se staly součástí myšlení zákazníků při výběru produktu (Horner & Swarbrooke, 2003). I přes občasný zájem respondentů o mimosezónní slevy a pobyty, je zajímavé, že více jak polovina (skoro 73 %) uvedla, že nevyhledávají slevové vouchery na slevových portálech, což ale může být způsobeno tím, že dnešní generace seniorů ještě stále neovládá všechny možnosti internetu, případně nedůvěřivostí vůči nabídkám a slevám na internetu.

Pro některé seniory i cestovní kanceláře není věk rozhodujícím faktorem, rozhodující je stupeň zdravotní, a zdravotní stav. Starší lidé musejí být připraveni na případné zdravotní potíže, neboť dle Hunter - Jones a Blackburn (2007) přes 60 % seniorů do 75 let věku a 72 % seniorů nad 75 let vykazuje problémy s dlouhodobými nemocemi. A proto nikdy nevyjíždějí za hranice státu bez dostatečné zdravotní podpory (Schindler 2005). Není tedy překvapením, že mladší senioři uvedli, že jejich zdravotní stav neovlivňuje výběr dovolené, neboť prozatím jejich případné zdravotní potíže (tělesná pohyblivost, apod.) nejsou tak závažné či dlouhodobé jako u středních či starších seniorů. Střední senioři uvedli, že zdravotní stav občas ovlivňuje jejich výběr dovolené, a když se dále zaměříme na starší seniory – z jejich odpovědí lze vyvodit závěr, že jejich zdravotní stav ovlivňuje výběr jejich dovolené. Můžeme tedy vidět postupnou časovou (věkovou) proměnu priorit v závislosti na zdravotním stavu jedince. Pokud vezmeme zdravotní stav z pohledu poskytovatelů dobrodružných dovolených a služeb je nutné dle Carter (2000) podotknout, že někteří tour operátoři vyžadují lékařské potvrzení o tom, zda člověk může dobrodružný cestovní ruch, který obsahuje jistou dávku rizika (stresu), absolvovat. To vede k vnímaným bariérám, tedy překážkám, které brání seniorům účastnit se cestovního ruchu. Chen a Shoemaker (2014) uvádějí za největší bariéry v účasti na cestovním

ruchu zdraví, nedostatek času a peněz. V této pilotní studii senioři obecně uvedli, že jim žádné překážky v účasti na cestovním ruchu nebrání, a když už se nějaké překážky objeví, jde spíše o nedostatek financí, závazky doma či v práci a zdravotní stav, což se mírně může blížit výsledkům Chen a Shoemakera (2014). Pokud se podíváme na vnímané bariéry v cestování u mladších seniorů, těm v účasti na cestovním ruchu chybí nejčastěji finance či čas. Středním i starším seniorům brání v účasti na cestovním ruchu nejčastěji jejich zdravotní stav (který se postupem času může negativně měnit) případně finanční stránka cestovního ruchu.

Je zajímavé, že stále narůstají turisté dobrodružného cestovního ruchu ve věku 50 – 60 let. Dle Swarbrooke et al. (2003) po 60 letech věku počet turistů dobrodružného cestovního ruchu klesá až o polovinu, neboť se na trhu produkty pro ně nevyskytují. Pozoruhodné je, že většina (58 %) respondentů uvedla, že by nechtěla vyzkoušet některou z aktivit uvedených v otázce č. 21, avšak více jak polovina provozuje, či provozovala některé z uvedených aktivit. Respondenti všech věkových kategorií uvedli, že v posledních 2 letech provozovali především turistiku a cykloturistiku. Je to pravděpodobně tím, že se jednalo o záměrný výběr seniorů, kteří jsou členy Klubu českých turistů a dalších turistických klubů a organizací. Dalším důvodem může být i fakt, že turistika, pokud turista nechce, v podstatě neklade vysoké nároky na fyzickou zdatnost (turistika po rovinných terénech), odbornou pomoc, finance či vybavení a znalosti. Turistika ve své lehké formě může být brána za „lehou“ (soft) formu dobrodružství, pokud ji ale přeneseme do nebezpečnějšího prostředí skal a hor, nepříznivého podnebí apod. stává se tak turistika tvrdou „hard“ formou dobrodružného cestovního ruchu. Dále je nutné podotknout, že dobrodružství není spojeno s přenocováním, neboť jednodenní návštěva lezecké stěny může být považována taktéž za dobrodružství a tedy za součást dobrodružného cestovního ruchu. Dle výše zmíněných odpovědí je tedy možné, že se mnoho lidí zúčastňuje dobrodružného cestovního ruchu, ačkoli o tom ani sami nevědí. Druhou možností je, že sportovní aktivity, které provozují a daly by se klasifikovat jako dobrodružné, za dobrodružné často nepokládají. To může být spojeno s nedostatečným chápáním obsahu dobrodružného cestovního ruchu, ale může to být také způsobeno rozsáhlými zkušenostmi a odbornými znalostmi respondentů a nízkým rizikem či výzvou. Tedy aktivita se jim nejeví jako dostatečně riziková, výzvoivá či vzrušující a dobrodružná, tedy nedostávají se při aktivitě do stavu flow, ale přetrvávají ve stavu nudy (viz Flow model).

Zájem o tyto dvě aktivity značí, že by se cestovní kanceláře a poskytovatelé služeb v cestovním ruchu měli zaměřit právě na nabídku služeb a produktových balíčků, které uspokojí tyto potřeby po pohybu seniorů (např. množnost zapůjčení kol, trekkingových holí,

apod.). Dále by nabídka provozovatelů dobrodružných aktivit a zprostředkovatelů dobrodružného cestovního ruchu by měla brát zřetel na bariéry, které brání seniorů v účasti na dobrodružném cestovním ruchu, zřetel s cílem eliminovat tyto překážky a uspokojit co nejkvalitněji potřeby seniorů (např. nalézt takové způsoby provozování dobrodružných aktivit, aby byly dostupné širokým vrstvám seniorů s různými zdravotními omezeními).

Limity studie

Hlaví limitou této pilotní studie byl výběr distribuční cesty. Distribuce dotazníků proběhla přes odbory a pobočky KČT, neboť právě KČT sdružuje aktivní jedince, kteří rádi a se zájmem cestují a mohou mít zálibu a přehled o různých formách cestovního ruchu včetně dobrodružného cestovního ruchu. A právě tímto výběrem distribuce – přes KČT - je způsobeno zkreslení v otázce využívání či nevyžívání služeb CK a CA, neboť všichni respondenti byli členy KČT, tedy využívali často služeb a zájezdů organizovaných KČT. Tato limita může být eliminována využitím jiných distribučních cest – např. CK, apod. Ovšem využití CK jako distribuční cesty může být na druhou stranu značně problematické vzhledem k časté neochotě CK a CA spolupracovat, zapojit se do výzkumů či poskytnout potřebná data.

