



Ekonomická  
fakulta  
Faculty  
of Economics

Jihočeská univerzita  
v Českých Budějovicích  
University of South Bohemia  
in České Budějovice

Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích

Ekonomická fakulta

Katedra obchodu a cestovního ruchu

Diplomová práce

Péče o seniory v ubytovacích  
a stravovacích zařízeních cestovního  
ruchu

Vypracovala: Bc. Linda Blechová

Vedoucí práce: Doc. Ing. Ján Oriška, Ph.D.

České Budějovice 2017

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH

Fakulta ekonomická

Akademický rok: 2014/2015

## ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Bc. Linda BLECHOVÁ**  
Osobní číslo: **E14606**  
Studijní program: **N6208 Ekonomika a management**  
Studijní obor: **Obchodní podnikání**  
Název tématu: **Péče o seniory v ubytovacích a stravovacích zařízeních cestovního ruchu**  
Zadávací katedra: **Katedra obchodu a cestovního ruchu**

### Z á s a d y   p r o   v y p r a c o v á n í :

#### **Cíl práce:**

Cílem práce je analyzovat péči o seniory v zařízeních cestovního ruchu a na základě zjištěných výsledků navrhnout možnosti zvýšení spokojenosti seniorů s touto péčí.

#### **Metodický postup:**

1. Studium odborné literatury včetně elektronických zdrojů
2. Zpracování východisek řešení problému diplomové práce na základě hloubkové rešerše dostupní literatury
3. Analýza současné péče o seniory a jejich spokojenosti s touto péčí ve vybraných ubytovacích a stravovacích zařízeních CR
4. Návrh možností zvýšení spokojenosti seniorů s péčí ve vybraných zařízeních CR

#### **Rámcová osnova:**

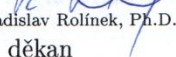
1. Úvod (zdůvodnění významu řešení práce, cíl práce). 2. Východiska řešení problému zpracované na základě hloubkové literární rešerše (seniory a styl jejich života, seniory jako segment trhu služeb CR, specifické požadavky seniorů na vybavení a sortiment služeb ubytovacích a stravovacích zařízení, péče o seniory versus ceny služeb, aktuální legislativa). 3. Metodika řešení problému. 4. Řešení problému a jeho výsledky (analýza současné péče o seniory v zařízeních CR, dotazníkový průzkum spokojenosti seniorů s touto péčí, možnosti zvýšení spokojenosti seniorů s péčí v zařízeních CR). 5. Závěr. 6. Seznam literatury. 7. Přílohy. 8. Resumé.

Rozsah grafických prací: **dle potřeby**  
Rozsah pracovní zprávy: **60 - 70 stran**  
Forma zpracování diplomové práce: **tištěná**  
Seznam odborné literatury:

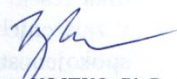
**Balogová, B. a kol. (2008).** *Svet seniora - senior vo svete.* Prešov: Grafotlač.  
**Beránek, J. (2004).** *Provozujeme pohostinství a ubytování.* Praha: MAG Consulting.  
**Dufková, J. (2008).** *Sociologie životního stylu.* Plzeň : Aleš Čenek.  
**Kulčáková, M. & L. Novacká. (1996).** *Klient v cestovním ruchu.* Bratislava : Eurounion.  
**Parmová, D. & D. Parmová. (2003).** *Provoz služeb v cestovním ruchu.* 1. vyd. České Budějovice: Jihočeská univerzita.  
**Zelenka, J. & M. Pásková. (2012).** *Výkladový slovník cestovního ruchu.* 2. vyd. Praha : Linde.

Vedoucí diplomové práce: **doc. Ing. Ján Oriška, Ph.D.**  
UMB EF BB

Datum zadání diplomové práce: **16. ledna 2015**  
Termín odevzdání diplomové práce: **30. dubna 2016**

  
doc. Ing. Ladislav Rolínek, Ph.D.  
děkan

JIHOČESKÁ UNIVERZITA  
V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH  
EKONOMICKÁ FAKULTA  
Studentská 13 (25)  
370 05 České Budějovice

  
Ing. Viktor VOJTKO, Ph.D.  
vedoucí katedry

V Českých Budějovicích dne 6. února 2015

## **Prohlášení**

Prohlašuji, že svou diplomovou práci jsem vypracoval/a samostatně pouze s použitím pramenů a literatury uvedených v seznamu citované literatury.

Prohlašuji, že v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb. v platném znění souhlasím se zveřejněním své diplomové práce, a to - v nezkrácené podobě/v úpravě vzniklé vypuštěním vyznačených částí archivovaných Ekonomickou fakultou - elektronickou cestou ve veřejně přístupné části databáze STAG provozované Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích na jejích internetových stránkách, a to se zachováním mého autorského práva k odevzdanému textu této kvalifikační práce. Souhlasím dále s tím, aby toutéž elektronickou cestou byly v souladu s uvedeným ustanovením zákona č. 111/1998 Sb. zveřejněny posudky školitele a oponentů práce i záznam o průběhu a výsledku obhajoby kvalifikační práce. Rovněž souhlasím s porovnáním textu mé kvalifikační práce s databází kvalifikačních prací Theses.cz provozovanou Národním registrem vysokoškolských kvalifikačních prací a systémem na odhalování plagiátů.

V Českých Budějovicích dne 6. 9. 2017

.....

Bc. Linda Blechová

## **Poděkování**

Děkuji svému vedoucímu práce Doc. Ing. Jánovi Oriěškovi, Ph.D. za vedení, odborné rady, připomínky, veškerý věnovaný čas a trpělivost při vypracování mé diplomové práce. Dále také děkuji všem, kteří se mnou na mé diplomové práci spolupracovali a poskytli mi informace, které byli nepostradatelné pro vznik této práce.

## Obsah

1 ÚVOD .....	8
2 VÝCHODISKA ZKOUMÁNÍ PROBLÉMU PÉČE O SENIORY V UBYTOVACÍCH A STRAVOVACÍCH ZAŘÍZENÍCH CESTOVNÍHO RUCHU ..	10
2.1 Senioři – charakteristika a specifikace .....	10
2.2 Senioři a styl jejich života .....	13
2.3 Senioři jako segment trhu služeb cestovního ruchu .....	16
2.3.1 Segmentace trhu .....	17
2.3.2 Segment senioři .....	19
2.4 Požadavky seniorů na standard vybraných služeb cestovního ruchu.....	21
2.4.1 Požadavky seniorů na standard ubytovacích služeb v cestovním ruchu .	23
2.4.2 Požadavky seniorů na standard stravovacích služeb v cestovním ruchu.	24
2.5 Trendy cestovního ruchu seniorů .....	26
2.6 Vybrané projekty podporující cestovní ruch seniorů .....	27
3 METODIKA ŘEŠENÍ PRÁCE .....	30
4 ŘEŠENÍ PROBLÉMU A JEHO VÝSLEDKY .....	32
4.1 Analýza péče o seniory ve vybraných ubytovacích a stravovacích zařízeních.....	32
cestovního ruchu.....	32
4.1.1 Hotel Zlatá Loď v Týně nad Vltavou .....	32
4.1.2 Hotel Jaro v Mělníku .....	33
4.1.3 Hotel Retro Riverside v Březové u Karlových Varů.....	34
4.1.4 Hotel Kossuth v Mariánských Lázních .....	36
4.1.5 Orea Spa Hotel Bohemia v Mariánských Lázních .....	37
4.1.6 Hotel Poprad v Ústí nad Orlicí .....	38
4.1.7 Hotel Žebětínský Dvůr v Brně.....	39
4.1.8 Terénní průzkum nabídky služeb ubytovacích a stravovacích zařízení ..	40
cestovního ruchu s důrazem na seniory .....	40

4.2 Dotazníkový průzkum spokojenosti seniorů se službami ubytovacích a stravovacích zařízení v cestovním ruchu.....	43
4.3 Možnosti zvýšení spokojenosti seniorů se standardem služeb ubytovacích a stravovacích zařízení v cestovním ruchu.....	56
5 ZÁVĚR.....	59
I. SUMMARY .....	61
II. SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ .....	62
III. SEZNAM TABULEK A GRAFŮ .....	66
IV. SEZNAM PŘÍLOH .....	67
Příloha 1 .....	68
Příloha 2.....	70

# 1 ÚVOD

Cestovní ruch je jedno z nejprogresivněji rozvíjejících se odvětví světové ekonomiky. Význam cestovního ruchu v národním i světovém kontextu neustále roste. Je významnou součástí národních hospodářství řady rozvinutých států světa a přináší příjmy do státních rozpočtů. Má dopad na dopravu, maloobchod, stavebnictví, kulturu a dalších mnoho odvětví poskytujících služby spojené s volnočasovými aktivitami.

Cestování provází životy lidí od nepaměti. Zpočátku lidé cestovali kvůli získání potravy do úrodnějších oblastí, později z obchodních, vojenských a jiných důvodů. V dnešní době lidé cestují především kvůli novým zážitkům pramenícím z poznání nových zemí, ochutnání cizích jídel, poznání odlišných kultur a získání neočekávaných zkušeností. Nezanedbatelným motivem k účasti na cestovním ruchu je také odpočinek.

Cestují všichni bez rozdílu věku. Jeden segment byl však na trhu služeb cestovního ruchu donedávna opomíjený. Tím segmentem jsou senioři, pro potřeby cestovního ruchu vymezení věkem 55+, kteří jsou také předmětem této diplomové práce. V současnosti v České republice prožíváme období, které se vyznačuje výraznými demografickými změnami obyvatelstva. Střední délka života lidí v západních zemích se neustále prodlužuje hlavně díky dostupnému a kvalitnímu zdravotnictví, ale i lepším životním podmínkám a kvalitnější stravě. Populace neustále stárne a průměrný věk se každým rokem zvyšuje, tudíž podíl seniorů ve společnosti postupně stoupá. Zvyšuje se kvalita života a senioři se stávají aktivnější i ve vyšším věku. Ještě nedávno byli senioři v cestovním ruchu vnímáni jako spotřebitelé s nízkým příjmem, citliví na cenu a bez zájmu o kvalitu. Se zvyšujícím se disponibilním příjmem a výše jmenovanými demografickými změnami se z nich stává nový a zajímavý segment nejen na trhu služeb cestovního ruchu.

Senioři jako segment mají dostatek volného času, pravidelný disponibilní příjem a stále větší zájem o účast na cestovním ruchu. Dávají přednost především wellness pobytům, pěší turistice, poznávacím zájezdům, rekreačním pobytům u moře a zájezdům do sousedních zemí na nákupy. Rádi zažívají nová dobrodružství, poznávají nové kultury a navštěvují různé kulturní a historické atraktivity. Hojněji než ostatní skupiny obyvatelstva preferují mimo sezónní pobyty.



Cílem diplomové práce je analýza péče o seniory v ubytovacích a stravovacích zařízeních cestovního ruchu a návrh možnosti zvýšení spokojenosti seniorů s touto péčí na základě zjištěných výsledků.

Teoretická část práce se nejdříve zabývá vymezením pojmu senior. Dále se zaměřuje na segment seniorů jako takových – jejich životní styl, specifické požadavky na služby trhu cestovního ruchu, trendy v cestování seniorů a projekty podporující seniorský cestovní ruch.

Poté pomocí řízených rozhovorů se zástupci vybraných ubytovacích a stravovacích zařízení cestovního ruchu analyzují, jak jsou tato zařízení na seniora jako na hosta připravena.

V následném dotazníkovém průzkumu chci zjistit odpovědi na otázky, jak jsou seniori spokojeni s nabídkou služeb vybraných ubytovacích a stravovacích zařízení, jaký mají vztah k poměru ceny a kvality, co jim schází a jestli by tyto zařízení navštívili znovu.

Na základě informací, které získám z řízených rozhovorů a dotazníkového průzkumu spokojenosti seniorů budou zpracovány návrhy možností na zvýšení spokojenosti seniorů s péčí ve vybraných ubytovacích a stravovacích zařízeních.

## **2 VÝCHODISKA ZKOUMÁNÍ PROBLÉMU PÉČE O SENIORY V UBYTOVACÍCH A STRAVOVACÍCH ZAŘÍZENÍCH CESTOVNÍHO RUCHU**

Ekvivalentem uspokojování potřeb účastníků cestovního ruchu jsou kromě zboží, volných a veřejných statků také služby cestovního ruchu. Jednotlivé segmenty trhu služeb cestovního ruchu mohou klást specifické požadavky na standard těchto služeb, včetně služeb ubytovacích a stravovacích zařízení. Předmětem naší pozornosti, v souladu se zadáním tématu diplomové práce, budou požadavky seniorů a snaha zařízení cestovního ruchu jejím požadavkům vyhovět. Nejdříve je nutné charakterizovat seniory jako relativně samostatný segment trhu služeb cestovního ruchu.

### **2.1 Senioři – charakteristika a specifikace**

Senior je pro potřeby zkoumání trhu cestovního ruchu vymezen nejčastěji věkem nad 55 nebo nad 60 let. Podle Páskové a Zelenky (2002) se tato věková skupina dále dělí do tří podskupin, a to 55 – 64 let, 65 – 74 let a 75 let a více.

Podle Holczerové a Dvořáčkové (2013) je rozčlenění lidí ve vyšším věku, které zodpovídá specifikaci podle Světové zdravotnické organizace, následující:

- 45 – 59 let střední neboli zralý věk,
- 60 – 74 let vyšší věk nebo též rané stáří,
- 75 – 89 let stařecký věk,
- 90 a více let dlouhověkost.

Podle Gúčika a kol. (2004) jsou senioři společenská skupina lidí, kterým je 60 a více let (sociologie pokládá za důchodový věk 55 let). Po dosažení důchodového věku se u člověka začínají projevovat významné adaptačně náročné změny. Člověku se přetrhají jeho osobní kontakty a společenské vztahy a změní se jeho role a společenský status. Chování seniorů ovlivňuje společenská akceptace, životní praxe a zkušenosti, zdravotní stav a v neposlední řadě jejich ekonomická situace. Liší se od sebe svými schopnostmi, chováním, postojem ke stárnutí a osobnostními rysy. Nelze je tedy vnímat jako homogenní skupinu.

Kalendářní (chronologické) stáří se může jevit jako snadno vymežitelné, ale opak se stává pravdou. Vzhledem ke zlepšování se lékařských podmínek se věk stárnoucí generace neustále prodlužuje a hranice počátku stáří se posouvá. Díky této posouvající se hranici rozdělila B. L. Neugartenová seniory na mladé seniory – 55 až 74 let a staré seniory – 75 let a více let. (Kalvach, 2004)

Věk kalendářní (podle data narození) ovšem vůbec nemusí odpovídat věku biologickému nebo psychologickému. Může se pak snadno stát, že člověk kalendářně starší bude v lepší fyzické a psychické kondici, než člověk kalendářně mladší. Kondice starších lidí hraje v možnosti podílet se na cestovním ruchu svou roli. Vždy je ale nutné brát ohled na individuální vlastnosti účastníka cestovního ruchu.

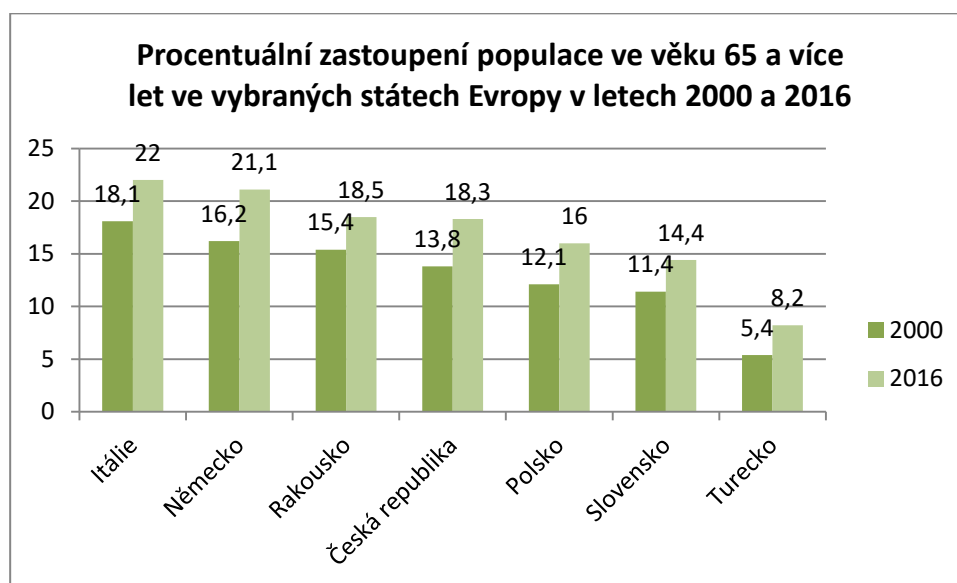
Kromě kalendářního stáří rozlišujeme ještě stáří sociální, biologické a psychické. Sociální stáří zahrnuje změny sociálních rolí, životního stylu, ekonomické soběstačnosti. Jedná se především o změnu sociálního statusu, kterou přináší odchod do starobního důchodu, nezaměstnanost, změny v sociálních vazbách rodiny a tím způsobený pokles životní úrovně a úrovně soběstačnosti. Odchod do důchodu klade vyšší požadavky na schopnost seniora přizpůsobit se nové situaci a míra zvládnutí toho všeho pak může ovlivňovat průběh dalšího života.

Biologické stáří přichází se snižujícím se potenciálem zdraví. Riziko nemocí se postupně zvyšuje. Přesná kritéria, abychom mohli stanovit biologické stáří, závisí na množství faktorů. Biologické stáří ovlivňují především genetické předpoklady, životní podmínky a předchozí způsob života. Je velice individuální a propojené se změnami způsobenými nemocemi. Mezi hlavní projevy patří pokles výkonnosti a somatické změny těla a jeho funkcí (šednutí vlasů, změna pokožky, méně svalové hmoty a nižší zdatnost). (Slepička, Mudrák, Slepičková, 2015)

Psychické stáří nám ukazuje psychický stav konkrétního člověka. To, jak vnímáme vlastní život a věk, je velmi subjektivní. Mnohdy je člověk kalendářně starší v lepší psychické a fyzické kondici, než člověk kalendářně mladší. Podle Malíkové (2011) psychické stáří ovlivňují psychické aspekty. Tyto aspekty však významně negativně neovlivňují kvalitu života seniora. Spíše můžeme hledat souvislost mezi psychickými a biologickými změnami. V praxi to znamená, že senior negativně prožívá postupující tělesné změny, což se projevuje změnami psychickými. Tyto změny ale mají velmi pozvolný nástup.

Počet seniorů v západních zemích se neustále zvyšuje. Tento proces je pomalý, ale nevyhnutelný. Tento trend ukazuje i následující graf, který dokumentuje zvyšující se procentuální zastoupení lidí starších 65 let ve vybraných státech Evropy. Do grafu jsem pro přehlednost vybrala kromě sousedních států České republiky ještě Itálii a Turecko, státy s nejvyšším a nejnižším procentuálním zastoupením lidí 65+ v Evropě.

Graf 1: Procentuální zastoupení populace 65+ ve vybraných státech Evropy



Zdroj: vlastní zpracování na základě dat ČSÚ

Podle Holczerové a Dvořáčkové (2013) se celkově mění věková struktura obyvatelstva. Podíl osob mladších 15 let se snižuje a podíl osob nad 60 let se naopak zvyšuje. CzechTourism vidí jako hlavní důvod změny demografického vývoje generaci „baby boomers“, která se dostává do důchodového věku. Seniorů přibývá více, než populace jako celek.

*„Do roku 2060 jejich podíl vzroste až na 34 % české populace, což je 3,2 miliónu seniorů. Tento vývoj je z demografického hlediska zcela přirozený a neliší se od situace ve vyspělých evropských zemích“*, uvedla Iva Ritschelová, předsedkyně ČSÚ. (ČSÚ, 2015) Tyto prognózy potvrzují i ostatní autoři.

V roce 2050 se podíl osob starších 65 let přiblíží jedné třetině. Kromě toho stále přibývá počet starých žen. Funkční a zdravotní stav budoucích seniorů bude od těch současných odlišný. Změní se role i význam seniorů. (Čevela, Kalvach, Čeledová, 2012)

Délka a kvalita života se neustále prodlužují. S počtem seniorů se zvyšuje i jejich disponibilní příjem. Průměrný starobní důchod v České republice v roce 2015 byl dle Českého statistického úřadu 11363 Kč. Pobíralo ho 1 764 264 lidí. (ČSÚ, 2015). Věk odchodu do důchodu je nyní v České republice 63 let pro muže a každý rok se zvyšuje o dva měsíce. U žen záleží na počtu vychovaných dětí. Bezdětné ženy dnes odcházejí do důchodu v 62 letech, ty s dětmi dříve. I jim se ale důchodový věk každý rok prodlužuje. Lidé jsou navíc ochotní pracovat a přivydělávat si i po odchodu do důchodu.

