

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMICKÁ V PRAZE
FAKULTA MEZINÁRODNÍCH VZTAHŮ



Obor: Cestovní ruch

**Cestovní ruch seniorů a program European
Senior Tourism**

Autor: Bc. Andrea Nosková

Vedoucí práce: Ing. Zdenka Petřů

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že diplomovou práci na téma „Cestovní ruch seniorů a program European Senior Tourism“ jsem vypracovala samostatně a řádně jsem označila veškerou použitou literaturu a další prameny.

V Praze 29. 4. 2019

.....

Podpis studenta

Poděkování

Děkuji Ing. Zdence Petrů za odborné vedení této diplomové práce a cenné rady a připomínky při jejím vypracování. Velký dík patří také Ing. Martinu Topolovi z cestovní kanceláře Quality Tours za jeho ochotu a pomoc při strukturovaném rozhovoru. V neposlední řadě děkuji také všem, kteří mě podporovali nejen při psaní této diplomové práce, ale v průběhu celého studia.

OBSAH

SEZNAM POUŽITÝCH ZKRATEK.....	6
--------------------------------------	----------

ÚVOD.....	7
------------------	----------

1 VYMEZENÍ ZÁKLADNÍCH POJMŮ	11
--	-----------

1.1 Cestovní ruch.....	11
-------------------------------	-----------

1.1.1 Definování pojmu cestovní ruch	11
--	----

1.1.2 Cestovní ruch a ekonomika.....	15
--------------------------------------	----

1.1.3 Cestovní kanceláře	16
--------------------------------	----

1.2 Koncept cestovního ruchu pro všechny	20
---	-----------

1.2.1 Formy cestovního ruchu pro všechny	22
--	----

1.3 Cestovní ruch seniorů a jeho specifika.....	24
--	-----------

1.3.1. Definice seniora	24
-------------------------------	----

1.3.2. Motivace v cestovním ruchu seniorů	26
---	----

1.3.3. Specifika cestovního ruchu seniorů	27
---	----

1.3.4. Cestovní ruch seniorů v rámci EU	30
---	----

2 PROGRAM EUROPE SENIOR TOURISM.....	33
---	-----------

2.1. Přípravná iniciativa Calypso.....	33
---	-----------

2.1.1 Zapojení České republiky do přípravné iniciativy Calypso	35
--	----

2.2 Program Europe Senior Tourism	42
--	-----------

2.2.1 Analýza programu Europe Senior Tourism v jednotlivých letech.....	44
---	----

2.2.2 Program Europe Senior Tourism v České republice.....	53
--	----

3 CESTOVNÍ RUCH SENIORŮ V ČR.....	55
3.1 Demografický vývoj v ČR	55
3.2 Současný stav	56
3.3 Prognóza do roku 2101	57
3.4 Statistiky cestovního ruchu rezidentů ČR s důrazem na seniory	59
3.5 Spotřební chování českých seniorů v cestovním ruchu	66
3.6 Tuzemské cestovní kanceláře zaměřující se na cestovní ruch seniorů.....	68
3.6.1 CK Delfin Travel s. r. o.....	68
3.6.2 CK Quality Tours s. r. o.	72
3.6.3 CK ATIS, a. s.	80
3.6.4 Ostatní tuzemské cestovní kanceláře	82
ZÁVĚR.....	87
SEZNAM OBRÁZKŮ	91
SEZNAM TABULEK.....	92
SEZNAM GRAFŮ	92
SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ.....	93
PŘÍLOHY	I
Příloha č. 1 - Otázky ke strukturovanému rozhovoru.....	I

Seznam použitých zkratk

AČCKA	Asociace českých cestovních kancelářů a agentur
CA	Cestovní agentura
CK	Cestovní kancelář
CR	Cestovní ruch
ČSÚ	Český statistický úřad
EST	Europe Senior Tourism
EU	Evropská Unie
UN	United Nations Organizace spojených národů
UNWTO	United Nations World Tourism Organization Světová organizace cestovního ruchu

Úvod

Cestovní ruch je odvětví, které se neustále mění a vyvíjí. Nové trendy, které se v něm objevují, je třeba brát v úvahu a přizpůsobovat jim svou nabídku. Mezi tyto trendy nepochybně patří i cestování seniorů. To má díky přetrvávajícímu trendu stárnutí obyvatelstva rostoucí potenciál a segment seniorů se tak stává stále důležitějším. Kromě svého neustále rostoucího počtu disponuje segment seniorů dalšími charakteristikami, které je nutné v cestovním ruchu zohlednit. Jedná se o turisty, kteří jsou flexibilnější z hlediska svého volného času a nabízejí se tedy jako řešení výkyvů v návštěvnosti v období mimo hlavní sezónu, čímž přinášejí dodatečné výhody destinacím náchylným k sezónnosti. Zároveň se jedná o klientelu, která může mít poněkud vyšší požadavky, co se týká komfortu a kvality služeb, a která často upřednostňuje organizovaný cestovní ruch.

Senioři se rovněž vyvíjejí z hlediska svých zájmů, zůstávají vitálnější i ve vyšším věku a díky tomu se nevyhýbají ani cestování. Co je však často od účasti na cestovním ruchu odrazuje, je nedostatek finančních prostředků. Zainteresované subjekty včetně Evropské komise si toto uvědomily a začaly hledat vhodné řešení. Na popud Evropské komise byla vytvořena přípravná iniciativa Calypso, která měla za úkol podporovat cestování finančně znevýhodněných skupin osob, kam samozřejmě patřili i senioři. Z této přípravné iniciativy pak vycházel samotný program Europe Senior Tourism, kterým se zabývá tato diplomová práce a který podporu cestovního ruchu seniorů dále propracoval.

Cílem této diplomové práce je seznámit čtenáře s problematikou cestovního ruchu seniorů jakožto jednoho z typů tzv. cestovního ruchu pro všechny. Práce se zaměřuje na Českou republiku, kde zkoumá trh seniorského cestovního ruchu z pohledu nabídky i poptávky. Na straně nabídky představuje tuzemské cestovní kanceláře, které se na tento typ klientely zaměřují, především dvě české cestovní kanceláře, které se přímo účastnily projektu Europe Senior Tourism, a to CK Quality Tours a CK Delfin Travel. Naopak na straně poptávky je zkoumán segment seniorů jakožto účastníků cestovního ruchu, kdy jsou identifikovány jeho specifické charakteristiky a spotřební chování a případná zjištění jsou doložena relevantními statistikami.

Diplomová práce rovněž představuje již zmiňovaný program Europe Senior Tourism, tedy program španělské vlády na podporu seniorského turismu, který byl aktivní v letech

2009 – 2016 a velkou měrou se podílel na zpopularizování tohoto specifického typu cestovního ruchu. V diplomové práci je tento program podrobněji rozebrán a je zhodnocen jeho průběh a dopady na cestování seniorů obecně.

Teoretická východiska autorka zpracovávala na základě dostupné české i cizojazyčné literatury zabývající se jednak cestovním ruchem obecně, ale především pak cestovním ruchem seniorů. Vycházela rovněž ze statistik Eurostatu, tedy oficiálního statistického úřadu Evropské unie.

Na základě teoretického výzkumu si autorka stanovila následující výzkumné otázky:

- *Program EST přispěl k rozvoji a růstu cestovního ruchu seniorů v Evropě*
- *Program EST přispěl k rozvoji a růstu cestovního ruchu seniorů v ČR*
- *Program EST přispěl ke vzniku specializovaných cestovních kanceláří zaměřujících se na seniory*
- *I klasické cestovní kanceláře si uvědomily potenciál segmentu seniorů v cestovním ruchu a částečně tomu přizpůsobují svou nabídku (slevy, speciální zájezdy)*

Samotná výzkumná část diplomové práce se pak skládá ze dvou kapitol. První se věnuje programu Europe Senior Tourism, kdy autorka využívala sekundární zdroje a vycházela především z oficiálních dokumentů a statistik agentury SEGITTUR, Evropské komise a dalších orgánů EU a oficiálních webových stránek programu EST.

Druhá kapitola se zabývá cestovním ruchem seniorů v České republice. Autorka nejdříve zkoumala velikost a tudíž i potenciál segmentu seniorů v cestovním ruchu a to pomocí analýzy statistik Českého statistického úřadu týkajících se současné věkové struktury obyvatelstva a především jejího předpokládaného vývoje do budoucna. Dále bylo zkoumáno spotřební chování českých seniorů v cestovním ruchu, přičemž byly využívány veřejně dostupné statistiky Eurostatu a rovněž další sekundární zdroje. V druhé části se pak autorka zaměřila na české cestovní kanceláře specializující se na seniorskou klientelu, především na CK Quality Tours a CK Delfin Travel, které se obě účastnily programu EST a které autorka podrobně představila na základě důkladné analýzy jejich webových stránek. Následně si autorka připravila otázky ke strukturovanému rozhovoru, který chtěla provést s jednatelem obou cestovních kanceláří a probrat s nimi blíže jejich činnost a především zapojení do programu EST. S jednatelem CK Quality Tours, Ing. Martinem Topolem, byl strukturovaný rozhovor proveden při osobní schůzce

20. března 2019. Naopak s jednatelem CK Delfin Travel Mgr. Tomášem Hubkou se autorce bohužel nepodařilo domluvit na osobní schůzce. Byly mu zaslány alespoň otázky s prosbou o jejich zodpovězení písemnou formou, ale ani v tomto případě autorka neobdržela žádnou odpověď.

Kromě cestovních kanceláří přímo se zaměřujících na segment seniorů provedla autorka analýzu nabídky vybraného vzorku pěti cestovních kanceláří, které patří k největším na tuzemském trhu. Tato analýza, která zkoumala, zda jejich nabídka alespoň částečně zohledňuje segment seniorů, vycházela především z aktuálních katalogů jednotlivých cestovních kanceláří, případně z nabídky na jejich webových stránkách.

Co se týká celkové struktury, tato diplomová práce je rozdělena na tři hlavní části. První část je věnována teoretickým východiskům, kdy autorka zkoumá nejprve pojem cestovní ruch obecně, a to porovnáváním přístupů jednotlivých autorů. Kromě definování samotného pojmu autorka považuje za vhodné nastínit i další teoretické koncepty spojené s tématem této diplomové práce. Nevěnuje se ovšem terminologii účastníků cestovního ruchu či specifikům služeb, neboť tyto pojmy nejsou pro zvolené téma příliš relevantní. Co však zmíněno je, je typologie cestovního ruchu podle různých kritérií. Vzhledem k tomu, že segment, na který se tato diplomová práce zaměřuje, dává přednost organizovanému turismu, jsou stručně představeny i cestovní kanceláře a agentury jakožto hlavní zprostředkovatelé zájezdů. V druhé podkapitole je pak rozebírán koncept cestovního ruchu pro všechny, kam spadá i hlavní zaměření této práce, a to cestovní ruch seniorů. Tomu je pak věnována samostatná 3. podkapitola, která se zabývá obecnými charakteristikami seniorů v cestovním ruchu a jejich specifiky v porovnání s ostatními segmenty. V závěru podkapitoly je pak rozebírán cestovní ruch seniorů v rámci EU. Druhá část se již věnuje programu Europe Senior Tourism. Nejprve je však představen projekt Calypso, tedy přípravná iniciativa Evropské komise, která měla za úkol podpořit cestování znevýhodněných skupin obyvatel a ze které celý program EST vycházel. Samotný program EST je pak podrobně charakterizován, jsou představena jeho východiska a hlavní cíle. Následuje analýza jeho fungování v jednotlivých sezónách, kdy jsou v každém roce zmíněny nejdůležitější události. K největším změnám došlo v sezóně 2014/2015, kdy byl kompletně změněn způsob financování programu a došlo tak k transformaci celého konceptu. Dostupná statistická data a výsledky programu jsou následně shrnuty do přehledné tabulky. Dále jsou zmíněny další podobné projekty na podporu cestovního ruchu pro všechny, konkrétně zaměřené

na cestovní ruch seniorů. Jmenovitě se jedná například o platformu eCalypso či projekt SENTour. Dále je zmíněn také program institutu IMSERSO, který dodnes funguje ve Španělsku a to na stejném principu jako program EST.

Třetí a poslední část se zaměřuje na analýzu trhu seniorského cestovního ruchu v České republice. První podkapitoly se věnují segmentu seniorů v cestovním ruchu obecně. Nejdříve je popsána současná demografická situace české populace a nastíněn je i její očekávaný vývoj odvozený z oficiální projekce Českého statistického úřadu. Tyto podkapitoly dokládají velikost segmentu seniorů a tedy jeho současný i budoucí potenciál pro cestovní ruch. Následující podkapitola se věnuje přímo českým seniorům jakožto účastníkům cestovního ruchu, a to z pohledu oficiálního statistického úřadu Evropské unie, Eurostatu. Autorkou vymezení seniorů jakožto osoby starší 55 let byli v rámci zpracovaných statistik dále rozdělení na 2 podskupiny, a to na seniory mladší (55 – 64 let) a starší (65 let a více). Mezi statistiky, které autorka zkoumala, patří účast na cestovním ruchu, počet cest a výdaje na cestovní ruch, a to jak celkové tak denní. Zkoumaná data pochází v převážné většině z let 2012 – 2017, kdy autorka pozorovala jejich vývoj a zároveň je pro větší názornost vztahovala ke statistikám popisující spotřební chování všech českých turistů bez ohledu na věkovou kategorii. Jednoduchými výpočty pak byl určován podíl segmentu seniorů na celkových statistikách cestovního ruchu všech českých rezidentů.

Zatímco v předchozích podkapitolách byla hodnocena strana poptávky, druhá polovina třetí části se věnuje straně nabídky. Představuje tak dvě hlavní cestovní kanceláře působící na českém trhu, které se přímo zaměřují na cestovní ruch seniorů. Obě cestovní kanceláře, tedy CK Delfín Travel a CK Quality Tours, byly oficiálními partnery programu EST a segmentu seniorů dodnes nabízejí specifické zájezdy za zvýhodněné ceny. V této části jsou také uvedeny výsledky strukturovaného rozhovoru, který autorka provedla s jednatelem CK Quality Tours Ing. Martinem Topolem. Rozebírala s ním obecně cestovní ruch seniorů a jeho potenciál do budoucna a hlavně program EST, zapojení CK Quality Tours do něj a především jeho přínosy a přesah do současnosti i budoucích let. Jako třetí zástupce strany nabídky je podrobněji uvedena cestovní kancelář CK ATIS, která sice nebyla nikdy součástí projektu EST, ale jedná se o jedničku na trhu tuzemských zájezdů a ve své nabídce má i zájezdy určené speciálně pro seniory. Poslední podkapitola je věnována dalším cestovním kancelářím působícím na tuzemském trhu a zkoumání, zda a do jaké míry jejich nabídka zohledňuje segment seniorů.