7. ZÁVĚRY

Výsledky dotazníkového šetření ukázaly, že senioři cestují především za návštěvou a poznáním nových míst, odpočinkem, relaxací, kulturou, ale i za sportem (samozřejmě vše záleží na tom, v jakém stadiu seniorství se senior nachází - tedy zda je mladším, středním či starším seniorem). Oblíbenými a preferovanými formami cestovního ruchu seniorů jsou poznávací, pobytový, lázeňský a sportovní, jehož součástí je i dle některých autorů i dobrodružný cestovní ruch.

Výběr destinace je nejčastěji řízen přítomností zajímavostí a památek destinace, cenou a podnebím. Jsou to tedy tři nejdůležitější proměnné při výběru destinace tedy i turistických produktů pro seniory.

Respondenti uvedli, že mezi největší překážky, které jim brání v účasti na cestovním ruchu je nedostatek financí, závazky doma či v práci a zdravotní stav. Ovšem mnoho seniorů také uvedlo, že neexistují bariéry, které vnímají jako překážky v účasti na cestovním ruchu.

Nepotvrdily se předpoklady, že senioři budou mít intenzivní zájem o dobrodružný cestovní ruch. Více jak 50 % respondentů uvedlo, že nemá touhu či potřebu zkusit některou z dobrodružných aktivit uvedených v dotazníku v otázce 21 (viz příloha 1). Tedy senioři dle výzkumu nejeví intenzivní zájem o dobrodružný cestovní ruch jako takový, ale spíše o sportovní aktivity, které můžeme klasifikovat jako dobrodružné lehké či tvrdé. Na druhou stranu 42 % respondentů by rádo některé dobrodružné aktivity vyzkoušelo. Nejčastěji uváděné aktivity byly: let balonem, běžecké lyžování, horká turistika a cykloturistika. Avšak bariérami k jejich realizaci byly nejčastěji zdravotní stav, absence spolucestujícího a nedostatek času.

Zájem seniorů o různé produkty dobrodružného cestovního ruchu se s věkem sice mění, ale minimálně – senioři všech tří věkových kategorií uvedli největší zálibu v turistice (již výše zmíněno) a cykloturistice. Preference se mění až u dalších možností výběru dobrodružných aktivit avšak ne zcela – mladší senioři preferují sjezdové a běžecké lyžování, střední senioři a starší senioři pak běžecké lyžování a horskou turistiku.

8. SOUHRN

Tato práce se zabývá vyhodnocením poptávky seniorů po cestovním ruchu s důrazem na dobrodružný cestovní ruch. Dílčím cílem bylo popsat vznik, vývoj a rozdělení dobrodružného cestovního ruchu. Dalším dílčím cílem bylo analyzovat motivy účasti na cestování a preferované typy cestovního ruchu seniorů, dále popsat bariéry (překážky či omezení) v účasti na cestovním ruchu a dobrodružném cestovním ruchu. Dalšími dílčími cíli bylo stanovit determinanty výběru destinace a vyhodnotit zájem o produkty dobrodružného cestovního ruchu dle různých věkových kategorií seniorů.

Teoretická část se zabývá problematikou dobrodružného cestovního ruchu. Byla tedy provedena analýza sekundárních zdrojů z oblasti historie, vývoje (v České republice i zahraničí), definic a dělení, jak dobrodružného cestovního ruchu, tak i cestovního ruchu seniorů. Dále byla popsána specifika cestovního ruchu seniorů a potřeby a vlastnosti seniora jako turisty – účastníka cestovního ruchu.

Kvantitativní výzkum byl proveden explorativní metodou pomocí dotazníku. Seznam otázek byl sestaven na základě předešlých šetření a dříve použitých tuzemských i zahraničních dotazníků. Předlohou a inspirací pro dotazníkové šetření byla práce Hůlkové (2008), Slavíka (2012) a především Chen a Shoemaker (2014). Výčet dobrodružných aktivit v otázce č. 21 (viz příloha 1), byl koncipován dle výčtu dobrodružných aktivit v Buckley (2006). Část dotazníku, která se týkala otázek výzkumu analýzy poptávky po dobrodružném cestovním ruchu (např. otázky týkající se motivů cestování, kritérií pro výběr destinace a vnímání cestovních bariér, apod.) byla sestavena na základě studie Chen a Shoemaker (2014), jejíž výsledky byly dále diskutovány a porovnávány s výsledky mého dotazníkového šetření.

Nepotvrdily se předpoklady, že senioři budou mít intenzivní zájem o dobrodružný cestovní ruch. Většina seniorů uvedla, že nemá zájem či potřebu zkusit některou z dobrodružných aktivit. Zbylí senioři (42%) vyjádřilo svůj zájem o zkoušku některých dobrodružných aktivit v rámci dobrodružného cestovního ruchu – nejčastěji to byly lety balonem, běžecké lyžování, horská turistika a cykloturistika. Avšak bariérami k jejich realizaci byly nejčastěji zdravotní stav, absence spolucestujícího a nedostatek času. Z dalších výsledků vyplývá, že preferovanými formami cestovního ruchu seniorů jsou poznávací, pobytový, lázeňský a sportovní cestovní ruch a že nejčastějšími překážkami pro seniory v účasti na cestovním ruchu je nedostatek financí, závazky doma či v práci a zdravotní stav.

Motivy cestování, vnímané překážky, preferované formy cestovního ruchu, poptávka po produktech dobrodružného cestovního ruchu apod. se mezi věkovými kategoriemi seniorů v různé míře liší.

9. SUMMARY

This thesis deals with an evaluation of seniors' demand for tourism, with an emphasis on adventure tourism. A secondary aim was to describe the origin, evolution and categorization of adventure tourism. Another objective was to analyze travel motives, preferred forms of tourism and describe barriers (or limitations) preventing seniors from participating in tourism and adventure tourism. Next objective was to establish determinants of selection of a destination and to assess the seniors' demand for the products (activities) of adventure tourism according to different seniors' age category.

The theoretical part concerns adventure tourism. Secondary historical sources connected to the topic were explored, development (in the Czech Republic and also abroad), definitions and segmentation of adventure tourism, and senior tourism as well, were analyzed. Senior tourism specifics, senior tourists' behavior and needs were described.