Kromě toho se v dnešní době do důchodového věku postupně dostávají porevoluční podnikatelé, kteří mají dostatek disponibilních prostředků a chtějí si vynahradit to, co za léta práce zameškali. Generace 55+ je dnes oproti minulosti stále vnímaná jako mladá.

Marketingoví specialisté rozlišují dvě skupiny starších lidí v závislosti na věku. První skupinu představují tzv. „mladí staří“. Těmto lidem je maximálně 70 let a jsou stále mobilní, aktivní, zdatní a podnikaví. Druhou skupinou jsou tzv. „staří staří“, kterým je 70 let a více. Až u této skupiny se projevují těžkosti spojované s věkem. Tito lidé se drží spíše v ústraní a jsou méně mobilní. I mezi nimi se ale najde stále hodně těch, kteří cestují. (Reidl, 2012)

## **2.2 Senioři a styl jejich života**

*„Životní styl je dynamizovaný hodnotový systém člověka, modifikovaný jeho endogenními a exogenními vlastnostmi, promítнутý do časoprostoru životního a sociálního pole přirozeného světa v konkrétní společnosti.“* (Sak, Kolesárová, 2012) Životní styl se tvoří soustavně od narození, každý den, 24 hodin denně. Nejsou to jen volnočasové aktivity, ale i způsob komunikace, dopravy, stolování, trávení dovolené, výchova dětí a pracovní aktivity. Pracovníkovi v továrně a sochařovi už jejich práce určuje odlišný životní styl. Životní styl se neustále vyvíjí a je přizpůsobován novým situacím. Významnou změnu životního stylu přináší stáří. Na počátku stáří jsou senioři většinou zdraví a v dobré kondici. Poté se projevuje nárůst svobody, volného času a osvobození od pracovních povinností.

Podle Reidla (2012) je dnešní generace seniorů jiná, než ty ostatní. Donedávna převládala mezi skupinou seniorů válečná generace. V myšlení obchodníků to byla šedá generace, která žila ve spotřebitelské abstinenci. Jedinou zábavou, kterou si vychutnáva-

li, byla lidová hudba a turistika. Dnešní generace 55+ je oproti tomu aktivnější, sebevědomější a podnikavější. Raduje se z požitků a je orientována na budoucnost a konzum.

Mezi staršími lidmi také přibývá těch, kteří se nechtějí vzdát svého zaměstnání. Tento trend potvrzuje i Český statistický úřad. Na celkově vysoké zaměstnanosti v České republice se podle něj podílejí především lidé vyššího věku. Během posledních dvou dekád se počet pracujících lidí starších 60 let zvýšil o 188 tisíc na celkem 356 tisíc lidí v roce 2015. Mezi pracujícími, kteří jsou starší 65 let, potom jednoznačně dominují důchodci pobírající řádný starobní důchod. Se zvyšujícím se věkem roste i podíl podnikatelů.

Změna pak přichází s odchodem do důchodu a odchodem dětí od rodiny. Jediní, kteří dosud žili pracovním a rodinným režimem se musí přeorientovat na jinou činnost – například na oblast kultury a sportu. Je nezbytné, aby si člověk našel vlastní zájmy. (Balogová, 2009)

Mezi nově nalezené zájmy často patří i cestovní ruch. Podle Novacké (2010) jsou bezprostředními podmínkami účasti na cestovním ruchu dostatek volného času a dostatek disponibilních finančních prostředků. Určitá část seniorů, konkrétně ve věku 55 – cca 63 let, což je současný věk odchodu do důchodu, má vyšší příjmy a tím i více disponibilních finančních prostředků. Naopak, ta část seniorů, kteří pobírají pouze starobní důchod, má zase více volného času k účasti na cestovním ruchu. V minulosti byly služby cestovního ruchu často vnímány jako luxusní. V současnosti však stále častěji uspokojují základní potřeby jako regeneraci fyzických a duševních sil, zdraví, vzdělání a nové vědomosti. V případě Maslowovy pyramidy potřeb služby cestovního ruchu uspokojují potřeby na úrovních všech stupňů pyramidy – tedy od základních fyziologických potřeb až po potřebu seberealizace.

Současná doba nabízí pro cestovní ruch nejlepší možné podmínky, mezi které patří:

- ekonomické podmínky – vyšší disponibilní příjem a s tím související lepší přerozdělení příjmů,
- sociální podmínky – více času díky delší dovolené, kratší pracovní době, změna žebříčku hodnot,
- politické podmínky – bezpečnost, demokracie, cesta ke stabilitě,
- technické a technologické podmínky – nové dopravní prostředky, kvalitnější a spolehlivější služby, větší komfort ubytování. (Parmová, 2003)

Senioři oproti mladším generacím tráví více času v přírodě při různých výletech, procházkách a turistice. Dnešní generace seniorů je velmi specifická. Jde o první generaci, která ve stáří využívá počítač a internet. Tato generace také začlenila do svého života motorismus a auto dnes řídí i osmdesátníci. Auto využívají mimo jiné k cestám na chaty, chalupy a k výletům. (Sak, Kolesárová, 2012)

Podle Roulta a kol. (2016) si senioři uvědomují důležitost a zdravotní výhody toho, že zůstanou i ve vyšším věku aktivní. Senioři si obvykle vybírají volnočasové aktivity, které odpovídají jejich fyzickému stavu.

Losada a kol. (2016) poznamenává, že čím více mají senioři k dispozici volného času, tím méně cestují. Toto zjištění je velmi subjektivní povahy a mohl by ho ovlivňovat například věk. S rostoucím věkem sice roste i čas, který mohou senioři využít k cestování, ale frekvence cestování klesá, protože se objevují zdravotní problémy spojené s věkem.

Hodně seniorů pracuje i ve vyšším věku a dohání to, co nestihli v době, kdy byli ekonomicky aktivní. Často se realizují v zaměstnání, zvelebují si domov nebo zahradničí. Jiní navštěvují různé kluby pro seniory nebo kulturní akce a zúčastňují se výletů, které pro ně pořádají různé organizace. Někteří dokonce žehrají nad nedostatkem volného času na uskutečnění všech svých plánů. (Mlýnková, 2011)

Senioři stále ve velké míře ovlivňují všechny sféry veřejného života. Často ještě podnikají a pracují do pozdního věku. Lepší životní podmínky a moderní lékařské technologie prodlužují délku aktivního období ve stáří. (Nikitina, Vorontsova, 2015)

Seniorům je potřeba často věnovat speciální pozornost. Parmová (2003) seniory rozděluje do dvou skupin. První skupinou jsou ti, kteří svému okolí dokazují, že na to ještě mají, jsou plni síly a pak tyto síly zvláště při fyzických výkonech přepínají. Druhou skupinu tvoří ti, kteří jsou si své fyzické kondice vědomi a chovají se v souladu s ní. Tito lidé se pohybují pomaleji, mohou být zapomětliví a roztržití. Stáří ale není nemoc a ve výsledku jsou takoví senioři v pozici účastníků cestovního ruchu trpělivější a vděčnější, než ostatní.

Pro úspěšné stárnutí je nezbytné, aby se starší člověk přizpůsobil úbytku zdraví a fyzických sil, vyrovnal se s vstupem do důchodu a možným poklesem příjmu, vytvořil si dobré vztahy mezi známými, aby uměl čelit sociálním a veřejným požadavkům. Tyto náročné úkoly je možné zvládnout jen tehdy, pokud je člověk vyváženou osobností

s reálnými životními cíly, reálným sebehodnocením a dostatečně širokou škálou zájmů. Životní spokojenost je totiž nejvyšší u těch lidí, kteří se zapojují do společenských aktivit. (Balogová, 2009)

### **2.3 Senioři jako segment trhu služeb cestovního ruchu**

Trh cestovního ruchu můžeme chápat jako souhrn vztahů mezi subjekty, kteří prodávají služby cestovního ruchu (představují nabídku) a subjekty, kteří kupují služby cestovního ruchu (představují poptávku). Trh cestovního ruchu řadíme mezi relativně samostatnou a specifickou součástí trhu zboží. Zvláštností trhu cestovního ruchu je, že se na něm prodávají hlavně služby. Služby cestovního ruchu jsou nehmotné činnosti s výsledkem individuálního nebo společensky užitečného efektu. Struktura služeb cestovního ruchu je různorodá a uspokojuje jak primární, tak sekundární potřeby. Primární potřeby účastníků cestovního ruchu chápeme jako cílové potřeby – jde například o odpočinek, rozptýlení, zábavu, poznávání kulturních a historických pamětihodností, společenská komunikace a sportovní vyžití. Sekundární neboli realizační potřeby jsou podmínkou k efektivnímu uspokojování primárních potřeb. Patří sem například potřeba přenocování, výživy, přepravy do rekreačního prostoru, zprostředkování služeb, hygieny apod. Význam služeb cestovního ruchu tedy logicky při rekreačním pobytu vzrůstá. (Orieška, 1999)

Pro poskytovatele služeb cestovního ruchu jsou senioři zajímaví díky svému rostoucímu podílu v populaci především v rozvinutých zemích, zlepšujícímu se zdravotnímu stavu a vyšší vitální aktivitou (tělesnou i duševní) ve srovnání s předchozími generacemi. (Pásková, Zelenka, 2002)

Seniorský cestovní ruch je forma cestovního ruchu, při kterém jako účastníci vystupují senioři. Pro seniory je typický dostatek volného času a dostatečná kupní síla zejména v ekonomicky vyspělých státech. Díky tomu mohou senioři cestovat déle a častěji. (Gúčík a kol., 2004)

Cestovní ruch seniorů má svůj vlastní vývoj. Reidl (2012) uvádí, že cestovatelský boom, který probíhal v západní Evropě ve dvou vlnách (1962 – 1966 a 1972 – 1980) se v českých podmínkách projevil v podobě chalupaření. Touhu po cestování si lidé kompenzovali buď cestováním do tehdejších socialistických zemí, nebo domácí turistikou. Cestovat i do dříve zakázaných míst začali senioři až po revoluci v roce 1989. Trendy ukazují, že se cestování brzy stane „nejdůležitější spotřebitelskou zvyklos-



ti“ i pro seniory. Již dnes zajímavý segment tak bude pro poskytovatele ubytovacích a stravovacích služeb ještě zajímavější. Pokud se dnes zeptáte budoucího důchodce, co plánuje v důchodu dělat, odpoví, že bude především cestovat. Starší lidé postupně přestávají hromadit peníze pro své děti a vnoučata a začínají je utrácet za cestování. Zeptáte-li se podnikatele v cestovním ruchu, proč má jako cílovou skupinu starší lidi, odpoví vám, že na nich generuje významné zisky. Senioři jsou v dnešní době cestování nakloněni a jsou připraveni za tuto zálibu platit.

Seniorský cestovní ruch patří vzhledem k mnoha aspektům (prodlužování aktivního života, lepší ekonomické možnosti seniorů ve vyspělých zemích apod.) k nejrychleji rostoucím segmentům trhu cestovního ruchu. (Pásková, Zelenka, 2002)

Turisté starší 65 let mají celosvětově stále větší podíl na cestovním ruchu. Růst tohoto segmentu je spojen hlavně s tím, že dnešní senioři jsou zdravější a aktivnější, než jejich předchůdci. Kromě toho mají také více volného času a peněz na cestování. (Albayrak, Caber, Bideci, 2016)

### **2.3.1 Segmentace trhu**

Zákazníci jsou odlišní a na trhu nejde uspokojit všechny, protože existuje mnoho odlišných typů zákazníků s rozdílnými potřebami a postavením. Podniky proto využívají segmentaci trhu, aby trh rozdělili na jednotlivé segmenty a vytvořili pro ně odlišné strategie. Segmentace trhu je rozdělení trhu na odlišné skupiny kupujících, kteří mají rozdílné potřeby a charakteristické chování. Různé skupiny pak vyžadují odlišné produkty a marketingový mix. (Kotler a kol., 2007)

Segmentace trhu podle Gúčika a kol. (2004) je proces výběru cílových skupin a trhů na základě zvolených kritérií. Skládá se z definice trhu z hlediska podobnosti přání a potřeb a následné rozdělení trhu na jednotlivé segmenty s cílem nabídnout vhodný produkt vybrané cílové skupině. Segmentační proměnné, na jejichž základě se posuzuje odlišnost ve spotřebě je věk, výdajová struktura domácností, sociální skupina, příjmy, země původu nebo velikost trvalého bydliště.

Každý host je jiný, každý je unikátní bytost a liší se od ostatních svými vlastnostmi. Avšak existují lidé s podobnými vlastnostmi, které můžeme rozdělit do skupin (segmentů) např. podle pohlaví, věku, zeměpisného původu, povahy (temperamentu), životního cyklu rodiny apod.

Podle Novacké (2010) je segment určitá skupina osob se specifickými vlastnostmi z celé všeobecné skupiny lidí. Segmentovat účastníky cestovního ruchu můžeme na základě:

- demografických charakteristik (věk, pohlaví, sexuální orientace, rodinný status, životní cyklus rodiny, řeč, náboženství, zdraví),
- geografických charakteristik (světadíl, země, region),
- délky pobytu (návštěvníci, turisté, tranzitní cestující, pobytoví hosté),
- zájmu – profese, sportovci (profesionálové, amatéři, příležitostní sportovci), kultura (architektura, technické památky, historie), zážitek (adrenalin, milovníci vína, nostalgie, dobrovolnictví, darktourism apod.).

Parmová, Dvořák a Frková (2013) při tvorbě tržních segmentů podle cílových skupin berou v úvahu tyto kritéria:

- sociálně-ekonomická (vzdělání, příjem, povolání, sociální status),
- frekvence cestování,
- geografická,
- fáze života (rodina, single, senior),
- loajalita k destinaci, k cestovní kanceláři apod.,
- organizační formy cestování,
- vnímavost ke komunikaci, k ceně, k distribuci,
- cíle cestování,
- demografická (pohlaví, věk, rodinný stav).

Novacká (2010) podle demografické segmentace dělí účastníky cestovního ruchu podle věku na děti, mládež – teens, dospělí, dospělí, co se cítí být znovu mladí, mladší senioři, senioři, starší senioři.

Podle životního cyklu rodiny účastníky cestovního ruchu dělí na rodinu bez dětí, single families – rodina jednotlivců, registrované partnery, mladá rodina bez dětí/ s dětmi, rodina s dospívajícími dětmi/ dospělými dětmi, rodina s dětmi a se starými rodiči a staří rodiče s vnoučaty.

### 2.3.2 Segment senioři

Segment seniorů můžeme rozdělit do menších podsegmentů podle věku:

- senioři 50 – 59 let – toto věkové rozmezí je charakteristické vrcholem pracovní kariéry. Tito lidé disponují dostatkem finančních prostředků a jsou pro hoteliéry perspektivní skupinou. Tito mladší senioři jsou ochotni utratit za dovolenou vyšší částky a chtějí si ji především užít;
- senioři 60 – 74 let – většina těchto osob je již v důchodu. Jejich zdravotní stav je stále dobrý, ale začínají se objevovat první menší potíže a komplikace. Tito lidé mají dostatečné množství volného času, který často využívají právě k cestování. Jsou mezi nimi oblíbené pobyty u moře v mimosezoně a také relaxační wellness pobyty;
- senioři 75 – 84 let – tito lidé nemají již tak velkou kupní sílu, protože jsou odkázáni ve většině případů pouze na důchod. Zdravotní komplikace se objevují stále častěji, zrak, sluch a pohyblivost se postupně horší. Tito senioři sice mají dostatek volného času, ten je však podřízený aktuálnímu zdravotnímu stavu;
- senioři 85 let a více – tito senioři se mohou nacházet v obtížnější finanční situaci způsobené vyčerpáním úspor. Velká část z nich je navíc již ovdovělá. Někteří bývají odkázáni na péči dalších osob nebo jsou trvale připoutáni na lůžko.

Zatímco mladší senioři bývají nezávislí a cestují často individuálně, s přibývajícím věkem roste ochota k cestování ve skupinách. Všechny skupiny však preferují pohodlí a služby vysoké kvality v klidnějším prostředí. Starší senioři se rádi vyhnou hlavní sezoně a dnům pracovního volna. (Beránek, 2016)

Z hlediska marketingu se dosud opomínanému segmentu 50+ v řadě evropských zemí věnuje zvláštní pozornost. Marketing se nyní věnuje spíše mladším věkovým skupinám, což se však brzy změní. Lidé 50+ patří k progresivně rostoucí demografické skupině, se kterou je nutné počítat do budoucnosti. Kulturu mladých, kde je kladen důraz na vzhled bude nutné přehodnotit a věnovat pozornost skupině 50+ nejen proto, že zde poroste kupní síla. (Vysekalová, 2011)

Stejný názor sdílí i Reidl (2012) a dodává, že cestovní ruch bude dále profitovat na demografické změně. Například již dnes prodávají němečtí touroperátoři každý druhý zájezd generaci 50+. Pro mnohé podniky se generace 50+ v příštím desetiletí stane nejdůležitější spotřebitelskou skupinou. Tito lidé jsou podle autora v nejlepších letech a

v průměru jsou také movitější než ostatní skupiny obyvatelstva. Mají také radost ze spotřeby, vyšší nároky na standard služeb a více volného času než mladí lidé. Starší spotřebitelé již vědí, co chtějí a umí ocenit kvalitu. Pokud jsou tedy se službami spokojeni, nepřebíhají ke konkurenci.

Zajímavost tohoto segmentu potvrzují i Pásková a Zelenka (2002), kteří uvádějí, že pro poskytovatele ubytovacích a stravovacích služeb jsou senioři zajímaví zejména svým rostoucím podílem v populaci, lepší fyzickou a duševní vitální aktivitou, stále se zlepšujícím zdravotním stavem a vyšším množstvím disponibilních prostředků. Senioři mají více volného času, tudíž mají tendenci trávit na dovolených delší období a využívat mimo sezónních pobytů. Díky více aspektům - lepším ekonomickým možnostem seniorů, lepším zdravotním stavem a celkovým prodloužením aktivního života patří seniorský cestovní ruch mezi nejdynamičtější rostoucí segmenty cestovního ruchu.

Głabiński (2016) konstatuje, že vzhledem k nárůstu počtu seniorů, kteří cestují, se z této skupiny obyvatel stává důležitý segment trhu cestovního ruchu s velmi rozmanitými socio-demografickými charakteristikami. Nabídka by tedy měla být rozmanitá a flexibilní s možností různých forem aktivit v destinaci cestovního ruchu.

Je však také potřeba věnovat zvláštní pozornost negativním změnám, které přináší stárnutí a podle toho uzpůsobit pro seniory produkt. Mezi negativní změny patří podle Balogové (2009) postupná ztráta paměti, nižší odolnost vůči stresu, traumatům, konfliktům, zvýšený sklon k úzkosti, depresím či podezíravosti. Emoce se stávají labilnější. Toto naštěstí nepostihne všechny seniory. Některé změny, které stárnutí přináší, mohou být naopak k lepšímu. Patří mezi ně vytrvalost, zvýšená trpělivost a pochopení pro ostatní.

S uzpůsobením produktu pro seniory souhlasí i Beránek (2016). Podle něj je především potřeba fyzickou zátěž při přípravě programu přizpůsobit kondici a možnostem dané věkové skupiny. Senioři velmi často požadují odpočinkové pobyty, relaxační procedury, ale i kulturní, vzdělávací a poznávací akce. Senioři jsou vděčnou cílovou skupinou poznávacích autokarových zájezdů, pěší turistiky a cruisingu (lodní plavby).

Starší lidé mají obecně vyšší nároky než ostatní cestovatelé, protože mají více zkušeností a postupem doby se z nich stali kritičtí spotřebitelé. S přihlédnutím ke svému věku mívají také odlišné požadavky například na vybavení hotelu. (Reidl, 2012)

CzechTourism (2014) obecně považuje seniory za spokojené cestovatele, kteří pozitivně hodnotí kvalitu ubytovacích a stravovacích služeb, historické dědictví, aktivity na vodě, pocit bezpečí a pohostinnost místních. Senioři preferují především kvalitu před dobrodružstvím.

