

ZÁPADOČESKÁ UNIVERZITA V PLZNI

FAKULTA EKONOMICKÁ

Bakalářská práce

Stárnutí populace a jeho dopad na cestovní ruch

Population aging and its impact on tourism

Šárka Suchánková

Plzeň 2022

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma

„Stárnutí populace a jeho dopad na cestovní ruch“

vypracovala samostatně pod odborným dohledem vedoucí bakalářské práce za použití pramenů uvedených v příložené bibliografii.

Plzeň dne 24.04.2022

v.r. Šárka Suchánková

Poděkování

Na tomto místě bych poděkovala vedoucí mé práce paní Ing. Elišce Vildové, Ph.D. za cenné připomínky a odborné rady, kterými přispěla k vypracování této bakalářské práce.

Obsah

Úvod	6
1. Pojem cestovní ruch	7
1.1. Vývoj cestovního ruchu	8
1.1.1. Moderní cestovní ruchu	9
1.1.2. Novodobý cestovní ruch	10
1.2. Faktory ovlivňující cestovní ruch	11
2. Poptávka cestovního ruchu	13
2.1 Motivy a cíle cestování	15
2.2. Cestovní ruch dětí a mládeže	16
2.3. Cestovní ruch rodin	18
2.3.1 Novorozenecké období	18
2.3.2 Kojenecké období	19
2.3.3 Období batole	19
2.3.4. Věk předškoláka	19
2.3.5 Mladší školní věk	20
2.3.6. Období dospívání	20
2.4. Cestovní ruch seniorů	20
2.4.1. Lázeňství a senioři	24
3. Materiálně – technická základna	25
4. Metodika práce	27
5. Analýza poptávky cestovního ruchu v ČR	28
5.1. Statistické údaje	28
6. Výsledky dotazníkového šetření	31
6.1. Zhodnocení dotazníkového šetření	47

6.2. Návrhová část	48
Závěr	55
Seznam použitých zdrojů	57
Seznam tabulek	61
Seznam obrázků	62
Seznam použitých zkratk	64
Seznam příloh	65
Abstrakt	
Abstract	

Úvod

Stárnutí populace je aktuální trend, který postihuje v současnosti všechny vyspělé země. Je způsoben poklesem porodnosti a prodlužováním délky života obyvatel. Problém poklesu porodnosti je důsledkem rozdílných životních hodnot mladých lidí, kteří dávají přednost studiu, profesnímu vývoji, cestování a volnému času před založením rodiny. Narůstající délka lidského života je výsledkem zvyšování životní úrovně a zlepšením zdravotního stavu populace.

Stárnutí populace se projevuje ve všech oblastech ekonomiky. Zasahuje i do oblasti cestovního ruchu. Senioři díky volnému času, vyšší životní úrovni a volným finančním prostředkům jsou více ochotni investovat do cestování, než mladí lidé. Dle vyšší poptávce seniorů po cestovním ruchu se i dodavatelé těchto služeb snaží čím dál tím více zaměřovat na starší účastníky.

Cílem bakalářské práce je zjistit jaký vliv má stárnutí populace na cestovní ruch. Jaké jsou potřeby a preference na cestování určité věkové skupiny.

Tato práce se skládá ze dvou hlavních částí, část teoretická a praktická. Pro vypracování bakalářské práce byly použity zdroje z české odborné literatury a internetových zdrojů. Teoretická část je členěna do dvou hlavních kapitol, v nichž se v první kapitole autorka zabývá pojmem cestovní ruch. Tato kapitola se plně věnuje vývojem cestovního ruchu, faktury ovlivňující cestovní ruch a motivací k cestování. Druhá kapitola se zabývá poptávkou po cestovním ruchu. V praktické části autorka sbírala data o preferencích na cestování jednotlivých skupin, třídila je a vyhodnocovala.

1. Pojem cestovní ruch

Cestovní ruch může být definován více způsoby, neexistuje žádná univerzální definice. Většina populace si pod tímto pojmem představí hlavně dovolenou, ale skrývá se pod pojmem mnohem více.

„Za cestovní ruch je označován pohyb lidí mimo jejich vlastní prostředí do míst, která jsou vzdálená od místa jejich bydliště, za různými účely, vyjma migrace a výkonu normální denní práce. Pro vymezení cestovního ruchu se často používají i jiné pojmy, například: zotavení, rekreace a turistika.“ (Jakubíková, 2012, s. 18)

„K pojmu cestovní ruch se pojí také pojem cestování, které je definováno přemísťováním jednotlivců, skupin osob podle zájmu a cílů. Z toho vyplývá, že cestování je obecný pojem, který označuje přemísťování lidí prostorově a časově. Člověk, který cestuje, se označuje jako „cestující“ bez ohledu na cíl, směr a dopravní prostředky. Cestování a cestovní ruch jsou v současné době chápány jako dva související pojmy, které charakterizují určitý životní styl člověka.“ (Beránek a kolektiv, 2013, s. 9)

Cestovní ruch je v posledních letech velmi oblíbenou činností mezi generacemi. Základním předpokladem rozvoje cestovního ruchu je svoboda člověka cestovat. Lidé cestují z dvou hlavních důvodů, buď z povinnosti, nebo pro potěšení a zábavu. (Jakubíková, 2012) Účastníci mohou cestovat jak v domácím prostředí, tak i v zahraničním. Hovoříme-li o domácím cestovním ruchu, jedná se o pohyb nebo pobyt domácího obyvatelstva na území vlastního státu bez překročení hranic. Pokud se místo navštívené nachází za hranicemi, jedná se o zahraniční cestovní ruch, obyvatelé určitého státu se pohybují či pobývají na území jiného státu. Zahraniční cestovní ruch se dále dělí na příjezdový a výjezdový. Příjezdový zahrnuje příjezdy zahraničních návštěvníků a jejich pobyt na území daného státu. Výjezdový cestovní ruch neboli pasivní, zahrnuje návštěvu a pobyt rezidentů určité země na území jiného státu. (Beránek & kolektiv, 2013) Příkladem pasivního cestovního ruchu je, pokud obyvatelé České republiky pobývají na území sousedního Německa. Z ekonomického hlediska České republiky je nejvýhodnější, pokud u nás převažuje domácí a příjezdový cestovní ruch. Obyvatelé naší země a návštěvníci z jiných zemí utrácejí peněžní prostředky za cestovní ruch na našem území.

Mezi účastníky patří stálý obyvatel, návštěvník, turista a výletník neboli jednodenní návštěvník. Stálý obyvatel, který je nazýván také rezident je v mezinárodním cestovním

ruchu osoba, která žije v dané zemi minimálně jeden rok před příjezdem do jiné země, ve které stráví kratší dobu, než 1 rok. V domácím cestovním ruchu je stálý obyvatel osoba, která žije na daném místě minimálně šest měsíců před příjezdem na jiné místo ve stejné zemi na dobu kratší, než je 6 měsíců. (Beránek & kolektiv, 2013) „Návštěvník je osoba, která cestuje do jiného místa, než kde má trvalé bydliště a mimo své obvyklé prostředí na dobu nepřekračující dvanáct měsíců, přičemž hlavní důvod cesty je jiný než výdělečná činnost. Z toho vyplývá, že může jít o turistu i výletníka.“ (Ryglová a kol., 2011, s. 19) Ale s tím rozdílem, že turista je dočasný návštěvník, který se zdrží minimálně 24 hodin a méně než jeden rok na daném území a výletník se zdrží maximálně 24 hodin bez přenocování. (Ryglová a kol., 2011)

1.1. Vývoj cestovního ruchu

První zmínky o cestovním ruchu můžeme nalézt již v době před našim letopočtem, kdy vznikly první doložené popisy z cest z oblasti Středozemního moře. Za první cestovatele jsou považovány Řekové, Egypťané a Římané. (Ryglova, Burian & Vajčnerová, 2012) Dříve bylo cestování spojováno hlavně s bohatými mladými šlechtici a syny bohatých kupců a měšťanů, kteří podnikali první cesty pro potěšení, hledání nových zážitků a za relaxací. Už v prvním století našeho letopočtu začaly vznikat první „cestovní kanceláře“, které organizovaly cesty pro jednotlivce a skupiny. Zajišťovaly Římanům potřebné informace, ubytování a jídlo v přímořských letoviscích na jihu Itálie a na egyptských a řeckých plážích. Antický svět nechtěl znát jen cestování k moři, a tak začal budovat termální lázně a luxusní venkovské usedlosti, kam by cestovatelé jezdili v letních měsících. Ale kvůli úpadku Římské říše se stalo cestování obtížnějším, komplikovanějším a nebezpečným. Ve 12. století začaly vznikat cesty za vzděláním, kdy potulní učňové mířili do Francie, Anglie a Itálie. Cestování už nebylo jen o odpočinku v jiné destinaci, ale o poznávání světa. Ve 13. století nastává počátek obchodních, kolonizačních a objevitelských cest do Itálie, Číny a Japonska. V této době byl za nejznámějšího cestovatele považován Marco Polo. (Šauer a kol., 2015)

1.1.1. Moderní cestovní ruchu

Je velmi složité identifikovat počátek moderního cestovního ruchu, některé publikace uvádějí začátek v 17. a 18. století a jiné zase v druhé polovině 19. století kvůli rostoucímu hospodářskému vývoji a rozmachu průmyslu, což mělo za následek růst volného času a životní úrovně obyvatelstva.

„Největší novinkou pro moderní cestovní ruch byl nástup železnic. Železniční doprava skutečně otevřela možnost cestování. Jízda kočárem byla drahá, pomalá, nepohodlná a také nevykonná. Železnice nabídla kapacitní a na svou dobu pohodlnou a můžeme říci i rychlou přepravu. V 60. letech byla vybudována většina páteřních železničních tratí v českých zemích. Nejlépe je možné pozitivní dopad výstavby železnic doložit na rozvoji Českých lázní.“ (Štemberk, 2013, s. 76) Zásadou rozvoje železniční infrastruktury se začala zvyšovat kvalita stravovacích služeb a výstavba turistických hotelů. První síť ubytovacích zařízení byla již vystavěna v průběhu 17. a 18. století v důsledku vybudování státní silniční sítě, kde stály zájezdní hostince. Vnik pohodlnějších ubytování jako jsou hotely, byl na přelomu 18. a 19. století. Součástí hotelů se stávala i restaurace, která nabízela široké spektrum pokrmů. Tyto pokrmy odpovídaly gastronomii 19. století. (Štemberk, 2013)

Cestování a turistické výlety byly dříve doménou pouze vyšších vrstev obyvatelstva, zásluhou rozvoje industrializačních a urbanizačních procesů, začala cestovat i nižší střední pracující třída. Z počátku cestovali hlavně vzdělanější lidé ze státní sféry, škol, univerzit či spisovatelé, malíři nebo novináři. Rok 1860 cestovní ruch zpopularizoval. V 19. století byla řada inovací, například v podobě rozmachu knižních průvodců nebo prvního hromadného zájezdu, který uspořádal Thomas Cook (1808 - 1892). Thomas Cook byl i zakladatelem cestovní kanceláře, která nesla název Thomas Cook & Son, s kterou zorganizoval svůj první hromadný zájezd. V roce 1855 nabízel i organizované zájezdy do Švýcarska, kterého se účastnili střední, nižší střední a dělnické třídy. Thomas Cook měl s těmito zájezdy veliký úspěch, kvůli jejich nízké ceně. Dalším velkým rozvojem cestovního ruchu bylo zpřístupnění Alp. Začala se rozvíjet horská a pěší turistika. Koncem tohoto století se stal cestovní ruch jedním z nejvíce rozvíjejícím se odvětvím světové ekonomiky. (Šauer a kol., 2015)

1.1.2. Novodobý cestovní ruch

Novodobý cestovní ruch lze v Evropě spatřovat v období mezi dvěma světovými válkami. Po první válce státy do vývoje cestovního ruchu prakticky nezasahovaly a lidé mohli cestovat bez vážnější administrativních omezení. (Ryglová a kol., 2011)

Lidé mohli cestovat bez zvláštních dokumentů a nebyly zavedeny ani celní a pasové kontroly. Tato volnost cestovat bez administrativních omezení skončila v důsledku hospodářské krize. Většina zemí zavedla řadu opatření v podobě celní, pasové a vízové povinnosti. Tato opatření přetrvávají až do dnes. Do druhé světové války se cestovní ruch vyvíjel v Evropě stejným směrem, až po válce se vývoj v bývalém Československu začal odlišovat. (Ryglová a kol., 2011)

Československo

Po druhé světové válce došlo v Československu k omezení svobody pohybu, což měla za důsledek válka. Byl zde nedostatek finančních prostředků. Aby se mohl u nás nadále rozvíjet cestovní ruch, musely být splněny zásadní tři podmínky, a to fond volného času, disponibilní prostředky, svoboda a bezpečnost. Podmínky splněny v této době nebyly, což vedlo k situaci, kdy se omezoval počet cestovních kanceláří, převažoval krátkodobý cestovní ruch. Lidé více začali chatařit či chalupařit a vycestovat se mohlo pouze do socialistických zemí. Výjezdy byly striktně regulovány ze strany státu a musely se splnit určité podmínky. Omezení svobody pohybu trvalo až do roku 1989. Po tomto roce se u nás podmínky pro rozvoj cestovního ruchu zlepšily. Za velmi krátkou dobu vzniklo u nás mnoho nových subjektů. Následkem rozvolnění začaly vznikat nové formy cestovního ruchu, jako je agro-turistika a ekoturistika. Přebývaly krátkodobé levné poznávací zájezdy do sousedních zemí či vznik nových profesních asociací. (Ryglová a kol., 2011)

Česká republika

Po roce 2000 se Česká republika, jako osamocený stát dále vyvíjela. Vznikaly nové strategické dokumenty, které vyjadřovaly předpokládaný budoucí vývoj států, krajů a mikroregionů. Zvyšovala se lůžková kapacita, zlepšovala se spolupráce mezi subjekty cestovního ruchu a vznikaly nové specifické formy cestovního ruchu, například: golfová, kongresová, cykloturistika, lázeňství a wellness. (Ryglová a kol., 2011)

1.2. Faktory ovlivňující cestovní ruch

Faktory, které ovlivňují rozvoj a rozmístění cestovního ruchu dělíme do tří základních skupin, a to na:

- lokalizační
- realizační
- selektivní

(„Kapitola 16. Geografie cestovního ruchu“, n.d.)

Lokalizační faktory rozhodují o konkrétním umístění dané lokality. Mezi tyto faktory patří přírodní podmínky a společenské atraktivity. K přírodním podmínkám patří: klima, charakter a modelace terénu, přírodní atraktivity, flóra, fauna... („Kapitola 16. Geografie cestovního ruchu“, n.d.) Aby se v dané lokalitě mohl více rozvíjet cestovní ruch, musí být splněny přírodní podmínky a to, příjemnější klima, neobvyklá modelace terénu, existující živočišné a rostliny. Proto také spousta cestovatelů navštěvuje horské či pobřežní oblasti, kde jsou geologické zvláštnosti, čistá voda či zachovalá flóra a fauna. Společenské atraktivity existují vlivem lidské činnosti a patří sem: objekty (hrady, zámky, muzea, divadla, ...) a akce (festivaly, koncerty, náboženské slavnosti...). (Rygllová a kol., 2011)

Největší význam mají ty objekty, které jsou nejcennější a nejproslulejší. Největší hodnotu mají památky, které jsou zapsané na seznamu Světového kulturního dědictví UNESCO. („Seznam světového dědictví UNESCO“, 2018) Organizace UNESCO vznikla v Londýně 04. 11. 1945 podpisem Úmluvy. Mezi zakládajícími státy bylo i minulé Československo. (Palatková, 2011) Dle statistik je na seznamu světového dědictví UNESCO celkem 1154 položek, z toho 897 položek kulturního dědictví, 218 přírodního a 39 smíšeného ve 167 státech světa. Česko má na seznamu kulturního dědictví celkem 16 památek. V roce 2021 se tento seznam rozšířil o dvě památky, a to o Jizerskohorské bučiny a lázeňský trojúhelník – slavná lázeňská města Evropy. (UNESCO, n.d.) Pro cestovatele jsou také atraktivní události, zvyklosti, slavnosti a gastronomie. Zasluhou těchto lokalizačních faktorů se dá do značné míry předurčit, jaký druh cestovního ruchu se bude na daném území rozvíjet. (Rygllová a kol., 2011)

Realizační faktory mají hlavní úkol pro konečnou fázi uskutečňování cestovního ruchu. Umožňují danou oblast dosáhnout (doprava) a využít (infrastruktura služeb). Doprava zajišťuje přemístění účastníka cestovního ruchu z výchozího místa do navštívené oblasti. Doprava může být pro některé cestující nutné zlo, proto organizátoři dovolených nabízejí přepravné služby, tím se snaží cestovateli zjednodušit a zpříjemnit cestu. Pro cestující je také velmi důležité využít ubytovací a stravovací zařízení či zábavné a sportovní využití. (Ryglová a kol., 2011)

„Selektivní faktory také stimulační faktory stimulují vznik a rozvoj cestovního ruchu. Selektivní faktory určují, zda někdo vůbec přijede, a když přijede, tak kdo to bude a v jakém počtu a zda CR v dané oblasti může vůbec existovat.“ (Ryglová a kol., 2011, s. 37) Dělí se na objektivní, do kterých patří politické a ekonomické faktory, demografická situace, administrativní podmínky a na subjektivní. Do skupiny subjektivních selektivních faktorů se řadí psychologické faktory, které ovlivňují rozhodování účastníků cestovního ruchu. Rozhodování účastníků je často ovlivněno reklamou, propagací, zkušenostmi, ... (Ryglová a kol., 2011)

2. Poptávka cestovního ruchu

Poptávka cestovního ruchu může být pochopena z různých hledisek. Proto se také moc neseťkáme s univerzální definicí poptávky cestovního ruchu.

Definice je spíše chápaná z ekonomického hlediska. „Podle Palatkové a Zichové (2011) je možné z hlediska ekonomické teorie poptávku charakterizovat jako celkové množství zboží a služeb, které všichni spotřebitelé chtějí koupit za konkrétní cenu.“ (Šauer a kol., 2015, s. 34) Z cestovního ruchu lze poptávku chápat jako ochotu a schopnost spotřebitelů nakupovat různé množství produktů cestovního ruchu za různé ceny v průběhu jakéhokoliv časového období. (Šauer a kol., 2015)

Poptávka cestovního ruchu je členěna dle ochoty a schopnosti populace se účastnit aktivit cestovního ruchu do tří hledisek: efektivní/současná poptávka, potlačená poptávka a nulová poptávka. S efektivní poptávkou se setkáváme nejčastěji a jedná se o účastníky cestovního ruchu, kteří jsou v destinaci či na cestě do destinace. Potlačená poptávka zahrnuje populaci, která nemůže cestovat z nějakého důvodu. Potlačená poptávka se dělí na dva podtypy. Prvním podtypem je potencionální poptávka, lidé mají touhu vycestovat, ale brání jim překážky v podobě ekonomické situace v domácnosti, zdravotního stavu, péče o dítě atd. Pokud se překážky potencionální poptávky odstraní, stane se z ní efektivní poptávka. Druhým podtypem je odložená poptávka, zde jsou příčiny neuskutečnění cesty v podobě obsazenosti hotelu, špatného počasí, přírodní katastrofy a podobně. Posledním hlediskem poptávky cestovního ruchu je nulová či žádná poptávka. Tito lidé nechtějí cestovat a raději svůj čas a peníze investují do jiných statků než do služeb cestovního ruchu. (Šauer a kol., 2015)

Poptávka cestovního ruchu je ovlivněna věkem, národností, pohlavím, dosaženým vzděláním, životním cyklem rodiny a psychografickými znaky. Všechny tyto sociální aspekty ovlivňují poptávku cestovního ruchu. (Beránek a kol., 2013)

Jeden z nejdůležitějších sociálních aspektů, který ovlivňuje poptávku, je věk. Věk u populace ovlivňuje chování návštěvníků v destinaci. Wells a Gubar vytvořili dle sociálních aspektů model cyklu rodinného života. Vycházeli z tradičního konceptu rodiny. Model popisuje několik fází, kterými jedinec prochází během svého života. Do první fáze patří mladí jedinci, kteří nežijí spolu a nejsou na někom závislí. V druhé fázi vstupuje jedinec do manželství, ale stále nemá děti. V dalších fázích už se hovoří o dětech.

