

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH

Ekonomická fakulta

Katedra aplikované matematiky a informatiky

Studijní program: N6208 Ekonomika a management

Studijní obor: Obchodní podnikání

Prostorové aspekty vybraných forem cestovního ruchu na Moravě

Vedoucí diplomové práce

RNDr. Renata Klufová, Ph.D.

Autorka diplomové práce

Bc. Vendula Francová

2010

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH

Ekonomická fakulta

Katedra aplikované matematiky a informatiky

Akademický rok: 2008/2009

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Bc. Vendula FRANCOVÁ**

Studijní program: **N6208 Ekonomika a management**

Studijní obor: **Obchodní podnikání**

Název tématu: **Prostorové aspekty vybraných forem cestovního ruchu na Moravě**

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

Cílem práce je sofistikované zhodnocení prostorových aspektů vybraných forem CR na Moravě. Součástí práce budou jak klasické metody hodnocení atraktivnosti jednotlivých destinací a potenciálu území pro jeho turistické využití (metody indexů), tak i moderní metody prostorové analýzy dat spolu s jejich zpracováním v prostředí GIS (prostorové modely, překryvné operace, apod.). Vlastní analytická část by měla posloužit pro navazující doporučení dalšího (udržitelného) vývoje cestovního ruchu v oblasti.

Metodický postup:

1. Studium odborné literatury - popis vhodných metod.
2. Akvizice dostupných dat, jejich příprava pro analýzu v prostředí GIS.
3. Vlastní analytická část (prostorový model, vytipování míst pro potenciální rozvoj, resp. útlum dalšího rozvoje cestovního ruchu v území).
4. Závěry a obecná doporučení.

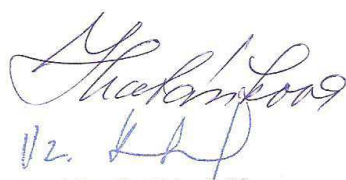
Rozsah grafických prací: 20 map či výkresů
Rozsah pracovní zprávy: 50 stran
Forma zpracování diplomové práce: tištěná

Seznam odborné literatury:

- Fotheringham, A., S., Brundson, Ch., Charlton, M. Quantitative Geography: Perspectives on Spatial Data Analysis. SAGE Publications, 2002, 270 pp.
Robinson, G., M. Methods and Techniques in Human Geography. Wiley, 1998, 556 pp.
Fotheringham, A., S., Wegener, M. (eds.) Spatial Models and GIS: New Potential and New Models. Taylor and Francis, 2001, 279 pp.
Bailey, T., C., Gatrell, A., C. Interactive Spatial Data Analysis. Prentice Hall, 1995, 413 pp.
Stillwell, J., Clarke, G. Applied GIS and Spatial Analysis. Wiley, 2005, 406 pp.
Klufová, R. Cestovní ruch Třeboňska. Disertační práce, PřF UK, Praha, 2003, 134. s.
Havrlant, J. Geografické aspekty rozvoje cestovního ruchu a rekreace v Jeseníkách. Disertační práce, KERG PřF UK, Praha, 1992, 212 s.
Bičík, I. a kol. Druhé bydlení v Česku. PřF UK, Praha, 2001, 167 s.

Vedoucí diplomové práce: RNDr. Renata Klufová, Ph.D.
Katedra aplikované matematiky a informatiky

Datum zadání diplomové práce: 20. února 2009
Termín odevzdání diplomové práce: 15. dubna 2010


prof. Ing. Magdalena Hrabánková, CSc.
děkanka

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


prof. RNDr. Pavel Tlustý, CSc.
vedoucí katedry

V Českých Budějovicích dne 25. února 2009

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci na téma „Prostorové aspekty vybraných forem cestovního ruchu na Moravě“ vypracovala samostatně, na základě vlastních poznatků, studií odborné literatury a za odborného vedení vedoucí diplomové práce RNDr. Renaty Klufové, Ph.D. Veškerá použitá literatura, další zdroje a jiné materiály jsou uvedeny v seznamu použité literatury.

Dále prohlašuji, že v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb. v platném znění souhlasím se zveřejněním diplomové práce v nezkrácené podobě elektronickou cestou ve veřejně přístupné části databáze STAG provozované Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích na jejích internetových stránkách.

V Českých Budějovicích dne 30. dubna 2010

Bc. Vendula Francová

Poděkování

Touto cestou bych chtěla poděkovat paní RNDr. Renatě Klufové, Ph.D. za odbornou spolupráci a vedení v průběhu zpracování diplomové práce, dále za pomoc, cenné rady a připomínky, bez kterých by tato práce nemohla vzniknout.

Obsah

1 Úvod	8
2 Cíle a metodika práce	10
2.1 Cíle	10
2.2 Hypotéza	10
2.3 Metodika	10
2.3.1 Studium literatury, vymezení území	10
2.3.2 Sběr a analýza dat	11
2.3.3 Vybrané metody	12
3 Literární rešerše	13
3.1 Geografický informační systém (GIS)	13
3.1.1 Definice GIS	13
3.1.2 Historie GIS	14
3.1.3 Struktura GIS	14
3.1.4 Data pro GIS	15
3.1.5 Využití GIS	17
3.2 Cestovní ruch (CR)	19
3.2.1 Definice CR	19
3.2.2 Typologie CR	19
3.2.3 Produkt a nabídka CR	20
3.2.4 Geografie CR	21
3.2.5 Trvale udržitelný CR	22
3.2.6 Trendy v CR	23
3.3 Stárnutí obyvatelstva a seniorský cestovní ruch	25
3.3.1 Demografie	25
3.3.2 Stárnutí obyvatelstva	25
3.3.3 Senioři a seniorský cestovní ruch	27
3.4 Členění České republiky na územní celky	29
3.4.1 Region CR	29
3.4.2 Okresy a kraje České republiky	29
3.4.3 Turistické regiony	29
3.4.4 Euroregiony a NUTS	31
4 Charakteristika zkoumaného území	32
4.1 Vymezení území	32

4.2 Turisticko-rekreační funkce území	33
4.3 Turisticko-rekreační zatížení území	35
5 Demografické změny a vliv na cestovní ruch	37
5.1 Struktura obyvatelstva a její stárnutí	37
5.1.1 Průměrný věk.....	37
5.1.2 Index stárí	39
5.1.3 Index vývoje	40
5.2 Důsledky stárnutí populace pro cestovní ruch.....	41
5.2.1 Profil domácího a zahraničního návštěvníka – seniora	41
6 Analýza vybraných forem cestovního ruchu	47
6.1 Golfový cestovní ruch	47
6.2 Lázeňský cestovní ruch a wellness	48
6.2.1 Lázeňský cestovní ruch	48
6.2.2 Wellness	50
6.3 Kulturně-poznávací cestovní ruch.....	52
7 Modelování potenciálu pro seniorský cestovní ruch	54
7.1 Primární nabídka	54
7.2 Sekundární nabídka	55
7.3 Celkový potenciál	56
8 Návrhy a doporučení pro rozvoj cestovního ruchu	59
8.1 Nordic Walking	60
8.2 Památky a jejich bezbariérovost	60
8.3 Golf a golfová turistika.....	61
8.4 Vinařská turistika.....	61
9 Závěr.....	62
10 Summary.....	63
11 Seznam použité literatury	64
11.1 Odborná literatura.....	64
11.2 Internetové zdroje	65
Seznam tabulek.....	69
Seznam obrázků.....	69
Seznam grafů	70
Seznam příloh a přílohy.....	71

1 Úvod

Konec 20. století bývá často nazýván informačním věkem lidstva. Informace jsou dnes velice důležité, představují klíč k úspěchu. Dříve je člověk mohl kdykoli a kdekoli získat, ale nyní se bohužel stávají předmětem obchodu, a proto nejsou zadarmo. Lidé žijí v určitém prostoru a tento prostor ovlivňují svojí činností. Poznávají a zkoumají svá okolí, chtějí nalézt zákonitosti mezi různými prvky, potřebují vědět, jak se pohybovat, kde se určité věci nacházejí, předpovídat následky svých aktivit a kladou si mnoho podobných otázek. Postupně se začínají vyvíjet vědní obory, jako je geologie, hydrologie, kartografie či geografie, které se snaží na tyto otázky poskytnout odpověď.

Velký rozmach zažívají geografické informační systémy, které se staly jednou z nejpoužívanějších metod hodnocení informací o zkoumané problematice. Tyto systémy se hojně využívají v nejrůznějších odvětvích, jako je například státní správa, katastr nemovitostí či oblast dopravy. Každý se s nimi může setkat prakticky kdekoli a kdykoli, doma nebo v práci. Člověk si mnohdy ani neuvědomí, že je jejich součástí. Například energie nebo voda, kterou denně používáme k nejrůznějším činnostem, je ve správě sítě organizace právě pomocí geografického informačního systému.

Rozvoj cestovního ruchu v České republice byl zaznamenán již v 19. století. Nyní se stal běžnou součástí moderní společnosti a neodmyslitelně patří do lidského života, protože lidé mají stále více volného času a cestovní ruch je jednou z možností jeho trávení. Rozvoj je však závislý na předpokladech, kterými dané území disponuje. Dále je podmíněn existencí vhodného potenciálu, přírodního nebo takového, který vytvořil člověk svojí činností. Potenciál je schopen vytvářet nabídku cestovního ruchu, primární či sekundární.

Cestovní ruch přináší pozitivní, ale bohužel i negativní vlivy. Tyto vlivy můžeme rozdělit do oblasti ochrany životního prostředí, sociálně-kulturní a ekonomické. Za přínosy lze považovat regulaci počtu návštěvníků, ochranu životního prostředí a památek, zatraktivnění a rozvoj regionů, s tím související investiční aktivity, zlepšování infrastruktury, rozvoj služeb, malého a středního podnikání, vytváření pracovních míst, zlepšení platební bilance státu, zvýšení příjmů, které plynou do rozpočtů obcí, měst a do státního rozpočtu. Negativa spatřujeme především v zatíženosti některých oblastí, ničení a znečišťování přírody a životního prostředí, v neúměrném využívání přírodních zdrojů, v možných konfliktech místních obyvatel s návštěvníky, v narušení tradičního stylu života a chování obyvatel, ve střetech kultur, dále ve skrytých nákladech, v neviditelném exportu, v sezónnosti nebo v ekonomické závislosti na cestovním ruchu.

V době, kdy celý svět prochází nejrůznějšími změnami, ať už se to týká změn politických, ekonomických, demografických či technických, roste význam organizací na regionální úrovni. Je nutné, aby existovala organizace, která řídí celý proces cestovního ruchu v regionu. Měla by reagovat na nové příležitosti a výzvy prostřednictvím strategií, které připravuje, dále by měla spolupracovat se soukromým i veřejným sektorem a řešit případné problémy, které nastanou.

Od poloviny 20. století narážíme na problém stárnutí populace. Je to právě jedna z oblastí změn, s níž se potýká nejen svět nebo Evropa, ale také Česká republika a všechny její regiony. Je to způsobeno především tím, že mladí lidé nezakládají rodiny v brzkém věku, jak tomu bylo dříve, dále poklesem plodnosti i porodnosti, snížením úmrtnosti lidí ve vyšším věku a také zdravím starších lidí, zdravotní péčí atd. Změny ve věkové struktuře obyvatelstva budou mít dopad na oblasti jako je hospodářství, služby, infrastruktura a v neposlední řadě také na cestovní ruch. Bude to znamenat, že v dalších letech rapidně poklesne počet obyvatel mladších 15 let a naopak poroste počet obyvatel nad 65 let.

V České republice tento trend dokazují nejrůznější výzkumy. V roce 2008 činil počet obyvatel starších 65 let 14,9 %, což je o 0,8 % více než počet obyvatel ve věku do 15 let. Prognózy na další roky jsou alarmující. Předpokládá se, že podíl lidí starších 65 let na celkové populaci se v Evropě do roku 2060 zdvojnásobí a bude tvořit 30 % celkové populace. Stárnutí populace bude vytvářet příležitosti a výzvy, kterým se budeme muset přizpůsobit. Bude záležet pouze na nás a na společnosti, jak se k tomu dokážeme postavit.

Diplomová práce je zaměřena na prostorové aspekty vybraných forem cestovního ruchu seniorů, kde se pokusí zohlednit všechny výše zmiňované skutečnosti.

2 Cíle a metodika práce

2.1 Cíle

Hlavním cílem diplomové práce je zhodnocení prostorových aspektů vybraných forem cestovního ruchu na Moravě. Pro jeho dosažení je nutné nejprve stanovit cíle vedlejší. Mezi ně patří vymezení zkoumané oblasti, na základě získaných údajů a dat vytvoření databáze a její příprava pro analýzu v programu ArcGIS. Pomocí metod indexů a prostorové analýzy by měl být nalezen a navrhnut určitý potenciál pro další rozvoj seniorského cestovního ruchu ve zkoumané oblasti, pokud možno rozvoj udržitelný.

2.2 Hypotéza

Na začátku práce byla stanovena pracovní hypotéza, na kterou je nutné nalézt odpověď pomocí zkoumání a nejrůznějšího šetření.

Zvolená hypotéza:

- Poptávka po cestovním ruchu staršího obyvatelstva se bude zvyšovat v souvislosti s demografickým stárnutím populace.

2.3 Metodika

Práce je rozdělena na dvě hlavní části (teoretickou a praktickou), které se dále člení.

2.3.1 Studium literatury, vymezení území

První část je teoretická. Slouží především jako podklad a orientace v dané problematice. Zabývá se definováním geografického informačního systému, dále vymezením cestovního ruchu a produktu (služby), demografickými změnami a rozdělením České republiky na celky. K vytvoření této části bylo nutné prostudovat odbornou literaturu a materiály zabývající se těmito problémy.

Vymezení zkoumaného území ovlivnilo historické rozdělení České republiky, dále jsme přihlédli k turistickým regionům, a především k dostupnosti dat, která lze získat především na úrovni okresů.

2.3.2 Sběr a analýza dat

Druhá část je praktická. Pro tuto část bylo zapotřebí nasbírat co nejvíce potřebných dat a informací pro další analýzy. Data byla sbírána s různých zdrojů.

Většina z nich byla získána z krajských či demografických ročenek jednotlivých krajů. Tyto ročenky jsou volně dostupné na stránkách Českého statistického úřadu (ČSÚ, www.czso.cz). Data posloužila k získání metod indexů či průměrného věku.

Pro vytvoření grafů o segmentu seniorů bylo použito Monitoringu návštěvníků v turistických regionech České republiky (monitoring.czechtourism.cz), který zpracovala agentura CzechTourism. Grafy byly zpracovány v programu Microsoft Excel.

Golfová hřiště byla převážně získána ze seznamu z turistického portálu CZeCOT (www.czecot.com/cz). Doplněna byla o další hřiště, která uveřejnila agentura CzechTourism v katalogu golfu Golf Guide (www.czechtourism.cz/golf/golf-guide). Data pro vytvoření vrstvy lázní byla získána z dokumentu od agentury CzechTourism Katalog lázní a wellness (www.czechtourism.cz/lazenstvi/lazensky-katalog), dále z internetového portálu České lázně (www.ceskelazenstvi.cz) či ze stránek Sdružení lázeňských míst ČR (www.spas.cz/index.php). Wellness hotely byly zpracovány podle turistického portálu CZeCOT (www.czecot.com/cz). Na základě uveřejněných památek v publikacích Jak dobýt hrad takřka bez bariér 1 a 2 (Jančo, Burešová, Šefců, 2007; Jančo, Šefců, 2009) byly vybrány kulturně-historické památky. V těchto publikacích se navíc vyskytují informace o dostupnosti památek, zda jsou či nejsou bezbariérové. Tento výčet jsme doplnili o první tři nejvíce navštěvované památky ze statistik Návštěvnost památek v krajích v ČR v roce 2008 (www.nipos-mk.cz/?p=2736). Všechny tyto vrstvy vyžadovaly určit souřadnice GPS, podle kterých by se zobrazily jako body v programu ArcGIS. Souřadnice byly získány z internetového vyhledávače Mapy.cz (www.mapy.cz).

Pro analýzu bylo nutné přidat ještě další vrstvy. Jednalo se o vrstvy z databáze ArcČR500 (administrativní členění a některé základní geografické prvky) a o topografickou databázi ČR (Data 200).

Sběr dat byla asi ta nejobtížnější práce, protože získat všechna data pro každou oblast bylo velice časově náročné. V programu Microsoft Excel jsme vytvořili databázi, kterou jsme museli nejprve upravit, aby mohla být bez problému přesunuta do programu ArcGIS, ve kterém byla zpracovávána analýza. K provedení potřebných operací a následnému vytvoření obrázků jsme využili program ArcGIS, což je geografický informační systém, který nabízí firma ESRI.

2.3.3 Vybrané metody

Volba vhodných metod k hodnocení potenciálu pro seniorský cestovní ruch je následující:

- metody indexů – v práci byla použita turisticko-rekreační funkce a zatížení území, dále index stárí a index vývoje. Vše spočívalo v rozdělení dat do pěti intervalů pomocí kvantilů. Kvantily představují čísla (hodnoty), která dělí daný soubor hodnot na několik stejně velkých částí.
- mapová algebra – používá se u rastrových prezentací pro prostorové modelování a analyzování. Umožňuje kombinovat více vrstev pomocí matematických operací a výstupem je vždy vrstva nová (Břehovský, Jedlička 1999).
 - rastr – používá se k modelování potenciálu. Má své výhody (jednoduchá datová struktura, kombinace s dalšími daty, jednoduché provedení analýzy) i nevýhody (nepřesnosti, nekvalitní výstupy).
- hustota (density) – vyjadřuje hodnotu veličiny vztaženou na jednotku plochy.
- interpolace – v prostoru existuje velké množství dat. Pro některá místa není možné získat informace za celé území (například u demografie), proto se používá interpolace. Spočívá v získání informací i z jiných míst, než byla naměřena určitá hodnota. V GISu se vytváří spojitá rastrová data (Břehovský, Jedlička, 1999).
 - metoda vážené inverzní vzdálenosti (Inverse Distance Weighted) – IDW určuje hodnotu v dané buňce rastru. Čím dále je určitý konkrétní bod od dané buňky, ve které byla naměřena určitá hodnota, tím menší je jeho hodnota a tím pádem i vliv.

V této práci byly nejprve vytvořeny dílčí vrstvy (například vrstva golfu, lázní, silnic), které posloužily jako podklad k další analýze. V nadstavbě Spatial Analyst programu ArcGIS vznikly vrstvy pomocí hustoty nebo metodou IDW. Jednalo se o hustotu atraktivit a dopravní sítě, dále o ubytovací kapacitu, podíl vhodných ploch a chráněných krajinných oblastí či o počty kulturních zařízení. Všechny vrstvy bylo nutné reklasifikovat (spojit prvky se stejnými vlastnostmi do jednoho). Dále už následovalo modelování celkového potenciálu pomocí překryvů (Weighted Overlay) jednotlivých vrstev. Bylo potřeba také stanovit váhy pro odlišení významnosti jednotlivých vrstev. Váhy byly přepočítány z výsledků Monitoringu návštěvníků v turistických regionech České republiky. Poté byl vytvořen model, který ověřuje vhodnost pro daný sledovaný cíl či účel.

3 Literární rešerše

3.1 Geografický informační systém (GIS)

3.1.1 Definice GIS

GIS je zkratka odvozená z anglického slova Geographical Information System. Každý autor může pohlížet na definici ze svého pohledu, podle účelu, potřeb, cílů či přístupů autorů a uživatelů tohoto systému.

„GIS = geografický informační systém, informační systém zahrnující a propojující libovolný počet vrstev informací (grafická, textová, databázová, multimediální s různým obsahem) vztažených k přesné poloze na zemském povrchu (resp. obecně v prostoru). V rámci jednotlivých vrstev i mezi těmito vrstvami informací lze vyhledávat prostorové a další vztahy, jednotlivé vrstvy lze podle potřeby zobrazovat, využít je pro dynamické propojení s dalšími informačními vrstvami.“ (Pásková, M., Zelenka, J., 2002, s 97)

„GIS oproti klasickému informačnímu systému umožňuje doplnit základní informační údaje informací o jejich umístění na zemském povrchu. Takto lze sledovat nejen změny v životním prostředí, ale také provádět obchodní analýzy či plánovat rozvoj městských aglomerací. Základní myšlenka je založena na dvou principech: práce s prostorovými daty a schopnost tato data analyzovat.“ (Tollingerová, D., 1996, s 10)

„Je možné identifikovat tři různá chápání pojmu GIS – jako technologie, jako aplikačního nástroje a jako vědeckého oboru. Pod GIS jako technologií rozumíme prostředky nevyhnutelné pro realizaci a provoz aplikace: hardwarové a softwarové vybavení. Pod GIS jako aplikací si představujeme informační systém „geografického typu“, který je součástí řízení jisté organizační jednotky (např. podniku, městského úřadu nebo správy národního parku). Jednotlivé vědecké či technické disciplíny neřeší problematiku GIS jako celku. Problematiku GIS vidí vždy přes jádro svého zaměření. „GIS pro vědu“ a „věda pro GIS“ jsou těsně spjaté.“ (Tuček, J., 1998, s 14)

Podle internetových stránek společnosti ESRI (Environmental Systems Research Institute) je geografický informační systém soubor hardwaru, softwaru a dat, který umožňuje získávání, správu, analýzu a zobrazení všech forem geografických informací.

Geografická databáze je schopna odpovědět na konkrétní problémy, například co se týče hydrologie, dopravy či životního prostředí. Zahrnuje veškeré zeměpisné objekty, které mohou být zastoupeny jako body, linie, polygony nebo tabulky (Arctur, Zeiler, 2004).

3.1.2 Historie GIS

Tuček (1998) uvádí, že počítačové geografické informační systémy se začaly používat v 60. letech 20. století většinou v severní Americe. V roce 1963 pojem GIS zavedl R. F. Tomlinsen. Historii můžeme rozdělit do čtyř období, která znázorňuje následující tabulka.

Tabulka 1: Historické období GIS

1960-69	1970-79	1980-89	1990-99	2000
Hardware	Software	Data	Aplikace	Sítě

Zdroj: Vlastní, data Panel – GI kompendium

Stillwell a Clarke (2005) poukazují na to, že byl GIS z počátku považován za nic víc než formu nového digitálního mapování v souvislosti s omezením stávající počítačové kapacity, nedostatkem databází a vyškolených lidí. Avšak s neustálým rozvojem a inovacemi se z tohoto systému stal velice významný nástroj. Tollingerová (1996) uvádí, že vzrůstá množství informací i požadavků na jejich zpracování, počítače pronikají do každodenního života lidí, data jsou převáděny do digitální podoby a vyvíjejí se stále nové technologie jako je například GIS. Tyto systémy by měly podporovat možnost připojení různých vrstev s informacemi k danému objektu a připojení speciálních typů objektů, což představuje například zvuk, video či virtuální realita.

3.1.3 Struktura GIS

Autoři uvádí různé členění, z čeho se geografický informační systém skládá. Tuček (1998) rozlišuje čtyři složky GIS, což je:

- hardware (osobní počítač, digitizér, plotr, tiskárna, skener, ...);
- software (program, který je schopen ukládat, analyzovat a vyhodnocovat data);
- geografické údaje (data, informace, které jsou někdy obtížné sehnatelné);
- personál (obsluha, lidé – programátoři, správci, operátoři, uživatelé).

Jiné členění uvádí pět základních komponentů. K výše zmíněným se řadí ještě metody (postupy). Nejdůležitější složkou jsou však lidé a metody, protože propojují celý systém (GJŠ, c2004-2006).

Autoři Smith, Goodchild a Longley (2007) uvádí šest hlavních složek GIS:

- hardware a software – důležité složky, bez kterých by nemohl GIS prakticky existovat a fungovat. Rozvoj a inovace podporují lepší využívání těchto nástrojů.
- síť – zásadní složka pro fungování GIS. Celosvětová dostupnost a připojení k internetu v rozvinutých zemích se využívá pro prezentaci výrobků a služeb, stahování softwarů, údajů, dat.
- údaje a data – na internetu existuje velké množství vyhledávačů, kteří nám pomohou s hledáním potřebných dat. Bohužel ne všechna jsou vhodná pro daný účel a některá data není možné ani dohledat.
- lidé – představují uživatele, kteří GIS využívají.
- postupy – metody pro dobré fungování celého systému.