Stejný názor sdílí i Parmová, Dvořák a Frková (2013). Podle nich jsou senioři velmi vděčný a přátelský typ hostů, kterým není potřeba věnovat přehnanou péči.

## **2.4 Požadavky seniorů na standard vybraných služeb cestovního ruchu**

Účastník cestovního ruchu je spotřebitel produktu cestovního ruchu. Tento produkt by mu měl být podle specifických požadavků a potřeb přizpůsobený. Každý účastník cestovního ruchu má své specifické potřeby a požadavky a zároveň každý segment účastníků cestovního ruchu má tyto potřeby a požadavky odlišné.

Beránek (2004) ve vztahu k ubytování a stravování definuje schopnost služby uspokojovat potřeby a požadavky hostů jako kvalitu. Pojem kvalita je podle něj vytvářen hlavně požadavky zákazníků. Potřeby a požadavky zákazníka se vyvíjejí v čase a ovlivňuje je řada faktorů, například pohlaví a věk, zdravotní stav hosta, životní styl, nejvyšší dosažené vzdělání, region, kde host žije, společenské postavení a majetkové poměry, historie, tradice a spotřební zvyklosti a společenské vlivy (názory odborníků v médiích, reklama, veřejné mínění).

Podle Parmové (2003) je dobrá kvalita ubytovacích a stravovacích služeb dnes již považována jako samozřejmost a nemá při výběru dovolené velký význam. Účastníci chtějí současně uspokojovat i ostatní potřeby – seznamovat se s novými lidmi na pěších túrách, zažít pocit sebeuspokojení při zdolání hory apod. Důležitým motivem pro výběr dovolené se stává touha po zážitku.

S tímto názorem souhlasí i Pásková a Zelenka (2002), kteří dále uvádí, že potřebám starší generace je přizpůsobená nabídka, která svým obsahem reaguje na jejich zájem, specifická přání nebo ekonomické a fyzické možnosti. Mezi konkrétní požadavky patří uzpůsobená náročnost programu, vyšší standard ubytovacích služeb a důraz na poznávání.

Podle Beránka (2016) můžeme seniory rozčlenit podle životního stylu do jednotlivých skupin. Každá z těchto skupin má jiné přání a požadavky, upřednostňuje odlišnou skladbu produktu, odlišný způsob komunikace a má jinou úroveň současné a bu-

doucí spotřeby. Podnikatel v cestovním ruchu by si měl stanovit, pro kterou skupinu seniorů své služby inovuje a přizpůsobí. Tyto skupiny tvoří:

- požitkáři – často se účastní vzdělávacího cestovního roku. Starají se o svůj osobní rozvoj a neváhají o sebe pečovat po fyzické stránce. Jsou otevření produktům cestovního ruchu z kulturní a umělecké oblasti. V porovnání s dalšími skupinami cestují nadprůměrně. Kromě vzdělávacích pobytů požadují ještě wellness pobyty, protože o sebe rádi pečují;
- konzervativci – jejich nejčastější motiv účasti na cestovním ruchu je rekreace a odpočinek. Dávají přednost domácímu cestovnímu ruchu a krátkodobým organizovaným zájezdům. Z dopravních prostředků preferují autobus. Jsou citliví na cenu, ale pokud se jedná o zboží a služby, které přispívají k zlepšení zdravotního stavu, tato citlivost se zmírňuje;
- alternativní kritici – zajímají se o alternativní způsoby života a východní kultury. Cestují často individuálně a dávají přednost cestovnímu ruchu, který je šetrný k životnímu prostředí. Rádi se účastní pěší turistiky, studijních cest, ekoturistiky a agroturistiky. Nevadí jim vynaložit vyšší objem finančních prostředků, pokud mají jistotu, že produkt šetří životní prostředí, či se jedná o zdravou výživu nebo přírodní produkt;
- měšťané – jsou hlavně účastníci domácího cestovního ruchu. Ve výjezdovém cestovním ruchu využívají předem připravené zájezdy. Dávají přednost pěší turistice. Jsou citliví na změny ceny a vykazují nízkou intenzitu cestování;
- orientovaní na prestiž – tito lidé upřednostňují krátkodobý i dlouhodobý výjezdový cestovní ruch. Senioři z této skupiny podnikají jak daleké cesty po celém světě, tak krátké dovolené. Často hrají golf a navštěvují kulturní, společenské a sportovní akce. V porovnání s ostatními skupinami cestují lehce nadprůměrně;
- singles – skupina lidí, která se cítí stále mladá. Užívají si dalekých cest do zahraničí a chtějí zažívat dobrodružství. Nemají problém vynakládat na cestování značnou výši finančních prostředků a cestují nadprůměrně.

Gúčik a kol. (2004) uvádí, že senioři mají specifické potřeby a cíle. Jsou většinou méně pohybliví, vyžadují osobitou nabídku (balíček služeb), určitá jídla a příjemnou atmosféru. Preferují specifické formy dovolené, např. poznávací zájezdy, zdravotní

a wellness pobyty, lodní zájezdy, dlouhodobé pobyty, návštěvy příbuzných a přátel. Těmito preferencemi se senioři odlišují od ostatních skupin návštěvníků. Senioři žijící jako součást rodiny mají obvykle lepší pocit seberealizace a chuť do života. Ekonomická situace je pro ně lépe únosná a více také cestují v doprovodu ostatních členů rodiny.

#### **2.4.1 Požadavky seniorů na standard ubytovacích služeb v cestovním ruchu**

Ubytovací služby umožňují účastníkům cestovního ruchu přenocování, případně přechodné ubytování. Jsou důležitým předpokladem rozvoje dlouhodobého cestovního ruchu. Součástí ubytovacích služeb jsou služby související s pobytem hosta v daném ubytovacím zařízení. Jedná se o služby úschovy zavazadel, podávání informací, buzení hostů ve stanovenou dobu, úschovu cenností, prodej vybraných druhů zboží, půjčování společenských her, rezervaci míst, prodej upomínkových předmětů, časopisů, květin, praní a žehlení prádla, čistírny oděvu, sekretářské a další služby. (Orieška, 1999)

Podle Jakubíkové (2012) je hlavní funkcí ubytovacích služeb ubytovat účastníka cestovního ruchu mimo místo jeho obvyklého pobytu a uspokojit další potřeby, které s ubytováním souvisejí. Ubytovací služby mají přechodný charakter. Dříve byly spojeny pouze s ubytováním, ale se stoupajícími nároky hostů ubytovací zařízení nabízejí v současnosti i pořádání eventů, wellness programy, konference a kongresy.

Ubytovací zařízení můžeme členit podle způsobu výstavby (pevná, částečně pevná, přenosná, pohyblivá), podle časového využití (sezónní, celoroční), podle kategorií (tradiční – např. penzion, hotel; doplňková – např. chaty, kempy; ostatní – např. vysokoškolské koleje). Další možné členění je na hotelová a parahotelová zařízení, nebo členění do kategorií (hotel, motel, penzion, hotel garni) a tříd označených hvězdičkami podle požadavků na vybavenost, kvalitu a služby spojené s ubytováním. Mezi nové trendy patří rezervace přes internet, různé internetové porovnávače cen a budget hotely. (Jakubíková, 2012)

Beránek (2016) uvádí, že senioři jsou celkově náročnější na kvalitu poskytovaných ubytovacích služeb. Bývají také nedůvěřiví a je u nich větší riziko zdravotních komplikací. Vzhledem ke skutečnosti, že v rozvinutých zemích budou v blízké budoucnosti senioři tvořit početnou skupinu obyvatel, je potřeba se seznámit s jejich představami ideálního cestování. Senioři zajímá především bezpečnost, klid a pohodlí. Z jejich požadavků vyplývá, že preferují především rekreační cestovní ruch, pěší turistiku, zdra-

votní cestovní ruch, okružní plavby lodí, kulturní cestovní ruch a poznávání. Mezi konkrétní požadavky patří hotel nacházející se v klidné lokalitě, bazén, možnost kulturních aktivit, pěších a cyklistických výletů, nabídka poznávacích výletů, vzdělávacích akcí a seminářů a dostatečný výběr wellness programů.

Senioři od ubytovacích služeb očekávají především (Beránek, 2016):

- informovanost – senioři se řadí většinou již mezi zkušené turisty a je pro ně důležitý dostatek informací získaných o konkrétním hotelu. Hoteliér by měl především dbát na to, aby seniorům poskytl veškeré sjednané služby;
- bezpečí – pro seniory je během pobytu důležitý pocit bezpečí a jistoty, jsou totiž citlivější na jakékoli možné ohrožení;
- hygienická nezávadnost – úzce souvisí s otázkou bezpečí. Starší lidé mají strach z potenciálního rizika onemocnění způsobeného například závadnou vodou nebo závadnými pokrmy;
- životní prostředí – čím jsou senioři starší, tím více umí ocenit krásné životní prostředí. Ubytovací zařízení s udržovaným okolím jsou pro ně lákavější;
- kvalitní personál – vstřícný a milý personál je to, na čem spousta seniorů lpí. Kvalitní a proškolený personál si získá jejich náklonnost a ti se pak budou do hotelu s milým a ochotným personálem rádi vracet.

#### **2.4.2 Požadavky seniorů na standard stravovacích služeb v cestovním ruchu**

Stravovací služby jsou nedílnou součástí produktu cestovního ruchu, jsou určeny nejen pro účastníky cestovního ruchu, ale i pro širokou veřejnost. Stravovací zařízení, která je poskytují, jsou často budována hlavně pro potřeby místních obyvatel. Stravování uspokojuje potřeby spojené s výživou člověka. Trh se stravovacími službami je pestrý. Podle typu stravovacích zařízení se liší jednotlivé segmenty trhu. Navíc každý zákazník hledá jiné individuální výhody. Mezi trendy patří zážitková gastronomie. (Jakubíková, 2012)

Podle Orišky (1999) stravovací služby kromě samotného stravování, které uspokojuje základní potřebu výživy, zahrnuje i společensko-zábavní služby. Tyto služby mohou být spojené s kulturním programem nebo hudební produkcí.



Strava pro seniory by měla být především pestrá, vyvážená a přiměřená energetickému výdeji. Rostlinné tuky by měly převažovat nad živočišnými. Na jídelním lístku se může objevit i máslo, protože je lépe stravitelné. Přemíra soli může být nebezpečná. Zdravá dávka je maximálně 5 g denně. V praxi toto doporučení ale kuchaři často porušují, protože senioři mají menší citlivost na chuť. Pokud by pokrmy více nenasolili, zdali by se strávníkům mdlé. Lepší variantou, jak ušetřit zdraví seniorů a přitom zachovat chuť pokrmu jsou bylinky – jak čerstvé, tak i sušené. Vhodná je pažitka, bazalka, petrželka, majoránka, tymián, kmín, saturejka a dobromysl. Dále je vhodné omezit jednoduché sacharidy a dát přednost těm složitějším, mezi které se řadí rýže, celozrnné těstoviny, jáhly, ovesné vločky, celozrnné pečivo, kuskus a pohanka. Podle snášenlivosti je vhodná konzumace luštěnin. V jídelníčku seniorů by neměl chybět dostatek ovoce a zeleniny. Maso je nevhodnější světlé. Především drůbež a ryby by se měly na jídelníčku objevovat alespoň dvakrát týdně kvůli jejich lehké stravitelnosti a obsahu kvalitních tuků. Uzeniny nejsou kvůli nadbytku soli a konzervantů vhodné. Ve stravě by neměly chybět mléčné výrobky a vejce. Pitný režim je velmi důležitý, protože senioři nemají takový pocit žízně a může snadno dojít k dehydrataci. Vypít by měli asi 2 litry denně. Je lepší jíst častěji a menší porce. (Chrpová, 2010)

Mezi problémy stravy seniorů patří hlavně jednotvárnost a jednostrannost a také nedostatečná pohybová aktivita, která může způsobit nadváhu a obezitu. Seniorů nad 65 let je obézních 60 – 70 %. Čím vyšší má senior hmotnost, tím více je ohrožený srdečními a nádorovými onemocněními. Mnoho seniorů musí dodržovat určitý jídelníček, který je ovlivněný jejich onemocněními (cukrovka), nebo je nutný s ohledem k užívaným lékům. Senioři mají nižší schopnost vstřebávání živin a často dochází k nedostatku určitých vitaminů a minerálů v těle. Někteří senioři si zdravou stravu nemohou dopřát kvůli špatné kvalitě chrupu. Senioři často chybují tím, že do jídelníčku nezařadí zakysané mléčné výrobky. Mezi nejčastější příčiny nedostatku jídelníčků patří špatná finanční situace, špatná kvalita chrupu, nedostatek informací, potravinové nesnášenlivosti, horší schopnost trávení, lenost a odbývání se. Senioři celkově potřebují kvůli úbytku svaloviny méně energie než mladší jedinci a tomu by měla být přizpůsobena i strava. Zdravý jídelníček by měly tvořit z 30 % tuky, 50 - 55 % sacharidy a 15 – 20 % bílkoviny. (Pitřha, Poledne a kol., 2009)

Stravování lidí v západním světě je stále do značné míry ovlivňováno reklamou. Senioři konzumují hodně živočišných produktů a rafinovaných potravin, čímž zanedbá-

vají rostlinnou stravu, což později vede k obezitě. Náhlé změny stravovacích návyků ale nic neřeší. Naopak mají zejména na starší organismus negativní vliv. Cesta ke zdravému životu vede pozvolna, proměnou svých preferencí. (Štílec, 2004)

## 2.5 Trendy cestovního ruchu seniorů

Pod trendy cestovního ruchu rozumíme dlouhodobé tendence vývoje cestovního ruchu doma i ve světě. Na tyto tendence mají vliv různé vnější a vnitřní činitele. K vnějším činitelům ovlivňujícím trendy cestovního ruchu řadíme vývoj hospodářství, demografické a sociální změny, infrastrukturu dopravy, bezpečnost cestování, politické a legislativní změny, rozvoj obchodu a technický rozvoj. Mezi vnitřní činitele patří segmentace trhu, nabídka, poptávka a distribuce produktů, marketing, lidské zdroje a vývoj soukromého sektoru. Z dlouhodobého vývoje se v budoucnu na trhu cestovního ruchu prosadí zejména zdravotní, tematický, kulturní a dobrodružný cestovní ruch. (Gúčík a kol., 2004)

Cestovní ruch se rozvíjí dynamicky. Chut' cestovat je u seniorů trend, který se neustále posouvá. Postupně se mění obsah účasti na cestovním ruchu – program se stává aktivnější. Podle Reidla (2012) se megatrhem budoucnosti stane zdravotní cestovní ruch. Dovolené s aktivním odpočinkem a wellness se stávají stále populárnější. S tím je spojen zájem o dovolené zaručující pohyb a aktivitu seniorů ve volné přírodě. Kromě tradičních aktivit starší generace – pěší a horské turistiky, se do popředí dostává také cykloturistika. Oblíbené u seniorů jsou i dovolené přinášející dobrodružství.

Beránek (2016) považuje za nejčastější formy seniorského cestovního ruchu tyto:

- lázeňský a zdravotní cestovní ruch (regenerační léčba, prevence, vykonání lékařského zákroku),
- sportovní cestovní ruch – pěší turistika, cykloturistika,
- rekreační cestovní ruch v prostředí přímořského letoviska,
- okružní plavby,
- poznávací cestovní ruch formou autokarového zájezdu,
- kulturní cestovní ruch – eurovíkendy,
- dobrodružné cesty do dalekých krajín s cílem užít si života,
- náboženský cestovní ruch – poutní akce,
- nákupní cestovní ruch do sousedních zemí.

Na seniory se čím dál tím více zaměřují marketingové společnosti. V Rakousku začali generaci 50+ nazývat „best-ager“ a vidí v ní veliký potenciál. Tito lidé pro ně představují velkou kupní sílu. V Rakousku dokonce vznikla síť hotelů „50+“. Podle jejího zakladatele Hermanna Paschingera si tato síť klade za cíl péči o požitky svých klientů. (Reidl, 2012)

Senioři jsou pro majitele hotelů skupinou nabízející vítanou příležitost, jak mimo sezónu naplnit volné kapacity hotelu. Senioři v kontextu sociálního cestovního ruchu totiž tvoří nejvíce časově flexibilní skupinu. (Beránek, 2016) Tento trend potvrzuje i Gúčík a kol. (2004), podle kterého představují senioři ohromný potenciál v mimosezónním cestování.

Většina starších turistů začala cestovat v pozdějším věku a mají méně cestovatelských zkušeností. Upřednostňují tedy cíle, kde se odhovoří jim známým cizím jazykem. Mezi takové cíle patří hlavně Chorvatsko, Polsko, Rakousko, Slovensko a Maďarsko. (Reidl, 2012)

Přibývá zaměstnaných seniorů a celkově se zvyšuje i jejich disponibilní příjem. V neposlední řadě mají senioři také k dispozici více volného času. Mezi hlavní trendy v cestování seniorů tedy patří specializované zájezdy, vyšší standard ubytovacích služeb, více poznávání, delší dovolená, mimosezónní pobyty, cestování po své vlasti, specifické požadavky na stravu a výživu.

Příští generace důchodců se stane generací, která měla celý život možnost cestovat. Bude to tedy kritická, znalá a dobře informovaná generace. Tato nastupující generace bude velice citlivá na nedůstojné jednání, falešné sliby nebo speciální nabídky pro seniory, jež u ní nebudou mít žádný úspěch. Naopak však ocení nenápadnou pomoc a empatii ze strany personálu v situacích, které budou vzhledem k věku obtížnější. (Reidl, 2012)

## **2.6 Vybrané projekty podporující cestovní ruch seniorů**

Seniorský cestovní ruch je v České republice podporován několika projekty. Tyto projekty mají na starosti jak veřejné, tak soukromé subjekty.

## **Seniorské cestování 60+**

Olomoucký kraj sestavil spolu s cestovními kanceláři produkt „**Seniorské cestování (60+)**“. Za symbolickou cenu (finanční spoluúčast 200 Kč) jsou v nabídce jednodenní výlety na turisticky zajímavá místa Olomouckého kraje. Výlety jsou určeny pro občany kraje starší 60 let a jejich cílem jsou např. lázně, hrady, zámky nebo exkurze na elektrárnu Dlouhé stráně, která se nachází v Jeseníkách. (Kotíková, 2013) Projekt spustilo olomoucké hejtmanství poprvé v roce 2008. Protože se jedná o velmi oblíbený projekt, Olomoucký kraj jej realizuje každoročně. Každý rok je také vybraná cestovní kancelář, která bude výlety organizovat. Zájem o tyto poznávací výlety se v regionu každoročně zvyšuje. V roce 2015 byla proti roku 2014 kapacita rozšířena o 1 000 míst na 2 600. Pro rok 2016 se kapacita navýšila na celkových 3 000 míst.

## **Cestování pro osamělé seniory**

Tento projekt zajišťuje cestovní kancelář OK-TOURS a. s. Jedná se o projekt podporovaný Ministerstvem pro místní rozvoj České republiky v rámci podprogramu „Cestovní ruch pro všechny“. Prostředky získané touto dotací posloužily k technickému zajištění projektu, marketingu a částečně se projevíly do koncových prodejních cen jako sleva pro klienty. Pro názornou ukázkou jsem vybrala akci „Naučte vnuky lyžovat“.

Pro prarodiče jsou velmi významné rodinné vztahy. Prarodiče sehrávají významnou roli při výchově vnoučat, dále při ekonomické, sociální, fyzické a psychické podpoře rodiny. Starší lidé chtějí být užiteční a potřební pro svoje děti a vnoučata, chtějí přispívat k výchově vnoučat a podílet se na chodu domácnosti. (Madarasová Gecková, Šimová a Dijk, 2003) Tato oblíbená akce se v Krkonoších konala v zimě 2016/2016 již pošesté. Jedná se o zvýhodněný balíček ubytování a polopenze pro seniory a jejich vnuky. Balíček obsahuje 7 pobytových dnů a polopenzi v hotelu Černá Bouda. Kromě toho hotel hostům nabízí v ceně balíčku dopravu zavazadel od lanovky k hotelu. Za zvýhodněné seniorské ceny je potom v nabídce zapůjčení lyžařského vybavení a saní nebo možnost cestovního pojištění.

## **Projekt Senior pas**

Jedná se o speciální kartu určenou pro osoby ve věku od 55 let, která umožňuje slevy ve výši 5 – 50 % v oblasti cestování, lázeňství, wellness, ubytování, kultury, vzdělávání, muzeí, galerií, zdravotnictví i spotřebních nákupů. V současné době je do projektu „Senior pas“ zaregistrováno přes 250 tisíc seniorů. Kromě těchto slev přináší „Se-

nior pas“ také řadu nápadů a tipů na výlety a zájezdy. Projekt garantuje Rada seniorů ČR, což je největší republikové sdružení seniorů.