Pokud dítě ještě chodí do školky, mluvíme o tzv. plném hnízdu I. O plném hnízdu II se dá hovořit, pokud rodina má děti ve školním věku a do plného hnízda III patří rodiny, které mají starší děti, které jsou nezávislé. Pokud se dítě rozhodne, že už nechce žít se svou rodinou a rozhodne se odejít, mluvíme o fázi prázdného hnízda I. Lidé jsou v této fázi stále ekonomicky aktivní. V dalších fázích už mluvíme o jedincích, kteří jsou v seniorském věku. V modelu Wellse a Gubara senioři v důchodu představují skupinu prázdného hnízda II. Když jeden ze seniorů zemře a jedinec zůstane sám, mluvíme o konečné fázi cyklu. (Šauer a kol., 2015)

Obr. 1: Fáze životního cyklu podle Wellse a Gubara

Mládenecká fáze (mladí svobodní lidé nežijící s rodiči)
Bezdětní novomanželé
Plné hnízdo I (nejmladší dítě do 6 let)
Plné hnízdo II (nejmladší dítě nad 6 let)
Plné hnízdo III (starší manželé s dětmi, které jsou na nich závislé)
Prázdné hnízdo I (děti mimo domov, hlava rodiny pracuje)
Prázdné hnízdo II (hlava rodiny v důchodu)
Pracující osamělá vdova (osamělý vdovec)
Osamělá vdova (osamělý vdovec) v důchodu

Zdroj: Horner & Swarbrooke (2003, s. 76)

Každá jednotlivá skupina z tohoto modelu ovlivňuje cestovní ruch. Jak už autorka zmínila, věk nejvíce ovlivňuje poptávku cestovního ruchu. Mladí jedinci mají velký sklon k cestování. Proto svoje finance utrácejí za luxusní statky v podobě dovolené. Velký pokles pak nastává u sezdaných párů s dětmi či i u samoživitelů. Je to pravděpodobně kvůli horší finanční situaci. Další skupina, která ovlivňuje poptávku cestovního ruchu jsou rodiny, patřící do prázdného hnízda I. Nemusí ve většině případech už finančně podporovat svoje děti a mají více finančních prostředků. Jak už autorka zmínila, stárnutí populace ovlivňuje cestovní ruch, proto jsou senioři vysokou cestovatelskou skupinou. Velkým problémem této skupiny je zdravotní stav, který se s rostoucím věkem zhoršuje. Ale i přesto jsou senioři vysoce cestovatelsky aktivní. Chtějí za svůj zbytek života ještě něco zažít a poznat svět. (Šauer a kol., 2015)

2.1 Motivy a cíle cestování

Motivem cestovního ruchu jsou všechny psychologické a fyzické potřeby, které ovlivňují člověka k výběru destinace, která uspokojí jejich potřeby. Jednotlivé potřeby se liší, například potřeby cestujících, kteří jezdí za prací, mají jiné požadavky než ti, kteří si jezdí na dovolenou odpočinout. (Beránek & kolektiv, 2013)

Jak už autorka zmínila, každý účastník cestovního ruchu má jiné motivy k cestování. Ve většině případech jich má každý více a navzájem se prolínají. Ale existuje vždy hlavní motiv cesty, který určí cíl. Mezi motivy patří: přírodní a klimatické, kulturní, ekonomické a psychologické motivy. (Beránek & kolektiv, 2013)

- 1) Přírodní a klimatické motivy – Mezi přírodní faktory patří slunce, vzduch, voda, rostlinstvo, krajinný ráz... Jsou pro účastníky cestovního ruchu ve většině případech ty rozhodující. Hrají velkou roli v rozvoji určitých druhů cestovního ruchu. Jedná se o cestovní ruch přímořský, sportovní, horský a dobrodružný. Přírodní a klimatické motivy jsou hlavním elementem rozhodování hlavně u lidí, kteří si chtějí na dovolené odpočinout, změnit prostředí a užít si zábavu. (Beránek & kolektiv, 2013)
- 2) Kulturní motivy – Tento motiv si lidé vybírají, pokud chtějí pozvat a vidět historická místa, archeologické památky, muzea, obrazárny, národní umění a jiné. Ke kulturním motivům je možné i začlenit společenské motivy. Do společenských motivů se zařazuje kontakt a komunikace s lidmi. Českou republiku lidé navštěvují hlavně pro kulturně-historické zajímavosti. (Beránek & kolektiv, 2013)
- 3) Ekonomické motivy – Na tyto motivy musíme nahlížet z jiného hlediska než na přírodní klimatické a kulturní motivy. U těchto motivů se zjišťuje, co lidi vede k cestování. Do ekonomických motivů patří ekonomické faktory, které zahrnují: cenu cestování, hodnotu žití v místě bydliště, tak i v místě pobytu účastníka cestovního ruchu. Tyto motivy mají důležitou roli v nákupu zájezdového balíčku. (Beránek & kolektiv, 2013)
- 4) Psychologické motivy – Na tyto motivy se nahlíží stejně jak na ekonomické. Do psychologických motivů patří vnitřní motivy účastníků cestovního ruchu. (Beránek & kolektiv, 2013)

Člověk cestuje za potřebou touhy po odpočinku, relaxaci, poznání a vzdělání. Jelikož cestování je v poslední době velmi oblíbené mezi všemi generacemi, je i velmi důležité, aby jednotliví účastníci měli určitou motivaci.

V další části se autorka bude zabývat motivy jednotlivých segmentů cestovního ruchu a jejich poptávkou. Mezi zmíněné segmenty bude patřit: cestovní ruch dětí a mládeže, cestovní ruch rodin s dětmi a cestovní ruch seniorů.

2.2. Cestovní ruch dětí a mládeže

Tato forma cestovního ruchu se také jinak nazývá tzv. juniorská turistika. V České republice byla dříve formou pionýrských táborů či velkých hromadných akcí pro děti. Do roku 1989 byla jediná cestovní kancelář CKM, která se specializovala na děti a mladistvé. Na její činnost navázaly cestovní kanceláře a agentury, které se specializovaly na juniorskou turistiku. CKM nabízela domácí i výjezdový cestovní ruch do socialistických zemí s nabídkou animačních programů a masových akcí. (Ryglová a kol., 2011)

Cestovní ruch dětí a mládeže je specifický cestovní ruch. Existují tři segmenty tohoto cestovního ruchu, který představují určité věkové hranice.

- **Děti pod 10 let** – Tento segment je stále kontrolovaný rodiči, kteří za ně rozhodují a platí. Tyto děti jezdí na dovolené s rodiči. V poslední době jsou velmi oblíbené existující hotely, které se specializují na pobyty s dětmi. V těchto hotelích je nabídka celodenního hlídání dětí a rodiče mohou mít svůj vlastní program. Také se začínají objevovat hotely baby friendly. Ty se liší od ostatních hotelů především nabídkou, vybavením a poskytováním služeb. (Ryglová a kol., 2011) Na internetu je webová stránka baby friendly hotel – cestujte s dětmi, kde je seznam chat a chalup, penzionů, hotelů a apartmánů, které se specializují právě na děti. V České republice je baby friendly hotel například Wellness hotel Babylon v Liberci. (Baby-friendly-hotel cestujte s dětmi, n.d.)
- **Děti a mládeže ve věku 10-19 let** – Tato skupina je také nazývaná teens. Jezdí na školní výlety, školy v přírodě, lyžařské výcviky a letní tábory. Letní tábory jsou v dnešní době tematické a konají se v letní sezóně. (Ryglová a kol., 2011) Škola v přírodě je zotavující pobyt, kam jezdí děti základních škol do zdravotně příznivého prostředí za účelem zdravotního, vzdělávacího a výchovného. Na školy v přírodě se jezdí v rámci vyučování. První zmínka o školách v přírodě byla ve 20. století a cílem těchto pobytů bylo zlepšit zdravotní stav dítěte. (Wikipedie, 2020) Tato skupina preferuje služby nižšího standardu a ve většině případech se konají mimo letní sezónu, kromě

zmíněných letních táborů. Děti a mládež mají i nižší nároky na vybavení, ale velkou nevýhodou je jejich hlučnost a riziko poškození vybavení. (Ryglová a kol., 2011)

- **Mladí lidé 20-29 let** – Mladí lidé v této věkové skupině jsou nazýváni twenty, ale v poslední době se toto označení vytrácí. Rozhodují se sami a jsou do určité míry nezávislí. Mají nižší rozpočet, proto jsou pro tuto skupinu typické individuální zájezdy, au pair pobyty, work and travel, práce na farmách a v kempech a podobně. (Ryglová a kol., 2011) Pod individuálním cestováním se dá představit cestování na vlastní pěst. Mladí lidé využívají individuální cestování hlavně kvůli zmíněné nižší ceně, volnosti, dobrodružství a specifickým požadavkům, které cestovní kanceláře nemohou splnit. Individuální cestování má velkou výhodu, že zájemci se mohou vydat kamkoliv, využít jakýkoliv dopravní prostředek a vyrazit kdykoliv. Toto cestování je spojeno s dobrodružstvím, nikdy nikdo neví, co se stane a jakou situaci budou muset řešit. Proto tenhle typ cestování není pro každého, každý nemá čas a chuť vymýšlet a zařizovat věci, které jsou s cestováním spojené. Někdo se bojí i problémů, které při individuálních cestách mohou nastat, a proto dávají přednost koupě zájezdů u cestovní kanceláře. („Výhody a nevýhody individuálního cestování na vlastní pěst“, n.d.) Au pair program je pobyt pro mladé, svobodné a bezdětné, kteří jezdí do cizí země za účelem zdokonalit se v jazyce, poznat danou zemi a najít si nové přátele. Au pair musí pomáhat rodině s dětmi a starat se o domácnost. Hostitelská rodina poskytuje pobyt a stravu zdarma, v některých rodinách dostává au pair i benefity v podobě peněz. („Pracovní a Au Pair pobyty“, n.d.) Další program, který je oblíbený mezi mladými lidmi je work and travel. Tento program byl původně založen v USA pro americké děti, aby mohly poznat jinou kulturu. Dnes je program Work and travel určen pro studenty, který jim umožňuje pracovat, cestovat a poznávat Ameriku. Mladí lidé mohou pracovat ve fast food restauracích, supermarketech, kavárnách, barech, na pláži či u bazénu jako plavčíci a na mnoha dalších místech. Platy jsou tam mnohem vyšší než v ČR. Výhodou je výdělek peněz, zdokonalení se v jazyce a poznání jiné země. (MSM academy, n.d.)

Všechny tyto skupiny mají výhodu, že si informace o cestování najdou na webových stránkách. Je plno programů, které umožňují vycestovat do zahraničí či je i velké množství nabídek na tábory, z kterých mohou vybírat mladší generace. Zásluhou sociálních sítí, jako je Facebook, Twitter, YouTube, Instagram mohou svoje zážitky ukázat ostatním a třeba i motivovat někoho jiného.

Další výhodou jsou slevy, které mohou využívat mladí lidé do věku 26 let na cestování. K čerpání slev jsou však důležité slevové karty, např. ISIC a IYTC. (Ryglová a kol., 2011)

2.3. Cestovní ruch rodin

Rodina je dle sociologické definice skupina osob, která je vzájemně spjata pokrevními svazky, manželstvím nebo adopcí. Nejdůležitějším posláním rodiny je pečovat a chránit, zejména ty své členy, kteří se o sebe nemohou postarat sami. Existuje také neúplná rodina pouze s jedním rodičem. („Rodina“, 2020)

Cestovní ruch rodin je často nazýván cestovní ruch pro všechny. I rodina s dětmi má potřebu uspokojit svoje potřeby a chce cestovat. Předtím aby uspokojila svoji potřebu, musí přijít řada rozhodnutí, která se týkají místa, času, délky, způsobu dopravy a mnoha jiného. Na tyto rozhodující faktory mají vliv i děti. Rodiče na ně musí brát velký ohled, chtějí, aby byly spokojeny hlavně ony, a tak výběr destinace přizpůsobují právě dětem. U některých rodin s rostoucím věkem dítěte roste i zájem o rozhodování kam vycestovat. (Švábenská, 2008) Dítě prochází různými vývojovými obdobími a tím se mění požadavky na cestování celé rodiny.

Většina cestovních kanceláří nabízí produkty cestovního ruchu zaměřené na rodiny s dětmi. Pokud se cestovní kanceláře zaměří právě na tento segment, mohou získat nové zákazníky v budoucnosti v podobě dospělých dětí. (Švábenská, 2008) Většina těchto rodin dává přednost ubytovacím zařízením, které nabízejí animační služby. Děti si tak užijí doprovodný program a rodiče či prarodiče chvíli klidu. Některé ubytovací zařízení nabízejí animační programy i pro dospělé.

2.3.1 Novorozenecké období

Novorozenec je dítě od okamžiku narození do ukončení 28 dne života. (Wikiskripta, 2020) Narozené dítě je považováno za významný start do života rodiny. V tomto období není moc doporučeno cestovat. Rodina s miminkem by měla vycestovat až po šestinedělí. Přesto se najdou rodiče, kteří vycestují s novorozencem. (Janovský, 2017) Rodiče vyhledávají především čistá, klidná a bezpečná místa. Mají velké množství požadavků na ubytování. Chtějí čisté prostředí, možnost bezbariérového přístupu, dětskou postýlku,

přebalovací pult a mnoho dalších. (Ward, 2017) Většina aerolinek, ale povoluje vycestovat s kojencem starších 14 dnů.

2.3.2 Kojenecké období

Kojencem se dítě stává od 29 dne života do 1 roku věku. Toto období trvá 11 kalendářních měsíců. (Wikiskripta, 2017) Cestování s kojencem má řadu výhod pro rodinu. Pokud rodina cestuje do zahraničí, ušetří spousty peněz za letenku či ubytování. Rodiče také vyhledávají ubytovací zařízení, které nabízejí čisté klidné bezpečné prostředí, dětskou postýlku, přebalovací pult, vysoké židličky či možnost přípravy dětského jídla či mléka. Také už vyhledávají dětské koutky s hračkami. (Ward, 2017)

2.3.3 Období batole

Batole je dítě ve věku od 1 do 3 let. Toto období je rozděleno na mladší věk od 1 do 2 let a starší od 2 do 3 let. V tomto věku dítě začíná lézt, chodit a mluvit. („Batole“, n.d.) Největším problémem cestování dítěte v tomto věku je cesta, čím je delší, tím je náročnější. V dopravních prostředcích je nedostatek prostoru a málo možností, jak dítě zabavit. Proto se doporučuje s nimi cestovat na kratší vzdálenosti. (Vyzulová, 2017) Přestože se rodina rozhodne letět, tak do 2 let nemusí ve většině případech platit za letenku pro svoje dítě. Batole může sedět na jednom z rodičů. Od 2 let už musí mít dítě vlastní sedadlo. (Letuška, 2013)

2.3.4. Věk předškoláka

Za předškoláka jsou považované děti ve věku od 3 do 6 let. V této době děti touží objevovat svět nejraději s rodiči. (Mádlová, 2019) „Cestování s předškolákem je poměrně nenáročné ohledně ubytování a stravování. Vzhledem k tomu, že jsou děti v tomto období velice hravé a o vše projevují velký zájem, nabízí se možnost aktivního trávení volného času, výletů plných zajímavých zážitků, místa poskytujících dostatek prostoru pro hry, tvořivé činnosti a zkoumání.“ (Ward, 2017, s. 21)

2.3.5 Mladší školní věk

Tato období je vymezené nástupem dítěte do školy. Je nazývané prepuberta a je považované za nejradostnějším období v životě. Začíná mezi 6 a 7 rokem života dítěte. (Labusová, 2021) V cestovním ruchu tato věková kategorie vyžaduje hlavně možnost aktivního využití. Proto rodiče v místě pobytu hledají dostatek fyzického pohybu, aby uspokojili potřeby svých dětí. V místě pobytu vyhledávají například aquaparky, lanové parky či dobrodružné stezky. (Ward, 2017)

2.3.6. Období dospívání

Dospívání je považované za náročné období jak pro aktéry, tak i pro rodiče. Dospívání je přechodná fáze, kdy už jedinec není dítě, ale ještě není ani dospělý. Dospívání je od cca 10 let do 19 let, některé definice uvádějí i od 14 do 19let. („Dospívání“, n.d.) Jelikož toto období je náročné, tak i cestování s „puberťákem“ je považováno za velmi náročné. Dospívající většinou nechce cestovat s rodiči, pokud se nejedná o populární či módní místo, které by mu vrstevníci mohli závidět. Pobyt s rodiči si zpříjemňuje poslechem hudby, připojením k internetu či návštěvou diskotéky. (Ward, 2017)

2.4. Cestovní ruch seniorů

Pojem senior pochází z latinského jazyka, v překladu stáří. Jedná se o souhrnné označení pro lidi od určitého věku. Typické u většiny seniorů je odchod z pracovního poměru. Věková hranice je uváděna různě, nejčastěji je uváděna 50, 55 nebo 60 let. („Odkdy jsme senioři?“, 2018)

Seniorská turistika lze definovat jako turistika lidí, kterým věk překročí v USA hranici 50 let a v Evropě 55let. Tento druh turistiky se objevuje stále častěji. Ve zdrojově silných zemích Evropy a USA se jedná o rostoucí skupinu zákazníků a velmi zajímavou. Důvodem je postupné stárnutí populace a prodlužování průměrného věku. V současné době je na světě přes 600 milionů lidí, kteří jsou starší 60 let. (Čertík & kolektiv autorů, 2000) Zmíněná věková hranice je odlišná i kvůli lepší zdravotní péči, zdravějšímu životního stylu ve vyspělých zemích. Podle odhadů bude v České republice v roce 2050 téměř 52 % cestujících, jejichž věk bude starší 50 let. Dle těchto výzkumů se v této skupině skrývá velký potenciál. (Kubová, n.d.)

