

**JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH  
BUDĚJOVICÍCH**

Ekonomická fakulta

**BAKALÁŘSKÁ PRÁCE**

2008

Anna Hůlková

# JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH

Ekonomická fakulta  
Katedra tělesné výchovy

---

Studijní program: 6208 B Ekonomika a management  
Studijní obor: Obchodně podnikatelský obor  
Specializace: Cestovní ruch



## PROBLEMATIKA STARŠÍ GENERACE V CESTOVNÍM RUCHU

Vedoucí práce: Mgr. Petr Havel

Autor: Anna Hůlková

---

2008

## **ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE**

Jméno a příjmení: **Anna Hůlková**

Studijní program: B 6208 Ekonomika a management

Studijní obor: Obchodní podnikání specializace cestovní ruch

Název tématu: **Problematika starší generace v cestovním ruchu**

Anglicky: Aged generation problems in tourism

**Zásady pro vypracování:**  
(v zásadách pro vypracování uveďte cíl práce a metodický postup)

### **Cíl práce:**

Hlavní: Cílem práce je zhodnotit význam sportovně-rekreačních aktivit pro rozvoj seniorského cestovního ruchu.

Vedlejší: Provézt analýzu nabídky těchto aktivit pro seniory v regionu Jižní Čechy. Na základě dotazníkového šetření vyhodnotit zájem seniorů v daném regionu o tyto aktivity.

### **Metodický postup:**

Studium odborné literatury

Zhodnocení současné situace v seniorském cestovním ruchu

Provedení dotazníkového šetření

Vyhodnocení dotazníkového šetření

Závěr

### **Rámcová osnova:**

1. Úvod, 2. Literární přehled, 3. Cíl práce a metodika, 4. Analýza současného stavu, 5. Marketingový průzkum, 6. Návrh marketingových opatření, 7. Závěr, 8. Literatura, 9. Přílohy.

Rozsah grafických prací: dle potřeby

Rozsah průvodní zprávy: 30 – 40 stran

Seznam odborné literatury:

Hesková, M. a kol.: Cestovní ruch, Fortuna, Praha, 2006

Palatková, M.: Marketingová strategie destinace cestovního ruchu, Praha, Grada 2006

Hesková, M.: Ekonomika cestovního ruchu a služeb, České Budějovice, JU 2003

Keller, J.: Dějiny klasické sociologie

Kouzlo jižních Čech, Kopp, 2002

Vedoucí bakalářské práce: Mgr. Petr Havel

Konzultant: Mgr. Vladimír Dvořák

Datum zadání bakalářské práce: 19. 2. 2007

Termín odevzdání bakalářské práce: duben 2008

L.S.

RNDr. Petr Podlaha  
Vedoucí katedry

Prof. Ing. Magdalena Hrabánková, CSc.  
Děkanka

V Českých Budějovicích dne 26. 2. 2007

## **Prohlášení**

Prohlašuji, že bakalářskou práci na téma: „**Problematika starší generace v cestovním ruchu**“ jsem vypracovala samostatně. Použitou literaturu a podkladové materiály uvádím v příloženém seznamu literatury.

V Českých Budějovicích dne 18. 4. 2008

.....

Anna Hůlková

## **Poděkování**

Mé poděkování patří Mgr. Petru Havlovi za vedení a odborné rady při zpracování této bakalářské práce. Chtěla bych poděkovat i všem ostatním, jež mi poskytli důležité informace, které byly nezbytné pro zpracování tohoto tématu. Závěrečný dík patří mým blízkým za jejich podporu.

# OBSAH

<b>1 ÚVOD .....</b>	<b>8</b>
<b>2 LITERÁRNÍ REŠERŠE .....</b>	<b>9</b>
2.1 <i>Cestovní ruch .....</i>	9
2.2 <i>Seniorský cestovní ruch.....</i>	10
2.2.1 Vymezení některých klíčových pojmů.....	10
2.2.2 Význam seniorského cestovního ruchu.....	11
2.2.3 Segmenty seniorského cestovního ruchu .....	13
2.2.4 Specifika seniorského cestovního ruchu .....	14
2.2.5 Motivy seniorské turistiky .....	15
2.2.6 Služby a programy seniorské turistiky.....	16
2.2.7 Rok 2000 – rok vzniku seniorského cestovního ruchu u nás .....	16
2.3 <i>Stárnutí populace .....</i>	18
2.3.1 Populační vývoj obyvatelstva .....	18
2.3.2 Gerontologie a geriatric .....	21
2.3.3 Mezinárodní den seniorů – 1. říjen .....	22
2.3.4 Internetové stránky pro seniory.....	22
2.4 <i>Sportovně-rekreační aktivity.....</i>	23
2.4.1 Turistika .....	23
2.4.2 Klub českých turistů.....	24
<b>3 METODIKA PRÁCE .....</b>	<b>25</b>
3.1 <i>Objekt zkoumání, cíle, hypotézy.....</i>	25
3.2 <i>Použité zdroje a metody .....</i>	26
3.3 <i>Metodika průzkumu.....</i>	26
3.3.1 Anketa pro CK a CA .....	26
3.3.2 Dotazníkové šetření mezi seniory .....	27
<b>4 VYMEZENÍ REGIONU .....</b>	<b>29</b>
4.1 <i>Jihočeský kraj.....</i>	29
4.2 <i>Charakteristika Jihočeského kraje jako regionu .....</i>	29
4.3 <i>Sportovně-rekreační možnosti v Jižních Čechách .....</i>	31
4.4 <i>Kulturně poznávací možnosti v Jižních Čechách.....</i>	32
<b>5 PREZENTACE VÝSLEDKŮ PRŮZKUMU .....</b>	<b>33</b>
5.1 <i>Vyhodnocení ankety pro CK a CA .....</i>	33
5.2 <i>Vyhodnocení dotazníkového šetření.....</i>	38
5.3 <i>Shrnutí výsledků průzkumu .....</i>	60
<b>6 NÁVRHY A DOPORUČENÍ.....</b>	<b>61</b>
<b>7 ZÁVĚR.....</b>	<b>62</b>
<b>8 SUMMARY.....</b>	<b>64</b>
<b>SEZNAM LITERATURY .....</b>	<b>65</b>

# 1 ÚVOD

Cestovní ruch představuje u nás i ve světě dynamicky se rozvíjející segment ekonomiky. Svým objemem tržeb se řadí ve světě na třetí místo za petrochemický a automobilový průmysl a rovněž rozsahem zaměstnanosti a tvorbou kvalitních pracovních příležitostí patří mezi nejvýznamnější ekonomická odvětví.

Seniorský cestovní ruch zaznamenává v posledních letech velký rozkvět, patří mezi nejrychleji rostoucí segment cestovního ruchu. Důvody tohoto trendu jsou následující: celkové stárnutí populace, prodlužování průměrného věku obyvatelstva, zlepšování zdravotní péče a s tím spojená vyšší vitální aktivita (fyzická i duševní). Další možné důvody, a to zvyšování životní úrovně a vyšší ekonomické možnosti, mohou být pro mnoho seniorů v České republice v současné době diskutabilní. Avšak v dlouhodobém horizontu by růst cen potravin, energií a např. nově zavedené poplatky ve zdravotnictví neměly ohrozit rozvoj seniorského cestovního ruchu.

Nyní je ve světě okolo 600 milionů lidí starších 60 let. 30 % z nich tvoří obyvatelstvo vyspělých států. Podle predikcí bude v roce 2020 v EU 40 % občanů starších 50 let. Se stárnutím populace se tak senioři budou stávat čím dál více důležitým segmentem cestovního ruchu.

Právě z tohoto důvodu se tématem mé bakalářské práce stala: „Problematika starší generace v cestovním ruchu“.

Cílem mé práce je zhodnotit význam sportovně-rekreačních aktivit pro rozvoj seniorského cestovního ruchu. Pro tento účel jsem si vybrala region Jižní Čechy.

Dílními cíli jsou pak analýza nabídky těchto aktivit ve zvoleném regionu a na základě výsledků provedeného dotazníkového šetření vyhodnocení zájmu seniorů o tyto aktivity.



## 2 LITERÁRNÍ REŠERŠE

### 2.1 Cestovní ruch

**Cestovní ruch** (turismus, zkratka CR, angl. tourism, travel) = komplexní společenský jev jako souhrn aktivit účastníků cestovního ruchu, souhrn procesů, budování a provozování zařízení se službami pro účastníky cestovního ruchu včetně souhrnu aktivit osob, které tyto služby nabízejí a zajišťují, aktivit spojených s využíváním, rozvojem a ochranou zdrojů pro cestovní ruch, souhrn politických a veřejně-správních aktivit (politika CR, propagace CR, regulace CR, mezinárodní spolupráce apod.) a reakce místní komunity a ekosystémů na uvedené aktivity. Toto pojetí CR rozšiřuje statisticky zaměřené vymezení WTO a obdobné vymezení v návrhu normy EU vycházející z definice účastníka cestovního ruchu – aktivity osob cestujících do míst mimo jiné obvyklé prostředí nebo pobývajících v těchto místech ne déle než jeden rok za účelem trávení volného času, podnikání či jiným účelem. Rozšířené pojetí CR vychází z vnímání CR jako komplexního procesu, který zasahuje nejen jeho účastníky, ale také poskytovatele služeb, destinace, v nichž je cestovní ruch realizován, a tranzitní destinace (Pásková, Zelenka, 2002).

Podle české verze evropské normy EN 13809:2003, která má status české technické normy se pod cestováním a cestovním ruchem rozumí „činnost lidí, kteří cestují na místa mimo své běžné prostředí anebo zde pobývají za účelem zábavy, pracovní nebo z jiných důvodů“ (Hesková a kol., 2006).

Pro vymezení pojmu „cestovní ruch“ (turismus, angl. tourism), resp. „odvětví cestovního ruchu“, existuje řada definic. Za jednu z nejvýstižnějších definic pojmu „cestovní ruch“ lze považovat definici WTO (Světová organizace cestovního ruchu), která charakterizuje cestovní ruch jako „činnosti lidí, spočívající v cestování a pobytu v místech mimo místa jejich obvyklého pobytu po dobu kratší jednoho uceleného roku za účelem využití volného času, obchodu a jinými účely“.

Odvětví nebo též průmysl cestovního ruchu lze chápat jako souhrn veškerých aktivit souvisejících s naplněním této definice. Žádná univerzální, všeobecně přijatá definice odvětví (průmyslu) cestovního ruchu neexistuje. Někteří zahraniční autoři učebnic (např. A. M. Morrison, USA) užívají definice, která charakterizuje cestovní ruch jako součást (pododvětví) odvětví pohostinských služeb, přičemž odvětví pohostinství je zde charakterizováno jako souhrn ubytovacích služeb, stravovacích služeb a cestovního ruchu. Je zřejmé, že takto vymezené pojetí a chápání odvětví (průmyslu) cestovního ruchu není v evropských poměrech zcela běžné a v praxi používané. Doporučujeme proto užívat vymezení odvětví cestovního ruchu v širším slova smyslu, tj. jako souhrn aktivit charakteru služeb stravovacích, ubytovacích, dopravních, informačních, směnářských, služeb cestovních kanceláří, kulturně-rekreačních, rekreačně-zábavných a dalších aktivit s těmito službami souvisejících (Čertík a kol., 2001).

## 2.2 Seniorský cestovní ruch

### 2.2.1 Vymezení některých klíčových pojmů

**Senior**, lat. (zkrác. sen.), starší, proti „junior“, mladší; starší rodiny, nejstarší člen, zvláště pokud má seniorát. Také nejstarší nějakého shromáždění nebo souboru, zvl. profesorského. V Německu zástupce některé frakce něm. říšského sněmu a pruské sněmovny poslanců. V lenním právu nazýval se tak lenní pán naproti manovi čili vasallovi. Z toho fr. seigneur a ital. signore, pán (Ottův slovník naučný, 2000).

**Turisté třetího věku** (angl. Third age tourists, seniors) = segment účastníků CR zpravidla vymezený věkem nad 60 let (resp. nad 55 let, senioři)

Tato věková skupina je ještě dále dělena do podskupin 55-64 let, 65-74 let a nad 75 let. Pro poskytovatele služeb CR je tato skupina obyvatel zajímavá pro svůj rostoucí podíl v populaci zejména v rozvinutých zemích, zlepšující se zdravotní stav a s ním spojenou vyšší vitální aktivitu (fyzickou i duševní) v porovnání s minulými generacemi relativně velké množství disponibilních prostředků, množství volného času, tendencí trávit na dovolenou delší období a využívání mimo jiné mimosezónních pobytů (Pásková, Zelenka, 2002).

Podle Páskové a Zelenky (2002) je **seniorský cestovní ruch** (angl. senior tourism), druh CR, cestovní ruch starší generace. Nabídka na trhu pro seniory svým obsahem odpovídá potřebám, zájmům, fyzickým a ekonomickým možnostem starší generace – je přizpůsobena ekonomické situaci (výše důchodu, životní úspory), má svá další specifika – vyšší standard ubytování, přiměřená náročnost programu, důraz na poznávání, aj. Vzhledem k synergii mnoha aspektů (prodlužování aktivního života a jiný životní styl, vyšší ekonomické možnosti seniorů v rozvinutých zemích, aj) patří mezi nejrychleji rostoucí segmenty CR, současně se s růstem kondice, zlepšování zdravotního stavu a změnou motivace postupně mění jeho náplň (aktivnější program).

**Účastníci seniorského cestovního ruchu** (senior tourism) jsou senioři (lidé v poproduktivním věku), pro které je typický dostatek volného času a dostatečný kupní fond zejména v ekonomicky vyspělých státech. Mohou proto cestovat dlouhodoběji a častěji. Senioři mají svoje potřeby a cíle, jsou méně pohybliví, vyžadují osobní formu nabídky, zejména balíky služeb, speciální jídla a příjemnou atmosféru. Preferují určité formy dovolené, např. poznávací zájezdy, lázeňské a zdravotní pobyty, lodní zájezdy, dlouhodobé pobyty v klimaticky příjemných místech zejména v zimním období, návštěvy příbuzných, přátel a známých a tím se odlišují od ostatních skupin návštěvníků. Senioři, kteří žijí jako součást rodiny, mají větší pocit seberealizace a chuti do života, ekonomická situace je pro ně únosnější a více cestují v doprovodu členů rodiny (Malá in Hesková a kol., 2006).

### **2.2.2 Význam seniorského cestovního ruchu**

Seniorský cestovní ruch je cestovním ruchem starší generace. Vzhledem k tomu, že postupně stárne populace, prodlužuje se průměrný věk, roste kondice, zlepšuje se zdravotní stav a s ním je spojena vyšší vitální aktivita (fyzická i duševní) v porovnání s minulými generacemi, se do seniorské kategorie dostávají populačně silné ročníky poválečné generace. Seniorský cestovní ruch tudíž patří mezi nejrychleji rostoucí segment cestovního ruchu a jedná se tedy o velmi zajímavou a rozšiřující se skupinu zákazníků. V současnosti je ve světě okolo 600 milionů lidí starších 60 let a 30% této populace tvoří obyvatelstvo vyspělých států. V roce 2020 bude v EU něco přes 40% občanů starších 50 let (Drobná, Morávková, 2004).

Podle WTO (dnes UNWTO) může cestovní ruch seniorů posílit turistický sektor zvláště v období mezi sezónami. WTO vydala tzv. Lisabonský dokument o seniorské turistice (1999/2000) na jehož základě vyzývá, aby profesionálové v cestovním ruchu vyvíjeli programy pro seniorskou turistiku, které by kromě jiného zajišťovaly lepší bezpečnost, zdravotní služby, styk s místními komunitami, kulturní vyžití, aktivity v přírodě, strukturované společenské aktivity, adekvátní prostory k tělesnému cvičení a také pravdivé a jasné informace. Se stárnutím české populace budou senioři důležitým segmentem cestovního ruchu.

Podle Čertíka a kol. (2001) se v posledních desetiletích v turistice objevuje stále častěji pojem seniorská turistika. Všeobecně lze seniorskou turistiku definovat jako turistiku lidí, jejichž věk překročila hranici 50 let (USA), resp. 55 let (Evropa). Ve zdrojově silných zemích Evropy a v USA se jedná o velmi zajímavou a rostoucí skupinu zákazníků. Důvodem je postupné stárnutí populace a prodlužující se průměrný věk a dále to, že do seniorské kategorie se dostávají populačně silné ročníky poválečné generace 1946 – 1964. V současné době je ve světě okolo 600 milionů lidí starších 60 let. Podíl této populace na obyvatelstvu vyspělých států stále roste a v současné době již překračuje 30%. O významu seniorské turistiky svědčí následující tabulka, která ukazuje podíl turistů starších 60 let na počtu všech vyjíždějících turistů.

**Tabulka č. 1 – Podíl turistů nad 60 let v r. 2000**

<b>PODÍL TURISTŮ NAD 60 LET VE VYBRANÝCH ZEMÍCH</b>	
<b>Země</b>	<b>podíl v %</b>
Británie	16%
Francie	30%
Itálie	13%
Španělsko	15%
USA	27%
Kanada	28%
Japonsko (nad 55 let)	27%

*Zdroj: Mag Consulting - statistika*

Význam seniorské turistiky dnes dokumentuje to, že ve zdrojově nejvýznamnějších zemích, například v Německu, se uskutečňují speciální veletrhy cestovního ruchu, zaměřené na seniorskou kategorii zákazníků (Seniorenmesse).

### 2.2.3 Segmenty seniorského cestovního ruchu

Podle Čertíka a kol. (2001) je vhodné pro lepší chápání seniorů a pro kvalifikovanější práci s jednotlivými segmenty seniorské turistiky vhodné rozdělit seniory na tyto skupiny:

**50+:** Tito lidé dosud pracují, a proto preferují rekreační a regenerační funkci dovolené. U pobytových, ale i poznávacích zájezdů je důležitou součástí nabídka zábavního programu. Lidé v tomto věku označovaní také jako „empty nester“, tj. rodiče bez dětí, vychutnávají tento fakt a vrací se k formám zábavy, které se jako rodiče museli vzdát (návštěva nočních podniků, barů, divadel, kasin apod.). Vyžadují klidnější režim beze spěchu, s dostatkem času na spánek a odpočinek.

**60+:** Lidé, kteří již většinou odešli do důchodu a mají dostatek volného času v průběhu celého roku, mohou cestovat i v průběhu pracovního týdne. Pod heslem „univerzity třetího věku“ se ještě rádi dále vzdělávají, doplňují si své znalosti z oblasti geografie, historie a umění. Jazykové znalosti však nejsou valné, a proto zde je důležitá role průvodce, který musí překládat i řadu odborných témat.

**70+:** Po dosažení tohoto věku již řadu lidí provázejí zdravotní problémy, které je však ve většině případů neodradí od dalšího cestování. Celkové fyzické a psychické kondici je také nutno přizpůsobit zaměření zájezdů, jejich program a také tempo, ve kterém se zájezdy realizují. Se zvyšujícím se věkem je pak namíste ubytování ve speciálně vybavených pokojích, zvýšená asistence hotelového personálu, dietní stravování, zdravotní dozor apod. Ve skupinách se také projevuje vyšší mortalita mužů, takže převládají ženy. Některé typy zábavy již do programu nelze zařazovat (náročnější formy tance apod.).

Podle Drobnej a Morávkové (2004) se účastníci seniorského cestovního ruchu se označují jako turisté třetího věku s relativně velkým množstvím disponibilních prostředků a množstvím volného času. Zpravidla to bývají lidé starší 60 let (resp. 55 let). Tato věková skupina se ještě dále dělí na následující segmenty:

- **55 – 64 let:** dosud pracující, preferující rekreační a regenerační funkci dovolené. U zájezdů požadují zábavný program. Jsou to rodiče bez dětí, kteří se vrací k formám zábavy, kterých se dříve museli vzdát (např. návštěva nočních podniků, barů, divadel);

- **65 – 74 let:** nepracující senioři s dostatkem volného času v průběhu celého roku. Často se chtějí vzdělávat a doplnit své znalosti z některých oborů, které souvisí s cestováním (geografie, historie, umění);
- **nad 75 let:** v této věkové skupině se objevují turisté, kteří mají zdravotní problémy, přesto cestují. Jejich fyzické a psychické kondici se musí přizpůsobit zaměření zájezdu a jejich program.