### **Projekt Calypso**

Segment seniorů je vzhledem ke svému růstu stále zajímavější. Evropská unie projektem Calypso podporuje sociální cestovní ruch. Smysl tohoto projektu podle Novacké (2010) spočívá především v naplňování nevyužitých ubytovacích kapacit mimo hlavní sezonu lidmi, kteří mají dostatek času, ale nemají disponibilní finanční prostředky. V Evropské unii jsou to čtyři znevýhodněné skupiny obyvatel. Patří mezi ně mladí lidé 18 – 30 let, rodiny s finančními problémy, zdravotně postižení lidé a senioři starší 65 let.

Kromě výše uvedených projektů se snaží zvýšit seniorský cestovní ruch i subjekty, které nabízejí podporu seniorům v těchto formách:

- slevy, které poskytují jednotlivé hotely,
- státní podpora (příspěvek na rekreaci, příspěvek na lázeňskou péči),
- podpora zdravotních pojišťoven (týká se především lázeňské péče),
- podpora bývalých zaměstnavatelů. (Beránek, 2016)

Na seniory se také specializují některé cestovní kanceláře. Pro příklad uvádím věrnostní program „Klub 55+“ cestovní kanceláře Quality Tours se sídlem v Praze.

### 3 METODIKA ŘEŠENÍ PRÁCE

Jak je uvedeno v úvodu, cílem diplomové práce je analýza péče o seniory v ubytovacích a stravovacích zařízeních cestovního ruchu a návrh možnosti zvýšení spokojenosti seniorů s touto péčí na základě zjištěných výsledků.

V návaznosti na cíl práce formuluji dvě hypotézy, které řešením problému chci potvrdit - ověřit. Připouštím také možnost nepotvrzení některé z hypotéz.

[H1]: Více než polovina seniorů je spokojena se standardem služeb ubytovacích a stravovacích zařízení, ve kterých pobývají jako účastníci cestovního ruchu.

[H2]: Více než polovina seniorů se při rekreačním pobytu stravuje v některém z odbytových středisek hotelu, ve kterém jsou ubytováni.

Při zpracování diplomové práce jsem použila metodický postup spočívající ve studiu odborné knižní a časopisecké domácí i zahraniční literatury vztahující se ke zkoumanému problému. Informace, které jsem tímto způsobem získala, jsou zpracovány v literární rešerši 2. kapitoly, kde charakterizují a specifikují základní pojmy jako senioři a jejich styl života, senioři jako segment trhu služeb cestovního ruchu, požadavky seniorů na standard vybraných služeb cestovního ruchu a trendy v cestovním ruchu seniorů. Pozornost věnuji i projektům podporujícím seniorský cestovní ruch.

Další kapitola se věnuje analýze současné péče o seniory v ubytovacích a stravovacích zařízeních cestovního ruchu. Předmětem analýzy, která se věnuje straně nabídky, je průzkum názorů a stanovisek představitelů těchto zařízení. Pro tento průzkum jsem jako zdroj kvalitativních dat využila řízené rozhovory. Základní soubor výzkumu tvoří hotelová zařízení s minimálně jedním stravovacím provozem. Výběrový soubor tvoří 7 hotelů lokalizovaných v Jihočeském, Středočeském, Karlovarském, Pardubickém a Jihomoravském kraji. Tento druh ubytovacího zařízení se stravovacím provozem jsem zvolila proto, že je v České republice nejběžnějším typem ubytovacího zařízení s největší kapacitou. Doplňující data pro analýzu jsem shromáždila z vhodných internetových zdrojů, především z webových stránek vybraných zařízení a rezervačních portálů.

Řízené rozhovory probíhaly osobně a telefonickou komunikací od května do srpna 2017. Osloveni byli představitelé vybraných ubytovacích zařízení cestovního ruchu se stravovacím provozem. Za hotel Zlatá Loď to byla zástupkyně vedoucího paní

Prokešová, za hotel Jaro Mělník to byl vedoucí recepce pan Šilha, za hotel Poprad to byla vedoucí recepce paní Chaloupková, za hotel Kossuth to byl ředitel hotelu pan Straka, za hotel Orea Spa Bohemia to byla provozní manažerka technického úseku paní Madejová, za hotel Retro Riverside to byl manažer hotelu pan Hrdlička a za hotel Žebětínský Dvůr to byl manažer akcí pan Živný. Řízený rozhovor (příloha 1) obsahoval 9 otevřených otázek, 2 otevřené podotázky a 12 uzavřených podotázek. Cílem rozhovorů bylo získat podrobné informace o stavu nabídky těchto zařízení, to znamená připravenost zařízení na seniora jako na hosta, návštěvnost těchto zařízení seniory, vybavení zařízení, chování zaměstnanců k seniorům, nabídka jídel, preference seniorů, nabídka slev pro seniory, parkování a stížnosti seniorů. Odpovědi jsem následně přepsala do souvislého textu a část využila v přehledu vybavení jednotlivých hotelů.

Následně jsem provedla analýzu i na straně poptávky dotazníkovým šetřením mezi seniory, kteří dané ubytovací a stravovací zařízení navštívili. Základní soubor tedy tvořili návštěvníci vybraných ubytovacích zařízení se stravovacím provozem, výběrový soubor tvořili senioři, čili lidé starší 55 let. Cílem dotazníkového šetření bylo zjistit míru spokojenosti seniorů se standardem služeb ubytovacích a stravovacích zařízeních cestovního ruchu. Dotazníkové šetření se uskutečnilo od května do srpna 2017. Dotazníky byly rozmístěny do vybraných ubytovacích a stravovacích zařízení a senioři je vyplňovali při jejich odjezdu. Celkem bylo do těchto zařízení rozmístěno 245 dotazníků s návratností 203 dotazníků, tj. 83 %. Dotazník (příloha 2) obsahoval 22 otázek, z toho 6 otázek se týkalo socio-demografických charakteristik respondentů. Ze zbylých 16 otázek bylo 13 uzavřených, 2 otevřené a 1 polootevřená. Otázky se týkaly pocitů konformity seniorů, hodnocení vybraných charakteristik týkajících se ubytovacích a stravovacích služeb, ceny za osobu/noc v hotelu a jestli se seniorům zdála přiměřená, případné další návštěvy a doporučení a také návrhů změn a zlepšení ze strany hostů. Socio-demografické charakteristiky jsem zpracovala do tabulek a zbylé odpovědi formou grafů.

Data získaná z řízených rozhovorů a dotazníkového šetření následně využiji k návrhům, které by zvýšily spokojenost seniorů se standardem ubytovacích a stravovacích služeb v cestovním ruchu.

## 4 ŘEŠENÍ PROBLÉMU A JEHO VÝSLEDKY

### 4.1 Analýza péče o seniory ve vybraných ubytovacích a stravovacích zařízeních cestovního ruchu

Pro účely diplomové práce jsem si z nabídky různých typů ubytovacích zařízení zvolila hotely. Každý z mnou vybraných hotelů disponuje minimálně jedním stravovacím provozem. Hotel Žebětínský Dvůr v Jihomoravském kraji disponuje třemi stravovacími provozy. Hotel je podle Páskové a Zelenky (2002) ubytovací zařízení s recepcí a nejméně 10 pokoji pro hosty. Kromě kompletních ubytovacích a stravovacích služeb hotel zajišťuje pro hosty i široký sortiment dalších služeb. Podle kvality a rozsahu služeb a podle vybavenosti a velikosti pokojů jsou hotely klasifikovány do pěti tříd označených hvězdičkami.

Označení „hotel“ je podle Beránka (2016) po celém světě vnímáno jako pojem pro rozsáhlé spektrum ubytovacích zařízení, které poskytují přechodné ubytování za úplatek. Jedná se například o ubytovací zařízení pro obchodní klientelu, zařízení specializovaná na lázeňství nebo wellness, letištní hotely, luxusní hotely, motely atd.

Pro svoji práci jsem si vybrala 7 hotelů rozmístěných po celé České republice (Jihočeský, Středočeský, Karlovarský, Pardubický a Jihomoravský kraj). Každý hotel má k dispozici také svoji restauraci. Tyto restaurace mají dostatečnou kapacitu, protože slouží nejen veřejnosti, ale i hotelovým hostům. Z důvodu menší kapacity jsem neprováděla šetření pouze mezi samostatnými stravovacími zařízeními, ale vždy jsem vybírala stravovací provoz spojený s hotelem. Pro charakteristiku hotelů jsem využila jak informace z webových stránek, tak řízené rozhovory.

#### 4.1.1 Hotel Zlatá Loď v Týně nad Vltavou

**Adresa:** Náměstí Míru 251, Týn nad Vltavou, 375 01

**Webové stránky:** [www.hotel-zlata-lod.webnode.cz](http://www.hotel-zlata-lod.webnode.cz)

**Charakteristika:** Hotel Zlatá Loď se nachází přímo na náměstí v Týně nad Vltavou a je ideálním výchozím bodem pro poznávání jižních Čech. Týn nad Vltavou leží zhruba 1 km od soutoku řek Vltavy a Lužnice. Soutok a jeho okolí jsou oblíbeným místem pro rybáře. Během letní sezóny je zde možnost podniknout výlet lodí na hrad Orlík. Večer lze navštívit divadelní představení na místním otáčivém hledišti v Týně nad Vltavou.



Hotel je ideálním místem pro vyznavače cykloturistiky, neboť leží pár desítek metrů od začátku nově zbudované cyklostezky a bruslařské dráhy vedoucí podél řeky Vltavy směrem na Hněvkovickou přehradu.

**Počet zaměstnanců:** 14 stálých zaměstnanců v ubytovacím a stravovacím provozu, 4 brigádníci

**Kapacita:** 17 pokojů, 40 lůžek (2 čtyřlůžkové pokoje, 3 třílůžkové pokoje, 11 dvoulůžkových pokojů, 1 jednolůžkový pokoj)

**Cena:** 400 Kč/osoba a noc, 500 Kč osoba v jednolůžkovém pokoji

**Vybavení hotelu Zlatá Lod' pro seniory:**

Bezbariérovost	Ano	Madlo na toaletě	Ano
Výtah	Ano	Sprchový kout	Ano
Zvýšené postele	Ano, všechny	Sedátko ve sprchovém koutě	Ne
Měkké matrace	Ano, všechny zdravotní	Madlo ve sprchovém koutě	Ano
Dostatečně široké uličky na chodbě i v pokoji	Ano	Protiskluzová podložka v koupelně	Ano
Parkovací místa pro invalidy		Ano	

Zdroj: vlastní výzkum

Další služby:

- garáž za poplatek, možnost uskladnění většího počtu jízdních kol,
- pořádání svateb, absolventských večírků, rautů a firemních oslav,
- možnost vytvoření komplexního balíčku služeb (zajištění vstupenek, exkurzí, tipy na výlety atd.).

**4.1.2 Hotel Jaro Mělník v Mělníku**

**Adresa:** 17. Listopadu 174, Mělník, 276 01

**Webové stránky:** <http://hotel-jaro.cz/cs/o-nas>

**Charakteristika:** Rodinný hotel Jaro je v provozu již od roku 1995. Hotel je situován v klidné části Mělníka vzdálené od centra města pouhých 5 minut chůze. Nabízí ubytování ve 12 prostorných pokojích a apartmánech s celkovou kapacitou 26 pevných lůžek. Všechny pokoje mají vlastní sociální zařízení Hotel je vhodný pro firemní klientelu i

individuální hosty. Těsná blízkost hotelu a Labské cyklostezky je lákavá pro domácí i zahraniční cyklisty. Město Mělník je neoddělitelně spjata s postavou krále Karla IV. a s pěstováním vinné révy, které zde zavedl. Mělník ale může návštěvníka zaujmout i dalšími pozoruhodnostmi.

**Počet zaměstnanců:** 9 v ubytovacím i stravovacím provozu

**Kapacita:** 12 pokojů a 26 lůžek

**Cena:** 1380 Kč/dvoulůžkový pokoj a noc, 1490 Kč dvoulůžkový apartmán a noc

**Vybavení hotelu Jaro Mělník pro seniory:**

Bezbariérovost	Ne	Madlo na toaletě	Ne
Výtah	Ne	Sprchový kout	Mají <sup>3</sup> / <sub>4</sub> pokojů
Zvýšené postele	Ne	Sedátko ve sprchovém koutě	Ne
Měkké matrace	Ne, jsou středně tvrdé	Madlo ve sprchovém koutě	Ne
Dostatečně široké uličky na chodbě i v pokoji	Ano, velké pokoje, široké chodby	Protiskluzová podložka v koupelně	Ne
Parkovací místa pro invalidy		Ne	

Zdroj: vlastní výzkum

Další služby:

- parkování a úschova kol pro klienty hotelu zdarma,
- platba platebními kartami (Visa, Maestro, Mastercard, American Express).

#### 4.1.3 Hotel Retro Riverside v Březové u Karlových Varů

**Adresa:** Březová 157, Březová u Karlových Varů 360 01

**Webové stránky:** <http://www.retroriverside.cz/>

**Charakteristika:** Deset minut jízdy od Karlových Varů se nachází Luxury Wellness Resort Retro Riverside Hotel obklopený malebnou přírodou. Hotel se vyznačuje prostornými pokoji s kouzelnými výhledy na přírodu, moderním a velkým SPA centrem s bazény a saunovým komplexem a perfektním servisem. Hotelové SPA centrum nabízí více než 200 procedur a rituálů: magické masáže, kosmetické a estetické procedury

s využitím moderních účinných přípravků a postupů. V blízkosti hotelu se nachází Karlovy Vary - proslulé termální lázně a jedno z nejkrásnějších měst České republiky.

**Počet zaměstnanců:** 18 v ubytovacím a stravovacím provozu, v sezoně až 22

**Kapacita:** 19 pokojů a apartmá, 14 Superior Rooms (32 m<sup>2</sup>), 3 River Suites (56 m<sup>2</sup>), dvoupatrový Captain Suite (81 m<sup>2</sup>) a Admiral Suite (175 m<sup>2</sup>), 42 lůžek

**Cena:** pohyblivá dle systému Booking.com – záleží na datu a obsazenosti, slevy dosahují až 50 %, níže uvedené ceny jsou beze slev

4000 Kč za pokoj a noc – Superior Rooms – kapacita 2 lůžka

5000 Kč za pokoj a noc – River Suites – kapacita 2 lůžka

10000 Kč za pokoj a noc – Captain Suite – kapacita 4 lůžka

30000 Kč za pokoj a noc – Admiral Suite – prezidentské apartmá, kapacita 4 lůžka

#### Vybavení hotelu Retro Riverside pro seniory:

Bezbariérovost	Ano	Madlo na toaletě	Ne
Výtah	Ano	Sprchový kout	Ano
Zvýšené postele	Ano, všechny King size	Sedátko ve sprchovém koutě	Na vyžádání
Měkké matrace	Ano	Madlo ve sprchovém koutě	Ne
Dostatečně široké uličky na chodbě i v pokoji	Ano, velké pokoje	Protiskluzová podložka v koupelně	Protiskluzové kachličky
Parkovací místa pro invalidy		Ano	

Zdroj: vlastní výzkum

Další služby:

- pro hosty je k dispozici parkování u hotelu zdarma,
- všechny pokoje mají balkon nebo terasu, klimatizaci, TV, chlazený minibar a trezor,
- prostorné mramorové koupelny mají vyhřívanou podlahu, WC, bidet, dvě umyvadla, samostatnou sprchu nebo vanu, fén, kosmetické zrcadlo s podsvícením a SPA kosmetiku,
- svatby, večírky a oslavy, firemní akce.

#### 4.1.4 Hotel Kossuth v Mariánských Lázních

**Adresa:** Ruská 77/77, Mariánské Lázně, 353 01

**Webové stránky:** [www.hotel-kossuth.cz](http://www.hotel-kossuth.cz)

**Charakteristika:** Hotel Kossuth stojí v centru Mariánských Lázní pouhých 500 metrů od kolonády. Součástí hotelu je wellness a restaurace. Přímo u hotelu jsou také neplacená parkovací stání a 150 metrů od hotelu autobusová zastávka. Nekuřácké pokoje hotelu Kossuth mají TV, vlastní koupelnu a posezení. Hostům je k službám nepřetržitě otevřená recepce. Snídaně se v hotelu podává denně a na večeri lze zajít do hotelové à-la-carte restaurace. Hotelové wellness centrum provádí masáže a několik dalších wellness procedur. Lyžařský areál Mariánské Lázně je od Hotelu Kossuth vzdálen 3 minuty a zámek Kynžvart 10 minut autem.

**Počet zaměstnanců:** 30 v ubytovacím a stravovacím provozu

**Kapacita:** 40 pokojů, 78 lůžek

**Cena:** cca 1000 Kč/ osoba a noc, naprostá většina hostů si hotel rezervuje přes slevové portály, nabídky jsou podobné, většinou 5990 Kč za 3 noci a 2 osoby, v ceně má každá osoba 5 wellness procedur

**Vybavení hotelu Kossuth pro seniory:**

Bezbariérovost	Ne	Madlo na toaletě	Ne
Výtah	Ano	Sprchový kout	Ano, většina
Zvýšené postele	Ne	Sedátko ve sprchovém koutě	Ne
Měkké matrace	Ne	Madlo ve sprchovém koutě	Ne
Dostatečně široké uličky na chodbě i v pokoji	Ano	Protiskluzová podložka v koupelně	Ne
Parkovací místa pro invalidy		Ne	

Zdroj: vlastní výzkum

Další služby:

- hosté mohou zdarma využívat úschovnu zavazadel a lyžárnu,
- nekuřácké pokoje.

#### 4.1.5 Orea Spa Hotel Bohemia v Mariánských Lázních

**Adresa:** Hlavní třída 100/40, Mariánské Lázně, 353 01

**Webové stránky:** <http://www.oreahotelbohemia.cz/cz/>

**Charakteristika:** Díky své poloze v centru Mariánských Lázní, komfortním pokojům a zrekonstruovanému balneo provozu je Orea Spa Hotel Bohemia vyhledávaným místem k pobytu. Hotel se nachází zhruba 300 m od lázeňské kolonády se Zpívající fontánou a léčivými prameny. Hostům je k dispozici 76 komfortních pokojů, komplexní relaxačně rehabilitační centrum s využitím přírodních léčivých pramenů, restaurace Knížecí dvůr s českou a mezinárodní kuchyní, salónek a parkoviště. Při svých lázeňských procházkách v okolí Orea Spa Hotelu Bohemia mohou hosté navštívit pravoslavný kostel sv. Vladimíra či Anglikánský kostel.

**Počet zaměstnanců:** 60 v ubytovacím a stravovacím provozu

**Kapacita:** 76 pokojů a 12 apartmánů, 188 lůžek

**Cena:** od 1700 Kč za dvoulůžkový pokoj a noc, od 1300 Kč za jednolůžkový pokoj a noc; cena se odvíjí od vybavení pokoje, obsazenosti, sezony a data rezervace

**Vybavení Orea Spa Hotelu Bohemia pro seniory:**

Bezbariérovost	Ne, pouze restaurace ano	Madlo na toaletě	Ano, ale ne u všech
Výtah	Ano	Sprchový kout	Ano
Zvýšené postele	Ano	Sedátko ve sprchovém koutě	Ano
Měkké matrace	Zdravotní matrace, chrániče matrací	Madlo ve sprchovém koutě	Ano, má 70 % pokojů
Dostatečně široké uličky na chodbě i v pokoji	Ano	Protiskluzová podložka v koupelně	Ano, protiskluzová vanička
Parkovací místa pro invalidy		Ano	

Zdroj: vlastní výzkum

Další služby:

- rehabilitační centrum a wellness,
- konferenční místnost,
- léčebně rehabilitační balíčky, pobyty pro seniory, zážitkové pobyty,

- soukromé parkování je možné za 7,50 EUR na noc v areálu hotelu,
- nekuřácké pokoje, trezor, dětská postýlka zdarma, doprava na letiště, úschova zavazadel, praní a žehlení prádla, obchod se suvenýry.

#### 4.1.6 Hotel Poprad v Ústí nad Orlicí

**Adresa:** Smetanova 470, Ústí nad Orlicí, 562 01

**Webové stránky:** <http://hotelpoprad.cz/>

**Charakteristika:** Ústí nad Orlicí leží v údolí na soutoku řek Tichá Orlice a Třebovka v podhůří Orlických hor. Hotel Poprad se nachází v centru města v těsné blízkosti klimatické zóny Kociánka vybudované v roce 2010. Hotel Poprad nabízí ubytování, restauraci, letní terasu, hotelový minibar a salonek.