Cestovní ruch seniorů je rozdělován do tří etap: mladší, starší a nejstarší senioři. Kritériem segmentace je především věk, pohlaví, zdravotní stav, výše příjmu a životní styl. (Kotíková, 2013)

Mladší senioři jsou lidé ve věku od 55 do 65 let. Jsou to lidé s dobrou fyzickou kondicí. Velmi málo se liší od běžné populace. Je pravděpodobné, že jeden z páru je ještě zaměstnán. Příjmy jim umožňují věnovat se svým koníčkům, investovat do bydlení nebo cestovat. Z hlediska životního cyklu rodiny patří do „prázdného hnízda“. Mladší senioři z pohledu marketingu jsou velmi zkušení a uvědomělí zákazníci. Vědí, co chtějí. Jsou při výběru služeb cestovního ruchu velmi nároční. Při svém nákupu zvažují poměr-kvalita – cena. (Kotíková, 2013)

Starší senioři jsou ženy a muži ve věku od 66 do 75 let, kteří už nejsou v produktivním věku a jsou v důchodu. Lidé v tomto věku bývají často zdraví a vitální. Mají dostatek času na věnování se svým koníčkům či cestovat, ale jejich charakteristickým znakem je šetrnost. (Kotíková, 2013)

Nejstarší senioři jsou také nazýváni veteráni. Do této skupiny patří lidé nad 76let. Této skupině se již musí věnovat největší péče. S rostoucím věkem přibývá množství tělesných hendikepů, které jim často brání v dosavadních aktivitách. U této skupiny je velké množství negativních faktorů, které mají dopad na cestovní ruch. Mezi negativní faktory patří osamělost, špatná finanční situace a nemoc. V tomto věku se už mění i požadavky na cestování. (Kotíková, 2013)

S rostoucím věkem se zvyšuje ochota vycestovat se skupinou kvůli asistenčním službám či přítomnosti lékaře. Tyto služby bývají součástí programů pro skupiny. Všechny zmíněné skupiny už preferují pobyt v klidném prostředí. Starší senioři a veteráni cestují nejraději mimo hlavní sezónu a mimo dny pracovního volna. (Rygllová a kol., 2011)

„Pro zapojení se seniorů do cestovního ruchu je důležité zejména zdraví. Podle Světové zdravotní organizace (World Health Organization – WHO) je zdraví definováno nikoliv jako pouhá absence nemoci, ale jako stav komplexní fyzické, psychické a sociální povahy (WHO). Všechny tyto tři aspekty zdraví určují – a to jak pozitivně, tak i negativně – kvalitu života seniorů.“ (Kotíková, 2013, s. 437) Dalším klíčovým faktorem rozvoje cestovního ruchu seniorů je ekonomická situace. Je důležité si uvědomit, že může cestovat jen ten, kdo má dostatek finančních prostředků. Skupina seniorů, která má nižší finanční prostředky, cestuje v rámci domácího cestovního ruchu nebo jezdí na své chaty

a chalupy. V České republice senioři, kteří mají dostatek finančních prostředků, berou svá vnoučata na dovolenou. Proto vznikl nový fenomén, a to cestování prarodičů s vnoučaty. (Kotíková, 2013)

Základní znaky seniorů jako účastníků cestovního ruchu

Senioři jsou zajímavou cílovou skupinou v oblasti cestovního ruchu. Podle Slavíka, Pattersona a Reilda lze definovat tyto znaky seniorů:

- **Rozdíl v segmentech seniorského cestovního ruchu podle věku** – Senioři mají dle věku rozdílné cíle v oblasti cestovního ruchu. Mladší senioři se nejméně liší od ostatní dospělé populace, a naopak největší rozdíly jsou vidět u starších a nejstarších seniorů.
- **Významný segment** – Většina subjektů cestovního ruchu se právě zaměřuje na seniory a stávají se největšími zákazníky cestovních kanceláří.
- **Cítí se mladší, než ve skutečnosti jsou** – Lidé s přibývajícím věkem si často odmítají připustit, že jsou staří.
- **Relativní dostatek finančních prostředků** – I když nemají tak vysoké příjmy jako lidé, kteří pracují. Jsou pro cestovní kanceláře perspektivními klienty. Senioři už nepotřebují investovat do nákupu bydlení, zařizování bytu, nákupu nového automobilu, a tak si mohou dovolit svoje peníze investovat do služeb cestovního ruchu. Ale také tato skupiny nejvíce zohledňuje poměr cenu / kvalita.
- **Dostatek volného času a v rámci cestovního ruchu cestují mimo hlavní sezónu** – Senioři nejsou závislí na termínu dovolené, proto mohou cestovat kdykoliv. Ve většině případech vybírají termín své dovolené mimo hlavní sezónu. Cestování mimo hlavní sezónu má řadu výhod. Jednak mohou být nižší ceny mimo sezónu a ve střediscích může být méně lidí a senioři mohou mít větší klid pro strávení své dovolené. Další výhodou jsou nižší teploty než v hlavní sezóně. Extrémní horka mohou mít špatný dopad na zdravotní stav seniora.
- **Využívají služeb cestovních kanceláří** – Jelikož senioři využívají služeb cestovních kanceláří, tak i cestovní kanceláře se čím dál více zaměřují na tento segment. Jsou pro cestovní kanceláře důležitou klientelou. Prodejci zájezdů zavedli pro seniory zvláštní nabídky se zlevněnými zájezdy v termínech mimo hlavní sezónu.

- **Nové zájmy v cestovním ruchu seniorů** – Motivace cestovního ruchu seniorů je rozmanitá. Tradičně jezdí za poznáním, odpočinkem a relaxací či návštěvou příbuzných a známých nebo za nákupem. Seniori mají čím dál větší zájem o cestování za vzděláním, dobrodružnými aktivitami, pobyty zaměřené na zlepšení nebo upevnění zdraví.

(Kotíková, 2013)

Pohybové a dobrodružné aktivity

V poslední době mají seniori čím dál tím větší zájem o aktivní sportování či dobrodružný cestovní ruch. Zájem o tyto aktivity je dán dobrou fyzickou kondicí, zdravotním stavem a zdravým životním stylem. Seniori, kteří se v mládí a v produktivním věku pohybovali, vyhledávají pohyb i v seniorském věku. Seniori mají zájem o cykloturistiku, lyžování, plavání a také preferují nenáročnou a velmi oblíbenou pěší turistiku. I dobrodružný cestovní ruch je velmi oblíbený mezi seniory. (Kotíková, 2013) Pod dobrodružným cestovním ruchem si můžeme představit zájezdy a pobyty zaměřené na horolezectví či vysokohorskou turistiku s prvky extrémních sportů a v extrémních podmínkách. Účastník chce zažít neobvyklé zážitky, poznat sám sebe a najít hranici svých možností. (Urbanová, n.d.)

Vzdělávání

Vzdělávání je dalším motivem účasti cestovního ruchu seniorů. Seniori mají zájem využít a spojit volný čas se vzdělávacími aktivitami. Zvyšuje se počet seniorů, kteří mají zájem o studium, tzv. univerzity třetího věku. (Kotíková, 2013) Univerzita třetího věku je zájmovým, neprofesním studiem občanů na vysokoškolské úrovni. Je určena zejména seniorům, kteří jsou starší 60 let. („Univerzita třetího věku“, n.d.)

Zdraví a zdravý životní styl

Také roste zájem o zdraví a zdravý životní styl. Tradičně tato skupina navštěvuje lázeňské pobyty. Lázeňství v České republice má dlouholetou tradici. Nejnovějším produktem jsou wellness pobyty. Populární jsou mezi seniory pobyty na Slovensku a v Maďarsku, kde navštěvují termální lázně. V poslední době jsou seniori součástí zdravotního cestovního ruchu. Cestují do zahraničí, aby mohli podstoupit určitou léčbu, například: plastické operace, stomatologické zákroky a podobně. Tyto operace jsou většinou dostupnější, levnější a kvalitnější než v jejich zemi. (Kotíková, 2013)

2.4.1. Lázeňství a senioři

Slovo spa (lázně) není v literatuře jednoznačné, vychází z mnoha teorií. Nejpravděpodobnější teorií je, že slovo pochází z malé belgické vesnice Spa, která je známá svými teplými minerálními prameny. Také je možné toto slovo použít i pro ozdravné středisko, ozdravovnu nebo zařízení, kde se pečuje o zdraví včetně lázní.

Vývoj lázeňství je vázán na výskyt minerálních uhličitých vod. Dříve již existovaly různé druhy koupelí, které byly převážně horké. Avšak léčebné lázně v dnešním slova smyslu se vyvinuly až v posledních letech v Evropě. Někteří němečtí experti tvrdí, že centrem světového lázeňství jsou lázně v česko-bavorsko-saském pohraničí.

Česká republika je jedním z center světového lázeňství pro hojně rozšířené a rozmanité přírodní léčebné zdroje. Mezi vytipované destinace patří: Západočeský lázeňský trojúhelník, Poděbrady, Luhačovice, Třeboň a Jáchymov. K cílovým segmentům, které nejvíce navštěvují lázně, patří klienti orientované na léčení, klienti pojišťoven, střední generace do 49 let, 50+ senioři a senioři nad 60 let.

(Jakubíková a kol., 2019)

V kontextu zdravotnictví a lázeňství Riedl považuje za zákazníka budoucnosti právě seniora. (Jakubíková, Vildová, Janeček & Tluchoř, 2019) Ve vyspělých zemích senioři mají dostatek finančních prostředků a času, díky tomu mohou maximálně využívat primární lékařskou péči s využitím přírodních léčivých zdrojů v lázních po celém světě. (Kostková & Schellong, 2018)

3. Materiálně – technická základna

„Materiálně technická základna umožňuje účastníkům cestovního ruchu realizovat služby cestovního ruchu. Zahrnuje ubytovací služby, dopravu, služby cestovních kanceláří a agentur, služby sportovně-rekreační, wellness a lázeňské služby, služby doplňkové.“ (Ryglová a kol., 2011, s. 49)

Autorka se v této části zaměří na ubytovací zařízení, cestovní kanceláře/ agentury a dopravní služby, které krátce popíše.

Ubytovací služby

Ubytovací služby představují základní službu cestovního ruchu. V mezinárodním turismu mají největší význam právě velké hotelové řetězce. (Palatková, 2011)

Hlavní funkcí ubytovacích služeb je umožnit účastníkovi cestovního ruchu se ubytovat mimo jeho trvalé bydliště včetně uspokojení jeho dalších potřeb, které s přenocováním nebo přechodným pobytem souvisejí. (Kotíková, 2013)

Ubytovací zařízení se člení podle hledisek:

- Podle způsobu výstavby se dělí na pevné (hotely, penziony), částečně pevné (chaty), přenosné (stany) a pohyblivé (karavany).
- Podle časového využití se dělí na celoroční a sezónní.
- Podle kategorií se dělí na tradiční, doplňkové a ostatní. Mezi tradiční ubytovací zařízení patří hotely, penziony, modely a apartely, byrotely, horstely, ... Do doplňkových služeb patří chaty, botely, rotely, kempy, bungalovy, Poslední zmíněné ostatní ubytovací služby zahrnují ubytování ve školách, na vysokoškolských kolejích, ...

(Kotíková, 2013)

Cestovní kanceláře a agentury

Cestovní kancelář a agentura jsou dva pojmy, které mají jeden společný cíl a tím je prodej zájezdů. Jinak jsou to rozdílné subjekty.

Cestovní kancelář je na základě živnosti koncesované oprávněna organizovat, nabízet a prodávat zájezdy. Zatímco cestovní agentura je na základě vázané živnosti oprávněna zájezdy pouze nabízet a prodávat. (Palatková, 2011) Jak cestovní kanceláře, tak agentury mohou poskytovat různé další služby cestovního ruchu, a to buď samostatně nebo kombinovaně. Může se například jednat o kongresové, průvodcovské, pojišťovací služby, rezervování míst v dopravních prostředcích atd. (Ryglová a kol., 2011)

Cestovní kanceláře se podle charakteru a rozsahu služeb dělí na základní a specifické. Základní cestovní kancelář poskytuje služby v plném rozsahu a zaměřuje se jak na tuzemské, tak i na zahraniční zájezdy. Naopak specializované cestovní kanceláře se zaměřují na určitý druh a rozsah služeb, případně i na určitou klientelu. Dle určité specializace mohou být malé cestovní kanceláře konkurenčně schopné. Cestovní kanceláře jsou pojištěny proti úpadku, zásluhou pojištění má klient jistotu, že nepřijde o svoje peníze, kdyby se zájezd ze strany cestovní kanceláře neuskutečnil. Pojištění proti úpadku nezahrnuje storno, léčebné výlohy, krádež zavazadla, odpovědnost a jiné. To zahrnuje cestovní pojištění, které je buď součástí smlouvy či se sjedná dodatečně. (Ryglová a kol., 2011)

Dopravní služby

Doprava je také jednou základní podmínkou rozvoje cestovního ruchu. Většina dopravní infrastruktury nebyla vybudována za účely cestovního ruchu, tomu také odpovídá její rozložení. Naopak lanovky, lyžařské vleky, bobové dráhy a cyklostezky jsou vybudované za účelem cestovního ruchu. (Ryglová a kol., 2011)

Dopravní služby zahrnují služby letecké, železniční, silniční, námořní a vnitrozemské vodní, vertikální dopravy a dopravy v terénu. (Jakubíková, 2012)

4. Metodika práce

Praktická část bakalářské práce se v první části zaměřuje na statistické údaje o počtu obyvatel v České republice a následně autorka identifikuje, kam obyvatelé České republiky v roce 2021 nejvíce cestovali. Následuje sběr dat z dotazníkového šetření. Ze získaných dat se vytvoří návrhy, které by mohly cestovním kancelářím pomoci se zlepšením jejich služeb a usnadnění tvorby zájezdů pro jednotlivé skupiny.

Průzkum, který je zaměřený na změny požadavků cestujících v průběhu let, byl proveden pomocí dotazníkového šetření. Dotazník je rozdělen do několika sekcí, které jsou přidělené k určité věkové skupině. Cílem tohoto šetření je získat informace o tom, jaké mají požadavky jednotlivé zmíněné skupiny na cestování a jak se mění požadavky jednotlivých skupin v průběhu let.

Před oficiálním sběrem dat se uskutečnila pilotáž dotazníkového šetření. Na pilotáži se celkem podílelo 13 respondentů. Šest respondentů bylo ze skupiny děti, mládež a mladí lidé. Pět ze skupiny rodiny s dětmi a zbylí dva respondenti, kteří se podíleli na pilotáži, byli ze skupiny seniorů. Tito zvolení respondenti měli za úkol ověřit srozumitelnost a složitost dotazníku. Všechny odpovědi, které byly získané z pilotáže, nebyly použity do praktické části.

Po opravě připomínek, které autorka získala z pilotáže, bylo dotazníkové šetření spuštěno. Dotazníkové šetření probíhalo v elektronické verzi a bylo vyvěšeno na sociálních sítích. Respondenti dostali od autorky odkaz na dotazník, kde odpověděli na pár základních otázek a pak podle věku se rozdělili do konkrétní skupiny, kde odpovídali na další otázky, podle kterých autorka zjistila, jaké požadavky mají jednotlivé skupiny na cestování a jak se v průběhu let požadavky našich respondentů mění.

Sběr dat probíhal od 07.03.2022 do 31.03.2022. Dotazníku se celkem zúčastnilo 161 respondentů. Ze skupiny děti, mládež a mladí lidé se dotazníku zúčastnilo 67 respondentů, 52 ze skupiny rodiny s dětmi a 42 respondentů ze skupiny seniori.

Dotazníkové šetření, které je rozdělené do několika sekcí obsahuje kombinaci uzavřených a polouzavřených otázek. V některých otázkách mohli respondenti zvolit i více odpovědí. Elektronická forma dotazníkového šetření byla zvolena z důvodu rychlého průzkumu všech věkových skupin. V dnešní době mají přístup k internetu skoro všichni lidé ze zmíněných skupin.

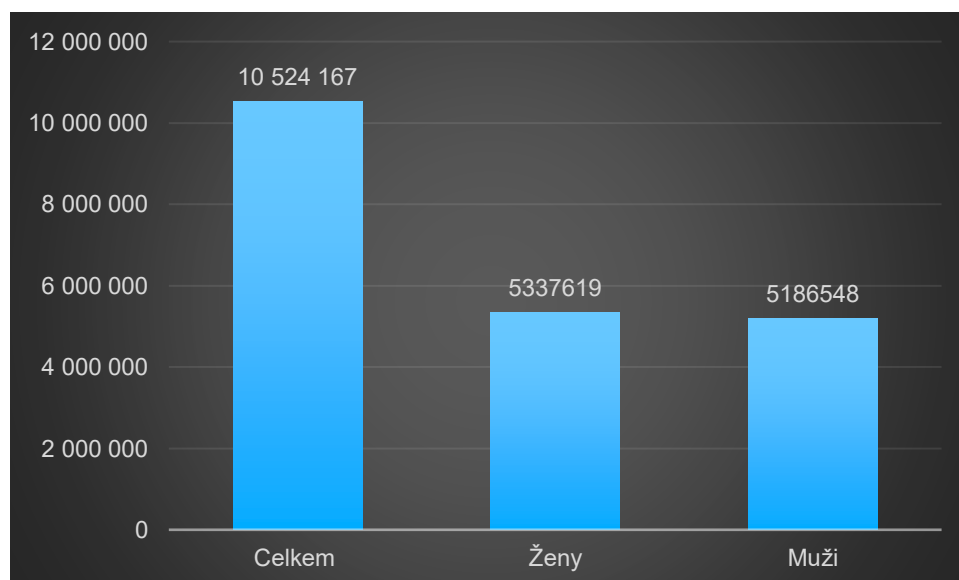
5. Analýza poptávky cestovního ruchu v ČR

Tato kapitola se nejprve zaměřuje na statistické údaje počtu obyvatel v České republice a na následnou identifikaci dat, kam obyvatelé z České republiky nejčastěji jezdili v roce 2021.

5.1. Statistické údaje

Poslední zmínka o počtu obyvatel v České republice je z roku 2021, kdy se provádělo poslední sčítání lidu. Sčítání lidu začalo 27. března 2021 a skončilo 11. května 2021. Bylo to historicky první sčítání lidu, které probíhalo on-line. Dle výsledku českého statistického úřadu žilo v roce 2021 v České republice 10 524 167 osob z toho 5 186 548 mužů a 5 337 619 žen. (Sčítání 2021, 2021)

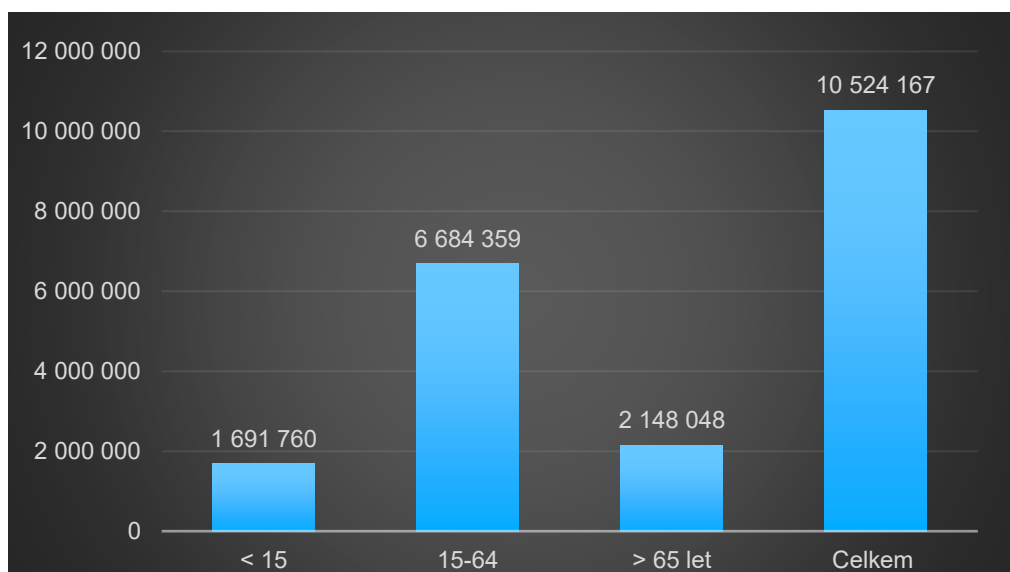
Obr. 2: Data o počtu obyvatel v ČR z roku 2021



Zdroj: Vlastní zpracování dle sčítání lidu (2021a)

Z celkového počtu obyvatel České republiky z roku 2021 bylo 1 691 760 dětí mladších 15 let, 6 684 359 obyvatel ve věku 15–64 let a 2 148 048 obyvatel starších 65 let. (Sčítání 2021, 2021)

Obr. 3: Věk obyvatel v ČR



Zdroj: Vlastní zpracování dle sčítání lidu (2021b)

Jak už autorka několikrát zmiňovala, cestování je velmi oblíbené. Proto i občané z České republiky i přes nepříznivé podmínky pandemie Covid-19 cestovali v roce 2021. Dle CzechTourismu vyjelo celkem 8 813 943 rezidentů do hromadných ubytovacích zařízení v České republice, to je v porovnání o více jak dva miliony méně než v roce 2019, když pandemie Covid-19 na našem území ještě nebyla. Z toho 469 357 rezidentů navštívili lázně, kde přenocovali celkem 3 891 586x. Nejvíce navštěvované lázně Čechů byly lázně v Karlovarském kraji. Dalších 4 408 816 rezidentů se ubytovalo v hotelích v České republice. Nejvíce v domácím cestovním ruchu navštěvovali hromadná ubytovací zařízení v Jihomoravském kraji, kde celkem přenocovali 2 626 050x. (Český statistický úřad, n.d.) Češi cestovali i do zahraničí, dle českých cestovních kanceláří. Češi v roce 2021 nejčastěji jezdili do Egypta, Řecka, Chorvatska a Turecka. (Amb, 2022) I rezervační systém letenek kiwi.com zaregistroval v roce 2021 cesty Čechů do ciziny, a to nejčastěji do Kyjeva, Říma, Paříže, Malagy a Londýna. (Vebe, 2022)

Přímo cestovní agentura Invia a.s. si udělala statistiku za rok 2021, která byla zaměřena na cestování Čechů. Cestovní agentury Invia a.s. dle objednávek, které byly v cestovní agentuře Invia a.s. provedeny, nejvíce Čechů zvolilo ke své dovolené cestu do Řecka a to 24 % ze všech provedených objednávek. Na druhém místě byl Egypt s 21 %. Egypt byl zároveň nejoblíbenější destinací mimo Evropu. Na třetím místě bylo Bulharsko (10 %) a po něm Chorvatsko s 8 %. O pátou příčku se dělila Česká republika a Turecko (7 %).