K seniorskému CR patří také CR handicapovaných občanů. Tato skupina účastníků cestovního ruchu má tendenci trávit na dovolené delší období a využívá často mimosezonní pobyty, včetně zimní rekreace a pobytů u moře.

#### 2.2.4 Specifika seniorského cestovního ruchu

Seniorská turistika se v mnohém odlišuje od standardních forem turistiky. Pro tuto skupinu lidí je z hlediska cestování charakteristické především:

- s přibývajícím věkem **preferenci cestování ve skupinách**, avšak ani individuální cestování pro seniory není výjimkou
- při svých cestách preferují **služby vysoké kvality**, především z hlediska pohodlí
- mají dlouhou dovolenou, nebo jsou již v důchodu. Jsou více než jiné skupiny cestujících ochotni cestovat v období mezisezóny nebo **mimosezóny**. Stejně tak vzrůstá i jejich ochota cestovat **mimo dny pracovního volna**
- dávají přednost **komplexně zajištěným službám**, nejčastěji ve formě speciálních seniorských programů a zvláště připravených packagů
- programově se seniorská turistika orientuje především na relaxační, odpočinkové a lázeňské pobyty, dále na zájezdy poznávací, kulturní a vzdělávací
- pro seniorskou turistiku je charakteristické využití celé řady **slev a výhod**

Například v železniční dopravě existují slevy typu senior pass. Řada cestovních kanceláří poskytuje slevy především na zájezdy a pobyty organizované v mimosezóně. V Evropě existují cestovní kanceláře, které se specializují výhradně na seniorskou klientelu (Čertík a kol., 2001).

Podle Drobnej a Morávkové (2004) nabídka na trhu pro seniory odpovídá svým obsahem potřebám, zájmům, fyzickým a ekonomickým možnostem této generace.

**Specifikem je:**

- vyšší standard ubytování, jako např. pohodlné lůžko, které je vyšší o 10 až 15 cm než normálně, madla pro přidržení na sociálních zařízeních, protiskluzové podložky, bezbariérový přístup, výborné osvětlení (nároky na světlo),
- stravování, kdy vhodnější je výběr z jídelního lístku nebo švédské stoly, nabídka možnosti speciálního stravovacího režimu (diety),
- vyšší záruka bezpečnosti,
- výběr vhodných druhů sportovních aktivit,
- využívání mimosezónních slev,
- cestování za účelem poznávání,
- odjezd, příjezd z domova (vyzvednutí z domova).

### **2.2.5 Motivy seniorské turistiky podle Čertíka a kol. (2001)**

K základním motivům seniorské turistiky patří:

- poznávací a kulturně-vzdělávací důvody, často i proto, že vzdělání a poznávání bylo účastníkům v mladém věku odepřeno
- zdravotní motivy, související s péčí o zdraví
- finanční důvody, vyplývající z možnosti získat nejrůznější typy slev a výhod oproti standardní nabídce (mimosezónní slevy)
- společenské motivy, vyplývající často z faktického nebo pociťovaného osamocení
- nákupní důvody, spojené často s levnými nákupy.

## 2.2.6 Služby a programy seniorské turistiky podle Čertíka a kol. (2001)

Služby seniorské turistiky se vyznačují celou řadou zvláštností, které respektují především sociální, fyzické, stravovací a další odlišnosti této věkové skupiny.

- **ubytovací služby** musí respektovat především požadavek na pohodlné lůžko, vyšší o 10 až 15 cm oproti běžnému standardu, pevné židle, které nemají vpředu pevnou masu a umožňují tak snadné vstávání. V koupelnách jsou důležitá pevná madla pro přidržení, sprchové vany s protiskluzovým profilem a protiskluzové podložky na podlahu
- vzhledem k charakteru **stravování seniorů** není vhodná strava podávaná formou jednotného menu. Vhodnější je výběr z jídelního lístku nebo podávání stravy formou švédských stolů. Pokud lze zajistit, je vhodné umožnit speciální stravovací režim (šetřící, žlučnickové a jiné diety)
- **denní režim** je třeba uzpůsobit potřebám seniorů. Do programu je vhodné zařadit větší počet zdravotních přestávek na odpočinek apod.
- **program** je nutné přizpůsobovat biometeorologické situaci, snižovat zátěž v případě nepříznivých klimatických podmínek
- **fyzickou zátěž** přizpůsobovat možnostem skupiny a vycházet přitom z možností fyzicky méně zdatných turistů. Při vytváření turistických programů zaměřených na chůzi je důležité vycházet z faktu, že lidský organismus již od věku zhruba 40 let ztrácí schopnost pružné chůze. Pěší program je třeba pro seniory přizpůsobovat jejich kondici, rozdrobit do více kratších úseků, vyhýbat se extrémním terénům a velkému převýšení.

## 2.2.7 Rok 2000 - rok vzniku seniorského cestovního ruchu u nás

Celých deset let čekaly naše cestovní kanceláře a hotely na zvýšený zájem ze strany starších občanů o domácí rekreační pobyty. Letos se dočkaly, zvýšený zájem ze strany seniorů se projevil před prázdninovými měsíci a pokračuje i po letních prázdninách. Mnozí experti předpovídali, že seniorský cestovní ruch u nás vznikne s odstupem dvou až tří let po mládežnickém cestovním ruchu (ten je u nás srovnatelný se západními zeměmi od roku 1999). Seniorská turistika našich občanů se orientovala na přímořská letoviska, ovšem tento druh cestovního ruchu si mohlo v minulých letech dovolit 3 - 5 % seniorů.



Po odbourání rekreace ROH a podnikové rekreace se seniorský domácí cestovní ruch orientoval především na lázeňskou péči.

V letošním roce došlo k výraznějšímu oživení zájmu o naše rekreační oblasti ze strany seniorů. Podle šetření firmy MAG dosáhne v letošním roce podíl účastníků cestovního ruchu starších šedesáti let 10 % a je tudíž možno hovořit o seniorském cestovním ruchu. Z hlediska struktury účastníků cestovního ruchu, nejrychleji v posledních letech roste ve státech EU podíl seniorů. Z pohledu rodinných výdajů rodin seniorů patří v EU výdaje na cestovní ruch na první místo. V roce 1999 činily světové výdaje na cestovní ruch seniorů 593 mil. USD, odhaduje se, že v roce 2050 tyto výdaje dosáhnou částky 2 mld. USD. Tento trend úzce souvisí s prodlužujícím se věkem, příjmovými možnostmi seniorů a v neposlední řadě i se zvyšující se kulturou cestování, kterou tato skupina turistů vyžaduje. Všichni, kdo se určitým způsobem podílejí na vytváření produktů cestovního ruchu, by si měli uvědomit, že senioři sami sebe nepovažují za staré občany. Podle rakouského experta Rudolfa Zinella, si senioři myslí, že vypadají o 8 let mladší a cítí se o 14 let mladší, než je jejich skutečný věk. Z tohoto důvodu bychom se tedy spíše měli vyhýbat oslovení „senioři“ a používat neutrální „v nejlepších letech“ nebo „starší 50 let“. Rakouští experti dále uvádějí posun hodnot seniorů od tradičních (rodina, práce) k seberealizaci a zábavě. Podle expertů cestování přispívá ke zmírnění negativních aspektů vyššího věku. Dovolená pro seniory může znamenat vyšší péči a velké příležitosti pro navázání přátelských vztahů a nalézání sebe sama. Tento fakt si uvědomují některé cestovní kanceláře, které poskytují služby v této oblasti tzv. sociálního turismu. Na druhou stranu představuje tento sociální turismus výhody pro hoteliéry - v mimosezóně hotely nezejí prázdnou a zaměstnanost v cestovním ruchu se udržuje po celý rok.

Z hlediska hoteliérů jsou senioři vítanou klientelou, která dobře utrácí a nezanedbatelné není ani velmi nízké opotřebení hotelových zařízení, ve srovnání s mládežnickou či obchodní klientelou.

Cestovní ruch se rozhodně může podílet na zkvalitnění posledních let života člověka a posílit cestovní ruch mimo hlavní sezónu. Experti v oblasti cestovního ruchu by si měli uvědomit, že je třeba vytvořit speciální programy pro seniory, které by zaručovaly jejich bezpečnost, zdravotní služby, odpovídající stravu, návštěvu kulturních památek a další aktivity včetně fyzických a v neposlední řadě, aby poskytly i kvalitní informace.

## Tabulka č. 2 – ČR ve srovnání jinými zeměmi

### CESTOVNÍ RUCH SENIORŮ (v r. 2000)

Účastníci mezinárodního cestovního ruchu starší 60 let

Německo	20 %
Spojené království	16 %
Francie	30 %
Itálie	13 %
Španělsko	15 %
USA	27 %
Kanada	28 %
Japonsko	27 %
<b>ČR</b>	<b>5 %</b>

*Zdroj: Mag Consulting - statistika*

Další rozvoj seniorského cestovního ruchu našich občanů bude přímo závislý na růstu příjmů seniorů, respektive důchodů a růstu cen. Senioři jsou při růstu cen nejvíce citliví na růst cen bydlení (nájemného, elektřiny, plynu apod.) a růst cen potravin. Zvýšený zájem o seniorskou turistiku lze právě vysvětlit stabilitou cen potravin v posledních dvou letech. Ceny bydlení rostou plánovaně a senioři s tímto růstem cen mohou ve svých rozpočtech počítat s dlouhodobým předstihem.

*Zdroj: www.magconsulting.cz [5. 10. 2007]*

## 2.3 Stárnutí populace

### 2.3.1 Populační vývoj obyvatelstva

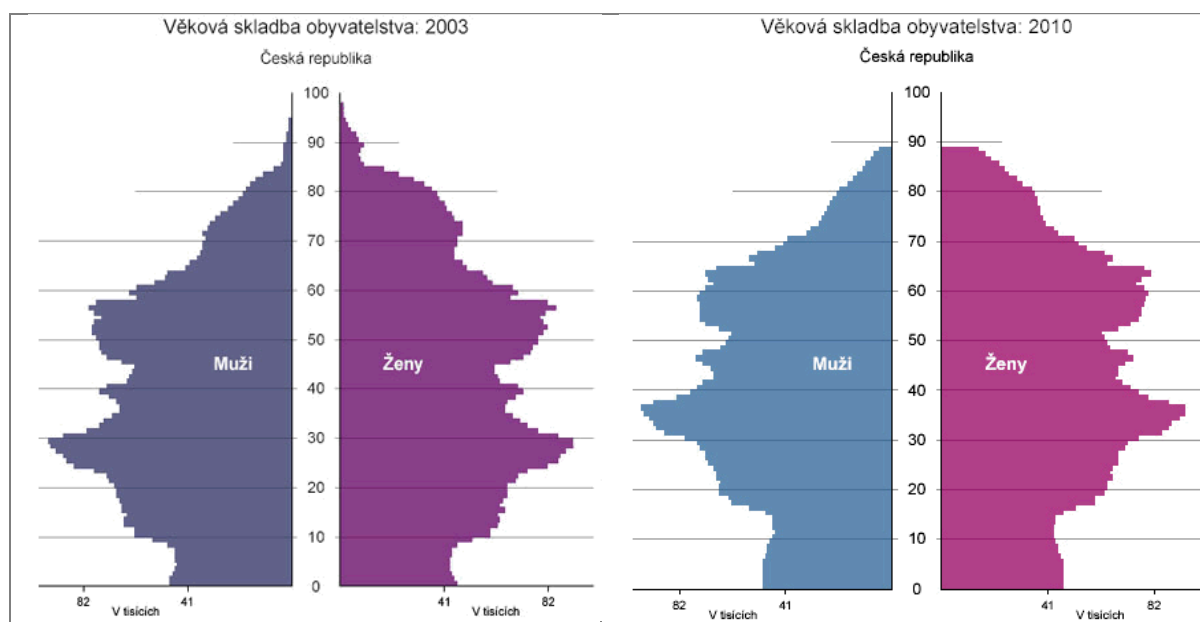
Stárnutí populace je globální problém a neznamena jen potíže s důchody. Dle studie společnosti Deloitte se ve většině vyspělých zemí rapidně zvýšil poměr osob závislých na ekonomicky aktivní části obyvatel, tzv. **index závislosti**. V zemích OECD činil tento poměr v průměru 25 % v roce 2000 a do roku 2020 překročí podle odhadů 35 %. Zatímco v USA je situace lepší (poměr v roce 2000 činil 20,9 %), státy EU stárnou nadprůměrně. V roce 2020 bude v 15 starých členských zemích na práci ekonomicky aktivních lidí závislých 44,8 % populace. Ve Francii a Itálii to bude přes 50 % a v Maďarsku dokonce 58 % obyvatel. I když závislé osoby zahrnují i děti do 15 let věku, o růst poměru závislosti se postarají hlavně penzisté. Ale i kdyby náhle vzrostla porodnost, problém se dočasně ještě prohloubí.

**Česká republika** je na tom hůře ve srovnání s průměrem OECD, ale nepatrně lépe ve srovnání se západní Evropou. V roce 2000 byl její index závislosti 26,5 %, do roku 2020 má stoupnout na 41,1 %. **Zásadní problém má ČR i s dalším demografickým ukazatelem – natalitou.** Poměr počtu narozených dětí na jednu ženu je u nás nejhorší v celé EU. Jestliže v období prvního baby-boomu v roce 1950 se u nás rodilo 2,8 dítěte na 1 dospělou ženu, v roce 1990 to bylo 1,87 a v roce 2000 jen 1,14 dítěte. Do roku 2004 sice porodnost mírně vzrostla na 1,4, ale bez imigrantů by počet obyvatel ČR i tak klesal. Statisticky je k zachování stabilního počtu obyvatel zapotřebí minimální index 2,1 dítěte na 1 ženu. Počet obyvatel ČR zůstal stabilní díky imigrantům, kteří navíc zvýšili natalitu na 1,49 v roce 2005. V roce 2006 došlo k pozitivní změně, kdy poprvé porodnost (natalita) převýšila úmrtnost neboli mortalitu.

Na následujících grafech je možné sledovat populační vývoj v České republice. Je zřejmé, že nejpočetnější skupinou byli ještě v roce 2003 lidé kolem 25 - 30 let, zatímco v roce 2010 se tato věková hranice posune podle prognóz o téměř 10 let výše. Druhou, velkou nejpočetnější skupinou v roce 2003 byli lidé ve věku kolem 55 let a v roce 2010 se jí podle odhadů stanou lidé kolem 60-ti let věku. Z grafů je též možno vyčíst větší podíl žen převládající nad muži ve skupině staršího obyvatelstva.

**Graf č. 1 - Obyvatelstvo v roce 2003**

**Graf č. 2 – Obyvatelstvo v roce 2010**

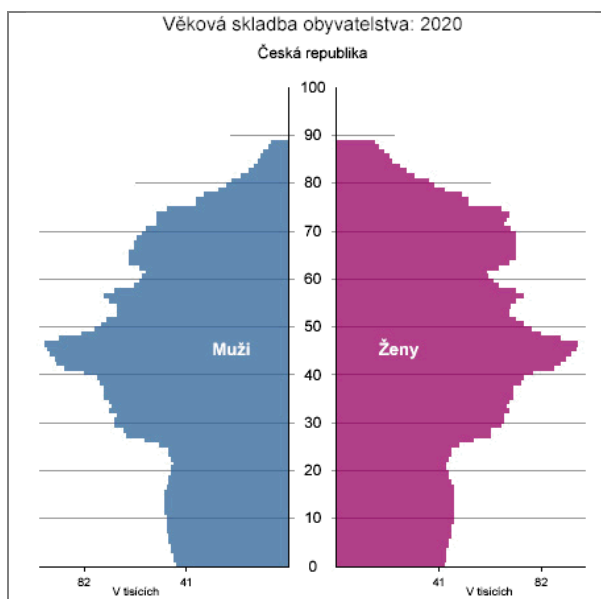


Zdroj: Český statistický úřad

Zdroj: Český statistický úřad

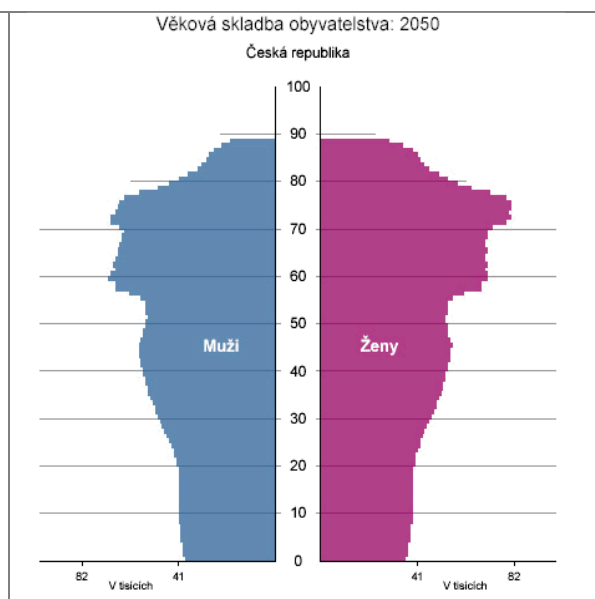
Na následujících grafech je možné si prohlédnout prognózované věkové složení obyvatelstva v letech 2020 a 2050. Nadále je zřejmý trend stárnutí populace. Zatímco v roce 2020 budou nejpočetnější skupinou obyvatelstva lidé ve věku kolem 45 let, o 30 let později se tato věková hranice posune mnohem výše. Jednou z nejpočetnějších skupin obyvatel se podle odhadů stanou šedesátníci a sedmdesátníci. Při porovnání všech uvedených grafů lze také vyčíst celkovou klesající porodnost.

**Graf č. 3 - Obyvatelstvo v roce 2020**



*Zdroj: Český statistický úřad*

**Graf č. 4 – Obyvatelstvo v roce 2050**



*Zdroj: Český statistický úřad*

**Ekonomické důsledky** tohoto trendu jsou zřejmé. Vznikne nedostatek pracovních sil, sníží se spotřeba a zpomalí se hospodářský růst. Státní výdaje porostou, ale příjmy se budou tenčit. Prohloubí se rozdíly mezi jednotlivými regiony a dá se očekávat i odliv kapitálu z vyspělých států do zemí s mladším obyvatelstvem. Ani imigrace zde není spolehlivým řešením. **Cílem** je tedy do budoucna hledání nových zdrojů státních příjmů, ať už například zvýšením průměrného věku odchodu do důchodu, nebo například modernizací daňového a důchodového systému.

### 2.3.2 Gerontologie a geriatrie

**Gerontologie** (z řeckého *gerón*, 2.p. *gerontos* = starý člověk a *logos* = slovo, nauka) je souhrn poznatků o stárnutí a stáří.

Gerontologie se tradičně dělí do 3 problémových okruhů:

- **Gerontologie experimentální** se zabývá otázkami, proč a jak živé organismy stárnou.
- **Gerontologie sociální** se zabývá vztahem starého člověka a společnosti včetně fenoménu stárnutí populace - má aspekty demografické, ekonomické, politické, sociologické, psychologické, etické, právní, urbanistické i další.
- **Gerontologie klinická** neboli geriatrie se zabývá zdravotním a funkčním stavem ve stáří, zdravím podmíněnou kvalitou života starých lidí, zvláštnostmi chorob, jejich diagnostikování a léčení ve stáří.

**Geriatrie** je jednak synonymum pojmu *klinická gerontologie*, jednak označení specializačního lékařského oboru (v ČR od r. 1983). Etymologicky je pojem odvozen od řeckého *gerón* (starý člověk) a *iatró* (léčím), anglické označení: *geriatrics*.

Obor se zabývá problematikou zdravotního a funkčního stavu ve stáří, zvláštnostmi chorob, jejich diagnostikování a léčení u starých lidí. Obor vychází z vnitřního lékařství, které obohacuje především poznatky neurologie, psychiatrie, fyzioterapie, ergoterapie a ošetrovatelství. Geriatrická práce je typicky týmová a vychází z komplexního geriatrického hodnocení pacienta.

Jako samostatná problematika se vyčlenila gerontopsychiatrie, k jejímž hlavním okruhům zájmu patří demence, delirantní stavy, deprese, poruchy spánku, paranoidní syndromy a poruchy chování ve stáří.