3.1.4 Data pro GIS

„Většina objektů a jevů reálného světa se vyskytuje na některém místě zemského povrchu (např. strom, dům, řeka) nebo má vztah k některému místu na zemském povrchu (občan má někde trvalé bydliště, výrobek byl vyroben v určité továrně). Zároveň se tyto objekty vyskytují v daném prostoru společně s mnoha dalšími objekty a navzájem se ovlivňují (např. hlukem ze silnice jsou postiženi obyvatelé v domech do určité vzdálenosti, komín zamoří zplodinami určité území, prosperita prodejny závisí mimo jiné i na její poloze a množství potenciálních zákazníků v okolí).“ (ARCDATA PRAHA, c2010)

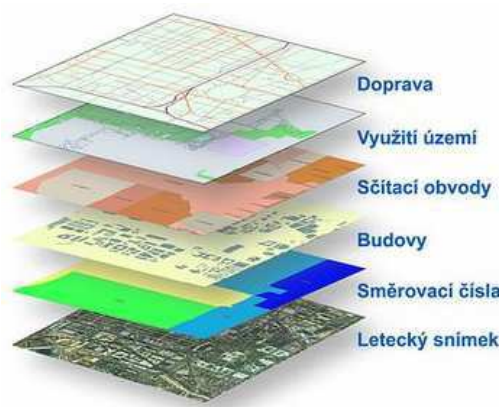
Data představují klíčový článek pro každý informační systém. Můžeme je získat z různých zdrojů. Haining (2003) uvádí zdroj primární (data od vědců, kteří mají svůj specifický cíl, pro který je sbírají) a sekundární (například mapy, sociální, ekonomické či demografické údaje ze sčítání lidu, údaje od veřejného, obchodního či finančního sektoru).

Data existují ve více formách. Tollingerová (1996) tyto typy dat rozlišuje na dvě části:

- prostorová data – mají geometrický tvar a polohu na zemském povrchu. Dělí se na dva základní typy, které se liší způsobem uložení v databázi a charakterem přiřazení tematické informace. Dva typy dat jsou následující:
 - rastrová data – v GIS jsou používána v podobě digitálních obrazů, složených z pixelů, kdy každá buňka má nějakou hodnotu.
 - vektorová data – mají své prvky a těmi jsou body, linie a plochy.
- informační data – vyskytují se většinou v podobě textů či čísel, ale ve světě moderní techniky je možné použít i zvuky, videa či fotografie.

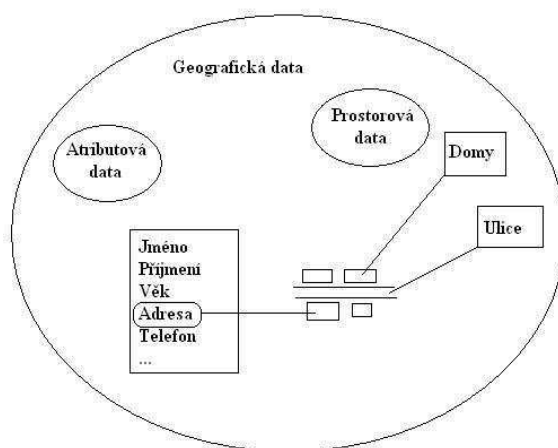
Geografická data představují informace o objektech na zemském povrchu. Jsou seskupena do vrstev, kterými mohou být například silnice, řeky, města, národní parky, parcely atd. Každý tento prvek má svá popisná data, nazývaná jako atributy, což jsou vlastnosti daného prvku. Například vrstva rybníky může mít atributy jako je výměra, hloubka, jméno vlastníka apod. (Křeková, 2009).

Obrázek 1: Příklady vrstev v programu GIS



Zdroj: ARCDATA PRAHA, c2010 [3. 3. 2010]

Obrázek 2: Geografická data



Zdroj: Vlastní, data studijní materiály Ing. Karla Jedličky

Většinu informací lze velice snadno získat. Lokální i státní instituce, vláda a ostatní organizace poskytují mnoho informací, a to uveřejněním na webu nebo jsou dostupné na radnicích či krajských úřadech. Tyto informace často bývají poskytovány zdarma.

Existují tři základní formy informací:

- mapová data – zahrnují v sobě polohu a tvar geografického prvku, které jsou určeny jako body (menší objekty, školy, kostely), čáry (objekty mající délku, dálnice, železnice) a plochy (velké objekty, jezera, parky).
- popisná (atributová) data – data propojená systémem s mapovými podklady, které se sbírají pro specifické oblasti a účely.
- rastrová data – neméně důležitá data, které zahrnují prvky jako jsou družicové či letecké snímky nebo data naskenovaná (Davis, 2000).

3.1.5 Využití GIS

Geografický informační systém umožňuje zobrazovat data, ukládat popisné vlastnosti geografických objektů, vybírat tyto objekty podle jejich vlastností, sestavovat na ně dotazy, vytvářet nová data a počítačové mapy. GIS se rychle rozšiřuje, zájem o něj roste a můžeme se s ním setkat v různých sférách běžného života lidí. Dá se využít v podstatě všude, kde se různé objekty váží k nějakému území. GISy jsou dnes nedílnou součástí řady organizací. Uživatelé z různých odvětví a oborů využívají GIS k efektivnímu řešení problémů a ke zlepšování procesů (GJŠ, c2004-2006).

Veškeré instituce veřejné správy (krajské úřady, magistráty, ministerstva, ...) pracují s daty vztaženými k určitému území, kde je třeba provádět nejrůznější analýzy. Může se jednat o tvorbu územních plánů, o stavební řízení, krizové a povodňové plány, zpracování katastrálních map, o údaje o sčítání lidu, o plánování a evidenci oprav atd.

V oblasti přírodních zdrojů a ochrany přírody se používá GIS ve výzkumných ústavech, v různých institucích, kde se zaměřují na tvorbu nejrůznějších map (například klimatických) a analýz, na evidenci sledovaných oblastí, živočichů či rostlin.

Společnosti, které poskytují služby prostřednictvím sítí, potřebují evidovat data v oblasti inspekce a údržby zdrojů, správy majetku a pozemků či ve sledování znečištění.

GIS a doprava k sobě neodmyslitelně patří. Lze uvést příklady jako logistika, mapování silničních sítí, plánování nové výstavby, sledování vozidel pomocí GPS, tvorba map cyklostezek, evidence vozidel.

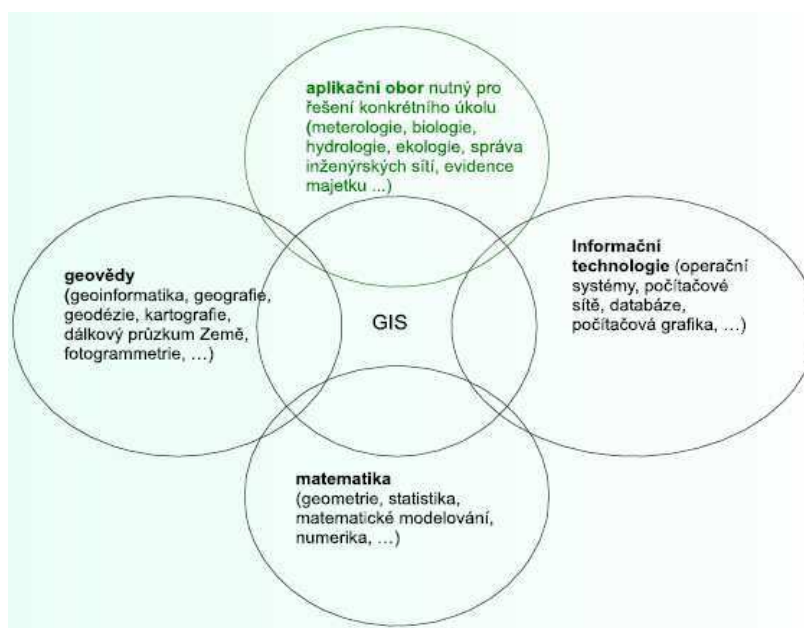
V obraně jsou tyto systémy nepostradatelné. V případě nebezpečí je možné zasáhnout včas, známe-li dokonale terén a jeho rizika. Navigační systémy, analýzy a modely reliéfu, aktuální snímky z družic a mnoho dalších informací nelze opomenout.

Také ve zdravotnictví se geografické informační systémy rozvíjí. Dobré výsledky jsou zaznamenány z oblasti mapování infekčních chorob, epidemií, nemocnic a jejich dostupnosti (ARCDATA PRAHA, c2010).

Stručný přehled oblastí pro využívání geografických informačních systémů je následující:

- státní správa a vláda (řízení resortů, vyhodnocování údajů);
- armáda či policie (popis terénu, způsob řízení dopravy);
- záchranné služby (hledání nejkratší trasy zásahu);
- obchod a finance (sledování účinnosti reklamy, riziko krádeží);
- cestovní ruch (plánování rozvoje destinace, poskytování informací);
- katastr nemovitostí a lesní hospodářství (převod map do digitální podoby);
- ochrana životního prostředí (zdroje znečištění, stav ovzduší, správa CHKO a NP);
- doprava a logistika (rozvoj a stavba komunikací, sledování stavu dopravy);
- městský informační systém (celkový pohled, evidence obyvatel, sledování zaměstnanosti, rozhodování o dopravě, ekologii);
- věda a vzdělávání (knihovny, školy);
- oblast mimořádných událostí, řízení bezpečnosti, plánování, atd. (Smith, Goodchild, Longley, 2007; Pásková, M., Zelenka, J., 2002; Tollingerová, 1996; Esri.com).

Obrázek 3: Do jakých oborů zasahuje GIS



Zdroj: <http://gis.zcu.cz/studium/ugi/elearning/index1.htm> [12. 2. 2010]

3.2 Cestovní ruch (CR)

3.2.1 Definice CR

Projdeme-li několik knih od různých autorů, kteří se zabývají cestovním ruchem, narazíme na problém jeho definice. Každý autor totiž cestovní ruch popisuje jinak, má na něj jiný pohled a tím pádem i jinou definici. Když však tyto názory porovnáme, v podstatě se příliš neliší. Proto uvádím pouze jednu definici.

Světová organizace cestovního ruchu (UNWTO) chtěla sjednotit názory na definování cestovního ruchu, a proto roku 1991 na mezinárodní konferenci v Kanadě přijala návrh, který uvádí, že „cestovním ruchem se rozumí činnost osoby cestující na přechodnou dobu do místa ležícího mimo její běžné prostředí (místo bydliště), a to na dobu kratší než je stanovená, přičemž hlavní účel cesty je jiný než výkon výdělečné činnosti v navštíveném místě.“ (Hesková, M. a kol., 2006, s 11)

3.2.2 Typologie CR

Cestovní ruch se projevuje v různých formách a druzích. Jejich charakteristika se často prolíná a někdy není možné je mezi sebou rozpoznat. V praxi se vzájemně doplňují a kombinují, neexistují samostatně. Samotní autoři se často ve svých výkladech liší.

Hesková a kol. (2006) popisuje druh cestovního ruchu jako motivaci účastníků, tj. účel, pro který cestují a pobývají na cizím místě. Mezi druhy řadí například:

- lázeňský;
- kongresový;
- dobrodružný;
- sportovní;
- náboženský cestovní ruch atd.

Gúčík a kol. (2004) nespecifikuje druh, ale pouze formu. Ta vyjadřuje různé příčiny, které cestovní ruch ovlivňují, a důsledky, které přináší. Vše souvisí s cestováním a pobytem návštěvníků na cizím místě. Podobně jako ostatní autoři rozlišuje formu cestovního ruchu:

- z hlediska geografického (národní, zahraniční cestovní ruch);
- podle počtu (individuální, masový, ekologický) a věku účastníků (mládežnický, seniorský);

- podle převažujícího místa pobytu (městský, horský);
- ročního období (sezónní, mimosezónní);
- způsobu organizování (individuální, organizovaný);
- použitého dopravního prostředku (železniční, letecký);
- z hlediska dynamiky (pobytový, putovní);
- či ze sociologického hlediska (návštěvy příbuzných) atd.

Naopak Štěpánek, Kopačka a Šíp (2001) uvádí druhy podle různých kritérií, kterými může být například délka trvání (krátkodobý, dlouhodobý), pohyb účastníka přes státní hranice (příjezdový, výjezdový, domácí), rozložení cestovního ruchu během roku (celoroční, sezónní, letní, zimní) atd. Formy rozlišují podle převládající činnosti účastníků na pobytový, poznávací, kulturní či sportovní. S rozvojem společnosti, nových technologií a také nových potřeb účastníků vznikají stále nové formy cestovního ruchu.

3.2.3 Produkt a nabídka CR

Produktem cestovního ruchu se rozumí vše, co uspokojuje potřeby účastníků, vytváří zážitky a nabídku na trhu. „Potřeby účastníků cestovního ruchu jsou uspokojovány jednak volnými statky, jimiž rozumíme působení vlastností rekreačního prostoru (sluneční svit, čistý vzduch, vliv moře, klid atd.), jednak také hmotnými statky (zbožím) a užitnými efekty nehmotného charakteru (službami).“ (Orieška, J., 1999, s 5)

Služby patří mezi nejvýznamnější faktory a představují hlavní součást produktu. Můžeme je rozdělit na služby cestovního ruchu, které jsou výhradně určeny pro uspokojování potřeb účastníků cestovního ruchu, a služby ostatní, jejichž část produkce spotřebovávají jak účastníci, tak i místní obyvatelstvo. Další členění služeb uvádí Orieška (1999), který služby dělí na základní a doplňkové, věcné a osobní, placené a neplacené, vlastní a zprostředkované. Nejčastěji se služby cestovního ruchu dělí podle funkcí ve vztahu k uspokojovaným potřebám. Mezi ně řadíme například dopravní, obchodní, ubytovací, stravovací, animační, komunální, zdravotnické, pojišťovací, sportovně-rekreační, informační atd.

Hesková a kol. (2006) uvádí charakteristické znaky služeb, všeobecné nebo speciální. Je to rozdíl oproti výrobku. Na služby jsou totiž kladeny větší nároky. Služba se musí prožít (účast při poskytování služeb musí být samozřejmostí, ať už se jedná o pasivní či aktivní), být místně i časově návazná, má nehmotný charakter, nelze ji skladovat, je neanonymní, nutná vysoká potřeba lidské práce, možná zastupitelnost a další požadavky.

Použití informatiky při poskytování služeb cestovního ruchu je velice důležité. Nejvíce se jedná o využívání informačních rezervačních a prodejních systémů, ale stále větší úlohu hraje také internet. „Dostupnost, aktuálnost a komplexnost informací je jedním z významných faktorů rozvoje cestovního ruchu, úspěchu podnikatelských subjektů a spokojenosti účastníků cestovního ruchu. Sběr, přenos a zpracování množství informací umožňuje využití moderních prostředků výpočetní techniky.“ (Orieška, J., 1999, s 225)

Pro rozvoj cestovního ruchu je důležitá nabídka, která přiláká návštěvníky a uspokojí jejich potřeby. Királ'ová (2003) rozlišuje nabídku:

- primární – představuje základní složku produktu, utváří podmínky pro uspokojování potřeb a dělí se na:
 - přírodní potenciál (geomorfologický, klimatický, fauna, flóra, ...);
 - kulturně-historický potenciál (hrady, zámky, muzea, městské památkové rezervace, lidová architektura, ...) – uměle vytvořené složky produktu, které přitahují návštěvníky;
 - kulturně-společenské akce (veletrhy, výstavy, festivaly, sportovní, náboženské akce, ...);
- sekundární – určuje využitelnost území pro aktivity v cestovním ruchu, představuje prostředky ke splnění přání návštěvníků, zahrnuje se do ní:
 - suprastruktura (ubytovací a stravovací zařízení) – vytváří podmínky pro využívání primární nabídky;
 - infrastruktura (cestovní kanceláře, informační centra, sportovně-rekreační (rekreační plochy, golfové hřiště, stadiony, bazény) a kulturně-společenská zařízení (kina, divadla, muzea, herny), ...);
 - všeobecná infrastruktura (doprava, komunální služby, technické sítě, zásobování vodou, elektřinou, likvidace odpadů, ...).

3.2.4 Geografie CR

„Geografie má v cestovním ruchu důležité postavení jak z hlediska inventarizace turistických atraktivit, jejich popisu a poskytování informací návštěvníkům, tak i z hlediska studia vztahů jednotlivých regionů, územního i regionálního plánování a regionálního rozvoje.“ (Štěpánek, V., Kopačka, L., Šíp, J., 2001, s 13)

Předmětem zájmu podle Gúčika a kol. (2004) je studium a komplexní hodnocení potenciálu krajiny pro cestovní ruch, tj. způsobilost území poskytnout podmínky na jeho rozvoj. „Geografie cestovního ruchu se zabývá studiem zákonitostí a činitelů a faktickým rozmístěním cestovního ruchu v oblastech rozličné velikosti a ekonomické váhy.“ (Hrala, V., 1997, s 8)

Česko disponuje přírodními i společenskými atraktivitami, jako jsou národní parky, historické objekty, hrady a zámky, výjimku však tvoří nepřítomnost moře a velehor. „Přesto má Česko velice příznivé podmínky pro trvale udržitelný rozvoj cestovního ruchu.“ (Štěpánek, V., Kopačka, L., Šíp, J., 2001, s 176)

3.2.5 Trvale udržitelný CR

„Udržitelný cestovní ruch je cestovní ruch, který dlouhodobě nenarušuje přírodní, kulturní a sociální prostředí. Environmentální vymezení: cílem je ochrana a zachování životního prostředí a respektování životního stylu. Ekonomicko-environmentální vymezení: schopnost destinace udržet si potenciál konkurence v soutěži s novými, historicky méně využívanými destinacemi, přitáhnout první i opakované návštěvy, podržet si kulturní jedinečnost, být v rovnováze s životním prostředím.“ (Pásková, M., Zelenka, J., 2002, s 302)

„Trvale udržitelný cestovní ruch je cestovní ruch realizovaný na principu, že musí být respektovány, zachovávány a obnovovány podmínky pro jeho další existenci a že jeho negativní působení na životní prostředí musí být omezováno na minimum.“ (Čech, J., 1998, s 54)

Globální etický kodex cestovního ruchu, který byl vydán 21. 12. 2001 Světovou organizací cestovního ruchu (UNWTO), se touto otázkou zabývá v článku 3 Cestovní ruch jako faktor udržitelného rozvoje.

Zajištění současných potřeb účastníků a zachování životního prostředí dalším generacím v nezměněné podobě je hlavním úkolem všech vytvářených strategií. Dopady rozvoje cestovního ruchu jsou srovnatelné s dopady ostatních průmyslových odvětví. Proto je důležité, aby se tento fakt zahrnul do všech aktivit, které jsou v souvislosti s cestovním ruchem vytvářeny.

3.2.6 Trendy v CR

Gúčík a kol. (2004) popisuje trend jako dlouhodobou tendenci vývoje cestovního ruchu, která vzniká působením různých vnitřních i vnějších činitelů.

Vše se velice rychle vyvíjí a mění, cestovní ruch není výjimkou. Je nutné sledovat trendy, které přinášejí možné příležitosti či ohrožení dalšího rozvoje. Na internetových stránkách se můžeme dozvědět mnoho zajímavostí z oblasti cestovního ruchu. Mezi ně patří i nejnovější trendy, které se mnohdy již objevily nebo se objevovat budou. Podniky, které chtějí v cestovním ruchu podnikat či mít z něho prospěch, musejí tyto trendy sledovat a přizpůsobovat jim svoji nabídku na trhu, aby zůstaly konkurenceschopné. Veškeré změny, ať už společenské, ekonomické či změny životního stylu, mají silný vliv na cestovní ruch. S jejich důsledky musíme počítat všichni.

Agentura CzechTourism definuje světové trendy v oblasti cestovního ruchu. Například:

- voluntarismus – dobrovolnická turistika, která znamená, že během týdne účastník pracuje jako dobrovolník a o víkendech může poznat danou zemi jako turista. Práce je zaměřena na pomoc postiženým různými katastrofami, zaostalým oblastem, péči o životní prostředí, vzdělání atd. Účastníky mohou být mladí lidé, podnikatelé, manažeři či senioři.
- gay turismus – lukrativní trh, neboť homosexuální páry jsou dobře finančně zajištěny a nemají děti.
- mladí lidé – nejrychleji rostoucí sektor v rámci světového cestovního ruchu. Jsou to lidé, kteří často cestují, navštěvují nové destinace, utrácejí za cestování, využívají internet, chtějí získat nové zkušenosti a zažít zábavu.
- asketická dovolená – nový pojem, který je spojen spíše s nedostatkem nebo dokonce s bolestí. Jedná se například o to, že si účastník sáhne na dno svých sil nebo projde náročným armádním výcvikem (CzechTourism.cz, c2005-2010).

Další změny se týkají:

- demografie – osoby ve vyšším věku budou stále zdravější, s vyššími příjmy a budou mít větší nároky na cestovní ruch;
- zdraví – otázka zdraví bude ovlivňovat hlavně rozhodovací proces, protože lidé budou trávit dovolenou aktivně, například ve wellness či fitness centrech;

- zkušeností s cestováním – zkušení účastníci si budou cesty plánovat a zajišťovat sami podle svých představ, potřeb a přání;
- informačních technologií – již roste a do budoucna ještě více poroste získávání informací, nákup produktů a služeb přes internet;
- dopravy – technický pokrok zrychluje změny a zejména přispívá k větší flexibilitě, také lepší dostupnost a rychlost ovlivní cestování;
- udržitelného rozvoje – lidé si budou více uvědomovat význam ekologie a trvalé udržitelnosti, stále větší zájem bude o čistou krajinu, vysokou kvalitu služeb či bioprodukty;
- vzdělávání – při plánování dovolené bude významnou roli hrát umění, kultura a historie;
- volného času, životního stylu nebo také jistoty a bezpečí (BusinessInfo.cz, 2005).

Spojení sex a dovolená se stává stále více populární a čeští turisté tráví dovolenou se sexuálním dobrodružstvím. Oblíbenými destinacemi jsou především Tunisko a Thajsko. Řada Čechů hledá také něco neobvyklého a výjimečného, což zvyšuje zájem o destinace jako je Severní pól či Antarktida. S tím může souviset i další trend tzv. „útěk před horkem“, což znamená, že turisté v létě hledají chladnější místa jako jsou severské země nebo Island. Novým fenoménem cestovního ruchu je také dark tourism. Místa, která jsou spojována se smrtí, utrpením lidí, přírodními katastrofami, teroristickými a podobnými událostmi, přitahují celou řadu lidí (Turisté.org, c2010; Janda, 2008).

Podle výzkumu společnosti Future Brand je za nejzajímavější trendy v oblasti cestovního ruchu považován luxus, cestování jinak a popularita destinace. Pro potřeby trhu luxusních cestujících mnohá letiště a aerolinie zřizují odbavovací terminály a oddělené třídy v letadlech pouze pro cestující vyšší třídou. V této oblasti hrají svoji roli i technologie, od RFID (radiofrekvenční identifikace) přes bezpečnostní a sledovací zařízení. Pro ženy, které cestují samy bez mužů, jsou připraveny balíčky od cestovních kanceláří. V oblibě jsou také různá turistická lákadla, jako jsou výpravy za polárními medvědy až po expedice do deštných pralesů či dovolené na ledovcích. Popularita klasických destinací se také mění. Nyní jsou v oblibě spíše autentické zážitky, které lidé mohou najít v destinacích, které jsou postiženy například chudobou či ekologickým znečištěním. Lidé cítí s osobami, se kterými se osud příliš nemazlil, ale také se setkají s realitou, kterou dosud nezažili (Wehle, 2009).

Návrat a touha po pobytu v přírodě, pohyb a poznání budou stále více nabývat na intenzitě. Jedná se o venkovskou turistiku, eko- či cykloturistiku. Nesmíme však ani zapomenout na stále se zvyšující zájem o jednodenní výlety za různým účelem, specifické produkty pro mládež či seniory, produkty šité na míru každého klienta. Turistické trasy, které využívají tradic, technických a kulturních památek, nabízejí možnost další prezentace destinace. Jedná se například o gastronomii, tradiční výrobu či zemědělství a jeho produkty. Turisté vyhledávají dražší služby, především all inclusive nebo plnou penzi. Zájezdy se častěji nakupují first moment, který začíná být oblíbenější než last minute. Lidé si tak mohou vybrat dovolenou podle svých představ za lepších podmínek. Vyrůstá počet zájezdů objednaných pomocí internetu. Lidé cestují častěji, ale stále více na kratší dobu.