1 Vymezení základních pojmů

1.1 Cestovní ruch

1.1.1 Definování pojmu cestovní ruch

Definováním cestovního ruchu se v průběhu let zabývalo velké množství autorů, kteří se ve svých definicích zaměřovali na různé faktory. Většina z nich se však shoduje na několika hlavních znacích či podmínkách, které musí být splněny, aby se určitá činnost dala za cestovní ruch považovat. Tyto znaky lze shrnout do stručné a jednoznačné definice, kterou vydalo UNWTO, tedy že cestovní ruch je „*souhrn aktivit osob cestujících do míst mimo jejich obvyklé prostředí nebo pobývajících v těchto místech ne déle než jeden rok za účelem trávení volného času, podnikání či jiným účelem.*“

Nelson (2017) upozorňuje na nedostatek této definice, který spočívá v tom, že za cestovní ruch jsou považovány pouze aktivity, kvůli kterým člověk opustí své domácí prostředí. Nezahrnují se sem volnočasové aktivity, které člověk podniká v místě či poblíž svého bydliště, které by jinak za cestovní ruch považovány byly. Nepočítají se sem tedy jednodenní výlety po okolí, které, jak Nelson (2017) zdůrazňuje, mohou v závislosti na místě bydliště dané osoby zahrnovat i překročení mezinárodních hranic.

Nutno ale dodat, že Zelenka a Pásková (2002, str. 65) uvádějí ve svém Výkladovém slovníku cestovního ruchu termín „domácí jednodenní návštěvník¹“, kterého definují jako „*domácího návštěvníka, který nepřespí v hromadném nebo soukromém ubytovacím zařízení v navštíveném místě.*“ Dodávají také, že tento termín je vymezený pro statistiky zpracovávané například právě UNWTO, takže dokazují, že v určité míře jsou i tito návštěvníci do cestovního ruchu započítáni. Zelenka a Pásková (2002, str. 45) také rozšiřují definici UNWTO, kdy cestovní ruch vnímají jako komplexní proces. Soustředí se nejen na přímé účastníky cestovního ruchu, ale mezi zainteresované subjekty řadí také poskytovatele jednotlivých služeb, destinace, ve kterých je cestovní ruch realizován, a dokonce i destinace tranzitní. Za cestovní ruch tak považují nejen přímé čerpání služeb samotnými turisty, ale i činnosti při „*budování a provozování zařízení se službami pro účastníky cestovního ruchu včetně souhrnu aktivit osob, které tyto služby nabízejí*“

¹ či též domácí nepřenocující návštěvník

a zajišťují, aktivit spojených s využíváním, rozvojem a ochranou zdrojů pro cestovní ruch, souhrn politických a veřejně správních aktivit (politika CR, propagace CR, regulace CR, mezinárodní spolupráce apod.) a reakce místní komunity a ekosystémů na uvedené aktivity.“

Mathieson a Wall (2006) přicházejí s názorem, že cestovní ruch lze definovat buď z pohledu nabídky, nebo z pohledu poptávky. Definice vydaná UNWTO je ukázkovou definicí z pohledu poptávky, neboť vymezuje cestovní ruch podle toho, koho lze považovat za jeho účastníky. Naopak definice, kterou uvádějí Zelenka s Páskovou (2002), už bere v potaz i stranu nabídky, neboť zohledňuje nejen samotné turisty, ale i jednotlivé podniky a zařízení, které uspokojují jejich potřeby.

Beránek a kol. (2016) také zdůrazňuje, že je potřeba odlišovat cestování a cestovní ruch. Přestože uznává, že tyto dva pojmy jsou v současné době úzce provázány a oba charakterizují určitý životní styl člověka, v případě cestovního ruchu je nutno brát v potaz právě jeho jednotlivá omezení, charakteristiky a množství různých definic. Dále dodává, že v případě cestovního ruchu je kladen důraz na ekonomickou stránku, a to ať už z pohledu vlivů ekonomiky na cestovní ruch či naopak dopadů cestovního ruchu na ekonomiku.

Samotný cestovní ruch je velice heterogenní oblastí a dá se proto členit podle nejrozličnějších kritérií. Pro tuto práci je důležitá především jeho typologie, kterou se zabývá množství autorů, mimo jiné Kučerová (1997), Indrová (2004), Petrů (2007), Palatková a Zichová (2011) či Kotíková (2013), přičemž všechny docházejí k víceméně shodným závěrům. Indrová (2004) zmiňuje nejčastěji používané členění na druhy a formy cestovního ruchu. Dodává ovšem, že odborná literatura se často rozchází v tom, co do jednotlivých kategorií spadá. Navrhuje tedy nový přístup, kdy nezdůrazňuje primární členění na druhy a formy, ale zavádí „*společné kritérium typu cestovního ruchu jako vyjádření jeho jevové formy*“ (Indrová, 2004, str. 17). Podle tohoto vymezení pak uvádí několik základních kritérií cestovního ruchu, s jejichž pomocí lze podrobněji charakterizovat jeho účastníky, způsob jeho realizace či jeho přínosy pro jednotlivce i společnost. Konkrétně se jedná o následující kritéria (Indrová, 2004, str. 17):

- převažující motivace účasti na cestovním ruchu,
- místo realizace,
- vztah k platební bilanci státu,

- délka pobytu,
- způsob zabezpečení cesty a pobytu,
- počet účastníků,
- způsob financování,
- věk účastníků,
- převažující prostředí pobytu,
- ostatní kritéria.

S přihlédnutím k zaměření této diplomové práce se bude autorka podrobněji věnovat pouze vybraným kritériím, které jsou k danému tématu relevantní. Jako první je to kritérium **místa realizace**, tedy území, na kterém k cestovnímu ruchu dochází. Indrová (2004) uvádí základní rozdělení na domácí a zahraniční. **Domácí cestovní ruch** podle ní představuje cestování obyvatelstva daného státu pouze v rámci území tohoto státu a nedochází tak k překračování státních hranic, zatímco **zahraniční cestovní ruch** charakterizuje nutností překročit státní hranice. Zahraniční cestovní ruch tak dále ještě člení podle jeho účastníků, a to na *výjezdový*, označovaný také jako „outgoing“, kdy se jedná o výjezdy obyvatel daného státu do zahraničí, a *příjezdový*, označovaný též jako „incoming“, kdy naopak obyvatelé jiných států přijíždějí na území zkoumaného státu. Jako specifický druh, který patří do kategorie příjezdového cestovního ruchu, pak ještě zmiňuje cestovní ruch *tranzitní*, kdy se jedná pouze o průjezdy daným státem, zatímco konečný cíl cesty se nachází ve státě jiném.

Indrová (2004) uvádí také členění podle Světové organizace cestovního ruchu WTO, která cestovní ruch rozděluje na vnitrostátní a národní. **Vnitrostátní** dále popisuje jako cestovní ruch na území daného státu, přičemž zahrnuje jak domácí tak příjezdový, zatímco **národní** je podle ní cestovní ruch obyvatelstva daného státu a zahrnuje tak domácí a výjezdový cestovní ruch. Podle uvedeného členění se tak tato diplomová práce zabývá národním cestovním ruchem České republiky úžeji vymezeným podle dalších kritérií.

Na výjezdový a příjezdový se cestovní ruch člení také podle vlivu na ekonomiku státu, v tomto případě představovanou **platební bilancí**. Indrová (2004) uvádí, že v tomto případě se opět bere v potaz pouze zahraniční cestovní ruch. Výjezdový cestovní ruch, který opět charakterizuje jako souhrn výjezdů obyvatelstva daného státu do zahraničí, označuje také jako pasivní, neboť s přihlédnutím k platební bilanci daného státu se jedná o odčerpávání devizových prostředků.

Oproti tomu příjezdový cestovní ruch představující veškeré příjezdy zahraničních návštěvníků do dané země označuje jako aktivní, neboť z pohledu platební bilance se jedná o příliv devizových prostředků, za které zahraniční návštěvníci na území daného státu nakupují zboží a služby.

Vymezení tématu této diplomové práce se odvíjí také od užší specifikace samotných účastníků cestovního ruchu, založené především na jejich věkové charakteristice. Podle věku Indrová (2004) cestovní ruch rozděluje především kvůli specifickému spotřebnímu chování a nárokům na služby, které jsou pro některé věkové kategorie typické. Uvádí tak následující věkové skupiny (Indrová, 2004, str. 25):

- **Cestovní ruch dětí** – jedná se o organizované pobyty či cesty dětí do 15 let bez doprovodu rodičů, například dětské tábory, školní výlety či školy v přírodě
- **Cestovní ruch mládeže** – oproti předchozí kategorii je věková hranice nastavená na 15 – 24 let. Jedná se o skupinu mezi dětmi a dospělými, kteří již necestují se svými rodiči, ale ještě nemají vlastní rodinu.
- **Cestovní ruch seniorů** – označován také jako cestovní ruch obyvatel v postproduktivním věku
- **Cestovní ruch rodin s dětmi**
- **Cestovní ruch věkové skupiny lidí mezi 40. – 50. rokem** – pro tuto věkovou skupinu je charakteristické, že již mají odrostlé děti a díky tomu i dostatek volného času, stále jsou ekonomicky činní, takže mají dostatek finančních prostředků a ani jejich fyzický stav je v cestování nijak neomezuje.

Mezi další kritéria, podle kterých lze cestovní ruch dále členit, zařazuje Indrová (2004) **způsob zabezpečení cesty a pobytu**, kdy rozlišuje cestovní ruch organizovaný cestovní kanceláří či jiným podnikatelským subjektem a neorganizovaný. Dále **počet účastníků**, kdy uvádí individuální a skupinový či **způsob financování**, kdy existuje cestovní ruch komerční a sociální. Pro sociální cestovní ruch je podle ní typická určitá forma podpory jeho účastníků a to ve formě minimálně částečné úhrady nákladů ze strany nějaké organizace či instituce. Petruš (2007) k sociálnímu cestovnímu ruchu dodává, že odráží sociální politiku společnosti a jako jeho příklady uvádí například lázeňské léčení či dětskou letní rekreaci

Pro cestovní ruch seniorů, kterým se zabývá tato diplomová práce, je charakteristická jeho organizovanost a skupinový charakter. V určitém smyslu ho lze také zařadit do sociálního cestovního ruchu, neboť cestování seniorů je podporováno různými formami finančního zvýhodnění. Petrů (2007) dodává, že sociální cestovní ruch se opět dostává do popředí zájmu i ze strany Evropské unie, jejíž podíl na podpoře znevýhodněných skupin obyvatelstva na cestování bude rozebírán v dalších kapitolách této práce.

1.1.2 Cestovní ruch a ekonomika

Co se týká vlivů ekonomiky na rozvoj cestovního ruchu, Beránek a kol. (2016) uvádí jednotlivé ukazatele národního hospodářství, které kladně či záporně působí na cestovní ruch, tedy faktory, které podporují či potlačují jeho rozvoj. Zařazuje sem primárně ekonomický růst vyjádřený růstem hrubého domácího produktu, který logicky vyúsťuje v růst investic a výdajů na CR. Naopak za negativní vliv považuje růst nezaměstnanosti, která se přirozeně promítá do objemu příjmů obyvatelstva a tím i do objemu výdajů, které obyvatelstvo vynaloží na cestovní ruch, který stále zůstává spíše zbytnou potřebou. O tom, do jaké míry je cestovní ruch zbytnou potřebou, by se však dalo polemizovat. Stále více lidí ho považuje za součást svého životního stylu, za způsob relaxace a odpočinku a za možnost trávení svého volného času, a tím ho zařazuje spíše do skupiny potřeb nezbytných, bez kterých by si svůj život už ani nedovedli představit. Za faktor, jehož vliv na cestovní ruch nelze jednoznačně určit, považuje Beránek a kol. (2016) vývoj měnového kurzu, tedy oslabování či posilování domácí měny, což se projevuje především v zahraničním CR. Zda je vývoj žádoucí či naopak je podle něj nutné vztáhnout k tomu, zda chceme posuzovat jeho vliv na příjezdový či výjezdový CR, tedy zda zkoumáme aktivní turismus, kdy zahraniční účastníci přijíždějí do dané země, či naopak turismus pasivní, kdy obyvatelé dané země odjíždějí do zahraničních destinací. Slabší měna obecně přispívá k nárůstu příjezdového cestovního ruchu, zatímco při posílení měny naopak příjezdy klesají na úkor výjezdů.

Podíváme-li se na cestovní ruch a ekonomiku z opačného pohledu, tedy zkoumáme-li jeho ekonomické přínosy, dojdeme k závěru, že pro mnohé země je toto odvětví velmi významným zdrojem příjmů. Jejich přesné vyčíslení je však stále statisticky velmi náročným procesem. Podle Eurostatu (2017) má většina evropských zemí zavedený systém, který sleduje dílčí

statistiky v cestovním ruchu, jako jsou například počty příjezdů, výjezdů či celkové výdaje turistů. Tyto ačkoliv často velmi přesné statistiky, však nedokáží vyčíslit, kolik cestovní ruch celkově přináší do ekonomiky daného státu. Z tohoto důvodu, jak uvádí Eurostat (2017), byl vytvořen Satelitní účet cestovního ruchu. Popisuje ho jako celosvětově uznávaný statistický nástroj, který s pomocí dat z národních statistik dokáže změřit celkovou turistickou aktivitu a důležitost cestovního ruchu pro národní i regionální ekonomiky a relativně přesně vyčíslit, kolik cestovní ruch přispívá do národní ekonomiky a kolik vytváří pracovních míst. V České republice se sestavováním TSA zabývá Český statistický úřad. (ČSÚ, 2018a)

1.1.3 Cestovní kanceláře

Všichni podnikatelé v cestovním ruchu musejí podle Palatkové a kol. (2013) dodržovat českou legislativu a řídit se Živnostenským zákonem, Novým občanským zákoníkem, Zákonem o cenách a dalšími platnými zákony a právními předpisy. Tyto zákony však upravují podnikání spíše v obecné rovině. Specifické podmínky a požadavky pro podnikání v oblasti cestovního ruchu jsou pak obsaženy v zákoně č. 159/1999 Sb. o některých podmínkách podnikání v oblasti cestovního ruchu. Tento zákon vychází z evropské Směrnice 314/1990/EHS o souborných službách pro cesty, pobyty a zájezdy. Palatková a kol. (2013) uvádějí, že tato směrnice mimo jiné definuje pojem zájezd a jeho tvorbu, pojem organizátor zájezdů a vymezuje povinnosti organizátora a prodejce zájezdu ve vztahu ke spotřebiteli. Dodávají, že jejím implementováním do českého práva došlo k jeho sjednocení s právem evropským. Zákon č. 159/1999 Sb. podle nich tedy vymezuje zájezd, cestovní kancelář a agenturu, podmínky vydání koncesní listiny, povinné pojištění záruky včetně pojistného plnění, pravidla sjednávání pojištění a povinnosti cestovní kanceláře. Ze zákona č. 159/1999 Sb. tedy plyne i ochrana spotřebitele. Ta je podle Palatkové (2011) obecně součástí spotřebitelské politiky, která zaručuje bezpečnost potravin, zdraví spotřebitelů také posilování jejich pozice a práv. V cestovním ruchu samotná politika ochrany spotřebitele upravuje především vztah mezi klienty a zprostředkovateli služeb, tedy nejčastěji mezi cestovními kancelářemi či agenturami a jejich koncovými zákazníky, tedy turisty. Právě v cestovním ruchu je ochrana spotřebitele velmi důležitá hlavně kvůli tomu, že mezi nákupem zájezdu a jeho uskutečněním je často dlouhá časová prodleva. Pro případ neuskutečnění zájezdu z důvodu úpadku cestovní kanceláře jsou klienti chráněni zákonným

pojištěním proti úpadku, které je podle Palatkové a kol. (2013) každá cestovní kancelář povinna uzavřít na pojistnou částku minimálně 30 % plánovaného objemu tržeb za zájezdy (nebo objemu tržeb za zájezdy v předchozím roce, podle toho, která částka je vyšší). Z tohoto pojištění jsou pak kryty kompenzace klientů.