V České republice působí společnost zabývající se touto problematikou – ČESKÁ GERONTOLOGICKÁ A GERIATRICKÁ SPOLEČNOST, jejímž posláním je nejen plnit specifické úkoly léčebně preventivní, ale také integrace a metodika při vytváření uceleného systému zdravotních a zdravotně sociálních služeb pro seniory.

Internetové stránky ČGGS - <http://cggs.meditorial.cz/cz/Home/>

### 2.3.3 Mezinárodní den seniorů - 1. říjen

1. října 1998 byl Organizací spojených národů vyhlášen Mezinárodní den seniorů. Tento den byl současně dnem zahájení Mezinárodního roku seniorů – r. 1999, který nesl motto: „za společnost pro všechny věkové kategorie“. Účelem vyhlášení tohoto mezinárodního dne bylo především poukázat na problematiku seniorů v dnešní společnosti. Hlavním cílem pak vytvořit přátelskou společnost a podmínky ke zdravému životnímu stylu pro každého, bez rozdílu věku. Poselství generálního tajemníka OSN ku příležitosti vyhlášení mezinárodního dne seniorů je možno nalézt v příloze č. 1.

V České republice vznikla Iniciativa 90, která má zájem prosazovat zásady OSN týkající se seniorské politiky. Jejími členy jsou občanská sdružení i odborné společnosti, systematicky se zabývající problematikou stárnutí a péče o staré, zejména nemocné lidi. Jsou to např. Česká gerontologická a geriatrická společnost, Česká Alzheimerovská společnost, Český červený kříž, Odbor péče o zdravotně postižené MZ ČR, Gerontologické centrum Prahy 8, Občanské sdružení GEMA, Nadace Suy Ryder, Svaz důchodců ČR a další.

### 2.3.4 Internetové stránky pro seniory

S rozvojem informačních technologií a posouváním důchodového věku roste role internetu, jako komunikačního prostředku, i pro seniory. V dnešní době je již mnoho starších lidí, kteří umějí pracovat s počítačem a využívat internet. V důsledku tohoto vývoje narůstá i počet internetových stránek, které jsou určeny právě pro lidi v seniorském věku. Pro představu zde několik z nich uvádím:

- První český internetový portál pro seniory- Nadace Senio - <http://www.senio.cz/>
- Internetový magazín nejen pro seniory - Senior Tip - <http://www.seniortip.cz/>
- Portál nejen pro seniory - Třetí věk - <http://www.tretivek.cz/>
- Internetový portál pro seniory - <http://www.seniori.org/>
- Rada seniorů České republiky, o.s. - <http://www.rscr.cz/>
- Internetové stránky pro seniory - Senior Club - <http://www.seniorclub.cz/>
- Internetové stránky nadačního fondu Veselý senior - <http://www.veselysenior.cz/>
- Internetový portál Aktivní.cz – život po padesátce - <http://www.aktivni.cz/>
- Stránky občanského sdružení Gema - <http://www.gerontocentrum.cz/gema/>

## 2.4 Sportovně-rekreační aktivity

Sportovně-rekreační aktivity jsou různé typy sportovních aktivit provozované jak ve venkovním prostředí, tak i ve vnitřních prostorách (sportovní haly, tělocvičny, posilovny, atd.).

Lze je členit na:

- 1) turistické aktivity – viz níže
- 2) sportovní aktivity – např. plavání, lyžování, míčové hry, posilování, aerobik, golf, atd.

Z hlediska zaměření mé bakalářské práce – seniorský cestovní ruch, se budu dále věnovat pouze turistickým atraktivitám, zejména pak pěší turistice, jako její základní formě.

### 2.4.1 Turistika

Turistika je hobby spočívající v putování a poznávání prostředí, krajiny, památek, zvyků a lidí. Podle Neumana a kol. (2000) je turistika v českém pojetí komplexem činností spojených s aktivním pohybem (cestováním) a pobytem v přírodě. Převažujícím motivem turistické činnosti je poznávání přírody, lidských výtvorů i života lidí (hovoří se o složce kulturně poznávací). Vedle techniky tzv. přesunových prostředků (pohybová složka shodná s technikou příslušných sportů) je potřebné zvládnout široký okruh odborných znalostí a dovedností (odborně technická složka).

Čeština nemá rozličné výrazy, které by odlišovaly aktivně prováděnou turistiku od postupů uplatňovaných v cestovním ruchu či turismu jako celku. V angličtině lze najít pro turistiku mnoho výrazů (trekking, hiking,...). Němčina pro aktivní formy putování používá výraz Wandern a pro pasivní, nebo pro cesty dopravními prostředky výraz Reisen. U nás bychom na odlišení pasivních forem turismu mohli používat termín „aktivní turistika“, který by lépe charakterizoval činnost v turistickém hnutí.

Mezi **základní druhy turistiky** patří např.:

- pěší turistika
- cykloturistika
- horská turistika
- alpinismus
- tramping
- hypoturistika
- vodáctví
- mototuristika

### Nové trendy v turistice:

- *outdoor* - termín který označuje pobyt v přírodě, především jako způsob trávení volného času.
- *geocaching* - hra na pomezí sportu a turistiky, která spočívá v použití navigačního systému GPS při hledání skrytého objektu zvaného *cache*, o němž jsou známy jen jeho geografické souřadnice. Při hledání se používají běžné turistické přijímače GPS.
- *nordic walking* - neboli severská chůze. Tato sportovní chůze se speciálně navrženými holemi přináší velice efektivní pohyb a snadnou cestu ke zvýšení fyzické kondice bez ohledu na věk, pohlaví, nebo aktuální fyzickou kondici. Je až o 40 % efektivnější, než normální chůze. Tento sport je vhodný i pro pacienty s nadváhou a bolestmi kloubů, protože pomocí hůlek odlehčuje kloubům a navíc posiluje srdce, plíce a krevní oběh.

### 2.4.2 Klub českých turistů (KČT)

Dominantní postavení při vzniku a rozvoji organizované turistické činnosti u nás zaujímá Klub českých turistů, který se snaží přispět k rozvoji turistického hnutí hlavně v těchto směrech:

- Budování sítě značených cest
- Vydávání turistických map a průvodců
- Vydávání klubového časopisu Turista
- Budování sítě turistických chat a ubytoven po celém území ČR
- Vytváření výhodných podmínek pro turistickou činnost členů KČT pomocí různých typů slev při ubytování, cestování, atd.

Další informace o činnosti KČT lze najít na internetových stránkách - <http://web.kct.cz/>



## 3 METODIKA PRÁCE

### 3.1 Objekt zkoumání, cíle, hypotézy

*Objektem zkoumání* je problematika starší generace v cestovním ruchu ve vybraném regionu – Jižní Čechy.

**Hlavním cílem práce je zhodnotit význam sportovně-rekreačních aktivit pro rozvoj seniorského cestovního ruchu.**

*Dílčí cíle:*

- Provézt analýzu nabídky těchto aktivit v regionu Jižní Čechy
- Na základě dotazníkového šetření vyhodnotit zájem seniorů v daném regionu o tyto aktivity

*Pracovní hypotézy:*

- **Seniorský cestovní ruch je do budoucna velký trend**
- Senioři cestují stále více, na prodeji zájezdů se podílejí 12 %
- CR seniorů může pomoci vyplnit období mezi hlavními sezónami
- Sport a vhodně zvolené pohybové aktivity napomáhají k udržení fyzické i psychické kondice seniorů, mohou tak přispívat ke zdraví a celkové vitalitě seniorů
- Cestování a s ním spojené poznávání nových míst obohacuje život starší generace
- Celosvětově jsou senioři velmi vážený segment klientely
- Nyní pobírá starobní důchod v ČR 1,42 milionu lidí a podle prognóz bude důchodců stále přibývat
- S rozvojem informačních technologií poroste role individuální turistiky
- Senioři rádi cestují ve skupinách

## 3.2 Použité zdroje a metody

Při zpracovávání své bakalářské práce jsem čerpala informace z různých zdrojů. Především pro vymezení některých klíčových pojmů a základní charakteristiku daného problému jsem čerpala z **odborné literatury**. Jelikož je ale cestovní ruch dynamicky se rozvíjející oblastí, bylo nutno sledovat aktuální informace a vývoj v seniorském cestovním ruchu především prostřednictvím **internetu**. Dalšími použitými zdroji byla pak různá **periodika** (odborné časopisy a denní tisk). Těmito způsoby jsem tedy získávala **sekundární informace**.

Pro získání **primárních informací** jsem použila metody - **dotazníkové šetření, řízené rozhovory a pozorování**.

Při řešení daného problému jsem pak použila metody - srovnávání, analýzu a syntézu.

## 3.3 Metodika průzkumu

Tato hlavní část mé práce byla rozdělena do dvou fází. Tou první byla anketa mezi cestovními kancelářemi a agenturami. Ve druhé fázi mého průzkumu jsem pak provedla dotazníkové šetření mezi starší generací.

### 3.3.1 Anketa pro CK a CA

Pro získání primárních informací za účelem zmapování nabídky produktů CK/CA pro segment seniorů a zjištění jejich frekvence cestování přes CK/CA jsem mezi cestovními kancelářemi a cestovními agenturami provedla šetření. A to formou ankety, při níž jsem používala metody rozhovoru a dotazování. Rozhovor (interview) probíhal jak standardizovaným, řízeným způsobem, tak i nestandardizovaně.

Dotazování bylo prováděno převážně osobně, ale i telefonicky.

Šetření jsem provedla v jednom z okresních měst jihočeského kraje, v Písku a v jihočeské metropoli, Českých Budějovicích. Na následující otázky odpovídalo celkem 30 cestovních kanceláří a agentur (nebo jejich poboček). Z toho 10 píseckých a 20 českobudějovických.

Ve svém šetření jsem se zaměřila hlavně na CK. Cestovních agentur se týkaly jen otázky perspektivy seniorského cestovního ruchu a frekvence využívání jejich služeb seniory, jelikož CA pouze zprostředkovávají a prodávají produkty CK, neboli touroperátorů. Z celkového počtu 30 respondentů, bylo tedy pouze 5 cestovních agentur.

**Cílem šetření** bylo zjistit odpovědi na následující otázky:

- Sestavuje Vaše CK speciální nabídku produktů pro segment seniorů?
- Je podle Vás tento segment klientů do budoucna perspektivní pro cestovní ruch?
- Poskytujete pro seniorskou klientelu nějaké speciální slevy? Jaké jsou to slevy?
- Uvažujete do budoucna o zavedení popřípadě rozšíření produktů pro seniory?
- Jak často jsou služby Vaší CK/CA využívány seniorskou klientelou?

**Časový harmonogram:**

- sestavení ankety - do 31. 10. 2007
- samotné uskutečnění ankety - do 15. 12. 2007
- zpracování výsledků - do 31. 12. 2007

### **3.3.2 Dotazníkové šetření mezi seniory**

Mého dotazníkového šetření se celkem zúčastnilo 150 respondentů z Jihočeského kraje ve věku nad 50 let. Věkové segmenty jsem si tedy vytyčila dle Ing. Čertíka. Ten rozděluje seniory do následujících skupin:

1. skupina – 50 +
2. skupina – 60 +
3. skupina – 70 +

Při oslovování seniorů byl nutným předpokladem citlivý a ohleduplný přístup jak při odhadování věku respondentů, tak i během samotného dotazování.

### ***Koncepce dotazníkového šetření:***

- Zjistit, jak tráví senioři svůj volný čas a jestli se zajímají také o sportovní, či různé pohybové aktivity.
- Zjistit nejčastější místo a roční období pro trávení jejich dovolené. Dále také způsob, jakým si tuto dovolenou zajišťují.
- Zjistit, jaké oblíbené se dnes těší u seniorů dříve tak populární „zájezdy za stokorunu“.
- Zjistit míru spokojenosti dotazovaných s nabídkou sportovně-rekreačních aktivit v regionu Jižní Čechy.
- Zjistit, jak často senioři využívají mimosezónní pobyty a různé slevové akce na zájezdy.
- Zmapovat průměrné roční výdaje starší generace vynaložené na jejich dovolenou.

### ***Výběrový soubor respondentů:***

Z celkového počtu 150 respondentů bylo 73 mužů a 77 žen. Podařilo se mi tedy zajistit vyváženost dotazovaných dle pohlaví. Snažila jsem se i o vyvážené rozložení dle věkových skupin. Avšak nejvíce, a to 70 respondentů, bylo ve věkové skupině 50-59, což ovšem mohu považovat za výhodu pro další predikce. Ve věku 60-69 let odpovídalo 48 dotazovaných a v poslední věkové skupině (70 a více) bylo 32 respondentů. 80 dotazovaných bylo z měst a 70 z venkova.

### ***Časový harmonogram:***

- sestavení dotazníku - do 30. 11. 2007
- vlastní dotazníkové šetření - do 29. 2. 2008
- zpracování výsledků - do 15. 3. 2008

## 4 VYMEZENÍ REGIONU

### 4.1 Jihočeský kraj

Jihočeský kraj se sídlem v Českých Budějovicích je vymezený územím okresů České Budějovice, Český Krumlov, Jindřichův Hradec, Písek, Prachatice, Strakonice a Tábor.

**Rozloha :** 10 056 km<sup>2</sup>, tj. 12,8 % rozlohy ČR

**Nadmořská výška :** převážná část území 400-600 m

**Nejvyšší místo :** šumavský vrchol Plechý (1 378m)

**Nejnižší místo :** hladina Orlické přehrady (350m)

**Počet obcí :** 623

**Statut města** má 52 obcí

**Statut městyse** má 12 obcí

**Počet obyvatel :** kraj celkem - 630 063

**Hustota osídlení :** 62 obyvatelé na km<sup>2</sup> - nejnižší v ČR



### 4.2 Charakteristika Jihočeského kraje jako regionu

Jižní Čechy patří díky své geografické poloze a přírodním podmínkám k územím, kde se již v dávné minulosti začala objevovat první osídlení. Do původně zemědělské oblasti s tradičním rybníkářstvím a lesnictvím vstoupila na počátku 20. století průmyslová výroba. Atraktivitu přírodního i kulturně historického bohatství kraje podmiňuje rozvoj cestovního ruchu. Příhraniční charakter regionu se v posledních letech stal jeho předností, neboť přináší možnost spolupráce se sousedícími zeměmi Evropské unie.

Jihočeský kraj je geograficky poměrně uzavřeným celkem, jehož jádro tvoří jihočeská kotlina s Českobudějovickou a Třeboňskou pánví. Na jihozápadě ji obklopuje Šumava, dále pak výběžky Brd, Středočeská žulová vrchovina, Českomoravská vrchovina a Novohradské hory.

Kraj není příliš bohatý na nerostné suroviny. Převažuje těžba štěrkopísků, stavebního kamene, cihlářských hlín a v omezené míře keramických jíílů, vápence a grafitu. Významným přírodním bohatstvím jsou lesy, které zaujímají více než třetinu plochy kraje.

Jihočeský kraj má strategickou polohu na dopravní ose sever-jih. Procházejí jím důležité mezinárodní silnice, severojižní železniční koridor, evropské cyklistické a turistické stezky. Podstatným krokem ke vzniku civilního letiště se stalo udělení licence k vnitrostátnímu leteckému provozu pro Jihočeské letiště České Budějovice, a.s., mezinárodní licenci má letiště v Hosíně u Českých Budějovic. Stávající silniční síť dostatečně zajišťuje základní dopravní dostupnost měst a obcí. Kraj však citelně postrádá dálniční napojení, které by měla přinést výstavba dálnice D3 a rychlostních komunikací R3 a R4. Podmínkou pro výraznější přesun nákladní dopravy na železnici je vybudování IV. tranzitního železničního koridoru Praha – České Budějovice – Linec, zařazeného do seznamu nejvýznamnějších dopravních projektů v rámci EU.

<b>Silnice I. třídy</b>	<b>Silnice II. třídy</b>	<b>Silnice III. třídy</b>
692 km	1637 km	3822 km

Na tvorbě hrubého domácího produktu České republiky se Jihočeský kraj podílí 5,5 %, v přepočtu na 1 obyvatele dosahuje 89 % republikového průměru a je tak mezi kraji na 6. pozici. Ve statistickém registru ekonomických subjektů bylo koncem roku 2005 registrováno více než 144 tis. ekonomických subjektů. Jeho největší část tvořili podnikatelé - fyzické osoby nezapsané v obchodním rejstříku (101 663 subjektů), společnosti s ručením omezeným (10 372 subjektů) a samostatně hospodařící rolníci (5 416 subjektů).

Průmyslová výroba je koncentrována především v českobudějovické aglomeraci a v okresech Tábor a Strakonice. Převažuje zpracovatelský průmysl (výroba potravin a nápojů, dopravních prostředků, strojů a zařízení, textilní a oděvní).

Zemědělství se orientuje na rostlinnou výrobu, převažuje pěstování obilovin, olejnin a brambor. V živočišné výrobě chov skotu a prasat. Dlouholetou tradici má v jižních Čechách rybníkářství. Chov ryb v 25 000 ha vodních ploch představuje polovinu produkce v rámci celé ČR.

Jihočeský kraj se stává významnou turistickou a rekreační oblastí. Cestovní ruch zaznamenal v posledních letech největší nárůst podílu na podnikatelských aktivitách v kraji. Další údaje z cestovního ruchu v Jihočeském kraji lze najít v příloze č. 2.

### 4.3 Sportovně-rekreační možnosti v Jižních Čechách

Jižní Čechy jsou oblastí, která byla poměrně málo poznamenána negativními důsledky společenského vývoje – především rozvojem průmyslu. Určité hospodářské zaostávání v minulosti se však změnilo v moderní výhodu: oblast má díky dobře dochovaným přírodním oblastem, zajímavému krajinnému rázu a bohatému kulturně-historickému dědictví velmi dobré podmínky pro rozvoj turistiky, rekreace a cestovního ruchu. Z přírodních oblastí významných pro turistiku je třeba na prvním místě jmenovat jihočeskou část Šumavy. Nejcennější, hraniční část pohoří má statut národního parku.

Z hlediska **pěší turistiky** tvoří většinu Jihočeského kraje nenáročný terén se sítí dobře značených cest, s náročnějším terénem se můžeme místy setkat na území Šumavy a Novohradských hor. Pro pěší turistiku se tedy hodí snad kterákoliv část Jihočeského kraje, i když mezi nejnavštěvovanější lokality pochopitelně patří pohraniční horská oblast Šumavy a Novohradských hor, jejich podhůří a Česká Kanada na Jindřichohradecku. Neobyčejně pestrá a po přírodní stránce zachovalá krajina jižních Čech nabízí pro pěší turisty ideální podmínky. Dostatečně hustá železniční i autobusová doprava umožňuje dobrý přístup do vzdálenějších a méně obydlených oblastí, které jsou milovníky přírody nejvíce ceněny. Jednotlivé trasy často začínají či končí ve městech či větších obcích, takže zájemci o historii a architekturu mohou procházku přírodou spojit s prohlídkou pamětihodností, kterých je v jižních Čechách vskutku dostatek.

Rovněž **cyklistický výlet** je možné naplánovat kdekoliv v kraji, ideální podmínky najdeme zejména na Třeboňsku, Novohradsku, Šumavě, Lipensku, Písecku a v pohraniční oblasti Jindřichohradecka. Na své si zde přijdou i **vodáci**, Vltava, Lužnice a Otava patří v Čechách mezi nejčastěji sjížděné řeky. Příznivci jachtingu, windsurfingu a dalších **vodních sportů** vyhledávají především vodní nádrž Lipno, Orlickou přehradu či velké jihočeské rybníky.

Pro **jízdu na běžkách** a **sjezdové lyžování** se hodí zejména oblast Šumavy a Blanského lesa, kde se nachází řada lanovek, vleků a sjezdových tratí. Běžkařské tratě sjížděné po větší část zimy najdeme i v Novohradských a Slepíčích horách, na Novobystřicku, v oblasti České Kanady, v oblasti Dubských vrchů a Čertovy hrbatiny na Táborsku a v Píseckých horách. Mezi vyhlášená zimní střediska patří na Šumavě Železná Ruda, Srní, Modrava, Kvilda, Kubova Huť, Nová Huť, Strážný, Zadov, Nová Pec a Churáňov.