Čtyři procenta cestovatelů vyrazila na Kanárské ostrovy, 3 % do Itálie a Španělska. Na 10 místě se umístily Spojené arabské emiráty s 2 %. Češi v průměru zaplatili za svoji dovolenou 15 500 Kč. Mezi nejlevnější pobyty byl pobyt v České republice, kde Češi v průměru utratili 4 300 Kč. Naopak nejdražší byl pobyt v Emirátech, průměrná cena za dovolenou se vyšplhala na 26 000 Kč. Cestovní agentura se zaměřila i na statistiku ohledně cestovatelů. Dovolenu kupují častěji ženy než muži, v procentech 58:42. Nejčastějšími zákazníky této agentury byli lidé ve věku 40 let. (Invia, 2022) Mnozí z Vás se mohou ptát, proč má Česká republika, tak malé zastoupení v prodeji zájezdů u zmíněné cestovní kanceláře, když 8 813 943 rezidentů navštěvuje hromadná ubytovací zařízení právě na českém území. Jeden z hlavních důvodů je, že Češi cestují v domácím cestovním ruchu spíše na vlastní pěst, než aby využívali služeb cestovních kanceláří a agentur.

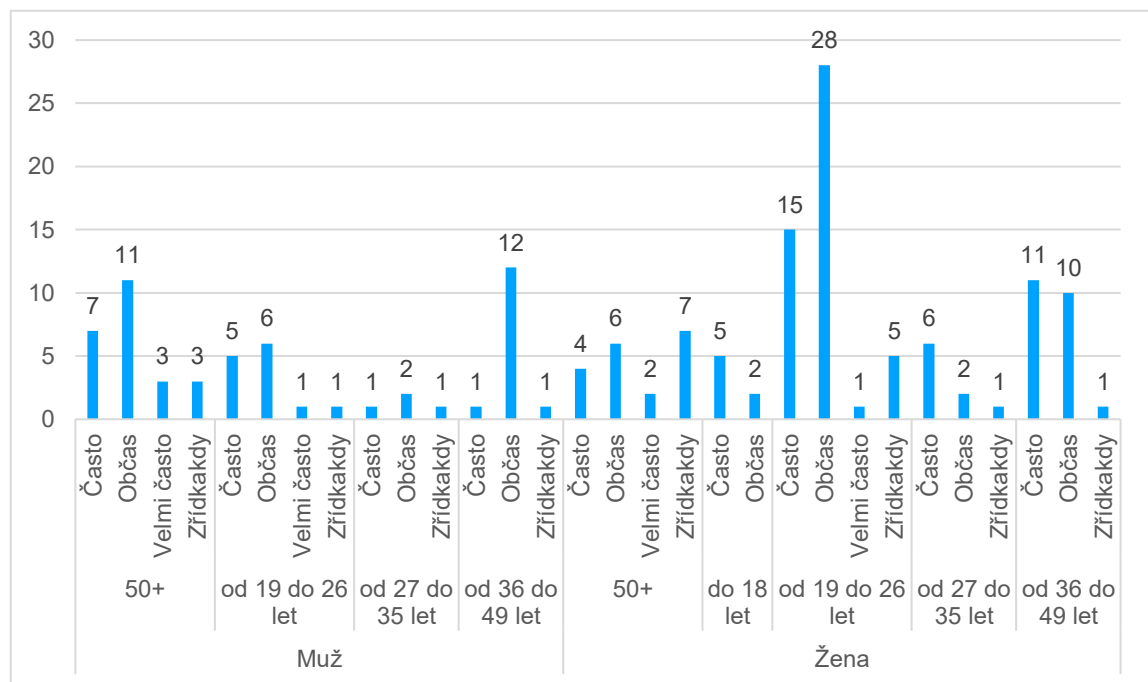
Zákazníci služeb cestovního ruchu si mohou tyto služby zakoupit na internetu, tak i v kamenných provozovnách. Díky službám, které jsou nabízeny si každá věková kategorie najde to své. Například zmíněná cestovní agentura Invia a.s., která předprodává zájezdy cestovních kanceláří či jiné služby nabízí zájezdy pro seniory 55+, rodiny s dětmi, i pro cestovatele, kteří cestují na vlastní pěst. Agentura nabízí možnost si zakoupit letenky do vybrané destinace či pronájem auta v cílové destinaci.

6. Výsledky dotazníkového šetření

Otázky z dotazníkového šetření byly zaměřeny na cestování jednotlivých segmentů. V první části se autorka ptala všech respondentů na stejné otázky. Poté se rozdělili do skupin a každý segment měl svoje.

Otázky 1,2,3: Uveďte vaše pohlaví, kolik Vám je let a jak často cestujete?

Obr. 4: Základní informace o všech respondentech

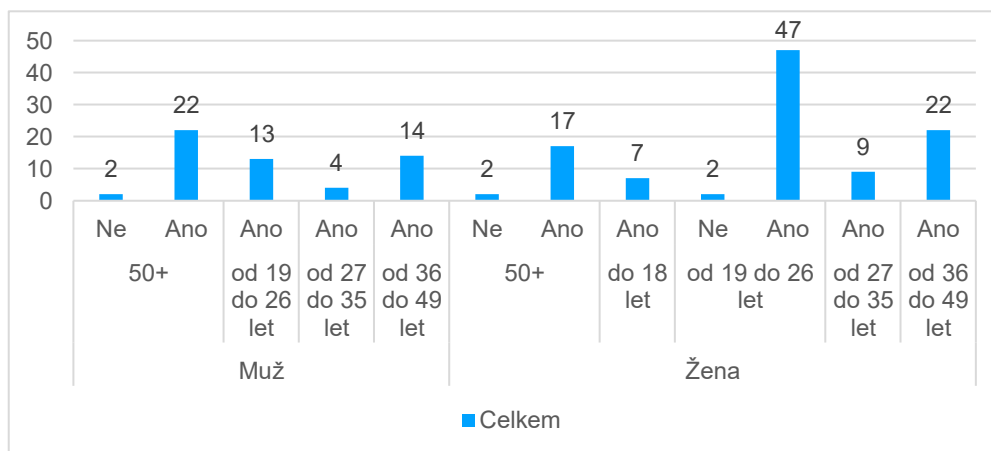


Zdroj: Vlastní zpracování (2022)

Tento graf, který vychází z kontingenční tabulky, obsahuje data o věku, pohlaví a jak často respondenti cestují. Dotazník celkem vyplnilo 161 respondentů, z toho bylo 55 mužů a 106 žen. Ani jeden z respondentů neuvěděl, že necestuje. Nejvíce zajímavým segmentem pro subjekty cestovního ruchu mohou být ženy ve věku od 19 do 26 let, které uvedly nejvíce, že cestují často. Hlavním důvodem tohoto rozhodnutí může být: poznávání světa, zdokonalení se v cizím jazyce či poznání nových lidí. Ženy v tomto věku většinou nemají děti a studují, proto si mohou dovolit tak časté cesty.

Otázka č. 4: Cestujete rádi?

Obr. 5: Oblíbenost cestování



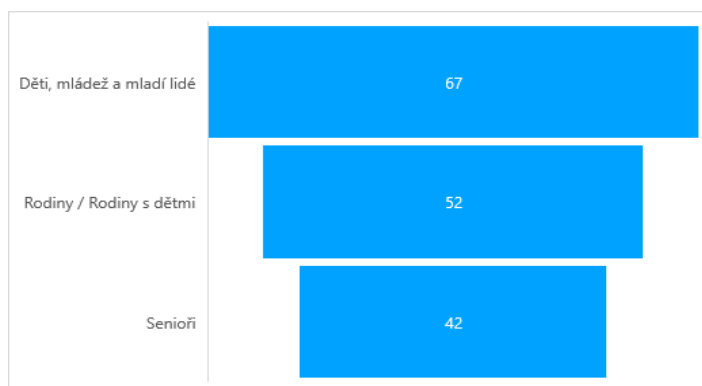
Zdroj: Vlastní zpracování (2022)

V této otázce chtěla autorka zjistit, zda dotazovaní rádi cestují. Ze 161 respondentů jich 155 rádo cestuje a 6 nerado. Mezi ty, kteří neradi cestují, patří dva muži starší 50 let a čtyři ženy, které jsou dvě ve věkové kategorii 50+ a dvě ve věku od 19 do 26 let.

Otázka č. 5: Do jaké skupiny patříte?

Pátá otázka byla zaměřena na rozdělení respondentů do těchto tří skupin. Dle tohoto rozdělení autorka mohla skupinám položit otázky, v kterých zjišťovala, jaké mají požadavky na cestování či jak se jejich požadavky v průběhu let měnily.

Obr. 6: Zařazení respondentů do skupin



Zdroj: Vlastní zpracování (2022)

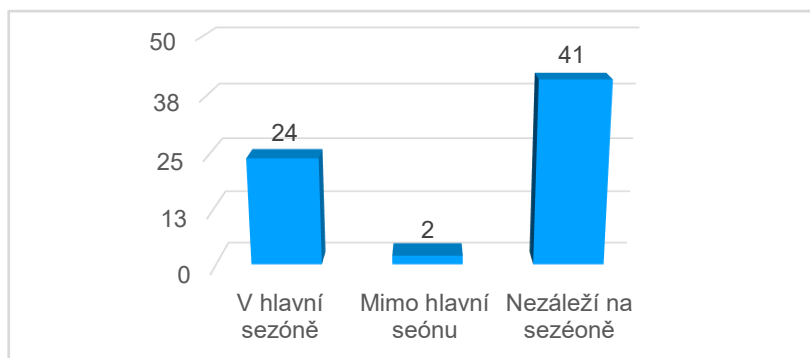
Šedesát sedm respondentů patří do skupiny děti, mládež a mladí lidé. Tato věková skupina měla největší zastoupení v odpovědích v tomto dotazníkovém šetření. Padesát dva respondentů patřilo do skupiny rodiny / rodiny s dětmi a 42 do skupiny senioři.

Cestovní ruch dětí, mládeže a mladých lidí

Otázka č. 6: Kdy nejčastěji cestujete?

V této otázce si mohli jednotliví respondenti z cestovního ruchu dětí, mládeže a mladých lidí vybrat období, kdy nejčastěji cestují.

Obr. 7: Cestování v hlavní sezóně, mimo hlavní sezónu, nezáleží na sezóně



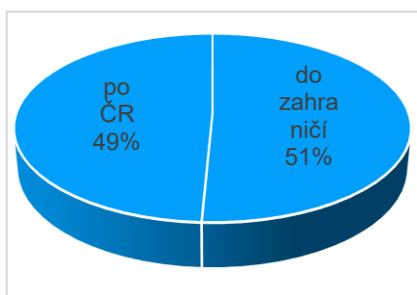
Zdroj: Vlastní zpracování (2022)

Čtyřicet jedna respondentům nezáleží na období, kdy cestují. Dvacet čtyři upřednostňuje cesty v hlavní sezóně a dva mimo hlavní sezónu. Hlavním důvodem cest v hlavní sezóně může být povinná školní docházka respondentů.

Otázka č. 7: Jezdíte spíše?

V této otázce se autorka ptala věkové skupiny dětí, mládeže a mladých lidí kam nejčastěji cestují. Zda raději objevují krásy České republiky či navštěvují jinou zemi.

Obr. 8: Cestování po Česká republice či do zahraničí



Zdroj: Vlastní zpracování (2022)

Tento segment cestuje z 49 % po České republice a 51 % do zahraničí. Z celkového grafu vyplývá, že o trochu více dávají přednost cestám do zahraničí.

Otázka č. 8: Z jakého důvodu nejčastěji cestujete?

Otázka číslo osm je zaměřena na hlavní důvody dětí, mládeže a mladých lidí proč cestují.

Obr. 9: Důvody k cestování dětí, mládeže a mladých lidí

Cestovní ruch dětí a mladistvých	Rozhodně souhlasím	Spíše souhlasím	Ani tak, ani tak	Spíše nesouhlasím	Rozhodně nesouhlasím
Odpočinek /relaxace	46	18	1	2	0
Objevení a poznání nových míst	55	9	3	0	0
Sport	12	20	18	10	7
Práce	5	7	9	21	25
Návštěva rodiny/ přátel	13	10	14	15	15
Zdravotní důvody	3	9	6	14	35
Náboženství	1	9	1	8	48
Nové znalosti/zkušenosti	31	25	7	1	3

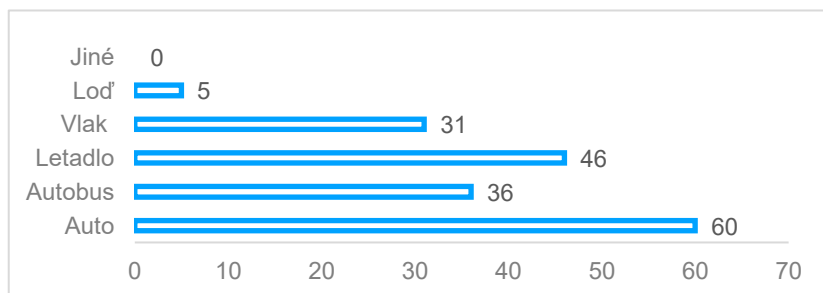
Zdroj: Vlastní zpracování (2022)

Z tabulky vyplývá, že tato skupina cestuje nejčastěji kvůli odpočinku/relaxaci, objevování a poznání nových míst či kvůli novým znalostem a zkušenostem, které na jejich cestách získávají. Mezi nejméně oblíbené důvody, kvůli kterým tato skupina nevolí svoji cestu je náboženství, zdraví a práce.

Otázka č. 9: Jaký dopravní prostředek využíváte k cestování?

Tato otázka je zaměřena na dopravní prostředky, které nejvíce využívají k cestování děti, mládež a mladí lidé. Při této otázce mohli zvolit více možností.

Obr. 10: Dopravní prostředek k cestování



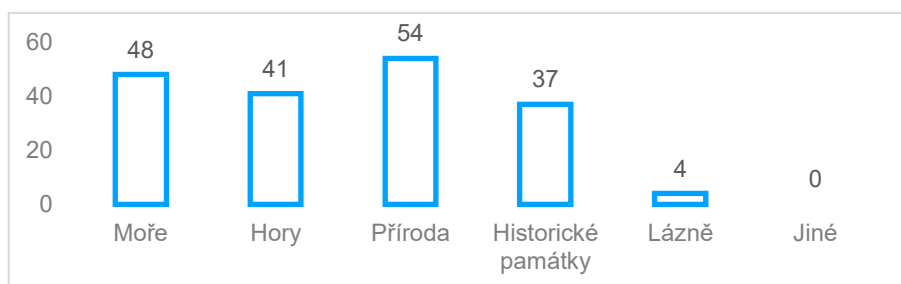
Zdroj: Vlastní zpracování (2022)

Šedesát respondentů z 62 nejvíce využívají k cestování automobil, jako druhý nejvíce používaný dopravní prostředek je letadlo, které využívá 46 respondentů z 62. Na třetím místě se umístil autobus, celkem 36 z 62 respondentů. Na čtvrtém místě je vlák, kterým jezdí 31 odpovídajících a nejméně cestují lodí.

Otázka č. 10: Kam nejčastěji jezdíte?

Autorka u této skupiny také zkoumala, jaká atraktivita je pro odpovídající nejvíce oblíbená, kvůli které zvažují místo své cesty. U této otázky mohli respondenti vybírat z více možností. Na výběr měli: moře, hory, přírodu, historické památky, lázně a jiné.

Obr. 11: Atraktivita



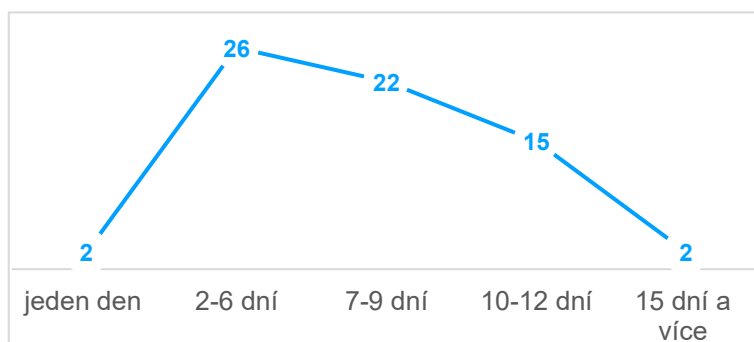
Zdroj: Vlastní zpracování (2022)

Jak můžete z grafu vidět, tento segment cestuje na různá místa. Nejvíce preferované jsou cesty do přírody a k moři. Do hor cestuje 54 respondentů z 62 a k moři 48 z 62. Také, ale tento segment rád cestujete do hor či navštěvuje historické památky. Nejméně volí cesty do lázní.

Otázka č. 11: Jaký počet dní k cestování preferujete?

Jedenáctá otázka se zaměřuje na počet dní, které preferuje tato skupina nejvíce k cestování. Na výběr byl jeden den, 2–6 dní, 7–9 dní, 10–12 dní, 15 dní a více a jiné možnosti.

Obr. 12: Počet dní k cestování



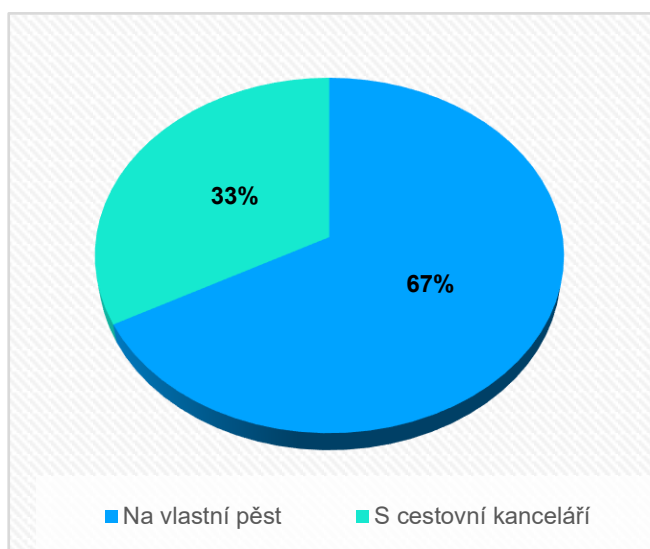
Zdroj: Vlastní zpracování (2022)

Tato věková skupina preferuje nejvíce cesty na 2-6 dní, tuto délku cesty volí 26 odpovídajících, cesty na 7-9 dní volí 22 respondentů a na 10-12 dní 15. Nejméně oblíbená délka cesty je na jeden den či na delší dobu než 15 dní.