Quantitative research was conducted by explorative method using a questionnaire. A list of questions was compiled on the basis of previous surveys and previously used domestic and foreign questionnaires. The models and inspiration for the survey were taken from Hůlková (2008), Slavík (2012) and especially Chen and Shoemaker (2014). List of adventure activities in question no. 21 (see App. 1) was designed according to the list of adventure activities in Buckley (2006). The section of the questionnaire concerned with questions connected to demand for adventure tourism (e.g. questions regarding travel motives, criteria for destination selection, perceived barriers, etc.) have been compiled on the basis of a study by Chen and Shoemaker (2014), whose results were further discussed and compared with the results of this survey.

The assumptions that seniors would have a great interest in adventure tourism were disproven. The majority of seniors answered that they have no interest or need to try any adventure activities. The remaining seniors (42%) expressed their interest to try some of the activities within adventure tourism - mostly it was ballooning, cross-country skiing, hiking and biking. Obstacles preventing seniors from partaking in these activities were mostly health, lack of a companion or lack of time. Other results showed that preferred forms of tourism for seniors are sightseeing, residence, spa and sports tourism and that the most common obstacles for seniors to participate in tourism is the lack of funds, commitments at home or at work and health. Travel motives, perceived obstacles, preferred forms of tourism, demand for products

of adventure tourism, etc. – these things differ to some extent depending on seniors' age category.

10. REFERENČNÍ SEZNAM

Addison, G. (1999). Adventure tourism and ecotourism. In J. C. Miles & Priest, S. (Eds.), *Adventure Programming*, (pp. 415 – 430). State College, PA: Venture publishing.

Attl, P. & Nejd, K. (2004). *Turismus I*. Praha: Vysoká škola hotelová v Praze.

Bai, B., Jang, S. S., Cai, L. A. & O'Leary, J. T. (2001). Determinants of travel mode choice of senior travelers to the United States. *Journal of Hospitality & Leisure Marketing*, 8(3/4), 147 – 168. Retrieved 17. 3. 2015 from World Wide Web: http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1300/J150v08n03_10

Batra, A. (2009). Senior pleasure tourists: Examination of their demography, travel experience, and travel behavior upon visiting the Bangkok metropolis. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 10(3), 197 – 212. Retrieved 18. 3. 2015 from Taylor & Francis Online on the World Wide Web: <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/15256480903088105>

Bauer, I. (2012). Australian senior adventure travellers to Peru: Maximising older tourists' travel health experience. *Travel Medicine and Infectious Disease*, 10(2), 59-68. Retrieved 18. 3. 2015 from ScienceDirect on the World Wide Web: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1477893912000294>

Beedie, P. & Hudson, S. (2003). Emergence of mountain-based adventure tourism. *Annals of Tourism Research*, 30(3), 625 - 643. Retrieved 17. 3. 2015 from ScienceDirect on the World Wide Web: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0160738303000434>

Boksberger, P. E. & Laesser, C. (2009). Segmentation of the senior travel market by the means of travel motivations. *Journal of Vacation Marketing*, 15(4), 311-322. Retrieved 30. 3. 2015 from SAGE Journals on the World Wide Web: <http://jvm.sagepub.com/content/15/4/311.short>

Buckley, R.. (2006). *Adventure Tourism*. Retrieved 22. 3. 2015 from MyLibrary on the World Wide Web: <http://www.mylibrary.com?ID=73606>

Buckley, R. C. (2007). Adventure tourism products: price, duration, size, skill, remoteness. *Tourism Management*, 28(6), 1428 - 1433. Retrieved 17. 3. 2015 from ScienceDirect on the World Wide Web: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0261517706002238>

Buckley, R. C. (2010a). *Adventure tourism management*. Oxford: Elsevier.

Buckley, R. C. & Ollenburg, C. (2012). Tacit knowledge transfer: cross cultural adventure. *Annals of Tourism Research*, 40, 419 - 422. Retrieved 30. 4. 2015 from ScienceDirect Database on the World Wide Web: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0160738312001272>

Callan, R. J. & Bowman, L. (2000). Selecting a hotel and determining salient quality attributes: a preliminary study of mature british travellers. *International Journal of Tourism Research*, 2(2), 97 – 118.

Canadian Tourism Commission (1995). *Adventure Travel in Canada*. Ottawa: Tourism Canada.

Carnicelli-Filho, S., Schwartz, G. M. & Tahara, A. K. (2010). Fear and adventure tourism in Brazil. *Tourism Management*, 31(6), 953 - 956. Retrieved 17. 3. 2015 from ScienceDirect on the World Wide Web: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0261517709001393>

Carter, C. (2000). Can I play too? Inclusion and exclusion in adventure tourism. *The North West Geographer*, 3, 50 - 60.

Cinkánová, L. (2014). *Specifický cestovní ruch specifických skupin*. Retrieved 30. 3. 2015 from World Wide Web: <http://slideplayer.cz/slide/1969877/>

Cleaver, M. & Muller, T. (2002). I want to pretend I'm eleven years younger: Subjective age and seniors motives for vacation travel. *Social indicators research*, 60, 227–241. Retrieved 18. 3. 2015 from SpringerLink on the World Wide Web: <http://link.springer.com/article/10.1023%2FA%3A1021217232446>

Collins, D. & Tisdell, C. (2002). Age-related lifecycles: Purpose variations. *Annals of Tourism Research*, 29, 801–818.

COT business. (2005). *Netřeba se bát, ale seniory nutno dobře znát*. Retrieved 15. 3. 2014 from World Wide Web: <http://www.cot.cz/index.php?page=200&jazyk=1&id=4462&srchtxt=senio%F8i>

Csikszentmihalyi, M. (1996). *O štěstí a smyslu života*. Praha: Lidové noviny.