## 4.4 Kulturně poznávací možnosti v Jižních Čechách

Výčet jihočeských **historických měst** a významných **hradů, zámků a klášterů** je tak dlouhý, že by nám na jejich návštěvu stěží stačila měsíční dovolená. Mnozí turisté se právě kvůli nim do jižních Čech pravidelně vrací. Jádra historicky nejzachovalejších měst mají statut městských památkových rezervací; jsou to **České Budějovice, Český Krumlov, Jindřichův Hradec, Prachovice, Slavonice, Tábor** a **Třeboň**. V těchto městech nebylo středověké jádro výrazněji narušeno novodobou zástavbou. Český Krumlov byl dokonce zapsán do Seznamu světového kulturního a přírodního dědictví UNESCO. Malebná jsou však i mnohá další městská sídla, například **Písek, Blatná** či **Vimperk**.

Z jihočeských hradů a zámků je nejnavštěvovanější **Hluboká nad Vltavou**. Jako kulisa k pohádkám stále působí **Červená Lhota**, dramatickou polohu nad soutokem Vltavy a Otavy má **Zvíkov**, majestátní dominantu tvoří komplex v **Českém Krumlově**, unikátní dispozicí je **Kratochvíle**, za návštěvu stojí mnohé další. Zejména v jižní části kraje vznikly ve středověku mocné kláštery, jejichž působení přesáhlo hranice jižních Čech: jmenujme alespoň **Vyšší Brod** a **Zlatou Korunu**.

Mimořádné je bohatství **lidové architektury**, která je soustředěna do několika menších oblastí v okolí **Soběslavi** či na **Blata** severozápadně od Českých Budějovic. Mimořádnou hodnotu má komplex domů ve stylu selského baroka v **Holašovicích**, zapsaný v Seznamu světového kulturního a přírodního dědictví UNESCO.

V jižních Čechách jsou k vidění i zajímavé **technické památky** – např. pozůstatky **koněpřežné dráhy** z Českých Budějovic do Lince či **Schwarzenberský plavební kanál** na Šumavě.

Stále více návštěvníků přijíždí do jižních Čech, aby se zúčastnili některého z mnoha **festivalů a slavností**. Mezi proslulé patří např. Slavnosti pětilisté růže v Českém Krumlově. Dudácké slavnosti ve Strakonici, folkové festivaly v Třeboni a v Jindřichově Hradci. K významným kulturním stánkům patří i řada **muzeí a galerií**, např. Alšova jihočeská galerie v Hluboké nad Vltavou, Mezinárodní centrum Egona Schileho v Českém Krumlově, muzea v Bechyni (keramika) a v Jindřichově Hradci (Krýzovy jesličky).



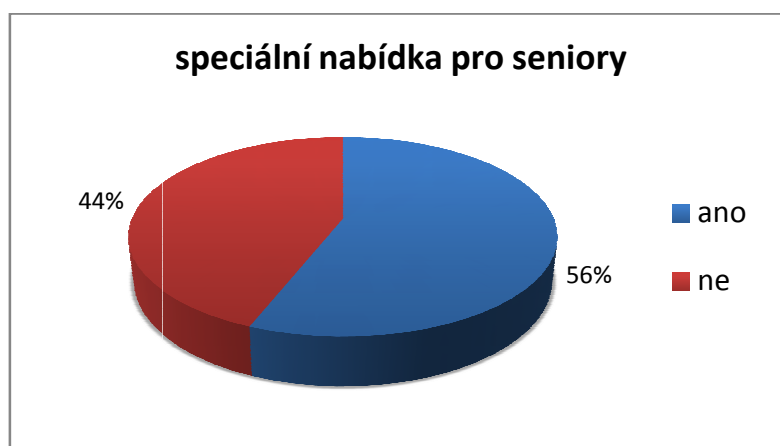
## 5 PREZENTACE VÝSLEDKŮ PRŮZKUMU

### 5.1 Vyhodnocení ankety pro CK a CA

#### Otázka č. 1 – Sestavuje Vaše CK speciální nabídku produktů pro segment seniorů?

První otázka z ankety pro cestovní kanceláře a cestovní agentury se týkala jen CK. Cílem této otázky bylo zjistit, zda CK sestavují speciální nabídky pro segment seniorů, které jsou pak představovány v jejich nabídkových katalozích.

Graf č. 1 – Speciální nabídka pro segment seniorů



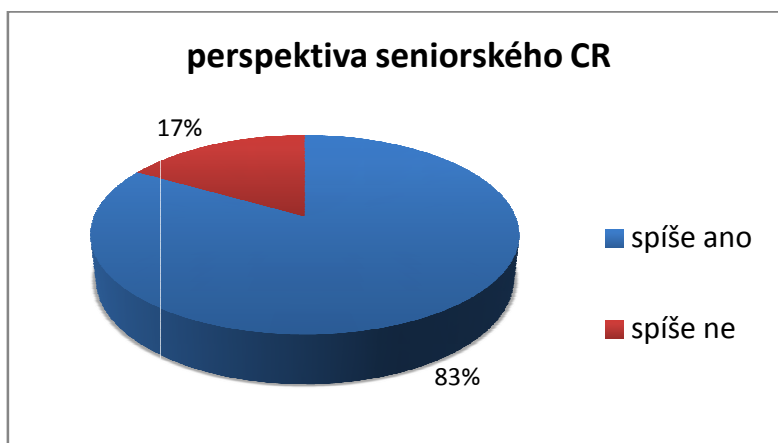
Zdroj: vlastní tvorba

14 cestovních kanceláří z celkových 25 dotázaných na tuto otázku odpovědělo „ano“, tudíž že takovouto speciální nabídku pro seniory mají. Zbytek dotázaných, čili 11 cestovních kanceláří uvedlo, že takovouto nabídku nesestavují. Jako důvody byly uváděny především specializace na jinou klientelu, než jsou senioři, ale třeba také to, že nechtějí seniorům vyčleňovat speciální nabídku, aby se necítili nějakým způsobem omezeni ve svém výběru. Pro názornost výše uvádím graf č. 1 se znázorněním procentních podílů odpovědí.

## Otázka č. 2 – Je podle Vás tento segment klientů do budoucna perspektivní pro cestovní ruch?

Druhá otázka se týkala perspektivy seniorského cestovního ruchu. Odpovídaly na ní jak cestovní kanceláře, tak i cestovní agentury.

Graf č. 2 – Zhodnocení perspektivy seniorského CR



Zdroj: vlastní tvorba

Na tuto otázku někteří respondenti neznali jednoznačnou odpověď, a to především vzhledem k současnému ekonomickému trendu zdražování, zejména potravin a léků, které se části seniorské klientely znatelně dotýká. Z celkového pohledu se ale většina, čili 83 % dotázaných, domnívá, že seniorský cestovní ruch je pro ně do budoucna perspektivní. Hlavním důvodem zvolení možnosti „spíše ano“ je podle dotázaných demografický vývoj obyvatelstva a celkové zvyšování kupní síly potenciální klientely. Ostatní respondenti, kteří uvedli možnost „spíše ne“, argumentují především specializací svých CK/CA, kdy se zaměřují spíše na mladší klientelu, školní zájezdy a dětské tábory. Nebo nabízejí převážně sportovní, či fyzicky náročné zájezdy, nevhodné pro většinu seniorské klientely. Možnost „spíše ne“ zvolilo 17 % dotázaných.

### Otázka č. 3 – Poskytujete pro seniorskou klientelu nějaké speciální slevy?

Úkolem třetí otázky bylo zjistit odpověď na otázku, zdali cestovní kanceláře poskytují pro seniory nějaké speciální slevy, popřípadě jaké jsou to slevy.

Graf č. 3 – Poskytování speciálních seniorských slev



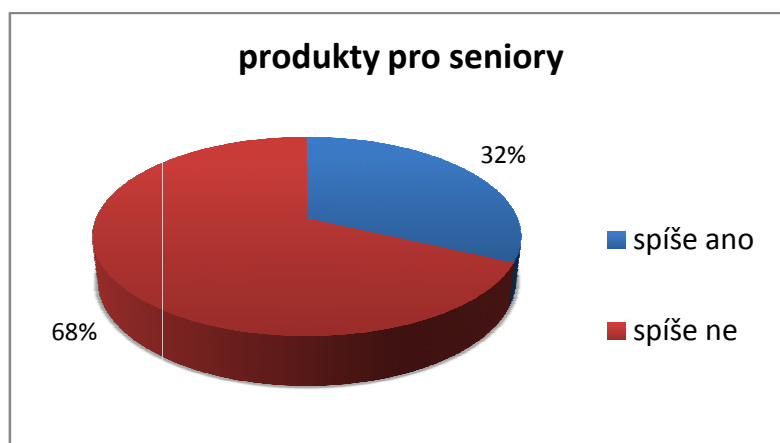
Zdroj: vlastní tvorba

52 % respondentů uvedlo, že slevy pro seniory mají. Z šetření dále vyplynulo, že tyto slevy poskytují i ty CK, které nesestavují pro seniory speciální nabídku. Seniorské slevy poskytuje většina cestovních kanceláří od 60-ti let věku klienta. Jedná se především o procentní slevy z katalogové ceny zájezdu a to v rozmezí od 3 % až do 50 %. Menší cestovní kanceláře poskytují pro seniory nejčastěji 10%ní slevu. Slevu 30% z katalogové ceny uvedla např. CK Firo Tour. Podle zjištěných informací ovšem největší slevu pro seniorskou klientelu na trhu cestovních kanceláří, a to až 50 %, poskytuje CK Čedok. (Takto vysoká sleva se týká pouze jedno-týdenních pobytů ve vybraných termínech a při splnění dalších podmínek). Jiné cestovní kanceláře uvádějí slevy pro seniory ve výši 100,- Kč nebo 300,-Kč. Tyto slevy se mi zdají ale vzhledem k výši cen zájezdů poněkud zanedbatelné. Zbývajících 48 % dotázaných (viz graf č. 3) uvedlo, že speciální seniorské slevy neposkytují. Senioři u nich ale využívají jiných druhů slev, a to především slevy za včasný nákup a slevy pro stálou klientelu. Nově se také podle CK a CA naučili senioři využívat výhodných last-minutových nabídek.

#### **Otázka č. 4 – Uvažujete do budoucna o zavedení, popřípadě rozšíření produktů pro seniory?**

Předposlední čtvrtá otázka měla za úkol zjistit, jestli CK uvažují do budoucna o zavedení, popřípadě rozšíření nabídky produktů pro seniory.

**Graf č. 4 – Zavedení/rozšíření produktů pro seniory**



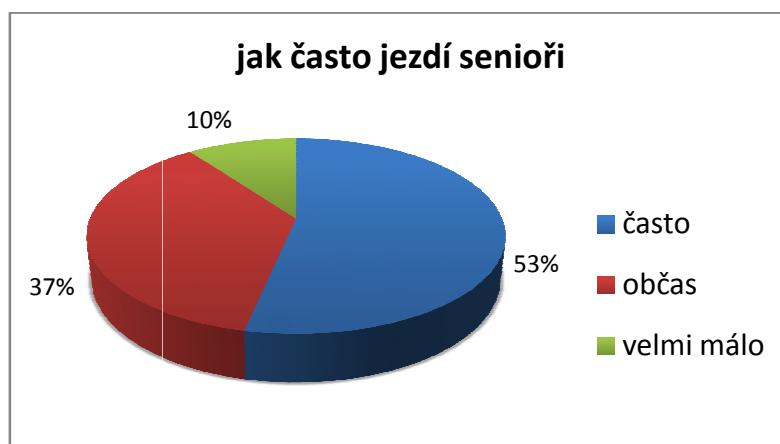
*Zdroj: vlastní tvorba*

Většina, čili 17 cestovních kanceláří z 25 dotázaných, zvolila na tuto otázku možnost „spíše ne“. Respondenti argumentují svým již dříve zmiňovaným jiným zaměřením, nebo považují svoji stávající nabídku speciálních produktů za dostatečnou. 8 respondentů na tuto otázku odpovědělo „spíše ano“ čili, že do budoucna o rozšíření nebo zavedení takovýchto produktů uvažují. Procentní podíl odpovědí je pro názornost uveden v grafu č. 4.

#### **Otázka č. 5 – Jak často jsou služby Vaší CK/CA využívány seniorskou klientelou?**

Cílem poslední otázky bylo zjistit, jak často jsou služby cestovních kanceláří a cestovních agentur využívány seniory.

**Graf č. 5 – Frekvence cestování seniorů přes CK/CA**



*Zdroj: vlastní tvorba*

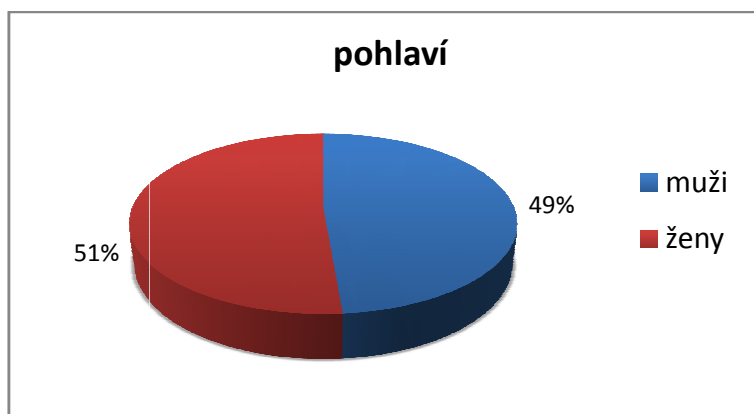
53 % respondentů uvedlo, že senioři využívají jejich služeb často. Někteří, především ti, co se na seniorskou klientelu specializují, uvedli 60 až 80%ní podíl seniorů na celkovém počtu svých klientů. Takovýchto CK byl však jen velmi malý počet. Většina respondentů, která zvolila možnost „často“ uvádí, že senioři tvoří 20-30 % na celkovém počtu svých klientů. Variantu „občas“ zvolilo 37 % dotázaných. Tyto CK a CA uvedli, že senioři jejich služeb sice využívají, ale netvoří žádný významný segment jejich klientů. Zbytek dotázaných uvedlo na otázku frekvence využití jejich služeb seniory možnost „velmi málo“, a to 10 % z celkového počtu 30-ti respondentů.

Z výsledků šetření dále vyplynulo, že senioři jsou pro cestovní kanceláře a cestovní agentury velmi vážený segment klientely. Výhodou je jejich časová přizpůsobivost, kdy často využívají mimosezónní pobyty. Cestovní kanceláře, které se na seniorský segment klientů specializují, uvádějí, že lze tento segment rozčlenit na dva typy. První skupinou jsou ti kteří, si chtějí na svém zájezdu především odpočinout. Pro takovéto klienty nabízejí specializované CK vyšší standard ubytování s bezbariérovým přístupem a celkově přizpůsobí program zájezdu jejich požadavkům. Nemalou část však tvoří také senioři, kteří jedou na zájezd za poznáním a vítají možnost bohatého společenského vyžití. Seniorská klientela je pro cestovní ruch tedy v mnoha ohledech velice rozmanitý segment. Výsledky šetření celkově potvrzují perspektivnost seniorské klientely.

## 5.2 Vyhodnocení dotazníkového šetření

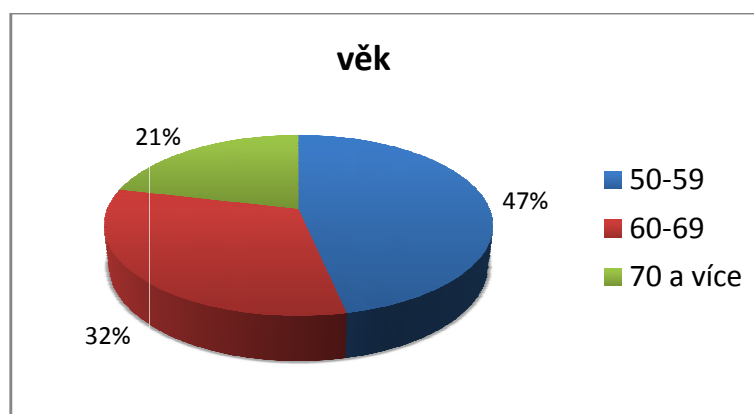
### *Obecné údaje o výběrovém souboru respondentů*