Otázka č. 12: Cestujete spíše?

Důležitá je i pro cestovní ruch otázka, zda respondenti využívají služeb cestovních kanceláří či agentur nebo si plánují svoje cesty sami a cestují na vlastní pěst.

Obr. 13: Cestovní kancelář / agentura či vlastní pěst



Zdroj: Vlastní zpracování (2022)

Respondenti v této věkové kategorii cestují spíše na vlastních pěst 67 % a 33 % využívá služeb cestovních kanceláří nebo agentur. Je vidět, že většina mladých lidí si svoje cesty raději plánuje sama.

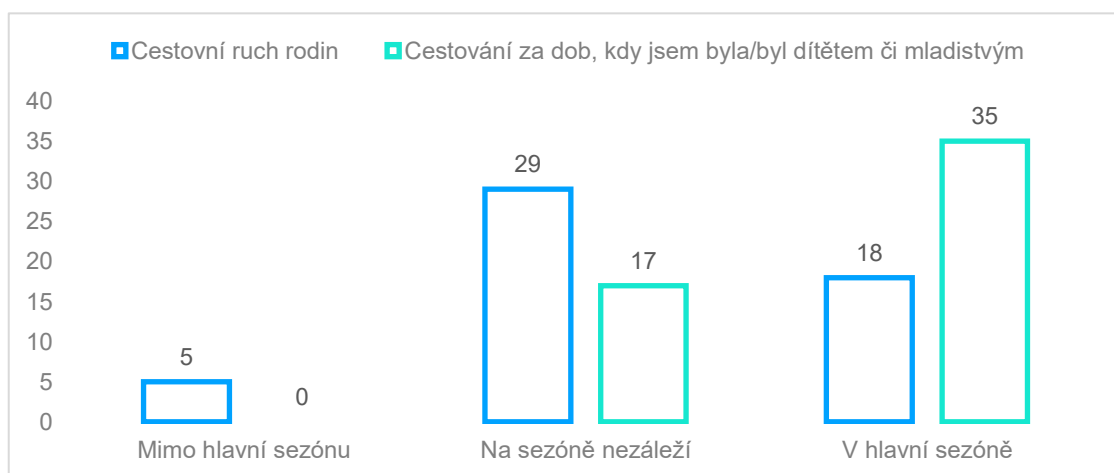
Cestovní ruch rodin

Tato část dotazníkového šetření byla zaměřena na cestovní ruch rodin. Autorka zde zkoumá rozdíly, jak lidé cestovali dříve a nyní.

Otázka č. 13: V jakém období cestujete či jste cestovali?

Tato otázka je zaměřena na období, kdy rodiny nejčastěji cestují a dříve cestovali.

Obr. 13: Období cestování



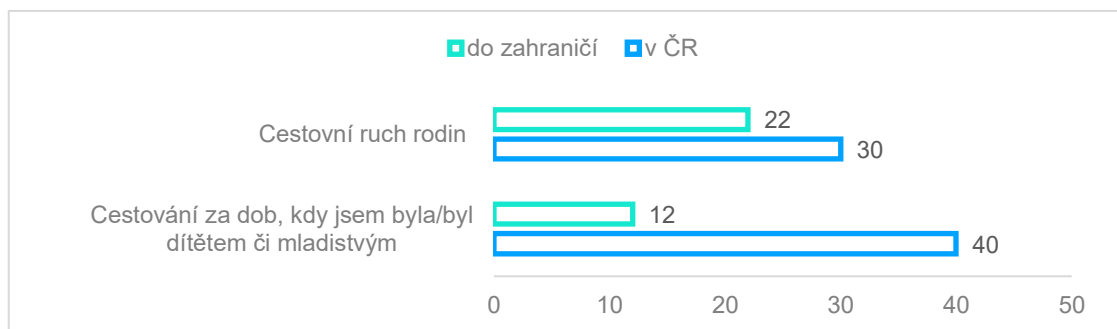
Zdroj: Vlastní zpracování (2022)

Z uvedeného grafu je patrně jasné, že se změnil výběr období pro cestování v průběhu let. Dříve, kdy respondenti neměli rodinu a byli dětmi, cestovalo 35 odpovídajících v hlavní sezóně a 17 nezáleželo na období, kdy mohou cestovat. Nyní 18 respondentů cestuje spíše v hlavní sezóně, 29 nezáleží, kdy cestují a 5 jich spíše jezdí mimo hlavní sezónu. Hlavní sezóna je v České republice myšlena od června do srpna, kdy mají děti hlavní prázdniny.

Otázka č. 14: Kam nejčastěji cestují či cestovali?

Tato otázka je zaměřena na místo, kam nejčastěji rodiny s dětmi cestují či kam dříve cestovali.

Obr. 14: Porovnávací graf, kam rodiny s dětmi cestují či kam dříve cestovali, když byli dětmi či mladistvým



Zdroj: Vlastní zpracování (2022)

Z uvedeného grafu je jasné, že se nezměnila preference oblasti, kam respondenti cestují. Obyvatelé z České republiky stále preferují domácí cestovní ruch. Dříve, když respondenti byli dětmi či mladistvými, 40 jich cestovalo nejčastěji po České republice a 12 jezdilo do zahraničí. Dnes 30 rodin preferuje domácí cestovní ruch a 22 výjezdový. Z grafu je patrně jasné, že se zvyšuje zájem o cesty do zahraničí. Nejspíš za to mohla dřívější doba a totalitní režim, za kterého nebylo tak snadné vycestovat. Většina turistů se spokojila s cestováním v domácím cestovním ruchu. Pokud už se někteří turisté i v téhle nelehké době rozhodli vycestovat za mořem, jeli do Rumunska a Bulharska.

Otázka č. 15: Z jakého důvodu nejčastěji cestujete / jste cestovali?

V této otázce se autorka respondentů ptala, z jakého důvodu nejčastěji cestují či cestovali dříve.

Obr. 15: Důvody k cestování

Cestovní ruch rodin	Rozhodně souhlasím	Spíše souhlasím	Ani tak, ani tak	Spíše nesouhlasím	Rozhodně nesouhlasím
Odpočinek/relaxace	43	8	1	0	0
Objevování a poznání nových míst	48	4	0	0	0
Sport	11	21	6	10	4
Práce	3	7	5	10	27
Návštěva rodiny / přátel	8	12	11	14	7
Zdravotní důvody	3	10	5	8	29
Náboženství	1	5	1	7	38
Nové zkušenosti a znalosti	16	20	6	6	4
Cestování za dob, kdy jste byl/byla dítětem...	Rozhodně souhlasím	Spíše souhlasím	Ani tak, ani tak	Spíše nesouhlasím	Rozhodně nesouhlasím
Odpočinek/relaxace	36	11	3	1	1
Objevování a poznání nových míst	39	11	2	0	0
Sport	8	27	9	6	2
Práce	1	6	3	14	28
Návštěva rodiny / přátel	11	18	7	6	10
Zdravotní důvody	0	5	4	9	34
Náboženství	0	3	3	4	42
Nové zkušenosti a znalosti	15	13	9	4	11

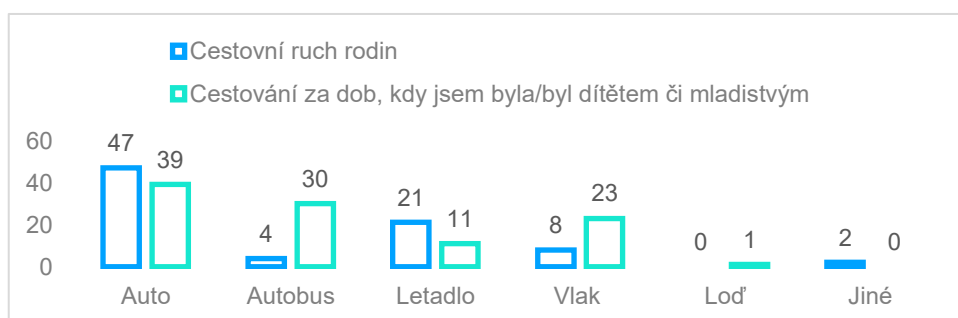
Zdroj: Vlastní zpracování (2022)

Jak můžete z tabulky vidět, důvod k cestování se nezměnil. Respondenti z cestovního ruchu rodin mají stejné důvody k cestování jako dříve. Respondenti z tohoto segmentu stále cestují z důvodu odpočinku / relaxace, objevování a poznání nových míst či za sportem. Mezi nejméně časté důvody, kvůli kterým nezvažují jejich cestu je stále považován důvod: práce, zdravotní či náboženský.

Otázka č. 16: Jaký dopravní prostředek využíváte / využívali jste k cestování?

Také autorka zjišťovala, jaké dopravní prostředky využívají či využívali respondenti k cestování. Zde mohli vybírat i z více možností.

Obr. 16: Dopravní prostředek



Zdroj: Vlastní zpracování (2022)

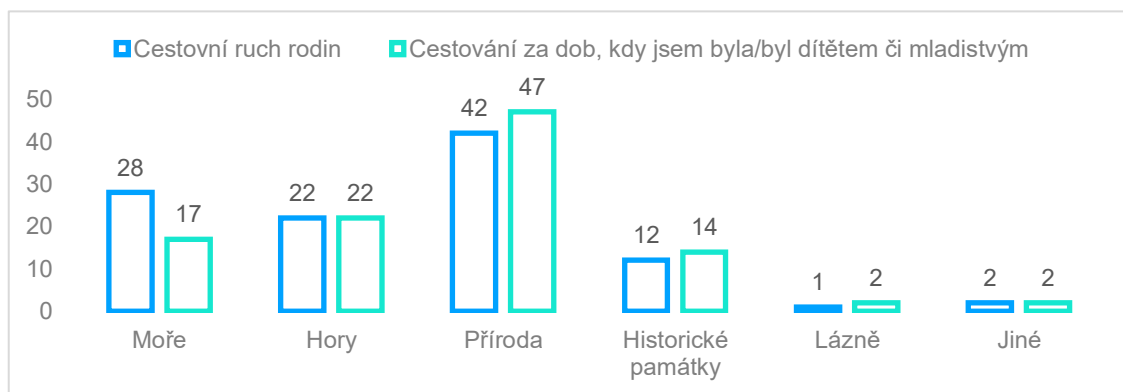
Výběr dopravního prostředku respondentů, kteří patří do cestovního ruchu rodin, se během jejich života změnil. Z 52 odpovídajících jich dříve 39 preferovalo cestování autem, 30 autobusem, 23 vlakem, 11 letadlem a 1 lodí. Dnes tito respondenti přestali tolik

využívat hromadnou silniční dopravu a spíše využívají ke svým cestám automobil či letadlo. Důvodem takového poklesu využívání hromadné silniční dopravy může mít za následek zhoršení kvality služeb či zvyšování jízdného. Letecká doprava má časovou výhodu.

Otázka č. 17: Kam nejčastěji jezdíte / jste jezdili?

Tato otázka je zaměřena, za jakým cílem nejčastěji cestují či dříve cestovali.

Obr. 17: Preferované atraktivity při cestování



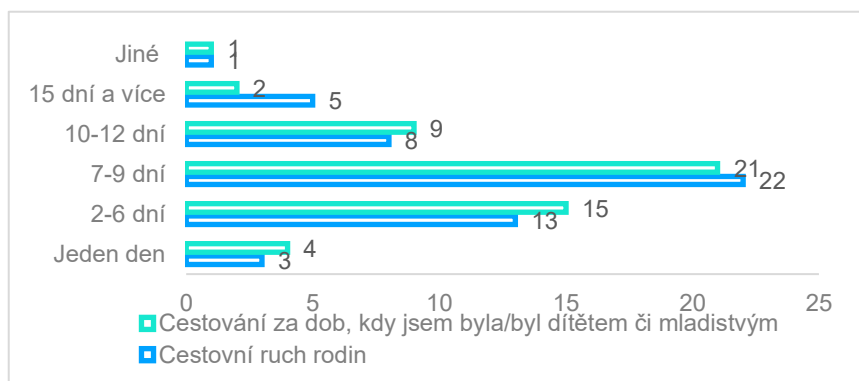
Zdroj: Vlastní zpracování (2022)

Dle grafu je vidět, že dříve respondenti preferovali přírodu a hory. Čtyřicet sedm odpovídajících navštěvovalo přírodu, 22 hory, 17 moře a 14 historické památky. Dnes, na přírodu a hory stejně nezanevřeli, stále dávají přednost těmto atraktivitám, ale také se zvýšil zájem o moře.

Otázka č. 18: Kolik dní preferujete / jste preferovali k cestování?

V této otázce autorka zkoumala, zda se změnila délka cest našich respondentů v průběhu let. Zde respondenti měli na výběr pouze z jedné odpovědi.

Obr. 18: Počet dní na cestování



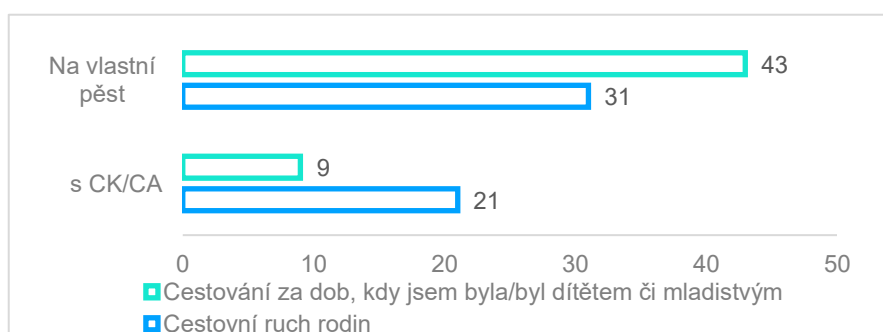
Zdroj: Vlastní zpracování (2022)

Počet dní na cestování se v průběhu let téměř nezměnil. Respondenti stále nejčastěji cestují na 7-9 dní. Největší výkyv je u odpovědi 15 dní a více. Když byli tyto respondenti mladší, 2 odpovídající cestovali na zmíněnou délku pobytu. Nyní, když mají respondenti rodinu, 5 cestuje na 15 dní a více.

Otázka č. 19: Cestujete / Cestovali jste spíše?

V poslední otázce v této skupině se autorka ptala, zda jezdí/ jezdili na vlastní pěst či vybírají / vybírali zájezd v cestovní kanceláři či cestovní agentuře.

Obr. 19: Na kom nechávají výběr své cesty



Zdroj: Vlastní zpracování (2022)

Dotazovaní i v průběhu let stále cestují spíše na vlastní pěst než s cestovní kanceláří nebo agenturou. I když se postupem let zvýšil zájem o služby cestovních kanceláří či agentur. Dříve jich 43 cestovalo na vlastní pěst a 9 jich cestovalo s CA či CK. Dnes, když jsou

naši respondenti v cestovním ruchu rodin, 21 cestuje s CK a CA a 31 dává stále přednost cestování na vlastní pěst.

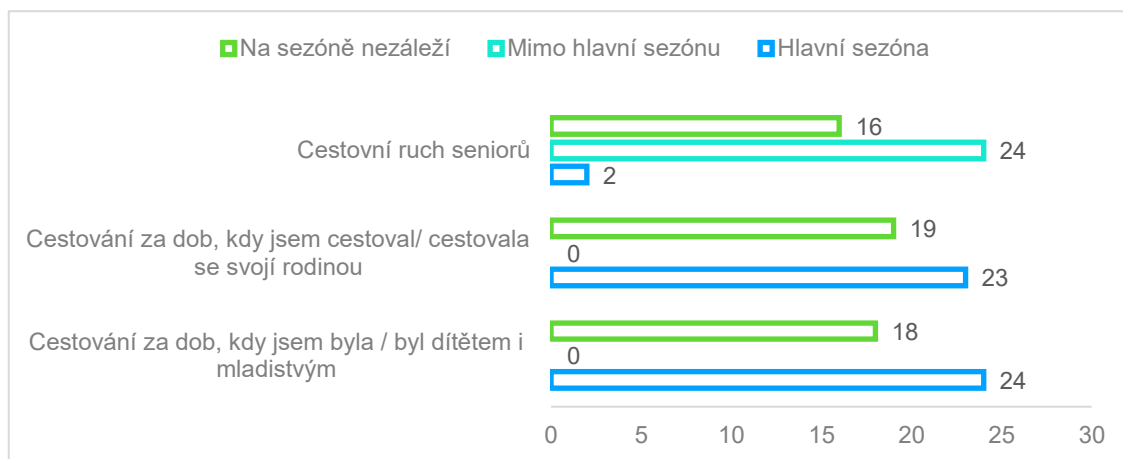
Cestovní ruch seniorů

V této části praktické části, která je stále zaměřena na dotazníkové šetření, autorka zkoumá změny požadavků na cestování v průběhu let u této skupiny seniorů.

Otázka č. 20: Cestujete / cestovali jste?

Ve dvacáté otázce autorka zjišťuje, v jakém období senioři nejčastěji cestují a v jakém období cestovali dříve.

Obr. 21: Porovnávací graf období vycestování



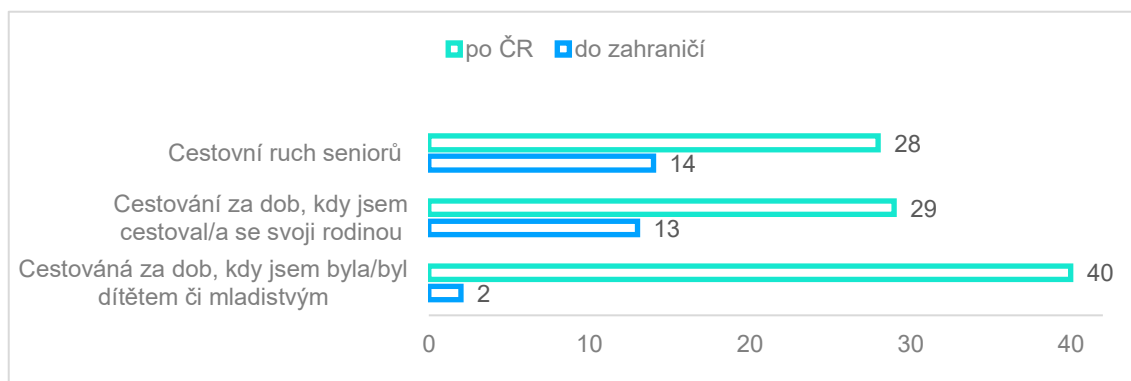
Zdroj: Vlastní zpracování (2022)

Jak může být z grafu na první pohled vidět, senioři nejčastěji cestují mimo hlavní sezónu nebo jim nezáleží, kdy vycestují. Když tento segment byl mladší, cestoval spíše v hlavní sezóně. Mohla za to například jejich povinná docházka, jejich dětí či pracovní povinnosti. Za následek změny období seniorů může mít hned několik aspektů, například: více volného času, lepší teplotní podmínky pro seniory, méně cestovatelů....

Otázka č. 21: Kam cestujete / jste cestoval dříve?

Také jsme se i této věkové kategorie ptali, zda preferují / preferovali cestování v České republice nebo raději jezdí / jezdili do zahraničí.

Obr. 20: Cesty seniorů v průběhu let



Zdroj: Vlastní zpracování (2022)

Senioři, když byli považováni za děti či mladistvé cestovali více po České republice. I v průběhu let tato věková skupina stále zůstala věrná svoji zemi. Upřednostňuje zájem o domácí cestovní ruch. Ale i přesto se zvýšil zájem o cestování do zahraničí. Mohla by za to lepší zdravotní kondice seniorů nebo větší výběr zájezdů, které nabízejí cestovní kanceláře.

Otázka č. 22: Jaké jsou / byly důvody k cestování?

V této otázce autorka zkoumá rozdílné důvody seniorů v průběhu let.