- Cummings, B. (2006). Senior class. *Restaurant Business*, 105(12), 22 – 23. Retrieved 3. 4. 2013 from Elsevier on the World Wide Web: [refhub.elsevier.com/S0160-7383\(14\)00061-9/h0070](http://refhub.elsevier.com/S0160-7383(14)00061-9/h0070)
- Čertík, M. et al. (2001). *Cestovní ruch: vývoj, organizace, řízení*. Praha: OFF s.r.o.
- Dann, G. M. S. (2001). Senior tourism. *Annals of Tourism Research*, 28(1), 235–238. Retrieved 17. 3. 2015 from ScienceDirect on the World Wide Web: <http://www.sciencedirect.com/science/journal/01607383>
- Demunter, CH. (2012). Industry, trade and services population and social conditions. *Eurostat statistic in focus*. 47, 1-8. Retrieved 4. 2. 2014 from the Word Wide Web: http://epp.eurostat.ec.europa.eu/cache/ITY_OFFPUB/KS-SF-12-043/EN/KS-SF-12-043-EN.PDF
- Diderot, D. (1998). *Všeobecná encyklopedie ve čtyřech svazcích IV. Díl Ř/Ž*. Praha: OP.
- Drobná, D. & Morávková, E. (2007). *Cestovní ruch: pro střední školy a pro veřejnost*. Praha: Fortuna.
- Duffková, J. et al. (2008). *Sociologie životního stylu*. Plzeň: Aleš Čeněk, s.r.o.,
- Economist (2005). *The great divide*. Retrieved 9. 2. 2015 from World Wide Web: <http://www.economist.com/node/3689228>
- Ewert, A. (1994). Individual and Setting Attributes of the Adventure Recreation Experience. *Leisure Sciences*, 16(3), 177 – 191. Retrieved 18. 3. 2015 from Taylor & Francis Online on the World Wide Web: <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/01490409409513229?journalCode=ulsc20>
- Faranda, W. T. & Schmidt, S. L. (1999). Segmentation and the senior traveler: implications for today's and tomorrow's aging consumer. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 8(2), 3–27. Retrieved 18. 3. 2015 from Taylor & Francis Online on the World Wide Web: http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1300/J073v08n02_02
- Fennell, D. & Eagles, P. F. J. (1990). Ecotourism in Costa Rica: a conceptual framework. *Journal of Parks and Recreation Research*, 8, 23–34.
- Fleischer, A. & Pizam, A. (2002). Tourism Constraints Among Israeli Seniors. *Annals of Tourism Research*, 29(1), 106 – 123. Retrieved 12. 3. 2015 from Science Direct Database on World Wide Web: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0160738301000263>

Foret, M. & Turčínková, J. (2005). *Cestovní ruch*. Brno: Mendelova zemědělská a lesnická univerzita.

Forschungsgesellschaft für Gerontologie. (2006). *Tourismus und Wellness im Alter*. Dortmund.

Gay, J. (1999). A guide to tour designing for seniors. *Tourism Recreation Research*, 24(1), 90–92. Retrieved 18. 3. 2015 from Taylor & Francis Online on the World Wide Web: <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/02508281.1999.11014864>

Gonzalez, A. M., Rodriguez, C., Miranda, M. R. & Cervantes, M. (2008). Cognitive age as a criterion explaining senior tourists' motivations. *International Journal of Culture Tourism and Hospitality Research*, 3(2), 148 – 164. Retrieved 30.3 2015 from Emerald on the World Wide Web: <http://www.emeraldinsight.com/doi/abs/10.1108/17506180910962159>

Grant, D. (2001). Adventure tourism: a journey of the mind. In L. Roberts, & D. Hall (Eds.), *Rural tourism and recreation: principles and practice*, (pp. 166-170). New York: CABI Publishing.

Gregory, D., Johnston, R. J., Pratt, G., Watts, M. J. & Whatmore, S. (Eds.). (2009). *The Dictionary of Human Geography*, Oxford: Blackwell.

Gúčik, M. (2004). *Krátky slovník cestovného ruchu*. Banská Bystrica: Slovensko-švajčiarske združenie pre rozvoj cestovného ruchu.

Hall, C. M. & McArthur, S. (1994). Commercial Whitewater Rafting in Australia. In D. Mercer (Ed.), *New Viewpoints in Australian Outdoor Recreation Research and Planning*, (pp. 109–118). Melbourne: Hepper Marriott & Associates.

Hall, C. M. & Weiler, B. (Eds.). (1992). *Special Interest Tourism*. London: Belhaven.

Hanuš, R. & Chytilová, L. (2009). *Zážitkově pedagogické učení*. Praha: Grada.

Häfner, H., Moschel, G. & Sartorius, N., (Eds.). (2012). *Mental Health in the Elderly: A Review of the Present State of Research*. Berlin: Springer Science & Business Media.

Hesková, M., Beránek, J., Dvořák, V., Novácká, L. & Oriška, J. (2011). *Cestovní ruch pro vyšší odborné a vysoké školy*. Praha: Fortuna.

Hill, B. J. (1995). A guide to adventure travel. *Parks and Recreation*, 30(9), 56 - 65.

Hodaň, B. (1993). Kinantropologie a tělesná kultura. In *Stav a perspektivy kinantropologie*, (pp. 22–26). Praha: FTVS.

Holub, J. (1967). *Stručný etymologický slovník jazyka českého: Se zvláštním zřetelem k slovům kulturním a cizím*. Praha: SPN.

Horner, S. & Swarbrooke, J. (2003). *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*. Praha: Grada Publishing .

Horneman, L., Carter, R. W., Wei, S. & Ruys, H. (2002). Profiling the Senior Traveller: An Australian Perspective. *Journal of Travel Research*, 41(1), 23-37. Retrieved 30. 3. 2015 from SAGE Journals on the World Wide Web: <http://jtr.sagepub.com/content/41/1/23.full.pdf+html>

Houge Mackenzie, S. & Kerr, J. H. (2012). Client experiences in mountaineering tourism and implications for outdoor leaders. *Journal of Outdoor Recreation, Education, and Leadership*, 4(2), 112 - 115. Retrieved from Journal of Outdoor Recreation, Aducation and Leadership on the World Wide Web: <http://digitalcommons.wku.edu/jorel/vol4/iss2/8/>

Houge Mackenzie, S., & Kerr, J. H. (2013). Stress and emotions at work: an adventure tourism guide's experiences. *Tourism Management*, 36, 3 - 14. Retrieved 5. 6. 2015 from Academia database on the World Wide Web: http://www.academia.edu/2488720/Stress_and_emotions_at_work_An_adventure_tourism_guides_experiences

Hsu C. & Lee, E. (2002). Segmentation of Senior motorcoach travelers. *Journal of Travel research*, 40(4), 364–373. Retrieved 2. 12. 2013 from World Wide Web: <http://myweb.ncku.edu.tw/~cfchen99/Segmentation%20of%20Senior%20Motorcoach%20Travelers.pdf>

Hsu, C. H. C., Liping, A. C. & Wong, K. F. F. (2007). A model of senior tourism motivations — Anecdotes from Beijing and Shanghai. *Tourism Management*, 28, 1262 – 1273. Retrieved 30. 3. 2015 from SceinceDirect on the World Wide Web: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0261517706001841>

Huang, L. & Tsai, H. T. (2003). The study of senior traveller behaviour in Taiwan. *Tourism Management*, 24, 561–574. Retrieved 17. 3. 2015 from SceinceDirect on the World Wide Web: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0261517703000086>

Hudson, S. (2010). Wooing zoomers: Marketing to the mature traveler. *Marketing Intelligence and Planning*, 28(4), 444 – 461. Retrieved 30.3 2015 from Emerald on the World Wide Web: <http://www.emeraldinsight.com/doi/abs/10.1108/02634501011053568>

Hunter - Jones, P. (2003). The perceived effects of holiday-taking upon the health and wellbeing of patients treated cancer. *International Journal of Tourism Research*, 3(5), 183–196. Retrieved 6. 3. 2015 from Wiley Online Library on the World Wide Web: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/jtr.427/pdf>

Hunter - Jones, P. & Blackburn, A. (2007). Understanding the relationship between holiday taking and self-assessed health: an exploratory study of senior tourism. *International Journal of Consumer Studies*, 31(5), 509–516. Retrieved 6. 3. 2015 from Wiley Online Library on the World Wide Web: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1470-6431.2007.00607.x/abstract;jsessionid=9A1F16A12628034F6F2E1A24BC35F217.f04t01?deniedAccessCustomisedMessage=&userIsAuthenticated=false>

Hůlková, A. (2008). *Problematika starší generace v cestovním ruchu*. Bakalářská práce, Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích, Ekonomická fakulta, České Budějovice.