Cestovní ruch je v poslední době velice ovlivněn globální finanční krizí, která postihuje nejen tento obor. Způsobuje pokles zájmu o cestování, mnoho firem již ukončilo svoji činnost či se potýkají s velkými potížemi. Cestovní ruch se díky takovýmto problémům stává zranitelnější, podléhá ekonomickým problémům, nedostatku bezpečí a jistoty, ale také ohrožení životního prostředí a zdraví.

3.3 Stárnutí obyvatelstva a seniorský cestovní ruch

3.3.1 Demografie

Demografie je vědní obor, který se zabývá zkoumáním lidské populace. Jeho předmětem je demografická (populační) reprodukce, což vyjadřuje neustálou obnovu populace v důsledku procesu rození a umírání. Od toho termínu je nutné odlišovat demografický (populační) vývoj, který v sobě navíc zahrnuje i migraci, prostorovou mobilitu obyvatelstva (Klufová, 2008).

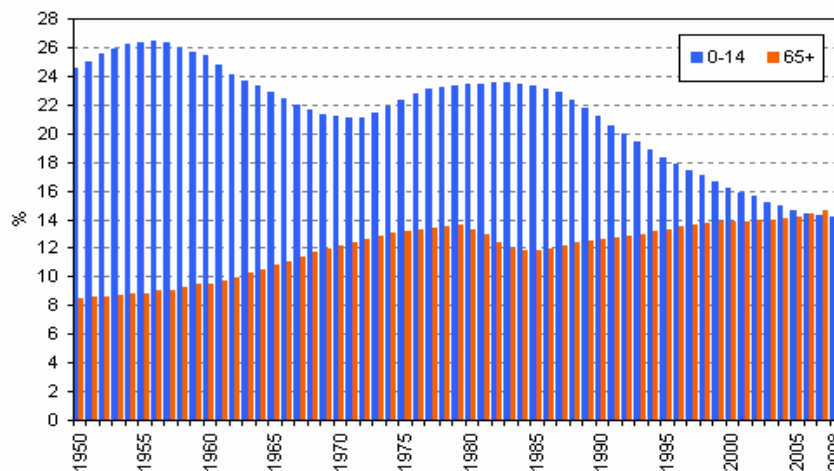
Je nutné rozlišovat pojmy lidská populace, což je soubor lidí, mezi nimiž dochází k reprodukci na určitém území, a pojem obyvatelstvo, které představuje soubor lidí, kteří žijí na určitém území (státu, kraje či města).

3.3.2 Stárnutí obyvatelstva

Demografické stárnutí je proces, kdy se věková struktura obyvatelstva mění, zvyšuje se podíl osob starších 65 let a naopak snižuje podíl osob mladších 15 let (graf 1). Lidé na určitém území jsou charakterizováni vlastnostmi, podle kterých se dále člení a

strukturují. Pohlaví a věk patří mezi dvě základní demografické charakteristiky jedince (Demografický informační portál O DEMOGRAFII, c2004-2009).

Graf 1: Podíl obyvatel ve věkové skupině 0-14 a 65 a více let v letech 1950-2008



Zdroj:

http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/podil_obyvatel_ve_vekove_skupine_0_14_a_65_a_vice_let_v_letech_1950_2008 [15. 3. 2010]

Jak již bylo zmíněno v úvodu práce, stárnutí populace je způsobeno tím, že v dnešní době stále více mladých lidí odkládá uzavření manželství a tím i založení rodiny do vyššího věku. Lidé se chtějí seberealizovat, budovat kariéru, změnili svoje životní hodnoty a v neposlední řadě hraje roli i vyšší ekonomická náročnost založit rodinu a problém obtížné dostupnosti bytů pro mladé. Další fakt existuje ve snížení úmrtnosti lidí ve vyšším věku, což je dáno změnou životního stylu, stravovacích návyků, zlepšením zdravotní péče i životního stylu. Všechny výše zmiňované skutečnosti se projevují na prodloužení délky života. Prodlužování délky života je sice velký úspěch společnosti, ale stárnutí představuje hrozbu a problémy jak pro jednotlivce, tak i pro celou společnost a politiku (Kretschmerová, Šimek, 2001).

Pro vyjádření demografické charakteristiky se používá graf, který se nazývá strom života nebo také věková pyramida. Tato pyramida představuje grafické znázornění věkové struktury obyvatelstva a znázorňuje počet žen a mužů v různém věku.

Příloha 1: Stromy života v různých letech

3.3.3 Senioři a seniorský cestovní ruch

O seniorech se dnes velice často hovoří a píše. Na pojem senior se nahlíží z různých úhlů. Senior může být příslušník starší věkové kategorie, dále starší ze dvou lidí stejného jména, kterého můžeme rozpoznat podle zkratky za jménem, nebo ve sportu dospělý oproti mladšímu. Pro tuto práci je však nejdůležitější pojem první.

Důležitým aspektem je vymezení skupiny populace. Při určení hranice stáří nepanuje shoda. Například Červenka (2009) stáří vymezuje a člení do tří kategorií:

- 60 - 74 let (počínající stáří, mladí senioři);
- 75 - 89 let (vlastní stáří, senium, staří senioři);
- 90 let a více (dlouhověčnost, velmi staří senioři).

Vnímání pojmu senior pro cestovní ruch můžeme rozdělit i takto:

- lidé 50+ – označovaní jako „empty naster“ = rodiče bez dětí, kteří dosud pracují, vyžadují dostatek času a spánku, využívají především různé formy zábavy, kterých se jako rodiče museli vzdát, upřednostňují rekreační a regenerační dovolenou;
- lidé 60+ – lidé, kteří odešli do důchodu, mají dostatek volného času a chtějí si doplňovat své znalosti;
- lidé 70+ – tito lidé již mohou mít zdravotní problémy, a proto vyžadují pomalejší tempo (Čertík, 2001).

Nezáleží příliš na věku jako takovém, ale spíše na tom, jak se člověk cítí. Stáří má své specifické aspekty. Jedná se o stárnutí:

- biologické – pokles tělesné hmotnosti a výšky, snížení pohyblivosti (riziko úrazu) a výkonnosti, změny nervového systému (pomalé reakce, zapomínání), změny kůže (vrásky, pigmenty), šedivění, vypadávání vlasů a zubů, zhoršení zraku, sluchu, řeči, s věkem klesá vitalita a energie, projevuje se únava, poruchy spánku;
- psychologické – pokles duševních funkcí, změny ve vnímání a rozumových schopnostech (paměť, myšlení), dále citového prožívání (deprese, neochota spolupracovat) a změny osobnosti (Červenka, 2009).

Rok 2000 je podle agentury Mag Consulting označován rokem vzniku seniorského cestovního ruchu v České republice. Hlavní příčiny vzniku lze spatřovat v touze po vzdělání, poznávání cizích krajů a zemí, zvyklostí lidí, potřebou navazovat kontakty, zvyšováním životní úrovně, kulturou cestování, výměnou informací, regenerací fyzických i duševních sil, seberealizací seniorů či zábavou (Lukrativní cílová skupina cestovního ruchu, 2008). „Všeobecně lze seniorskou turistiku definovat jako turistiku lidí, jejichž věk překročil hranici 50 let (USA), resp. 55 let (Evropa).“ (Čertík, M., 2001, s 255)

Senioři nepředstavují homogenní skupinu. Je pravda, že mají specifické potřeby a způsob života, ale také je tato skupina lidí i něčím heterogenní. Stárí je ve svých projevech individuální, odráží osudy lidí. Období stárí nabývá na důležitosti, protože existuje celá řada možností, jak být i nadále platným členem ve společnosti a užívat si každého dne naplno. Aktivní stárí se projevuje zájmem o konkrétní činnosti, aktivním přístupem k životu, utvářením nových vztahů, udržováním zájmové činnosti, přiměřenou fyzickou aktivitou, přípravou na stárí (materiální základna, duševní i fyzické aktivity) atd.

Senioři jsou vyhledávanou turistickou klientelou, kterou nelze v dnešním světě tvrdé konkurence opomíjet. Mezi hlavní motivy seniorského cestovního ruchu se řadí poznávací, kulturně-vzdělávací, zdravotní a společenské motivy, dále finanční (slevy) nebo i nákupní důvody. Méně známým faktorem je, že ve stárí stoupá zájem o všeobecnou informovanost, rozhled, smysl pro detail, schopnost rozlišovat tóny a barvy. Smutek je pro mnohé lidi v tomto věku velkým problémem, neboť ve stárí lidé bilancují svůj život, což je přirozené. Někteří se také vracejí k tomu, co se stalo v jejich životě dobrého i zlého, a chtějí se naposledy v životě podívat na svá oblíbená místa.

Seniorský cestovní ruch má své odlišnosti a specifické rysy, které se liší od ostatních forem cestovního ruchu. Mezi takovéto rysy patří například:

- cestování ve skupině, často s vnoučaty nebo s jiným doprovodem;
- služby vysoké kvality, pohodlí a relaxace;
- cestování mimo hlavní sezónu;
- nákupy dopředu (first minute), seniorské balíčky a programy, různé slevy a výhody;
- důkladná organizace cesty, služby zajištěné cestovní kanceláří;
- objednávají zboží a služby přes internet pouze výjimečně;
- jsou rizikovější z hlediska zdravotních obtíží a úrazů (CzechToursim.cz, c2005-2010, Čertík, 2001).

Služby pro tento segment jsou velice specifické. Lidé chtějí trávit dovolenou aktivně, udržovat se ve fyzické i duševní kondici, proto se jim musí přizpůsobit nabídka služeb a produktů. Například ubytovací zařízení by mělo poskytnout dostatek sportovního vyžití, možnost kulturní aktivity a poznání. Z hlediska přístupu by měl být komplex bezbariérový. Podniky cestovního ruchu mohou posílit období mezi sezónami a přizpůsobit tím i nabídku zájezdů, protože si uvědomují, že senioři vyžadují zvláštní péči, bezpečnost, aktivitu a zábavu odpovídající jejich stavu (Mag Consulting, 2006).

Česká republika má dobré předpoklady pro rozvoj této formy cestovního ruchu, protože má k dispozici rozmanité přírodní atraktivitu, kulturní i historické dědictví, termální a minerální prameny, lidové tradice, dobrou úroveň ubytovacích a stravovacích služeb a mnoho dalších předpokladů (Čertík, 2001).

3.4 Členění České republiky na územní celky

3.4.1 Region CR

Region cestovního ruchu podle Gúčika a kol. (2004) vyjadřuje území, ve kterém se ve funkční návaznosti organizují ekonomické a sociální činnosti, využívající specifické prvky primární a sekundární nabídky a ekonomické zdroje na rozvoj aktivit cestovního ruchu.

3.4.2 Okresy a kraje České republiky

Okresem se označuje územní jednotka středního stupně, která je menší než kraj a větší než obec. Na tyto jednotky se dělí územní celé České republiky s výjimkou Prahy, která není okresem, ale člení se na deset číslovaných obvodů. Roku 2002 svoji činnost ukončily okresní úřady, avšak okresy jako takové zůstávají v platnosti například pro státní instituce jako statistická jednotka (Wikipedia, 2010).

Vyšší územní samosprávný celek se nazývá kraj. Od 1. ledna 2000 v České republice existuje 14 krajů.

3.4.3 Turistické regiony

Cestovní ruch je vystaven mezinárodní i regionální konkurenci. Proto je potřeba vytvořit komplexní a atraktivní nabídku, která by poukazovala na všechny potenciály cestovního ruchu v České republice.

Z pohledu cestovního ruchu a pro marketingové účely se Česká republika dělí na turistické regiony, které vznikly jako výsledek jednání v regionech v letech 1998 – 1999. Hlavní myšlenkou vzniku byla možnost ucelené prezentace oblasti nejen ve vztahu k zahraničí, ale také k podpoře domácího cestovního ruchu. Každý region je něčím charakteristický, neboť nabízí specifický okruh aktivit (Český statistický úřad, 2009).

„Turistické regiony jsou definovány jako oblasti, pro něž je typický určitý druh turistiky, který jednotlivé prvky dané oblasti spojuje a sjednocuje, ale zároveň i odlišuje od ostatních regionů. Základem pro turistický region je existence produktů a turistické nabídky. Turistické regiony naopak netvoří politické a institucionální hranice. Nejsou striktně vymezeny, protože snahou je poskytnout zejména lokalitám umístěným na okrajích těchto regionů určitou samostatnost při rozhodování a vlastní prezentaci.“ (CzechTourism.com, c2005-2010)

Území České republiky bylo rozčleněno na 15 turistických regionů. Agentura CzechTourism v lednu 2010 zveřejnila novou mapu turistických regionů na základě schválení Asociace krajů České republiky. Původní rozdělení totiž neodpovídalo současným potřebám. Nové rozdělení vytvořilo 17 turistických regionů a 40 oblastí. Navýšení je způsobeno díky potřebám regionu Východní Morava a také díky regionu Východní Čechy, který se rozdělil na dva – Východní Čechy (Pardubický kraj) a Královéhradecko (Královéhradecký kraj). Další rozdíl je i změna některých regionů nebo jejich názvů. Toto nové rozdělení bude podkladem pro statistické sledování Českého statistického úřadu (CzechTourism.cz, 2010).

„Problémem zůstává statistické podchycování rozvoje cestovního ruchu, neboť vymezení těchto regionů se plně nekryje ani nesestává ze správních jednotek, pro které jsou statistická data zjišťována, a také finanční toky jsou rozhodujícím způsobem určeny podle administrativních jednotek.“ (Pásková, M., Zelenka, J., 2002, s 246)

Turistické rozdělení je jistě vhodné k celkové prezentaci České republiky v zahraničí. Zahraniční návštěvníci si mohou udělat ucelený obrázek o tom, co se v této destinaci nachází a co mohou navštívit. Je pravda, že určité oblasti mají svá specifika, kterými se mohou pochlubit.

Příloha 2: Turistické regiony České republiky

Příloha 3: Turistické oblasti České republiky

3.4.4 Euroregiony a NUTS

Euroregiony reprezentují formy přeshraniční spolupráce. Jedná se o místní i regionální samosprávy, sdružení sousedících subjektů na obou stranách hranic dvou států. Vznik euroregionů na území České republiky se datuje od roku 1991. Snahou o vytvoření byl společný postup při řešení problémů a získávání finančních prostředků. Spolupráce se týká zejména životního prostředí, dopravní infrastruktury, cestovního ruchu, kultury, ekonomiky atd. (Euroskop.cz, c2005-2010).

Příloha 4: Euroregiony

Pro účely evropské statistiky byly vytvořeny územní celky NUTS (nomenklatura územních statistických jednotek). Tuto klasifikaci vypracoval Eurostat (statistický úřad Evropské unie) pro porovnání a analýzu ekonomických ukazatelů, statistického monitorování, přípravu, realizaci a hodnocení regionální politiky členských států, v neposlední řadě také pro čerpání prostředků z fondů Evropské unie. Pro dosažení srovnatelnosti těchto jednotlivých statistických celků byly stanoveny meze počtu obyvatel.

V České republice tato nomenklatura nese název CZ-NUTS, která vstoupila v platnost 1. ledna 2000. Jednotku NUTS 1 tvoří území České republiky (stát). NUTS 2 představují regiony soudržnosti (seskupení krajů do statistických oblastí). Do této úrovně směřují prostředky z fondů Evropské unie. Na úrovni NUTS 3 jsou umístěny kraje (Český statistický úřad, 2007).

Příloha 5: 14 krajů (NUTS 3) a 8 regionů soudržnosti (NUTS 2)

4 Charakteristika zkoumaného území

4.1 Vymezení území

Morava představuje historicky jednu ze tří českých zemí. Další dvě země jsou Čechy a Slezsko. Území Moravy je od roku 2000 rozděleno do sedmi krajů. Jedná se o kraj Jihomoravský a Zlínský, z velké části Morava pokrývá kraj Olomoucký, z poloviny kraj Vysočinu a nejméně zasahuje do krajů Moravskoslezského, Pardubického a Jihočeského.

Příloha 6: Mapa Moravy po roce 1920

Česká republika se dále dělí na několik územních celků, ať už se jedná o kraje neboli NUTS 3, okresy, turistické regiony atd. O těchto celcích bylo již více popsáno v kapitole 3.4 této práce, proto se k nim více vyjadřovat nebudeme. Postačí nám pouze pro vysvětlení vymezení daného území.

Pro potřeby diplomové práce je území upraveno a to tak, že Slezsko se bere jako součást Moravy. Práce se zaměřuje pouze na pět krajů, do kterých toto upravené území zasahuje nejvíce, to znamená kraj Vysočina, Jihomoravský, Zlínský, Olomoucký a Moravskoslezský (obrázek 4). Je to dáno také tím, že nejen území krajů, ale i ostatní členění, nerespektuje hranice historického vymezení. Další kraje jako je kraj Pardubický či Jihočeský nebudou do této práce zahrnuty, protože z větší části náleží do jiného turistického regionu nebo regionu soudržnosti, a proto by mohlo docházet ke zkreslení dat.

Potřebná data, která se dají dohledat a jsou k dispozici na webových stránkách Českého statistického úřadu, jsou počítána především za kraje, okresy nebo turistické regiony. Za ještě nižší celky, které představují obce, je to složité a v mnohých případech i nemožné, protože ne všechny obce data sledují a uveřejňují. Proto je práce zaměřena na kraje a okresy.

Obrázek 4: Vymezené území



Zdroj: Vlastní, zpracováno pomocí ArcGIS

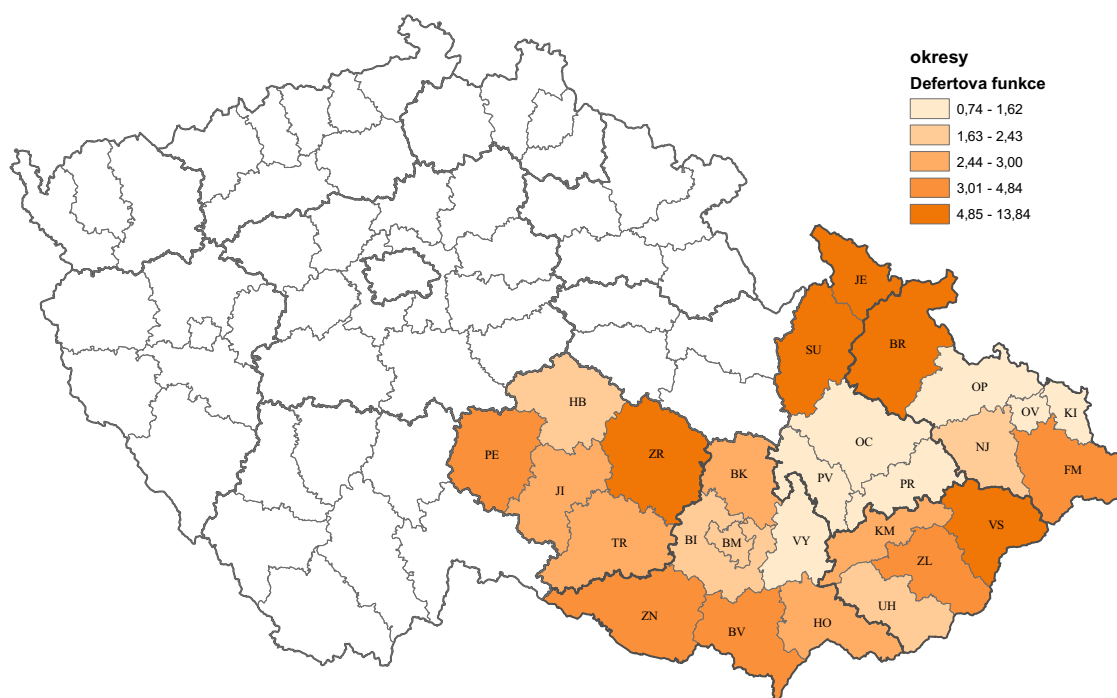
4.2 Turisticko-rekreační funkce území

Jedním z ukazatelů prostorové diferenciací cestovního ruchu je turisticko-rekreační funkce (nazývána též jako Defertova funkce), která vyjadřuje intenzitu turistické aktivity v daném území. Do této funkce bývají zahrnuty objekty druhého bydlení, což jsou chaty a chalupy, ale pro řešení našeho problému se nehodí, proto s nimi není počítáno.

$$D(f) = \frac{\text{počet lůžek v hromadných ubytovacích zařízeních}}{\text{počet trvale žijících obyvatel v daném území} * 100}$$

Je to relativně snadný ukazatel, ale při interpretaci výsledků to už tak jednoduché není, neboť musíme přihlídnout ke skutečnostem jako je míra využití lůžek, forma cestovního ruchu nebo sezónnost (Kunc, Šauer, Vystoupil, 2006).

Obrázek 5: Turisticko-rekreační funkce území



Zdroj: Vlastní, data ČSÚ, zpracováno pomocí ArcGIS

Defertova funkce vyjadřuje vztah mezi počtem potenciálních návštěvníků a počtem trvale žijících obyvatel na daném území. Hodnota indexu se pohybuje v rozmezí od 0,74 do 13,84. Existují okresy, kde hodnota indexu je menší než 1, což znamená, že zde není téměř žádná turistická aktivita. Ve skutečnosti zde však také nějaká, byť jen malá aktivita bude. Mezi takovéto okresy spadá Karviná a Ostrava-město. Je to způsobeno především průmyslem a stále prováděnou těžební činností, která způsobuje silné znečištění, a dělá z těchto oblastí méně navštěvované. Nejvyšších hodnot dosahují oblasti horské (Jeseníky, Žďárské vrchy, Beskydy, Pálava, Bílé Karpaty), lázeňská střediska (Jeseníky), oblasti s vodní plochou určenou k rekreaci (Vranovská přehrada, Nové Mlýny, Luhačovice, Nový Jičín), oblasti zimních sportů (Jeseníky, Beskydy), dále oblasti s významnými památkami, například UNESCO (Lednicko-valtický areál, Telč, Třebíč, Kroměříž), historické oblasti spojené s folklórem a lidovými tradicemi (Haná, Slovácko, Valašsko), vinařské oblasti spojené s cyklo- či pěší turistikou (jižní část Jihomoravského kraje) nebo oblasti spojované s významnými lidmi (Tomáš Baťa a Zlín). Nevýrazná turistická aktivita je v ostatních okresech, jako je Vyškov, Přerov, Prostějov, Olomouc či Opava. To je způsobeno tím, že lůžková kapacita je poměrně malá v porovnání s počtem obyvatel, a také je zde velký výskyt venkovské krajiny.