V posledních letech prošel zákon č. 159/1999 Sb. velkou novelizací, kdy do něj byla implementována směrnice Evropského parlamentu a Rady (EU) 2015/2302 z roku 2015, přičemž úpravy nabyly právní účinnosti 1. července 2018. Co se týká dopadů této novelizace, cituje Neužilová (2018) prezidenta AČCKA Romana Škrabánka, který uvádí ty nejvýznamnější změny, které novelizace přinesla. Jako první uvádí úpravu definice zájezdu a také zavedení nového cestovního produktu, kterým jsou „spojené cestovní služby“, které definuje jako *„alespoň dva různé typy služeb cestovního ruchu zakoupené pro účely téže cesty nebo pobytu (při jedné návštěvě či kontaktu se svým prodejním místem), kdy jsou prostřednictvím cestovní kanceláře uzavřeny samostatné smlouvy s jednotlivými poskytovateli služeb cestovního ruchu, např. je zprostředkována smlouva mezi zákazníkem a leteckou společností a následně i s ubytovacím zařízením“*. Cestovní kancelář či agentura, která chce kromě zájezdů poskytovat i tyto spojené cestovní služby, musí na tuto činnost získat novou koncesi, tzn. cestovní kancelář, která organizuje zájezdy i spojené cestovní služby, musí mít na tyto činnosti dvě samostatné koncese. Neužilová (2018) také dodává, že i na spojené cestovní služby se vztahuje zákonné pojištění proti úpadku. Dále zmiňuje vytvoření tzv. „Dozajišťovacího garančního fondu“. Do tohoto fondu podle ní musí přispívat všechny cestovní kanceláře a to ve výši maximálně 0,1 % z ročních tržeb za zájezdy a spojené cestovní služby. Tento garanční fond tedy tvoří druhý pilíř povinného zajištění proti úpadku vedle stávajícího povinného pojištění cestovní kanceláře proti úpadku zmíněného výše.

Hlavním cílem této novelizace bylo posílení ochrany spotřebitele v cestovním ruchu, a proto se podle Neužilové (2018) další změny týkají podmínek zrušení zájezdu, změn ceny zájezdu, předmluvních informací, které cestovní kanceláře musí poskytnout svým klientům, či práva odstoupit od smlouvy. Tím pádem z této novely plynou i dodatečné změny v Živnostenském zákoně či v Novém občanském zákoníku.

Na českém trhu působí cestovní kanceláře a cestovní agentury, které se od sebe odlišují legislativními podmínkami svého vzniku a provozu². Základní rozdíl spočívá podle Palatkové a kol. (2013) v tom, že cestovní agentura je v případě zájezdu oprávněna pouze zprostředkovávat jeho prodej jménem cestovní kanceláře. Petru (2007) zařazuje cestovní kanceláře mezi podniky tvořící materiálně technickou základnu cestovního ruchu a jako takové je považuje za nezbytný předpoklad jeho vzniku a fungování. Konkrétně je řadí společně s cestovními agenturami do skupiny podniků, které zprostředkovávají cestovní služby, díky čemuž umožňují obyvatelstvu účast na cestovním ruchu. Fungují tedy jako prostředníci mezi nabídkou a poptávkou, kdy na jedné straně jednají s dodavateli služeb cestovního ruchu a na druhé zastupují koncové spotřebitele. Jak tvrdí Goeldner a Brent-Ritchie (2014, str. 170), cestovní kancelář je „*legálně ustanovený agent, který „jedná v zájmu klienta, uzavírá dohody s dodavateli cestovních služeb a za to mu náleží provize od dodavatelů a/ nebo poplatek od klienta*“. Mezi hlavní výhody cestovních kanceláří a agentur uvádějí především úsporu času a peněz, které lze dosáhnout díky tomu, že se klienti obrátí na zkušeného a kvalifikovaného prodejce. V případě segmentu seniorů jsou výhody cestovních kanceláří vnímány ještě s větším důrazem. Lidé ve starším věku si často nejsou schopni dovolenou naplánovat a zařídit sami a naopak preferují, když cestovní kancelář zařídí všechno za ně. Než aby si sami vyhledávali na internetu letenky či ubytování, raději si osobně zajdou do cestovní kanceláře, kde jen sdělí své požadavky a kvalifikovaný pracovník jim se vším pomůže a poradí. S tím souhlasí i Goeldner a Brent-Ritchie (2014), kteří tvrdí, že cestovní kanceláře své zákazníky znají, vědí, jaký mají rozpočet, co očekávají nebo čím jim udělat radost. Zkušený pracovník cestovní kanceláře má komplexní znalosti daného oboru a může tak zákazníkovi nabídnout ty nejvýhodnější alternativy a jejich vyhledání mu ve většině případů zabere mnohem méně času, neboť má k dispozici pokročilé vyhledávací nástroje. Asistenci však klienti cestovních kanceláří a agentur samozřejmě nevyžadují jen při zařizování dovolené. Výhodou takto organizovaného cestování je určitý servis a asistence po celou dobu trvání dovolené. Své klienty cestovní kancelář či agentura zaveze do dané destinace, přímo do jejich hotelu, kde jim je po celou dobu jejich pobytu k dispozici delegát, který se o všechno postará. Výhodou je to především v zahraničí,

² Tyto podmínky jsou podrobně popsány v zákoně č. 159/1999 Sb. o některých podmínkách podnikání v oblasti cestovního ruchu a rovněž v jeho novele z roku 2018.

kdy turisté narážejí na jazykovou bariéru a určitá pomoc ze strany kvalifikovaného a zkušeného pracovníka je pro ně klíčová.

Jeden z hlavních přínosů činnosti cestovních kanceláří lze označit souhrnným termínem „packaging“, tedy tvorba balíčků. Ryglová a Vajčnerová (2017) uvádějí jako hlavní výhodu balíčků jejich cenu, kdy celková cena balíčku je nižší než součet cen jednotlivých služeb v něm. Jedná se také o určité organizační zjednodušení cestování, kdy zakoupením balíčku klientům odpadají starosti se zajišťováním dopravy, ubytování a dalších doprovodných služeb. Zejména pro méně samostatné klienty, kteří si z různých důvodů nechtějí zajišťovat dovolenou sami, například přes internet, se jedná o ideální možnost, neboť mají vše zařízené a nemusejí se téměř o nic starat. Za výhodu plynoucí z prodeje balíčků pro samotné prodejce pak Ryglová a Vajčnerová (2017) považují tzv. „cenovou neviditelnost“, kdy samotný klient nemá přehled o cenách jednotlivých služeb tvořící daný balíček. Podle Horner a Swarbrooke (2003) je packaging často používán i přímo v destinaci, kdy tvorbu balíčků zajišťují jednotlivé marketingové agentury. Dodávají, že tyto balíčky se skládají z ubytování, které je doplněné o další služby jako výlety, vstupy do atrakcí či doprava.

Goeldner a Brent-Ritchie (2014) ovšem přesto tvrdí, že klasické cestovní kanceláře jsou v dnešní době často nahrazovány online cestovními kancelářemi, jako jsou například společnosti Expedia či Travelocity. Jejich webové stránky poskytují klientům veškeré potřebné informace a ti jsou tak schopni si všechno zařídit a objednat sami, rychle, jednoduše a z pohodlí domova. Tento trend se projevuje i na českém trhu. Zatímco v roce 2012 jich podle COT (2016) na českém trhu působilo 1092, v roce 2016 to bylo už jenom 881 a k 28. 2. 2019 bylo podle nejaktuálnějších dat MMR (2019a) v ČR registrováno jen 862 cestovních kanceláří. COT (2016) jako hlavní důvody uvádí zvyšující se náročnost podnikání v oboru či přísnější přístup pojišťoven při poskytování pojištění pro případ úpadku, které je pro cestovní kanceláře podmínkou podnikání.

1.2 Koncept cestovního ruchu pro všechny

UN (2019) uvádí, že až třetina světové populace je ovlivněna určitým handicapem, ať už přímo, kdy se sami musejí potýkat s nějakým postižením, či nepřímo, kdy se jedná o blízké osoby handicapovaných, které při cestování doprovázejí. Udává, že přestože má tento segment díky svému rozsahu vysoký potenciál, je mu stále věnována nedostatečná pozornost ze strany nabídky cestovního ruchu a lidé s handicapem se stále musí potýkat s nedostupností turistických zařízení či služeb či s různými diskriminačními politikami a praktikami.

Podle UNWTO (2016) je tedy podstatou cestovního ruchu pro všechny vytváření produktů a služeb, které mohou být stejnou měrou využívány turisty i místními rezidenty, osobami se zdravotním handicapem, rodinami s malými dětmi, seniory a všemi ostatními. McCabe a kol. (2011) pak zavádí pojem sociální cestovní ruch, jehož principy korespondují s cestovním ruchem pro všechny a tyto dva pojmy tak jde považovat za synonyma. Odkazuje se na Článek 24 Všeobecné deklarace lidských práv, ve které je jasně zakotveno právo osob na odpočinek a volný čas, stejně tak jako právo na volný pohyb. Dalo by se sice polemizovat, že v této deklaraci není doslovně zmíněno právo účastnit se cestovního ruchu, ale na to McCabe a kol. (2011) reagují citováním Globálního etického kodexu cestovního ruchu vydaného UNWTO, konkrétně Článku 7 (UNWTO, 2019). Ten jasně říká, že právo účastnit se cestovního ruchu se musí považovat za důsledek výše zmíněného práva na odpočinek a volný čas. V tomto článku je kromě toho také přímo zmíněn sociální cestovní ruch, který by, jakožto prostředek umožňující cestování široké veřejnosti, měl být rozvíjen a podporován institucemi veřejného sektoru. Jako zvláště znevýhodněné segmenty, jejichž účast na cestovním ruchu by měla být podporována, jsou zde zmíněni senioři, mládež a studenti, rodiny a zdravotně handicapovaní.

Na druhou stranu však podle McCabeho a kol. (2011) existují i názory, že dovolená a cestování patří mezi zbytné potřeby, a jako takové by se na ně neměla vztahovat podpora v rámci sociální politiky. Jak ale už bylo uvedeno výše, je na uvážení každého, do jaké míry se ještě cestovní ruch dá považovat za zbytnou potřebu, která by měla být dopřána pouze lidem s vyššími příjmy. Lze totiž předpokládat, že současná společnost už potřebu cestovat považuje za podstatnou součást životního stylu přinášející mnohá pozitiva, mezi kterými McCabe a kol. (2011) uvádí získávání nových zkušeností a rozšiřování obzorů, osobní rozvoj či pouhé uniknutí ze stereotypu všedních dní.

Trochu odlišný pohled na sociální cestovní ruch, který nazývají také jako „dotovaný“, mají Goeldner a Brent-Ritchie (2014), kteří zdůrazňují především jeden jeho základní znak. Jedná se podle nich o cestovní ruch uskutečňovaný skupinami s omezenými příjmy, tedy osobami, které nejsou schopny pokrýt cestovní náklady bez určité sociální pomoci, většinou ze strany asociace, ke které daná osoba patří. Jak už vyplývá z názvu, cestování těchto osob je podmíněno určitými dotacemi ze strany státu, místních úřadů, zaměstnavatelů, odborů či různých klubů a asociací.

UN (2019) k tématu cestovního ruchu pro všechny dodává, že klíčovou podmínkou jeho úspěšného fungování patří spolupráce mezi všemi zainteresovanými aktéry, jako jsou vlády, mezinárodní organizace, touroperátoři i koneční spotřebitelé včetně osob s handicapem a organizací, ve kterých se sdružují. Na popud UNWTO například v současné době vzniká také nová ISO norma „ISO 21902 Cestovní ruch a související služby – Cestovní ruch pro všechny – Požadavky a doporučení“ (Progressive Standards, 2019). Prvotní impulz, že je mezinárodní standardizace v oblasti cestovního ruchu pro všechny potřeba, byl přednesen v únoru 2017 na konferenci v Madridu. V současné době je norma stále v procesu zpracovávání a UNWTO (2017) očekává její zveřejnění v průběhu roku 2019. Tato norma má podle webu Progressive Standards (2019) za úkol nastavit jasné a srozumitelné pokyny pro procesy plánování v cestovním ruchu, kdy upravuje tvorbu politik a strategií, produktů či služeb a rovněž pro destinační management. Za klíčové aktéry, na které bude tato nová norma aplikovatelná, lze považovat veškeré subjekty působící v cestovním ruchu, tedy v soukromém i veřejném sektoru a na všech úrovních od lokální až po mezinárodní. Od této normy si její tvůrci slibují zpřístupnění cestovního ruchu co nejširšímu spektru populace bez ohledu na jejich věk či zdravotní stav, a to mimo jiné díky zjednodušení rozhodovacího procesu při výběru destinací či služeb. Díky nově nastaveným standardům bude totiž pro mnohé potenciální turisty mnohem jednodušší orientovat se v turistické nabídce.

UN (2019) zdůrazňuje, že snaha o „dostupnost pro všechny“ by se však neměla týkat pouze cestovního ruchu, ale měla by být přijata mezi všeobecně akceptované a respektované sociální a ekonomické hodnoty společnosti. Jedná se totiž nejen o výjimečnou podnikatelskou příležitost ale především o základní lidské právo.

1.2.1 Formy cestovního ruchu pro všechny

Kolektiv autorů Katedry cestovního ruchu VŠE v Praze (2008, dále jen „Kolektiv autorů“) zahrnuje do cestovního ruchu pro všechny následující 4 kategorie turistů:

- mládež,
- rodiny s nízkými příjmy,
- zdravotně handicapovaní,
- senioři.

Do segmentu **mládeže** Kolektiv autorů (2008) zařazuje mladé lidi ve věku 15 až 25 let. Uvádí, že díky stále rostoucímu počtu cestující mládeže je třeba na tento trend reagovat upravením nabídky, kdy je důležité pro tento segment vytvářet specifické produkty zohledňující jejich potřeby a charakteristiky. V cestovním ruchu mládeže je důležitá především flexibilita při uspokojování jejich různorodých potřeb, efektivita nákladů tak aby mohly být při dodržení standardů kvality ceny co nejpríznivější, bezpečnost či pozitivní atmosféra a důvěra. Dodává také důležitost slev, zmiňuje například mezinárodně uznávanou slevovou kartu ISIC. Na druhou stranu ale tvrdí, že pouhé slevy nejsou dostatečným faktorem ke zvýšení účasti mládeže na cestovním ruchu. Je nutné zapracovat rovněž na kvalitě a dostupnosti jednotlivých služeb a zásadní roli mohou hrát i různé podpory v oblasti vzdělávání. Mezi nejčastější formy cestovního ruchu mládeže Kolektiv autorů (2008) zařazuje například jazykové kurzy v zahraničí, výměnné pobyty nebo programy v rámci středních škol, odborné praxe, au pair programy či pracovní tábory.