Chen, S. C. & Shomaker, S. (2014). Age and cohort effects: The American senior tourism market. *Annals of Tourism Research*, 48, 58-75. Retrieved 30. 3. 2015 from ScienceDirect on the World Wide Web: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0160738314000619>

Christiansen, D. R. (1990). Adventure Tourism. In J. C. Miles & S. Priest (Eds.), *Adventure Education* (pp. 433–441). State College PA: Venture.

Jandourek, J. (2001). *Sociologický slovník*. Praha: Portál.

Jang, S. & Wu, C. E. (2006). Seniors' travel motivation and the influential factors: An examination of Taiwanese seniors. *Tourism Management*, 27, 306–316. Retrieved 30. 3 2015 from ScienceDirect on the World Wide Web: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0261517705000038>

Johnston, M. E. (1992). Facing the challenges: adventure in the mountains of New Zealand. In B. Weiler & C. M. Hall (Eds.), *Special interest tourism*, (pp. 159-169). London: Belhaven Press.

Junger, J. & Kasa, J. (1996). *Úvod do športovnej kinantropologie*. Prešov: Univerzita P. J. Šafárika.

Kačerová, E. (2013a). *Vývoj obyvateľstva České republiky 2012: Obyvatelstvo podle věku a rodinného stavu*. Retrieved 2. 12. 2013 from World Wide Web: <http://www.czso.cz/csu/2013edicniplan.nsf/t/D60022056F/>

Kalvach, Z. & et al. (2004). *Geriatric a gerontologie*. Praha: Grada.

Kasa, J. (2006). Pohybová aktivita v sponse života lidí. In: *Sborník abstrakt mezinárodní konference konané 9. – 10. listopadu 2006 v Brně*.

Klufová, R. (2011). Cestovní ruch seniorů v ČR. *Studia Turistica*, 2(2), 21-32. Retrieved 25. 2. 2015 from World Wide Web: <https://www.vspj.cz/soubory/download/id/458>

Klufová, R., Nývltová, J., & Francová, V. (2010). *Potenciál cestovního ruchu seniorů v ČR*. Geografie pro život ve 21. století: sborník příspěvků z XXII. sjezdu České geografické společnosti pořádaného ostravskou univerzitou v Ostravě. Retrieved 13. 2. 2015 from World Wide Web: http://konference.osu.cz/cgsostrava2010/dok/Sbornik_CGS/Geografie_cestovniho_ruchu/Potencial_cestovniho_ruchu_senioru.pdf

Kolektiv autorů KCR VŠE v Praze (2008). *Cestovní ruch pro všechny*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj.

Kotíková, H. (2013). *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. Praha: Grada Publishing.

Kubíčková, M. (2012). *Cestovní ruch seniorů ve Zlínském kraji*. Sborník recenzovaných příspěvků mezinárodní vědecké konference Hotelnictví, turismu a vzdělávání. Praha: Vysoká škola hotelová v Praze 8

Lehto, X. Y., Jang, S., Achana, F. T., O'Leary, J. T. (2006). Exploring tourism experience soust: A kohort comparison of Baby Boomers ant the Silent Generation. *Journal of Vacation Marketing*, 14 (3), 237–252.

Linderová, I. (2011). *Politika štátu v rozvoji sociálneho cestovného ruchu v SK*. Dizertačná práca. Banská Bystrica: Ekonomická fakulta Univerzity Mateja Bela, 2011.

Lipscombe, N. (1995). Appropriate adventure: participation for the aged. *Australian Parks and Leisure*, 31, 41- 45.

Litrell, M. A., Paige, R. C. & Song, K. (2004). Senior Travellers: Tourism activities and shopping behaviours. *Journal of Vacation Marketing*, 10(4), pp. 348-362. Retrieved 30. 3. 2015 from SAGE Journals on the World Wide Web: <http://jvm.sagepub.com/content/10/4/348.full.pdf+html>

Mag Consulting, s.r.o. (2007). *Ročenka cestovního ruchu, ubytování a pohostinství 2007*. Praha: Tercie

Machová, J. et al. (2009). *Výchova ke zdraví*. Praha: Grada Publishing

Malá, V. et al. (2002). *Základy cestovního ruchu*. Praha: Vysoká škola ekonomická v Praze.

Marson, D. (2011). Mass Tourism to Niche Tourism. In P. Robinson, S. Heitmann & P. U. C. Dieke (Eds.), *Research Themes in Tourism* (pp. 1-15). Wallingford: CABI.

Más, F. J. & Nicolau, J. L. (2006). A New Marketing Segmentation Approach Based On Marginal Individual Utilities: Applying Crm Is Not A Chimera Anymore, *Working Papers. Serie EC*, 16. Spain: Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas.

Millington, K., Locke, T. & Locke, A. (2001). Occasional studies: adventure travel. *Travel and Tourism Analyst*, 4, 65-97.

Moniruzzaman, M., Páez, A., Habib, K. M. N., & Morency, C. (2013). Mode use and trip length of seniors in Montreal. *Journal of Transport Geography*, 30, 89–99. Retrieved 30. 3. 2015 from ScienceDirect on the World Wide Web: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S096669231300063X>

Mortlock, C. (1984). *The Adventure Alternative*. Cicerone Press: Cumbria, UK.

Mühlpachr, P. (2004) *Gerontopedagogika*. Brno: Masarykova univerzita.

National Research Council. (2001). *Preparing for an aging world: the case for cross-national research*. Washington, DC: National Academy Press.