**Graf č. 1 Rozdělení respondentů dle pohlaví**



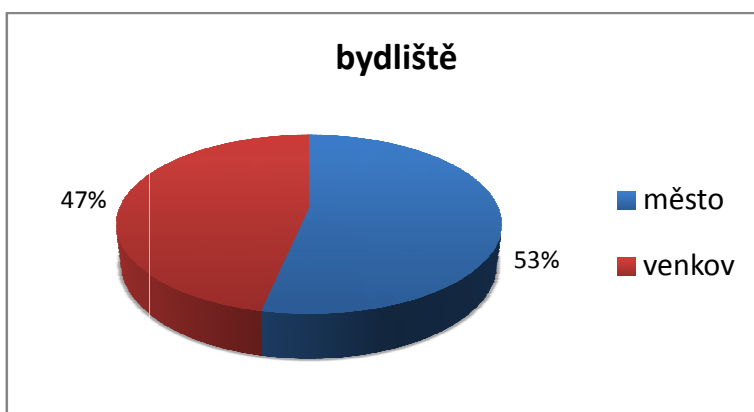
*Zdroj: vlastní tvorba*

**Graf č. 2 - Rozdělení respondentů dle věku**



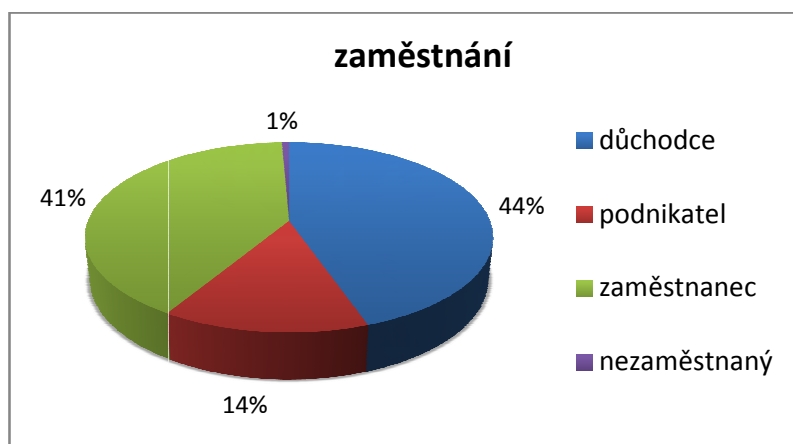
*Zdroj: vlastní tvorba*

**Graf č. 3 - Rozdělení respondentů dle bydliště**



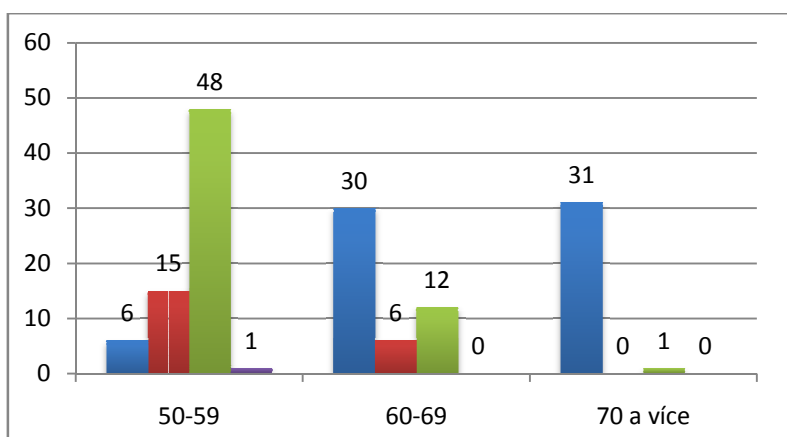
*Zdroj: vlastní tvorba*

**Graf č. 4.1 - Rozdělení respondentů dle zaměstnání**



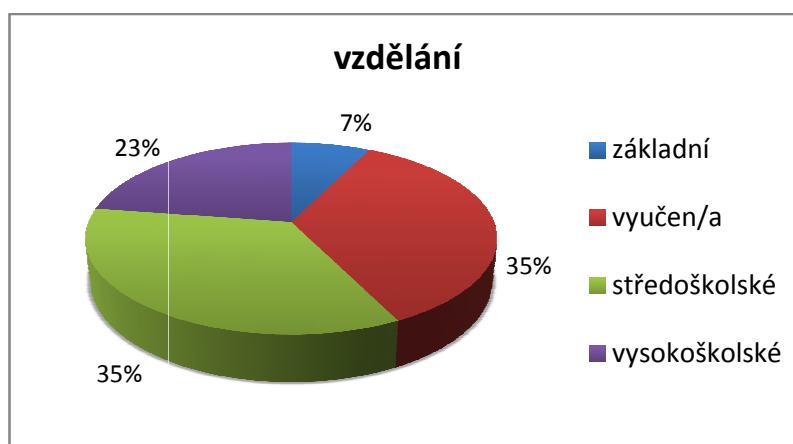
Zdroj: vlastní tvorba

**Graf č. 4.2 – Rozdělení zaměstnání dle věku**



Zdroj: vlastní tvorba

**Graf č. 5 - Rozdělení respondentů dle vzdělání**

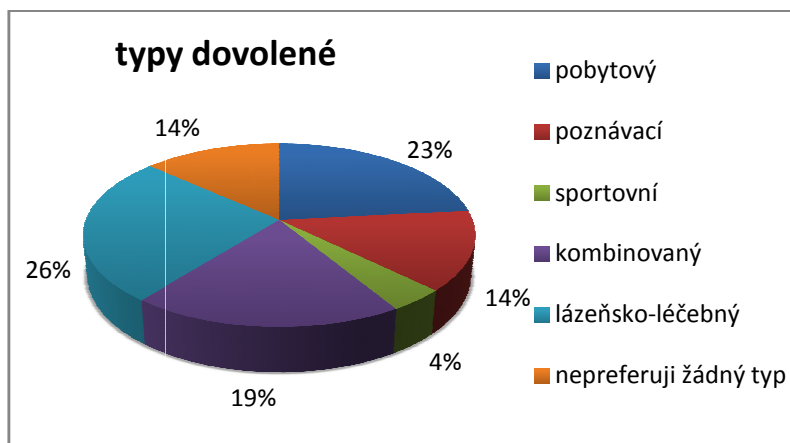


Zdroj: vlastní tvorba

## Otázka č. 1 – Jakému typu dovolené dáváte přednost?

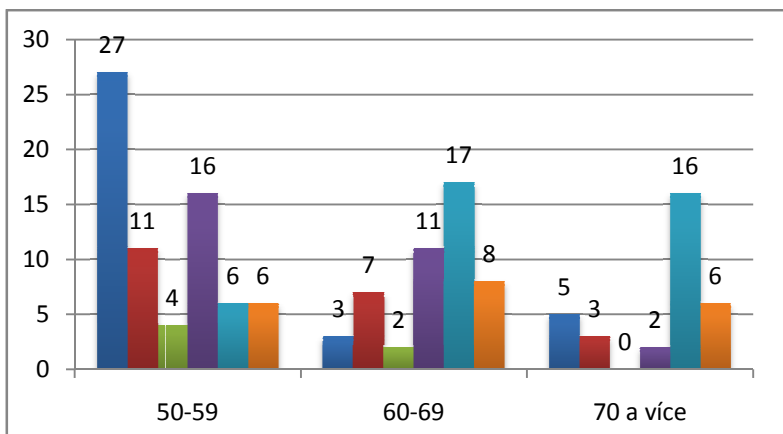
Cílem této otázky bylo zjistit, jaký typ dovolené je u segmentu seniorů nejvíce oblíbený. Jestli dávají přednost spíše pobytovým zájezdům, nebo naopak upřednostňují poznávání nových míst. Dále jsem také chtěla zjistit, jak si stojí v zájmu respondentů lázeňsko-léčebné a sportovní pobyty.

Graf č. 1.1 – Výsledky dotazování celkem



Zdroj: vlastní tvorba

Graf č. 1.2 – Výsledky dotazování dle věku



Zdroj: vlastní tvorba

Z výsledků mého šetření vyplynulo, že nejvíce oblíbeným typem dovolené je typ lázeňsko-léčebný. Tento typ zvolilo celých **26 %** respondentů. Myslím si, že je to způsobeno právě zvoleným výběrovým souborem, a to lidmi od padesáti let věku výše. Především tito lidé se jezdí z různých zdravotních důvodů do lázní léčit a rekreovat. Dalším důvodem



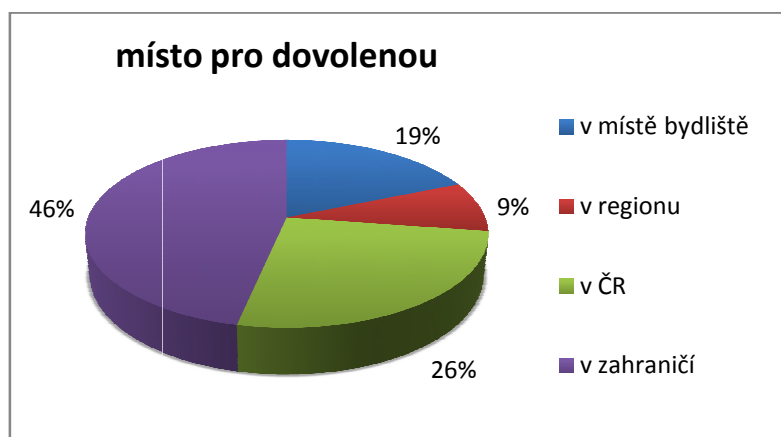
oblíbenosti lázeňsko-léčebných pobytů může být rozšiřující-se nabídka některých lázeňských zařízení. Tyto poskytují kromě klasických léčebných procedur i u nás nově se rozvíjející wellness programy. Balneoterapie, aromaterapie, masáže a podobné relaxační procedury mohou být pro padesátníky i starší klienty velmi atraktivní. Wellness služby poskytuje kromě lázeňských zařízení i celá řada hotelů a wellness-center. Na druhém místě skončily tradičně oblíbené pobytové zájezdy, které preferuje **23 %** dotázaných. Motivem pro dovolenou je u mnoha lidí především odpočinek. Skutečnost, že čím dál více lidí jezdí na dovolenou nejen za pasivním odpočinkem ale i za poznáním, nebo aktivním prožitím volného času (například sportovní aktivity) potvrzuje umístění kombinovaného typu dovolené na třetí příčce oblíbenosti. Kombinovaný typ dovolené tedy zvolilo **19 %** respondentů. Poznávací zájezdy jsou mezi starší generací také velmi oblíbené. Tento typ dovolené preferuje **14 %** dotázaných. Na poslední příčce se umístily sportovní dovolené. Příčinou je nepochybně výběrový soubor dotazovaných, kdy tento typ dovolené je doménou především mladších lidí. Sportovní typ dovolené zvolili tedy jen **4 %** dotázaných. Zbytek respondentů, čili **14 %**, uvedl, že nepreferuje žádný typ z nabídky dovolených. Lze tedy usoudit, že většina těchto lidí na dovolenou nejedí.

Pokud bychom porovnávali oblíbenost typů dovolených podle věkových skupin, můžeme z výše uvedeného grafu, kde jsou uvedeny počty hlasů jednotlivým typům, vyčíst následující. Mezi padesátníky jsou na prvním místě pobytové dovolené. Za nimi pak následují kombinovaný typ a poznávací dovolené. Šedesátníci a třetí věková skupina (70 a více) jednoznačně upřednostňují lázeňsko-léčebné pobyty.

## **Otázka č. 2 – Kde nejčastěji trávíte Vaši dovolenou?**

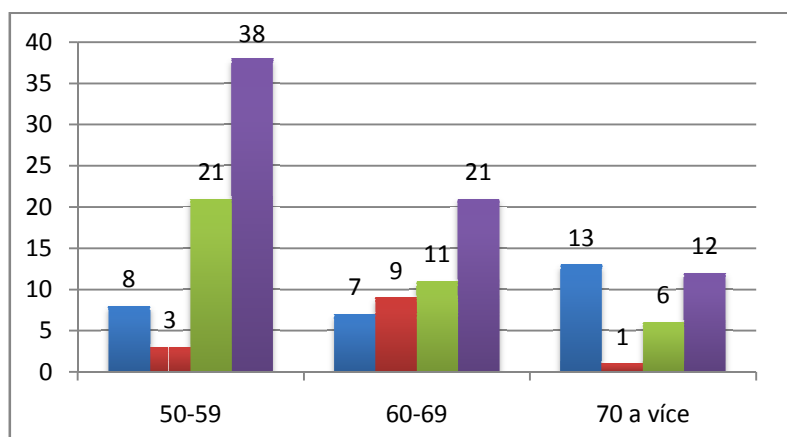
Druhá otázka měla za úkol zmapovat nejčastější místa trávení dovolené. Zjistit, zda senioři preferují zahraniční nebo spíše tuzemské dovolené. Nebo jestli naopak tráví čas své dovolené v místě svého bydliště, tudíž že na dovolenou vlastně nejedí.

**Graf č. 2.1 – Výsledky dotazování celkem**



*Zdroj: vlastní tvorba*

**Graf č. 2.2 – Výsledky dotazování dle věku**



*Zdroj: vlastní tvorba*

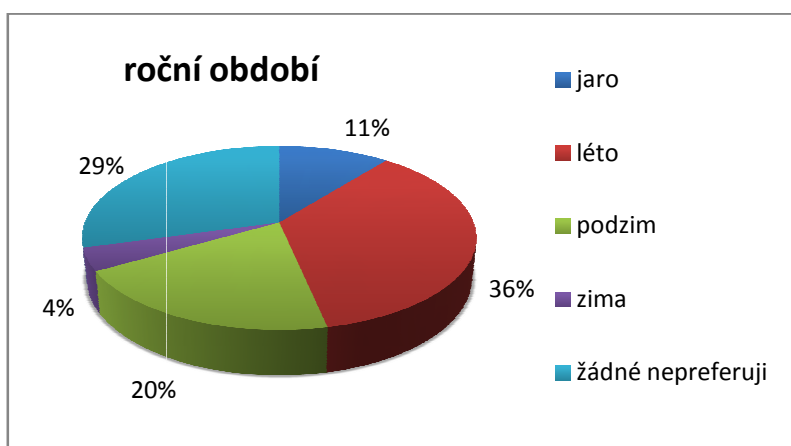
Velká oblíbenost zahraničních dovolených. To potvrdily výsledky mého dotazníkového šetření mezi seniory. Téměř polovina dotázaných, čili **46 %** respondentů uvedlo, že nejčastěji tráví svou dovolenou právě v zahraničí. Tak velké procento je výsledkem věkového složení výběrového souboru dotazovaných, který padesátníci tvoří téměř z 50 %. Ovšem i u šedesátníků se těší zahraniční dovolené velké oblibě. Tuto možnost zvolilo 21 z celkového počtu 48 dotázaných. Na první dojem opravdu vysoké procento zahraničních dovolených může být na druhé straně vyváženo tím, že ostatní 3 možnosti jsou v podstatě tuzemské. Dovolená v České republice, to je druhá nejoblíbenější varianta místa pro strávení dovolené, kterou volí **26 %** dotázaných. Poznávání krás naší země může být vhodná alternativa pro ty, kteří se již necítí na dlouhé trmácení autobusem nebo létání do vzdálených destinací. Opravdu široká nabídka tuzemských zájezdů od cestovních

kanceláři a agentur jen potvrzuje oblíbenost dovolených v České republice. 19 % respondentů zvolilo jako místo pro dovolenou místo svého bydliště. Lze se tedy domnívat, že tito lidé na dovolenou příliš nejezdí. Podle očekávání tuto možnost nejvíce volila třetí věková skupina, čili lidé od sedmdesáti let věku výše. Avšak jak je z výše uvedeného grafu patrné, i v této věkové skupině najdeme vysoký podíl těch, kteří upřednostňují zahraniční dovolenou. Nejméně, a to 9 % respondentů uvedlo, že svou dovolenou tráví nejčastěji v regionu (Jižní Čechy). Především lidé z Českých Budějovic, kteří uvedli tuto možnost a tvoří velkou část respondentů, tráví svou dovolenou často na chatách a chalupách v okolí, či na nedaleké Šumavě.

### Otázka č. 3 – Ve kterém ročním období jezdíte nejčastěji na Vaši dovolenou?

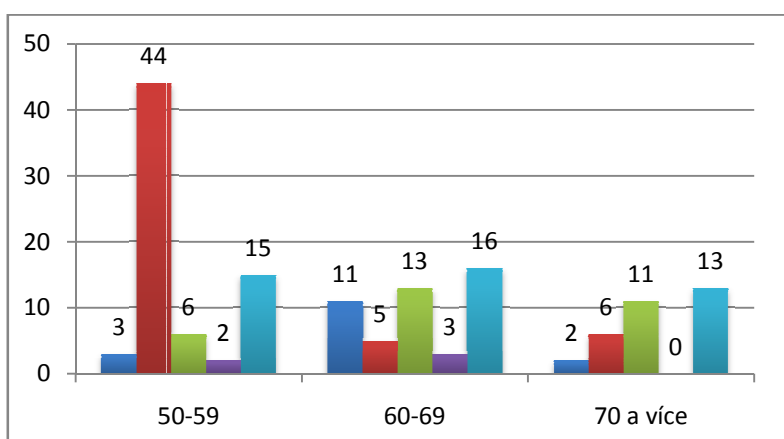
Úkolem této otázky bylo zjistit, ve kterém ročním období jezdí starší generace na dovolenou nejčastěji. Cílem bylo potvrdit hypotézu, že seniorský cestovní ruch může pomoci vyplnit období mezi hlavními sezónami.

Graf č. 3.1 – Výsledky dotazování celkem



Zdroj: vlastní tvorba

**Graf č. 3.2 – Výsledky dotazování dle věku**



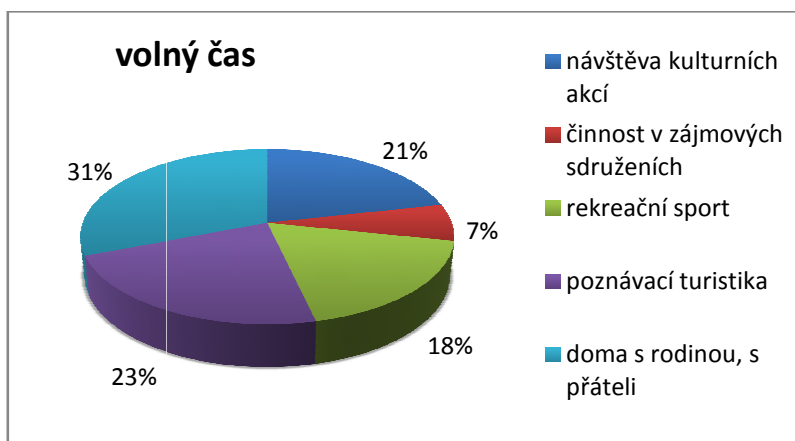
*Zdroj: vlastní tvorba*

Z výsledků šetření vyplynulo, že nejvíce respondentů preferuje letní dovolenou. Tuto možnost zvolilo **36 %** dotázaných. Podíváme-li se ale na výše uvedený graf č. 3.2, můžeme jednoznačně říci, že tuto možnost preferují téměř výlučně padesátníci. S **20 %** se na druhém místě umístila podzimní dovolená. Tento výsledek je pro mě důkazem pro potvrzení hypotézy, že seniorský cestovní ruch může pomoci vyrovnat rozdíly v prodeji zájezdů v mimosezóně. Pro seniory je často příjemnější a ze zdravotních důvodů mnohem přijatelnější cestovat k moři na začátku nebo naopak na konci sezony. Z výše uvedeného grafu je patrné, že jsou to právě šedesátníci a třetí věková skupina (70 a více), kteří upřednostňují dovolenou na podzim před tou letní. **11 %** dotázaných uvedlo, že nejčastěji jezdí na dovolenou v období jara. Jarní dovolenou volilo nejvíce šedesátníků, a to 11 z celkového počtu 48 dotázaných. Dalším důvodem, proč jet na dovolenou právě na podzim nebo na jaře mohou být výrazné mimosezónní slevy, které poskytuje většina cestovních kanceláří. Pro seniory, kteří jsou mnohem více časově flexibilní, než výdělečně činná část populace mohou být takto zlevněné zájezdy velkou motivací pro koupi zahraniční dovolené. Na posledním místě se umístila se **4 %** zimní dovolená. Tento fakt lze celkem logicky odůvodnit tím, že zimní dovolená je většinou spojena se zimními sporty, které jsou doménou spíše mladší generace. Lze se domnívat, že jen malá část respondentů v zimě létá za teplem do dalekých destinací. Zbytek dotázaných, čili **29 %** uvedl, že žádné z ročních období nepreferuje.

#### Otázka č. 4 – Jakému druhu trávení volného času dáváte přednost?

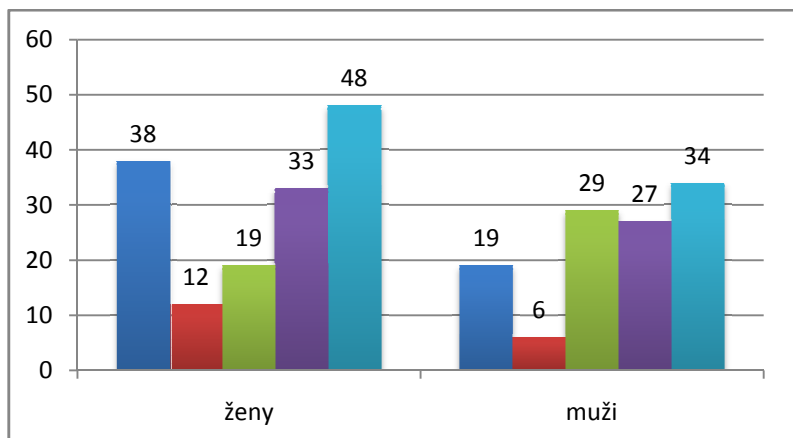
Tato otázka měla za úkol zmapovat způsob trávení volného času seniorů. Cílem bylo zjistit, jak si v pomyslném žebříčku oblíbenosti stojí poznávací turistika ale také rekreační sport nebo návštěva kulturních akcí. Respondenti mohli zvolit až 3 odpovědi.

Graf č. 4.1 – Výsledky dotazování celkem



Zdroj: vlastní tvorba

Graf č. 4.2 – Výsledky dotazování dle pohlaví



Zdroj: vlastní tvorba

Z výše uvedeného grafu č. 4.1 vyplývá, že senioři dávají přednost trávení volného času doma, se svou rodinou a přáteli. Tato varianta získala mezi čtyřmi dalšími 31%ní podíl. Ovšem už na druhém místě se v otázce trávení volného času umístila s 23 % poznávací turistika. Tento výsledek je podle mého názoru velmi uspokojivý. Znamená, že turistika zaujímá ve volném čase seniorů opravdu důležité místo. Na třetím místě se pak dle výsledků mého šetření umístily s 21 % návštěvy kulturních akcí. Poměrně vysoký

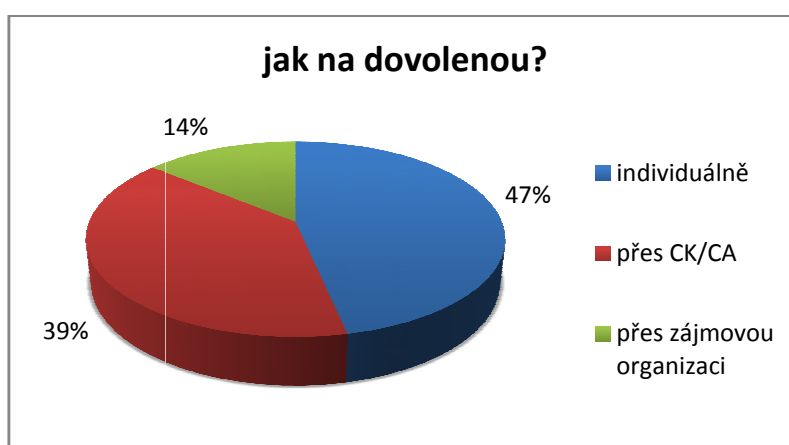
procentní podíl (**18 %**) na celkovém počtu zvolených variant získal rekreační sport. Tento výsledek dokazuje, že i sportovní aktivity jsou pro mnoho respondentů neodmyslitelnou součástí trávení volného času. Na posledním, pátém místě se umístila se **7 %** činnost v zájmových sdruženích.