**Počet zaměstnanců:** 13 v ubytovacím a stravovacím provozu

**Kapacita:** 12 pokojů, 26 lůžek

**Cena:** 780 Kč/dvoulůžkový pokoj a noc v provedení economy, 1150 Kč v provedení standard

**Vybavení hotelu Poprad pro seniory:**

Bezbariérovost	Ano	Madlo na toaletě	Ano, v renovovaných pokojích
Výtah	Ano	Sprchový kout	Ano
Zvýšené postele	Ano, v kategorii standard	Sedátko ve sprchovém koutě	Ne
Měkké matrace	Ne, jsou střednětvrdé, ale příjemné	Madlo ve sprchovém koutě	Ne
Dostatečně široké uličky na chodbě i v pokoji	Ano	Protiskluzová podložka v koupelně	Ano
Parkovací místa pro invalidy		Ne	

Zdroj: vlastní výzkum

Další služby:

- parkování přímo u budovy v centru města pro hosty zdarma,
- nekuřácké pokoje,

- zapůjčení dětské postýlky zdarma,
- úschovna zavazadel,
- praní prádla.

#### 4.1.7 Hotel Žebětínský Dvůr v Brně

**Adresa:** Křivánkovo nám. 33a, Brno – Žebětín 641 00

**Webové stránky:** <http://www.zebetinsky-dvur.cz/>

**Charakteristika:** Hotel se nachází v klidné brněnské městské části Žebětín. Jedná se o stylový komplex, který návštěvníkům nabízí veškeré gastronomické, ubytovací a konferenční služby doplněné o sportovní vyžití. Právě díky širokému spektru služeb se jedná o jedinečné hotelové zařízení v Brně a okolí. Hotel resort Žebětínský Dvůr disponuje třemi stravovacími zařízeními, která nabízejí možnost á la carte stravování. Mezi hlavní výhody patří mimo jiných snadná dostupnost z dálnice D1 (Exit 182 – Kývalka 7 km, Exit 190 – Bohunice 8 km). Brněnský autotodrom – Masarykův okruh – Grand Prix je od hotelu vzdálen pouze 4 km. Do centra města Brna se hosté dostanou za 15 minut při použití automobilu a za 30 minut při použití městské hromadné dopravy.

**Počet zaměstnanců:** 27 v ubytovacím a stravovacím provozu, přes sezonu 32, v hotelu pracuje dalších 12 brigádníků na DPP

**Kapacita:** 48 pokojů a 106 lůžek, z toho 8 pokojů typu Luxury, 24 pokojů typu Standard a 16 pokojů typu Economy

**Cena:** 1461 Kč za dvoulůžkový pokoj a noc - typ Economy, 1670 Kč za dvoulůžkový pokoj a noc – typ Standard, 2100 Kč za dvoulůžkový pokoj a noc – typ Luxury

#### Vybavení hotelu Žebětínský Dvůr pro seniory:

Bezbariérovost	Ano	Madlo na toaletě	Ne
Výtah	Ano	Sprchový kout	Ano
Zvýšené postele	Ne	Sedátko ve sprchovém koutě	Ne
Měkké matrace	Ano	Madlo ve sprchovém koutě	Ne
Dostatečně široké uličky na chodbě i v pokoji	Ano	Protiskluzová podložka v koupelně	Ne
Parkovací místa pro invalidy		Ne	

Zdroj: vlastní výzkum

Další služby:

- konferenční sál a salonek pro pořádání různých akcí – svatby apod.,
- letní terasa, sport bar, dětské hřiště,
- bazén, bowling, squash, beach volejbal, bubble fotbal a indoor golf,
- letní víkendové gastroakce.

#### **4.1.8 Terénní průzkum nabídky služeb ubytovacích a stravovacích zařízení cestovního ruchu s důrazem na seniory**

Cílem řízených rozhovorů s představiteli hotelů bylo zhodnotit, jak jsou ubytovací a stravovací provozy připravené na seniory a co jim mohou nabídnout. Kromě toho řízené rozhovory měly odpovědět na otázky, jestli hotely nějakým způsobem zohledňují seniory a jaké mají samotní senioři požadavky. Součástí průzkumu byla i diskuze, která pojednávala o problémech hotelů nejen při ubytování seniorů.

Všechny vybrané hotely navštěvují i senioři. Nejméně navštěvují senioři hotel Žebětínský Dvůr a Retro Riverside Hotel, kde tito klienti tvoří odhadem jednu pětinu všech hostů. V Hotelu Jaro Mělník tvoří lidé starší 55 let asi polovinu hostů. Nejvíce seniorů přijíždí do hotelů Orea Spa Bohemia, senioři tvoří asi 80 % všech klientů a v hotelu Kossuth senioři tvoří drtivou většinu všech hostů. Je to způsobeno tím, že hotel Kossuth prodává většinu svých pokojů formou zážitkových balíčků přes slevové portály a pokud si tyto balíčky nezakoupí sami senioři, tak je často dostanou jako dárek od svých dětí a vnoučat.

Tři ze sedmi hotelů (Hotel Jaro Mělník, Hotel Kossuth, Hotel Žebětínský Dvůr) na seniory nijak zvlášť při zařizování nemysleli. Odpovědi ostatních respondentů souviseli především s bezproblémovou mobilitou seniorů. Všechny hotely, kromě hotelů Jaro Mělník a Kossuth, při své stavbě nebo rekonstrukci počítaly s bezbariérovým přístupem a výtahem. Retro Riverside Hotel nabízí hostům s omezenou možností pohybu jeden bezbariérový pokoj. V pokoji však nejsou žádná madla. Orea Spa Hotel Bohemia v tomto ohledu myslel na seniory nejvíce. Při rekonstrukci se snažil vytvořit prostornější koupelny vybavené sprchovými kouty a madly.

Pracovníka, který je odpovědný hostům pomoci s těžkými zavazadly mají čtyři ze sedmi hotelů, jedná se o hotely Zlatá Loď, Hotel Kossuth, Orea Spa Hotel Bohemia a



Retro Riverside Hotel. Orea Spa Hotel Bohemia má dokonce samostatného bagážistu, který se stará o zavazadla všech hostů a dopraví jim je až na pokoj. Ve zbývajících hotelech však není problém se na tom domluvit s pracovníkem recepcce. Všude se recepční snaží seniorům pomoci. V hotelech Jaro Mělník a Žebětínský Dvůr pracují na recepci většinou dívky a dle rozhovorů vždy záleží především na jejich silách a ochotě seniorům pomoci. Pokud však na zavazadla fyzicky nestačí, snaží se alespoň situaci vyřešit k oboustranné spokojenosti například tím, že o tuto práci požádají hotelového číšníka.

Pouze tři hotely (Hotel Zlatá Loď, Orea Spa Hotel Bohemia a Retro Riverside Hotel) ze sedmi mají v nabídce pokoj určený pro seniory. Od ostatních pokojů se tyto pokoje liší tím, že jsou bezbariérové a v blízkosti výtahu. V hotelu Zlatá Loď má tento pokoj navíc madla na toaletě a ve sprchovém koutě.

Většina hotelů žádná nepsaná pravidla při umisťování seniorů do pokojů nemá. Hosté si podle nich sami už při rezervaci specifikují, jaký konkrétně pokoj chtějí. Pouze v hotelu Jaro Mělník, které není bezbariérový, se přihlíží k tomu, aby byli senioři ubytováni do nižších pater, pokud si sami nevybrali jiný pokoj. Většina hostů si však vybírá pokoje sama. I když senioři tvoří v hotelu Jaro Mělník asi polovinu klientů, takže by se dalo předpokládat, že se jich mezi nimi najde více s omezenou možností pohybu, není tomu tak. Většinu hostů z kategorie 55+ navštěvujících tento hotel popisují jeho zaměstnanci jako vitální, zdravé a čiperné seniory. V hotelu Poprad se zase recepční snaží, pokud není specifikováno jinak, aby byli senioři v klidnější části hotelu na konci chodby.

Jediný hotel, který nabízí pro seniory zvýhodněný balíček, je Orea Spa Hotel Bohemia. Balíček se jmenuje „Fit v každém věku“ a stojí 425 Euro. Léčebný balíček je určený pro vylepšení celkového zdravotního stavu, kondice a psychiky s ohledem na potřeby a požadavky seniorů. Balíček obsahuje 5x ubytování pro 2 osoby s polopenzí formou bufetu, uvítací nápoj, 5x wellness procedur na osobu a pobyt a župany pro dospělé k dispozici po celou dobu pobytu.

Z rozhovorů vyplynulo, že hotely Zlatá Loď, Jaro Mělník, Kossuth a Retro Riverside Hotel při sestavování jídelního lístku na seniory vůbec nemyslí. Všichni dotazovaní však podotýkali, že mají v nabídce různé druhy jídel, lehčí i těžší a každý host si jistě vybere. Ostatní hotely se při sestavování jídelních lístků snažily nabídnout seniorům především lehčí jídla a jídla vegetariánská. Nejvíce na seniory v tomto ohledu mys-

lí hotel Orea Spa Bohemia. Při snídani a večeři nabízí hostům formou švédských stolů kromě klasických jídel i vegetariánská, veganská a bezlepková jídla. K obědu nabízí kromě hlavního jídla i polévku, salát a snack.

Na mou otázku, jakým jídlům dávají senioři přednost, většina dotazovaných shodně odpověděla, že senioři jedí úplně všechno. Při mé prosbě, aby byli respondenti konkrétnější, zaznívalo, že senioři dávají přednost české kuchyni, klasickým jídlům, svíčkové a řízkům, steakům, těstovinám a pizze. Hotel Zlatá Loď uvedl, že z masa dávají senioři přednost spíše kuřecímu a z příloh spíše knedlíkům a bramborám. Téměř vůbec si nedávají hranolky a krokety. V hotelu Žebětínský Dvůr poznamenali, že senioři rádi zkoušejí nové věci – např. tatarák z lososa. Pouze jednou se v odpovědích vyskytlo, že senioři dávají přednost lehčím jídlům. Pokud měli senioři v ceně balíček stravování formou švédských stolů, tak se dva hotely vyjádřily na tuto otázku ve smyslu, že se senioři přecpávají. Doslova u obou odpovědí zaznělo „sní všechno, co vidí“.

Lehká jídla mají ve své nabídce všechny hotely kromě hotelu Jaro Mělník, který svým hostům nabízí spíše tradiční českou kuchyni – vývar, řízky a omáčky s knedlíky. Ostatní hotely si pod pojmem lehká jídla představují především přírodní řízky, kuřecí maso, brambory, rýži a saláty.

Jídla sestavená podle konkrétní diety nemá ve své nabídce žádný z uvedených hotelů. Všichni respondenti se však vyjadřovali tak, že není problém tato jídla seniorům bez příplatku připravit, pokud si o to sami včas řeknou, či to uvedou do požadavku při rezervaci.

Všechny hotely nabízí svým hostům dostatek parkovacích míst kromě hotelu Jaro Mělník. Ten nabízí pro hosty k parkování pouze malý dvoreček se čtyřmi parkovacími místy. Hosté často mívají potíž v blízkosti hotelu zaparkovat, protože parkovací místa na ulici bývají rovněž obsazena.

Parkovací místa pro invalidy nabízí svým hostům pouze tři hotely a to hotel Zlatá Loď, Orea Spa Hotel Bohemia a Retro Riverside Hotel. Hotel Žebětínský Dvůr sice parkovací místa pro invalidy nenabízí, ale nabízí svým hostům možnost si parkování zarezervovat předem.

Senioři nejsou náročnější než jiní zákazníci. Záleží vždy na konkrétním člověku. Respondenti z hotelu Jaro Mělník a z hotelu Kossuth poznamenali, že určité národnosti jsou náročnější než jiné. Jednou se jednalo o Čechy, kteří si prý často stěžují. Podruhé

se jednalo o Američany, Australany a Izraelce, ale spíš v tom smyslu, že byli překvapení starším vybavením hotelu Jaro Mělník (např. nebyli zvyklí otvírat na hotelu pokoje klíči, protože jsou zvyklí na čipy a karty a vyžadovali rozšířené služby). Pouze hotel Zlatá Loď se tomuto názoru vymykal. Senioři jsou v hotelové restauraci náročnější než jiní hosté především na rychlost obsluhy. Myslí si, že „mají všude přednost“ a „patří jim svět“, protože nechtějí respektovat, že čekají přes obědy na jídlo déle kvůli obědovému menu určeným pro pracující lidi.

V otázce spokojenosti se všichni respondenti shodli, že senioři si celkově téměř nestěžují. Bývají jedni z nejslušnějších a nejděčnějších hostů. Když už si stěžují, tak nejčastěji na tvrdé matrace, jiní na měkké matrace, hluk při akcích, kouření na balkoně pod jejich pokojem, skladbu snídaně, polohu hotelu na kopci, úzký otvor a schůdek při vstupu do sprchy. Jednu kuriózní stížnost zažil hotel Kossuth. Senioři si stěžovali, že cena pokoje s výhledem je stejná, jako cena pokoje bez výhledu. Ředitel hotelu tedy cenu pokoje s výhledem následně zdrazil o 100 Kč/ noc. Od té doby se kvůli zvýšené ceně pokoje s výhledem na Mariánské Lázně obsazují jako poslední.

#### **4.2 Dotazníkový průzkum spokojenosti seniorů se službami ubytovacích a stravovacích zařízení v cestovním ruchu**

Poptávku seniorů na trhu ubytovacích a stravovacích služeb jsem zjišťovala dotazníkovým průzkumem. Celkově bylo do hotelů rozdáno 245 dotazníků, návratnost 203 vyplněných dotazníků. Vyplněné dotazníky jsem vyhodnotila na základě odpovědí seniorů, kteří navštívili vybraná ubytovací a stravovací zařízení a strávili v nich minimálně jednu noc. Všechny data jsem pak zpracovala v programu Microsoft Excel. Socio-demografická struktura výběrového souboru je následující:

**Tabulka 1: Struktura výběrového souboru podle pohlaví respondentů**

Pohlaví	Absolutně	Relativně v %
Žena	116	57
Muž	87	43
Celkem	203	100

Zdroj: vlastní výzkum

**Tabulka 2: Struktura výběrového souboru podle věku respondentů**

Věk	Absolutně	Relativně v %
55 – 59 let	41	20
60 – 64 let	35	17
65 – 69 let	60	30
70 – 74 let	44	22
75 let a více	23	11
Celkem	203	100

Zdroj: vlastní výzkum

**Tabulka 3: Struktura výběrového souboru podle čistého měsíčního příjmu respondentů**

Příjem	Absolutně	Relativně v %
do 12.000 Kč	37	18
od 12.001 do 15.000 Kč	70	35
od 15.001 do 18.000 Kč	22	11
od 18.001 do 21.000 Kč	29	14
21.001 Kč a více	45	22
Celkem	203	100

Zdroj: vlastní výzkum

**Tabulka 4: Struktura výběrového souboru podle nejvyššího dosaženého vzdělání**

Nejvyšší dosažené vzdělání	Absolutně	Relativně v %
Základní	44	22
Středoškolské bez maturity	81	40
Středoškolské s maturitou	50	25
Vyšší odborné	5	2
Vysokoškolské	23	11
Celkem	203	100

Zdroj: vlastní výzkum

**Tabulka 5: Struktura výběrového souboru podle sociálního statusu**

Sociální status	Absolutně	Relativně v %
Starobní důchodce	134	66
Invalidní důchodce	3	2
Zaměstnanec	35	17
OSVČ	31	15
Nezaměstnaný	0	0
Celkem	203	100

Zdroj: vlastní výzkum

**Tabulka 6: Struktura výběrového souboru podle velikosti bydliště**

Počet obyvatel	Absolutně	Relativně v %
Do 5.000 obyvatel	26	13
5.001 - 10.000 obyvatel	33	16
10.001 – 20.000 obyvatel	27	13
20.001 – 50.000 obyvatel	45	22
50.001 a více obyvatel	72	36
Celkem	203	100

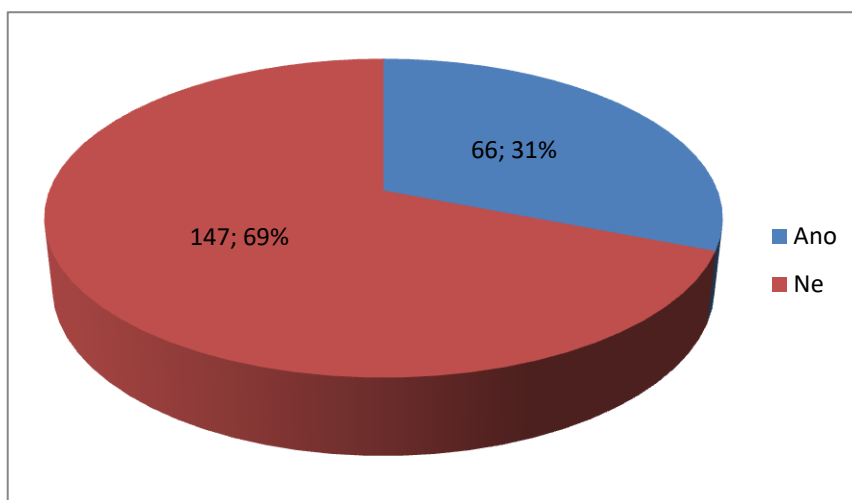
Zdroj: vlastní výzkum

Mezi účastníky dotazníkového průzkumu spokojenosti seniorů převažovaly ženy, které se na celkovém počtu respondentů podílely 57 %. Z hlediska věku převažovala skupina 65 – 69 letých, kteří tvořili 30 % všech respondentů. Nejvíce respondentů, konkrétně 35 % pobírá příjem mezi 12.001 – 15.000 Kč. Druhou nejpočetnější skupinu 22 % tvoří respondenti s příjmem vyšším než 21.001 Kč. Ohledně nejvyššího dosaženého vzdělání převažovali 40 % respondenti se středoškolským vzděláním bez maturity. Ve výběrovém vzorku převažovali lidé 66 % pobírající starobní důchod, hned poté následování zaměstnanci – 17 %. Mezi zaměstnanci je 5 lidí, kteří jsou zároveň starobními důchodci. Mezi respondenty se nevyskytovali žádní nezaměstnaní. Jenom 2 % lidí pobírá pouze invalidní důchod. Další 4 invalidní důchodci však jsou mezi zaměstnanci a 2 mezi OSVČ. Nejvíce respondentů 36 % pochází z měst s více než 50.001 obyvateli.

Otázka 1: Měli jste dojem, že na Vás při pobytu byl brán ohled jako na seniora?

Celkem 66 (31 %) dotazovaných odpovědělo, že na ně byl brán ohled jako na seniory. Zbýlých 147 (69 %) dotazovaných odpovědělo, že na ně ohled jako na seniory brán nebyl. Velký počet negativních odpovědí může být dán tím, že se dotazovaní sami necítí být starými lidmi – seniory. To je způsobeno demografickým vývojem a na jedné straně stárnutím populace, na straně druhé prodlužováním aktivního života.

**Graf 2: Ohled na návštěvníky jako na seniory**

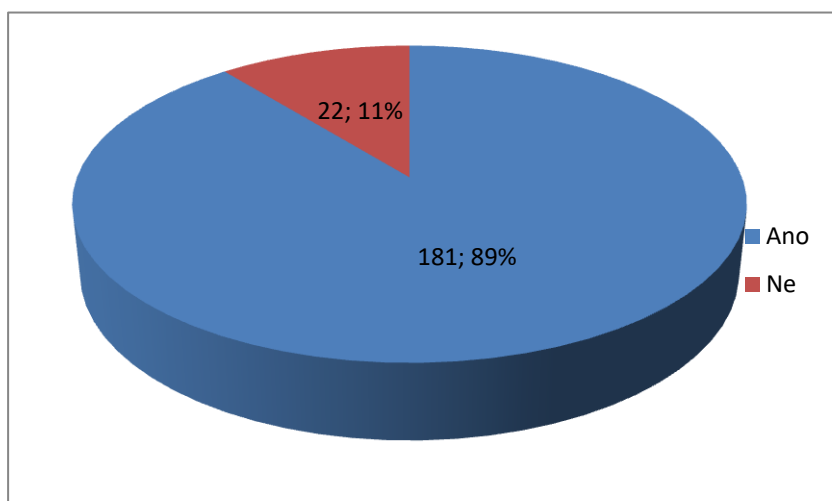


Zdroj: vlastní výzkum

Otázka 2: Cítil/a jste se při svém pobytu v tomto ubytovacím zařízení komfortně?