Nimrod, G. (2008). Retirement and Tourism: Themes in Retirees' Narratives. *Annals of Tourism Research*, 35 (4), 859–878. Retrieved 18. 3. 2015 from ScieceDirect on the World Wide Web: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0160738308000480>

Nimrod, G. & Rotem, A. (2010). Between Relaxation and Excitement Activities and Benefits Gained in Retirees Tourism. *International Journal of Tourism Research*, 12 (1), 65–78. Retrieved 6. 3. 2015 from Wiley Online Library on the World Wide Web: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/jtr.739/epdf>

Orieška, J. (2010). *Služby v cestovním ruchu*. Praha: Idea servis.

Patterson, I. (2006). *Growing Older: Tourism and Leisure Behaviour of older Adults*. London: CABI CABI.

Patterson, I. (2007). Information sources used by older adults for decision making about tourist and travel destinations. *International Journal of Consumer Studies*, 31(5), 528–533. Retrieved 6. 3. 2015 from Wiley Online Library on the World Wide Web: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1470-6431.2007.00609.x/abstract?deniedAccessCustomisedMessage=&userIsAuthenticated=false>

Pásková, M. & Zelenka, J. (2002). *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Česká republika: MMR.

Pelikán, J. (2011). *Základy empirického výzkumu pedagogických jevů*. Praha: Karolinum.

Peterson, M. (2006). Effects of income, assets and age on the vacationing behavior of US consumers. *Journal of Vacation Marketing*, 13 (1), 29–43.

Petrová, O., Horáková, S., Mikšíčková J. & Bláha, J. (1999). *Czech report*. Canberra: Outward Bound Australia & Outward Bound Czech republic.

Poděbradský J. (2008). *Wellness v ČR*. Retrieved 12. 3. 2015 from World Wide Web: <http://www.mmr.cz>

RAND (2001). *Policy brief: preparing for an aging world*. Retrieved 8. 12. 2014 from World Wide Web: http://www.rand.org/pubs/research_briefs/RB5058/index1.html

Reidl, A. (2012). *Senior zákazník budoucnosti*. Brno: BizBooks.

Ryan, C. (1995). Learning about Tourists from Conversations: The Over 55s in Majorca. *Tourism Management*, 16(3), 207–15. Retrieved 6. 4. 2015 from World Wide Web: http://www.researchgate.net/profile/Chris_Ryan2/publication/223114594_Learning_about_tourists_from_conversations_the_over-55S_in_Majorca/links/0c96051a5e1640d630000000.pdf

- Ryglová, K. (2009). *Cestovní ruch*. Ostrava: Key publishing
- Ryglová, K., Burian & M., Vajčnerová, I. (2011). *Cestovní ruch – podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. Praha: Grada publishing.
- Sak, P. & Kolesárová, K. (2012). *Sociologie stáří a seniorů*. Praha: Grada Publishing a.s.
- Sangpikul, A. (2008). Travel motivations of Japanese Senior Travels to Thailand. *International Journal of Tourism Research*, 10, 81–94. Retrieved 6. 3. 2015 Wiley Online Library on the World Wide Web: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/jtr.643/epdf>
- Schiffman, L. G. & Sherman, E. (1994). Value Orientations of New-Age Elderly: The Coming of an Ageless Market. *Journal of Business Research*, 22(2), 187 - 94. Retrieved 18. 3. 2015 from ScieinceDirect on the World Wide Web: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/014829639190052Y>
- Schindler, K. J. (2005). Travel Counseling for Elderly Traveler. *Nursing forum*, 40 (3), 107–115.
- Schröder, A. & Widmann, T. (2007). Demographic change and its impact on the travel industry: Oldies – nothing but goldies? In R. Conrady and M. Buck (Eds.), *Trends and issues in global tourism*, (pp. 3-17). Berlin and Heidelberg: Springer.
- Slavík, L. (2012). *Seniorský cestovní ruch*. Diplomová práce, Univerzita Karlova v Praze, Přírodovědecká fakulta, Brno. Retrieved 21. 2. 2015 from World Wide Web: <http://vyzkumy.czechtourism.cz/650/seniorsky-cestovni-ruch>
- Směrnice Rady 95/57/ES ze dne 23. 11. 1995 o shromažďování statistických informací v oblasti cestovního ruchu*, str. 16/sv.1.
- Smith, C. & Jenner, P. (1999). Adventure travel market in Europe, *Travel and Tourism Analyst in Europe*, 4, 43 - 64.
- Śniadek, J. (2006). Age of seniors – a challenge for tourism and leisure industry. *Studies in physical culture and tourism*, 13, 103–105.
- Sung, H. H., Morrison, A. M. & O'Leary, J. T. (1997). Definition of adventure travel: conceptual framework for empirical application from the providers' perspective, *Asia Pacific*

Journal of Tourism Research, 1 (2), 47-67. Retrieved 10. 5. 2015 from World Wide Web: <http://www.cabi.org/leisuretourism/abstract/19971808270>

Swarbrooke, J., Beard, C., Leckie, S., & Pomfret, G. (2003). *Adventure tourism: The new frontier*. Oxford: Butterworth Heinemann.

Šafránková, Z. (2009). *Analýza vybraného segmentu cestovního ruchu – senioři*. Bakalářská práce, Masarykova Univerzita, Ekonomicko-správní fakulta, Brno. Retrieved 19. 2. 2015 from World Wide Web: [https://is.muni.cz/th/171429/esf_b/Bak - Zuzana-Safrankova.pdf](https://is.muni.cz/th/171429/esf_b/Bak_-_Zuzana-Safrankova.pdf)

Šimoníková, J. (2009). *Projekt seniorské cestování pro Zlínský kraj*. Diplomová práce, Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, Fakulta multimediálních komunikací, Zlín. Retrieved 19. 2. 2015 from World Wide Web: http://digilib.k.utb.cz/bitstream/handle/10563/7937/%C5%A1imon%C3%ADkov%C3%A1_2009_dp.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Teaff, J. D. & T. Turpin (1996). Travel and the Elderly. *Parks & Recreation* , 31(6), 16-19.

Toivonen, T. (2001). Senior tourism – A vanguard of tourism growth: A myth and/or fact. In T. Toivonen, & Honkanen, A. (Eds.), *North – South: Contrasts and connections in global tourism* (pp. 300–311). Savonlinna: Univerzity of Joensuu.

Toušek, V., Kunc, J. et al. (2008). *Ekonomická a sociální geografie*. Plzeň: Aleš Čeněk.

Vogelová, M. (2008). *Světové trendy v cestovním ruchu: Cestování seniorů*. Praha: CzechTourism.

Vystoupil, J., Kunc, J., Šauer, M., Tonev, P. (2010). *Vývoj cestovního ruchu v ČR a jeho prostorové organizace v letech 1990 - 2009*. *Urbanismus a územní rozvoj*, 13(5), 93-108. Retrieved 19. 2. 2015 from World Wide Web: http://www.uur.cz/images/5-publikacni-cinnost-a-knihovna/casopis/2010/2010-05/12_vyvoj%20cestovniho.pdf

Vohralíková, L. & Rabušic, L. (2004). *Čeští senioři včera, dnes a zítra*. Brno: VÚPSV.