Pokud bychom porovnávali způsob trávení volného času z hlediska pohlaví respondentů, zjistíme následující. První místo zaujímá u mužů i žen varianta „doma s rodinou, s přáteli“. Ovšem druhé a čtvrté místo se u mužů a žen liší. Ženy preferují návštěvu kulturních akcí, kterou mají muži až na předposledním místě oblíbenosti. Muži naopak upřednostňují rekreační sport. Poznávací turistika a činnost v zájmových sdruženích zaujímají u mužů i žen stejné, 3. a 5. místo.

### **Otázka č. 5 – Jak si obvykle zajišťujete Vaši dovolenou?**

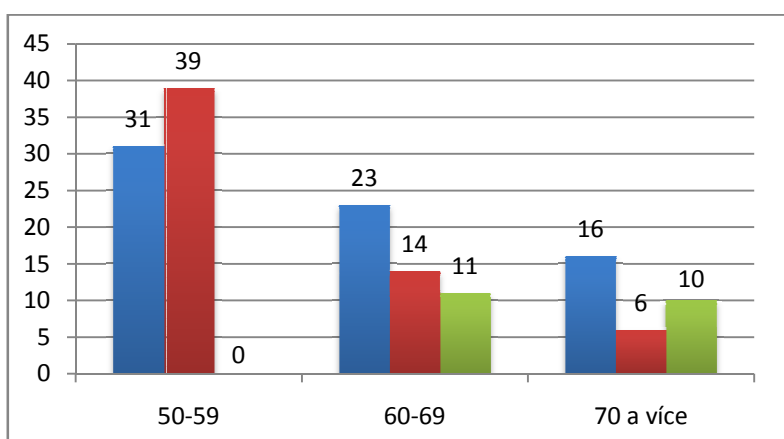
Tato otázka měla za úkol zjistit způsob zajišťování si dovolené mezi seniorskou klientelou. Jestli senioři využívají hlavně služeb cestovních kanceláří a agentur, nebo si dovolenou zařizují raději individuálně. Jako třetí způsob jsem v dotaznících uvedla možnost zařízení si dovolené přes zájmovou organizaci. Cílem této otázky bylo potvrdit moji hypotézu, že poroste role individuální turistiky.

**Graf č. 5.1 – Výsledky dotazování celkem**



*Zdroj: vlastní tvorba*

**Graf č. 5.2 – Výsledky dotazování dle věku**



*Zdroj: vlastní tvorba*

Výsledky šetření potvrdily mé předpoklady, že individuální turistika může být do budoucna velkým trendem. Téměř polovina respondentů, a to **47 %** uvedla, že si svou dovolenou zajišťuje obvykle individuálně. Tento rostoucí trend je jistě z velké části zapříčiněn vývojem seniorské generace. V dnešní době je již mnoho starších lidí, kteří umějí pracovat s počítačem a využívat internet, například také při zajišťování si dovolené. Celkový rozvoj informačních technologií jen podporuje tuto mnohdy levnější i pohodlnější variantu, než je tradiční využívání služeb cestovních kanceláří a agentur. Na druhém místě se tedy s **39 %** umístila možnost zařídit si dovolenou přes cestovní kancelář nebo agenturu. Tento způsob je vhodný zejména pro klienty, kteří potřebují pomoci například s výběrem dovolené, nebo třeba neumí využívat výše zmiňovaný internet. Zbýlých **14 %** respondentů uvedlo, že si svou dovolenou zajišťuje prostřednictvím zájmové organizace. Z grafického znázornění výsledků dotazování dle věkových skupin můžeme jednoznačně říci, že tento způsob je doménou šedesátníků a třetí věkové skupiny (70 a více). Právě tito starší lidé rádi cestují ve skupinách.

### **Otázka č. 6 – O jaký druh sportu se aktivně (i rekreačně) zajímáte?**

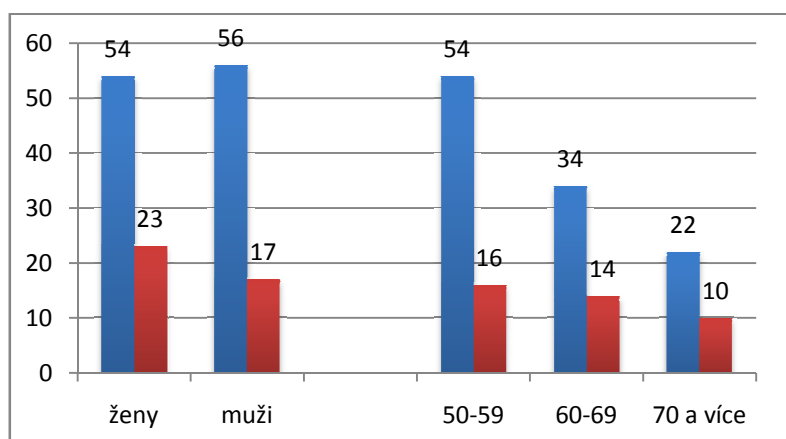
Sport a vhodně zvolené pohybové aktivity napomáhají k udržení fyzické i psychické kondice seniorů. Cílem této otázky bylo proto zjistit, jakým sportovním aktivitám se ve svém volném čase senioři věnují. Zda preferují spíše nenáročné pohybové aktivity jako je např. pěší turistika či plavání, nebo se věnují také fyzicky náročnějším sportům. V neposlední řadě jsem chtěla také zjistit, jak velká část seniorů nesportuje vůbec.

**Graf č. 6.1 – Výsledky dotazování celkem**



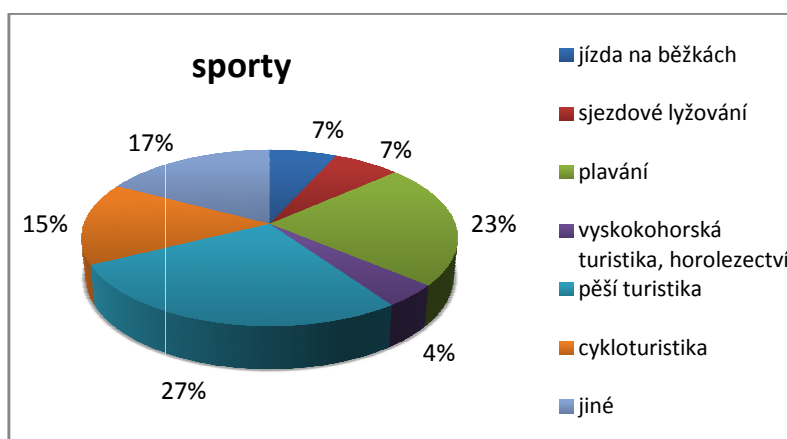
*Zdroj: vlastní tvorba*

**Graf č. 6.2 – Výsledky dotazování dle pohlaví a věku**



*Zdroj: vlastní tvorba*

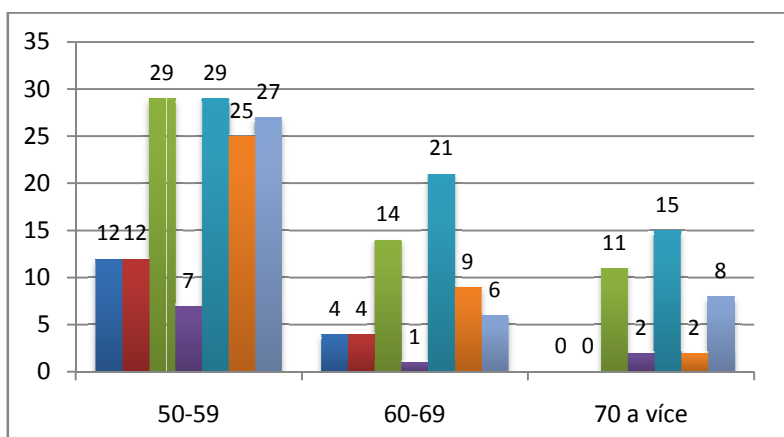
**Graf č. 6.3 – Výsledky dotazování celkem**



*Zdroj: vlastní tvorba*

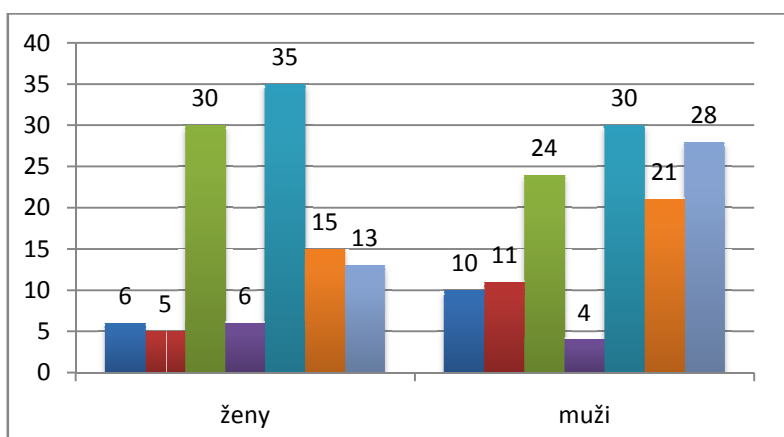


**Graf č. 6.4 – Výsledky dotazování dle věku**



*Zdroj: vlastní tvorba*

**Graf č. 6.5 – Výsledky dotazování dle pohlaví**



*Zdroj: vlastní tvorba*

Výsledek, mého šetření považuji za více než uspokojivý. Jak vyplývá z grafu č. 6.1, nějaký sport či pohybovou aktivitu alespoň občas pěstuje **73%** dotázaných. To považuji za opravdu vysoké procento, které je vzhledem k věku respondentů velmi povzbudivé. Muži sportují o něco více než ženy. Stejně tak nejmladší sledovaná věková skupina padesátníků, sportuje podle předpokladů více než ostatní dvě starší (viz graf č. 6.2). Zbýlých **27 %** dotázaných uvedlo, že nesportuje.

Pokud bychom se tedy podívali na výsledky konkrétních sportovních aktivit, jednoznačně vítězí pěší turistika. Tato možnost získala 27%ní podíl na celkových aktivitách. Tento druh sportu odpovídá fyzickým možnostem většiny seniorů. Oblíbenost pěší turistiky může podle mého názoru do budoucna ještě růst, a to zejména díky rozvoji jejích nových forem. Nordic Walking, neboli „severská chůze“ je ideálním sportem právě pro starší generaci.

Na druhém místě se v oblíbenosti sportovních aktivit umístilo plavání. Z výše uvedeného grafu č. 6.3 je patrné, že zaujímá **23%** podíl. Také tento fyzicky nenáročný sport je pro seniory velmi vhodnou a ze zdravotních důvodů přínosnou aktivitou. **15 %** získala cykloturistika, po **7 %** jízda na běžkách a sjezdové lyžování. Vysokohorská turistika a horolezectví zaujímá **4%** podíl na zvolených odpovědích. Zbýlých **17 %** tvoří jiné sportovní aktivity.

Při porovnávání oblíbenosti sportů podle věkových skupin (viz graf č. 6.4) zjistíme, že nejvíce druhů sportů pěstují padesátníci. O přední příčky se u nich dělí plavání, pěší turistika, cykloturistika a také jiné sportovní aktivity jako např. míčové hry, posilování, aerobik, jogging nebo tenis. U šedesátníků pak jednoznačně vítězí pěší turistika. Pokud se podíváme na třetí věkovou skupinu (70 a více), zjistíme, že tito starší lidé provozují nejspíše ze zdravotních důvodů, už jen některé druhy sportovních aktivit. Většina z nich preferuje pěší turistiku, relativně vysoký podíl zaujímá také plavání. Na třetí příčce se pak umístily jiné sportovní aktivity, mezi které respondenti řadili např. jógu a zdravotní cvičení.

Hlavním rozdílem při porovnávání z hlediska pohlaví respondentů je počet provozovaných sportů. Zatímco ženy dávají ve velkém počtu přednost pěší turistice a plavání, muži se zabývají mnohem více druhy sportů. Přední příčky u nich taktéž zaujímají pěší turistika a plavání. Velmi oblíbená je však také cykloturistika. Jak vyplývá z výsledků šetření, zimní sporty provozuje také více mužů než žen. Mezi další druhy sportů, které muži uváděli, patří sestupně podle počtu hlasů: jogging, míčové hry, rybaření, vysokohorská turistika, horolezectví, kanoistika, tenis, minigolf, stolní tenis, jóga a jízda na koni.

## **Otázka č. 7 – Jste členy nějakého sportovního či turistického klubu?**

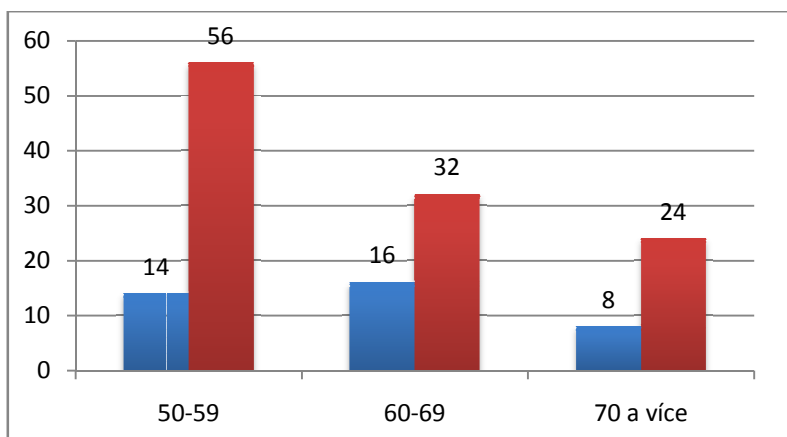
Další otázka se týkala členství ve sportovních či turistických klubech. Také z výsledků této otázky jsem chtěla zjistit, zda je pro seniory důležitý sport a pohybové aktivity, které mohou přispívat ke zdraví a celkové vitalitě starší generace.

**Graf č. 7.1 – Výsledky dotazování celkem**



*Zdroj: vlastní tvorba*

**Graf č. 7.2 – Výsledky dotazování dle věku**



*Zdroj: vlastní tvorba*

Členství ve sportovních a turistických klubech může být dle mého názoru pro mnoho seniorů motivací k častějšímu aktivně strávenému volnému času. Jak vyplývá z výsledků dotazníkového šetření, **25 %** respondentů je členem organizací tohoto typu. Myslím, že čtvrtinový podíl se dá považovat za celkem uspokojivý výsledek. Zbýlých **75 %** respondentů tedy uvedlo, že nejsou členy takovýchto klubů.

Pokud se podíváme na grafické znázornění této otázky, konkrétně na graf č. 7.2, můžeme porovnávat členství ve sportovních a turistických klubech podle věkových skupin. Členy jsou nejčastěji respondenti z druhé věkové skupiny, čili 60-69. Tito lidé mají již více volného času, než třeba pracující padesátníci a také jsou většinou ještě v relativně dobré fyzické kondici. Organizovaný sport nebo cestování je u nich oblíbené. Méně členů je tedy mezi padesátníky a nejméně mezi třetí věkovou skupinou (70 a více).

## Otázka č. 8 – Zúčastňujete se „zájezdů“ spojených s propagačními akcemi?

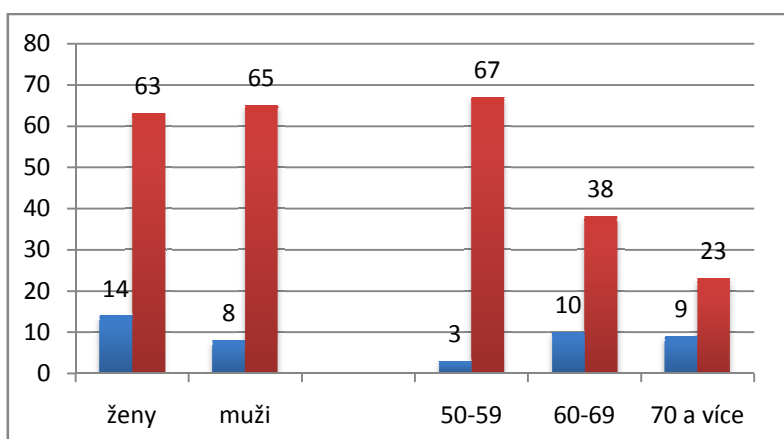
Cílem této otázky bylo zjistit, jaké popularitě se těší u seniorů dříve tak oblíbené „zájezdy za storkorunu“. Tyto, většinou jednodenní „zájezdy“ jsou spojeny s předváděcími akcemi různého zboží s možností oběda a návštěvou nějakého kulturně či historicky zajímavého místa. Nejedná se o zájezd v pravém slova smyslu, protože většina těchto akcí nenaplnuje podmínky definované zákonem 159/1999 Sb., který stanovuje minimální dobu zájezdu delší než 24 hodin s podmínkou alespoň jednoho přenocování. Na takovýchto akcích si mnohdy důvěřiví senioři koupí pod psychickým nátlakem předražené zboží nebo podepíší nevýhodné kupní smlouvy, které je pak často dostanou do dlouhodobých finančních potíží.

Graf č. 8.1 – Výsledky dotazování celkem



Zdroj: vlastní tvorba

Graf č. 8.2 – Výsledky dotazování dle pohlaví a věku



Zdroj: vlastní tvorba

Výsledek šetření v této otázce považuji za velmi uspokojivý. Obliba těchto akcí v porovnání s minulými lety výrazně klesla. Jak vyplývá z výše uvedeného grafu č. 8.1, „zájezdů za stokorunu“ se zúčastňuje pouze **15 %** respondentů. Zbýlých **85 %** dotázaných uvedlo, že se takovýchto akcí nezúčastňuje.

Při porovnání výsledků dle pohlaví zjistíme, že o tyto „zájezdy“ mají větší zájem ženy. A pokud se podíváme na odpovědi dle věkových skupin, můžeme říci, že na tuto otázku nejčastěji kladně odpověděli respondenti z druhé a třetí věkové skupiny. Padesátníky, kteří jsou výdělečně činní, takovéto nabídky neoslovují.

Klesající zájem o tyto akce řeší cestovní kanceláře a agentury specializující-se na podobné „prodejní zájezdy“ nabídkou nových typů produktů. Nyní nabízejí často dvou a vícedenní zájezdy do zahraničí, které jsou sice o něco dražší, ale mohou být pro seniory více atraktivní. Avšak ani tyto, „vylepšené“ zájezdy se zajímavějším programem se neobejdou bez dlouhých a psychicky nátlakových „prodejních show“.

### **Otázka č. 9 – Lákaly by Vás podobné zájezdy bez propagačních akcí, ale za vyšší cenu?**

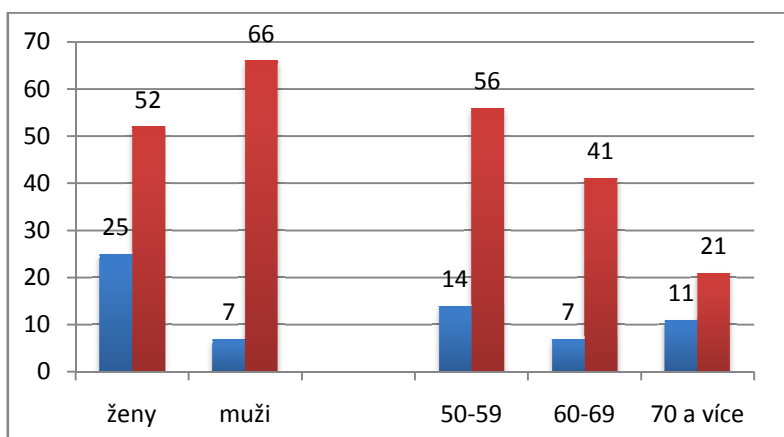
Úkolem této navazující otázky bylo zjistit potenciální zájem respondentů o výše zmiňované zájezdy, pokud by se konaly bez propagačních akcí, ale za o něco vyšší cenu.