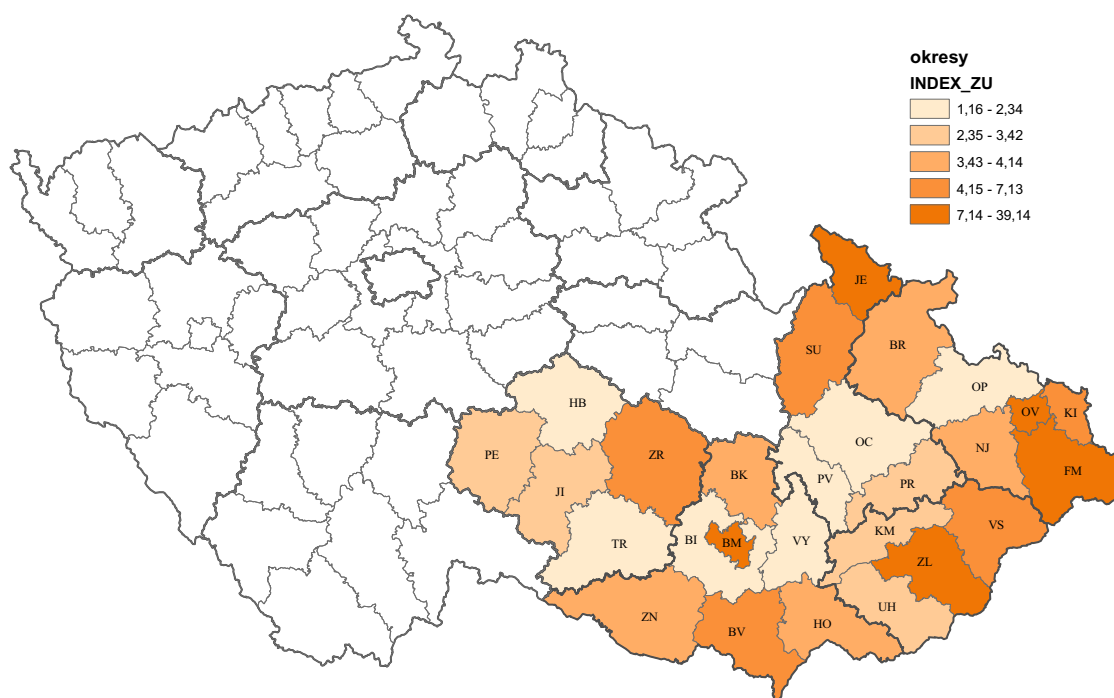
4.3 Turisticko-rekreační zatížení území

Turistická únosnost je jedním z problémů udržitelného cestovního ruchu. Index zatíženosti území rekreačním využíváním (neboli index ZÚ) představuje závislost ubytovací kapacity na rozloze území. Do tohoto ukazatele bývají také zahrnuty objekty druhého bydlení, jako tomu bylo v předchozím případě, ale my s nimi opět nepočítáme (Vystoupil, 2006).

$$ZÚ = \frac{\text{počet lůžek v hromadných ubytovacích zařízeních}}{\text{rozloha území v km}^2}$$

Z indexu vyplývá závislost, čím vyšší hodnota indexu, tím vyšší zatížení. Pro interpretaci výsledků si musíme uvědomit lokalizaci hromadných ubytovacích zařízení.

Obrázek 6: Turisticko-rekreační zatížení území



Zdroj: Vlastní, data ČSÚ, zpracováno pomocí ArcGIS

Hodnota tohoto indexu se pohybuje v rozmezí od 1,16 do 39,14. Průměrná hodnota za celé sledované území je 5,34 lůžek na km². Nejvyššího čísla bylo dosaženo v okrese Brno-město, kde na rozlohu 230 km² připadá 9 tisíc lůžek. Vysokých hodnot dosahují dále okresy jako je Ostrava-město, Jeseník, Zlín, Frýdek-Místek, kde se na malé ploše

rozprostírá poměrně velké množství lůžek. To způsobuje nárůst hodnoty indexu a tím i nejvyšší zatížení daného území. Naopak nejmenší hodnoty dosáhl okres Vyškov, kde se nachází nejméně ubytovacích kapacit. Geografické rozložení turisticko-rekreačního zatížení území koresponduje s turistickou atraktivitou území (předchozí část). Vše ovlivňuje výskyt horských, vodních nebo lázeňských oblastí, které hodnotu indexu zvyšují, tedy primárních atraktivit. Naopak ji snižují oblasti s menšími předpoklady pro rozvoj cestovního ruchu. To znamená místa, kde se sice vyskytují různé atraktivity, ale ne v takové míře, jako je tomu u ostatních oblastí.

Musíme si také uvědomit, že zde nejsou zahrnuty objekty individuální rekreace, mezi které patří především chaty a chalupy. Tyto objekty mají svá funkční i prostorová specifika. Vyskytují se většinou v příměstských rekreačních oblastech nebo v oblastech u vodních ploch, což je na Moravě poměrně běžný jev.

5 Demografické změny a vliv na cestovní ruch

5.1 Struktura obyvatelstva a její stárnutí

Struktura obyvatelstva představuje důležitý článek pro demografickou analýzu. Rozlišujeme strukturu podle věku a podle pohlaví, což jsou dvě nejdůležitější charakteristiky jedince. My budeme pracovat pouze s věkem. U této struktury se zjišťují poměry mezi ekonomicky aktivními a neaktivními obyvateli. Ukazatelé pomáhají v plánování důchodové politiky, neboť struktura obyvatelstva do budoucna vypovídá o počtu lidí v důchodovém či školním věku nebo o potenciálně ekonomicky aktivních lidech.

Jak jsme se již několikrát zmínili, demografické stárnutí je proces, kdy se postupně mění věková struktura obyvatelstva, zvyšuje se podíl osob starších 65 let a snižuje podíl osob mladších 15 let. Proces stárnutí lze charakterizovat pomocí průměrného věku či indexu stárání (Demografický informační portál O DEMOGRAFII, c2004-2009).

5.1.1 Průměrný věk

Průměrný věk vyjadřuje aritmetický průměr věku všech jedinců dané populace. Hodnota ukazatele jednoduchým způsobem charakterizuje věkovou strukturu obyvatelstva.

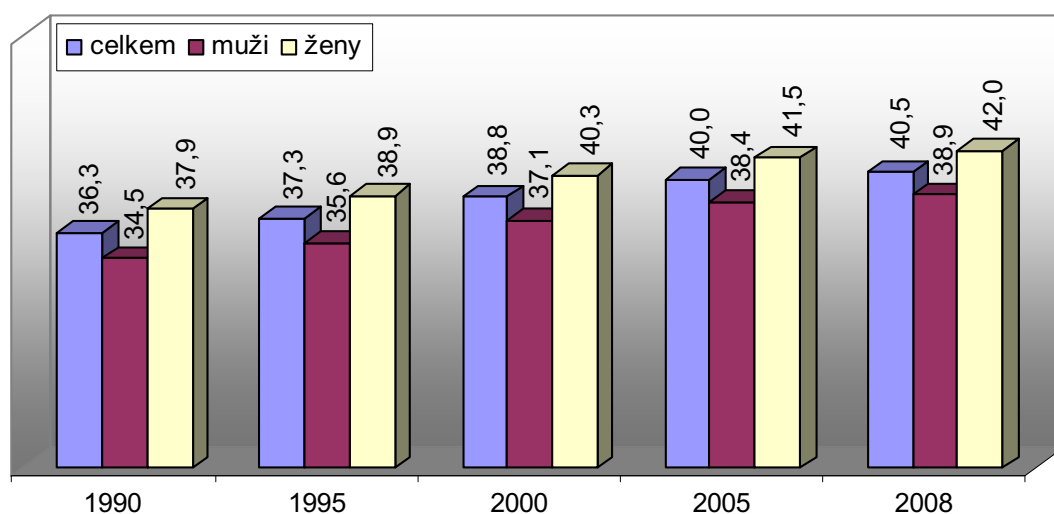
Tabulka 2: Průměrný věk obyvatel krajů za rok 2008

Kraj	Průměrný věk		
	muži	ženy	celkem
Jihomoravský	39,1	42,4	40,8
Moravskoslezský	38,6	41,7	40,2
Olomoucký	38,9	42,0	40,5
Vysočina	38,8	41,7	40,3
Zlínský	39,0	42,3	40,7
Česká republika	38,9	42,0	40,5

Zdroj: Vlastní, data ČSÚ

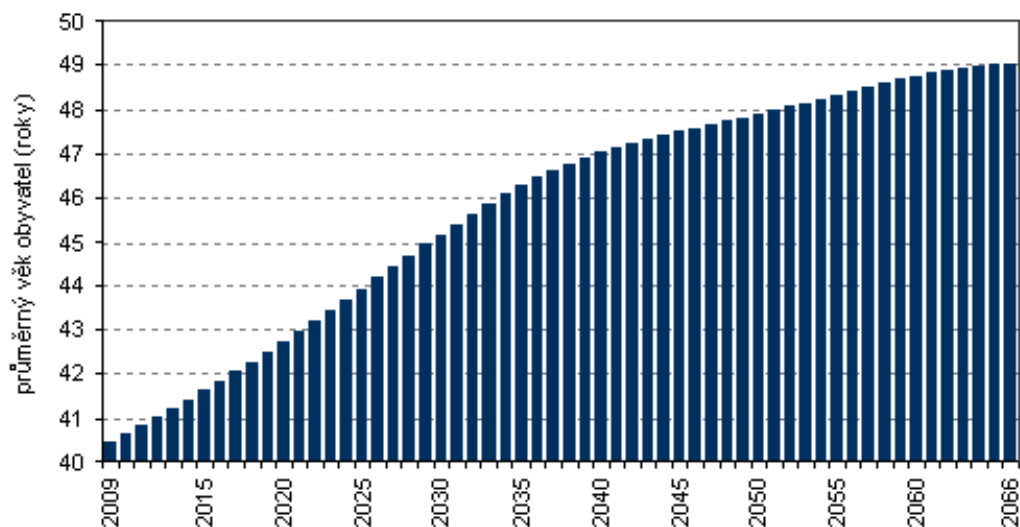
Současný stav ve zkoumaném území zobrazuje tabulka 2. Ženy v porovnání s muži dosahují stále vyššího průměrného věku až o 3 roky téměř ve všech zkoumaných krajích.

Graf 2: Vývoj průměrného věku v letech 1990-2008



Zdroj: Vlastní, data ČSÚ

Graf 3: Očekávaný vývoj průměrného věku obyvatel do roku 2066



Zdroj: http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/ocekavany_vyvoj_prumerneho_veku_obyvatel_do_roku_2066

[15. 3. 2010]

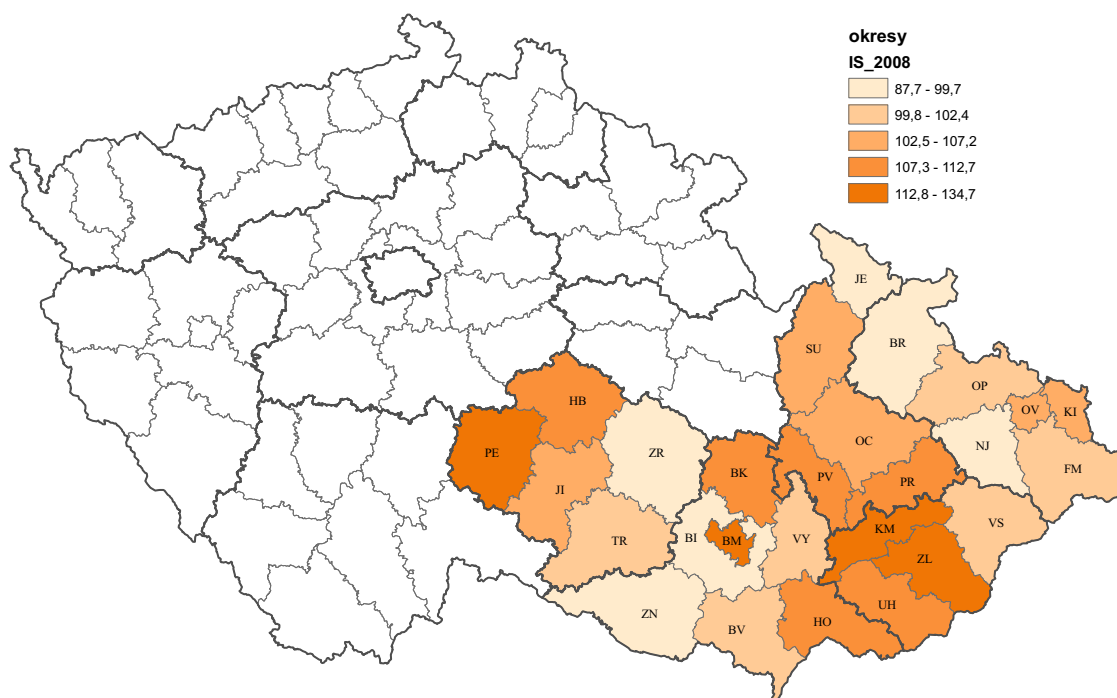
Z předchozích dvou grafů můžeme vidět zvyšující se tendenci průměrného věku. Roku 1990 se celkový průměrný věk pohyboval na hodnotě 36,3. Za 18 let se zvýšil o 4,2 na hodnotu 40,5. To vyjadřuje důkaz stárnutí obyvatelstva. Prognózy na další roky také nejsou příliš pozitivní. Roku 2066, což sice představuje dalekou budoucnost, by měl průměrný věk dosáhnout hranice 49 let.

5.1.2 Index stáří

Index stáří je konstruován jako poměr počtu obyvatel v poproduktivním věku ku dětské složce. Vyjadřuje, kolik obyvatel starších 65 let připadá na 100 dětí ve věku do 15 let. Mimo jiné se používá i při mezinárodním srovnávání věkové struktury.

$$IS = \text{počet osob } 65+ / \text{počet osob } 0-14 \text{ let} * 100$$

Obrázek 7: Index stáří v roce 2008



Zdroj: Vlastní, data ČSÚ, zpracováno pomocí ArcGIS

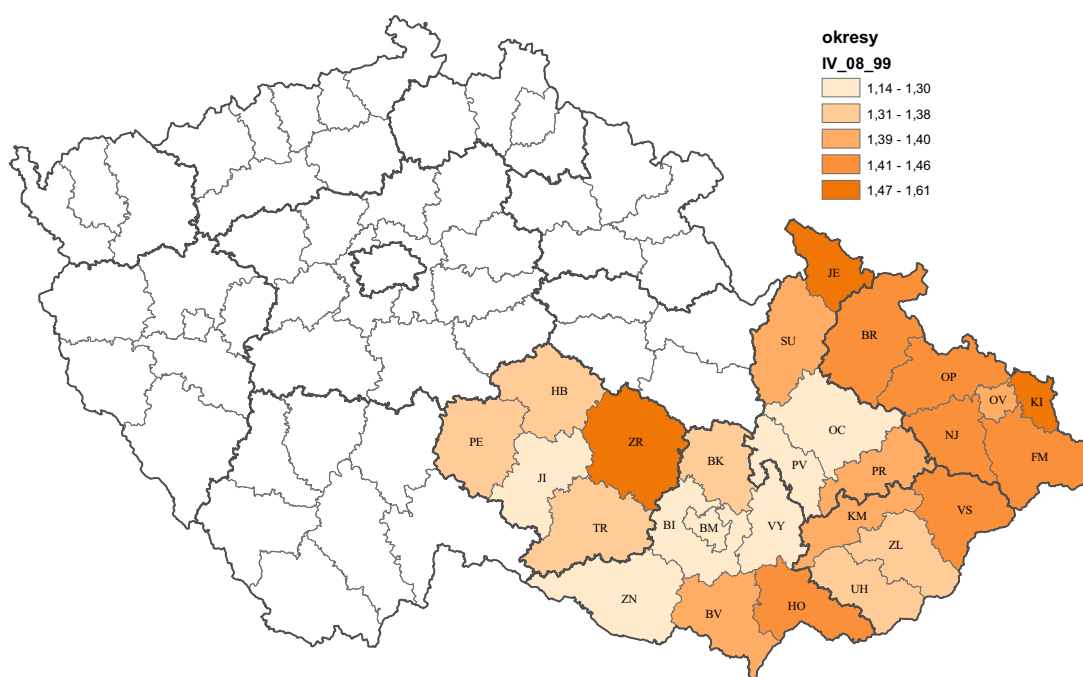
Index stáří vyjadřuje míru stárnutí populace a velice rychle se zvyšuje. Průměrná hodnota indexu za zvolené území vzrostla ze 77,3 z roku 1999 na 105,4 v roce 2008. Znamená to, že na 100 osob mladších 15 let připadá 105,4 osob starších 65 let. Nejvyšší hodnotu indexu dosáhl okres Brno-město (134,7), který má také nejvyšší zastoupení starších osob (63 444), dále Pelhřimov, Zlín a Kroměříž. Naopak nejnižší připadá na okresy Bruntál (87,7), Nový Jičín, Znojmo, Žďár nad Sázavou, Brno-venkov a Jeseník, který má naopak nejméně starších osob (5 660) za rok 2008.

5.1.3 Index vývoje

Jak se vyvíjel index stáří zjistíme, porovnáme-li indexy stáří v různých letech mezi sebou. Nejvyšší navýšení vypovídá o nejvyšší dynamice demografického stárnutí v daném okrese. V mnohém tento index koresponduje se samotným indexem stáří.

$$IV = IS\ 2008 / IS\ 1999$$

Obrázek 8: Index vývoje IS 2008/1999



Zdroj: Vlastní, data ČSÚ, zpracováno pomocí ArcGIS

Hodnoty vyšší než 1, což znamená stárnutí obyvatelstva, dosáhly na daném území všechny okresy. Z kartogramu vyplývá, že nejvyšší dynamika demografického stárnutí během necelé dekády 1999 – 2008 byla zaznamenána u okresů, ve kterých probíhala a stále probíhá transformace a restrukturalizace původního zaměření na těžký průmysl do jiných činností. Jde o okresy s problematickým životním prostředím, nezaměstnaností, sociálními problémy apod. Nejvyššího čísla dosáhla Karviná. Index stáří se v tomto okrese v daném období zvýšil 1,6 krát neboli o 60 % (ze 65,8 na 105,8). Následoval okres Jeseník a Žďár nad Sázavou. Naopak nejnižší hodnoty, tj. nejpomalejší demografické stárnutí lze zaznamenat v zázemí velkých měst (Brno, Olomouc, Prostějov atd.), což souvisí s probíhajícím procesem suburbanizace, kdy se zejména mladé rodiny s dětmi stěhují do obcí v okolí měst. Proto nejnižší hodnota byla dosažena v okrese Brno-venkov.

5.2 Důsledky stárnutí populace pro cestovní ruch

Změny týkající se stárnutí populace mají velký vliv na cestovní ruch, neboť významnou složku turistů již tvoří a nadále budou stále více tvořit starší obyvatelé. Proto je velice důležité zaměřit se na tuto složku a nabídnout jí co nejvíce.

Součástí této práce není vlastní dotazníkové šetření, které by více specifikovalo segment seniorů, jeho profil, strukturu, názory a postoje k cestovnímu ruchu na území České republiky. Pro získání těchto informací proto využijeme projekt agentury CzechTourism Monitoring návštěvníků v turistických regionech České republiky, který se zabývá informacemi týkající se stavu na straně poptávky v oblasti trhu cestovního ruchu.

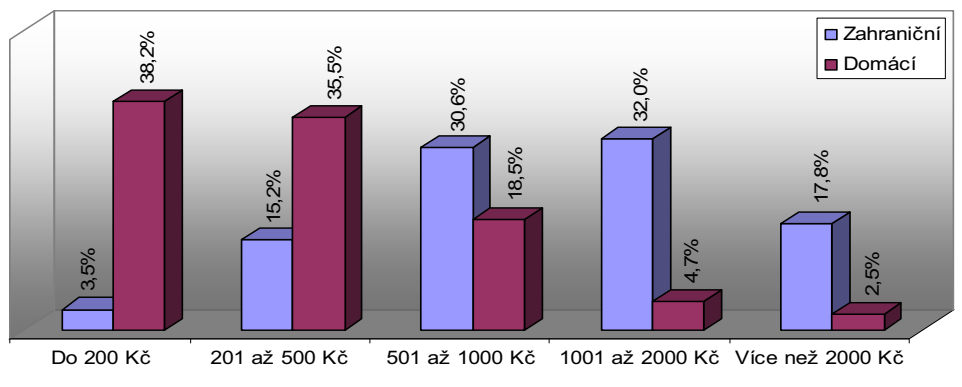
5.2.1 Profil domácího a zahraničního návštěvníka – seniora

V této části jsou sestaveny grafy, které lépe znázorní segment seniorů, což představuje osoby ve věku 60 a více let, které byly v zastoupení 72,57 % domácí návštěvník a 27,43 % zahraniční návštěvník.

Z cizinců stojí za zmínku návštěvníci především z Německa (17,06 %), Rakouska, Slovenska, Polska a Holandska. Nejčastěji přijíždějí se svými partnery, přáteli či známými na delší pobyty (3 – 7 noclehů) nebo na jednodenní výlety. Kolem 40 % respondentů uvedlo, že jsou v České republice nebo v daném regionu poprvé, a že určitě plánují zopakovat návštěvu.

Domácí návštěvníci přijíždějí také s partnery, přáteli a známými, ale vyskytují se i lidé, kteří se vydají na cestu sami. Jedná se především o jednodenní výlety. V daném regionu již několikrát pobývali a taktéž plánují zopakovat návštěvu.

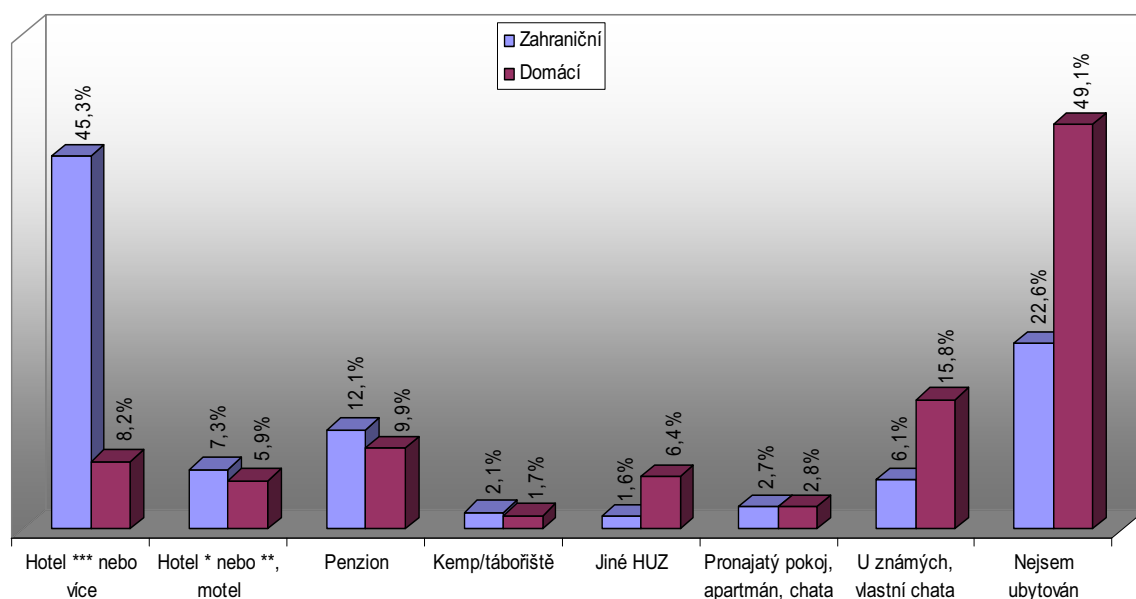
Graf 4: Útrata na osobu a den



Zdroj: Vlastní, data Monitoring návštěvníků v turistických regionech České republiky

Z grafu 4 můžeme vyčíst rozdílné pohledy na finance. Zahraniční návštěvník na dovolené nešetří, chce si ji užít se vším všudy za každou cenu. Za den utratí 500 až 2 000 Kč a někdo dokonce i více. Domácí turista to má právě naopak, snaží se více šetřit, proto neutratí více jak 1 000 Kč. Největší počet respondentů odpovědělo, že denní výdaje činní do 200 Kč nebo do 500 Kč. Je to dáno především příjmy a důchody, které jsou u nás a v zahraničí velice rozdílné.