Vystoupil, J., Šauer, M., Holešinská, A., Metelková, P. (2007). *Marketing cestovního ruchu*. Distanční studijní opora. Brno: MUNI.

Walle, A. H. (1997). Pursuing Risk or Insight: Marketing Adventures. *Annals of Tourism Research*, 24 265–282.

Wang, Y., Zhang, Y., Xia, J., & Wang, Z. (2008). Segmenting the mature travel market by motivation. *International Journal of Data Analysis Techniques and Strategies*, 1(2), 193 - 209. Retrieved 15. 4. 2015 from EBSCO Database on the World Wide Web: <http://eds.b.ebscohost.com/eds/detail/detail?vid=3&sid=b0a9896b-516e-4f46-ade7-57c888eec98e%40sessionmgr115&hid=117&bdata=JnNpdGU9ZWRzLWxpdmU%3d#db=edo&AN=ejs17325560>

Weber, K. (2001). Outdoor Adventure Tourism. *Annals of Tourism Research*, 28(2), 360 – 377. Retrieved 12. 4. 2015 from World Wide Web: <http://www.google.cz/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0CCYQFjAAahUKEwi286XEiojGAhVmp3IKHQLIABA&url=http%3A%2F%2Ffiles.posaventura.com%2F200001807-ac964ad903%2FOutdoor%2520Adventure%2520Tourism.pdf&ei=JLp5VbbRBubOygOCKIOAAQ&usg=AFQjCNH0wuXasfbuYQyuQNIImCyANGV9kVg&bvm=bv.95277229,d.bGQ>

White, N. R. (2004). Travel as transitions: Identity and place. *Annals of Tourism research*, 24(4), 7–13. Retrieved 18. 3. 2015 from ScieceDirect on the World Wide Web: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S016073830300135X>

Wilks, J. & Page, S. (2003). *Managing Tourist Health and Safety in the New Millennium*. Oxford: Pergamon.

Wokoun, R. & Vystoupil, J. (1987). *Geografie cestovního ruchu a rekreace I*. Praha: Státní pedagogické nakladatelství.

WTO (1997). *Second International Conference on Senior Tourism*. Madrid: UNWTO.

WTO (2001). *Tourism 2020 Vision: Global Forecasts and Profiles of Market Segments*, 7, Madrid: World Tourism Organization.

WTO (2015). *Annual Report 2014*. Retrieved 25. 2. 2015 from World Wide Web: http://dtxqtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto_annual_report_2014.pdf

Schröder, A. & Widmann, T. (2007). Demographic change and its impact on the travel industry: Oldies – nothing but goldies? In R. Conrady and M. Buck (Eds.), *Trends and issues in global tourism*, (pp. 3-17). Berlin and Heidelberg: Springer.

Internetové stránky

Oficiální stránky International Social Tourism Organisation – OITS, také ISTO

<http://www.oits-isto.org/oits/public/index.jsf>

Oficiální stránky Mag Consulting. <http://www.magconsulting.cz/>

Oficiální stránky Ministerstva pro místní rozvoj (MMR). www.mmr.cz

Oficiální stránky ProByznys.info. www.probyznysinfo.ihned.cz

Oficiální stránky Světové turistické organizace (UNWTO). www.unwto.org

11. SEZNAM ZKRATEK

AIEST	Mezinárodní asociace vědeckých expertů v cestovním ruchu
CA	Cestovní agentura
CK	Cestovní kancelář
EU	Evropská unie
OSN	Organizace spojených národů
OITS (ISTO)	Mezinárodní organizace sociálního cestovního ruchu
RAND	Research and Development (Výzkum a vývoj)
ROH	Revoluční odborové hnutí
(UN)WTO	Světová organizace cestovního ruchu
USD	Americký dolar

12. SEZNAM OBRÁZKŮ

1. Růst a předpokládaný vývoj počtu turistů v Evropě	str. 12
2. Mortlock model dobrodružných stádií	str. 18
3. Komfortní zóna	str. 20
4. Flow	str. 20
5. Vlastnosti lehkého a tvrdého dobrodružství	str. 25
6. Dobrodružné kvadranty	str. 27
7. Komponenty dobrodružného cestovního ruchu	str. 30
8. Ukazatele cestovního ruchu podle věkových skupin	str. 32
9. Struktura respondentů dle pohlaví	str. 51
10. Struktura respondentů dle věkového složení	str. 51
11. Struktura respondentů dle nejvyššího dosaženého vzdělání	str. 51
12. Struktura respondentů dle trvalého bydliště	str. 52
13. Struktura respondentů dle rodinného stavu	str. 52
14. Struktura respondentů dle zaměstnání	str. 53
15. Počet dovolených uskutečněných respondenty v posledním roce dle věku	str. 53
16. Místa (lokality) trávení dovolené respondentů dle věku	str. 54
17. Nejčastější spolucestující respondentů dle věku	str. 54
18. Cesty seniorů do zahraničí v posledních 2 letech dle věku respondentů	str. 55
19. Využití CK a CS při organizaci dovolené	str. 55
20. Využití CK a CA při organizaci dovolené dle věku respondentů	str. 56
21. Užití produktů cestovního ruchu speciálně určených pro seniory	str. 56

22. Preferovaný typ cestovního ruchu respondentů	str. 57
23. Preferovaný typ cestovního ruchu podle věku respondentů	str. 57
24. Motivy k cestování respondentů	str. 58
25. Motiv cestování respondentů dle věku	str. 59
26. Vliv zdravotního stavu na výběr dovolené	str. 59
27. Vliv zdravotního stavu na výběr dovolené dle věku respondentů	str. 60
28. Determinanty výběru destinace dle věku respondentů	str. 60
29. Hlavní a nejčastější překážky v cestování respondentů	str. 61
30. Hlavní a nejčastější překážky v cestování respondentů dle věku	str. 62
31. Preference ubytování respondentů	str. 62
32. Využívání mimosezónních pobytů a slevových akcí respondenty	str. 63
33. Vyhledávání pobytových voucherů na slevových portálech respondenty	str. 63
34. Zkušenosti respondentů s dobrodružnými aktivitami dle věku respondentů	str. 64
35. Zájem respondentů o poznání dobrodružných aktivit	str. 65

13. SEZNAM PŘÍLOH

Příloha 1. Dotazník senioři jako cílová skupina sportovního cestovního ruchu

14. PŘÍLOHY

Příloha 1. Dotazník - senioři jako cílová skupina sportovního cestovního ruchu

DOTAZNÍK - SENIOŘI JAKO CÍLOVÁ SKUPINA DOBRODRUŽNÉHO CESTOVNÍHO RUCHU (PŘÍPADOVÁ STUDIE)

Dobrý den, jmenuji se Zuzana Nováková, jsem studentkou Fakulty tělesné kultury Univerzity Palackého v Olomouci a v současné době pracuji na své diplomové práci. Dovolte mi, prosím, abych Vás požádala o vyplnění tohoto dotazníku, jehož vyhodnocení se stane součástí mé diplomové práce na téma **Seniorský dobrodružný cestovní ruch**.