**Graf č. 9.1 – Výsledky dotazování celkem**



*Zdroj: vlastní tvorba*

**Graf č. 9.2 – Výsledky dotazování dle pohlaví a věku**



*Zdroj: vlastní tvorba*

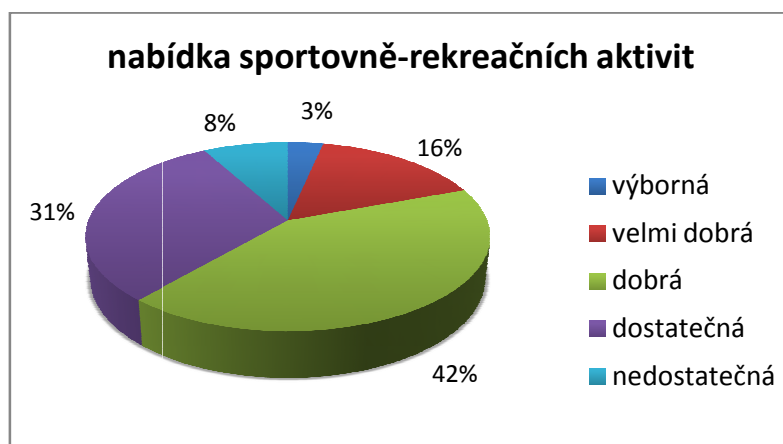
Jak vyplývá z výše uvedeného grafu č. 9.1, zájem o tyto zájezdy by po vypuštění propagačních show o něco vzrostl. **21 %** respondentů odpovědělo na tuto otázku možností „spíše ano“. Zbylých **79 %** by takto upravené zájezdy spíše nelákaly. Při porovnání s grafem č. 8.1 můžeme říci, že zájem by relativně vzrostl o 6 %.

Pokud bychom se podívali na výsledky dle pohlaví, zjistíme nárůst zájmu pouze u žen. Při porovnávání odpovědí dle věkových skupin jsem zaznamenala největší zájem u první věkové skupiny (50-59) což představuje oproti výsledkům předchozí otázky určitý nárůst. Jelikož jsou však tyto „zájezdy“ tak levné právě díky důkladně promyšlené marketingové strategii těchto firem (efektivnost prodejních akcí), lze do budoucna jen těžko očekávat, že by v tomto ohledu bylo vyhověno zájmu klientely.

### **Otázka č. 10 – Jak jste spokojeni s nabídkou sportovně-rekreačních aktivit ve Vašem regionu?**

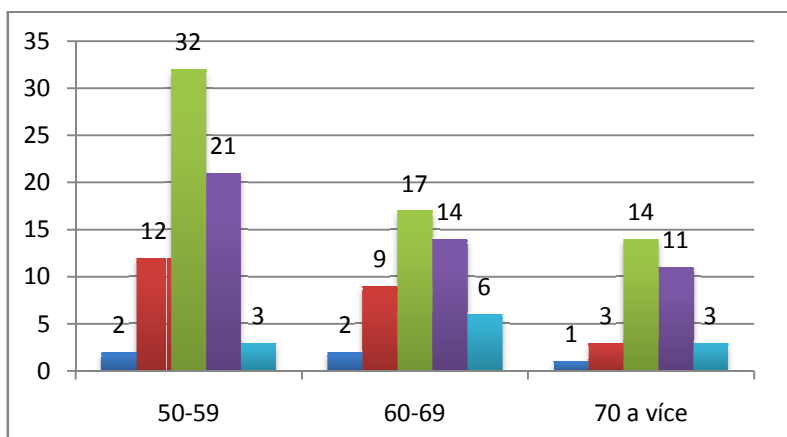
Cílem této otázky bylo zhodnotit spokojenost seniorů s nabídkou sportovně-rekreačních aktivit v regionu Jižní Čechy. Zda považují dostupnost a služby plaveckých bazénů, různých sportovišť, cyklostezek nebo turistických tras za odpovídající a vyhovující jejich požadavkům.

**Graf č. 10.1 – Výsledky dotazování celkem**



*Zdroj: vlastní tvorba*

**Graf č. 10.2 – Výsledky dotazování dle věku**



*Zdroj: vlastní tvorba*

Výsledky šetření ukázaly, že senioři většinou hodnotí nabídku sportovně-rekreačních aktivit ve svém regionu jako dobrou. K této variantě se přiklonilo celých **42 %** respondentů. Tento výsledek se dá dle mého názoru považovat za celkem uspokojivý. Na druhém místě se s **31 %** umístil názor respondentů, kteří považují tuto nabídku za dostatečnou. **16 %** dotazovaných hodnotí dostupnost a služby sportovně rekreačních zařízení dokonce jako velmi dobré. Mnohem méně pozitivně se na tuto otázku dívá **8 %** respondentů, kteří se přiklání k variantě „nedostatečná“. Zbývající **3 %** dotázaných jsou s nabídkou sportovně-rekreačních aktivit v regionu opravdu velmi spokojena a hodnotí ji jako výbornou.

Pokud bychom se podívali na výsledky hodnocení dle počtu hlasů v jednotlivých věkových skupinách (viz graf č. 10.2), zjistíme, že pořadí zvolených odpovědí se nemění.

## Otázka č. 11 – Využíváte mimosezónní pobyty a různé slevové akce na zájezdy?

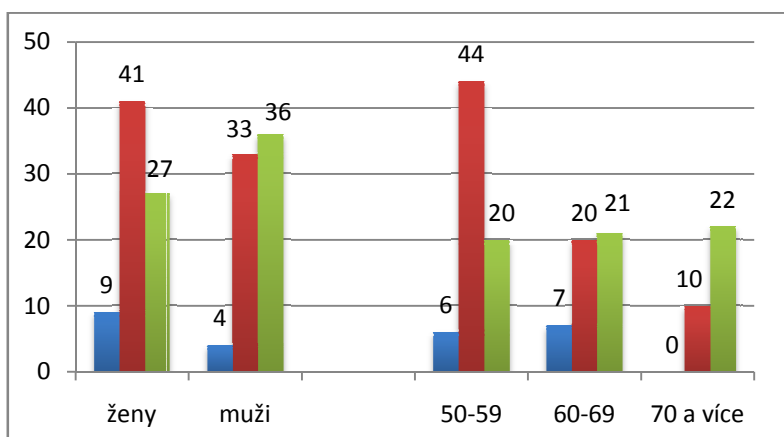
Účelem této otázky bylo v návaznosti na otázku čtvrtou zhodnotit rozsah využívání mimosezónních pobytů ale také různých slevových akcí na zájezdy jako jsou: „first minute“, „last minute“, „dítě zdarma“, či speciální seniorské slevy. Často lze totiž takto zájezd zakoupit mnohem výhodněji. Pro časově přizpůsobivější seniory mohou být právě zájezdy v mimosezónně vhodnou i levnější alternativou klasické letní dovolené.

Graf č. 11.1 – Výsledky dotazování celkem



Zdroj: vlastní tvorba

Graf č. 11.2 – Výsledky dotazování dle pohlaví a věku



Zdroj: vlastní tvorba



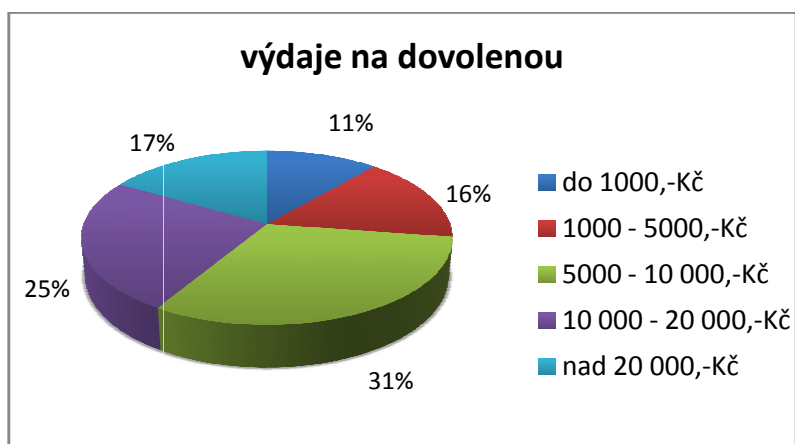
Jak vyplývá z výsledků šetření, téměř polovina respondentů takovéto nabídky cestovních kancelářů a agentur občas využívá. Tuto variantu tedy volí **49 %** dotázaných. Takovýto výsledek mi připadá celkem adekvátní k rozsahu nabídky těchto slevových akcí. Pouze **9 %** respondentů uvedlo, že využívá mimosezónních a výše zmiňovaných slev pravidelně. Jedním z možných důvodů, proč toto číslo není tak vysoké jako v předchozích letech, může být klesající obliba last minutových zájezdů. Právě u této, dříve tolik populární slevové akce na zájezdy, mnoho lidí zjistilo, že po připočtení všech letištních, bezpečnostních a palivových příplatků se často konečná cena od té původní propagované značně liší. Naopak celých **42 %** respondentů takovéto slevy a mimosezónní pobyty nevyužívá vůbec. Můžeme tedy říci, že část z těchto lidí preferuje spíše jistotu, kdy si zájezd koupí s dostatečným předstihem a na období hlavní sezóny, protože třeba nechce riskovat nejisté počasí v cílové destinaci.

Pokud bychom porovnávali odpovědi respondentů dle pohlaví, zjistíme, že různé slevové akce a mimosezónní pobyty využívají o něco více ženy. Jestliže chceme zjistit počet hlasů u jednotlivých věkových skupin, můžeme z grafu č. 11.2 vidět, že u padesátníků výrazně převládá varianta „občas“. Ve třetí věkové skupině (70 a více) se nenašel nikdo, kdo by zvolil možnost „pravidelně“.

## **Otázka č. 12 – Kolik jste ochotni průměrně vydat na Vaši dovolenou ročně?**

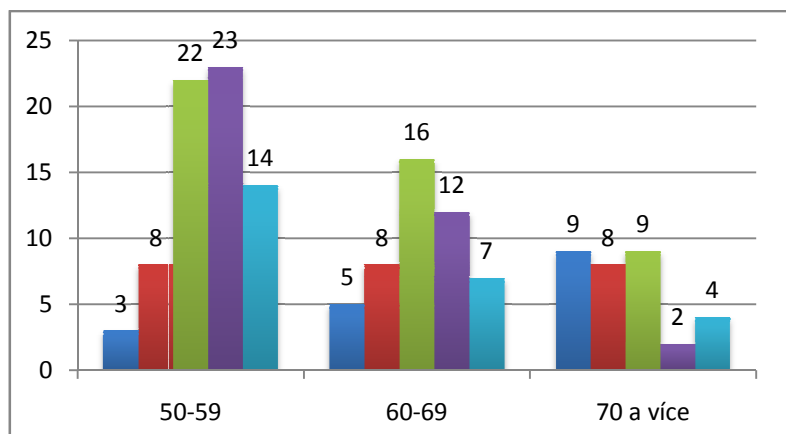
Cílem této poslední otázky bylo zmapovat průměrné roční výdaje starší generace na svou dovolenou. Chtěla jsem tedy zjistit, kolik procent lidí je ochotno za tímto účelem vydat pouze minimální částku (1000,-Kč ročně) tzn., že nejspíš vlastně ani na „klasicke“ dovolenou nejezdí. Dále pak také třeba to, jak velká je naopak část těch respondentů, kteří jsou ochotni za svou dovolenou zaplatit sumu přesahující 20 000,-Kč za rok.

**Graf č. 12.1 – Výsledky dotazování celkem**



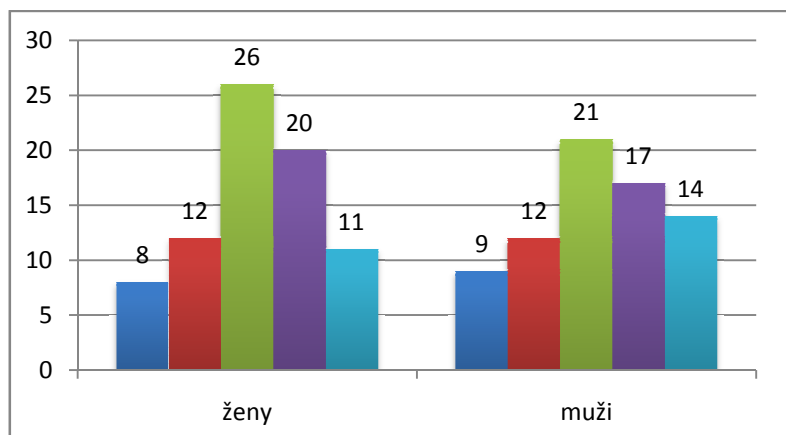
*Zdroj: vlastní tvorba*

**Graf č. 12.2 – Výsledky dotazování dle věku**



*Zdroj: vlastní tvorba*

**Graf č. 12.3 – Výsledky dotazování dle pohlaví**



*Zdroj: vlastní tvorba*

Výsledky šetření v této otázce ukázaly, že nejvíce respondentů je ochotno utratit za svou dovolenou částku v rozmezí 5000 – 10 000,-Kč ročně. Tuto variantu zvolilo **31 %** dotázaných. Na druhém místě se s **25 %** umístila částka vyšší, a to 10 000 – 20 000,-Kč. Za velmi povzbudivý výsledek považuji **17%** podíl těch respondentů, kteří jsou ochotni zaplatit za svou dovolenou částku přesahující 20 000,-Kč ročně. Při porovnání těchto výsledků s minulými lety lze pozorovat rostoucí počet lidí, kteří vydávají za tímto účelem čím dál vyšší částky. Důvodem může být např. rostoucí životní úroveň obyvatel České republiky. Na čtvrtém místě se pak umístila částka 1000 – 5000,-Kč, ke které se přiklonilo **16 %** dotazovaných. Nejméně, tedy **11 %** respondentů uvedlo pak minimální částku, která nepřesahuje ročně 1000,-Kč.

Pokud bychom porovnávali výdaje na dovolenou dle věkových skupin (viz graf č. 12.2), zjistíme, že nejvíce dotazovaných v první věkové skupině (50-59) je ochotno za tímto účelem vydat částku 10 000 – 20 000,-Kč ročně. Těsně za tímto výsledkem se pak umístila varianta 5000 – 10 000,-Kč, kterou zvolilo 22 padesátníků. Na třetím místě skončila částka převyšující 20 000,-Kč ročně. Právě v této věkové skupině nejméně lidí zvolilo možnost s minimálním výdajem. Mezi šedesátníky se s nejvyšším počtem hlasů umístila střední varianta výdajů, a to 5000 – 10 000,-Kč. Ve třetí věkové skupině (70 a více) se pak našlo nejvíce lidí, kteří zvolili minimální částku – do 1000,-Kč ročně.

Jak vyplývá z grafu č. 12.3, při porovnávání výdajů na dovolenou dle pohlaví nejsou patrné žádné významné rozdíly. Snad jen to, že nejvyšší částku - nad 20 000,-Kč ročně, zvolilo o něco více mužů než žen.

### 5.3 Shrnutí výsledků průzkumu

- Více jak polovina dotázaných cestovních kancelářích (56 %) má pro seniory speciální nabídku a většinou od 60 let věku jim poskytuje slevu (52 %).
- Převážná většina respondentů (83 %) se také shodla, že seniorská klientela je pro ně do budoucna perspektivní.
- Co se týče frekvence cestování seniorů přes CK/CA, 53 % dotázaných uvedlo, že senioři bývají jejich klienty často.
- Z výsledků dotazníkového šetření mezi seniory vyplynulo, že 26 % z dotázaných preferuje lázeňsko-léčebný typ dovolené. Dále jsou velmi oblíbené zájezdy pobytové (23 %) a poznávací (14 %). Také kombinovaný typ dovolené se těší velké oblibě seniorů (19 %).
- Velmi preferované jsou mezi starší generací zahraniční dovolené (46 %). Z hlediska ročního období vítězí stále letní dovolené (36 %), nemalé procento respondentů však preferuje dovolenou na podzim (20 %).
- Ve způsobu trávení volného času zaujímá 31%ní podíl oblíbenosti možnost doma s rodinou, s přáteli. 23 % respondentů tráví rádo čas poznávací turistikou. U žen jsou pak také oblíbené kulturní akce, u mužů zase sport.
- Téměř polovina dotázaných (47 %) si svou dovolenou zajišťuje individuálně, 39 % preferuje způsob přes CK či CA.
- 73 % respondentů se věnuje nějakému sportu, nebo pohybové aktivitě. Jedná se zejména o pěší turistiku, plavání nebo cyklistiku. Muži se pak celkově zajímají o více druhů sportů než ženy. Čtvrtina seniorů je členem sportovního či turistického klubu.
- Zájem o tzv. „zájezdy za stokorunu“ poklesl (15 %), bez propagačních show by byl však o něco vyšší.
- Nabídku sportovně rekreačních aktivit v Jižních Čechách hodnotí většina respondentů jako dobrou (42 %), většinou tedy vyhovuje jejich požadavkům.
- Téměř 50 % dotázaných občas využívá mimosezónních pobytů a různých slevových akcí na zájezdy. 9 % respondentů je pak využívá pravidelně.
- Z hlediska výdajů na dovolenou je ochotno 31 % respondentů vydat 5000 – 10 000,-Kč ročně. Čtvrtina dotázaných 10 000 – 20 000,-Kč a 17 % respondentů částku přesahující 20 000,-Kč za rok.

## 6 NÁVRHY A DOPORUČENÍ

- Z hlediska rostoucího významu seniorské klientely, lze podnikům cestovního ruchu jen doporučit **užší specializaci** právě na tento segment. Hotely by měly přizpůsobit své vybavení pohybovým možnostem seniorů. Zabezpečit například bezbariérový přístup a celkově vyšší standard ubytování (např. vyšší lůžka, protiskluzové podložky a úchyťová madla na sociálních zařízeních). Dále pak vyhrazovat pro seniory pokoje v přízemí a v neposlední řadě zajistit také lékařský dozor. V hotelových restauracích by měly nabídnout možnost speciálního stravovacího režimu (různé typy zdravotních diet). Cestovní kanceláře by pak měly více přizpůsobovat programy svých zájezdů nárokům a požadavkům seniorů. Zohledňovat zdravotní situaci jednotlivých členů, zejména při poznávacích a fyzicky náročnějších zájezdech. Nabízet nové typy produktů např. pro seniory s vnoučaty.
- Jako další návrh bych doporučila podporovat sportovní aktivitu **Nordic Walking**, neboli severskou chůzi, která je pro seniory obzvláště vhodná. Nordic Walking zlepšuje kondici, posiluje svalstvo horní části těla a nohou a zlepšuje celkovou pohyblivost a krevní oběh, navíc nezatěžuje klouby a páteř. Na základě zkušeností z jiných zemí by mohl právě Nordic Walking nabídnout seniorům v České republice optimální formu pohybu. Kolébkou tohoto nového sportovního odvětví je Finsko, vlna nadšení se rozšířila po celé Skandinávii a v německy mluvících zemích získává Nordic Walking stále na větší popularitě. Je možno jej provozovat celý rok, kdekoliv a ve všech věkových skupinách. Ve Finsku se tímto způsobem pravidelně pohybuje celá pětina všech obyvatel. Nordic Walking může napomoci k prodloužení aktivního věku seniorů a usnadnit např. pohyb v náročnějších terénech. Hlavním cílem by mělo být uvedení tohoto nového sportu do podvědomí českých seniorů prostřednictvím účinné propagace (např. televizní či rozhlasové pořady pro seniory). Hotely, penziony a horské chaty na Šumavě, v Novohradských či Píseckých horách by mohly poskytovat půjčování speciálních holí určených pro Nordic Walking. Této funkce a zejména té informativní by se mohla také zhostit informační centra.

## 7 ZÁVĚR

Tématem mé bakalářské práce byla problematika starší generace v cestovním ruchu. Hlavním cílem pak potvrzení hypotézy, že seniorský cestovní ruch je do budoucna velký trend. Mým úkolem bylo zhodnocení významu sportovně-rekreačních aktivit pro rozvoj seniorského cestovního ruchu. Dále pak analýza nabídky těchto aktivit pro seniory v regionu Jižní Čechy a v neposlední řadě vyhodnocení zájmu seniorů o tyto aktivity.

Na základě analýzy informací z oblasti cestovního ruchu lze zaznamenat rostoucí význam seniorské klientely. Senioři cestují stále více, na prodeji zájezdů se podílejí 12 %. I když zatím jejich počet nedosahuje světového průměru, má právě tato část spotřebitelů podle odborníků i na základě výsledků mého šetření velkou budoucnost. Celosvětově jsou senioři velmi vážený segment klientely.