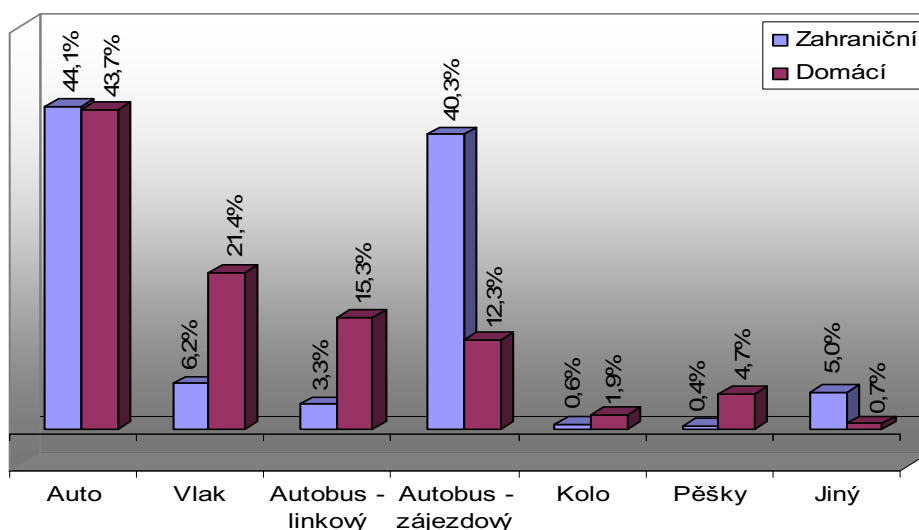
Graf 5: Využitý typ ubytování



Zdroj: Vlastní, data Monitoring návštěvníků v turistických regionech České republiky

Jak jsme již zmínili, zahraniční turisté tráví v regionech delší dobu, proto se musejí někde ubytovat a také někde stravovat. Nejvíce využívají hotely *** nebo více hvězdiček, dále penziony, hotely nižší kategorie a nebo se neubytovávají vůbec, což jsou turisté výletníci. Stravují se téměř vždy. Češi jsou stále všude považováni za tzv. „baťůžkáře“. Domácí návštěvníci přijíždějí na jednodenní výlety, proto nemají potřebu se ubytovávat. Když však někde tráví delší dobu, přespí většinou u známých, ve vlastní chatě nebo si zaplatí pokoj v penzionu. Stravují se buď ze svých zásob, nebo si občas zajdou na jídlo. Návštěvníci nejméně využívají jako typ ubytování kemp či tábořiště. Je to dáno především zdravotními problémy seniorů, menším pohodlím, nebo také tím, že kempy využívají nejvíce mladí lidé, kteří rádi ponocují a hlasitě se baví.

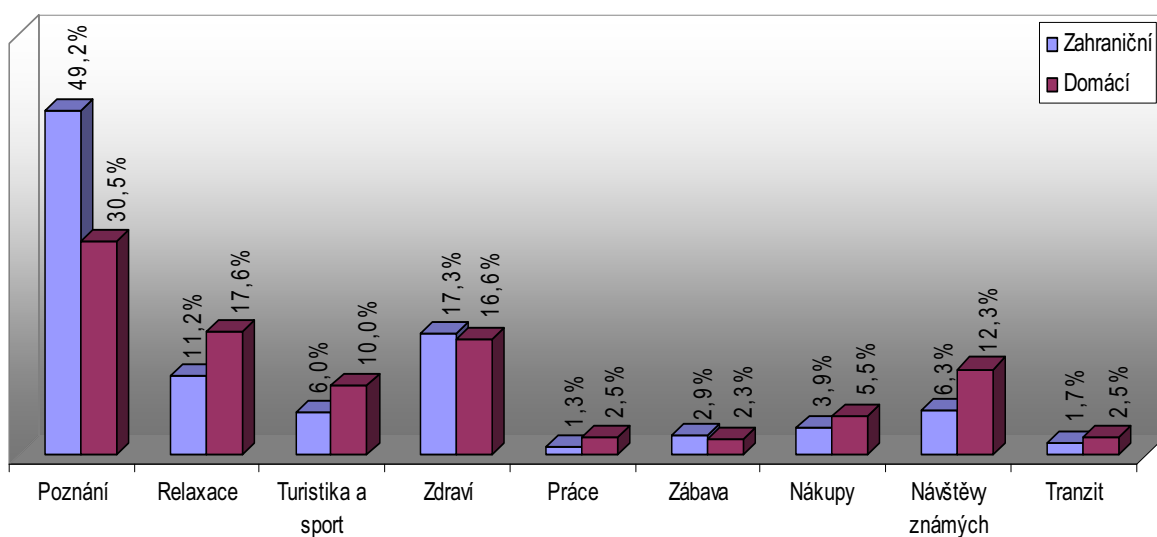
Graf 6: Využitý dopravní prostředek



Zdroj: Vlastní, data Monitoring návštěvníků v turistických regionech České republiky

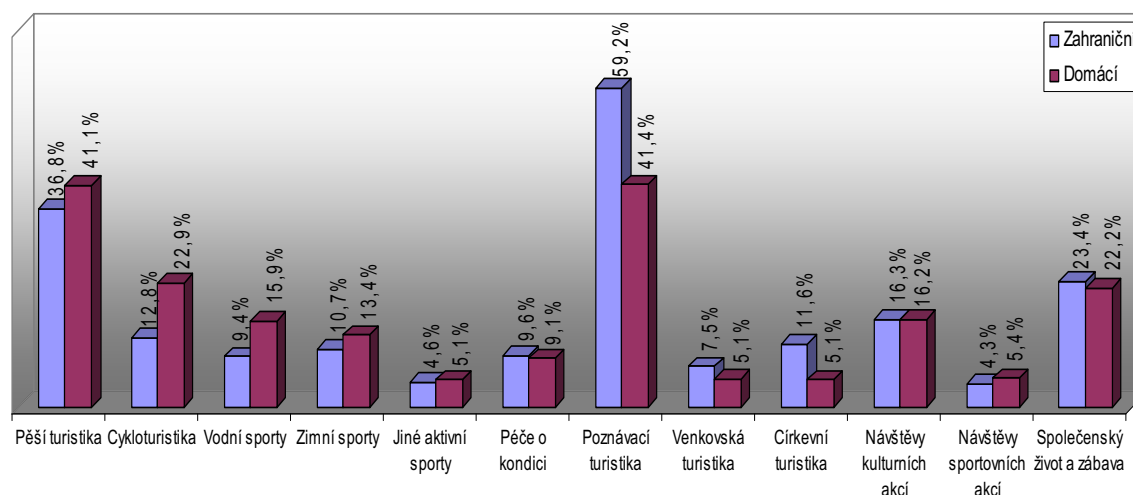
Na otázku, jaký dopravní prostředek používají pro cestování, odpovědělo 44,1 % zahraničních návštěvníků osobní automobil a 40,3 % zájezdový autobus. To svědčí o tom, že senioři opravdu využívají služeb cestovních kanceláří či agentur. Domácí turisté preferují automobil. Když však automobil nevlastní nebo se již necítí na cestu vlastními silami, využijí vlak či linkový autobus, kde mohou mimo jiné uplatnit například seniorské slevy.

Graf 7: Převažující důvod návštěvy



Zdroj: Vlastní, data Monitoring návštěvníků v turistických regionech České republiky

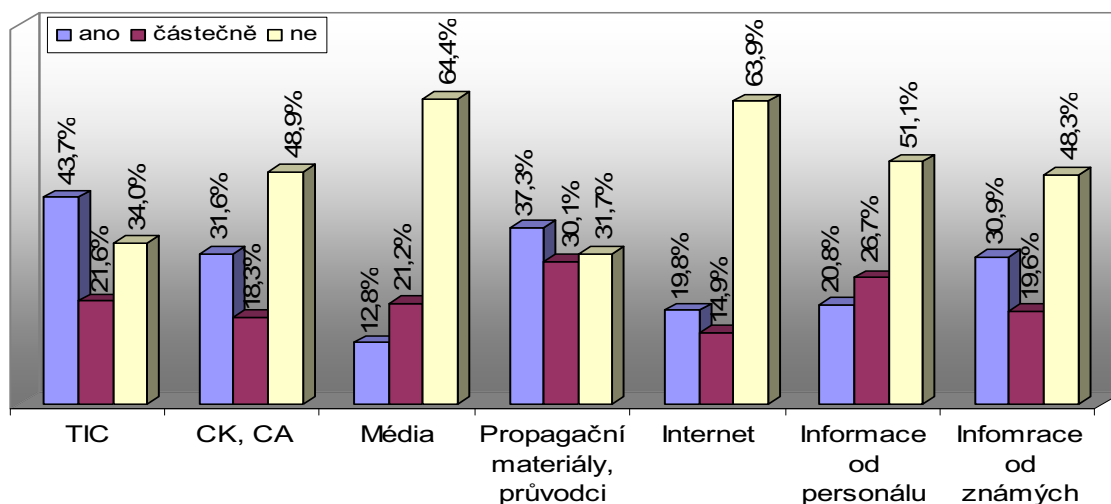
Graf 8: Nejlákavější aktivity v regionu (souhrn)



Zdroj: Vlastní, data Monitoring návštěvníků v turistických regionech České republiky

Graf 7 a graf 8 spolu nepochybně souvisí. Důvodem návštěvy je nejčastěji poznání, relaxace a péče o zdraví. Domácí návštěvníci ještě rádi jezdí na návštěvy ke svým příbuzným či známým. Nejlákavější aktivitou je pro respondenty poznávací a pěší turistika a společenský život. Chtějí být aktivní a navazovat sociální kontakty.

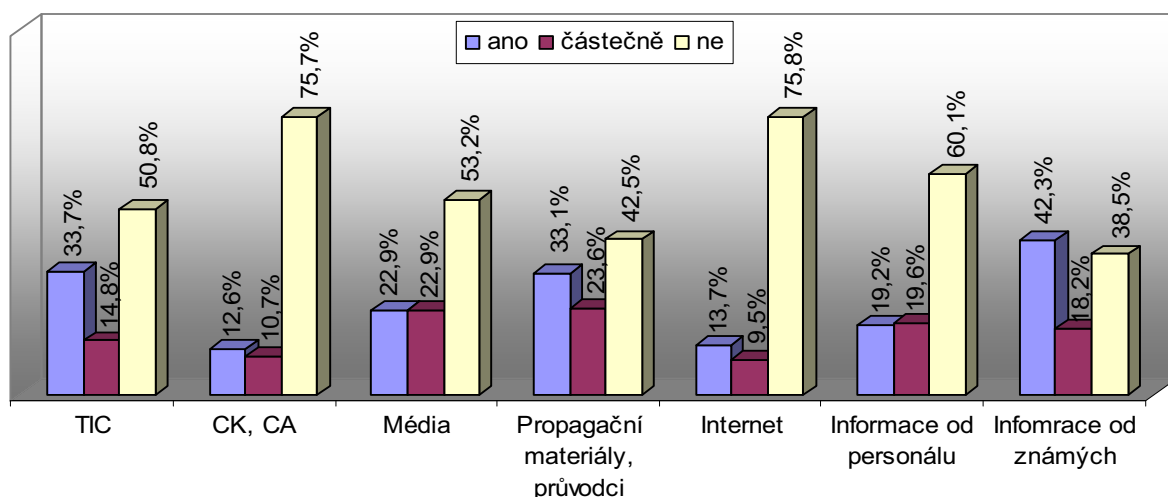
Graf 9: Využité informační zdroje – zahraniční návštěvník



Zdroj: Vlastní, data Monitoring návštěvníků v turistických regionech České republiky

Zahraniční návštěvník využívá nejvíce služeb turistických informačních center, cestovních kanceláří či agentur a informací z propagačních materiálů a od svých známých. Nejméně při plánování své dovolené používá internet, média a informace od personálu.

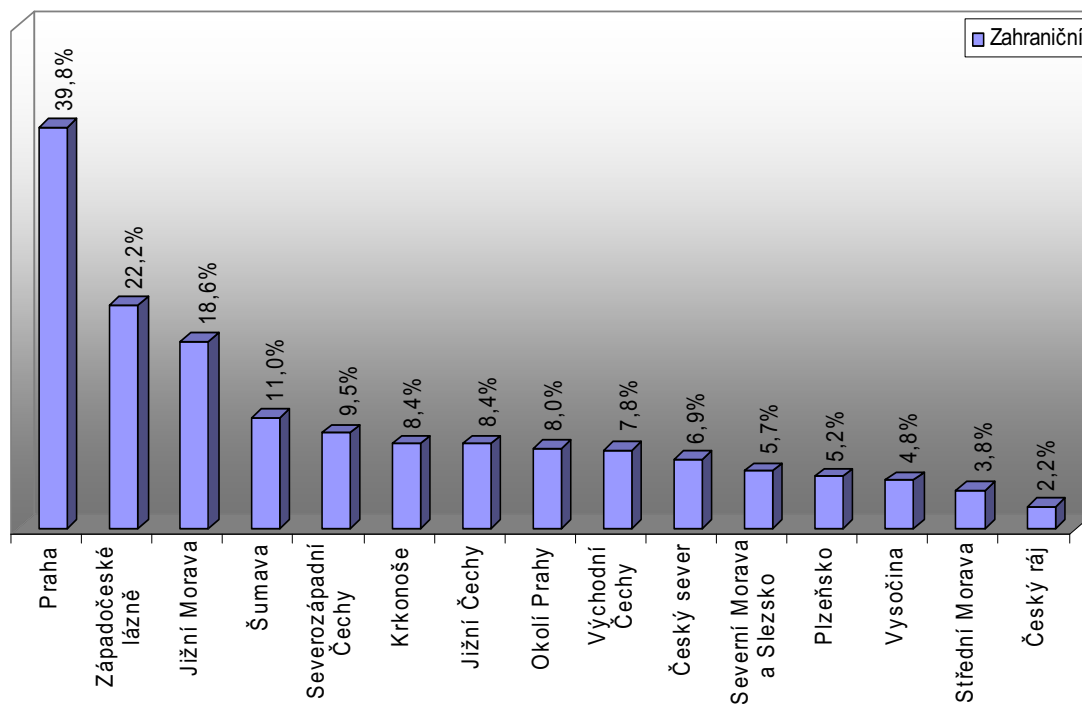
Graf 10: Využité informační zdroje – domácí návštěvník



Zdroj: Vlastní, data Monitoring návštěvníků v turistických regionech České republiky

Naopak domácí návštěvník nejvíce věří informacím, které mu sdělí příbuzní a známí, turistická informační centra a propagační materiály. Nejméně se zaměřují na vyhledávání na internetu. Je to způsobeno technickou a technologickou negramotností starší generace. Služeb cestovních kanceláří a agentur mnoho nevyužívají.

Graf 11: Navštívené turistické regiony během pobytu v České republice (souhrn)



Zdroj: Vlastní, data Monitoring návštěvníků v turistických regionech České republiky

Zahraniční turisté přijíždějí do České republiky nejvíce kvůli Praze (téměř 40 %), západočeským lázním (22,2 %) a Jižní Moravě (18,6 %). Je to způsobeno především větší prezentací těchto regionů v zahraničí. Co si každý vybaví, když se řeknou tyto regiony? Myslím, že hodně lidí si vzpomene na památky, lázně a víno. Severní Morava a Slezsko, Vysočina a Střední Morava se vyskytuje spíše v druhé polovině tohoto grafu. S tímto bychom měli něco dělat, aby zajímavosti, které regiony mohou nabídnout, byly turisticky lákavé a více navštěvované.

Na otázky týkající se spokojenosti nejvíce dotazovaných odpovědělo, že je hodnotí spíše dobré nebo neumí posoudit. Monitoring sledoval spokojenost se službami (ubytovacími, stravovacími, pro motoristy, cykloturisty), s vybaveností, s úrovní personálu, s péčí o čistotu a pořádek, s cenovou úrovní služeb nebo s péčí o rozvoj. Do péče o rozvoj byly zahrnuty informace, značení, památky, životní prostředí, bezpečnost či volný čas.

Co nejvíce v regionu schází? Návštěvníci se více méně shodují. Služby hodnotili jako drahé, s horší kvalitou i čistotou, dále jim chybí atrakce pro děti, bazény či koupaliště, informace o regionu, málo obchodů, nedostatek společenského a sportovního vyžití, parkovací místa, dostupnost či špatný stav komunikací. Vše se pohybovalo okolo 1 až 3 %. Zahraniční turisté dále nebyli spokojeni s přístupem místních obyvatel k nim. Zde se jedná o nevstřícné chování či neznalost cizího jazyka.

6 Analýza vybraných forem cestovního ruchu

Do této analýzy byl zahrnut golfový, lázeňský, wellness a kulturně-poznávací cestovní ruch. Výběr právě těchto forem cestovního ruchu je brán s ohledem na specifické potřeby, požadavky a motivy seniorů, pro které se účastní cestovního ruchu (kapitola 3.3 a 5.2 této práce).

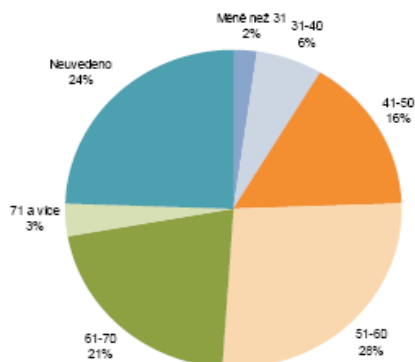
6.1 Golfový cestovní ruch

Golf je sport, který může provozovat prakticky kdokoli. Golfový turista se zajímá o kulturu, památky, tradiční výrobky atd. S golfem může být spojena nejen aktivita, kterou senioři vyžadují, ale také určitá sociální setkání, dobré jídlo, kvalitní ubytování či příjemné prostředí. Golf výborně navazuje na další produkty cestovního ruchu, jako jsou například využívání lázeňských pobytů, poznávání kultury či návštěvy památek.

I když je golf v České republice stále považován za luxus a eleganci, protože ne každý patří do střední třídy, disponuje poměrně vysokými příjmy a má dostatek volného času, má Česká republika v této oblasti poměrně velkou budoucnost. Může se z ní stát i velice úspěšná golfová destinace, protože má k dispozici cca 90 golfových hřišť s rozvinutou infrastrukturou, přírodní i historické památky, dopravní dostupnost, kvalitní služby (Výzkum příjezdové golfové turistiky, 2008).

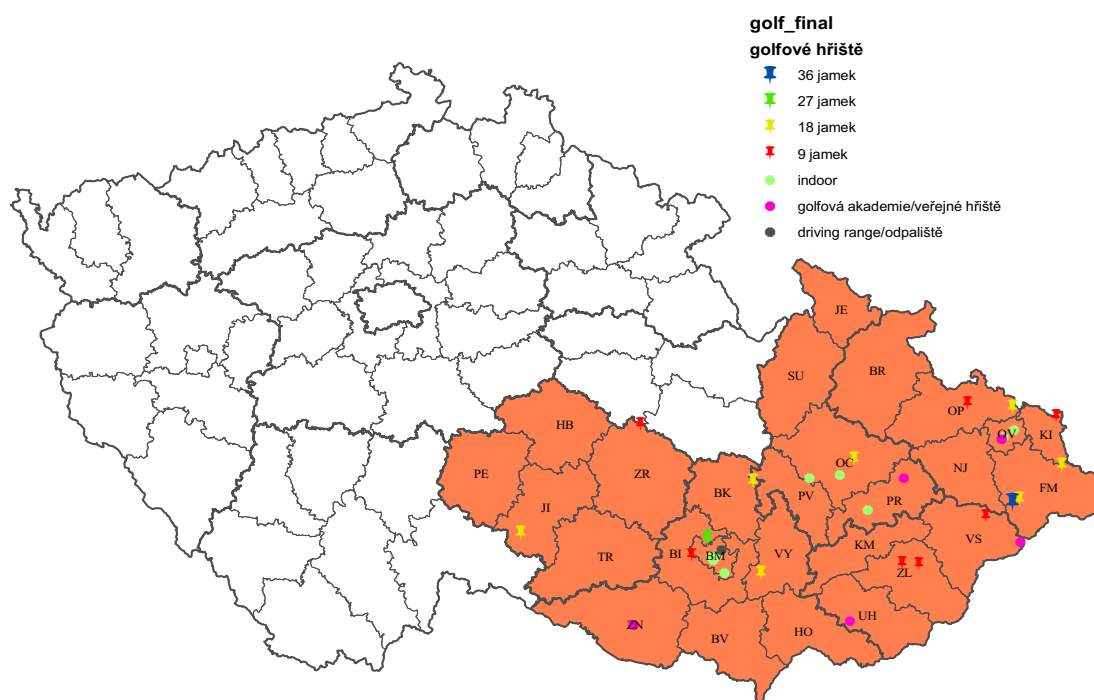
Agentura CzechTourism provádí výzkumy příjezdové golfové turistiky. Jako nejdůležitější návštěvníci této formy cestovního ruchu se jeví lidé nad 40 let, což je názorně vidět i z grafu 12.

Graf 12: Věkové rozložení návštěvníků golfové turistiky (2008)



Zdroj: Výzkum příjezdové golfové turistiky [5. 4. 2010]

Obrázek 9: Golfová hřiště na Moravě



Zdroj: Vlastní, data CZeCOT, zpracováno pomocí ArcGIS

Golfová hřiště nejsou rovnoměrně rozmístěna na zkoumaném území. Nejvíce se jich nachází ve velkých městech jako je Brno, Olomouc a Ostrava. Na území kraje Vysočina a v Jeseníkách nenajdeme prakticky žádné hřiště.

6.2 Lázeňský cestovní ruch a wellness

Lázně a wellness pobyty se staly běžnou součástí zdravého životního stylu, každý se chce nechat hýčkat, masírovat a relaxovat. Je to také jeden z důvodů, proč senioři jezdí na dovolené a navštěvují daná místa.

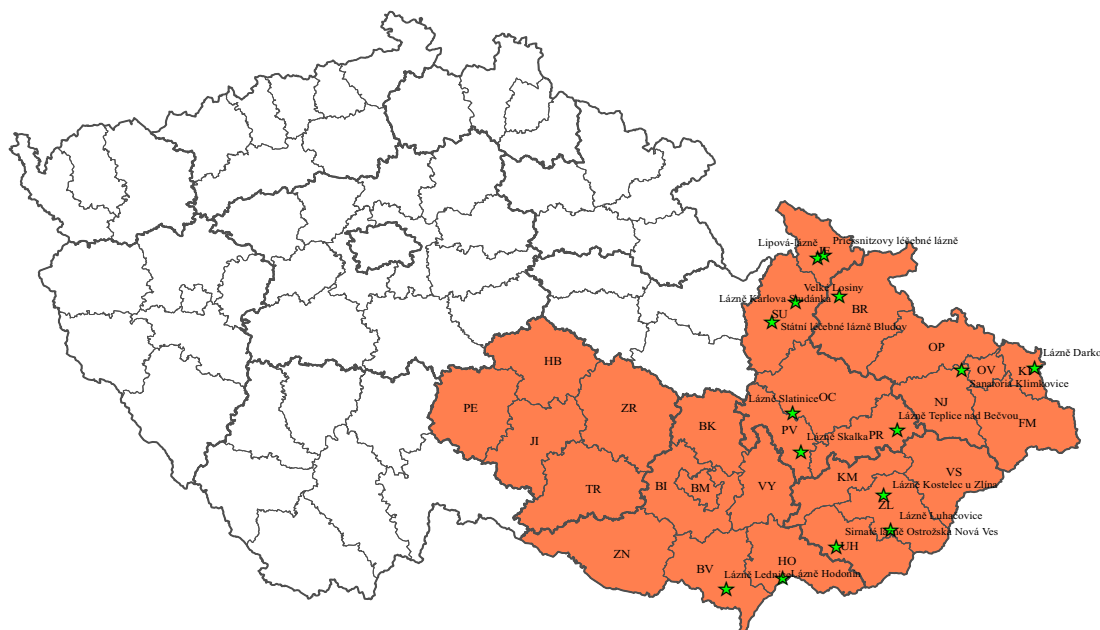
6.2.1 Lázeňský cestovní ruch

České lázeňství má dlouholetou tradici. Mezi hlavní výhody patří vysoká úroveň a kvalita poskytované péče a především přírodní léčivé zdroje (minerální prameny, plyny, peloidy), které působí blahodárně na různé části lidského těla, ať už se jedná o pohybový, dýchací, nervový systém nebo jde o různá jiná onemocnění.

Lázeňská střediska jsou situována do oblastí, kde se nacházejí přírodní léčivé zdroje, čistý vzduch, lesy, parky a nesmí chybět ani kulturní a sportovní vyžití, které k tomu všemu nepochybně patří. Tato místa mají svoji jedinečnou atmosféru, architekturu

Lázně v současné době mohou využívat všechny věkové kategorie, ať už se jedná o děti, mládež či seniory. Někteří lidé chtějí pouze relaxovat a pečovat o sebe, ale někteří mohou mít zdravotní problémy a potřebují se rehabilitovat. České lázně jsou vyhledávané nejen domácími návštěvníky, ale také lidmi z celého světa. Léčení, stravu či ubytování hradí zdravotní pojišťovny, pokud mají lidé zdravotní problémy a potřebují se léčit. Záleží na tom, o jakou péči se jedná, zda-li o komplexní či příspěvkovou. Ostatní lidé, kteří chtějí pouze relaxovat, si musejí pobyt platit sami jako samoplátci (České lázně, c2009).