Dalším segmentem jsou **rodiny s nízkými příjmy**, a to ať už se jedná o klasické rodiny s oběma rodiči či rodiny, kde děti vychovává pouze jeden z rodičů. Cestovní ruch rodin s dětmi obecně je podle Kolektivu autorů (2008) specifický především z pohledu požadavků, které si tyto rodiny kladou. Vůbec jejich účast na cestovním ruchu je ovlivňována mnoha faktory. Mezi ty limitující Kolektiv autorů (2008) zařazuje například příjmy či množství volného času, a to ať už z pohledu rodičů, kteří mají pouze omezený počet dní dovolené, či z pohledu dětí, které jsou od určitého věku limitovány povinnou školní docházkou. Díky omezeným rodinným rozpočtům a také faktu, že tento segment často cestuje v období hlavní sezóny, je pro rodiny s dětmi obzvláště důležitá takzvaná „value for money“, tedy snaha o získání co největší hodnoty za

investované peníze. Za další omezení považuje Kolektiv autorů (2008) také věk dětí, kterému je nutné přizpůsobit všechny aspekty dovolené od výběru destinace až po čerpané služby. Rodiny s dětmi mají často specifické požadavky, jako jsou například přebalovací místnosti, možnosti dětských porcí v restauracích či dětská hřiště. Právě možnost vyžití a zábavy pro děti může být pro mnoho rodičů zásadním faktorem, neboť si při trávení společné dovolené chtějí také užít určitý čas o samotě a od svých dětí si trochu odpočinout. V těchto případech jsou nezbytné služby hlídání dětí či nejrůznější animační programy. Mezi nejčastější formy cestovního ruchu provozované právě rodinami s dětmi zahrnuje Kolektiv autorů (2008) například venkovský a rekreační cestovní ruch, jednodenní výlety či návštěvy sportovních a kulturních akcí v městských centrech.

Segment **zdravotně handicapovaných** se podle Kolektivu autorů (2008) skládá z lidí s handicapem mobility, senzorickým, mentálním či jiným typem handicapu, kam zařazuje například nejrůznější alergie, diabetes či respirační problémy. Udává, že tito lidé často musí čelit nejrůznějším obtížím, které z jejich handicapů vyplývají a také své potřeby a požadavky musí těmto handicapům podřizovat. Dodává, že v cestovním ruchu těmto turistům často není poskytována žádná speciální péče či asistence a je od nich naopak očekávána samostatnost, což pro ně může být překážkou a od cestování je odrazovat. Na druhou stranu ale Kolektiv autorů (2008) udává, že cestovní ruch zdravotně handicapovaných zažívá v poslední době rozmach a to především díky neustále rostoucímu počtu potenciálních účastníků či díky jejich flexibilitě, co se týká cestování mimo hlavní sezónu. Přispívá k tomu také rozvoj informačních technologií, s pomocí kterých si zdravotně handicapovaní turisté mohou snadněji naplánovat svou dovolenou. Toto plánování většinou probíhá se značným předstihem, což je výhodné i pro poskytovatele služeb, neboť jim to dodává určitou jistotu využití jejich zařízení, například ubytovacích kapacit. Za nejčastější formy cestovního ruchu využívané osobami se zdravotním handicapem považuje Kolektiv autorů (2008) například zdravotní a lázeňský cestovní ruch, rekreační cestovní ruch v přímořských letoviscích, poznávací či kulturní cestovní ruch.

Posledním segmentem cestovního ruchu pro všechny jsou podle Kolektivu autorů (2008) **senioři**. Vzhledem k tomu, že tento segment je hlavním tématem této diplomové práce, bude podrobněji rozebrán v následující podkapitole.

1.3 Cestovní ruch seniorů a jeho specifika

Alén a kol. (2012, str. 144) definují cestovní ruch seniorů jako „*široké spektrum aktivit provozovaných staršími lidmi, ať už v důchodu či nikoliv, ve věku nad 55 let, a které lze zařadit do různých příjmových skupin.*“ Dodávají, že cestovní ruch seniorů je úzce propojen s tzv. accessible tourism, jehož hlavními účastníky jsou turisté s určitým zdravotním handicapem. Tento segment sice není primárně tvořen seniory, avšak je logické, že lidé pokročilejšího věku často vyžadují podobné speciální služby či určitou úroveň asistence jako osoby se zdravotním handicapem.

Podle The Economist (2017a) vzrostl podíl osob starších 65 let na celkové světové populaci z 5 % v roce 1950 na 8 % v roce 2015 s očekávaným růstem až na 16 % v roce 2050. Dodává také, že stárnutí obyvatelstva je více patrné ve vyspělých zemích než v zemích rozvíjejících se, snad s výjimkou Číny. V případě, že se zaměříme pouze na 34 členských států OECD, tedy naroste podíl osob starších 65 let dokonce na 16 % v roce 2015 a očekávaný nárůst v roce 2050 až na 25 %.

Podle European Commission (2014) má tento nastolený globální trend stárnutí populace nezanedbatelný vliv na poptávku v cestovním ruchu. Z tohoto důvodu také považuje za důležité, aby ho braly v potaz jak orgány veřejné správy, tak členové soukromého sektoru, zahrnuly ho do svého středně i dlouhodobého plánování a tvorbě strategií tak, aby na něj mohly reagovat co nejvíce konkurenceschopným způsobem.

1.3.1. Definice seniora

Alén a kol. (2012) uvádí, že již v roce 2004 bylo na světě více osob starších 65 let než osob než dětí do 14 let. Dodávají, že tento trend neustále pokračuje díky poklesu porodnosti a prodlužující se průměrné délce života, což nevyhnutelně vede k postupnému stárnutí populace. V rámci Evropy uvádějí predikci pro rok 2025, kdy bude v populační pyramidě nejpočetněji zastoupena právě skupina ve věku 40 – 60 let.

Právě z výše zmíněných důvodů se segment seniorů v cestovním ruchu stává čím dál důležitějším, což by se mělo brát v potaz i při tvorbě produktů či řízení destinací. Alén a kol. (2012) zdůrazňují, že se už dávno nejedná pouze o specializovaný trh, či takzvanou tržní niku,

ale s cestovním ruchem seniorů by se mělo počítat jako s integrovanou součástí nabídky cestovního ruchu.

Definice segmentu seniorů v cestovním ruchu nejsou jednoznačné a různí autoři přicházejí ve svých studiích s různými verzemi. Nejčastěji je podstatou definice stanovení určité věkové hranice, od které je turista považován za seniora. Alén a kol. (2012) uvádějí několik hlavních studií, přičemž jejich výsledky, co se týká definování seniora, rozdělují na čtyři hlavní kategorie. Za seniory se podle nich považují:

- osoby starší 50 let,
- osoby starší 55 let,
- osoby starší 60 let,
- osoby ve věku 65 – 74 let.

Autorka se v této diplomové práci ztotožňuje s definicí, kterou uvádějí Hossain, Bailey a Lubulwa (2003 in Alén a kol. 2012), kteří za seniory považují osoby starší 55 let. Tito autoři segment seniorů ještě dále člení na dvě podskupiny, a to **mladší seniory**, což jsou osoby ve věku 55 – 64 let, a **starší seniory**, kteří jsou ve věku nad 65 let. Tato definice byla zvolena především z důvodu, že se s ní ztotožňuje i program EST, který je hlavním zaměřením této práce. Kromě toho ji ve své metodice pro tvorbu statistik využívá i statistický úřad Evropské unie Eurostat, jehož data jsou rovněž použita v dalších částech této práce.

Toto vymezení seniorů ovšem může vyvolávat další diskuzi. Mladší senioři, tedy osoby mladší 65 let, jsou ve většině případů stále zaměstnaní a nejedná se tedy o důchodce ve smyslu, že jsou již v penzi. Díky tomu, že mají stálé zaměstnání a stabilní příjem, je otázkou, jestli je lze považovat za sociálně znevýhodněnou skupinu osob, které by měla být poskytována podpora k účasti na cestovním ruchu, ať už finanční či jiného charakteru. To, že jsou stále ještě v pracovním procesu, je také ovlivňuje z pohledu množství jejich volného času. Jsou-li omezeni určitým předepsaným počtem dnů dovolené za rok, nejsou zdaleka tak variabilní jako lidé již v důchodu. Poslední faktor, který je třeba zmínit, je spíše psychologického charakteru. V současné době zůstávají lidé aktivní do stále vyššího věku a i osoby spadající do kategorie seniorů se s tímto označením často velmi neradi smiřují. Jako senioři se ve skutečnosti vůbec necítí a naopak se můžou cítit uraženi, pokud je někdo za seniory označí. Je tedy pravděpodobné, že nabízet právě těmto lidem seniorské zájezdy by se nesetkalo s příliš

příznivou odezvou. Vůči zájezdům určeným speciálně pro seniory mohou mít předsudky i ve smyslu, že se jedná o nudné pobyty se skupinou mrzutých starých důchodců. Díky předem odmítavému postoji pak bohužel nezjistí, že zájezdy, které sice nesou označení jako určené pro seniory, jsou ve skutečnosti plné zajímavých zážitků, poznávání nových často i exotických destinací a kultur a mnohdy i různých pohybových aktivit.

1.3.2. Motivace v cestovním ruchu seniorů

Nelson (2017) uvádí, že turisté mají rozdílné motivy, proč se účastní cestovního ruchu, a je klíčové tyto motivy poznat a dále s nimi pracovat. Podle motivace lze turistům přizpůsobit nabídku v konkrétní destinaci a lépe tak využít jejího potenciálu. Nelson (2017) dodává, že motivace v cestovním ruchu je ovlivňována tzv. „push“ a „pull“ faktory. Jako hlavní push faktor uvádí touhu po změně prostředí, snahu uniknout stereotypům každodenního života a navštívit nová místa. Právě tato nová místa nabízejí něco, co v domácím prostředí lidé nemají, něco co je přiměje své bydliště opustit a účastnit se cestovního ruchu, a to Nelson (2017) uvádí jako pull faktory. Jako příklady nabízí vyzkoušení lokální kuchyně či výhody odlišného klimatu. Základní charakteristiky motivace v cestovním ruchu lze do jisté míry zobecnit, ovšem motivace konkrétních segmentů vykazuje určitá specifika. Co se týká motivace seniorů, Prayag (2012) shrnuje výstupy hlavních studií zabývajících se touto problematikou v letech 1999 – 2010. Tyto motivy se dají rozdělit do následujících základních skupin:

- **vzdělávání, sebezdokonalování, seberealizace** – prostřednictvím cestovního ruchu se turisté dostávají do kontaktu s cizím prostředím, cizími kulturami a zvyky či cizími jazyky. To vše má za důsledek zvyšování povědomí, rozšiřování obzorů a znalostí. Pro mnohé může být cestování prostředkem seberealizace.
- **sociální interakce** – mnozí senioři žijí sami a mají nedostačující společenský život. Právě cestování pro ně může být způsobem jak uniknout osamělosti a potkat nové lidi. Ideální se v tomto případě mohou zdát organizované zájezdy pro seniory, kde mají možnost seznámit se s lidmi v podobném věku a s podobnými zájmy.
- **odpočinek a relaxace** – po letech strávených v pracovním procesu mají lidé v období důchodu konečně čas věnovat se sobě a svému zdraví. Cestování mohou brát jako odměnu za tvrdou práci, mohou si užívat pohodlí a nechat se hýčkat. Jako příklad zde

lze uvést různé wellness pobyty či pobyty v lázních, což souvisí také s tím, že starší lidé jsou méně aktivní či mohou trpět různými zdravotními obtížemi. Odpočinek však může být i aktivní, což je zohledněno v následujícím bodu.

- **nostalgie** – do této kategorie lze zařadit návštěvy míst, ke kterým mají turisté nějaký citový vztah, může se jednat například o místo, kde se seznámili se svým partnerem, destinaci, kde strávili svou svatební cestu apod. Návštěva tohoto místa vyvolává vzpomínky a taková dovolená pak má mnohem osobnější charakter.
- **snaha být aktivní** – tato skupina motivů úzce souvisí s touhou vymanit se ze stereotypu. Účast na cestovním ruchu může být pro některé seniory výzvou, kdy si mohou dokázat, že jsou ještě dostatečně samostatní a schopní se o sebe postarat a poradit si i v cizím prostředí. Stále více lidí zůstává i v důchodovém věku velmi aktivní a i svou dovolenou tráví v aktivním stylu. Pro některé seniory je cestování také splněným snem, na který třeba dříve neměli čas či prostředky.
- **návštěva přátel a rodiny** – mnoho seniorů žije odděleně od svých příbuzných, dětí a vnoučat, takže za častý motiv cestování lze považovat také jejich návštěvy. Tento motiv úzce souvisí s potřebou sociální interakce.
- **nové zážitky** - útěk od stereotypu – důchodový věk se může často stát životem ve stereotypu. Cestovní ruch je prostředkem jak zažít něco nového, poznat nová místa, získat nové zážitky.

1.3.3. Specifika cestovního ruchu seniorů

AGE Platform Europe (2015) uvádí, že segment seniorů, jak ho chápe tato diplomová práce, tedy osoby starší 55 let, představuje přibližně 25 % evropské populace (v současné době to vzhledem k trendu stárnutí populace bude ještě více), což z něj dělá segment s vysokým potenciálem příznivě ovlivňovat odvětví cestovního ruchu. Zdůrazňuje, že senioři disponují dostatečnou kupní silou i volným časem, což z nich dělá segment, který může významnou měrou přispět v boji proti sezónnosti, k podpoře ekonomického růstu i k tvorbě nových pracovních míst po celé Evropě.

European Commission (2014) však dodává, že segment seniorů je ve značné míře heterogenní, s odlišným zázemím, potřebami i motivací. Zatímco někteří senioři se potýkají se zdravotními

problémy a nedostatkem financí, jiní si právě v pokročilejším věku začínají užívat své úspory a zůstávají i nadále fyzicky aktivní. Hofmanová (2017) tyto dvě skupiny označuje jako ty, pro které je důležitá především příznivá cena, a na ty, kteří upřednostňují především vysokou kvalitu a neváhají si za ni připlatit. Z tohoto důvodů je zásadní správná analýza poptávky a její podrobnější členění i v rámci segmentu seniorů tak, aby bylo každému nabídnuto to, co hledá. Obecně ale European Commission (2014) tvrdí, že generace současných seniorů je bohatší a v lepší zdravotní kondici než generace předešlé, což se projevuje i ve stále přísnějších požadavcích, co se týká kvality a bezpečí. Ekonomickou sílu starší generace zdůrazňuje i The Economist (2017b), který tvrdí, že například v Americe budou občané starší 50 let brzy představovat až 70 % disponibilního důchodu. V dlouhodobějším hledisku pak předpovídá, že celosvětové výdaje domácností osob starších 60 let dosáhnou do roku 2020 až 15 bilionů USD, což je dvojnásobek stejného ukazatele z roku 2010. A především neopomíjí dodat, že velká část těchto výdajů bude vynaložena na volný čas a tím pádem nevyhnutelně i na cestovní ruch.

Mezi hlavní specifika, kterými se segment seniorů v cestovním ruchu vyznačuje, je ochota a často i preference cestovat mimo hlavní sezónu. Sezónnost obecně je velmi důležitým faktorem, který je nutno při zkoumání cestovního ruchu zohlednit, a právě podpora seniorů v účasti na něm je způsobem jak proti sezónnosti bojovat. Jak tvrdí Gay (1999), tito turisté už si v průběhu svého života dostatečně užili cestování v hlavní sezóně, a proto již dokáží ocenit výhody, které přináší cestování mimo toto období. Jako hlavní výhody uvádí nižší ceny zájezdů, menší skupiny a obecně méně turistů, návrat dětí zpátky do škol, nižší ceny v restauracích a dalších podnicích a méně obsazené a klidnější hotely. Mimo hlavní sezónu je podle Gay (1999) také dostatečně příznivé počasí bez extrémně vysokých teplot, které by mohly být pro starší turisty nepříjemné či jim dokonce způsobovat zdravotní problémy.