Na otázku 2 celkem 181 (89 %) dotazovaných odpovědělo, že se cítili při svém pobytu v daném ubytovacím zařízení komfortně. Pouze 22 (11 %) dotazovaných odpovědělo, že se komfortně necítili.

**Graf 3: Pocit komfortu při pobytu**



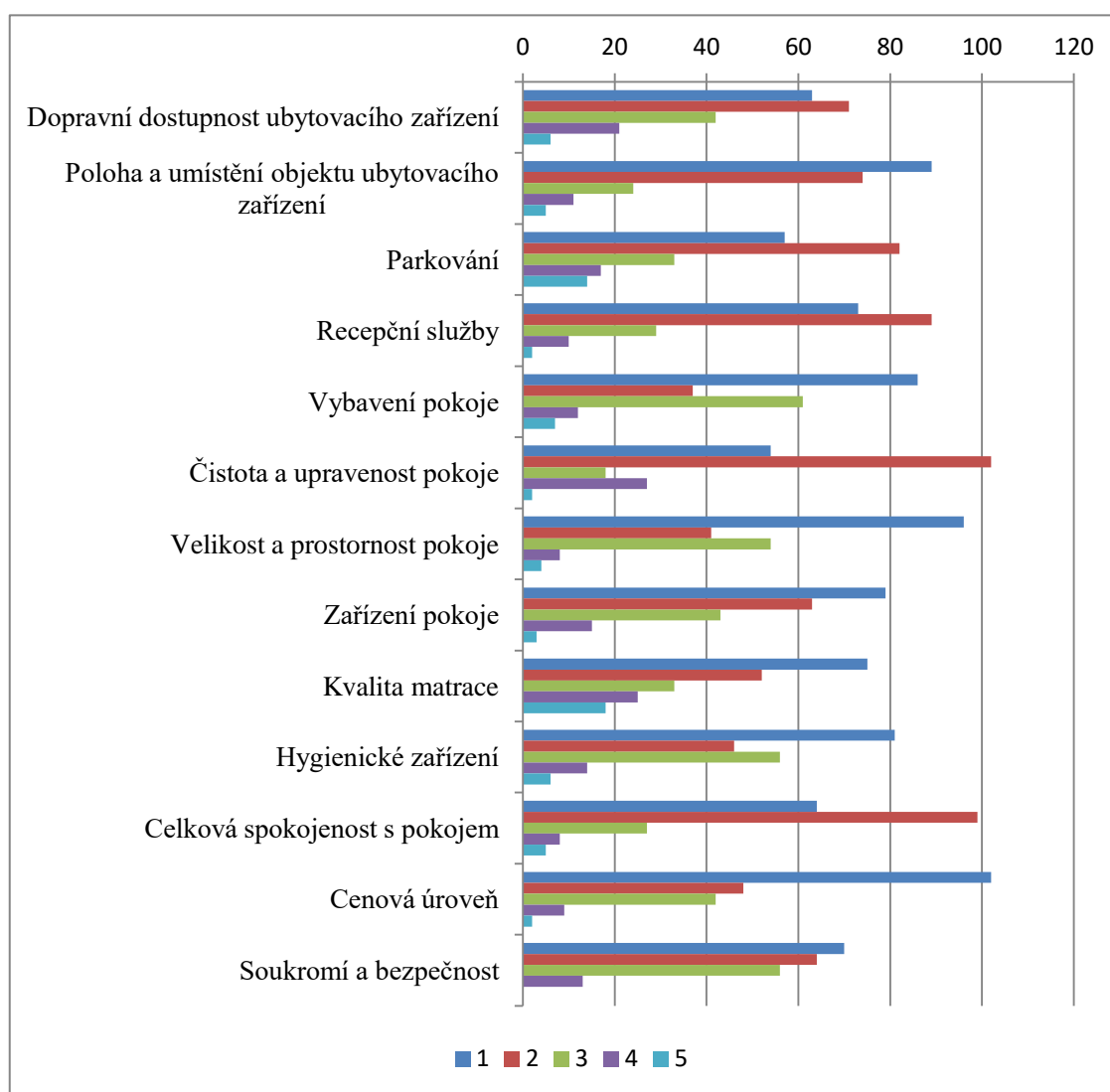
Zdroj: vlastní výzkum

Otázka 3: Ohodnoťte prosím charakteristiky týkající se ubytovacích služeb. Označujte jako ve škole 1 – nejlepší, 5 – nejhorší.

Návštěvníci ubytovacích zařízení nejlépe hodnotili cenovou úroveň, celkem 102 dotazovaných (50 %) ohodnotilo cenovou úroveň nejlepší známkou. Spokojeni byli také

s velikostí a prostorností pokoje (47 %), s polohou a umístěním objektu ubytovacího zařízení (44 %), s vybavením pokoje (42 %) a také byli celkově spokojeni s hygienickým zařízením (40 %). Velmi dobře návštěvníci ohodnotili čistotu a upravenost pokoje (50 %), celkovou spokojenost s pokojem (49 %) a recepční služby (44 %). Ostatním charakteristikám hosté častěji udělovali horší známky než jedna. Nejhůře byla hodnocena kvalita matrace (9 %), následovaná parkováním (7 %).

**Graf 4: Charakteristiky ubytovacích služeb**

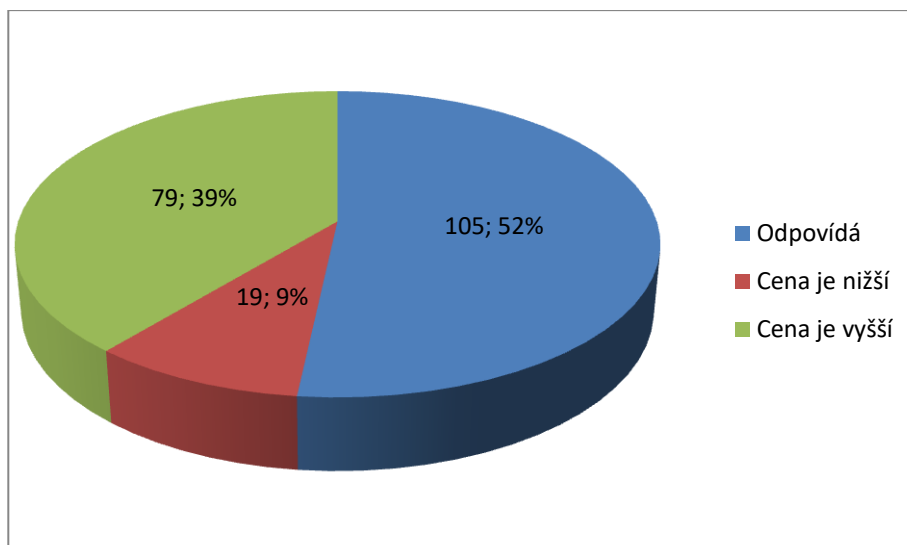


Zdroj: vlastní výzkum

Otázka 4: Odpovídá podle Vás cena ubytovacích služeb službám zde poskytovaným?

Na tuto otázku celkem 105 (52 %) dotazovaných odpovědělo, že cena služeb odpovídá poskytovaným službám. Naopak 79 (39 %) dotazovaných odpovědělo, že cena je vyšší než úroveň nabízených služeb. Pouze 19 (9 %) respondentů zvolilo odpověď, že cena služeb je nižší.

**Graf 5: Porovnání ceny ubytovacích služeb se službami samotnými**



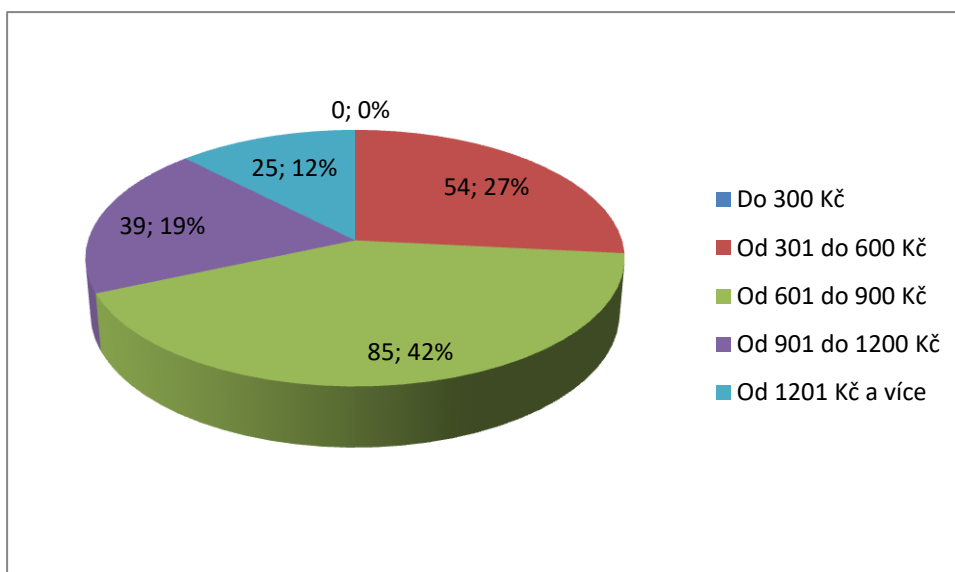
Zdroj: vlastní výzkum

Otázka 5: Kolik stojí noc na osobu v zařízení, kde pobýváte?

Nejvíce dotazovaných 85 (42 %) zaplatilo v ubytovacím zařízení za osobu a noc od 601 do 900 Kč. Druhou nejpočetnější skupinu 54 (27 %) tvoří hosté, kteří za ubytování pro 1 osobu na 1 noc zaplatili od 301 do 600 Kč. Třetí nejpočetnější skupinu 39 (19 %) tvoří hosté, kteří zaplatili od 901 do 1200 Kč. Nejméně dotazovaných 25 (12 %) zaplatilo za osobu a noc v ubytovacím zařízení více než 1201 Kč. Nikdo nebyl ubytovaný za méně než 300 Kč osoba/noc.



**Graf 6: Cena ubytování za osobu/ noc**

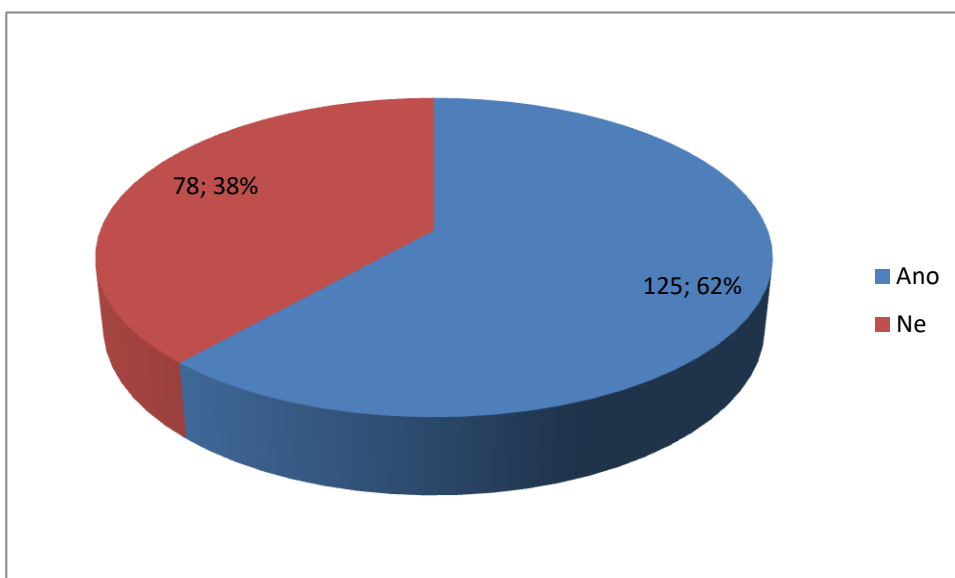


Zdroj: vlastní výzkum

Otázka 6: Je dané zařízení bezbariérové?

Celkem 125 (62 %) dotázaných odpovědělo, že je do zařízení zajištěn bezbariérový přístup a 78 (38 %) dotázaných odpovědělo, že do zařízení bezbariérový přístup zajištěn není.

**Graf 7: Bezbariérový přístup**

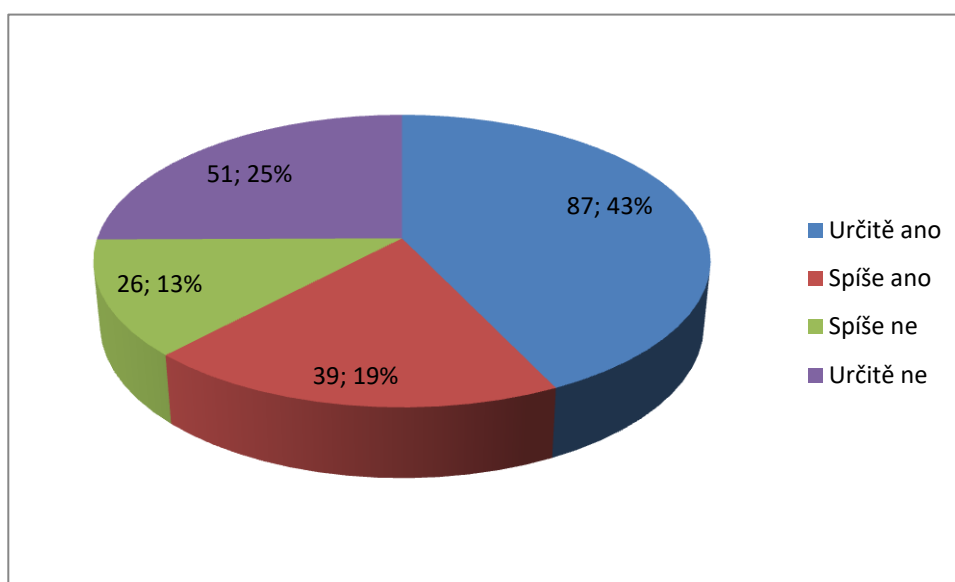


Zdroj: vlastní výzkum

Otázka 7: Je pro Vás důležité, aby byl v zařízení přístup k bezplatné WiFi?

Pro 87 (43 %) dotazovaných je důležité, aby v hotelech měli přístup k bezplatné WiFi. Druhou nejpočetnější skupinu 51 (25 %) tvoří ti, pro které naopak přístup k bezplatné WiFi není vůbec důležitý.

**Graf 8: Důležitost přístupu k bezplatné WiFi**

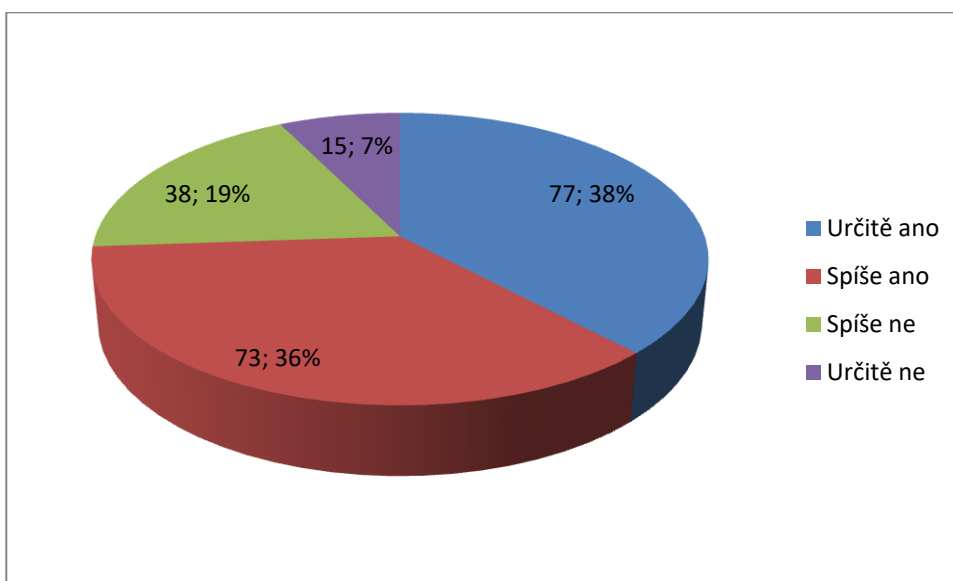


Zdroj: vlastní výzkum

Otázka 8: Navštívil/a byste toto ubytovací zařízení znovu?

Celkem 150 (74 %) všech dotazovaných by dané ubytovací zařízení navštívilo znovu. Z toho 77 (38 %) volilo možnost „Určitě ano“ a 73 (36 %) volilo možnost „Spíše ano“. Dalších 38 (19 %) dotazovaných by dané ubytovací zařízení znovu spíše nenavštívilo a 15 (7%) určitě nenavštívilo.

**Graf 9: Ochota hostů navštívit dané ubytovací zařízení znovu**

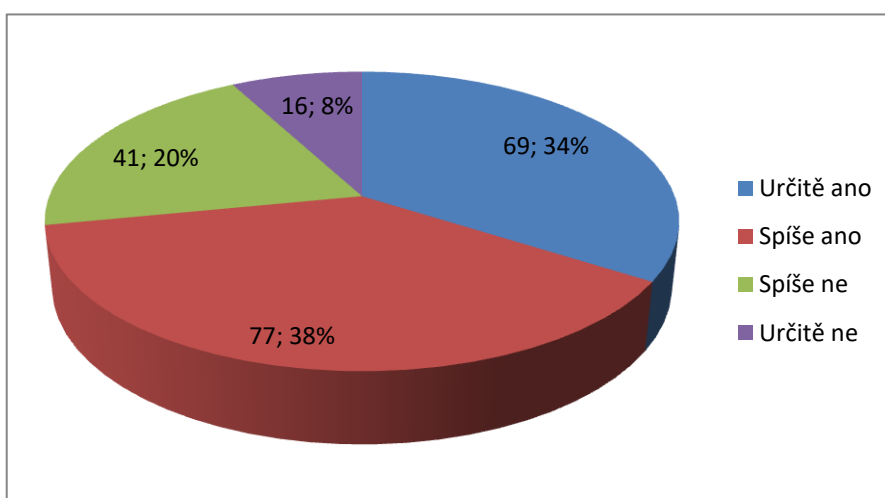


Zdroj: vlastní výzkum

Otázka 9: Doporučil/a byste návštěvu tohoto ubytovacího zařízení svým známým?

Odpovědi u této otázky jsou velice podobné jako na předchozí otázku. Většina dotazovaných volila odpovědi „Spíše ano“ – celkem to bylo 77 (38 %) lidí a „Určitě ano“ s četností 69 (34 %). Celkem 41 (20 %) dotazovaných by návštěvu daného ubytovacího zařízení svým známým spíše nedoporučilo a 16 (8 %) by ji vůbec nedoporučilo.

**Graf 10: Doporučení návštěvy ubytovacího zařízení známým**



Zdroj: vlastní výzkum

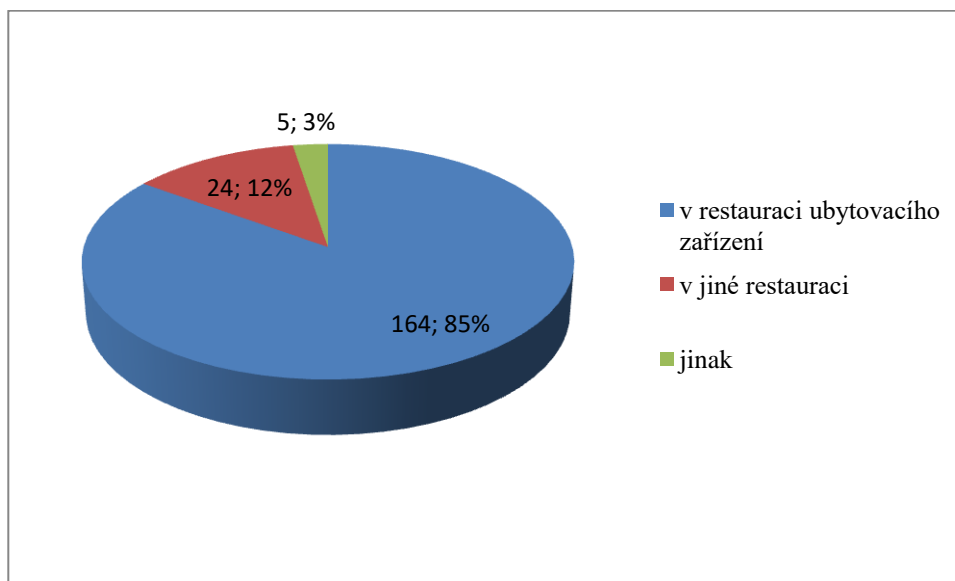
Otázka 10: Co byste změnil/a nebo zlepšil/a?