Obr. 21: Důvody k cestování seniorů v průběhu let

Cestovní ruch seniorů	Rozhodně souhlasím	Spíše souhlasím	Ani tak, ani tak	Spíše nesouhlasím	Rozhodně nesouhlasím
Odpočinek /relaxace	39	3	0	0	0
Objevení a poznání nových míst	33	5	1	3	0
Sport	0	9	2	5	26
Práce	0	8	1	4	29
Návštěva rodiny/ přátel	8	12	12	7	3
Zdravotní důvody	32	7	0	0	3
Náboženství	0	8	1	5	28
Nové znalosti/zkušenosti	0	5	3	2	24
Cestování za dob, kdy jsem cestovala/cestoval se svoji rodinou	Rozhodně souhlasím	Spíše souhlasím	Ani tak, ani tak	Spíše nesouhlasím	Rozhodně nesouhlasím
Odpočinek /relaxace	38	3	1	0	0
Objevení a poznání nových míst	38	3	1	0	0
Sport	5	18	6	6	7
Práce	2	8	5	6	21
Návštěva rodiny/ přátel	10	20	7	2	3
Zdravotní důvody	2	8	0	4	28
Náboženství	0	6	3	3	30
Nové znalosti/zkušenosti	11	5	5	1	20
Cestování za dob, kdy jsem byla / byl dítětem a mladistvým	Rozhodně souhlasím	Spíše souhlasím	Ani tak, ani tak	Spíše nesouhlasím	Rozhodně nesouhlasím
Odpočinek /relaxace	30	6	4	0	2
Objevení a poznání nových míst	39	2	1	0	0
Sport	14	18	3	3	4
Práce	0	8	5	6	23
Návštěva rodiny/ přátel	22	15	2	2	1
Zdravotní důvody	0	7	3	2	30
Náboženství	0	7	1	4	30
Nové znalosti/zkušenosti	9	8	5	3	17

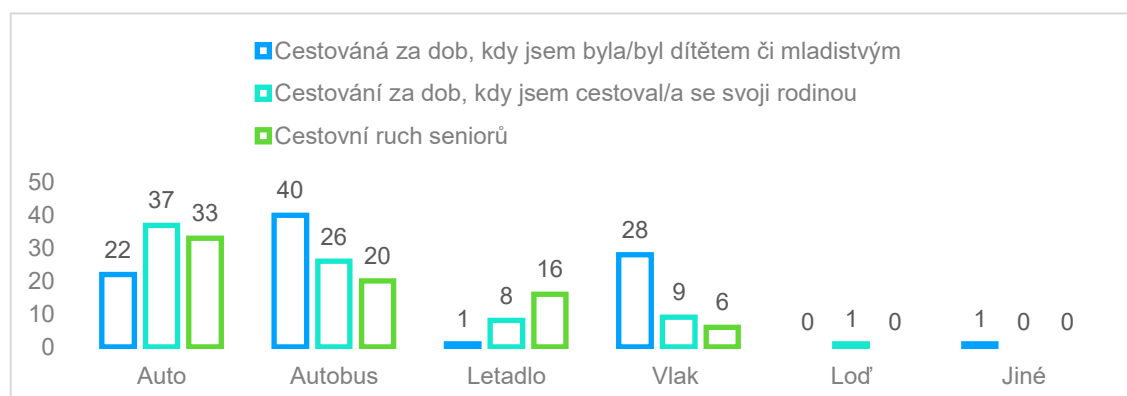
Zdroj: Vlastní zpracování (2022)

Během života seniorů se moc nezměnil důvod jejich cest. Stále mezi jejich hlavní dva důvody k cestování patří odpočinek / relaxace, objevování a poznání. Až třetí důvod se v průběhu jejich života změnil. Když byli dětmi a mladistvými nebo měli rodinu, cestovali hlavně za rodinou či přáteli. Nyní když jsou starší, cestují hlavně kvůli zdravotnímu důvodu, navštěvují lázně či jiná zařízení, která jim mohou pomoci zlepšit jejich zdravotní stav. Dříve tito respondenti neměli potřebu vycestovat kvůli zdravotnímu stavu, práci a náboženství. Nyní nevolí důvod své cesty za sportem, prací a náboženstvím. Je vidět, že i v průběhu let respondenti necestují kvůli povinnostem a raději jedou za dobrodružstvím či odpočinkem.

Otázka č. 23: Jaký dopravní prostředek využíváte / jste využívali dříve k cestování?

U této otázky zkoumáme, zda respondenti ze skupiny seniorů změnili požadavky na dopravu v průběhu let a volí jiný dopravní prostředek k cestování. U této otázky mohli volit i více odpovědí.

Obr. 22: Porovnávací graf – Dopravní prostředek na cestování



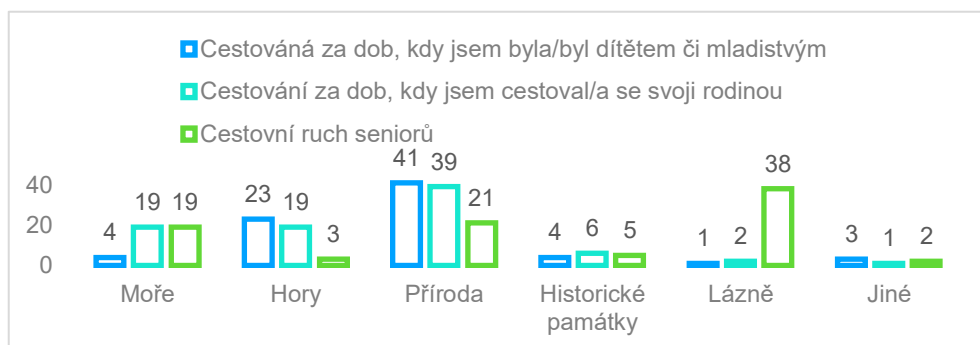
Zdroj: Vlastní zpracování (2022)

V mládí tato skupina spíše využívala k cestování vlak a autobus, postupem času, kdy začala cestovat se svojí rodinou, využívali k přepravě auto a autobus. To se ani teď nezměnilo. Zvýšil se zájem o leteckou přepravu. Senioři v průběhu let skoro přestali k cestování využívat vlak. Důvodem může být, že většina cestovních kanceláří či agentur nezahrnuje ke svým zájezdům vlakovou přepravu či jsou nádraží daleko vzdálená od centra.

Otázka č. 24: Kam nejčastěji cestujete / jste cestovali?

Autorku i zajímalo, zda se seniorům změnil výběr atraktivit k cestování v průběhu let. Zde mohli respondenti zase vybírat z více možností.

Obr. 23: Porovnávací graf – Místo navštívené



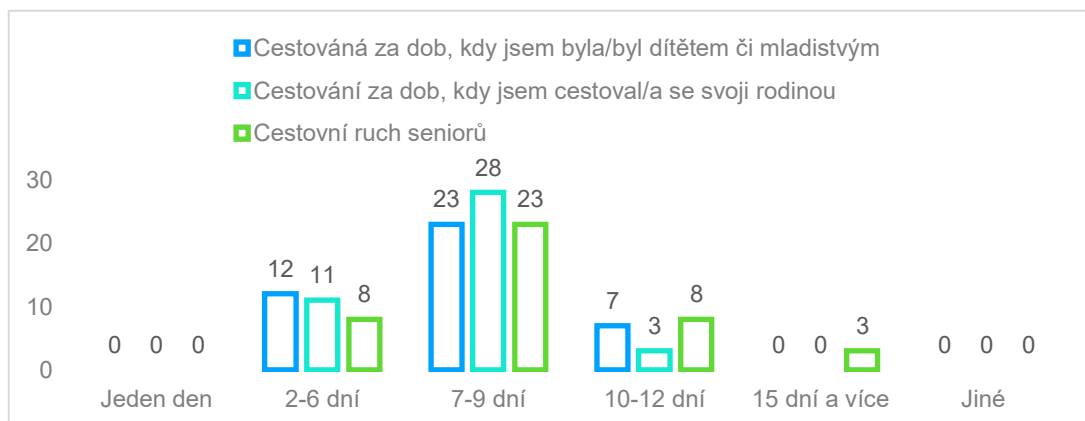
Zdroj: Vlastní zpracování (2022)

V mládí spíše tato skupina preferovala cesty do přírody a hor. Do přírody cestovalo 41 respondentů ze 42. Postupem času, kdy tato generace měla rodinu, nejraději také volili cesty do přírody. V tomto období začal klesat zájem o hory a lidé začali vycestovávat do zahraničí za mořem. Nyní senioři cestují nejvíce do lázní, ale stále někteří cestují i za krásou přírody či mořem. U těchto respondentů se moc neprojevil zájem o historické památky ani v průběhu let.

Otázka č. 25: Na kolik dní senioři cestují / cestovali?

U této otázky se autorka respondentů ptala, zda se změnil počet dní cestování u seniorů v průběhu let.

Obr. 24: Porovnávací graf – doba na cestování



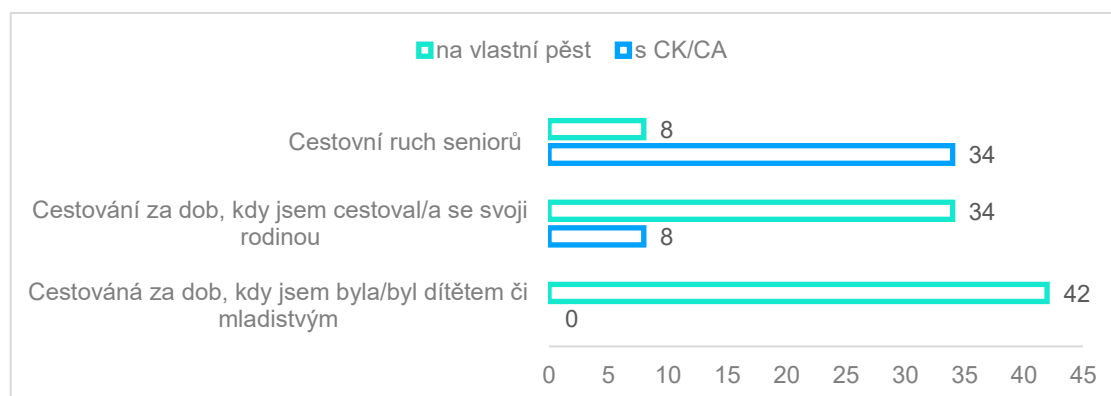
Zdroj: Vlastní zpracování (2022)

Respondenti ze skupiny seniorů po celý jejich dosavadní život cestovali nejčastěji na 7-9 dní. Za celou jejich cestovatelskou dobu nepreferovali jednodenní výlet. Postupem jejich věku začali spíše jezdit na delší cesty.

Otázka č. 26: Cestujete / cestovali jste spíše?

V poslední otázce jsme se skupiny seniorů ptali, zda využívají / využívali ke svým cestám služeb cestovních kanceláří či agentur nebo raději cestují / cestovali na vlastní pěst.

Obr. 25: Cestovní kancelář / agentura či vlastní pěst



Zdroj: Vlastní zpracování (2022)

Z grafu vyplývá, že dříve cestovali na vlastní pěst. Vůbec žádný dotazovaný nevyužíval služeb cestovních kanceláří a agentur. To se začalo měnit, když tito respondenti měli svoji rodinu. Stále převažoval zájem o cestování na vlastní pěst, ale již 8 respondentů cestoval s cestovní kanceláří nebo agenturou. Nejvíce služeb kanceláří a agentur využívají seniori, 34 cestuje právě s nimi.

6.1. Zhodnocení dotazníkového šetření

Na základě vyhodnocení dotazníkového šetření, jsou všechny tři zmíněné segmenty velmi zajímavé pro subjekty cestovního ruchu.

Segment dětí, mládeže a mladých lidí cestuje nejčastěji během roku a nezáleží mu na období, kdy může vycestovat. Pokud se zaměříme, kam volí cíl své cesty, preferují spíše cesty do zahraničí, ale také velmi rádi navštěvují krásy České země. Do své konečné destinace nejraději cestují automobilem a letadlem. Mezi jejich oblíbenou atraktivitu, kvůli které volí cíl je příroda, ale také rádi poznávají historické památky či cestují za mořem a do hor. Jejich hlavní důvody k cestování jsou: odpočinek / relaxace, objevování a poznání nových míst či nové znalosti a zkušenosti, které na jejich cestách získají. Tento segment preferuje 2-6denní pobyty a dává přednost cestování na vlastní pěst.

Segment rodin / rodin s dětmi z České republiky jezdí spíše v hlavní sezóně a preferují domácí cestovní ruch. Mezi jeho oblíbenou atraktivitu, kvůli které volí cíl své cesty automobilem je také příroda jako u segmentu dětí, mládeže a mladých lidí. Jejich dva hlavní důvody jsou také odpočinek/relaxace či objevování a poznávání nových míst. Naopak od předešlého segmentu tato skupina volí ještě sport jako hlavní důvod jejich cest. Nejraději cestují na 7-9 dní a také dávají přednost cestování na vlastní pěst před zorganizovanými zájezdy od cestovní kanceláře.

U tohoto segmentu autorka ještě zkoumala, zda se měnily požadavky v průběhu let. Požadavky se u této skupiny skoro nezměnily a respondenti cestují skoro stejně jako dříve.

Segment senioři cestují nejčastěji mimo hlavní sezónu a preferují domácí cestovní ruch. Mezi jejich hlavní cíle patří lázně, do kterých většina respondentů se dopravuje automobilem. Mezi jejich hlavní důvody, kvůli kterým cestují, jsou zdravotní důvody, odpočinek / relaxace či poznání a objevování nových míst. Senioři, kteří odpovídali na tento dotazník, si vybírají 7–9denní pobyty, které si kupují buď u cestovní kanceláře či agentury.

Zde autorka také zkoumala, zda se měnily jejich požadavky na cestování v průběhu let. Když tato skupina byla mladší nebo cestovala se svojí rodinou, jezdila na výlet či dovolenou spíše v hlavní sezóně. Za celý jejich život se nezměnil výběr jejich cesty a stále nejraději navštěvují krásy České republiky. Před několika lety tato skupina jezdila

spíše do přírody a do cílového místa cestovala nejčastěji autobusem. Postupem času změnila způsob dopravy a začala využívat automobil. Mezi její hlavní dva důvody, kvůli kterým volila cíl své cesty, byl odpočinek/relaxace a poznání či objevování nových míst. Až třetí důvod se v průběhu jejich života měnil. Když byli dětmi a mladistvými cestovali za jejich rodinou a přáteli. Poté, když měli rodinu, jejich důvod se začal měnit a preferovali cesty za sportem. Jejich délka cesty se nezměnila a stále mají nejraději 7-9 denní pobyty. Jejich cesty si zorganizovali sami a cestovali na vlastní pěst.

6.2. Návrhová část

V této bakalářské práci autorka na základě analýzy, která byla provedena pomocí dotazníkového šetření a následném zhodnocení všech tří segmentů, navrhuje doporučení pro zlepšení nabídky cestovních kanceláří a agentur.

Jak už autorka několikrát zmínila, cestovní ruch se v poslední době zaměřuje více na segment seniorů. Jak z dotazníkového šetření vyplývá, tento segment využívá právě služeb cestovních kanceláří a agentur nejvíce. Proto je pro subjekty v oboru cestovního ruchu velmi zajímavý. Autorka pomocí informací vytvořila návrhy, dle kterých by cestovní kanceláře mohly zaujmout i zbylé segmenty cestovního ruchu.

První návrh je zaměřený na segment děti, mládež a mladí lidé.

Letecký zájezd do Říma s koupáním u Tyrhénského moře

1) Produkt

Letecký zájezd do Říma s koupáním u Tyrhénského moře, který je z poloviny poznávací a odpočinkový. Jádrem produktu je ubytování, doprava, stravování, průvodcovské služby a vstupenky na památky,

Celý tento zájezd se bude konat na dvou hlavních místech v centru Říma, kde stráví zákazníci 3 noci a zbylé 2 ve vesničce Fregede. Délka celého zájezdu je 6 dní.

Programem celého zájezdu je navštívit: - Koloseum, Forum Romanum, Vatikán (Baziliku sv. Petra, kopuli a Vatikánská muzea), Pantheon, fontánu di Trevi, Španělské schody, Fontánu čtyř řek na Navoně, zahrady Villy Borghese a odpočinek u moře.

Během celého zájezdu bude se zákazníkům cestovní kanceláře česky mluvící průvodce, který je seznámí s kulturou a historií Říma. Zájemci o tento zájezd budou ubytování

v hotelu Occidental Aran Park v Říme a v hotelu Carollo ve vesničce Fregene. V ceně ubytování je snídane.

2) Cena

Tab. 1: Kalkulace zájezdu do Itálie

	>25 let	18-25 let	<18 let	Nepřímé náklady
Letenky	2 548 Kč	2 548 Kč	2 548 Kč	
Ubytování + stravování (snídane)				
Řím	2463,1Kč/3noci	2463,1Kč/3noci	2463,1Kč/3noci	
Fregene	2175,4Kč/2noci	2175,4Kč/2noci	2175,4Kč/2noci	
Doprava v Itálii (autobus)				15 000Kč/den
parkování				45 euro/den
<u>Vstupy na památky:</u>				
Koloseum/Forum Romanum	16 eura	2 euro	Zdarma	
Vatikánská muzea	17 euro	8 euro	Zdarma	
Kopule ve Vatikánu	8 euro	8 euro	8 euro	
<u>Služby průvodce</u>				2 200Kč/den
Ubytování – Řím				2463,1Kč/3noci
Ubyt. ve Fregene				2175,4Kč/2noci
Letenka				2 548 Kč

Zdroj: Vlastní zpracování (2022)

Tato tabulka obsahuje data o kalkulaci zájezdu. Jelikož tento zájezd je určen pro mládež a mladé lidi, jsou i ceny rozděleny do tří kategorií. Hlavní důvod je i ten, že v Itálii mají zvýhodněné vstupné pro cestující do 25 let.

Tab. 2: Cena zájezdu

Cena nákladů	11902,17667 Kč	11 341,89667Kč	11 098,29667Kč
Riziko neobsazení 20 % + marže CK 15 %	4165,761835 Kč	3 969,663835Kč	3 884,403835Kč
Celková cena zájezdu	16067,93581Kč	15 311, 56051 Kč	14 982,70051
Katalogová cena	16 099 Kč	15 399 Kč	14 999 Kč

Zdroj: Vlastní zpracování (2022)

Zde jsou výsledné ceny zájezdu, které jednotliví cestovatelé za zájezd zaplatí. Katalogová cena zájezdu neobsahuje pojištění proti stornu a cestovní pojištění. Tyto dvě pojištění si mohou sjednat buď samostatně nebo přímo u cestovní kanceláře.

3) Propagace

Jak už bylo zmíněné, tento zájezd je určen pro mládež a mladé lidi. Produktu se tato generace může všimnout pomocí reklamy na sociálních sítích či ve výloze cestovní kanceláře. Cílem těchto reklam je přilákat mladé lidi, kteří chtějí poznat krásy Evropy, získat nové přátele i si odpočinout.

Obr. 26: Reklama na Instagramu



Zdroj: Vlastní zpracování (2022)

Na tomto obrázku je vidět příklad propagace na sociálních sítích.

4) Místo

Distribučním místem zájezdu jsou hlavně webové stránky, kde si zájemci po celé České republice mohou zájezd objednat či na nich najít telefonní číslo a emailovou adresu, dle které se mohou se zaměstnanci CK domluvit a sjednat smlouvu o zájezdu. Dalším distribučním místem jsou kamenné pobočky.

Druhý návrh zájezdu je určen pro rodiny s dětmi.

Rodinný zájezd na Šumavu

1) Produkt

Osmi denní zájezd na Šumavu, konkrétně k přehradě Lipno. Jádrem produktu je ubytování, stravování, doprava, animační služby a služby delegáta.

Většina tohoto zájezdu se bude konat v hotelu Fontána, který se nachází blízko města Frymburk. V ceně ubytování je i polopenze, volný vstup do vnitřního bazénu /relaxační zóny po celou dobu pobytu. Jelikož tento zájezd je s vlastní dopravou k ubytování je zařízené bezplatní parkování během celého pobytu.