Co se týká délky pobytu, Gay tvrdí (1999), že senioři preferují spíše dlouhodobější pobyty. Vysvětluje to faktem, že na rozdíl od „běžných“ turistů je pro seniory celý proces ubytování se a pak následujícího balení a přesunu na jiné místo se všemi činnostmi, které to zahrnuje, mnohem náročnější a stresující. Raději proto zůstanou po celou dobu dovolené na stejném místě, kde si mohou částečně zvyknout na dané prostředí, denní režim či personál. S tímto názorem však lze v dnešní době polemizovat, především ho nelze uplatnit na veškerou seniorskou klientelu. V současné době je populární stihnout navštívit co nejvíce destinací v rámci jedné dovolené, což znamená četnější přesuny a turisté tak často stráví na jednom místě

pouze jednu nebo dvě noci. I senioři jsou dnes čím dál aktivnější a není výjimečné, že vyražejí i na velmi pohybově aktivní dovolené, kdy jim věci jako přesun z hotelu do hotelu nečiní nejmenší potíže. Názor, který zastává Gay (1999), by se tak dal použít spíše na seniory méně aktivní, vyžadující vysoký komfort a dodatečnou asistenci při některých úkonech s cestováním spojených, jako je například právě check-in v hotelu.

Segment turistů – seniorů byl podroben rozsáhlé celoevropské studii provedené platformou AGE (AGE Platform Europe, 2015), z jejichž výsledků plyne několik jeho základních charakteristik, které stručně shrnují výše uvedená specifika:

- raději cestují se známými lidmi, ať už s partnery, příbuznými či známými,
- denní rozpočet se pohybuje až do výše 100 EUR,
- v průměru cestují na 4 – 7 nocí, ale pokud je to možné, prodlouží si to až na 13 nocí,
- upřednostňují samostatné plánování a zajišťování dovolené před předem sestavenými all-inclusive balíčky,
- upřednostňují dovolenou v přírodě či kulturně poznávací, kdy je kladen důraz na přístupnost a bezpečnost,
- nejoblíbenějším ročním obdobím pro dovolenou je jaro a léto.

Podíváme-li se na segment seniorů z pohledu nabídky, i zde lze pozorovat určitý pokrok a vývoj. Podnikatelé v cestovním ruchu si naštěstí uvědomují potenciál tohoto segmentu, a proto mu svou nabídku často přizpůsobují. Množství cestovních kanceláří či agentur má ve svém portfoliu zájezdy určené primárně pro seniory (v tomto případě často označované jako 50+ či 55+) a výjimkou nejsou ani cestovní kanceláře a agentury zaměřené pouze na seniorskou klientelu. Ty nabízejí zájezdy zohledňující specifické požadavky lidí pokročilejšího věku a často nabízejí i různá cenová zvýhodnění. Sem Kotoušová (2017) zařazuje například jednolůžkové pokoje bez příplatků, zvýhodněné cestování s domácími mazlíčky, výběr vhodné lokality či bezbariérovost ubytovacích zařízení. Důležité je podle ní také větší zapojení delegáta nebo průvodce, který je seniorům k dispozici, může jim pomoci a poradit i s relativně běžnými úkony a pro všechny případy má i kontakt na nejbližší lékařskou pomoc.

Jako relativně nový trend uvádí Kotoušová (2017) skupinové pobyty různého zaměření. Může se jednat o programy s pohybem, kdy si senioři mohou vyzkoušet jógu, Nordic Walking nebo tanec. Díky pohybu mají možnost udržet se v kondici, relaxovat a předejít tak zdravotním

problémům. Program je samozřejmě sestaven seniorům na míru a zohledňuje jejich případná zdravotní omezení plynoucí z pokročilejšího věku, takže se nemusejí obávat, že by ho nezvládali. Jako další zmiňuje pobyty pro různé zájmové skupiny, například pro golfisty či výtvarníky. Populární jsou podle Kotoušové (2017) také zájezdy pro seniory a jejich vnoučata, kdy se nabízejí nejrozličnější variace pobytových a poznávacích zájezdů ve městech či v přírodě. Vzhledem k tomu, že těchto zájezdů se účastní i děti, jsou na rozdíl od jiných zájezdů pro seniory pořádány především v hlavní sezóně, kdy mají děti prázdniny.

1.3.4. Cestovní ruch seniorů v rámci EU

V rámci Evropy podle statistik Eurostatu (2019a) v roce 2014 generovali turisté ve věku nad 55 let až 39 % celkového počtu přenocování pro soukromé účely, a to přestože tvoří „pouze“ 37 % evropské populace ve věku 15+. Dodává, že přibližně do 60 let pro ně věk není výraznější překážkou účasti na cestovním ruchu a že i lidé ve věku 60 – 72 let cestují s větší intenzitou a to především díky většímu množství volného času získanému odchodem do důchodu. Na druhou stranu ale Eurostat (2019a) přichází s další statistikou, která dokládá, že až 52 % seniorů starších 65 let necestuje vůbec, zatímco ve věku 15 – 64 let je to pouze 37 %. Jako hlavní důvody podle něj senioři uvádějí nejčastěji zdravotní důvody či finanční důvody a dále nezáměr o cestování. Oproti tomu věková skupina 55 – 64 let uvádí v drtivé většině jako hlavní důvod necestovat důvody finanční.

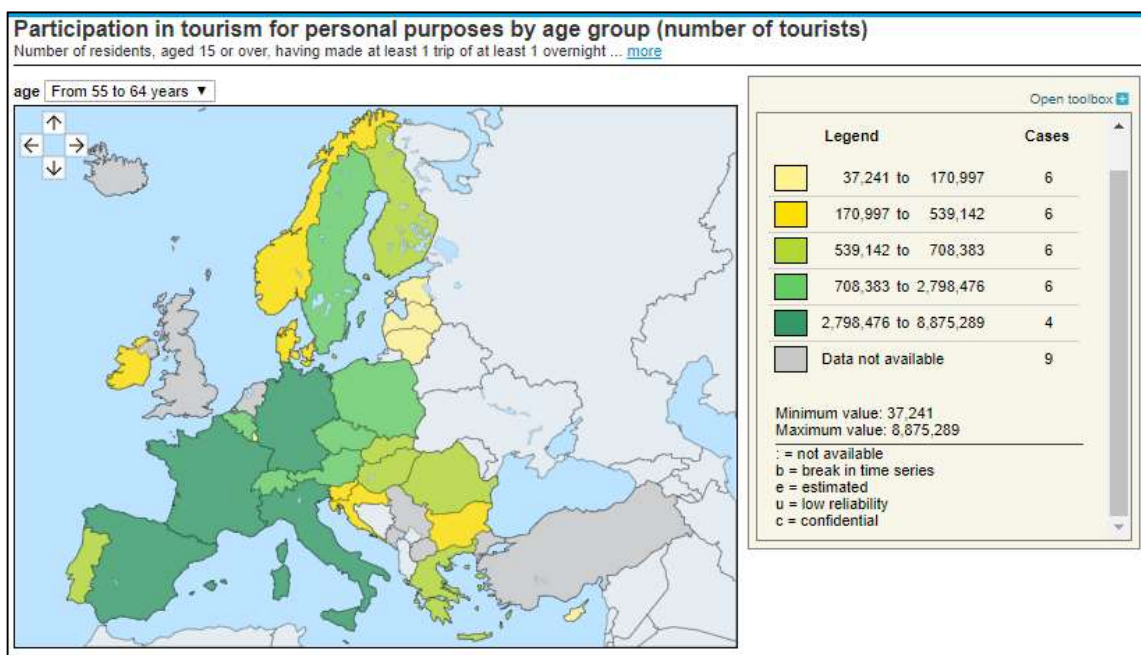
Co se týká období, kdy senioři cestují, jak už bylo zmíněno dříve, jedná se především o dobu mezi hlavní a vedlejší sezónou, tzv. „shoulder season“. Jedná se především o měsíce květen, červen a září, čímž je prodlužována hlavní sezóna. V této mezi-sezóně bylo podle Eurostatu (2019a) v roce 2014 uskutečněno přibližně 59 % z celkového počtu všech přenocování turistů starších 65 let.

Jako poslední charakteristiku cestujících seniorů Eurostat (2019a) uvádí, že preferují trávit svou dovolenou v tuzemsku, ideálně s ubytováním ve vlastní nemovitosti. Díky tomu je pro ně dovolená méně nákladná a jejich průměrné výdaje se tak nacházejí pod průměrem udávaným hlavní věkovou skupinou 15-64 let.

Srovnání jednotlivých evropských zemí z pohledu účasti jejich rezidentů starších 55 let na cestovním ruchu je zachyceno na následujících mapách.

První mapa (viz Obr. č. 1) znázorňuje účast seniorů ve věkovém rozpětí 55 až 64 let na cestovním ruchu vyjádřenou v absolutních číslech. Údaje jsou z roku 2017. Jedná se o osoby, které podnikly minimálně jednu cestu s minimálně jedním přenocováním. Z mapy lze vyčíst mezinárodní srovnání se seniory z ostatních zemí EU a vyplývá z ní, že čeští senioři jsou v rámci EU zařazeni mezi více aktivní národy. Podle absolutního počtu turistů se řadí do stejné skupiny jako Polsko, Rakousko, Švédsko, Švýcarsko a Belgie. Více cestují pouze obyvatelé takových turistických velmocí, jako jsou Německo, Francie, Španělsko a Itálie. Naopak mezi nejméně turisticky aktivní národy patří pobaltské státy Lotyšsko, Litva a Estonsko. Tato mapa však má i své nedostatky, nedostupné jsou například údaje o cestování obyvatel Velké Británie, kteří by se pravděpodobně zařadili do jedné ze dvou nejvíce aktivních skupin.

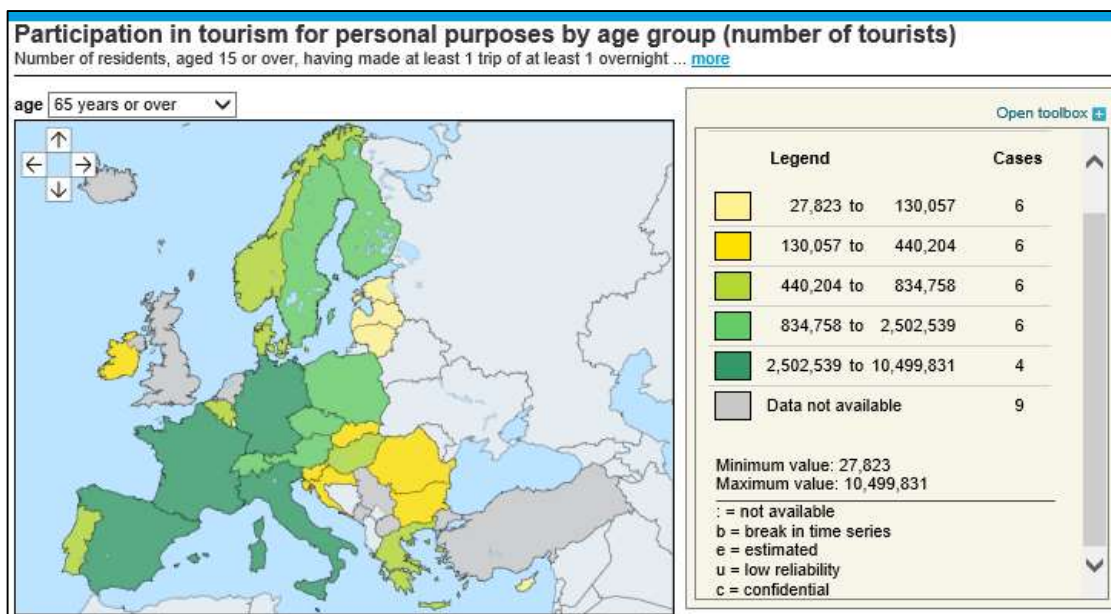
Obr. č. 1: Účast na cestovním ruchu pro osobní účely podle věkové skupiny (počet turistů) v roce 2017 – věková skupina 55 – 64 let



Zdroj: Převzato z Eurostat (2018)

Druhá mapa (viz Obr. č. 2) opět znázorňuje údaje o absolutním počtu seniorů účastnících se cestovního ruchu v roce 2017, tentokrát však jde o věkovou skupinu osob starších 65 let. Opět se jedná o osoby, které podnikly minimálně jednu cestu s minimálně jedním přenocováním.

Obr. č. 2: Účast na cestovním ruchu pro osobní účely podle věkové skupiny (počet turistů) v roce 2017 – věková skupina nad 65 let



Zdroj: Převzato z Eurostat (2018)

Srovnání dvou výše uvedených map lze shrnout do několika bodů. Prvním poznatkem je, že počty zemí v jednotlivých kategoriích (na mapě znázorněných jednotlivými barvami) se nezměnily, některé země pouze změnily barvu, a tím pádem se zařadily do skupiny více či méně aktivní v cestovním ruchu. Příkladem může být například Norsko, které se v kategorii 55 – 64 let nacházelo ve žluté, tedy turisticky druhé nejméně aktivní kategorii. Oproti tomu v kategorii nad 65 let se přesunulo do kategorie zelené, tedy při vztažení absolutního počtu norských turistů k absolutním počtům turistů ostatních národností patří Norové k aktivnějším. Naopak k poklesu došlo například u Slováků, kterých ve věku 55 – 64 cestovalo přibližně 550 tisíc, zatímco starších 65 let už jenom 350 tisíc.

Dalším rozdílem mezi dvěma mapami jsou absolutní počty turistů. Čistě logicky má kategorie nad 65 let vyšší absolutní počty turistů, neboť má větší věkové rozpětí než pouze desetiletá kategorie předchozí. Můžeme to vidět na příkladu Německa, které má nejvyšší absolutní počet turistů v obou věkových kategoriích. V užší kategorii 55 – 64 let cestovalo přibližně 8,8 milionů Němců, zatímco v kategorii nad 65 let jich bylo téměř 10,5 milionu. Na druhou stranu se však dá předpokládat, že čím jsou obyvatelé starší, tím méně cestují, takže rozdíly v celkovém počtu turistů nejsou tak markantní.

2 Program Europe Senior tourism

2.1. Přípravná iniciativa Calypso

Podle Diekmann a McCabe (2013) patří mezi hlavní cíle sociálního cestovního ruchu sociální rovnost, zpřístupňování cestovního ruchu všem občanům bez rozdílu a tím i podpora udržitelnosti celého odvětví evropského turismu. Jako takový v sobě podle nich zahrnuje prvky sociální integrace i udržitelnost a regeneraci ekonomiky, což přesně reprezentuje souhrnné cíle sociální Evropy. Díky tomu je v posledních letech sociálnímu cestovnímu ruchu v rámci Evropy věnována stále větší pozornost i ze strany Evropské komise a jeho podpora se stala jednou z hlavních politik cestovního ruchu Evropské Unie. Evropská komise proto organizuje konference, kde předkládá příklady osvědčených praktik a přístupů a zároveň sama vytváří různé projekty a iniciativy. Jedním z těchto projektů byla i přípravná iniciativa Calypso spuštěná v roce 2009.

Cílem přípravné iniciativy Calypso bylo podle Kotíkové (2013) podporovat cestování znevýhodněných skupin obyvatel, kam řadí následující 4 skupiny osob³:

- znevýhodněné mladé lidi ve věku 18 – 30 let,
- rodiny s dětmi mající finanční nebo jiné potíže,
- osoby s postižením,
- osoby ve věku nad 65 let a důchodce.