Obrázek 10: Lázně na Moravě



Na Vysočině a z velké části i v Jihomoravském kraji se nenacházejí žádné lázně. Je to způsobeno nepřítomností přírodních léčivých pramenů, které představují základ vzniku lázeňství.

Tabulka 3: Indikace v jednotlivých lázních

Nemoci/onemocnění	Onkologické	Oběhové ústrojí	Trávicí ústrojí	Látková výměna a žlázy s vnitř. sekrecí	Nervové	Poruchy metabolismu	Dýchací ústrojí	Neurologické	Pohybové ústrojí	Močové cesty	Duševní poruchy	Kožní	Gynekologické
Lednice		x						x	x				x
Hodonín		x			x			x	x				
Karlova Studánka	x	x		x			x						
Darkov		x			x			x	xo			xo	
Klimkovice		o			xo			xo	xo				xo
Lipová-lázně				x		x			x			xo	
Priessnitzovy		x		xo		xo	xo				xo	xo	x
Slatinice									x				
Skalka													
Teplice nad Bečvou		xo							xo			o	
Bludov				o		o	o		xo	o			
Velké Losiny					xo		o	xo	o				
Ostrožská Nová Ves									x			x	
Kostelec u Zlína									x			x	
Luhačovice	x	x	x	xo		xo	xo		x				

x – indikační seznam pro lázeňskou péči o dospělé

o – indikační seznam pro lázeňskou péči o děti a dorost

Zdroj: Vlastní, data Katalog lázní a wellness

6.2.2 Wellness

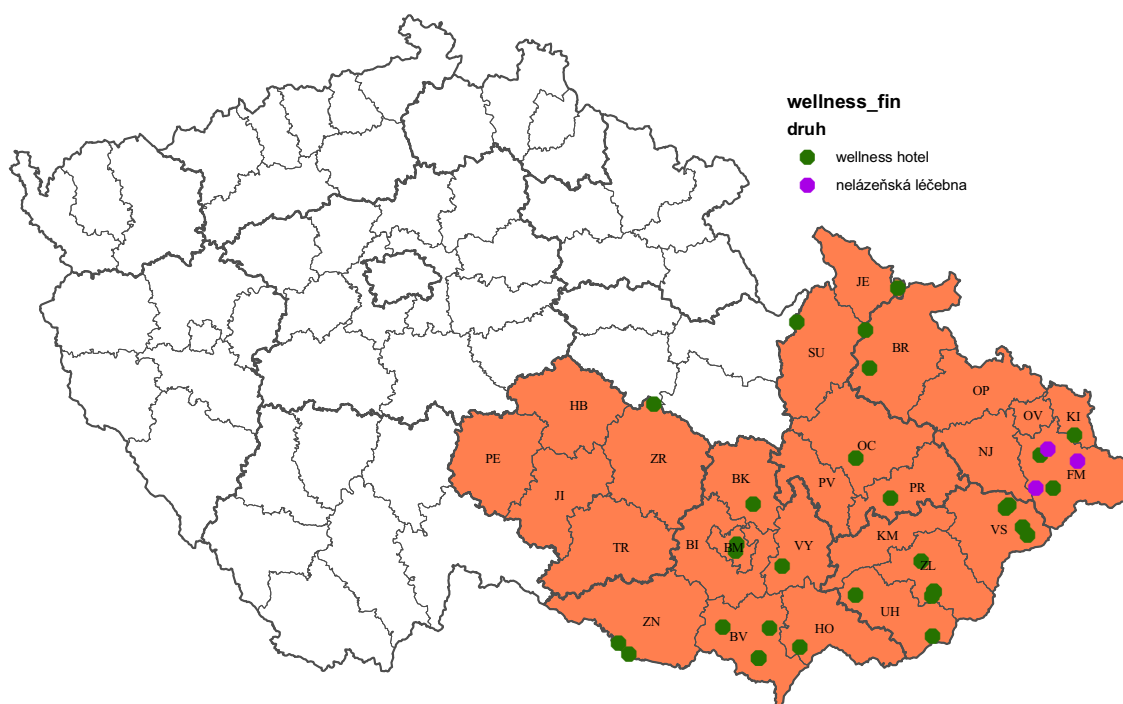
Někteří lidé spojují wellness a lázeňství dohromady. Je to však chyba, protože tyto dva názvy nejsou jedno a totéž. Lázeňství využívá přírodních léčivých zdrojů a je zaměřeno především na fyzické a mentální zdraví, musí být přítomen lékař, který určí procedury a klient je stále pod dozorem. Kdežto wellness vyjadřuje spíše zdravý životní styl, harmonické využití těla a duše, relaxaci, odreagování se, prevenci vzniku onemocnění. Je to způsob, jak co nejvíce zabránit procesu stárnutí, například zaměřením se na správnou výživu, duševní rovnováhu atd.

Wellness mohou využít opět všechny věkové skupiny. Stává se moderním a atraktivním a mnozí lidé ho berou jako nedílnou součást života, kdy chodí na různé procedury pravidelně. Může se jednat například o kosmetiku, masáže, aromaterapii atd. Ostatní lidé, kteří pobývají na dovolené, berou wellness spíše jako zpestření všedního dne.

Průzkum Mezinárodní lékařské asociace uvedl trendy, proč je wellness tak populární:

- zvýšený důraz na zdravý životní styl;
- podnikové wellness;
- spojení s gurmánskými zážitky;
- používání lokálních produktů nebo na přírodní bázi;
- relaxace šitá na míru návštěvníkům;
- světelná terapie;
- pro teenagery – zvládání stresu, jíst zdravě, pečovat o pleť (Lepenková, 2008).

Obrázek 11: Wellness na Moravě



Zdroj: Vlastní, data CZeCOT, zpracováno pomocí ArcGIS

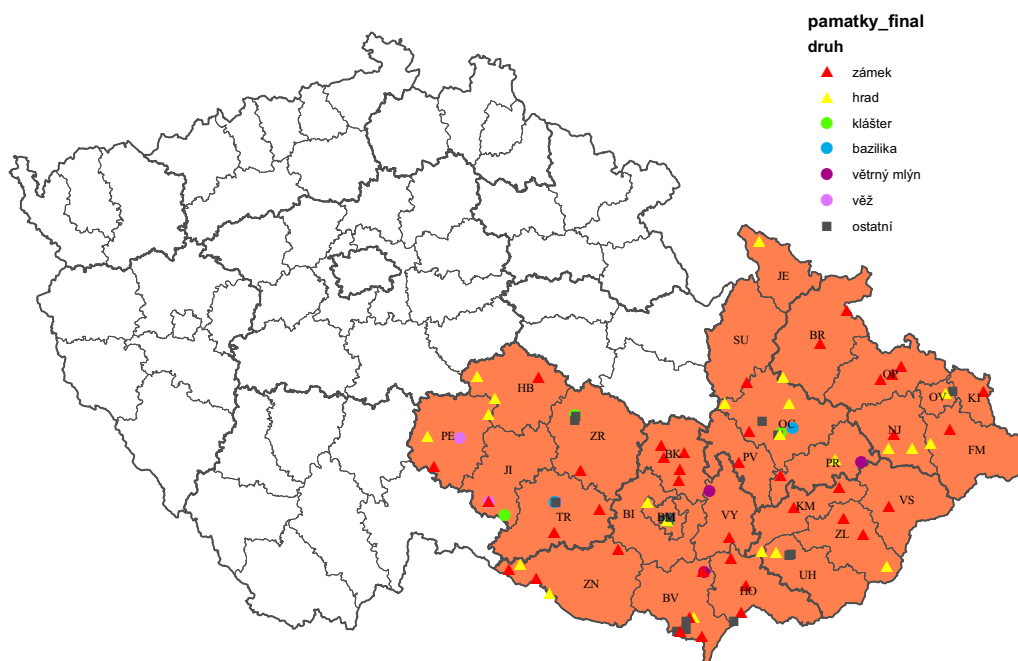
Wellness hotely nepotřebují speciální prameny, proto mohou vzniknout prakticky všude, kde existuje potenciál pro jejich rozvoj. Kraj Vysočina v mnoha záležitostech pokulhává za ostatními kraji, protože se ani zde nevyskytuje žádná takováto nabídka.

6.3 Kulturně-poznávací cestovní ruch

Kulturně-historický potenciál České republiky je dalším motivačním činitelem při rozhodování seniorů o návštěvě dané oblasti. Zahrnuje hrady, zámky, muzea, skanzeny, městské památkové rezervace, lidovou architekturu, galerie atd. Česká republika je na tyto kulturní památky poměrně bohatá, což je důsledkem historického vývoje.

Historická města byla vyhlášena památkovou rezervací (Telč, Olomouc, Kroměříž, Jihlava), některá byla zařazena do Seznamu světového přírodního a kulturního dědictví UNESCO. Mezi dědictví UNESCO je zapsáno 12 památek v celé České republice, mezi ty na území Moravy patří historické jádro Telče, "Sloup Nejsvětější Trojice" v Olomouci, Lednicko-valtický areál, poutní kostel sv. Jana Nepomuckého na Zelené hoře, zámek a zahrady v Kroměříži, Vila Tugendhat v Brně, židovské město a basilika sv. Prokopa v Třebíči. Vysočina se vyznačuje nejvyšší koncentrací památek UNESCO. Velice atraktivní jsou hrady, zámky, jejich parky a zahrady. Tyto památky jsou většinou začleněny do krajiny a dotváří její vzhled, nikoli ho poškozují. Kulturně-společenské akce mají velký vliv na návštěvnost. Patří mezi ně výstavy, veletrhy, festivaly, sportovní či náboženské akce. Jako nejvýznamnější je například vinobraní ve Znojmě, folklorní festival u Hodonína a mezinárodní filmový festival ve Zlíně. Brno je významné díky svému Masarykovu okruhu, na kterém se jezdí motocyklové a automobilové závody.

Obrázek 12: Památky na Moravě

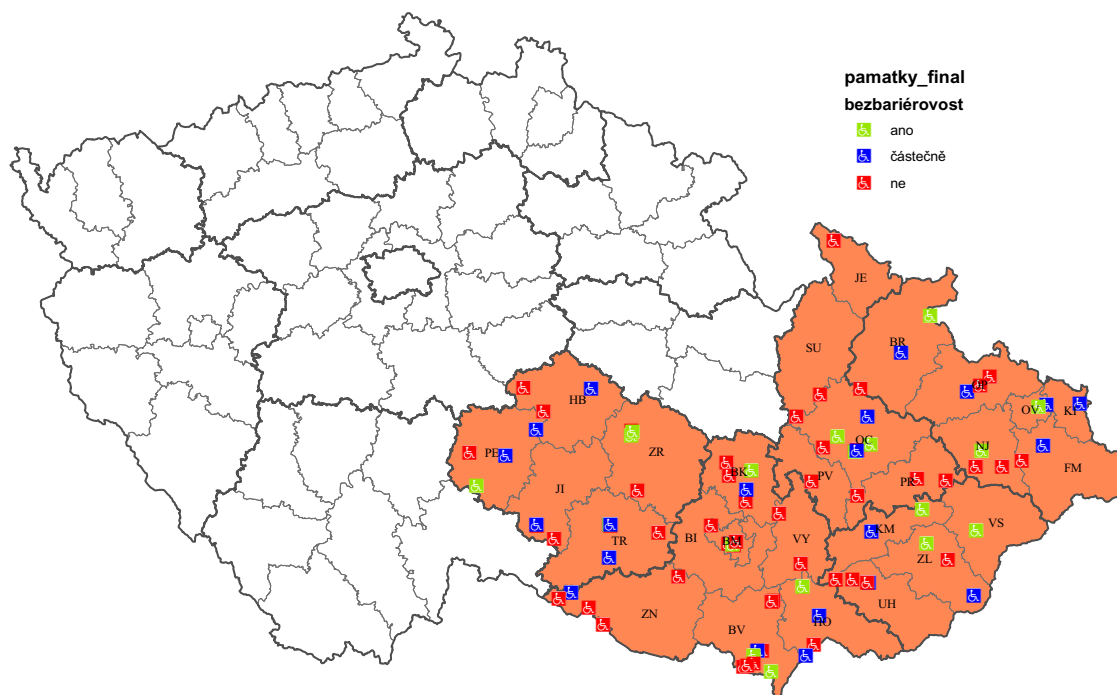


Zdroj: Vlastní, data CZeCOT, zpracováno pomocí ArcGIS

Obrázek 12 ukazuje, jak jsou jednotlivé památky rozloženy na území. Dá se říci, že poměrně rovnoměrně. Kamkoli se lidé vydají, vždy je tam něco čeká. Záleží jen na tom, co chtějí navštívit. Nejčastěji nalezneme hrady a zámky. Ostatní památky se vyskytují v menší míře, proto jsou zahrnuty mezi ostatní (například kolonády, důl, sloup, soubory staveb lidové architektury, skanzeny, lapidária atd.).

Jak již bylo zmíněno v kapitole 3.3, senioři mohou mít různé zdravotní problémy. Největší problém lze spatřovat ve snížení pohybové aktivity, projevující se dřívější únavou či klesající vitalitou a energií. Některé památky leží ve vyšších polohách a pro návštěvu vyžadují fyzickou zdatnost. Proto je zde uvedena bezbariérovost památek.

Obrázek 13: Dostupnost památek na Moravě



Zdroj: Vlastní, data CZeCOT, zpracováno pomocí ArcGIS

Pro tuto analýzu bylo vybráno 102 památek, které se nacházejí na území Moravy. Pouhých 20 z nich je bezbariérově přístupných, dalších 25 částečně a na 57 z nich se bohužel handicapovaní lidé nebo lidé s omezenou hybností nedostanou.

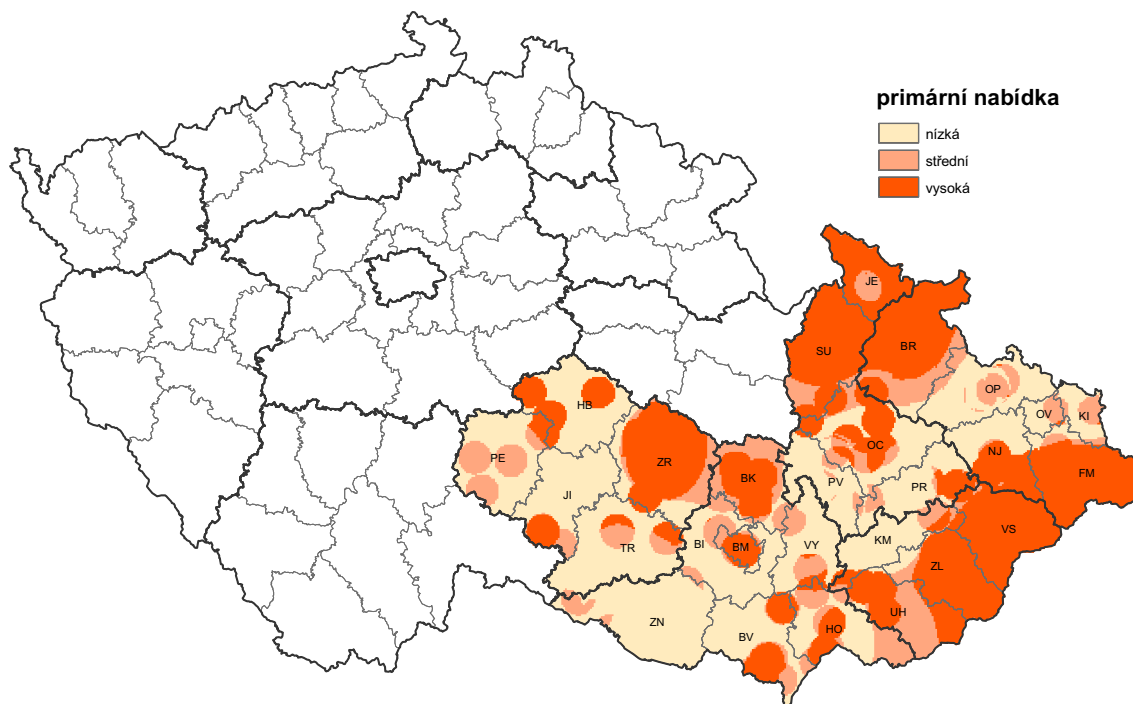
7 Modelování potenciálu pro seniorský cestovní ruch

Pro vznik této části práce jsme se rozhodli vytvořit tři potenciály. Jedná se o primární a sekundární nabídku, ve které jsou zahrnuty všechny naše předchozí analýzy. Abychom mohli lépe posoudit a vytipovat nejlepší místa pro provozování udržitelného cestovního ruchu, byl do modelování potenciálu zahrnut i celkový potenciál území, který vyjadřuje spojení obou těchto nabídek do jedné. K vytvoření těchto potenciálů byla použita prostorová analýza. Všechny následující obrázky byly pro lepší zobrazení a pochopení reklasifikovány podle kvantilů do tří tříd.

7.1 Primární nabídka

Primární nabídka vytváří podmínky pro uspokojování potřeb účastníků cestovního ruchu a představuje také vhodnost území pro další rozvoj. Do analýzy byl zahrnut potenciál přírodní (chráněné krajinné oblasti a národní parky, vodní a lesní plochy) a kulturně-historický (památky a lázně). Následující obrázek byl vytvořen součtem jednotlivých rastrových vrstev.

Obrázek 14: Primární nabídka Moravy



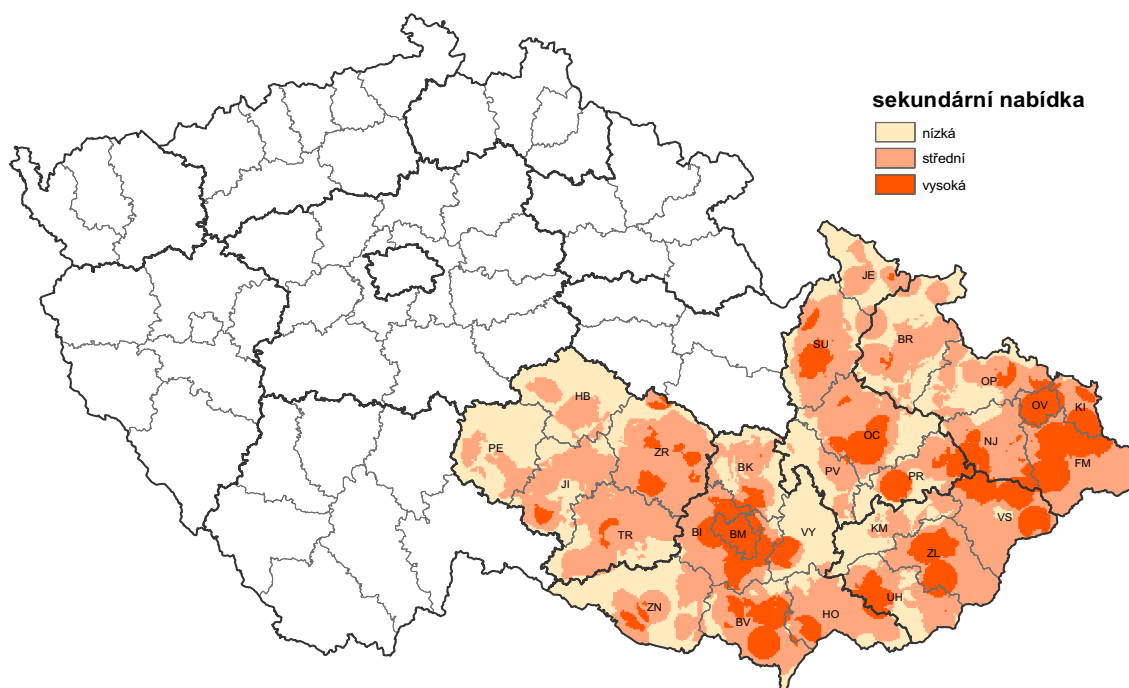
Zdroj: Vlastní, zpracováno pomocí ArcGIS

Obrázek 14 znázorňuje intenzitu primární nabídky na území Moravy, která je rozložena nerovnoměrně. Vysokého potenciálu pro rozvoj vykazují především oblasti, kde se vyskytují národní parky a chráněné krajinné oblasti (Jeseníky, Beskydy, Bílé Karpaty či Žďárské vrchy). Dále je znázorněn i kulturně-historický potenciál. Vidíme, že v některých oblastech je tento potenciál poměrně hodně zastoupený (okresy jako Olomouc, Brno-město, Hodonín, Uherské Hradiště či Břeclav). Jinde je primární nabídka menší, proto existuje pouze nízký potenciál. Oblasti s nejvyšším potenciálem mohou svým návštěvníkům nabídnout poměrně hodně aktivit a vyžití. Může se jednat například o pěší či cykloturistiku a poznávání jiných krajů než odkud návštěvníci přicházejí. Tyto oblasti však mohou v sobě skrývat i hrozbu vysokého turistického zatížení.

7.2 Sekundární nabídka

Sekundární nabídka určuje využitelnost území, umístění a rozvoj aktivit cestovního ruchu. Do této analýzy byla zahrnuta suprastruktura (ubytovací kapacity), infrastruktura (golfové hřiště, wellness hotely a kulturní zařízení jako kina, divadla, muzea, galerie a přírodní amfiteátry) a všeobecná infrastruktura (silniční a železniční doprava). Následující obrázek byl také vytvořen součtem těchto jednotlivých rastrových vrstev.

Obrázek 15: Sekundární nabídka Moravy



Zdroj: Vlastní, zpracováno pomocí ArcGIS

Sekundární nabídka na území Moravy je více rozložena na celé území. Z tohoto obrázku je patrný vliv ubytovacích kapacit, protože v okrese Brno-město a Ostrava-město je největší koncentrace (více v kapitole 4.3). Nejvíce golfových hřišť se také nachází v těchto okresech. Je to způsobeno především indoor hřišti. Dále vysoký potenciál představují okresy, kde se vyskytuje více kulturních zařízení. Jedná se například o Frýdek-Místek, Zlín, Olomouc či Břeclav. Dopravní dostupnost hraje velkou roli při rozhodování o navštíveném místě. Nejlepšího zastoupení dopravní sítě má sice kraj Vysočina, ale díky menšímu výskytu nabídky pro cestovní ruch představuje pouze střední potenciál. Dalo by se říci, že kde se nachází větší koncentrace primární i sekundární nabídky, měla by být i dobrá dostupnost. Avšak v mnohých místech tomu tak není. Téměř všechny kraje se potýkají se špatným stavem silnic či s chybějící sítí dálnic.

7.3 Celkový potenciál

Celkový potenciál byl vytvořen překrytím map primární a sekundární nabídky. Znázorňuje současný stav na daném území a poukazuje na to, jak by se potenciálu dalo využít k dalšímu rozvoji. Primární a sekundární nabídku nelze považovat za oddělené složky, protože na sebe navazují a doplňují se. Bez primární nabídky by prakticky nefungovala sekundární nabídka a naopak.

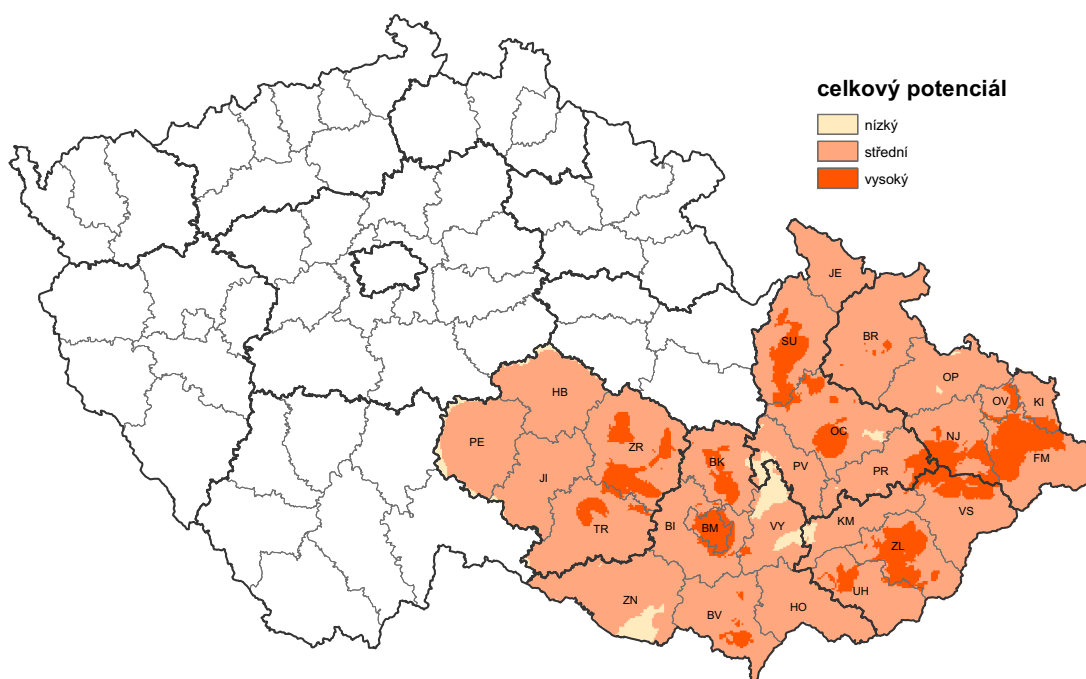
V tomto modelu můžeme zohlednit preference seniorů a jejich důležitost. Pomocí nástroje Weighted Overlay byly jednotlivým vrstvám přiřazeny váhy. Jednotlivé váhy zobrazuje následující tabulka. Součet vah musí dávat 100 %.