Většina dotazovaných na tuto otázku neodpověděla. Pokud na ni odpověděli, mezi odpověďmi se objevovalo často „nevím“ nebo „nic“. Z ostatních odpovědí mohu jmenovat: prostředí – hotel je zastaralý, malá koupelna, vyměnit matrace, bezbariérovost, hluk, byl slyšet výtah, více zásuvek a v letním období chybí lednička.

Otázka 11: Jak při tomto rekreačním pobytu řešíte stravování?

Celkem 164 (85 %) dotazovaných se během rekreačního pobytu stravovalo v restauraci ubytovacího zařízení. Dalších 24 (12 %) dotazovaných využilo při svém pobytu služeb jiné restaurace. Pouze 5 (3 %) dotazovaných se stravovalo jiným způsobem. Do dotazníku uvedli tyto odpovědi: sama, příležitostně, mám speciální dietu, vařím si sám a sama, ledasco již nemohu.

**Graf 11: Místa stravování při rekreačním pobytu**

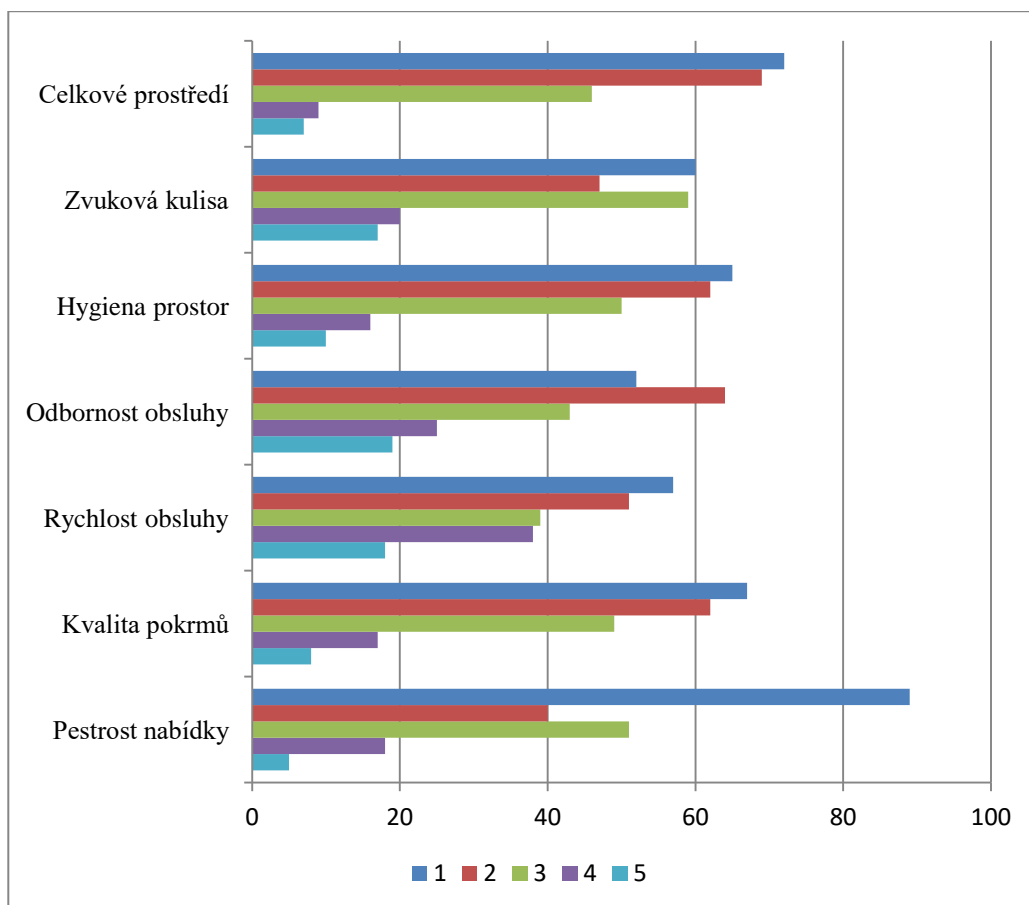


Zdroj: vlastní výzkum

Otázka 12: Ohodnoťte prosím následující charakteristiky týkající se stravovacích služeb. Oznamkujte jako ve škole 1 – nejlepší, 5- nejhorší.

Návštěvníci stravovacích zařízení nejlépe hodnotili pestrost nabídky, celkem 89 dotazovaných (44 %) ohodnotilo pestrost nabídky nejlepší známkou. Spokojeni byli také s celkovým prostředím (35 %), s kvalitou pokrmů (33 %) a s hygienou prostor (32 %). Velmi dobře návštěvníci ohodnotili celkové prostředí 69 (34 %), odbornost obsluhy (32 %), hygienu prostor (31 %) a kvalitu pokrmů (31 %). Ostatním charakteristikám hosté častěji udělovali horší známky než jedna. Nejvíce dotazovaných hodnotilo nejhorší známkou odbornost obsluhy 19 (9 %), rychlost obsluhy (9 %) a zvukovou kulisu (8 %).

**Graf 12: Charakteristiky stravovacích služeb**

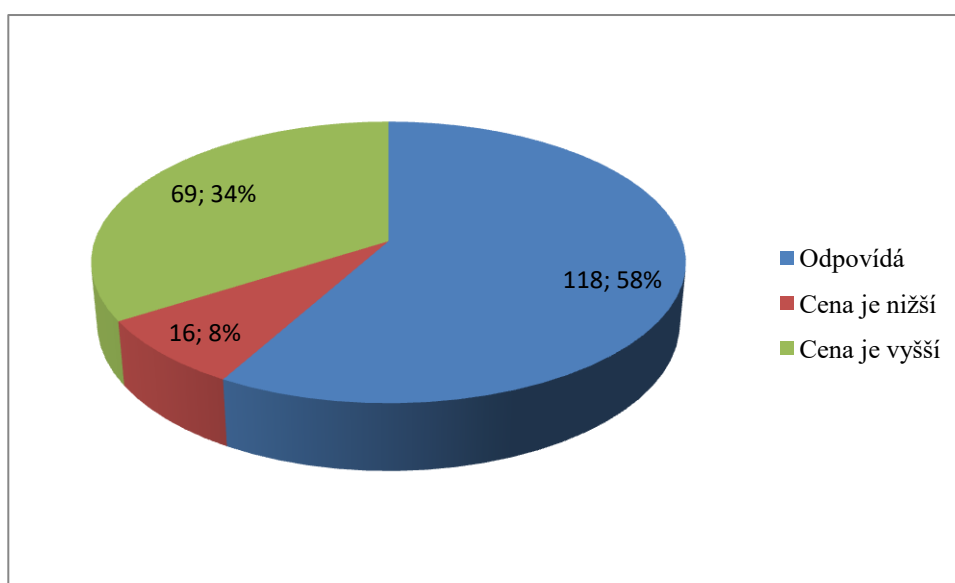


Zdroj: vlastní výzkum

Otázka 13: Odpovídá podle Vás cena stravovacích služeb službám zde poskytovaným?

Z výzkumu vyplývá, že 118 (58 %) dotazovaných si myslí, že cena stravovacích služeb odpovídá poskytovaným službám. Druhou nejpočetnější skupinu tvoří ti, kteří si myslí, že cena stravovacích služeb je vyšší – konkrétně 69 (34 %) dotazovaných. Zbytek dotazovaných 16 (8 %) si myslí, že cena stravovacích služeb je nižší než jimi očekávaná kvalita.

**Graf 13: Porovnání ceny stravovacích služeb se službami samotnými**

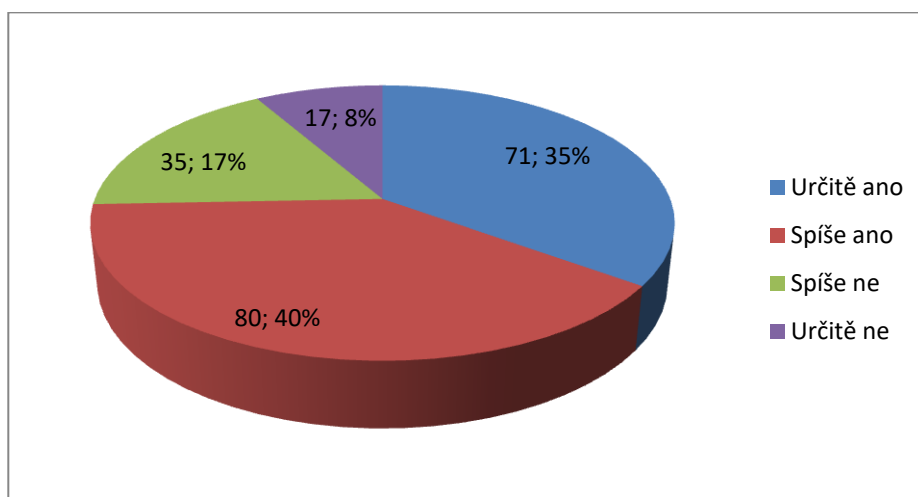


Zdroj: vlastní výzkum

Otázka 14: Navštívil/a byste toto stravovací zařízení znovu?

Celkem 151 (75 %) dotazovaných by dané stravovací zařízení navštívilo znovu, z toho 71 (35 %) určitě ano a 80 (40 %) spíše ano. Spíše by stravovací zařízení nenavštívilo 35 (17 %) dotazovaných. Odpověď „Určitě ne“ zvolilo 17 (8 %) dotazovaných.

**Graf 14: Ochota hostů navštívit dané stravovací zařízení znovu**

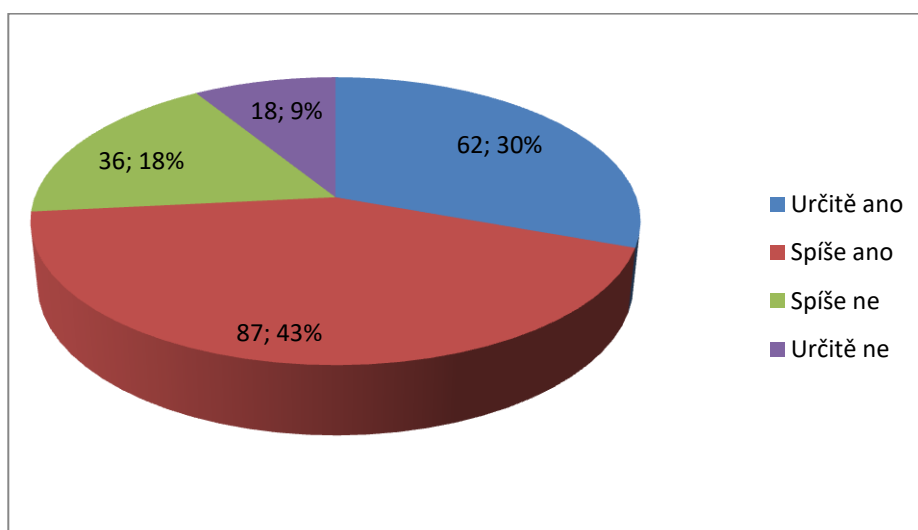


Zdroj: vlastní výzkum

Otázka 15: Doporučil/a byste návštěvu tohoto stravovacího zařízení svým známým?

Na tuto otázku celkem 149 (73 %) dotazovaných odpovědělo kladně, to znamená, že by návštěvu daného stravovacího zařízení doporučili svým známým. Z toho 62 (30 %) dotazovaných odpovědělo „Určitě ano“ a 87 (43 %) dotazovaných odpovědělo „Spíše ano“. Návštěvu stravovacího zařízení svým známým by nedoporučilo 54 (27 %) dotazovaných, z toho 36 (18%) spíše ne a 18 (9 %) určitě ne.

**Graf 15: Doporučení návštěvy stravovacího zařízení známým**



Zdroj: vlastní výzkum

Otázka 16: Co byste změnil/a nebo zlepšil/a?

Odpověď u této otázky opět zůstávala ve většině případů prázdná. Pouze občas se objevovaly odpovědi typu nic nebo nevím. V několika případech dotazovaní zaznamenali tyto odpovědi: pestrost nabídky, rozšířit sortiment, pomalá obsluha, studená snídaně, hluk, zápach z kuchyně, bohatší prostírání a restaurace stylem pro mladší.

#### **4.3 Možnosti zvýšení spokojenosti seniorů se standardem služeb ubytovacích a stravovacích zařízení v cestovním ruchu**

Cílem této práce je navrhnout možnosti zvýšení spokojenosti seniorů s péčí v ubytovacích a stravovacích zařízeních cestovního ruchu. Z dotazníkového šetření mezi seniory vyplynulo, že 89 % se jich při svém rekreačním pobytu cítilo komfortně. Může se to jevit jako vysoké procento, ale myslím, že je dáno také tím, že jsou senioři všeobecně méně nároční, než ostatní skupiny hostů. Pořád v službách ubytovacích a stravovacích zařízení cestovního ruchu zbývá mnoho prostotu pro zlepšení.

Vůbec nejhorší hodnocení dle váženého průměru mezi ubytovacími službami měla kvalita matrace. Tento ukazatel je však velmi subjektivní. Někomu vyhovuje matrace měkkčí a jinému zase tvrdší. Nejhůře senioři hodnotili matrace v hotelu Jaro Mělník a v hotelu Kossuth. Nejlépe senioři hodnotili matrace v Orea Spa Hotelu Bohemia. Prostřednictvím řízených rozhovorů jsem zjistila, že tento hotel ve svých pokojích hostům nabízí středně-tvrdé zdravotní matrace a používá chrániče matrací, které komfort hostů ještě zvyšují. Proto bych doporučila i ostatním hotelům, aby se při výběru matrace řídily především zdravotní certifikací.

Dále je pro pohodlí hostů (a seniorů obzvlášť) důležité, aby měli kde pohodlně zaparkovat. Z dotazníkového šetření vyplynulo, že v současné době senioři s parkováním spokojeni nejsou. Dle váženého průměru parkování hodnotili jako druhou nejhorší charakteristiku ze všech – známkou 2,31. Z řízených rozhovorů dále vyplynulo, že pouze 3 hotely ze 7 nabízejí svým hostům parkovací místa pro invalidy. V tomto ohledu doporučuji, aby každý hotel měl alespoň 1 parkovací místo pro invalidy a další případně podle kapacity. Také doporučuji rozšířit stávající parkoviště o nová místa. Pokud jsou hotely v městské zástavbě, kde není pro vybudování nebo rozšíření parkoviště místo, doporučuji, aby si pronajali od příslušného městského úřadu parkovací místa v blízkosti hotelu a vyhradili je pro hotelové hosty.



Dotazníkové šetření dále ukázalo, že nejvíc nespokojení byli senioři v hotelu Kossuth. Je přitom paradox, že právě v tomto hotelu senioři tvoří naprostou většinu hostů. Hotelové vybavení je však staré a hotel v posledních letech ani neprošel žádnou větší vnitřní rekonstrukcí. Kromě celkové vnitřní rekonstrukce doporučuji alespoň dovybavení některých pokojů madly na toaletách a ve sprchových koutech. K bezbariérovosti hotelu rovněž chybí pouze odstranit jeden schod, který se nachází u recepcce.

Celkově jsou pouze čtyři hotely ze sedmi bezbariérové. Pokud v současné době z různých důvodů nelze upravit zbývající hotely, aby byly také bezbariérové, doporučuji alespoň upravení některých pokojů v nižších patrech. Doporučuji je dovybavit madly na toaletě a ve sprchovém koutě. Na recepci by také měla být k zapůjčení protiskluzová podložka a zvýšené sedátko na WC pro lidi po operacích kyčelních kloubů. Sedátko stojí zhruba 1000 Kč. Pro názornost jsem vybrala 14 cm vysoké sedátko (nástavec na WC) prodávaný firmou Zdravotyka Zdravotnické potřeby z Jilemnice za 940 Kč. Protiskluzová podložka do koupelny se dá koupit již za 100 Kč.

Nezanedbatelnou část toho, jestli budou hosté spokojeni či nikoliv, tvoří recepcce a recepční služby. Z dotazníkového šetření vybírám k porovnání hotel Jaro Mělník a hotel Kossuth. Hotel Jaro Mělník dopadl ve srovnání nabídky pro seniory jako jeden z nejhorších. Hotel má problém s parkovacími místy (disponuje pouze 4 místy na malém dvorku), stojí ve staré zástavbě, kde je hodně schodů, nabízí nejmenší výběr jídel, v koupelnách nejsou nikde madla, ale naopak je tam velmi malý vstup se schodem do sprchového koutu apod. Přesto tento hotel obdržel výrazně lepší hodnocení, než o něco lépe vybavený hotel Kossuth. Z řízených rozhovorů vyplynulo, že je to dáno recepčními službami a hlavně samotnými osobami recepčních. V hotelu Jaro Mělník jsou totiž velmi milý, nápomocní a empatictí recepční. Naopak hotel Kossuth se potýká s nedostatkem recepčních a ti, kteří tam pracují, musí pracovat mnoho přesčasových hodin. To se potom negativně projevuje na přístupu recepčních k hostům. Dovolují si proto doporučit, aby každý hotel měl dostatek kvalitních recepčních a případně investoval do jejich vzdělávání a rozvoje – např. kurzy asertivity, vypořádání se se stresem apod. Podle rozhovoru s panem Strakou v tomto ohledu nejsou problém peníze, ale to, že se hotelu nedaří sehnat kvalitní personál. Hrubá měsíční mzda současných recepčních je 19.000 Kč. Za tuto mzdu se od nich očekává znalost angličtiny na úrovni B2, komunikativní znalost němčiny a ruštiny, práce s počítačem (programy Word, Excel, rezervační systémy), příjemné vystupování a zodpovědnost. V tomto případě navrhuji

zvýšení hrubé mzdy o 3000 Kč měsíčně na 22000 Kč. Mzdové náklady zaměstnavatele by vzrostly měsíčně o 4020 Kč na 29480 Kč. Také navrhuji dvakrát do roka vyplácet stálým zaměstnancům motivační příspěvek 5000 Kč.

Někteří senioři si dále napříč všemi hotely stěžovali na hluk od výtahu. Proto doporučuji při další rekonstrukci investovat do odhlučňovacích opatření.

Ohledně stravovacích služeb senioři v dotazníkovém průzkumu nejhůře hodnotili rychlost a odbornost obsluhy. Proto pro zvýšení spokojenosti nejen seniorů, ale i ostatních hostů, doporučuji, aby hoteliéři a provozní restaurací pečlivěji vybírali personál – především číšníky. K udržení kvalitních číšníků poté doporučuji nastavení dostatečně motivujícího mzdového ohodnocení jejich práce.

Moje poslední doporučení se bude týkat většího zaměření se na seniory jako na rozvíjející se segment na trhu služeb cestovního ruchu. Pouze jediný hotel z mého výzkumu (Orea Spa Hotel Bohemia) přímo cílí na seniory a nabízí jim zvýhodněný balíček služeb. Doporučuji proto i ostatním hotelům vytvoření takových balíčků. Dovoluji si takový balíček navrhnout pro hotel Zlatá Loď, který by v budoucnu rád na seniory jako na progresivně rostoucí segment zacílil. Balíček by se jmenoval „Seniorské cestování po Týně nad Vltavou a okolí“. Cena balíčku by byla 2800 Kč na osobu za 3 dny. V ceně balíčku by bylo zahrnuto ubytování na 3 dny, stravování začínající večeří a končící snídaní, a tři z vybraných služeb, mezi které patří plavba lodí Regent do Koloděj nad Lužnicí a zpět, vstupenky do zámku Mitrowicz, 40 minutová masáž zad nebo pedikúra od paní Marie Tomkové, nebo základní kosmetické ošetření pleti – čištění a hydratace v kosmetickém salonu Jitka Říhová. Vouchery na tyto služby by senioři dostali na recepci při příjezdu. Bookování doplňkových služeb by bylo potřeba uskutečnit nejpozději 14 dní před plánovaným pobytem prostřednictvím recepce hotelu. Cena 2800 Kč by se skládala z ubytovacích služeb (3 noci v hotelu = 1200 Kč), jídla – 3 snídaně formou švédských stolů, 3 večeře formou bufetu a 2 obědy – výběr z hotových jídel. Jídlo by stálo dohromady 1000 Kč a právě na toto by restaurace poskytovala seniorskou slevu 12 %. Doplňkové služby potom stojí 200 Kč každá.