Jako jejich společný znak uvádí, že je pro ně cestování mimo jejich finanční možnosti či jsou od něj odrazováni určitým stupněm organizační náročnosti dané cesty.

Celá přípravná iniciativa byla pojmenována podle mořské nymfy Calypso, která podle řecké mytologie po 7 let hostila na svém ostrově válkou vyčerpaného hrdinu Odyssea (European Union, 2010). Oficiálně byla spuštěna v roce 2009 a byla koncipována na dobu trvání tří let. Rozpočet byl nejdříve stanoven na 1 milion EUR ročně, ale v posledním roce 2011 byl díky potenciálu celé iniciativy zvýšen až na 1,5 milionu. Hlavním cílem pak bylo zpřístupnit cestovní

³ Viz podkapitola Formy cestovního ruchu pro všechny

ruch znevýhodněným skupinám obyvatelstva a tím podporovat ekonomiky cílových destinací i s tím související zaměstnanost v cestovním ruchu. V neposlední řadě byl součástí iniciativy i boj proti sezónnosti díky podpoře cestování i mimo období hlavní sezóny. Podle European Union (2011) byla přípravná iniciativa Calypso velmi pozitivně přijata všemi zainteresovanými aktéry nejen z oblasti cestovního ruchu, ale i veřejnými i soukromými orgány a organizacemi na státní a evropské úrovni.

EU business (2009) rozvádí činnosti a cíle přípravné iniciativy podrobněji. Jako první bylo jejím úkolem zmapovat příklady dobré praxe, které by mohly dále sloužit k podpoře cestovního ruchu mimo hlavní sezónu, tedy v období nízké poptávky. Alespoň částečné zvýšení této poptávky a tím prodloužení sezóny zachovává stávající či vytváří nová pracovní místa a tím podporuje ekonomiku dané destinace. Dále bylo potřeba určit a analyzovat současné podmínky a opatření týkající se cestování osob z již výše zmíněných čtyř znevýhodněných skupin, a to jak na národní tak na evropské úrovni. Součástí toho průzkumu dále bylo identifikování obtíží a problémů, kterým tyto osoby při cestování mohou čelit, a nalezení co nejlepších řešení. Závěrečným cílem bylo podle EU business (2009) vytvoření mechanismu, který by v období mimo hlavní sezónu umožnil cestování znevýhodněným skupinám obyvatel prostřednictvím speciálních programů. Zdůrazněna byla v tomto případě hlavně nutnost spolupráce jednotlivých členských států, jejich veřejných orgánů na celostátní, regionální i místní úrovni, stejně tak jako dalších ziskových i neziskových organizací

Splnění těchto cílů by podle EU Business (2009) mělo další ekonomické i společenské přínosy. Hlavním ekonomickým přínosem přípravné iniciativy Calypso bylo zvýšení hospodářské aktivity prostřednictvím vytvoření a následné podpory nových programů, díky kterým se cestovního ruchu mohou účastnit i výše definované znevýhodněné skupiny osob. Ekonomický růst se rovněž odvíjí od změn v sezónnosti a z toho plynoucích změn v zaměstnanosti, neboť se díky prodloužení sezóny prodlouží i zaměstnanost sezónních pracovníků. Snižují se tak výdaje státu na podporu v nezaměstnanosti a naopak rostou jeho příjmy z daní. Ideálním scénářem je tak vytváření celoročních pracovních míst na úkor pouze sezónních pozic, které jsou k dispozici pouze na několik měsíců.

Přínosy prodloužení sezóny však podle EU Business (2009) nejsou jen ekonomického rázu. Pro zaměstnance v cestovním ruchu to například znamená i prodloužení období jistého příjmu,

neboť mnoho z jejich pracovních pozic je omezeno pouze na hlavní sezónu. Kapacita velmi populárních turistických destinací se může v hlavní sezóně často blížit svým limitům a stejně je to i s turistickou infrastrukturou. A i tomuto problému může prodloužení sezóny pomoci. Přípravná iniciativa Calypso je navíc příležitostí i pro menší neznámé destinace, jak se dostat do povědomí potenciálních turistů. Jako poslední přínos EU Business (2009) uvádí posilování pocitu evropského občanství, kterého lidé dosahují díky cestování a poznávání nových zemí a kultur.

2.1.1 Zapojení České republiky do přípravné iniciativy Calypso

Do přípravné iniciativy Calypso se kromě dalších evropských zemí zapojila i Česká republika, a to prostřednictvím Ministerstva pro místní rozvoj, konkrétně prostřednictvím jeho Národního programu podpory cestovního ruchu 2010 – 2016. MMR (2009) vypracovalo podprogram s názvem „Cestovní ruch pro všechny“, jehož konkrétním cílem bylo vytváření a propagace nových produktů domácího cestovního ruchu určených pro rodiny s dětmi, mládež a studenty, seniory a osoby se zdravotním postižením. Tím byla zároveň podporována účast těchto osob na cestovním ruchu. MMR (2009) dodává, že na tento podprogram bylo ze státního rozpočtu vyčleněno celkem 100 milionů Kč, které měly být použity na spolufinancování projektů nejen na vytváření produktů pro výše zmíněné znevýhodněné skupiny obyvatelstva, ale také na vytvoření či zlepšení podmínek pro realizaci cestovního ruchu pro všechny, jako jsou dětské herny, dětské koutky, mobilní bazény, vybavení třídy pro školy v přírodě či bezbariérové přístupy. Vysvětluje, že projekty zabývající se tvorbou nových produktů byly z rozpočtu podprogramu financovány až do výše 50 % z celkové částky, přičemž tato celková částka se musela pohybovat v rozmezí 1 – 5 milionů Kč, zatímco dále zmíněné doplňkové projekty mohly získat finanční podporu ve výši 20 % z celkové částky.

Jak vysvětluje MMR (2019b), žádosti o dotace z tohoto podprogramu byly podávány na základě dvou oficiálních Výzev Ministerstva pro místní rozvoj. První kolo proběhlo v období od 16. 2. 2010 do 30. 4. 2010 a přihlásilo se do něj 44 projektů žádajících o celkovou dotaci ve výši přibližně 81 milionů Kč. Z tohoto počtu bylo schváleno 31 projektů, kterým byly podle MMR (2019b) přiděleny dotace v celkové výši 60 milionů Kč. V druhém kole Výzvy, které probíhalo v období od 29. 6. 2010 do 16. 8. 2010, bylo přijato celkem 39 žádostí, přičemž

souhrnná částka požadovaných dotací dosahovala téměř 71 milionů Kč. MMR (2019b) uvádí, že nakonec bylo vybráno celkem 11 projektů, kterým byly přiděleny dotace ve výši téměř 20 milionů Kč. Mezi úspěšné žadatele patřila mimo jiné i cestovní kancelář OK - Tours a. s., která dotaci ve výši více než 1,6 milionu Kč využila na Projekt cestování pro osamělé seniory „Nebojte se cestovat sami!“.

Od roku 2011 pak tento podprogram sice používal nový název „Cestování dostupné všem“, ale jeho cíle zůstávaly víceméně stejné. I nadále byla jeho hlavním posláním podpora sociálního cestovního ruchu. V roce 2013 vydalo MMR (2013) dokument s názvem Zásady pro žadatele, ve kterém hlavní cíle tohoto podprogramu jasně specifikuje v následujících několika bodech:

- zachování zaměstnanosti v oblasti cestovního ruchu,
- tvorba nových produktů domácího cestovního ruchu za účelem snížení sezónnosti a sezónní nezaměstnanosti,
- podpora znevýhodněných skupin obyvatel v účasti na cestovním ruchu,
- ekonomická podpora rozšíření doprovodné infrastruktury pro pěší, cyklisty a handicapované turisty,
- dodržování zásad ekologicky šetrných forem cestovního ruchu pro všechny .

Významná změna ve fungování podprogramu Cestování dostupné všem pak nastala v roce 2015, od kterého o tyto dotace mohly dále žádat nejen podnikatelské subjekty, ale i obce s výjimkou statutárních měst (MMR, 2019c).

Součástí přípravné iniciativy Calypso bylo i množství dalších iniciativ a programů zaměřených na finančně dostupné cestování, jejichž souhrnným cílem bylo opět podporovat cestovní ruch pro všechny. Vzhledem k zaměření této diplomové práce se autorka opět bude věnovat pouze programům určeným k podpoře cestovního ruchu seniorů. SENTour Connect (2016a) zmiňuje celkem 15 projektů částečně podporovaných i Evropskou unií, které byly aktivní v rozpětí let 2011 – 2017, tedy v době trvání přípravné iniciativy Calypso i v letech po ní. Jedná se například o projekt Seninter, jehož cílem bylo vytvoření produktu pro seniory cestující po Evropě se svými vnoučaty, Silver Cyclists Project, který měl nalákat seniory na cykloturistiku a to i pomocí propagace evropské sítě cyklotras EuroVelo či projekt SOWELL, který se snažil seniorům více zpřístupnit evropské lázně a wellness aktivity obecně.

Platforma eCalypso

Významným projektem, který byl rovněž součástí přípravné iniciativy Calypso, bylo vytvoření **platformy eCalypso**. ECalypso (2019a) popisuje, že se jedná o B2B⁴ platformu spojující nabídku a poptávku v sociálním cestovním ruchu a přispívající tak k rozvoji přeshraničního cestovního ruchu osob, které při cestování musí čelit určitým překážkám. Zaměřuje se tedy na čtyři klíčové segmenty - seniory, mládež, rodiny s omezenými finančními prostředky a handicapované osoby. Tato platforma podle eCalypso (2019a) napomáhá čelit vlivům sezónnosti na prodeje služeb v cestovním ruchu, neboť cílí na specifické segmenty, které jsou ochotny cestovat i mimo hlavní sezónu. Zároveň vyzdvihuje také sociální aspekty zaměřování se na znevýhodněné skupiny obyvatel.

Platforma eCalypso byla vytvořena v rámci projektu Social Tourism European Exchanges Platform (STEEP), který byl spuštěn v dubnu 2012. Doba trvání byla stanovena na 15 měsíců, přičemž se na něm podílelo celkem sedm evropských organizací činných v sociálním cestovním ruchu v čele s organizací International Social Tourism Organisation (ISTO). Dalšími organizacemi byly SEGITTUR (Španělsko), Legacoop (Itálie), European Network for Accessible Tourism, Union Nationale des Associations de Tourisme (Francie), Consorzio Siena Hotel Promotion (Itálie) a Joie & Vacances Asbl (Belgie). Co se týká financování, tak na tom se kromě výše uvedených organizací podílela také Evropská komise (eCalypso, 2019a).

ECalypso (2019b) zdůrazňuje, že platforma eCalypso se jakožto i všichni její členové zavázala dodržovat Etickou chartu, která má 8 základních principů. Patří mezi ně vymezení čtyř základních segmentů, kterým se členové platformy musí věnovat (nebo alespoň některým z nich), a to ze všech členských zemí EU, musí jim poskytovat veškeré potřebné informace a musí rovněž dodržovat veškeré zákony a právní normy platné v rámci celé EU. Zmíněn je i program nabízených zájezdů, který musí být sestaven s ohledem na bezpečí účastníků a jednotlivé aktivity musí být vybrány s přihlédnutím ke věku klientů. Ceny produktů musí zohledňovat sociální cíle programu Calypso. V neposlední řadě musí jednotliví členové brát ohled na udržitelný rozvoj a tvorbou a prodejem balíčků nenarušovat lokální prostředí v dané destinaci.

⁴ B2B = business to business

Podle eCalypso (2019c) se do platformy eCalypso mohli zaregistrovat jednak poskytovatelé služeb a jednak koncoví klienti. Jako prodejci se mohli registrovat poskytovatelé služeb, např. ubytování. Díky členství získali přístup k nové klientele tvořené již zmiňovanými čtyřmi segmenty, jejichž potenciál v cestovním ruchu stále roste. Právě tato klientela je aktivní i mimo hlavní sezónu, což podnikatelům pomůže při překonávání sezónních výkyvů v poptávce. Jako kupující se pak registrovali koncoví klienti či zprostředkovatelé typu cestovních kanceláří a agentur. Členství jim zaručovalo široký výběr zájezdů do evropských destinací za zvýhodněné ceny a pro zprostředkovatele to byla možnost jak rozšířit své destinační portfolio s ohledem na zmiňované čtyři segmenty.

Výhody členství pro stranu poptávky plynuly podle eCalypso (2019c) z toho, že platforma nabízela širokou škálu unikátních produktů za velmi příznivé ceny. Kromě toho prodejci služeb podepsali již zmiňovanou chartu, která je vedla k etickému chování. Strana nabídky pak profitovala ze zajištění odbytu i mimo hlavní sezónu či možnosti spolupráce s širokým spektrem zainteresovaných osob z oblasti cestovního ruchu, jako jsou dodavatelé jednotlivých služeb, veřejné či soukromé instituce i koncoví klienti. Kromě soustředění nabídky a poptávky na jednom místě a tím zjednodušení a urychlení případných transakcí mezi nimi podporovala podle eCalypso (2019c) platforma také spolupráci v rámci celé strany nabídky či celé strany poptávky. Jednotliví poskytovatelé služeb se tak mohli mezi sebou domluvit a vytvářet turistické balíčky, které mohly být následně přes tuto platformu nabídnuty k prodeji.

K výše uvedeným přínosům platformy eCalypso (2019d) dodává také širokou škálu doplňujících informací o sociálním cestovním ruchu, příklady dobré praxe a nejrůznější odborné publikace a aktuální novinky z tohoto odvětví, které jsou na ní k dispozici. Platforma tak nemá pouze výše uvedený komerční účel, ale slouží i ke vzdělávání jednotlivých členů.

Po testovací fázi v rámci projektu STEEP byla platforma eCalypso znovu spuštěna v červnu 2014, tentokrát již v plně komerční verzi. ECalypso (2019e) vysvětluje, že členství v této platformě bylo nově zpoplatněno a nabízeno ve dvou formách – aktivní členové a přidružení členové. Mezi aktivní členy podle ní patřily původní zakládající organizace, asociace a společnosti, které významnou měrou přispěly ke vzniku samotné platformy. Mezi přidružené členy pak zařazuje veškeré uživatele platformy, kteří se však nijak nepodíleli na jejím vzniku a dalším řízení. Tito přidružení členové se dále ještě dělili do 2 skupin. První byli podnikatelé v cestovním ruchu, jako jsou hotely, cestovní kanceláře a agentury, půjčovny aut či aerolinky,

kteří na platformě obchodovali jako nakupující a prodejci. Druhou skupinou pak byly veřejné a soukromé organizace působící v cestovním ruchu nepřímo, jako jsou komunitní organizace, města a obce či regionální, národní nebo mezinárodní organizace.

Jako cenu za členství v platformě eCalypso (2019e) uvádí jednak vstupní poplatek, roční poplatek a uplatňovala se také provize ve výši 8 % ze všech prodejů uskutečněných přes platformu. Z členství plynuly mnohé výhody, které shrnuje do následujících bodů:

- slevy na veškeré aktivity a akce pořádané asociací eCalypso,
- komerční podpora,
- přístup do soukromé části platformy,
- výzkum partnerství,
- poradenství při tvorbě produktů,
- nové možnosti spolupráce na trhu sociálního cestovního ruchu,
- možnost účasti na projektech EU.