Programem celého zájezdu je: 2denní zážitek v podobě sjezdu řeky Vltavy s přespáním v tepee, opékáním buřtů a zpívání vodáckých písniček.

Poté bude pouze na zákaznících, jaké výlety bude chtít rodina s dětmi podniknout. Na výběr bude: A) Procházka na stezku v korunách stromu a Motýlí dům na Lipně.

B) Soukromá vyhlídková plavba z Frymburku do obce Lipno nad Vltavou, kde se následně půjde do Hopsaria, kde si nejen děti užijí plno zábavy a závodů.

C) Návštěva Českého Krumlova.

2) Cena

Tab. 3: Kalkulace zájezdu na Lipno

	2 osoby	2+1 osoby	2+2 osoby	Nepřímé náklady
Ubytování (stravování – polopenze)	11 460 Kč	17 490 Kč	19 490 Kč	
Sjezd řeky Vltavy	300 Kč/den	450 Kč/den	600 Kč /den	2 300 x 2
	220Kč/den	330Kč/den	440 Kč/den	
Ubytování v tepee	90 + 150	300 + 90	300 + 180	900 /10 osob
Delegát				1200Kč/den
Ubytování				250 Kč/den
Animační služby				1 760Kč/den
Ubytování				500Kč/den
Materiál				77,88Kč/den

Zdroj: Vlastní zpracování (2022)

V této tabulce můžete vidět kalkulaci zájezdu. V tabulce jsou vidět jednotlivé částky které rodiny dle velikosti zaplatí za celý zájezd. V kalkulaci nejsou uvedeny částky za výlety. Ty si zájemci při nákupu pouze předobjednají a zaplatí delegátce den před odjezdem.

Tab. 4: Celková cena zájezdu na Šumavu

Cena nákladů	15 030, 7037 Kč	21 810,7 Kč	24 520,70003 Kč
Riziko neobsazení, marže	5 260,746295 Kč	7 633,745 Kč	8 582,245011 Kč
Celková cena zájezdu	20 291,45 Kč	29 444,445 Kč	33 102,94504 Kč
Katalogová cena	20 299 Kč	29 499 Kč	33 199 Kč

Zdroj: Vlastní zpracování (2022)

Tabulka obsahuje ceny za zájezd. V katalogové ceně není obsaženo pojištění proti stornu. To si rodiny mohou sjednat dobrovolně či přímo u cestovní kanceláře/ agentury při nákupu zájezdu.

Tab. 5: Ceny výletů

Stezka korunami stromů	800 na skupinu + doprava
Motýlí dům Lipno	Rodinné vstupné 330 Kč, dítě 85 Kč, Dospělý 125 korun +doprava
Hopsarium	340Kč - 1+2, 285Kč - 2+1, 420Kč - 2+2, 480Kč - 2+3 + doprava
Vyhlídková plavka po přehradě Lipno	252 Kč / 126 Kč (4-15) / 40 Kč (0-3,99) + doprava
Návštěva Krumlova – první okruh zámku	Dospělý 240 Kč, děti do 6 let zdarma a do 18 let 100 Kč + doprava

Zdroj: Vlastní zpracování

Zde jsou uvedeny ceny vstupů, které rodiny zaplatí, pokud se daného zájezdu budou chtít zúčastnit. Ceny jsou díky skupinovému vstupnému vždy výhodnější.

3) Propagace

Tento zájezd je určen hlavně pro rodiny s dětmi, které si chtějí užít dovolenou u přehrady Lipno se zážitkovým programem v podobě sjezdu řeky Vltavy s přespáním v tepee a jiných dobrovolných zajímavých výletů pro děti i dospělé. Tento segment si tohoto zájezdu může všimnout jak na webových stránkách, sociálních sítích, tak i ve výloze cestovní kanceláře.

Obr. 27: Propagace zájezdu na Lipno



Zdroj: Vlastní zpracování (2022)

Na obrázku můžete vidět reklamní plakát zájezdu na Lipno.

4) Místo

Distribučním místem tohoto zájezdu jsou hlavně stránky cestovní kanceláře, kde si naši zákazníci pod záložkou: „Kam na dovolenou s dětmi?“ najdou zájezdy určené přímo pro ně, které si přímo na webových stránkách mohou i objednat či využít zmíněné telefonní číslo a emailovou adresu a kontaktovat tak zaměstnance. Dalším místem, kde si zákazníci mohou zájezd objednat jsou přímo kamenné pobočky cestovní kanceláře.

Závěr

V této bakalářské práci se autorka věnovala analýze tří segmentů cestovního ruchu:

- děti, mládež a mladí lidé
- rodiny / rodiny s dětmi
- senioři.

Autorka pomocí dotazníkového šetření zkoumala, jaké mají požadavky na cestování tyto tři věkové kategorie a zda se segmentům rodiny a seniorů změnila kritéria na cestování v průběhu let. Dle dotazníkovému šetření získala všechny potřebné informace a mohla vytvořit profil jednotlivých segmentů, proto mohla lépe pochopit chování jednotlivých zákazníků cestovního ruchu a vytvořit návrhy pro cestovní kanceláře, které by mohly být nápomocné k získání nových zákazníků či zlepšit nabídku poskytovaných služeb.

Na základě dotazníkového šetření autorka zjistila, že služeb cestovních kanceláří využívají nejvíce senioři, kteří s nimi jezdí na pobyty do lázní po České republice o délce 7-9 dnů. Z tohoto důvodu autorka cestovním kancelářím navrhuje, aby se zaměřily i na zbylé skupiny cestovního ruchu a vytvořily si tak nové potenciaální zákazníky. Děti, mládež a mladí lidé nejvíce cestují do zahraničí za objevováním a poznáním nových míst, ale i za odpočinkem. Jelikož této věkové skupině nezáleží na období, kdy vycestují, mohli by být tak potenciaálními zákazníky cestovních kanceláří po celý rok. Naopak rodiny s dětmi dávají přednost cestování do přírody v České republice v hlavní sezóně. Proto by mohly cestovní kanceláře získat nové klienty v letních měsících, když mají jejich děti prázdniny.

Práce je rozdělena do dvou hlavních částí. V první části autorka pracovala s odbornou literaturou, kde vymezila základní pojmy, které se týkají cestovního ruchu. Také popsala vývoj cestovního ruchu, hlavní motivy k cestování a poté se zaměřila na segmenty trhu zákazníků služeb cestovního ruchu. Druhá část je nejprve zaměřena na identifikaci obyvatel České republiky, kteří jsou potenciaálními zákazníky. Poté se zabývala sběrem a analýzou dat z dotazníkového šetření. Velká část praktické části se zabývá vyhodnocením dat z šetření. Toto šetření mělo za úkol zjistit, jaké jsou preference na

cestování u jednotlivých skupin a zda se měnily jejich požadavky. Po vyhodnocení dat, vytvořila návrhy, podle kterých by cestovní kanceláře mohly získat nového zákazníky.

Seznam použitých zdrojů

Literatura

- Beránek, J., & kolektiv. (2013). *Ekonomika cestovního ruchu*. Mag Consulting.
- Čertík, M., Attl, P., Sysel, J., & Vitáková, M. (2000). *Cestovní ruch: vývoj, organizace a řízení*. OFF, s.r.o.
- HORNER, S., & SWARBROOKE, J. (2003). *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*. Grada.
- Jakubíková, D. (2012). *Marketing v cestovním ruchu: jak supět v domácí a světové konkurenci*. (2. vyd.). Grada.
- Jakubíková, D., Vildová, E., Janeček, P., & Tluchoř, J. (2019). *Lázeňství*. Grada.
- Kotíková, J. (2011). *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. Grada.
- Palatková, M. (2011). *Mezinárodní cestovní ruch: analýza pozice turismu ve světové ekonomice, význam turismu v mezinárodních ekonomických vztazích, evropská integrace a mezinárodní turismus*. Grada.
- Ryglová, K., Burian, M., & Vajčnerová, I. (2011). *Cestovní ruch - podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. Grada.
- Šauer, M., Vystoupil, J., Holešinská, A., Palatková, M., Pásková, M., Zelenka, J., Fialová, D., Vágner, J., Halánek, P., Repík, O., & Petr, O. (2015). *Cestovní ruch - učebnicový text*. Masarykova univerzita

Internetové zdroje

Amb. (2022). *Egypt za 6 tisíc, ale i Maledivy za milion. Češi loni opět propadli cestování, co nejvíc táhlo?* Blesk.cz. <https://www.blesk.cz/clanek/zpravy-svet/701272/egypt-za-6-tisic-ale-i-maledivy-za-milion-cesi-loni-opet-propadli-cestovani-co-nejvic-tahlo.html>

Baby-friendly-hotel cestujte s dětmi (n.d.). *Hotely*. Dostupné 20.12.2021 z <https://www.baby-friendly-hotel.cz/hotely/>

Batole (n.d.). <https://www.modrykonik.cz/vyvoj-ditete/batole/>

Český statistický úřad (2022). *Domáci hosté hromadného ubytovacího zařízení*. Dostupné dne 11.04.2022 z <https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=vystup-objekt&pvo=CRU03&z=T&f=TABULKA&skupId=1330&katalog=31743&pvo=CRU03&str=v282>

Český statistický úřad (n.d.). *Hosté a přenocování v lázeňských zařízeních*. Dostupné dne 11.02.2022 z <https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=vystup-objekt&pvo=CRU05&pvoc=&katalog=31744&z=T>

Dospívání (n.d.). <https://www.olivovna.cz/dospivani>

Invia (2022). *Jak Češi cestovali v roce 2021*. Dostupné 10.04.2022 z <https://www.invia.cz/press/tiskove-zpravy/4740-jak-cesi-cestovali-v-roce-2021/>

Janovský, F. (2017). *Cestování s miminkem v autě: poradíme, co připravit na první jízdu*. Marianne. <https://www.marianne.cz/zivotni-styl/cestovani-s-miminkem-v-aute-poradime-co-pripravit-na-prvni-jizdu>

Kapitola 16. Geografie cestovního ruchu (n.d.). <http://old.gis.zcu.cz/studium/dbg2/Materialy/html/ch16.html>

Kostková M., & Schellong, L. (2018). *Lázeňství a hotelnictví*. Slezská univerzita obchodně podnikatelská fakulty v Karviné. https://repozitar.cz/repo/37715/Kostkova-Schellong_Lazenstvi_a_hotelnictvi_181103.pdf?fbclid=IwAR3tR07HGMRPWrRxXchwHZQfhYEos-fzPnNsr1Icnq2zLLG2w4abFVgfN4g

Kubová, O. (n.d.). *Lázeňský a wellness cestovní ruch pro seniory*. Střední odborné učiliště a střední odborná škola SČMSD, Znojmo s.r.o.. <https://www.sousoszn.cz/pro-verejnost/rady-a-porady/lazensky-a-wellness-cestovni-ruch-pro-seniory-1537cs.html>

- Labusová, E. (2021). *Mladší školní věk. Šance dětem*. <https://sancedetem.cz/mladsi-skolni-vek>
- Letuška (2013). *Jak s dětmi cestovat letadlem*. Dostupné 20.12.2021 z https://www.letuska.cz/magazin/archiv/text_jak-s-detmi-cestovat-letadlem
- Mádlová, M. (2019). *Jak se mění a roste malý předškolák?* Předškolní věk. <https://www.predskolnivek.cz/jak-se-meni-a-roste-maly-predskolak/>
- MSM academy (n.d.). *Co to je work & travel ?* Dostupné 20.12.2021 z <https://msmacademy.eu/cs/co-je-work-travel/>
- Odkdy jsme senioři? (2018). <https://www.i60.cz/clanek/detail/18960/odkdy-jsme-seniori>
- Pracovní a Au Pair pobyty (n.d.). <https://www.pracovnipobyty.cz/au-pair/>
- Rodina (2020). <https://www.aktualne.cz/wiki/domaci/rodina/r~i:wiki:3727/>
- Sčítání 2021 (2021a). *Pohlaví*. Dostupné dne 11.04.2022 z <https://www.czso.cz/csu/scitani2021/pohlavi>
- Sčítání 2021 (2021b). *Věková struktura*. Dostupné dne 11.04.2022 z <https://www.czso.cz/csu/scitani2021/vekova-struktura>
- Seznam světového dědictví UNESCO (n.d.). <http://kolemzeme.tode.cz/Seznam-UNESCO>
- Štemberk, J. (2013). Cestovní ruch a česká společnost na přelomu 19. a 20. století. *Directory of Open Access Journals*, 13(1), 75-88. DOI:10.14712/23363525.2014.30
- Švábenská, M. (2008). *Analýza vybraného segmentu trhu cestovního ruchu - rodiny s dětmi* [Bakalářská práce, univerzita v Brně]. Informační systém Masarykovi univerzity. <https://is.muni.cz/th/jyt6m/>
- UNESCO (n.d.). *World Heritage List*. Dostupné 10.04.2022 z <https://whc.unesco.org/en/list/>
- Univerzita třetího věku (n.d.). <https://www.ff.cuni.cz/studium/dalsi-vzdelavani/univerzita-tretiho-veku/>
- Urbanová, K. (n.d.). DRUHY A FORMY CR Kristna Urbanov 4 B (slidetodoc.com)

Vebe. (2022). *Češi se loni vrátili k cestování. Kromě Evropy je opět láká i Asie.* iDNES.cz. https://www.idnes.cz/ekonomika/domaci/cestovani-letenky-covid-cesi.A220112_140650_ekonomika_vebe

Výhody a nevýhody individuálního cestování na vlastní pěst (n.d.). <https://www.mahalo.cz/zaklady-cestovani/vyhody-nevyhody-individualniho-cestovani-na-vlastni-pest.html>

Vyzulová, D. (2017). *Nemějte strach z cestování s batoletem. 7 rad, jak na to.* Forbes. <https://forbes.cz/nemejte-strach-z-cestovani-s-batoletem-7-rad-jak-na-to/>

Ward, D. (2017). *Rodinný výlet do Centra Eden* [Bakalářská práce, Vysoká škola polytechnická Jihlava]. <https://isz.vspj.cz/bp/get-bp/student/21974/thema/5131>

Wikipedie (2020). *Škola v přírodě.* Dostupné 20.12.2021 z https://cs.wikipedia.org/wiki/Škola_v_př%C3%ADrodě

WikiSkripta (2017). *Kojenec.* Dostupné 20.12.2021 z <https://www.wikiskripta.eu/w/Kojenec>

Wikiskripta (2020). *Rozdělení dětského věku.* Dostupné 20.12.2021 z https://www.wikiskripta.eu/w/Rozd%C4%9Blen%C3%AD_d%C4%9Btsk%C3%A9ho_v%C4%9Bku

Seznam tabulek

Tab. 1: Kalkulace zájezdu do Itálie	49
Tab. 2: Cena zájezdu.....	50
Tab. 3: Kalkulace zájezdu na Lipno	52
Tab. 4: Celková cena zájezdu na Šumavu	52
Tab. 5: Ceny výletů.....	53

Seznam obrázků

Obr. 1: Fáze životního cyklu podle Wellse a Gubara	14
Obr. 2: Data o počtu obyvatel v ČR z roku 2021	28
Obr. 3: Věk obyvatel v ČR	29
Obr. 4: Základní informace o všech respondentech	31
Obr. 5: Oblíbenost cestování	32
Obr. 6: Zařazení respondentů do skupin.....	32
Obr. 7: Cestování v hlavní sezóně, mimo hlavní sezónu, nezáleží na sezóně.....	33
Obr. 8: Cestování po Česká republice či do zahraničí.....	33
Obr. 9: Důvody k cestování dětí, mládeže a mladých lidí.....	34
Obr. 10: Dopravní prostředek k cestování	34
Obr. 11: Atraktivita.....	35
Obr. 12: Počet dní k cestování	35
Obr. 13: Období cestování	37
Obr. 14: Porovnávací graf, kam rodiny s dětmi cestují či kam dříve cestovali, když byli dětmi či mladistvým.....	38
Obr. 15: Důvody k cestování	39
Obr. 16: Dopravní prostředek	39
Obr. 17: Preferované atraktivity při cestování.....	40
Obr. 18: Počet dní na cestování	41
Obr. 19: Na kom nechávají výběr své cesty	41
Obr. 20: Cesty seniorů v průběhu let.....	43
Obr. 21: Důvody k cestování seniorů v průběhu let	43
Obr. 22: Porovnávací graf – Dopravní prostředek na cestování.....	44
Obr. 23: Porovnávací graf – Místo navštívené	45
Obr. 24: Porovnávací graf – doba na cestování	45

Obr. 25: Cestovní kancelář / agentura či vlastní pěst	46
Obr. 26: Reklama na Instagramu	50
Obr. 27: Propagace zájezdu na Lipno	53

Seznam použitých zkratek

a.s.	Akciová společnost
atd.	A tak dále
č.	Číslo
ČR	Česká republika
ISIC	International Student Identity Card
ITIC	International Teacher Identity Card
Kč	Koruna Česká
n.d.	Žádné datum zveřejnění
Obr.	Obrázek
s.	Strana
Tab.	Tabulka
UNESCO	Organizace OSN pro vzdělání, věku a kulturu
WHO	World Health Organization

Seznam příloh

Příloha A: Vzor dotazníku

Příloha B: Nepoužité grafy v praktické části

Příloha A: vzor dotazníku

Dobrý den,

moje jméno je Šárka Suchánková a jsem studentkou Západočeské univerzity, Fakulty ekonomické. Tento dotazník mi pomůže k vypracování praktické části mé bakalářské práce. Praktická část se bude zabývat změnou požadavků na cestování jedince postupem věku. Dotazník je zcela anonymní a vyplnění Vám zabere pouze pár minut.

Dotazník je zaměřený na cestování. Pokud patříte do skupiny: rodiny / rodiny s dětmi či senioři. Budete odpovídat na ty samé otázky vícekrát, jen se vrátíte o pár let zpět a popřemýšlíte, jak jste cestovali dříve. Díky Vám já zjistím, jak se měnily Vaše požadavky v průběhu let.

Děkuji za Váš čas a vyplněn.

1)Uved'te Vaše pohlaví.

Žena

Muž

2) Kolik Vám je let?

do 18 let

od 19 do 26 let

od 27 do 35 let

od 36 do 50 let

50+

3)Cestujete rádi?

Ano

Ne

4) Jak často cestujete?

Nikdy

Zřídka

Občas

Často

Velmi často

5) Do jaké skupiny patříte?

Děti, mládež a mladí lidé

Rodiny s dětmi

Senioři

Cestovní ruch dětí, mládeže a mladých lidí

1) Cestujete?

V hlavní sezóně

Mimo hlavní sezónu

Nezáleží na sezóně

2) Jezdíte spíše?

do zahraničí

po České republice

3) Jezdíte / Jezdili jste? (více odpovědí)

Letní tábory

Školy v přírodě

Lyžařské pobyty

Vzdělávací pobyty v zahraničí

Pracovní pobyty v zahraničí

Dovolená

Jiné

4) Z jakého důvodu nejčastěji cestujete?

1- Rozhodně souhlasím, 2-Spíše souhlasím, 3-Anitak, ani tak, 4-Spíše nesouhlasím, 5- Rozhodně nesouhlasím

	1	2	3	4	5
Odpočinek/relaxace					
Objevování a poznání nových míst					
Sport					
Práce					
Návštěva rodiny/přátel					
Zdravotní důvody					
Náboženství					
Nové zkušenosti a znalosti					

5) Jaký dopravní prostředek využíváte nejčastěji k cestování? (více odpovědí)

Auto

Autobus

Vlak

Letadlo

Lod'

Jiné

6) Kam nejčastěji jezdíte? (více odpovědí)

Moře

Hory

Příroda

Historické památky

Lázně

Jiné

7) Na základě kterých priorit se rozhodujete při výběru destinace?