## 5 ZÁVĚR

Cílem diplomové práce bylo analyzovat současnou péči o seniory v zařízeních cestovního ruchu a na základě zjištěných výsledků navrhnout možnosti zvýšení spokojenosti seniorů s touto péčí. Pochopení problematiky péče o seniory v ubytovacích a stravovacích zařízeních cestovního ruchu předcházelo studium odborné literatury a analýza současné péče o seniory a jejich spokojenosti s touto péčí, která spočívala v analýze nabídky na trhu služeb cestovního ruchu, a ve vlastním zkoumání, jehož součástí bylo dotazníkové šetření hostů vybraných ubytovacích a stravovacích zařízení a řízené rozhovory se zástupci těchto zařízení. Analýza nabídky na trhu služeb cestovního ruchu nejprve zahrnovala studium vybraných hotelů prostřednictvím internetových stránek. Poté jsem tuto analýzu doplnila o řízené rozhovory se zástupci jednotlivých hotelů. U jednotlivých hotelů byly také popsány obecné informace a přehledná tabulka, která obsahuje jednotlivé srovnatelné ukazatele připravenosti na seniora jako na hosta.

Na základě informací získaných z dotazníkového šetření a řízených rozhovorů jsem zformulovala několik návrhů, které by měly vést ke zvýšení spokojenosti seniorů s péčí v zařízeních cestovního ruchu.

Pomocí výše zmíněných metod také potvrdím nebo vyvrátím hypotézy formulované v této diplomové práci.

[H1]: Více než polovina seniorů je spokojena se standardem ubytovacích služeb.

Tvrzení, že senioři jsou se standardem poskytnutých ubytovacích služeb ve vybraných hotelech celkově spokojeni, se potvrdilo dotazníkovým průzkumem. Celých 89 % hostů se při svém pobytu cítilo komfortně, 74 % hostů by ubytovací zařízení navštívilo znovu a 72 % by návštěvu doporučilo svým známým.

[H2]: Více než polovina seniorů se při rekreačním pobytu stravuje v restauraci hotelu, kde jsou ubytováni.

Tato hypotéza byla potvrzena dotazníkovým šetřením, ze kterého vyplynulo, že 85 % všech dotazovaných seniorů se stravuje v restauraci ubytovacího zařízení.

Na závěr lze konstatovat, že cíl této práce byl splněn. Byla zanalyzována péče o seniory v zařízeních cestovního ruchu jak na straně nabídky, tak na straně poptávky. Na základě zjištěných výsledků byly navrženy možnosti zvýšení spokojenosti seniorů

s péčí v ubytovacích a stravovacích zařízeních. Potenciál segmentu seniorů se bude v cestovním ruchu neustále rozvíjet v souvislosti s demografickým vývojem a stárnutím populace. Hotely, které prošly v posledních letech rekonstrukcí, jsou na seniory jako na hosty většinou připraveny. Stále je však velký prostor na zlepšení, který nelze vzhledem k zajímavosti tohoto rostoucího segmentu podceňovat.

## **I. SUMMARY**

The aim of the thesis is to analyse care for seniors in accommodation facilities and catering establishments of tourism, and according to the results, to suggest possibility of increasing satisfaction of seniors with this care. For the research itself, 7 hotels in the Czech Republic with food service were selected. The analysis of care for seniors in accommodation facilities and catering establishments of tourism included defining the perception of seniors, seniors and their lifestyle, seniors as a market segment, their requirements for standard of tourism services and tourism trends of seniors.

The important part of this thesis is the research on clients' experiences and demands, which was done by the questionnaire survey. The author also carried out structured interviews with employees of the accommodation services with food facilities. According to the results the author suggested possible changes in the services that could be offered to the seniors.

In the first place, two hypotheses were specified. The first one was „More than half of the seniors are satisfied with the standard of accommodation and catering services which they use as tourists.” The second one was „More than half of the seniors eat in one of the catering establishments at the hotel where they stay.” Subsequently, those hypotheses were confirmed by field survey and analysis.

### **Keywords**

Seniors, tourism market, tourism, third age tourists, marketing research, accommodation and catering services, care for seniors

## II. SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ

- Balogová, B. (2009). *Seniori (3. doplněné)*. Prešov: Akcent print.
- Beránek, J. (2004). *Provozujeme pohostinství a ubytování*. Praha: MAG Consulting.
- Beránek, J. (2016). *Moderní řízení hotelového provozu: 5., zcela přepracované vydání*. Praha: Grada Publishing, a.s.
- Čevela, R., Kalvach, Z., Čeledová, L. (2012). *Sociální gerontologie*. Praha: Grada Publishing, a.s.
- Gúčík, M. (2004). *Krátký slovník cestovního ruchu*. Banská Bystrica: Slovensko-švajčiarske združenie pre rozvoj cestovního ruchu.
- Holczerová, V., Dvořáčková, D. (2013). *Volnočasové aktivity pro seniory*. Praha: Grada.
- Chrprová, D. (2010). *S výživou zdravě po celý rok*. Praha: Grada Publishing, a.s.
- Jakubíková, D. (2012). *Marketing v cestovním ruchu: Jak uspět v domácí i světové konkurenci – 2., aktualizované a rozšířené vydání*. Praha: Grada Publishing, a.s.
- Kalvach, Z. (2004). *Geriatric a gerontologie*. Praha: Grada Publishing.
- Kotíková, H. (2013). *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. Grada Publishing, a.s.
- Kotler, P., Wong, V., Saunders, J., & Armstrong, G. (2007). *Moderní marketing (4. evropské vyd., 1. vyd. v Grada Publishing)*. Praha: Grada.
- Madarasová Gecková, A., Šimová, E., Dijk, J. P. van. (2003). *Starí rodičia ako zdroj sociálnej opory: Grandparents as a source of social support*. Československá psychologie: Časopis Pro Psychologickou Teorii A Praxi, 47(1), 31-41.
- Malíková, E. (2011). *Péče o seniory v pobytových sociálních [sic] zařízeních*. Praha: Grada.
- Mlýnková, J. (2011). *Péče o staré občany: Učebnice pro obor sociální činnost*. Praha: Grada Publishing, a.s.
- Novacká, L. (2010). *Cestovní ruch, technika služeb, delegát a sprievodca*. Bratislava: Ekonóm.
- Orieška, J. (1999). *Technika služeb cestovního ruchu*. Praha: Idea servis.

Parmová, D., Dvořák, V., & Frková, I. (2013). *Kapitoly z cestovního ruchu pro praxi*. České Budějovice: Občanské sdružení Chance in nature - local action group.

Pásková, M., Zelenka, J. (2002). *Výkladový slovník cestovního ruchu: Cestovní ruch: výkladový slovník*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR.

Pířha, J., Poledne, R. a kolektiv. (2009). *Zdravá výživa pro každý den*. Praha: Grada Publishing, a.s.

Reidl, A. (2012). *Senior - zákazník budoucnosti: marketing orientovaný na generaci 50+*. Brno: BizBooks.

Sak, P., Kolesárová, K. (2012). *Sociologie stáří a seniorů*. Praha: Grada.

Slepička, P., Mudrák, J., & Slepičková, I. (2015). *Sport a pohyb v životě seniorů*. Praha: Univerzita Karlova v Praze, nakladatelství Karolinum.

Škodová-Parmová, D., Parmová, D. (2003). *Provoz služeb v cestovním ruchu*. Č. Budějovice: ZF JU.

Štílec, M. (2004). *Program aktivního stylu života pro seniory*. Praha: Portál

Vysekalová, J. (2011). *Chování zákazníka: jak odkrýt tajemství "černé skříňky"*. Praha: Grada.

## Internetové zdroje

Albayrak, T., Meltem, C., Bideci, M. (2016). Identification of hotel attributes for senior tourists by using Vavra's importance grid, *Journal of Hospitality and Tourism Management*, Volume 29, Pages 17-23, Dostupné z: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S144767701530067X>

Cestování pro seniory. (2017). Naučte vnuky lyžovat. *Cestování pro seniory*. [online]. [cit. 2017-07-26]. Dostupné z: <http://www.cestovaniproseniory.cz/krkonose/naucte-vnuky-lyzovat/>

Cestování pro seniory. (2017). *O projektu*. [online]. [cit. 2017-07-22]. Dostupné z: <http://www.cestovaniproseniory.cz/o-projektu/>

CzechTourism. (2014). *Senioři: Nový segment cestovního ruchu*. [online]. [cit. 2017-03-10]. Dostupné z: <http://www.czechtourism.cz/institut-turismu/aktuality/seniori-novy-segment-cestovniho-ruchu/>

Český statistický úřad. (2014). *Seniori v ČR*. [online].[cit. 2017-03-01]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/seniori-v-cr-2014-2gala5x0fg>

Český statistický úřad. (2015). *Populace Karlovarského kraje rychle stárne*. [online]. [cit. 2017-08-15]. Dostupné z: <http://www.czso.cz/csu/xk/populace-karlovarskeho-kraje-rychle-starne>

Český statistický úřad. (2015). *Seniorů přibude o budou žít déle*. [online].[cit. 2017-02-25]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/xh/senioru-pribude-a-budou-zit-dele>

Český statistický úřad. (2016). *Pracujících seniorů přibývá*. [online].[cit. 2017-07-20]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/pracujicich-senioru-pribyva>

Głąbiński, Z., (2016). Analysing the tourism activity of seniors by applying the method of participant observation. In: Środa-Murawska, S. and Dymitrow, M. editors, *Bulletin of Geography. Socio-economic Series*, No. 33, Toruń: Nicolaus Copernicus University, pp. 55–70. Dostupné z: <https://www.degruyter.com/downloadpdf/j/bog.2016.33.issue-33/bog-2016-0024/bog-2016-0024.pdf>

Hotel Jaro Mělník. (2017). [online]. [cit. 2017-08-01]. Dostupné z: <http://hotel-jaro.cz/cs/o-nas>

Hotel Kossuth. (2017). [online]. [cit. 2017-08-03]. Dostupné z: [www.hotel-kossuth.cz](http://www.hotel-kossuth.cz)

Hotel Poprad. (2017). [online]. [cit. 2017-08-05]. Dostupné z: <http://hotelpoprad.cz/>

Hotel Retro Riverside. (2017). [online]. [cit. 2017-08-02]. Dostupné z: <http://www.retroriverside.cz/>

Hotel Zlatá Loď. (2017). [online]. [cit. 2017-08-01]. Dostupné z: <http://hotel-zlata-lod.webnode.cz/ubytovani/>

Hotel Žebětínský Dvůr. (2017). [online]. [cit. 2017-08-05]. Dostupné z: <http://www.zebetinsky-dvur.cz/>

Losada, N., Alén, E., Domínguez, T., Nicolau, J. L. (2016). Travel frequency of seniors tourists, *Tourism Management*, Volume 53, Pages 88-95. Dostupné z: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0261517715300133>

Nikitina, O., Vorontsova G. (2015). Aging Population and Tourism: Socially Determined Model of Consumer Behavior in the “Senior Tourism” Segment, *Procedia* -



*Social and Behavioral Sciences*, Volume 214, Pages 845-851, Dostupné z:  
<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877042815060917>

Olomoucký kraj. (2017). Seniorské cestování. [online]. [cit. 2017-07-20]. Dostupné z:  
<https://www.kr-olomoucky.cz/seniorske-cestovani-cl-1030.html>

Orea Spa Hotel Bohemia. (2017). [online]. [cit. 2017-08-04]. Dostupné z:  
<http://www.oreahotelbohemia.cz/cz/>

Roult, R., Carbonneau, H., Adjizian, J., et al. (2016). Case Study Regarding the Interests and Leisure Practices of Persons Aged 50 and over in Saint-Léonard, Suburb of Montreal: Seniors Vs. Baby Boomers. *Polish Journal of Sport and Tourism*, 23(2), pp. 99-103. Dostupné z: <https://www.degruyter.com/view/j/pjst.2016.23.issue-2/pjst-2016-0012/pjst-2016-0012.xml?format=INT>

### III. SEZNAM TABULEK A GRAFŮ

Graf 1: Procentuální zastoupení populace 65+ ve vybraných státech Evropy .....	12
Graf 2: Ohled na návštěvníky jako na seniory .....	46
Graf 3: Pocit komfortu při pobytu.....	46
Graf 4: Charakteristiky ubytovacích služeb.....	47
Graf 5: Porovnání ceny ubytovacích služeb se službami samotnými .....	48
Graf 7: Bezbariérový přístup .....	49
Graf 8: Důležitost přístupu k bezplatné WiFi.....	50
Graf 9: Ochota hostů navštívit dané ubytovací zařízení znovu.....	51
Graf 10: Doporučení návštěvy ubytovacího zařízení známým .....	51
Graf 11: Místa stravování při rekreačním pobytu .....	52
Graf 12: Charakteristiky stravovacích služeb .....	53
Graf 13: Porovnání ceny stravovacích služeb se službami samotnými.....	54
Graf 14: Ochota hostů navštívit dané stravovací zařízení znovu.....	55
Graf 15: Doporučení návštěvy stravovacího zařízení známým.....	55
Tabulka 1: Struktura výběrového souboru podle pohlaví respondentů.....	43
Tabulka 2: Struktura výběrového souboru podle věku respondentů .....	44
Tabulka 3: Struktura výběrového souboru podle čistého měsíčního příjmu respondentů	44
Tabulka 4: Struktura výběrového souboru podle nejvyššího dosaženého vzdělání .....	44
Tabulka 5: Struktura výběrového souboru podle sociálního statusu .....	44
Tabulka 6: Struktura výběrového souboru podle velikosti bydliště .....	45

## **IV. SEZNAM PŘÍLOH**

Příloha 1: Řízený rozhovor

Příloha 2: Dotazník pro seniory

## Řízený rozhovor

1. Navštěvují toto ubytovací zařízení obvykle i senioři?
2. Mysleli jste při zařizování ubytovacího/ stravovacího zařízení na seniory? Jak konkrétně?

Je toto ubytovací / stravovací zařízení bezbariérové?

Máte v tomto ubytovacím zařízení výtah?

Máte v tomto ubytovacím zařízení pracovníka, který by seniorům pomohl s těžkými zavazadly?

Máte ve vaší nabídce pokoje určené pro seniory? Jak tyto pokoje vypadají?

Mají senioři na pokojích k dispozici toto vybavení?

- a) Zvýšené postele
- b) Měkké matrace
- c) Dostatečně široké uličky

Mají senioři k dispozici v koupelnách toto vybavení?

- a) Madlo na toaletě
- b) Sprchový kout
- c) Sedátko ve sprchovém koutě
- d) Madlo ve sprchovém koutě
- e) Protiskluzovou podložku

3. Máte na recepci nějaká nepsaná pravidla při umístování seniorů do pokojů?  
Např. umístění dále od výtahu kvůli hluku.

4. Nabízíte pro seniory nějaké slevy/ zvýhodněné balíčky? Jaké?
5. Mysleli jste při sestavování jídelního lístku na seniory? Jak?
6. Jakým jídlům dávají senioři přednost?

Máte ve vaší nabídce lehká jídla?

Máte v nabídce jídla sestavená podle konkrétní diety? (např. pro lidi s diabetem)

7. Je u tohoto ubytovacího/ stravovacího zařízení dostatek parkovacích míst? Máte parkovací místa pro invalidy?
8. Myslíte si, že je senior náročnější než jiný zákazník? V čem konkrétně?
9. Na co si senioři nejčastěji stěžují?

## Dotazník

Vážená paní, vážený pane,

jsem studentkou Jihočeské univerzity v Českých Budějovicích a zpracovávám diplomovou práci týkající se požadavků seniorů na služby ubytovacích a stravovacích zařízení. Dovoluji si Vás požádat o vyplnění tohoto dotazníku. První polovina dotazníku se týká ubytovacích služeb a druhá služeb stravovacích. Aktuální odpovědi prosím zaškrtněte. Dotazník je anonymní a veškeré Vámi uvedené údaje budou použity pouze pro potřeby mé diplomové práce. Děkuji Vám za ochotu.

Bc. Linda Blechová

1. Myslíte si, že na Vás při pobytu byl brán ohled jako na seniora?
  - a) Ano
  - b) Ne
2. Cítil/a jste se při svém pobytu v tomto ubytovacím zařízení komfortně?
  - a) Ano
  - b) Ne
3. Ohodnoťte prosím následující charakteristiky týkající se ubytovacích služeb. Označte jako ve škole 1 – nejlepší, 5 – nejhorší.

Dopravní dostupnost ubytovacího zařízení	1	2	3	4	5
Poloha a umístění objektu ubytovacího zařízení	1	2	3	4	5
Parkování	1	2	3	4	5
Recepční služby	1	2	3	4	5
Vybavení pokoje	1	2	3	4	5
Čistota a upravenost pokoje	1	2	3	4	5
Velikost a prostornost pokoje	1	2	3	4	5
Zařízení pokoje	1	2	3	4	5
Kvalita matrace	1	2	3	4	5
Hygienické zařízení	1	2	3	4	5
Celková spokojenost s pokojem	1	2	3	4	5
Cenová úroveň	1	2	3	4	5
Soukromí a bezpečnost	1	2	3	4	5

4. Odpovídá podle Vás cena ubytovacích služeb službám zde poskytovaným?

- a) odpovídá
- b) cena je nižší
- c) cena je vyšší

5. Kolik stojí noc na osobu v zařízení, kde pobýváte?

- a) do 300 Kč
- b) od 301 do 600 Kč
- c) od 601 do 900 Kč
- d) od 901 do 1200 Kč
- e) od 1201 Kč a více

6. Je do zařízení zajištěn bezbariérový přístup?

Ano/ Ne

7. Je pro Vás důležité, aby byl v zařízení přístup k bezplatné WIFI?

Určitě ano / Spíše ano/Spíše ne/ Určitě ne

8. Navštívil/a byste toto ubytovací zařízení znovu?

Určitě ano/ Spíše ano/ Spíše ne/ Určitě ne

9. Doporučil/a byste návštěvu tohoto ubytovacího zařízení svým známým?

Určitě ano/ Spíše ano/ Spíše ne/ Určitě ne

10. Co byste změnil/a nebo zlepšil/a?

.....

11. Jak při tomto rekreačním pobytu řešíte stravování?

- a) v restauraci ubytovacího zařízení
- b) v jiné restauraci
- c) jinak, napište prosím jak.....

12. Ohodnoťte prosím následující charakteristiky týkající se stravovacích služeb. Označujte jako ve škole 1 – nejlepší, 5 – nejhorší.

Pestrost nabídky	1	2	3	4	5
Kvalita pokrmů	1	2	3	4	5
Rychlost obsluhy	1	2	3	4	5
Odbornost obsluhy	1	2	3	4	5
Hygiena prostor	1	2	3	4	5
Zvuková kulisa	1	2	3	4	5
Celkové prostředí	1	2	3	4	5

13. Odpovídá podle Vás cena stravovacích služeb službám zde poskytovaným?

- d) odpovídá
- e) cena je nižší
- f) cena je vyšší

14. Navštívil/a byste toto stravovací zařízení znovu?

Určitě ano/ Spíše ano/ Spíše ne/ Určitě ne

15. Doporučil/a byste návštěvu tohoto stravovacího zařízení svým známým?

Určitě ano/ Spíše ano/ Spíše ne/ Určitě ne

16. Co byste změnil/a nebo zlepšil/a?

.....

17. Pohlaví:            žena/ muž

18. Věk:

- a) 55 – 59 let
- b) 60 – 64 let
- c) 65 – 69 let
- d) 70 – 74 let
- e) 75 a více



19. Jaký je Váš čistý měsíční příjem?
- a) do 12.000 Kč
  - b) od 12.001 Kč do 15.000 Kč
  - c) od 15.001 Kč do 18.000 Kč
  - d) od 18.001 Kč do 21.000 Kč
  - e) 21.001 Kč a více
20. Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?
- a) Základní
  - b) Středoškolské bez maturity
  - c) Středoškolské s maturitou
  - d) Vyšší odborné
  - e) Vysokoškolské
21. Jaký je Váš sociální status? *(můžete zvolit více možností)*
- a) Starobní důchodce
  - b) Invalidní důchodce
  - c) Zaměstnanec
  - d) OSVČ
  - e) Nezaměstnaný
22. Kolik obyvatel má Vaše bydliště?
- a) Do 5.000 obyvatel
  - b) 5.001 – 10.000 obyvatel
  - c) 10.001 – 20.000 obyvatel
  - d) 20.001 – 50.000 obyvatel
  - e) 50.001 a více obyvatel