Projekt SENTour

Podle SENTour Connect (2016b) vychází projekt SENTour, částečně financovaný Evropskou komisí, z platformy eCalypso. Zatímco tato platforma však cílí na všechny čtyři segmenty, tedy seniory, mládež, rodiny s omezenými finančními prostředky a handicapované osoby, SENTour je zaměřený výhradně na seniory. V určitém smyslu se tedy jedná o rozšíření platformy eCalypso zaměřené na specifickou klientelu. Cílem projektu byla podle SENTour Connect (2016b) spolupráce v evropském měřítku a jeho partnery tak bylo celkem 8 organizací z různých zemí EU v čele s International Social Tourism Organisation (ISTO), která byla hlavním partnerem. Jako další země byly zastoupeny Španělsko (Tourism Institute of the Murcia Region - ITREM), Slovinsko (Urban Planning Institute of the Republic of Slovenia - UIRS), Portugalsko (INATEL Foundation), Itálie (Happy Age), Francie (Agence Nationale pour les Chèques-Vacances - ANCV), Německo (ThinkCamp) a Belgie (Floreal Group).

Projekt SENTour podle SENTour Connect (2016b) vycházel z předpokladu, že přestože objem cestování seniorů roste, má stále nevyužitý potenciál ve výjezdovém, tedy přeshraničním cestovním ruchu. Hlavně na jeho podporu tedy projekt cílil. Jako doprovodný cíl uvádí tedy rozvoj nabídky a poptávky v rámci přeshraničního cestovního ruchu seniorů, kterého mělo být dosaženo pomocí spolupráce a sdílení zkušeností ohledně kvalitativních kritérií a očekávání

seniorů v jednotlivých zemích EU. Na jejím základě pak měly být sestaveny a následně zhodnoceny ukázkové balíčky určené pro seniory.

SENTour Connect (2016b) uvádí, že součástí projektu bylo shromažďování relevantních informací o seniorské klientele, jejich charakteristika a specifické požadavky, přičemž tyto informace byly následně využity při sestavování výše zmiňovaných balíčků zaměřených na přeshraniční cestování mimo hlavní sezónu. Dodává, že bylo vytvořeno celkem osm testovacích balíčků, přičemž čtyři z nich byly seniory skutečně vyzkoušeny. Tato aktivní spolupráce s koncovými klienty, pro které byly balíčky primárně určeny, tak velmi přispěla k jejich výsledné kvalitě. Zkušenosti získané při tvorbě těchto balíčků byly podle SENTour Connect (2016b) následně shrnuty do formy rad, pokynů a kvalitativních kritérií, které by měly být brány v potaz při vytváření dalších podobných balíčků pro seniory. Tyto informace byly k dispozici na webových stránkách projektu (SENTour, 2016c), které jsou přímo propojeny s již zmiňovanou platformou eCalypso a jsou tak dostupné všem partnerům působícím v seniorském cestovním ruchu.

SENTour Connect (2016b) zdůrazňuje, že při sestavování balíčků muselo být přihlíženo k několika zásadám a kritériím. Kromě podpory cestování mimo hlavní sezónu uvádí jako jejich cíl také stimulaci evropského občanství, čehož bylo dosaženo především kontaktem s místní kulturou a místními obyvateli. Turisté si díky nim měli uvědomit kulturní rozmanitost, která v Evropě panuje. Zapojení místních rezidentů bylo vyžadováno v co největší míře i z pohledu čerpání služeb od lokálních dodavatelů tak, aby co nejvíce příjmů generovaných cestovním ruchem zůstávalo v dané destinaci a ta z něj tak mohla profitovat. Dalším důležitým konceptem, na který brali tvůrci balíčků ohled, byl podle SENTour Connect (2016b) fenomén aktivního stárnutí. Přestože byly balíčky určeny pro seniory, tedy turisty v pokročilejším věku, byl jejich program z velké části aktivní a zahrnoval i sportovní aktivity či vzdělávání a poznávání. Jako další podstatný rys balíčků uvádí také jejich udržitelnost, a to z ekonomického, environmentálního i socio-kulturního hlediska.

Jak již bylo zmíněno výše, projekt SENTour má vlastní webovou platformu (SENTour, 2016c) věnující se jednak tomuto projektu, ale také seniorskému cestovnímu ruchu obecně. Dohledat tam lze jednotlivé testovací balíčky a jejich podrobný popis včetně detailního programu, ceny a dalších potřebných informací. Dále je tam umístěna záložka obsahující publikace věnující se problematice seniorského cestovního ruchu a také příklady dalších evropských projektů, které

lze považovat za příklady dobré praxe. Zmíněny jsou například projekty Europe Senior Tourism nebo činnost portugalské asociace INATEL.

Součástí projektu bylo podle (SENTour, 2016b) také vytvoření sítě sdružující malé a střední podniky, především cestovní kanceláře, působící v cestovním ruchu seniorů v rámci EU. Seznam zahrnuje celkem 84 podniků z 28 evropských zemí a to včetně České republiky, která je zastoupena například cestovními kanceláři Delfin a Quality Tours, které jsou hlavními hráči na trhu zájezdů pro seniory (SENTour, 2016d).

Co se týká výsledků a doporučení plynoucích z projektu, shrnuje je SENTour (2016b) do několika hlavních bodů. Jako první zmiňuje nastupující změny v obecné charakteristice segmentu seniorů, kdy jsou stále více vyžadovány balíčky s aktivním flexibilním programem a plné nových zážitků s důrazem na fenomén aktivního stárnutí. Jako jedna z hlavních výhod segmentu seniorů se obecně uvádí jejich flexibilita, co se týká cestování mimo sezónu. SENTour (2016b) však upozorňuje, že v tomto období musí tvůrci balíčků čelit různým překážkám. Jedná se například o horší počasí, takže je třeba klást větší důraz na plánování programu tak, aby se klienti mohli zabavit i při jeho nepřízni. Omezený může být také provoz turistické infrastruktury, ať už se jedná o atraktivity jako muzea či návštěvnická centra, nebo přímo o ubytovací či stravovací zařízení. Další, na co je podle SENTour (2016b) třeba myslet, je jazyková bariéra. Senioři často nemluví jazykem dané země a je proto zásadní, aby například místní průvodci mluvili jazykem turistů, nebo aby se turisté byli schopni domluvit alespoň anglicky.

Cílem projektu SENTour bylo podpořit přeshraniční cestování seniorů. SENTour (2016b) ale uvádí, že takovéto cesty zahrnující komplikované přesuny na dlouhé vzdálenosti nejsou mezi seniory příliš populární. Jako řešení tak navrhuje uspořádat zájezd raději do méně známé a méně navštěvované evropské země než vytvořit organizačně velice náročný balíček provázející turisty po více zemích. Relativně neznámá země uspokojí touhu po poznání něčeho nového a z organizačního pohledu bude balíček přitom stále vhodný pro seniory.

Na závěr SENTour (2016b) uvádí, jak důležitým faktorem turistického balíčku je kvalitní průvodce/delegát. Zdůrazňuje, že musí být empatický a mít přehled o specifických potřebách seniorů, flexibilní a to i pro případ, že je z nějakých důvodů potřeba operativně upravit program zájezdu.

2.2 Program Europe Senior Tourism

Na počátku programu EST byl záměr španělské vlády bojovat s vysokou sezónností, která je pro mnoho tradičních španělských letovisek typická. Tyto oblasti jsou proslulé jako destinace pro takzvaný „3S turismus“, kdy 3S podle Nelsona (2017) vyjadřují tři základní faktory, na kterých tato forma cestovního ruchu stojí, a to „sun, sea, and sand“ tedy „slunce, moře a písek“. Jedná se podle něj převážně o masovou formu cestovního ruchu, kdy hlavním cílem je rekreace v přímořských letoviscích, a jako taková je velmi náchylná k sezónnosti. Konkrétní snahou programu EST bylo podle CSES (2013) jednak prodloužení turistické sezóny, ale také změna image Španělska jakožto destinace, která může potenciálním návštěvníkům nabídnout více než jen dovolenou na pláži. Dodává, že kromě snahy rozptýlit návštěvníky v čase bylo účelem programu také rozšířit jejich portfolio, co se týká zdrojových zemí. Program EST byl, jak jeho název napovídá, určen pro všechny členské státy EU, ale jak CSES (2013) zdůrazňuje, zaměřoval se spíše na pro Španělsko méně tradiční zdrojové trhy, především ze střední a východní Evropy.

Prodloužení sezóny sebou podle CSES (2013) přirozeně přinášelo i lepší využití existující infrastruktury a tvorbu a udržování zaměstnanosti v sektoru cestovního ruchu, a to především v oblasti hotelnictví a pohostinství, což bylo dalším z hlavních cílů celého programu. Kromě předchozích cílů, ze kterých měla benefitovat především španělská ekonomika, si program EST podle SEGITTUR (2016) kladl za úkol také zlepšování kvality života evropských seniorů. Díky programu EST jim bylo umožněno podílet se na cestovním ruchu ve větší míře, než v jaké by si to mohli dovolit sami, bez výhod, které jim program přinášel. Měli tak možnost poznat nové evropské země, jejich kulturu a způsob života i přírodní bohatství. EST (2009a) totiž zdůrazňuje, že program EST vycházel z přípravné iniciativy Calypso vytvořené Evropskou komisí k podpoře sociálního cestovního ruchu.

CSES (2013) uvádí, že s prvotním nápadem, ze kterého později vznikl program EST, přišla španělská národní centrála cestovního ruchu TURESPAÑA. Ta si jako první uvědomila, že právě segment seniorů je klíčem k boji proti sezónnosti, neboť se jedná o návštěvníky, kteří disponují vyšší než průměrnou kupní silou, mají potenciál vytvářet celoroční poptávku po cestovním ruchu a zároveň jsou ochotni připlatit si za kvalitu, pohodlí a bezpečí. Toho se pak ujala agentura SEGITTUR, státní agentura přidružená ke španělskému Ministerstvu průmyslu,

energie a cestovního ruchu, která je zodpovědná za propagaci inovací v cestovním ruchu v rámci veřejného soukromého sektoru. Tato agentura celý program EST vytvořila a starala se i o jeho řízení. (SEGITTUR, 2019)

Jako podstatu programu EST CSES (2013) uvádí nabízení finančně výhodných skupinových zájezdů – balíčků pro seniory (v tomto případě definováni jako osoby starší 55 let) v období od října do dubna, tedy v období vedlejší sezóny. Každý senior pak mohl mít jako svůj doprovod osobu, která nemusela splňovat věkovou hranici 55 let a i tak měla nárok na cenové zvýhodnění zájezdu. Zájezdy byly koncipovány v délce 8, 15, 22 nebo 29 dní a finanční výhodnost spočívala v poskytování fixního příspěvku od španělských úřadů, jehož výše se odvíjela od zdrojové země návštěvníka a dosahovala až 150 EUR na 1 balíček. V ceně daného balíčku pak byla zahrnuta doprava a veškeré transfery, ubytování ve 3 – 4 hvězdičkových hotelech, stravování formou polopenze, pojištění, delegát mluvící řečí daného turisty a minimálně jedna doplňková aktivita, díky které mohli turisté blíže poznat kulturu, gastronomii, přírodní zajímavosti nebo tradice dané destinace.

Podstatnou součástí programu EST byla samozřejmě propagace, která podle SEGITTUR (2016) probíhala napříč celou Evropou a skládala se z několika základních prvků. Jako první SEGITTUR (2016) zmiňuje **oficiální webové stránky** www.europesenior tourism.eu, které sloužily ke komunikaci se seniory a dalšími zainteresovanými osobami, poskytovaly jim základní informace o programu, o zapojených destinacích a nabízely také záložku „Zprávy“, kam byly přidávány aktuální informace a novinky o fungování programu.

Dále byl program EST samozřejmě aktivní i na **sociálních sítích**, konkrétně na Facebooku a Twitteru, jejichž prostřednictvím byl představován potenciálním zákazníkům. Tento způsob propagace byl podle Nella a Christou (2016) považován za velmi osobní a inovativní, ale lze polemizovat o tom, zda se jednalo o vhodný nástroj vzhledem k cílovému segmentu, kterým byla generace starší 55 let. V dnešní době jsou sice sociální sítě hojně využívány napříč všemi generacemi, ale je otázkou, jak tomu bylo před téměř 10 lety, kdy byl program oficiálně spuštěn. Mezi další součásti propagace patřily podle SEGITTUR (2016) různé **eventy**, například workshopy, veletrhy cestovního ruchu, tiskové konference a další interakce s médii či schůzky s cestovními kanceláři a agenturami.

2.2.1 Analýza programu Europe Senior Tourism v jednotlivých letech

Sezóna 2009/2010

Již od samého začátku program EST zdůrazňoval, že se jedná o iniciativu na podporu sociálního cestovního ruchu a z této podstaty tak úzce spolupracoval s již dříve zmiňovaným projektem Calypso vytvořeným Evropskou komisí. Sezóna 2009/2010 byla pilotní fází celého programu, kdy bylo v podstatě testováno, jaký bude zájem veřejnosti a jak bude celý program vlastně fungovat. Prvním nezbytným krokem byl podle EST (2009a) výběr partnerské cestovní kanceláře, která bude mít za úkol vytváření, propagaci a prodej dotovaných zájezdů a celkové řízení celého programu. Kritéria výběrového řízení podle EST (2009b) nejlépe splňovala společnost Viajes Zoetrope, S. A., která byla zvolena za jediného partnera. Dodává, že tato společnost zastupovala celkem 32 hotelů v oblasti Andalusie a Baleárských ostrovů, na jejichž území se v první sezóně program EST zaměřoval. Kromě toho prostřednictvím své obchodní značky Travel Senior navázala smluvní vztah se 7 aerolinkami a cestovními kancelářemi a agenturami z celkem 14 evropských zemí. Viajes Zoetrope, S. A. tedy vytvářela jednotlivé turistické balíčky, ovšem o jejich propagaci a prodej ve zdrojových zemích se již staraly místní cestovní kanceláře a agentury. EST (2009b) vyčísluje, že zapojené destinace na území Andalusie a Baleár nabízely potenciálním seniorským turistům až 80 000 míst. Co se týká výše finanční podpory, ta byla podle něj v prvním roce programu stanovena na 100 nebo 150 Eur na jeden balíček, podle zdrojové destinace daného klienta.

Sezóna 2010/2011

EST (2011a) vysvětluje, že v druhé sezóně program EST expandoval do dalších španělských destinací, jmenovitě do oblastí Valencie a Kanárských ostrovů, které přinesly dodatečnou nabídku více než 30 000 míst. Dodává však, že tento nárůst byl vykompenzován poklesem v původních destinacích, takže celkový počet nabízených míst dosahoval přibližně 60 000. Vytvářením, propagací a prodejem dotovaných zájezdů byla opět pověřena společnost Viajes Zoetrope, S. A., pouze s výjimkou Kanárských ostrovů, které po vítězství ve veřejné soutěži dostal na starost společný podnik⁵ Euroseniors složený ze společností Barceló Viajes, Viajes

⁵ společný podnik – joint venture

Halcon a Viajes Iberia. Co se týká zdrojových destinací, EST (2011a) udává, že se programu účastnilo celkem 15 evropských zemí, například Řecko, Itálie, Polsko, Slovensko, Bulharsko a samozřejmě i Česká republika, která byla zastupována cestovní kanceláří CK Quality Tours. Finanční podpora zůstávala ve stejné výši jako v předcházející sezóně, tedy 100 nebo 150 Eur na jeden balíček.