1- Rozhodně souhlasím, 2-Spíše souhlasím, 3-Anitak, ani tak, 4-Spíše nesouhlasím, 5- Rozhodně nesouhlasím

	1	2	3	4	5
Cena					
Kvalita služeb					
Místo					
Bezpečnost					
Dostupnost					
Jiné					

8) Jaký počet dní k cestování preferujete?

Jeden den

2-6 dní

7-9dní

10-12dní

15dní a více

Jiné

9) Cestujete spíše?

Na vlastní pěst

S cestovní kanceláří/agenturou

Cestovní ruch rodin s dětmi - U tohoto segmentu se autorka zjišťovala, jak tento segment cestoval dříve

10)Cestujete?

V hlavní sezóně

Mimo hlavní sezónu

Nezáleží na sezóně

11)Jezdíte spíše?

do zahraničí

po České republice

12) Z jakého důvodu nejčastěji cestujete?

1- Rozhodně souhlasím, 2-Spíše souhlasím, 3-Anitak, ani tak, 4-Spíše nesouhlasím, 5- Rozhodně nesouhlasím

	1	2	3	4	5
Odpočinek/relaxace					
Objevování a poznání nových míst					
Sport					
Práce					
Návštěva rodiny/přátel					
Zdravotní důvody					
Náboženství					
Nové zkušenosti a znalosti					

13) Jaký dopravní prostředek využíváte nejčastěji k cestování? (více odpovědí)

Auto

Autobus

Vlak

Letadlo

Lod'

Jiné

14) Kam nejčastěji jezdíte? (více odpovědí)

Moře

Hory

Příroda

Historické památky

Lázně

Jiné

15) Na základě kterých priorit se rozhodujete při výběru destinace?

1- Rozhodně souhlasím, 2-Spíše souhlasím, 3-Anitak, ani tak, 4-Spíše nesouhlasím, 5- Rozhodně nesouhlasím

	1	2	3	4	5
Cena					
Kvalita služeb					
Místo					
Bezpečnost					
Dostupnost					
Jiné					

16) Jaký počet dní k cestování preferujete?

Jeden den

2-6 dní

7-9dní

10-12dní

15dní a více

Jiné

17) Cestujete spíše?

Na vlastní pěst

S cestovní kanceláří/agenturou

- V této části se vrátíte o pár let zpět a popřemýšlíte, jak jste cestovali, když jste byli dítětem či mladistvým, kam jste cestovali, jaký byl důvod Vašich cest,.....

18)Cestovali jste?

V hlavní sezóně

Mimo hlavní sezónu

Nezáleželo na sezóně

19)Jezdili jste spíše?

do zahraničí

po České republice

20)Jezdili jste v mládí na? (více odpovědí)

Letní tábory

Školy v přírodě

Lyžařské pobyty

Vzdělávací pobyty v zahraničí

Pracovní pobyty v zahraničí

Dovolená

Jiné

21) Z jakého důvodu jste nejčastěji cestovali?

1- Rozhodně souhlasím, 2-Spíše souhlasím, 3-Anitak, ani tak, 4-Spíše nesouhlasím, 5-Rozhodně nesouhlasím

	1	2	3	4	5
Odpočinek/relaxace					
Objevování a poznání nových míst					
Sport					
Práce					
Návštěva rodiny/přátel					
Zdravotní důvody					
Náboženství					
Nové zkušenosti a znalosti					

22) Jaký dopravní prostředek jste využívali k cestování? (více odpovědí)

Auto

Autobus

Vlak

Letadlo

Lod'

Jiné

23) Kam ještě nejčastěji jezdili? (více odpovědí)

Moře

Hory

Příroda

Historické památky

Lázně

Jiné

24) Na základě kterých priorit jste se rozhodovali při výběru destinace?

1- Rozhodně souhlasím, 2-Spíše souhlasím, 3-Anitak, ani tak, 4-Spíše nesouhlasím, 5-
Rozhodně nesouhlasím

	1	2	3	4	5
Cena					
Kvalita služeb					
Místo					
Bezpečnost					
Dostupnost					
Jiné					

25) Jaký počet dní jste preferovali k cestování?

Jeden den

2-6 dní

7-9dní

10-12dní

15dní a více

Jiné

26) Cestovali jste?

Na vlastní pěst

S cestovní kanceláří/agenturou

Cestovní ruch seniorů - U tohoto segmentu autorka také zjišťovala, jak se měnily požadavky na cestování v průběhu let

27)Cestujete?

V hlavní sezóně

Mimo hlavní sezónu

Nezáleží na sezóně

28)Jezdíte spíše?

do zahraničí

po České republice

29) Z jakého důvodu nejčastěji cestujete?

1- Rozhodně souhlasím, 2-Spíše souhlasím, 3-Anitak, ani tak, 4-Spíše nesouhlasím, 5- Rozhodně nesouhlasím

	1	2	3	4	5
Odpočinek/relaxace					
Objevování a poznání nových míst					
Sport					
Práce					
Návštěva rodiny/přátel					
Zdravotní důvody					
Náboženství					
Nové zkušenosti a znalosti					

30) Jaký dopravní prostředek využíváte nejčastěji k cestování? (více odpovědí)

Auto

Autobus

Vlak

Letadlo

Lod'

Jiné

31) Kam nejčastěji jezdíte? (více odpovědí)

Moře

Hory

Příroda

Historické památky

Lázně

Jiné

32) Na základě kterých priorit se rozhodujete při výběru destinace?

1- Rozhodně souhlasím, 2-Spíše souhlasím, 3-Anitak, ani tak, 4-Spíše nesouhlasím, 5- Rozhodně nesouhlasí

	1	2	3	4	5
Cena					
Kvalita služeb					
Místo					
Bezpečnost					
Dostupnost					
Jiné					

33) Jaký počet dní k cestování preferujete?

Jeden den

2-6 dní

7-9dní

10-12dní

15dní a více

Jiné

34) Cestujete spíše?

Na vlastní pěst

S cestovní kanceláří/agenturou

- V této části se vrátíte o pár let zpět a popřemýšlíte, kam jste nejčastěji cestovali se svojí rodinou, jaký dopravní prostředek jste k tomu využívali, jaký byl důvod k cestování,....

35)Cestovali jste?

V hlavní sezóně

Mimo hlavní sezónu

Nezáleželo na sezóně

36)Jezdili jste spíše?

do zahraničí

po České republice

37) Jezdili jste v mládí na? (více odpovědí)

Letní tábory

Školy v přírodě

Lyžařské pobyty

Vzdělávací pobyty v zahraničí

Pracovní pobyty v zahraničí

Dovolená

Jiné

38) Z jakého důvodu jste nejčastěji cestovali?

1- Rozhodně souhlasím, 2-Spíše souhlasím, 3-Anitak, ani tak, 4-Spíše nesouhlasím, 5- Rozhodně nesouhlasím

	1	2	3	4	5
Odpočinek/relaxace					
Objevování a poznání nových míst					
Sport					
Práce					
Návštěva rodiny/přátel					
Zdravotní důvody					
Náboženství					
Nové zkušenosti a znalosti					

39) Jaký dopravní prostředek jste využívali k cestování? (více odpovědí)

Auto

Autobus

Vlak

Letadlo

Lod'

Jiné

40) Kam ještě nejčastěji jezdili? (více odpovědí)

Moře

Hory

Příroda

Historické památky

Lázně

Jiné

41) Na základě kterých priorit jste se rozhodovali při výběru destinace?

1- Rozhodně souhlasím, 2-Spíše souhlasím, 3-Anitak, ani tak, 4-Spíše nesouhlasím, 5-Rozhodně nesouhlasím

	1	2	3	4	5
Cena					
Kvalita služeb					
Místo					
Bezpečnost					
Dostupnost					
Jiné					

42) Jaký počet dní jste preferovali k cestování?

Jeden den

2-6 dní

7-9dní

10-12dní

15dní a více

Jiné

43) Cestovali jste?

Na vlastní pěst

S cestovní kanceláří/agenturou

- V této části se vrátíte o ještě pár let zpět a popřemýšlíte, jak jste cestovali, když jste byli dítětem či mladistvým, kam jste cestovali, jaký byl důvod Vašich cest,...

44)Cestovali jste?

V hlavní sezóně

Mimo hlavní sezónu

Nezáleželo na sezóně

45)Jezdili jste spíše?

do zahraničí

po České republice

46) Jezdili jste v mládí na? (více odpovědí)

Letní tábory

Školy v přírodě

Lyžařské pobyty

Vzdělávací pobyty v zahraničí

Pracovní pobyty v zahraničí

Dovolená

Jiné

47) Z jakého důvodu jste nejčastěji cestovali?

1- Rozhodně souhlasím, 2-Spíše souhlasím, 3-Anitak, ani tak, 4-Spíše nesouhlasím, 5- Rozhodně nesouhlasím

	1	2	3	4	5
Odpočinek/relaxace					
Objevování a poznání nových míst					
Sport					
Práce					
Návštěva rodiny/přátel					
Zdravotní důvody					
Náboženství					
Nové zkušenosti a znalosti					

48) Jaký dopravní prostředek jste využívali k cestování? (více odpovědí)

Auto

Autobus

Vlak

Letadlo

Lod'

Jiné

49) Kam ještě nejčastěji jezdili? (více odpovědí)

Moře

Hory

Příroda

Historické památky

Lázně

Jiné

50) Na základě kterých priorit jste se rozhodovali při výběru destinace?

1- Rozhodně souhlasím, 2-Spíše souhlasím, 3-Anitak, ani tak, 4-Spíše nesouhlasím, 5-
Rozhodně nesouhlasím

	1	2	3	4	5
Cena					
Kvalita služeb					
Místo					
Bezpečnost					
Dostupnost					
Jiné					

51) Jaký počet dní jste preferovali k cestování?

Jeden den

2-6 dní

7-9dní

10-12dní

15dní a více

Jiné

52) Cestovali jste?

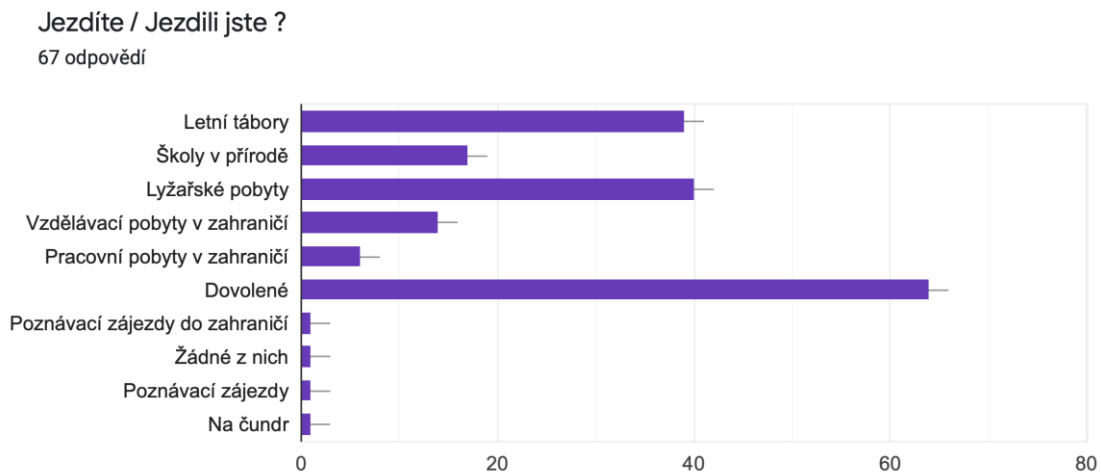
Na vlastní pěst

S cestovní kanceláří/agenturou

Příloha B: Nepoužité grafy v praktické části

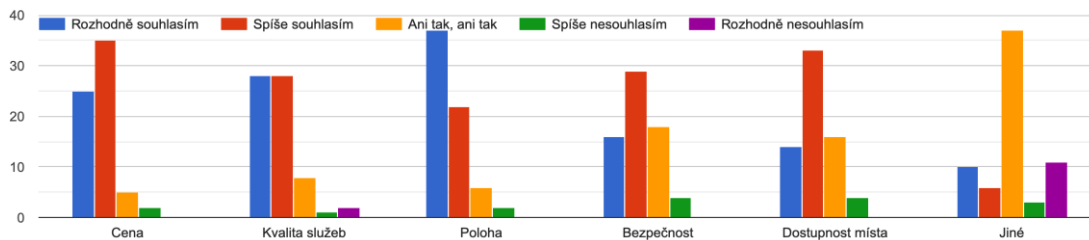
Cestovní ruch dětí, mládeže a mladých lidí

Otázka č. 3.



Otázka č. 7.

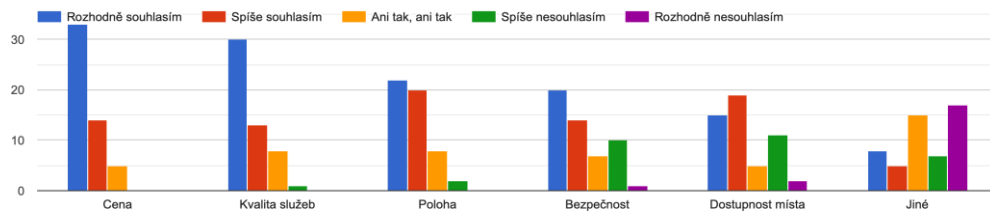
Na základě kterých priorit se rozhodujete při výběru destinace ??



Cestovní ruch rodin s dětmi

Otázka č. 15

Na základě kterých priorit se rozhodujete při výběru destinace ?

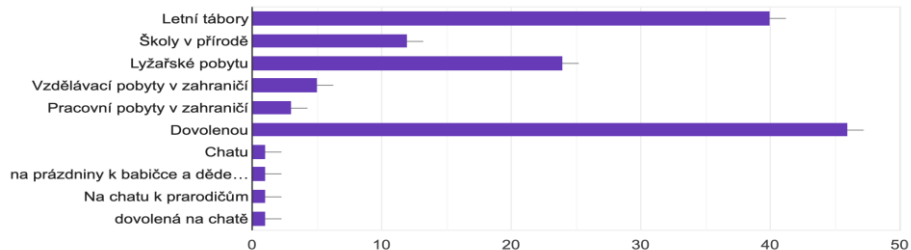


- Cestování za dob, kdy byli dětmi

Otázka č. 20

Jezdili jste v mládí na ?

52 odpovědí



Otázka č. 24

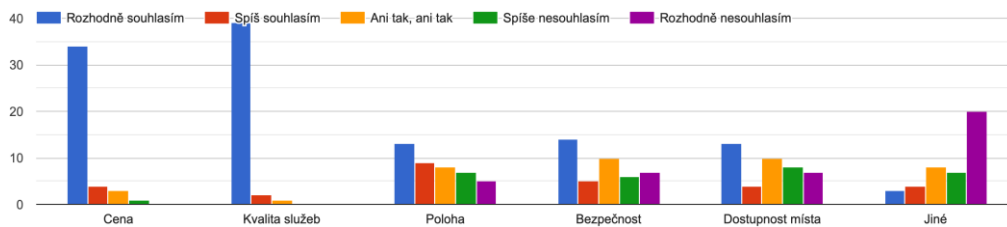
Z jakého důvodu jste v mládí nejčastěji cestovali ?



Cestovní ruch seniorů

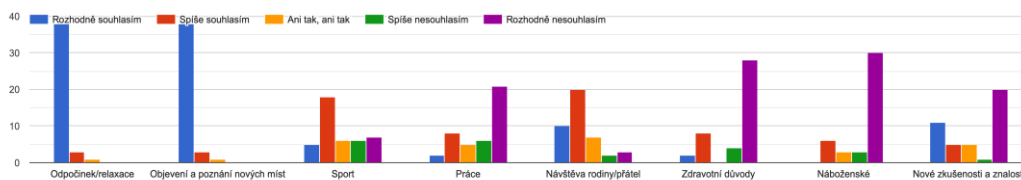
Otázka č. 32

Na základě kterých priorit se rozhodujete při výběru destinace ??



Otázka č.41

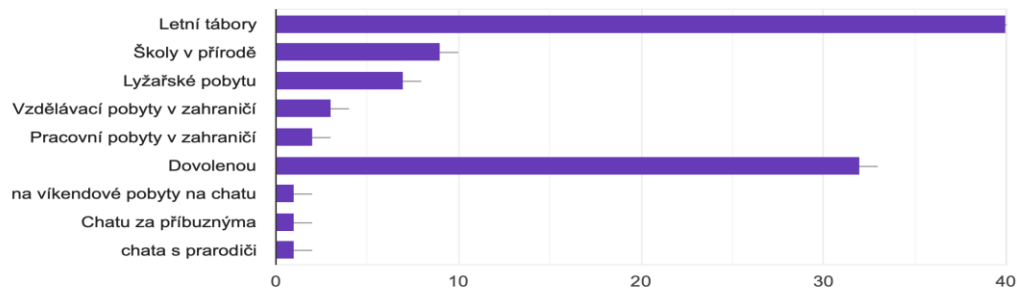
Z jakého důvodu jste cestovali se svojí rodinou ?



Otázka č. 46

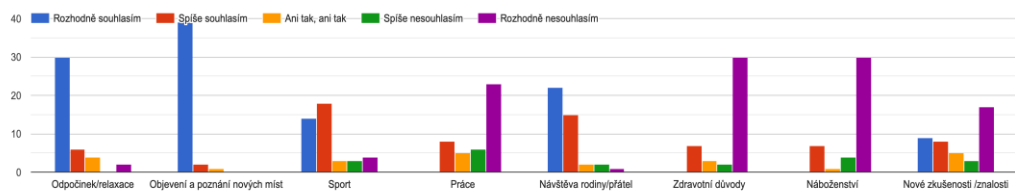
Jezdili jste v mládí na ?

42 odpovědí



Otázka č. 50

Z jakého důvodu jste v mládí nejčastěji cestovali ?



Abstrakt

Suchánková, Š. (2022). *Stárnutí populace a jeho dopad na cestovní ruch* [Bakalářská práce, Západočeská univerzita v Plzni].

Klíčová slova: cestovní ruch, poptávka, rodiny s dětmi, senioři, děti a mladiství, stárnutí, respondenti, dotazníkové šetření

Bakalářská práce se věnuje stárnutí populace a jeho dopadu na cestovní ruch. Skládá se ze dvou hlavních částí, a to z teoretické a praktické. Teoretická část je zaměřena na základní pojmy z oblasti cestovního ruchu. Zabývá se pojmem cestování, účastníky cestovního ruchu, motivy k cestování, poptávkou a subjekty, které nabízejí služby, bez kterých by cestovní ruch nemohl ani fungovat. Praktická část obsahuje zhodnocení dotazníkového šetření a návrhy, podle kterých mohou cestovní kanceláře zlepšit své služby. Dotazníkové šetření se zaměřovalo na tři hlavní skupiny cestovního ruchu, kterými jsou děti a mladiství, rodiny s dětmi a senioři. V dotazníku autorka zkoumala, jaké mají požadavky na cestování jednotlivé skupiny a zda se změnily požadavky seniorů a rodin s dětmi v průběhu let.

Abstract

Suchánková, Š. (2022). *Population aging and its impact on tourism* [Bachelor Thesis, University of West Bohemia].

Key words: tourism, inquiry, families with children, seniors, children and adolescents, aging, respondents, survey

The bachelor thesis deals with the aging of the population and its impact on tourism. It consists of two main parts, theoretical and practical. The theoretical part is focused on basic concepts in the field of tourism. It deals with the concept of travel, tourism participants, motives for travel, demand and entities that offer services without which tourism could not even function. The practical part contains an evaluation of the questionnaire survey and suggestions, thanks to which travel agencies can improve their services. The questionnaire survey is focused on three main groups of tourism, which are children and adolescents, families with children and the elderly. In the questionnaire, the author examined the travel requirements of individual groups and whether the requirements of seniors and families with children have changed over the years.