Sdělené informace považuji za důvěrné, budou anonymizovány a budou použity výhradně pro mé vlastní studijní účely.

Děkuji za spolupráci

1. Jste:

Muž Žena

2. Jaký je váš věk?

55 – 64 65 - 74 75 a více jiný

3. V současné době žijete:

- Ve velkém městě (nad 100 000 obyvatel)
- Ve větším městě (od 50 000 obyvatel do 100 000 obyvatel)
- V menším městě (od 20 000 obyvatel do 50 000 obyvatel)
- V malém městě (do 20 000 obyvatel)
- Na venkově

4. Jaké je vaše nejvyšší vzdělání?

- Základní
- Středoškolské bez maturity
- Středoškolské s maturitou
- Vysokoškolské

5. Jaké je vaše zaměstnání?

- Důchodce

- Invalidní důchodce
- Zaměstnaný důchodce
- Zaměstnanec
- Podnikatel
- Nezaměstnaný

6. Jste:

- Ženatý/vdaná
- Rozvedený/rozvedená
- Svobodný/svobodná
- Vdovec/vdova

7. Kolikrát za poslední 2 roky jste jel/a na dovolenou? (mimo místo bydliště s minimálně jedním přespáním)

- ani jednou
- 1x v roce
- 2x v roce
- 3x v roce
- 4x v roce

8. Kde nejčastěji trávíte dovolenou?

- V místě bydliště
- V ČR
- V zahraničí
- Nejezdím na dovolenou

9. S kým nejčastěji cestujete?

- Sám / sama
- S partnerem / partnerkou
- S přáteli, kamarády
- S partnerem (partnerkou) a přáteli
- S vnoučaty
- S rodinou

10. Cestoval/a jste v posledních 2 letech do zahraničí?

- Ano
- Ne

11. Jakému typu dovolené dáváte v posledních 2 letech přednost?
(možnost výběru max. 2 odpovědi)

- Pobytový
- Poznávací
- Lázeňský, wellness, relaxační
- Spirituální (náboženské/poutní cesty)
- Sportovní
- Dobrodružný (exotické, zážitkové dovolené)
- Nepreferuji žádný typ

12. Nejčastějším motivem (podnětem) vašeho cestování je:
(možnost vybrat max. 3 odpovědi)

- Návštěva nových míst
- Prožít/ poznat nové věci
- Odpočinek a relaxace
- Upevňování zdraví a léčba nemocí
- Poznání a kultura
- Sport, dobrodružství
- Společenská setkání, být ve společnosti
- Možnost strávit čas s rodinou
- Intelektuální obohacení
- Duchovní obohacení
- Únik od každodenní rutiny

13. Využíváte při výběru dovolené služeb cestovních kanceláří a cestovních agentur?

- Většinou ano
- Většinou ne (dovolenou si organizuji sám/a)
- Většinou ne (využívám služeb jiné organizace, klubu, apod.)

14. Využíváte produkty cestovního ruchu, které jsou speciálně určeny seniorům (např. senior wellness pobyty aj.)?

- Ano
- Ne
- Nevím, že jsou na trhu k dispozici

15. Výběr destinace řídíte podle:
(možnost max. 2 odpovědí)

- Ceny
- Nabízených služeb
- Podnebí a přírodního prostředí (moře, hory, apod.)

- Místních zajímavostí a památek
- Možnosti pohybové aktivity (dostupnost cyklostezek apod.)
- Turistických zařízení (restaurace, obchodní centra, apod.)

16. Má vliv váš zdravotní stav na výběr vaší dovolené?

- Ano Občas Ne

17. Jaké jsou pro vás největší překážky v cestování?
(možnost výběru max. 3 odpovědi)

- Nemám s kým cestovat
- Tělesná pohyblivost
- Zdravotní stav
- Stravovací omezení
- Závazky doma (v práci)
- Nedostatek času
- Nedostatek financí
- Nedostatek informací o místě, kam jedu
- Strach nechat domov bez dozoru
- Strach z jakýchkoliv potíží (nepříjemností)
- Strach, že se nebudu bavit
- Žádné

18. Na dovolené preferujete:

- Ubytování ve stejném místě po celou dobu pobytu
- Ubytování měnící se každý den (přesouvání z místa na místo)

19. Využíváte mimosezónní pobyty a různé slevové akce?

- Pravidelně Občas Zřídka Nikdy

20. Vyhledáváte pobytové slevové vouchery na slevových portálech?

- Ano Ne

21. Zúčastnil/a jste se v posledních 2 letech:

- Běžecké lyžování
- Sjezdové lyže / snowboard
- Výlety na sněžnicích/ skialping
- Lety nafukovacím balonem
- Paragliding/ parašutismus/ rogala
- Turistika
- Jízda na koni

- Potápění
- Cykloturistika
- Horská cyklistika
- Jízda na čtyřkolkách
- Off-road 4WD (jízda v autě s pohonem 4x4)
- Bungee jumping/ Zorbing (neřízené kutálení nafouknuté plastové koule ze svahu dolů)
- Lezectví/ bouldering/ slaňování
- Horská turistika / Via ferrata
- Jízda v motorových lodích/ člunech
- Vodní turistika (rafting, kajaking, kanoing)
- Kiteboarding (jízda po vodě na speciálním prkně za využití tažného draka)
- Surfování/ Windsurfing (jízda po vodě na speciálním prkně pomocí připevněné plachty)
- Jachting
- Expediční plavby (výpravy do méně dostupných míst na Zemi – např. polární expedice)
- Jiné formy dobrodružného cestovního ruchu (prosím napište jakých)
.....
- Zúčastnil/a, ale ne v posledním roce (prosím napište jakých)
.....
- Nezáčastnil/a jsem se žádné z výše uvedených

22. Měl/a byste zájem zkusit některé z výše uvedených aktivit?

- Ano (prosím uveďte kterých a co je překážkou v jejich realizaci)
.....
.....
.....
- Ne

23. Co si představíte pod pojmem „Dobrodružný cestovní ruch“?

.....