Důležitá je role seniorského cestovního ruchu hlavně pro vyplnění období mimosezóny. Časově přizpůsobivější seniory lze nalákat na mimosezónní slevy, ze zdravotních důvodů je pro ně také mnohdy přijatelnější cestovat na podzim či před zahájením hlavní sezóny.

Z výsledků provedené ankety vyplývá, že si cestovní kanceláře a agentury potenciál této klientely uvědomují a většina z nich je na tento trend připravena. Více jak polovina z nich má pro seniory speciální nabídku a většinou od 60 let věku jim poskytuje seniorské slevy.

Sport a vhodně zvolené pohybové aktivity napomáhají k udržení fyzické i psychické kondice seniorů, mohou tak přispívat ke zdraví a celkové vitalitě starší generace. Jak vyplývá z výsledků dotazníkového šetření, zájem seniorů o sportovně-rekreační aktivity je ve vybraném regionu značný. Nabídka těchto aktivit je dle zjištěných odpovědí dobrá a vyhovuje požadavkům starší generace. Region Jižní Čechy nabízí kromě široké škály turistických atraktivit dobré možnosti pro sportovní vyžití i rekreaci formou lázeňských a wellness pobytů.

Z hlediska rostoucího významu seniorské klientely, lze podnikům cestovního ruchu jen doporučit užší specializaci právě na tento segment. Hotely by měly přizpůsobit své vybavení pohybovým možnostem seniorů, cestovní kanceláře pak více přizpůsobovat programy svých zájezdů nárokům a požadavkům seniorů.

Jako další návrh bych doporučila podporovat sportovní aktivitu Nordic Walking, neboli severskou chůzi, která je pro seniory obzvláště vhodná. Například hotely a horské chaty na Šumavě, v Novohradských či Píseckých horách by mohly poskytovat půjčování speciálních holí určených pro tuto pohybovou aktivitu. Na základě zkušeností z jiných zemí, kde se Nordic Walking těší velké popularitě, by tak i u nás mohl přispět k rozvoji seniorského cestovního ruchu.

Věřím, že pokud by se některý z mých návrhů zrealizoval, byl by přínosem jak pro podniky cestovního ruchu, tak i pro seniory samotné.

Přínos v této bakalářské práci vidím také v tom, že se dokážu nyní mnohem lépe orientovat v dané problematice. Zároveň věřím, že moje práce bude zajímavým materiálem pro studenty JČU, kteří se budou v budoucnu zabývat podobným tématem.

## 8 SUMMARY

The topic of this bachelor's work was a procedure connected with „Aged generation problems in tourism“. The principle target was to confirm the hypothesis of a large potential of senior tourism. My task was to evaluate the meaning of sport-recreational activities for senior tourism development and the analysis of the offer of these activities for seniors in Southbohemian region.

Worldwidely are seniors a very reputable segment of a clientele which participates on a sale of package tours by 12 %. A relevant role of senior tourism is mainly in filling off-season time.

From the results of a survey follows that the touroperators are aware of a potential of this clientele and a majority of them is prepared for this trend. According to the questionnaire research the interest of the seniors in a participation on a sport-recreational activities in the Southbohemia region is significant. The offer of these activities is sufficient and convenient to demands of an aged generation. The Southbohemian region offers besides a wild scale of touristic activities good possibilites for a spa or a wellness stay.

Due to the increasing meaning of a senior clientele is recommended to specialize in this segment. The hotels are adviced to adjust the equipment to the locomotive faculties of the seniors and the touroperators to accept the claims and the demands of an aged generation clientele. Another suggestion is seen in an encouragement of a sport activity Nordic Walking which is especially convenient for the seniors.

I believe that the realization of some of my suggestions is able to bring a contribution not only to companies in tourism but also to the seniors themselves.

### **Key words:**

- senior tourism
- sport-recreational activities
- off-season time
- Nordic Walking



# SEZNAM LITERATURY

## Odborné publikace:

- ČECH, J. *Malá encyklopedie cestovního ruchu*. Praha : Idea Servis, 2001. 130 s. ISBN 80-85970-19/8.
- ČERTÍK, M. a kol. *Cestovní ruch - vývoj organizace a řízení*. Praha : OFF, 2001. 352 s. ISBN 80-238-6275-8.
- DROBNÁ, D., MORÁVKOVÁ, E. *Cestovní ruch*. Praha : Fortuna, 2004. 208 s. ISBN 80-7168-901-7.
- FORET, M., FORETOVÁ, V. *Jak rozvíjet místní cestovní ruch*. Praha : Grada Publishing, 2001. 180s. ISBN 80-247-0207-X.
- HESKOVÁ, M. a kol. *Cestovní ruch*. Praha : Fortuna, 2006. 224 s. ISBN 80-7168-948-3.
- KOTLER, P. *Marketing od A do Z*. Praha : Management Press, 2003. 203 s. ISBN 80-7261-082-1.
- *Ottův slovník naučný. Díl dvacátý druhý*. Praha : Paseka, 2000. 1002 s. ISBN 80-7185-318-6.
- PÁSKOVÁ, M., ZELENKA, J. *Cestovní ruch - výkladový slovník*. Praha : Ministerstvo pro místní rozvoj, 2002. 448 s.
- PETRŮ, Z. *Základy ekonomiky cestovního ruchu*. Praha : Idea Servis, 2007. 107 s. ISBN 80-85970-29-5.

## Další zdroje:

- Kol. autorů. *Jihočeský kraj. Průvodce po České republice*. Praha : Kartografie, 2003. 158s. ISBN 80-7011-734-6.
- NEUMAN, J. a kol. *Turistika a sporty v přírodě*. Praha : Portál, 2000. 200 s. ISBN 80-7178-391-9.
- PODHORSKÝ, M. *Jižní Čechy*. Praha : Freytag & Berndt, 2000. 160 s. ISBN 80-86236-43-9.
- PODHORSKÝ, M. *Jihočeský kraj*. Praha : Freytag & Berndt, 2003. 177 s. ISBN 80-7316-031-5.

## Internetové odkazy:

- *Rok vzniku seniorského CR u nás* [on-line]  
Dostupné z <http://www.magconsulting.cz/>
- *Gerontologie a geriatrie* [on-line]  
Dostupné z [http:// http://cs.wikipedia.org/](http://cs.wikipedia.org/)
- *Mezinárodní den seniorů* [on-line]  
Dostupné z <http://www.osn.cz/>
- *Věková skladba obyvatelstva* [on-line]  
Dostupné z <http://www.czso.cz/>
- *Jihočeský kraj* [on-line]  
Dostupné z <http://www.kraj-jihocesky.cz/>
- *Jižní Čechy* [on-line]  
Dostupné z <http://jiznicechy.cz/>
- *Populační vývoj obyvatelstva* [on-line]  
Dostupné z <http://kariera.ihned.cz/>
- *Nordic walking* [on-line]  
Dostupné z <http://www.nordicwalking.cz/>
- *Klub českých turistů* [on-line]  
Dostupné z <http://web.kct.cz/>
- *Česká gerontologická a geriatrická společnost* [on-line]  
Dostupné z <http://cggs.meditorial.cz/cz/Home/>

## **PŘÍLOHY**

# SEZNAM PŘÍLOH

- Příloha č. 1 Poselství generálního tajemníka OSN
- Příloha č. 2 Jižní Čechy z hlediska statistik cestovního ruchu
- Příloha č. 3 Anketa – CK, CA
- Příloha č. 4 Dotazník
- Příloha č. 5 7 divů Jižních Čech
- Příloha č. 6 Mapa Jihočeského kraje

## ***Poselství generálního tajemníka OSN Kofiho Annana***

### ***ku příležitosti vyhlášení Mezinárodního dne seniorů – 1. října***

Žijeme v době, které se přisuzují nejrůznější označení: éra po studené válce, post-industriální věk, věk internetu, doba globalizace. Naše doba je však také dobou dlouhověkosti.

V druhé polovině dvacátého století se zvýšila průměrná délka života o celých 20 let. Během následujících třiceti let bude přibližně jedna třetina obyvatelstva vospělého světa starší než 60 let. O celém světě se předpokládá, že toto bude platit někdy kolem roku 2150. Stárne však i starší obyvatelstvo, generace seniorů. Dnes je asi 10 procent populace nad šedesát let starší než osmdesát. Toto číslo vzroste do roku 2050 na plných 25 procent.

Tyto trendy mají podíl na změnách ve struktuře rodin. Tradiční věková pyramida, ve které mladí značně převládají nad staršími, se postupně mění v opak: dnes je typickým obrázkem jedno dítě, dva rodiče, čtyři prarodiče a jeden i více praprarodičů.

Dalším zaznamenáníhodným faktorem u staršího obyvatelstva je rozdíl mezi pohlavími. Téměř na celém světě se ženy průměrně dožívají vyššího věku než muži. Existuje u nich tedy i vyšší riziko chudoby ve stáří. U žen je také větší pravděpodobnost onemocnění chronickými nemocemi či zdravotní postižení, diskriminace a marginalizace, čili že se mohou dostat na samý okraj společnosti. Často se navíc zapomíná, že ženy během svého života dávají až trojí péči, péči o děti, péči o starší, a také péči samy sobě.

Dalo by se říci, že nyní procházíme určitou "tichou revolucí". Ta jde za demografické hranice, protože s sebou nese významné ekonomické, sociální, kulturní, psychologické a duchovní implikace. Týká se navíc zejména rozvojového světa, a to nejen proto, že většina staršího obyvatelstva žije v rozvojových zemích, ale také proto, že tempo stárnutí obyvatelstva ve třetím světě je daleko rychlejší než ve světě vospělém. Vospělé země se navíc již určitou dobu s problematikou stárnutí obyvatelstva potýkají, tu lépe, tu hůře. V rozvojovém světě je však téma starších lidí mnohem akutnější.

Je pouze příznačné, že poslední rok našeho milénia bude **Mezinárodním rokem seniorů** a jeho mottem je "**za společnost pro všechny věkové kategorie**". Taková společnost

by neměla karikaturovat starší občany jako pacienty nebo penzisty. Měla by je naopak vidět jako ty, kteří zároveň přispívají k rozvoji a mají z něho také prospěch. Společnost pro všechny věkové kategorie je zavázána vytvořit podmínky ke zdravému životnímu stylu pro všechny.

Mezinárodní rok seniorů je příležitostí vykročit tímto směrem. Zapomeneme-li alespoň na chvíli na tragické důsledky násilí, nemocí a chudoby, platí pro většinu lidí na světě, že se délka života prodlužuje. Život přestává být sprintem na krátké trati, ale spíše během na dlouhou vzdálenost, maratonem. Doba dlouhověkosti má v sobě obrovský potenciál, který bychom si dnes, v Mezinárodní den seniorů, který je současně zahájením Mezinárodního roku seniorů, měli uvědomit.

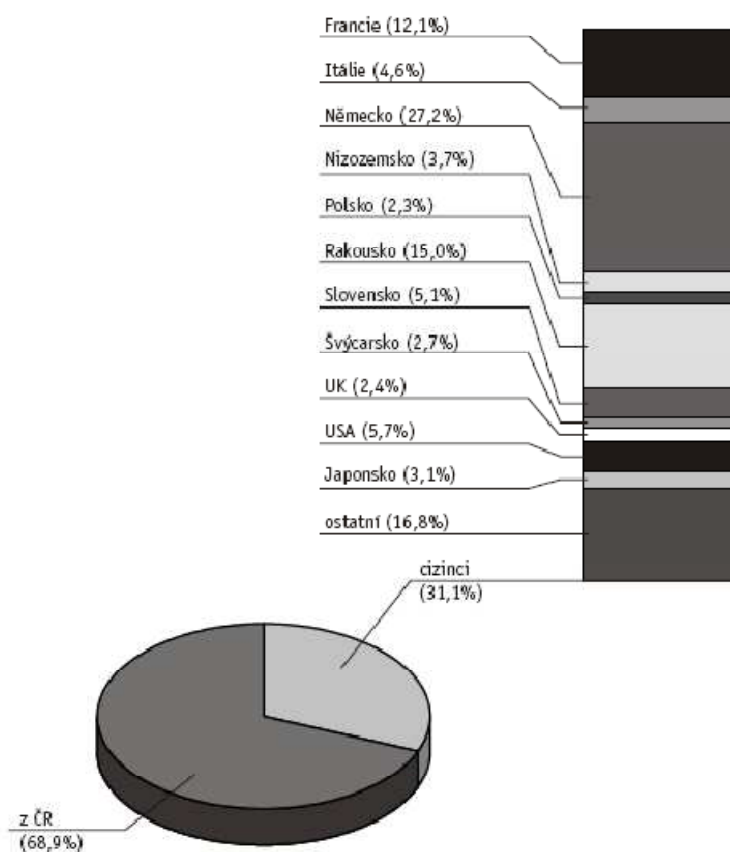
*Zdroj: [www.osn.cz](http://www.osn.cz) [5. 10. 2007]*

## Jižní Čechy z hlediska statistik cestovního ruchu

### Délka komunikací

Druh komunikace	délka v km
železniční tratě	954
silnice	6 125
- I. třída	667
- II. třída	1 637
- III. třída	3 821

### Počty návštěvníků v roce 2002 (podle státní příslušnosti)



### Ubytovací zařízení

	Ubytovací zařízení celkem	z toho			
		hotely, motely	penziony	kempy	indiv. ubytování
počet zařízení	2 805	218	403	107	1 671
počet lůžek	66 946	12 345	9 378	8 321	10 133

## Celní přechody v roce 2002



## Počet osob překračujících státní hranici v roce 2002

Přechod - silniční	vjezd	výjezd
Strážný - Philippsreut	2 396 019	2 704 740
Stožec - Haidmühle	233 352	232 559
Zadní Zvonková - Schöneben	11 322	10 900
Přední Výtoň - Guglwald	103 213	83 869
Studánky - Weigetschlang	1 221 481	1 231 055
Dolní Dvořiště - Wulowitz	2 074 604	2 139 145
Nové Hrady - Pyhrabruck	39 243	40 684
České Velenice - Gmünd	862 054	840 522
České Velenice (lávka) - Gmünd	248 257	245 750
Halámky - Neu Nagelberg	451 182	456 136
Chlum u Třeboně - Schlag	6 229	7 583
Nová Bystřice - Grametten	326 730	332 733
Slavonice - Fratres	252 583	248 786
<b>CELKEM</b>	<b>8 226 269</b>	<b>8 574 462</b>

Přechod - železniční	vjezd	výjezd
Horní Dvořiště - Summerau	38 729	39 943
České Velenice - Gmünd	14 751	13 836
<b>CELKEM</b>	<b>53 480</b>	<b>53 779</b>

Zdroj: [www.kraj-jihocesky.cz](http://www.kraj-jihocesky.cz) [20. 12. 2007]



## **Anketa – CK, CA**

- 1.** Sestavuje Vaše CK speciální nabídku produktů pro segment seniorů?  
 ano  
 ne
  
- 2.** Je podle Vás tento segment klientů do budoucna perspektivní pro cestovní ruch?  
 spíše ano  
 spíše ne
  
- 3.** Poskytujete pro seniorskou klientelu nějaké speciální slevy?  
 ano  
 ne
  
- 4.** Uvažujete do budoucna o zavedení, popřípadě rozšíření produktů pro seniory?  
 spíše ano  
 spíše ne
  
- 5.** Jak často jsou služby Vaší CK/CA využívány seniorskou klientelou?  
 často  
 občas  
 velmi málo

## DOTAZNÍK

Dobrý den, jmenuji se Anna Hůlková, jsem studentkou Jihočeské univerzity v Českých Budějovicích a v současné době pracuji na své bakalářské práci. Proto mi dovolu, abych Vás požádala o vyplnění tohoto dotazníku, jehož vyhodnocení se stane součástí mé bakalářské práce na téma **Problematika starší generace v cestovním ruchu**.

Sdělené informace považuji za důvěrné a budou použity pouze pro mé vlastní studijní účely.

Děkuji za spolupráci.

### 6. Jakému typu dovolené dáváte přednost?

- |                                    |                                      |  |
|------------------------------------|--------------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> pobytový  | <input type="checkbox"/> sportovní   | <input type="checkbox"/> lázeňsko-léčebný      |
| <input type="checkbox"/> poznávací | <input type="checkbox"/> kombinovaný | <input type="checkbox"/> nepreferuji žádný typ |

### 7. Kde nejčastěji trávíte Vaši dovolenou?

- |   |                                      |
|---|--------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> v místě bydliště | <input type="checkbox"/> v ČR        |
| <input type="checkbox"/> v regionu        | <input type="checkbox"/> v zahraničí |

### 8. Ve kterém ročním období jezdíte nejčastěji na Vaši dovolenou?

- |                               |                                 |   |
|-------------------------------|---------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> jaro | <input type="checkbox"/> podzim | <input type="checkbox"/> žádné období nepreferuji |
| <input type="checkbox"/> léto | <input type="checkbox"/> zima   |   |

### 9. Jakému druhu trávení volného času dáváte přednost? (možno zaškrtnout 3 odpovědi)

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> návštěva kulturních akcí   | <input type="checkbox"/> poznávací turistika       |
| <input type="checkbox"/> činnost v zájmových sdruženích   | <input type="checkbox"/> doma s rodinou, s přáteli |
| <input type="checkbox"/> rekreačním sportem (turistika, cykloturistika, plavání, zimní sporty...) |  |

### 10. Jak si obvykle zajišťujete Vaši dovolenou?

- |                                       |   |
|---------------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> individuálně | <input type="checkbox"/> přes zájmovou organizaci |
| <input type="checkbox"/> přes CK/CA   |   |

### 11. O jaký druh sportu se aktivně (i rekreačně) zajímáte? (možno zaškrtnout více odpovědí)

- |  |   |  |
|--|---|--|
| <input type="checkbox"/> jízda na běžkách                        | <input type="checkbox"/> pěší turistika | <input type="checkbox"/> posilování, aerobik |
| <input type="checkbox"/> sjezdové lyžování                       | <input type="checkbox"/> cykloturistika | <input type="checkbox"/> kanoistika          |
| <input type="checkbox"/> plavání                                 | <input type="checkbox"/> míčové hry     | <input type="checkbox"/> jogging             |
| <input type="checkbox"/> vysokohorská turistika,<br>horolezectví | <input type="checkbox"/> jízda na koni  | <input type="checkbox"/> jiné.....           |
|  |   | <input type="checkbox"/> nesportuji          |

**12. Jste členy nějakého sportovního či turistického klubu?**

- ano  
 ne

**13. Zúčastňujete se „zájezdů“ spojených s propagačními akcemi?**

- ano  
 ne

**14. Lákaly by Vás podobné zájezdy bez propagačních akcí, ale za vyšší cenu?**

- spíše ano  
 spíše ne

**15. Jak jste spokojeni s nabídkou sportovně-rekreačních aktivit ve Vašem regionu?**

- výborná                                       dobrá                                       nedostatečná  
 velmi dobrá                                       dostatečná

**16. Využíváte mimosezónní pobyty a různé slevové akce na zájezdy?**

- pravidelně  
 občas  
 nevyužívám

**17. Kolik jste ochotni průměrně vydat na Vaši dovolenou ročně?**

- do 1000,- Kč                                       5000 – 10 000,-Kč                                       nad 20 000,-Kč  
 1000 – 5000,-Kč                                       10000 – 20 000,-Kč

**Pohlaví**

- žena                                       muž

**Věk**

- 50-59                                       60-69                                       70 a více

**Bydliště**

- město                                       venkov

**Zaměstnání**

- důchodce                                       podnikatel                                       zaměstnanec                                       nezaměstnaný

**Vzdělání**

- základní                                       vyučen/a                                       středoškolské                                       vysokoškolské

## 7 divů Jižních Čech

### Anketa Budějovického Budvaru

kategorie „Náměstí“ \* náměstí Přemysla Otakara II., České Budějovice



kategorie „Město nebo obec“ \* Český Krumlov



kategorie „Technická zajímavost“ \* Otáčivé hlediště Český Krumlov



kategorie „Hrad nebo zámek“ \* Hluboká nad Vltavou



kategorie „Vodácká řeka“ \* Vltava



kategorie „Rybník“ \* Svět



kategorie „Přírodní úkaz“ \* Čertova stěna