Tabulka 4: Váhy jednotlivých vrstev podle preferencí seniorů

Vrstva	Váha v %
Silniční síť	22
Ubytovací kapacita	13
CHKO a NP	12
Památky	11
Kulturní zařízení	11
Lázně	10
Wellness zařízení	10
Železniční síť	5
Golfová hřiště	3
Vhodné plochy	3

Zdroj: Vlastní, data Monitoring návštěvníků v turistických regionech České republiky

Obrázek 16: Celkový potenciál Moravy podle preferencí seniorů

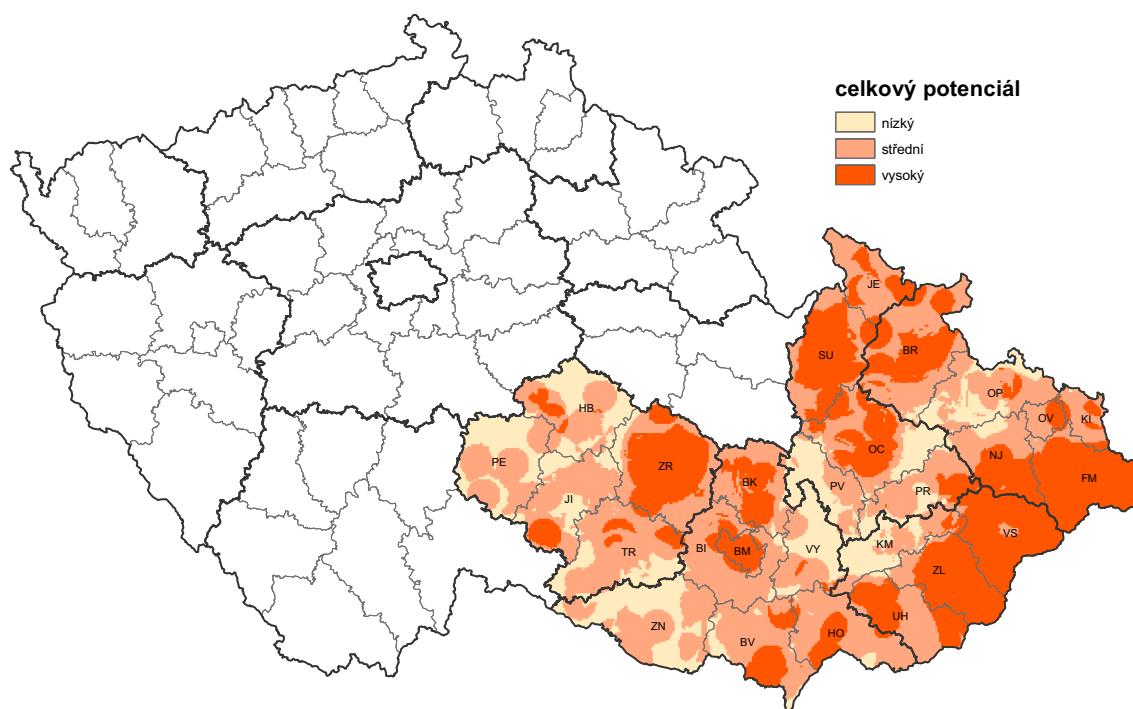


Zdroj: Vlastní, zpracováno pomocí ArcGIS

V tomto obrázku je zahrnuto velké množství proměnných, které jsou schopny ovlivnit celkový potenciál. Nejvyšší koncentrace je rozložena do několika oblastí. Jedná se například o města jako je Brno, Olomouc či Zlín, dále na Vysočině oblasti tzv. trojúhelníku památek UNESCO nebo na území horských oblastí. Téměř na celém zkoumaném území se vyskytuje alespoň střední potenciál. To znamená, že příležitost pro rozvoj je na území Moravy poměrně velká. Samozřejmě existují i místa, kde se vyskytuje potenciál nízký. To však neznamená, že zde není možnost dalšího rozvoje. Ale vyjadřuje to skutečnost, že námi vybrané formy cestovního ruchu zde nejsou v takovém zastoupení. Může se zde jednat o jiné formy, například na Znojemsku je to především vinařská turistika a cykloturistika, která v naší analýze zahrnuta nebyla.

Pro názornost byl do diplomové práce zahrnut ještě jeden obrázek, který taktéž dokumentuje významnost primární a sekundární nabídky. Nabídkám však byla přiřazena stejná váha 50 %. Můžeme vidět, jak se změnil rozložení celkového potenciálu na území Moravy.

Obrázek 17: Celkový potenciál Moravy (váhy 50:50)



Zdroj: Vlastní, zpracováno pomocí ArcGIS

Z obrázku je patrné, že přírodní potenciál hraje velkou roli, neboť největší hodnoty celkového potenciálu se přesunuly do horských oblastí a to i přes to, že je zde horší dopravní dostupnost. Dále vidíme více oblastí s nízkým potenciálem, což je způsobeno právě vahou daných vrstev. Opět na modelování tohoto potenciálu má vliv více proměnných (například ubytovací kapacity, doprava, kulturní památky a zařízení atd.).

8 Návrhy a doporučení pro rozvoj cestovního ruchu

Návrhy a doporučení pro další rozvoj zkoumaného území vycházejí z předchozích analýz a dotazníkového šetření agentury CzechTourism. Z analýz provedených v programu ArcGIS vyplývá, že námi zvolené formy cestovního ruchu jsou sice pro seniory velice zajímavé, ale nejsou na území Moravy rovnoměrně rozloženy. Z dotazníkového šetření je zřejmá skutečnost, že senioři navštěvují oblasti nejvíce kvůli poznání a péči o zdraví. Jako nejlákavější aktivitu spatřují v poznávací a pěší turistice. V regionech se příliš dlouho nezdržují. Mnohé oblasti jsou cestovním ruchem velice zasaženy.

Tyto a další skutečnosti poslouží jako podklad pro návrhy na rozvoj a pro možnost doplnění stávající nabídky na trhu cestovního ruchu. Vytvořením produktu můžeme snížit výkyvy v poptávce, sezónnost a tím i nezaměstnanost, prodloužit pobyty v dané oblasti či ulehčit zatíženým oblastem přesunem návštěvníků na jiné místo atd.

Cestovní kanceláře se stále více zaměřují na seniory, vycházejí jim vstříc svou pestrou nabídkou a vytvářejí zájezdy šité na míru každého klienta. Zájezd pro seniory by měl být především dostupný, bez starostí, problémů a nepříjemných překvapení, měl by nabídnout něco nového, neokoukaného. Senioři si chtějí odpočinout, obnovit síly, ale také aktivně trávit svoji dovolenou. Mohou vyplnit mimosezónu. Na začátku a na konci sezóny nabízejí cestovní kanceláře příznivější ceny. Senioři na to slyší, protože je to pro ně lákavější z hlediska menší návštěvnosti, pohybu méně lidí, příznivějšího počasí a mnoha dalších skutečností, které senioři ocení (55 Plus, 2009).

Nyní se již pokusíme nastínit některé produkty, které se zaměřují na aktivně trávenou dovolenou, na sociální a vzdělávací aspekt. Níže je popsáno pouze několik návrhů, jak by se cestovní ruch seniorů mohl rozvíjet. Samozřejmě existuje více možností rozvoje, ale tyto zmíněné vycházejí z požadavků seniorů a také z našich analýz. Mnohé formy cestovního ruchu se dají spojit s jinými. Například při výkonu nějakého sportu mohou senioři poznávat přírodu, navazovat kontakty a večer si zajít do bazénu nebo na kulturní akci. Provedené analýzy forem cestovního ruchu se dají využít ke kombinaci navržených produktů. Například můžeme pěší turistiku spojit s lázeňským či wellness pobytem, golf s poznáváním moravských památek a mnoho dalších kombinací. Vše je na fantazii seniorů a také dáno nabídkou cestovních kancelářů.

8.1 Nordic Walking

Nordic Walking představuje nenáročnou pohybovou aktivitu, která vznikla ve Finsku roku 1988. Jedná se o nejpřirozenější pohyb člověka (o chůzi), při kterém dochází ke koordinaci nohou a paží za pomoci speciálních holí. Zde neexistují žádná omezení (věk, fyzická kondice, handicap či prostředí). Je to sport vhodný pro každého, spojuje v sobě pohyb, relaxaci, poznání a mohou se při něm navazovat společenské kontakty. Nordic Walking je pro seniory ideální, protože v sobě ukrývá všechny jejich specifické požadavky. Má pozitivní vliv na pohybový aparát, přispívá ke správnému držení těla, snižuje zátěž kloubů, využívá až 90 % svalů v těle, přispívá k redukci nadváhy atd. (Šrámková, 2009).

Již nyní můžeme vidět turisty, kteří nejen v přírodě, ale i ve městech chodí s holemi a navštěvují nejrůznější místa. Člověk by si řekl, že na chůzi se nedá nic zkazit, ale opak je pravdou. Rozšířit tento produkt by mohly podniky cestovního ruchu pořádáním různých akcí, kurzů či víkendů. Na těchto akcích by byl přítomen vyškolený lektor, který by seniory nejprve naučil základním technikám, vše by si pod jeho vedením vyzkoušeli a poté by se vydali na cestu. Lektor by jim vysvětlil blahodárné účinky na zdraví. Dále by zde působil odborník na výživu, který by jim poradil a naučil je správně se stravovat. Vzdělávací funkce by zde byla dodržena. Vše by se mohlo odehrávat například na Vysočině, kde se rozprostírá Českomoravská vrchovina, takže prostor pro provozování pěší turistiky by zde byl. Senioři by si zde vše vyzkoušeli a poté by mohli tento sport provozovat prakticky kdekoli. Toto místo je vybráno také z důvodu, že horské či chráněné krajinné oblasti jsou cestovním ruchem velice zatíženy a na Vysočině tomu tak není. Také bychom tím mohli docílit zvýšení návštěvnosti tohoto kraje, protože se zde nacházejí nejrůznější památky. Senioři by Nordic Walking mohli spojit s poznáváním právě těchto památek.

8.2 Památky a jejich bezbariérovost

Kulturně-historických památek existuje na území Moravy velké množství, mnohé z nich jsou však starším a méně zdatným lidem nedostupné.

Podniky či majitelé nepřístupných památek by se měli snažit odstraňovat bariéry, aby zpřístupnili krásy naší historie i těmto lidem.

8.3 Golf a golfová turistika

Golf v posledních letech nabývá na svém významu. Je to spojení chůze, čerstvého vzduchu a přírody. Golf je vyhledávaný pro svůj společenský charakter a také proto, že při něm nehrozí žádný úraz (Černý, 2009).

Senioři se věnují zájmové činnosti a jsou členy různých klubů, tak proč ne právě golfových. Mnozí lidé sice nemají s golfem žádné zkušenosti, ale to by nebyl problém. Návrh na vylepšení golfové turistiky by byl rozšířen o rady trenérů. Jednalo by se o to, že trenér by seniorům vysvětlil základní držení hole, jak správně stát, přenášet váhu, odpalovat, prostě vychytat případné chyby či nedostatky. Dále by program zahrnoval krátký trénink, kde by si vše v klidu vyzkoušeli. Koho by tento sport zaujal více, mohl by poté navštěvovat golfové hřiště v časech, kdy kluby nejsou tak vytížené, a mohla by jim být poskytnuta i případná sleva.

8.4 Vinařská turistika

Víno se v České republice vyrábí nejvíce na Moravě. Tato vína prošla kvalitativním vývojem, jsou charakteristická především svojí vůní, extraktivními látkami či harmonickým spojením chuti. Na Jižní Moravě existuje množství vinařských stezek, které jsou proslulé, a návštěvník při absolvování projde několika vinařskými oblastmi. Má možnost výběru z jednodenních i vícedenních cest, na kterých se seznámí s folklórem, vínem a památkami.

Není snad člověka, který by rád neochutnal kapku tohoto lahodného moku. A co kdyby si člověk mohl sám vyrobit víno podle svého gusta? Návrhem by mohla být vinařská turistika spojená se vzdělávacím charakterem a zážitkovou turistikou. Nejprve by si turista prošel vinařské stezky a navštívil by vinice. Dále by se účastnil celého procesu výroby vína a sám by si určil, jak víno bude vypadat. Seznámil by se s ekologií a životem místních lidí. Na závěr by se pořádaly nejrůznější akce, které by probíhaly ve večerních hodinách, kde by následovala malá ochutnávka a menší přednáška například o pěstování, odrůdách, konzumaci. Tento večer by byl spojen i s gastronomickým a folklórním zážitkem. Každý kraj je něčím specifický a může se právě tímto pochlubit.

Příloha 7: Mapa vinařských oblastí

9 Závěr

Cílem práce bylo zhodnotit prostorové aspekty vybraných forem seniorského cestovního ruchu na Moravě za použití nejrůznějších metod. Za tímto účelem bylo provedeno nejprve vymezení území, dále vybrány formy, sestavena databáze pro výpočty a analýzy v programu ArcGIS a poté definovány návrhy na další rozvoj.

Na začátku práce byla stanovena hypotéza, která tvrdí, že poptávka po cestovním ruchu staršího obyvatelstva se bude zvyšovat v souvislosti s demografickým stárnutím populace. Pomocí metod indexů se nám podařilo prokázat, že obyvatelstvo opravdu stárne. Indexy stáří a průměrný věk obyvatel se stále zvyšuje, což je důkaz. Ze studia odborné literatury vyplynul stále se zvyšující trend cestování seniorů. Starší lidé mají více času, peněz a tím pádem i větší chuť cestovat a poznávat jiné kraje.

Shrnutí hlavních výsledků je následující. Seniorský cestovní ruch má své odlišnosti od ostatních forem cestovního ruchu. Služby pro tento segment jsou velice specifické. Senioři mají dostatek volného času, který chtějí trávit aktivně například v přírodě, poznávat svá okolí, navazovat kontakty, udržovat se ve fyzické i psychické kondici, mají větší nároky atd. Na tyto skutečnosti se musí zaměřit i nabídka podniků cestovního ruchu, která je schopna segment seniorů oslovit a připravit jim nezapomenutelné zážitky.

Z provedených analýz vyplynula skutečnost, že námi vybrané formy cestovního ruchu jsou více méně po území Moravy rozloženy rovnoměrně. Existují však oblasti, kde je převaha určitých forem, a proto jsou turisticky zatížené. Jinde však můžeme nalézt oblasti, kde vyšel nízký potenciál, což způsobil právě výběr forem cestovního ruchu. Může se stát, že se zde vyskytují úplně jiné formy, které jsme do analýzy nezahrnuli s ohledem na segment seniorů a jejich specifika.

Návrhy na další rozvoj byly formulovány na základě výsledků šetření. Nordic Walking byl vybrán z důvodu aktivního trávení dovolené a ozdravného charakteru. Poznávací turistika je jedním z důvodů, proč senioři cestují, proto památky a především jejich bezbariérovost hraje velkou roli. Při golfové turistice si návštěvník odpočine a pozná přírodu. Vinařská turistika byla zařazena pro svůj vzdělávací charakter. Další návrhy jsou již ponechány na fantazii seniorů či podniků, které se chtějí cestovním ruchem zabývat a vyplnit tak mezeru na trhu.

10 Summary

The aim of my work was to evaluate the areal aspects of the selected forms of the tourism for seniors in Moravia. I used various methods. First I specified the area, then I chose forms and set up the database for calculations and analysis in the programme ArcGIS. At last I defined suggestions for the next development.

In the beginning of my work I determined the hypothesis which claimed that the demand for the senior tourism will be increased in the connection with the demographic aging of the population. It succeeded to establish by means of methods of indexes that the inhabitants really get old. Age indexes and the average age of the inhabitants still increase, which is a demonstration. From the studying of the professional literature the ever-increasing trend of the senior travelling eventuated. The older people have more time and more money and they have even more yen to travel and get to know other regions.

The summary of main results is following: The senior tourism differs from the other forms of tourism. The services for seniors are very specific. The seniors have enough free time and they want to spend it actively, for example in the nature. They also want to recognise their surroundings, to connect new relationships, to keep oneself in good physical and mental conditions. They have bigger demands etc. The offer of travel agencies must aim at these facts. The travel agencies are able to speak to seniors and to prepare unforgettable experience for them.

I found out that selected forms of tourism are equalized in Moravia. However somewhere the areas exist where the primacy of certain forms is and therefore they are loaded by tourism. Somewhere else we can find the areas where the potential is low. It was caused by the choice of the forms of tourism. It can happen that there are quite different forms here which we did not comprise into analysis respecting seniors and their specifics.

The suggestions for the other development were formulated according to the results of the survey. Nordic Walking was chosen because of the active spending of the holiday and the curative character. The cognitional touring is one of the reasons why the seniors travel therefore sights and especially barrier free are very important. During the golf touring every visitor can relax and get to know the nature. The wine touring has its educational character. The other suggestions depend on the seniors' fancy and the fancy of the travel agencies which want to deal with the tourism and to fill the gap in the market in such a way.

11 Seznam použité literatury

11.1 Odborná literatura

ARCTUR, D., ZEILER, M. *Designing Geodatabases : Case Studies in GIS Data Modeling*. California : ESRI Press, 2004. 411 s. ISBN 1-58948-021-X.

ČECH, J. *Malá encyklopedie cestovního ruchu*. Praha : Idea Servis, 1998. 130 s. ISBN 80-85970-19-8.

ČERTÍK, M. *CR : vývoj, organizace a řízení*. Praha : OFF, 2001. ISBN 80-238-6275-8.

DAVIS, D. E. *GIS : Jak si vytvářet vlastní mapy*. Praha : Computer Press, 2000. 112 s. ISBN 80-7226-389-7.

GÚČIK, M. a kol. *Krátký slovník cestovního ruchu*. Banská Bystrica : Slovensko-švajčairske združenie pre rozvoj cestovního ruchu, 2004. 175 s. ISBN 80-88945-73-9.

HAINING, R. *Spatial Data Analysis : Theory and Practice*. Cambridge : University Press, 2003. 432 s. ISBN 0-521-77437-3.

HESKOVÁ, M. a kol. *Cestovní ruch pro VOŠ a VŠ*. Praha : Fortuna, 2006. 224 s. ISBN 80-7168-948-3.

HRALA, V. *Geografie cestovního ruchu*. Praha : Idea Servis, 1997. 168 s. ISBN 80-85970-04-X.

KIRÁLOVÁ, A. *Marketing destinace cestovního ruchu*. Praha : Ekopress, 2003. 173 s. ISBN 80-86119-56-4.

KLUFOVÁ, R. *Základy demografie*. České Budějovice : Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích – Ekonomická fakulta, 2008. 228 s. ISBN 978-80-7394-125-3.

ORIEŠKA, J. *Technika služeb cestovního ruchu*. Praha : Idea Servis, 1999. 244 s. ISBN 80-85970-27-9.

PÁSKOVÁ, M., ZELENKA, J. *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Praha : MMR ČR, 2002.

SMITH, M. J., GOODCHILD, M. F., LONGLEY, P. A. *Geospatial Analysis : A Comprehensive Guide to Principles, Techniques and Software Tools*. United States : Winchelsea Press, 2007. 394 s. ISBN 1-905886-60-8.

STILLWELL, J., CLARKE, G. *Applied GIS and Spatial Analysis*. England : Wiley, 2005. 406 s. ISBN 0-470-84409-4.

ŠTĚPÁNEK, V., KOPAČKA, L. ŠÍP, J. *Geografie cestovního ruchu*. Praha : Univerzita Karlova; Karolinum, 2001. 228 s. ISBN 80-246-0172-9.

TOLLINGEROVÁ, D. *Geografické informační systémy*. Ostrava : Vysoká škola báňská – Technická univerzita Ostrava, 1996. 24 s. ISBN 80-7078-377-X.

TUČEK, J. *Geografické informační systémy : Principy a praxe*. Praha : Computer Press, 1998. 424 s. ISBN 80-7226-091-X.

VYSTOUPIL, J. a kol. *Atlas cestovního ruchu České republiky*. Praha : MMR, 2006. 156 s. ISBN 80-239-7256-1.

11.2 Internetové zdroje

ARC Mikulov. *Marketingová strategie cestovního ruchu ve městech Zlín, Luhačovice a v turistické oblasti Zlínsko : 1. Analýza cestovního ruchu* [online]. Mikulov, c2006 [cit. 2010-04-14]. Dostupné z WWW: <http://www.luhacovice.cz/page/7835/39fa6654_0_1._analyza_to_zlinsko-1.pdf>.

BŘEHOVSKÝ, M., JEDLIČKA, K. *Úvod do geografických informačních systémů : Přednáškové texty* [online]. 1999 [cit. 2010-02-12]. Dostupné z WWW: <<http://www.gis.zcu.cz/studium/ugi/e-skripta/ugi.pdf>>.

ČERNÝ, M. *55 Plus* [online]. 18.11.2009 [cit. 2010-04-20]. 7 důvodů, proč začít hrát golf. Dostupné z WWW: <http://www.padesatpetplus.cz/cs/site/volny-cas/tenis-a-golf/sedm_duvodu_proc_hrat_golf.htm>.

ČERVENKA, V. *Problematika stáří*. [online]. 2009 [cit. 2010-03-18]. Dostupné z WWW: <www.husiti.cz/ccshpd/attach/stari.ppt>.

FRANK, A. U. a kol. *Panel – GI kompendium : Průvodce světem geoinformací a geografických informačních systémů* [online]. Vienna : European Communities, 2000 [cit. 2010-01-06]. Dostupné z WWW: <lgc.geogr.muni.cz/projekty/panel_GI_rev.pdf>.

JANČO, M., BUREŠOVÁ, K., ŠEFCŮ, O. *Jak dobýt hrad : památky takřka bez bariér* [online]. Praha : Národní památkový ústav, 2007 [cit. 2010-02-18]. Dostupné z WWW: <<http://www.npu.cz/prur/download/pronavstevniky>>. ISBN 978-80-87104-09-5.

JANČO, M., ŠEFCŮ, O. *Jak dobýt hrad : památky takřka bez bariér 2* [online]. Praha : Národní památkový ústav, 2009 [cit. 2010-02-18]. Dostupné z WWW: <<http://www.npu.cz/prur/download/pronavstevniky>>. ISBN 978-80-87104-47-7.

JANDA, J. *Měšec.cz* [online]. 16.6.2008 [cit. 2010-02-16]. Cestovní trendy očima cestovních kanceláří. Dostupné z WWW: <<http://www.mesec.cz/clanky/cestovni-trendy-ocima-cestovnich-kancelari/>>.

KIRÁLOVÁ, A. *Písek* [online]. 2004 [cit. 2010-02-06]. Vytváření organizací cestovního ruchu (OCR) v turistických regionech. Dostupné z WWW: <<http://www.icpisek.cz/docs/cz/ocr.xml>>.

KRETSCHMEROVÁ, T., ŠIMEK, M. *Český statistický úřad* [online]. 2001 [cit. 2010-03-18]. Populační prognóza České republiky do roku 2030. Dostupné z WWW: <<http://www.czso.cz/cz/cisla/1/18/archiv/ademogr/dem0003/projekce.htm>>.

KŘEKOVÁ, I. *GIS a datové služby Zlínského kraje* [online]. 26.11.2009 [cit. 2010-03-17]. GIS - základní pojmy. Dostupné z WWW: <<http://gis.kr-zlinsky.cz/docDetail.aspx?docid=65780&doctype=ART&nid=7643&cpi=1>>.

KUNC, J., ŠAUER, M., VYSTOUPIL, J. *Analýza cestovního ruchu v kraji Vysočina*. [online]. Brno : Masarykova univerzita, 2006 [cit. 2010-04-06]. Dostupné z WWW: <http://extranet.kr-vysocina.cz/download/orr/cest_ruch/Analyza_cestovniho_ruchu_v_kraji_Vysocina.pdf>.

LEPEŠKOVÁ, Z. *Cestovani.iHNed.cz* [online]. 11.4.2008 [cit. 2010-04-06]. Trendy lázeňství a wellness v příštích letech. Dostupné z WWW: <<http://cestovani.ihned.cz/c1-23921990-trendy-lazenstvi-a-wellness-v-pristich-letech>>.

RABUŠIC, L., VOHRALÍKOVÁ, L. *Čeští senioři včera, dnes a zítra*. Praha : Výzkumný ústav práce a sociálních věcí, 2004. 90 s. Výzkumné zprávy. Dostupné z WWW: <praha.vupsv.cz/Fulltext/vz_149.pdf>.

ŠRÁMKOVÁ, J. *55 Plus* [online]. 18.11.2009 [cit. 2010-04-20]. Propadli jsme Nordic Walking. Dostupné z WWW: <http://www.padesatpetplus.cz/cs/site/volny-cas/pohyb-55plus/propadli_jsme_nw.htm>.

WEHLE, T. *Cestovani.iHNed.cz* [online]. 22.1.2009 [cit. 2010-02-16]. Trendy v cestování: luxus, zážitky a nová lákadla. Dostupné z WWW: <<http://cestovani.ihned.cz/c1-33185780-trendy-v-cestovani-luxus-zazitky-a-nova-lakadla>>.

ARCDATA PRAHA [online]. c2010 [cit. 2010-03-03]. Co je GIS. Dostupné z WWW: <<http://www.arcdata.cz/oborova-reseni/co-je-gis/>>.

BusinessInfo.cz [online]. 01.07.2005 [cit. 2010-02-08]. Trendy cestovního ruchu v Evropě. Dostupné z WWW: <<http://www.businessinfo.cz/cz/clanek/cestovni-ruch/trendy-cestovniho-ruchu-v-evrope/1000498/34740/>>.

CzechTourism [online]. c2005-2010 [cit. 2010-03-17]. Dostupné z WWW: <<http://www.czechtourism.cz/>>.

CzechTourism.com [online]. c2005-2010 [cit. 2010-02-16]. Turistické regiony v České republice. Dostupné z WWW: <<http://www.czechtourism.com/cze/cz/docs/what-to-see/tourist-regions/index.html>>.

CzechTourism.cz [online]. c2005-2010 [cit. 2010-03-10]. Články a komentáře. Dostupné z WWW: <<http://www.czechtourism.cz/clanky-a-komentare/>>.

CzechTourism.cz [online]. 29.1.2010 [cit. 2010-04-12]. Nové rozdělení turistických regionů České republiky. Dostupné z WWW: <<http://www.czechtourism.cz/media/tiskove-zpravy/nove-rozdeleni-turistickych-regionu-ceske-republiky.html>>.

CZeCOT [online]. c2002-2010 [cit. 2010-03-12]. Dostupné z WWW: <<http://www.czecot.com/cz/>>.

České lázně [online]. c2009 [cit. 2010-04-06]. Dostupné z WWW: <<http://www.ceskelazenstvi.cz/>>.

Český statistický úřad [online]. c2010 [cit. 2010-03-17]. Dostupné z WWW: <<http://www.czso.cz/>>.

Český statistický úřad [online]. 16.11.2007 [cit. 2010-03-31]. Klasifikace územních statistických jednotek (CZ-NUTS) - 2008. Dostupné z WWW: <http://www.czso.cz/csu/klasifik.nsf/i/klasifikace_uzemnich_statistickych_jednotek_%28c_z_nuts%29_2008>.

Český statistický úřad [online]. c2010 [cit. 2009-11-05]. Krajské ročenky. Dostupné z WWW: <http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/krajske_rocenky>.

Český statistický úřad [online]. 13.5.2009 [cit. 2010-02-16]. Turistické regiony a oblasti. Dostupné z WWW: <<http://www2.czso.cz/xl/redakce.nsf/i/0207005>>.

Demografický informační portál O DEMOGRAFII [online]. c2004-2009 [cit. 2010-03-17]. Demografie. Dostupné z WWW: <http://www.demografie.info/?cz_odemografii>.

Esri.com [online]. [cit. 2010-02-11]. What Is GIS?. Dostupné z WWW: <<http://www.esri.com/what-is-gis/index.html>>.

Esri.com [online]. [cit. 2010-02-11]. What Uses GIS?. Dostupné z WWW: <<http://www.esri.com/what-is-gis/who-uses.html>>.

Euroskop.cz [online]. c2005-2010 [cit. 2010-02-08]. Euroregiony. Dostupné z WWW: <<http://www.euroskop.cz/8775/sekce/euroregiony---uvod/>>.

Golf Guide [online]. Praha : CzechTourism, 2008 [cit. 2010-02-25]. Dostupné z WWW: <<http://www.czechtourism.cz/golf/golf-guide/>>.

GJŠ [online]. c2004-2006 [cit. 2010-02-12]. Geografické informační systémy - GIS. Dostupné z WWW: <<http://www.gjs.cz/vedy-o-zemi/gis.htm>>.

Katalog lázní a wellness [online]. Praha : CzechTourism, 2008 [cit. 2010-02-25]. Dostupné z WWW: <<http://www.czechtourism.cz/lazenstvi/lazensky-katalog/>>.

Lukrativní cílová skupina cestovního ruchu : Lidé nad 50 let a senioři [online]. Praha : NetTravel.cz, 11.8.2008 [cit. 2010-03-18]. Dostupné z WWW: <www.nettravel.cz/download/archiv-tiskovych-zprav/2008/28.pdf>.

Mag Consulting [online]. 2006 [cit. 2010-03-18]. Rok 2000 - rok vzniku seniorského cestovního ruchu u nás. Dostupné z WWW: <http://www.cot.cz/data/cesky/00_11/11_stat_2.htm>.

Mapy.cz [online]. [cit. 2010-04-17]. Dostupné z WWW: <<http://www.mapy.cz/>>.

Monitoring návštěvníků v turistických regionech České republiky [online]. [cit. 2010-03-10]. Tabulkové sestavy. Dostupné z WWW: <<http://monitoring.czechtourism.cz/tabs.php>>.

Návštěvnost památek v krajích ČR v roce 2008 [online]. Praha : NIPOS-CIK, 2008 [cit. 2009-10-22]. Dostupné z WWW: <<http://www.nipos-mk.cz/?p=2736>>.

Sdružení lázeňských míst ČR [online]. [cit. 2010-04-16]. Dostupné z WWW: <<http://www.spas.cz/index.php/>>.

Turisté.org [online]. c2010 [cit. 2010-02-08]. Průzkumy a trendy. Dostupné z WWW: <<http://www.turiste.org/pruzkumy-trendy/>>.

Výzkum příjezdové golfové turistiky [online]. Praha : KPMG, 2008 [cit. 2010-04-06]. Dostupné z WWW: <<http://www.czechtourism.cz/golf/vyzkum-prijezdove-golfove-turistiky/>>.

Wikipedie, otevřená encyklopedie [online]. 1.4.2010 [cit. 2010-04-01]. Okres. Dostupné z WWW: <<http://cs.wikipedia.org/wiki/Okres>>.

55 Plus [online]. 18.11.2009 [cit. 2010-04-20]. Zájezdy ušité na míru 55+. Dostupné z WWW: <http://www.padesatpetplus.cz/cs/site/cestovani/po-svete/zajezdy_usite_na_miru.htm>.

Seznam tabulek

Tabulka 1: Historické období GIS

Tabulka 2: Průměrný věk obyvatel krajů za rok 2008

Tabulka 3: Indikace v jednotlivých lázních

Tabulka 4: Váhy jednotlivých vrstev podle preferencí seniorů

Seznam obrázků

Obrázek 1: Příklady vrstev v programu GIS

Obrázek 2: Geografická data

Obrázek 3: Do jakých oborů zasahuje GIS

Obrázek 4: Vymezené území

Obrázek 5: Turisticko-rekreační funkce území

Obrázek 6: Turisticko-rekreační zatížení území

Obrázek 7: Index stárí v roce 2008

Obrázek 8: Index vývoje IS 2008/1999

Obrázek 9: Golfové hřiště na Moravě

Obrázek 10: Lázně na Moravě

Obrázek 11: Wellness na Moravě

Obrázek 12: Památky na Moravě

Obrázek 13: Dostupnost památek na Moravě

Obrázek 14: Primární nabídka Moravy

Obrázek 15: Sekundární nabídka Moravy

Obrázek 16: Celkový potenciál Moravy

Obrázek 17: Celkový potenciál Moravy (váhy 50:50)

Seznam grafů

Graf 1: Podíl obyvatel ve věkové skupině 0-14 a 65 a více let v letech 1950-2008

Graf 2: Vývoj průměrného věku v letech 1990-2008

Graf 3: Očekávaný vývoj průměrného věku obyvatel do roku 2066

Graf 4: Útrata na osobu a den

Graf 5: Využitý typ ubytování

Graf 6: Využitý dopravní prostředek

Graf 7: Převažující důvod návštěvy

Graf 8: Nejlákavější aktivity v regionu (souhrn)

Graf 9: Využité informační zdroje – zahraniční návštěvník

Graf 10: Využité informační zdroje – domácí návštěvník

Graf 11: Navštívené turistické regiony během pobytu v České republice

Graf 12: Věkové rozložení návštěvníků golfové turistiky (2008)

Seznam příloh a přílohy

Příloha 1: Stromy života v různých letech

Příloha 2: Turistické regiony České republiky

Příloha 3: Turistické oblasti České republiky

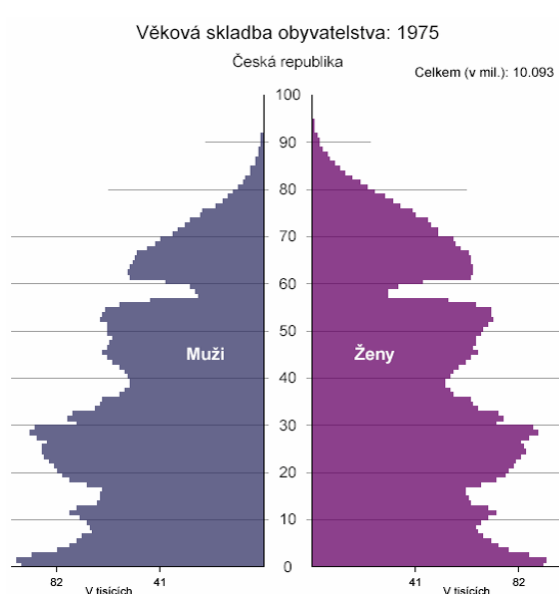
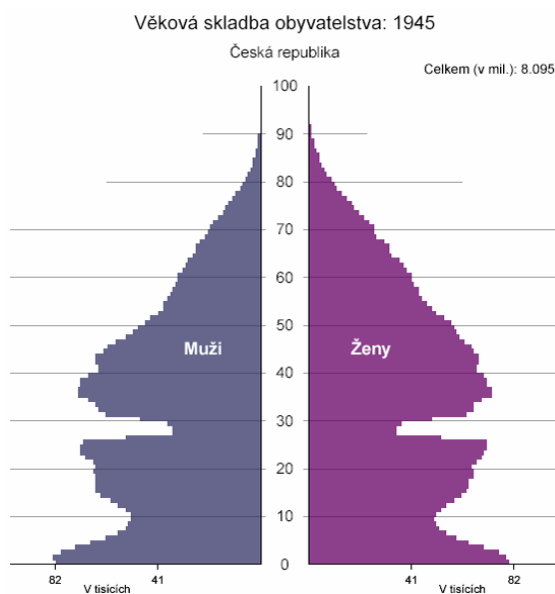
Příloha 4: Euroregiony

Příloha 5: 14 krajů (NUTS 3) a 8 regionů soudržnosti (NUTS 2)

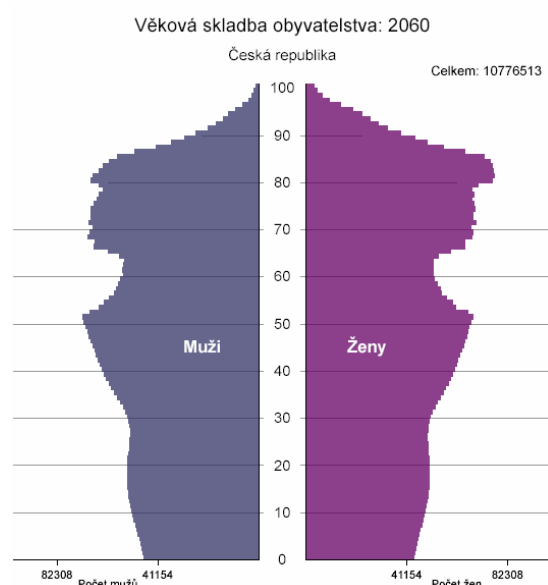
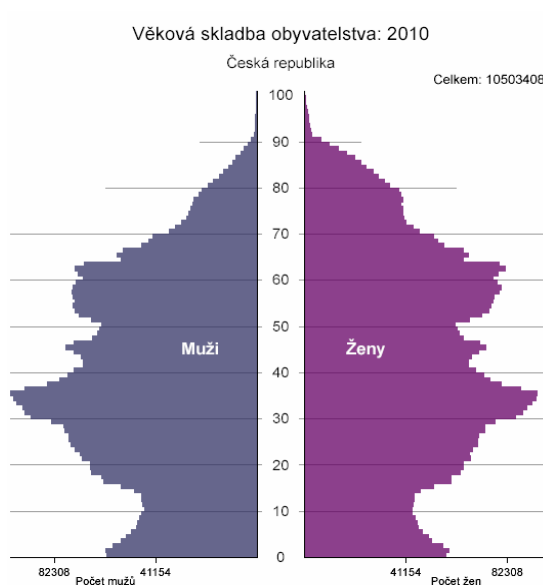
Příloha 6: Mapa Moravy po roce 1920

Příloha 7: Mapa vinařských oblastí

Příloha 1: Stromy života v různých letech



Zdroj: http://notes2.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/stromy_zivota_1945_2008 [5. 2. 2010]



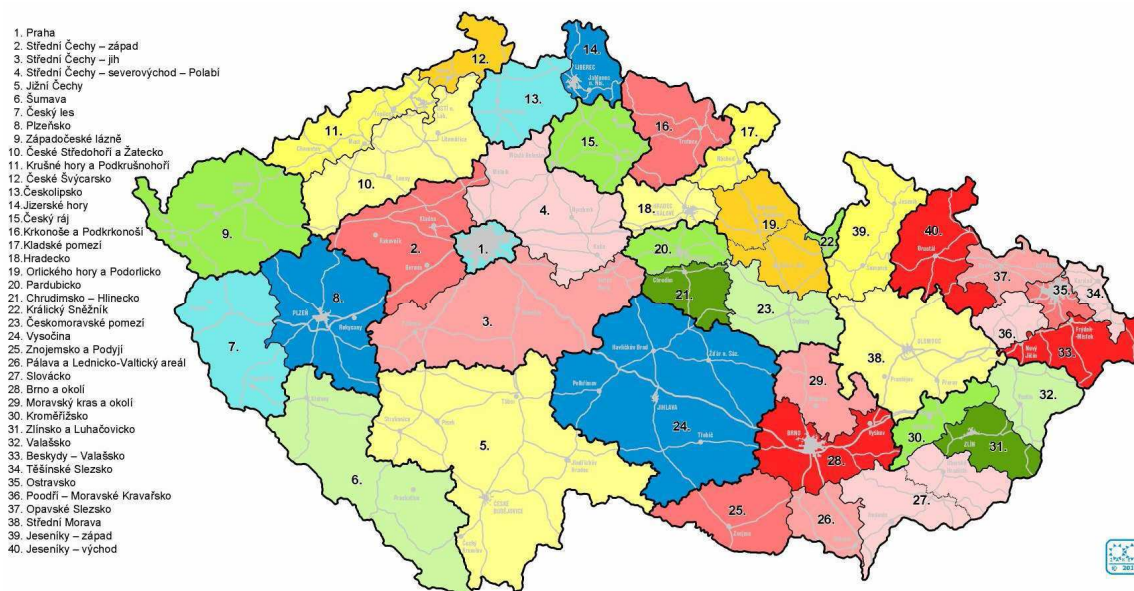
Zdroj: http://notes2.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/stromy_zivota_do_roku_2066 [5. 2. 2010]

Příloha 2: Turistické regiony České republiky



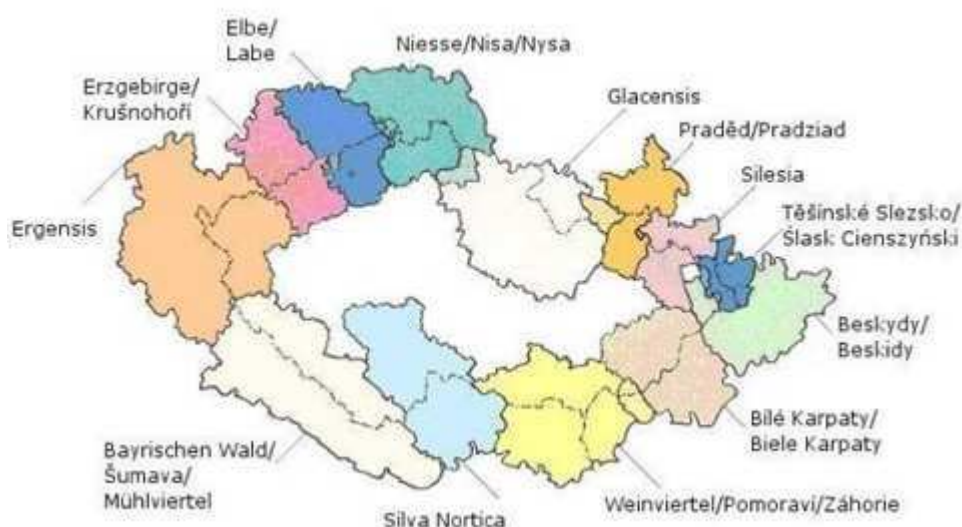
Zdroj: http://www.czechtourism.cz/files/kov/29_01_10_mapa_turistickych_regionu_cr.jpg [12. 4. 2010]

Příloha 3: Turistické oblasti České republiky



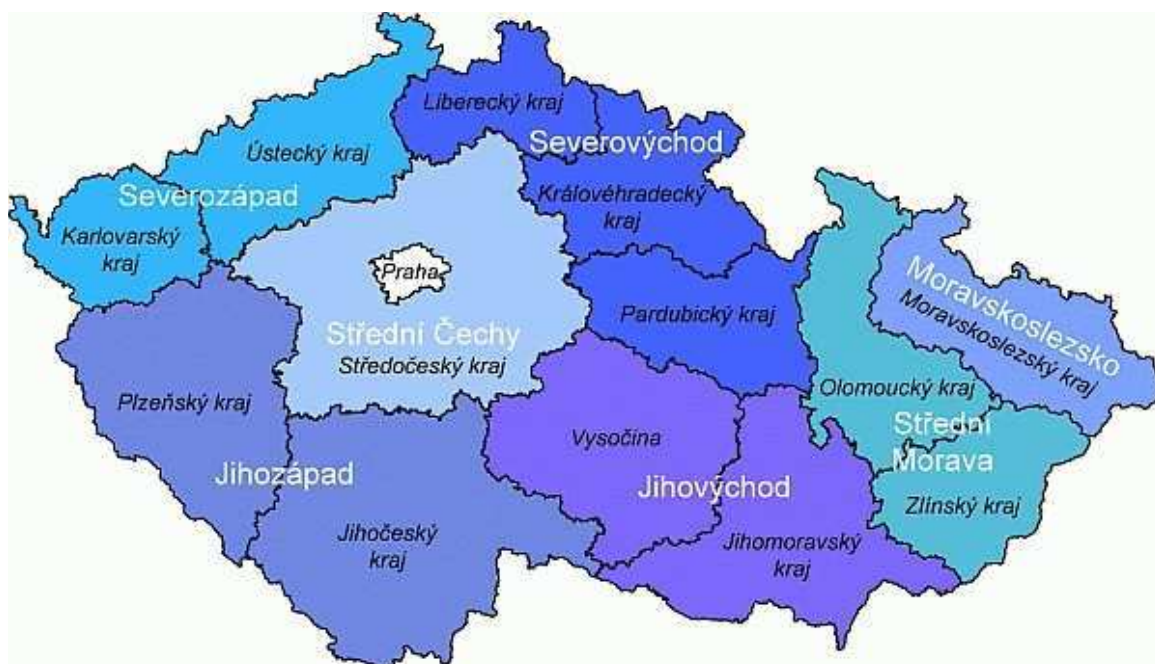
Zdroj: http://www.czechtourism.cz/files/kov/11_02_10_mapa_turisticke_oblasti_cr.jpg [12. 4. 2010]

Příloha 4: Euroregiony



Zdroj: <http://www.euroskop.cz/8775/sekce/euroregiony---uvod/> [8. 2. 2010]

Příloha 5: 14 krajů (NUTS 3) a 8 regionů soudržnosti (NUTS 2)



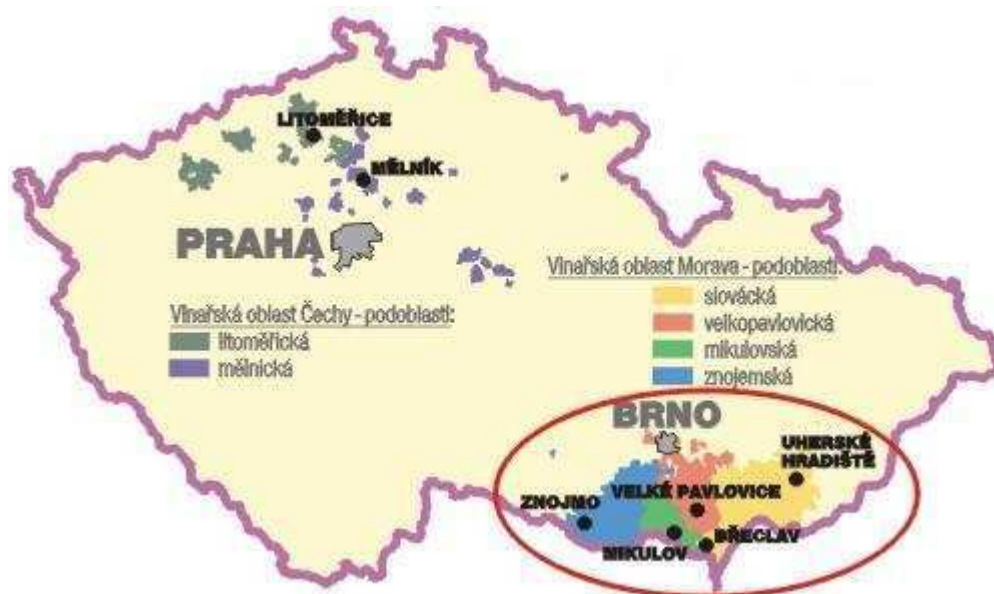
Zdroj: http://www.businessinfo.cz/files/images/070502_obrazek01.jpg [2. 4. 2010]

Příloha 6: Mapa Moravy po roce 1920



Zdroj: http://cs.wikipedia.org/wiki/Soubor:Morava_po_roce_1920_na_map%C4%9B_%C4%8Ceska.png
[8. 2. 2010]

Příloha 7: Mapa vinařských oblastí



Zdroj: <http://vinotekaprosek.cz/wp-content/uploads/2009/01/morava-450x267.jpg> [23. 4. 2010]