V sezóně 2010/2011 byly podle EST (2011b) také položeny základy nového projektu souvisejícího se sociálním cestovním ruchem, který byl vytvořen jako součást iniciativy Calypso. Spolupracovali na něm Španělsko, Portugalsko a Polsko s přispěním ze strany Evropské komise a jeho podstatou byla podpora cestování seniorů v rámci těchto tří zemí. Tento projekt s názvem European Senior Travellers si stanovil za cíl napodobit již fungující program EST, jednalo se tedy v podstatě o jeho rozšíření do dalších zemí.

2011/2012

V této sezóně bylo podle EST (2011c) pro seniorské turisty připraveno více než 93 000 míst, která byla ovšem rozdělena do dvou skupin. EST (2011c) upřesňuje, že celý program byl rozdělen do dvou etap, kdy přibližně 47 000 míst dotovaných z rozpočtu španělské vlády spravovala společnost Euroseniors, která byla ve veřejné soutěži vybrána jako hlavní a jediný partner programu EST pro tuto sezónu. Zbývající počet míst pak byl zařazen do druhé etapy, která však byla dotována pouze jednotlivými cílovými destinacemi. Oproti předchozí sezóně také vzrostl počet zdrojových zemí na 19, ale na druhou stranu z nabídky cílových destinací vypadla oblast Kanárských ostrovů. CSES (2013) dodává, že tato sezóna byla poznamenána finanční krizí, která vedla ke snížení poskytované dotace na 90 a 130 EUR, což mělo přímý dopad na počet účastníků programu.

2012/2013

Čtvrtá sezóna byla podle CSES (2013) poznamenána přetrvávající finanční krizí, která vedla k dalším škrtům ve státním rozpočtu a tím pádem i k výraznému poklesu v rozsahu programu EST. EST (2013) uvádí, že počet zdrojových trhů byl omezen pouze na 6 klíčových zemí, mezi které patřilo Slovensko, Bulharsko, Rumunsko, Polsko, Litva a Česká republika, a tím pádem enormně poklesl i počet míst až na přibližně 24 000. Společnost Euroseniors stále zůstávala hlavním partnerem, který se zabýval organizací a řízením programu. Očekávaný prodej se podle

EST (2013) pohyboval kolem 18 000 turistických balíčků, přičemž až polovina měla být zakoupena českými seniory. Poklesla i výše dotace a to na 90 Eur za jeden balíček. Co se naopak rozšířilo, byla nabídka destinací, neboť k Andalusii a Valencii přibýlo ještě Katalánsko a Murcie.

Díky finanční krizi, která měla výrazný dopad na fungování programu EST, se podle CSES (2013) jeho představitelé začali zabývat myšlenkou změny jeho konceptu. Návrhem bylo omezit zapojení španělské vlády pouze na financování propagace a marketingu značky „Europe Senior Tourism“, zatímco dotace pro seniory by byly nahrazeny spoluprací s podnikateli v soukromém sektoru, jako jsou aerolinky, cestovní kanceláře a agentury a infrastruktura cestovního ruchu.

2014/2015

EST (2014a) vysvětluje, že po roce neaktivity v sezóně 2013/2014 se program EST znovu vrátil na podzim roku 2014 a to s velmi výraznými změnami v samotném svém konceptu, které byly nastíněny již v předchozí sezóně 2012/2013. Nejzásadnější změnou bylo, že počínaje touto sezónou přestal být dotován španělskou vládou a začal fungovat na principu kooperace mezi veřejným a soukromým sektorem. Díky spolupráci Ministerstva průmyslu, jednotlivých destinací i sektoru cestovního ruchu jako celku však byly i nadále vytvářeny různorodé turistické balíčky určené speciálně pro seniory.

Další změny měly podle EST (2014b) za úkol zvýšit pozitivní dopady na ekonomiku a zaměstnanost, neboť díky nim se do programu EST mohlo zapojit více společností jakožto tvůrců turistických balíčků než jedna, více destinací i senioři z více zemí. V předchozí sezóně byl program omezen pouze na 6 evropských zemí, ale od sezóny 2014/2015 se ho mohli účastnit rezidenti všech členských zemí EU s výjimkou Španělska. EST (2014b) uvádí, že novým zdrojovým trhem se tak stalo například Švédsko, pro jehož obyvatele je Španělsko již tradiční destinací. Díky mírnému klimatu a příznivému počasí, které tam na rozdíl od Švédska panuje i v zimě, je populární dovolenkovou zemí právě i v období mimo hlavní sezónu. Rozšíření počtu zapojených cestovních kanceláří a cílových destinací si také vyžádalo dva nové certifikační procesy. První z nich podle SEGITTUR (2016) hodnotil cestovní kanceláře, které se chtěly do programu EST zapojit jako tvůrci a prodejci balíčků. Tohoto výběrového certifikačního procesu se mohla zúčastnit kterákoliv cestovní kancelář se sídlem v EU, která

splňovala legislativní podmínky a byla dostatečně kvalifikovaná a schopná vytvářet a prodávat balíčky zaměřené na turisty – seniory. Celkem se podle SEGITTUR (2016) do výběrového procesu přihlásilo 7 cestovních kanceláří a celkem 5 jich certifikaci skutečně získalo. Z těch českých to byla CK Delfin Travel, která díky tomu mohla i nadále využívat výhody plynoucí ze značky Europe Senior Tourism.

Co se týká certifikačního procesu destinací, bylo vyžadováno splnění několika podmínek. SEGITTUR (2016) udává, že aby se destinace mohla zapojit do EST, musela vykazovat vysoký stupeň sezónnosti, disponovat dostatečnou ubytovací kapacitou (hotely v kategorii 3* a 4*), musela existovat nabídka doplňkových služeb i v období mimo hlavní sezónu (tedy v období, ve kterém byl program EST aktivní) a důležité bylo také dobré dopravní spojení včetně leteckých linek. Tyto podmínky splnilo a certifikaci tak úspěšně získalo celkem 33 destinací.

Další novinkou v sezóně 2014/2015 byla podle EST (2015a) také snaha o zapojení sektoru lázeňství do nabídky programu EST, neboť si jeho představitelé uvědomili, že lázeňství je produktem, který má u segmentu seniorů stále větší potenciál a může tak výrazně zvýšit přidanou hodnotu jednotlivých turistických balíčků. Začínala se tak formovat spolupráce mezi agenturou SEGITTUR a Národní asociací lázní ANBAL.

2015/2016

Cestovní kanceláře vytvářející balíčky a cílové destinace, které se chtěly i v následující sezóně účastnit programu EST, se do něj podle EST (2015b) musely znovu přihlásit a projít výběrovým procesem. Na jeho konci bylo 33 destinací a 6 cestovních kanceláří a vzrostl také počet zdrojových trhů na konečných 24 evropských zemí (EST, 2015c). Role agentury SEGITTUR se vzhledem k tomu, že už nadále neposkytuje finanční podporu programu, změnila a agentura se začala soustředit spíše na propagaci a další marketingové aktivity či koordinaci v rámci destinací. Podle EST (2015d) se také zrealizoval záměr zapojit španělské lázeňství nastíněný v předchozí sezóně, a to i díky spolupráci agentury SEGITTUR se španělskou národní asociací lázní ANBAL. Španělské lázně nabízející různé léčivé i zkrášlovací procedury a doprovodné služby tak byly zařazeny do stálé nabídky programu EST.

Tato šestá sezóna byla zároveň poslední sezónou fungování programu EST. V průběhu jednotlivých sezón se program vyvíjel, případně se přizpůsoboval novým trendům a změnám v turistické nabídce a poptávce. V posledních letech pak došlo k výrazné změně celého konceptu programu, kdy se upustilo od dotací ze strany španělské vlády a program nadále fungoval na principu partnerství veřejného a soukromého sektoru, kdy se na rozvoji programu více podílely samotné destinace a partnerské cestovní kanceláře.

Následující tabulka (viz Tab. č. 1) uvádí přehled statistik charakterizujících fungování programu EST v jednotlivých letech. Na úvod je nutno uvést, že se autorce bohužel nepodařilo získat relevantní data pro všech 6 sezón fungování programu, konkrétně jsou nedostupná data ze sezón 2012/2013 a 2015/2016. Autorka se snažila tato data obstarat od agentury SEGITTUR, která měla řízení programu na starosti, ale na její emailové dotazy bohužel nikdo nereagoval. V sezóně 2013/2014 pak byl program neaktivní, takže žádná data nebyla generována.

Data lze rozdělit na 4 hlavní skupiny. První skupina představuje program z pohledu základních údajů. Vyčísleny jsou zde jeho celkové náklady i podíl, kterým se na nich podílela španělská vláda. Uvedena je i průměrná výše finanční podpory na osobu a celkový počet klientů, kteří se programu zúčastnili, a počet přenocování, které vygenerovali. Z tabulky je patrné, že ze 4 uvedených sezón dosahoval program EST z pohledu nákladů i počtu účastníků a jejich přenocování největšího rozsahu ve své druhé sezóně 2010/2011. V této sezóně byla nejvyšší i poskytovaná finanční podpora, což bylo pravděpodobně jedním z důvodů. Ve třetí sezóně pak následoval velmi markantní propad, kdy se počet účastníků snížil více než o polovinu. Jediné, co se drželo na stejné úrovni, bylo procentní vyjádření podílu španělské vlády na celkových nákladech programu, které se ve všech 3 sezónách pohybovalo lehce nad 20%. Řádově nižších hodnot pak bylo dosahováno v sezóně 2014/2015, ve které byl představen nový koncept programu, který je podrobněji popsán v podkapitole 2.2.1. Nejzásadnější změnou bylo úplné zrušení finanční dotace zájezdů, což markantně snížilo celkové náklady projektu až na 674 tisíc Eur. Jak již bylo uvedeno výše, tyto náklady byly v celém rozsahu určeny pouze na propagaci a řízení programu a celé byly hrazeny španělskou vládou. Z důvodu odstranění finanční podpory poskytované turistům velmi poklesl i počet účastníků programu, což dokazuje jeho závislost na této dotaci. CSES (2013) se k tématu závislosti počtu účastníků programu na výši poskytované dotace vyjadřoval již po 3. sezóně, kdy bylo snížení dotace následováno

snížením počtu účastníků. Dodával, že pro dosažení dlouhodobé udržitelnosti programu EST je nutné zbavit se určité závislosti na vládní podpoře, čehož může být dosaženo právě vyšší kooperací se soukromým sektorem a poskytovateli služeb v cestovním ruchu. Ti jsou totiž schopni částečně kompenzovat ztrátu finančních dotací ze strany státu tím, že určitým skupinám turistů, v tomto případě seniorům, budou ochotni poskytovat své služby za zvýhodněné ceny. I přes zmíněné změny, které způsobily pokles v počtu účastníků programu, díky němu za čtyři uvedené sezóny do Španělska vycestovalo na 130 tisíc evropských seniorů.

Druhá skupina ukazatelů se zaměřuje na dopady programu EST na ekonomiku a zaměstnanost ve Španělsku jakožto cílové destinace všech jeho účastníků. Zmíněna je celková ekonomická aktivita v destinaci vyjádřená v peněžních jednotkách, konkrétně v Eurech. Tato ekonomická aktivita je představována přínosy pro španělské podnikatele, kteří benefítují z příjezdů účastníků programu EST, kteří čerpají jejich služby. Tato celková ekonomická aktivita je dále rozdělena na přímé a nepřímé dopady. Přímé dopady jsou představované sumou ceny zakoupených balíčků a nepřímé zahrnují ostatní výdaje v destinaci generované turisty, kam lze zařadit například místní dopravu, dokupované fakultativní výlety, nákupy v místních obchodech atd. Tyto výdaje jsou v tabulce vyčísleny i v průměru na osobu. Další dopad na španělskou ekonomiku se týká příjmů z daní, kam se zařazují jednak příjmy ze sociálního pojištění, daně z příjmů či daň z přidané hodnoty, ale také úspory státu plynoucí ze snížení objemu vyplácených podpor v nezaměstnanosti. To odkazuje na dopady programu EST na zaměstnanost, která je v tabulce zmíněna absolutním počtem pracovních míst vytvořených či zachovaných díky tomuto programu. Je uveden také počet, jakým se na této celkové sumě podílela pracovní místa v oblasti hotelnictví a pohostinství, která logicky tvořila největší podíl pohybující se v průměru kolem 50 %. Za asi nejdůležitější ukazatel této sekce lze pak považovat poměr mezi výší investic španělské vlády vložených do programu EST a výnosy z nich plynoucí (v tabulce označované jako příjmy z daní), tedy návratnost investic. Tento údaj totiž představuje samotnou výnosnost programu EST, tedy dokládá, kolik Eur španělská ekonomika získala z jednoho Eura investovaného do programu. Z tabulky je jasné patrné, že i přes vysoké výkyvy v počtu účastníků se ve všech čtyřech sezónách podařilo získat vložené investice zpět v plné výši. V sezóně 2014/2015 pak byl program vůbec nejvýnosnější, španělská vláda získala za každé Euro investic celkem 2,54 Eur. Ukázalo se tedy, že zmiňovaná změna konceptu byla správným krokem.

Třetí skupina ukazatelů zkoumá dopady programu EST na území mimo Španělsko, tedy na zdrojové destinace vysílající své seniory na dovolenou v rámci tohoto programu. V tomto případě byla zkoumána pouze celková ekonomická aktivita v těchto zdrojových destinacích a počet vytvořených či zachovaných pracovních míst. Celková ekonomická aktivita, v tabulce opět vyjádřená v EUR, logicky dosahuje řádově nižších hodnot než v případě cílové destinace Španělska. Do ekonomické aktivity ve zdrojových zemích lze totiž zařadit jen velmi omezené množství služeb, patří sem činnost zprostředkovatelů zájezdů tedy cestovních kanceláří, služby delegátů či letecká doprava dopravující klienty do jejich cílové destinace. Všechny ostatní služby a ekonomické dopady z nich plynoucí jsou pak čerpány již v cílové destinaci a v rámci statistik jsou tak zahrnuty do předchozí skupiny ukazatelů. Co se týká konkrétních čísel, vykazuje časová řada stejný trend jako v cílové destinaci, nejvyšších hodnot dosahuje ve druhé sezóně fungování programu a velmi výrazný pokles se zaznamenán v sezóně 2014/2015, což lze opět přičítat změně v konceptu jeho fungování. Při porovnání absolutních čísel, dosahuje ekonomická aktivita ve zdrojových destinacích přibližně čtvrtinových hodnot ekonomické aktivity generované ve Španělsku. Co se týká pracovních míst, která byla vytvořena či zachována díky programu EST, jejich počty ve zdrojových destinacích jsou logicky mnohonásobně nižší než v destinacích cílových. Maximálního počtu opět dosahovaly v nejlépeší druhé sezóně, kdy jich bylo 130. V sezóně 2014/2015 jich vzhledem k výraznému poklesu účastníků programu bylo pouze osm.

Poslední skupina ukazatelů jsou pak ukazatele kvalitativní. Podle CSES (2013) byli všichni účastníci programu požádáni o zpětnou vazbu, jak s ním byli spokojeni, přičemž měli zhodnotit kvalitu služeb, poskytované informace, ubytování i fakultativní výlety. Výsledky těchto průzkumů jsou shrnuty do dvou ukazatelů uvedených v tabulce. První z nich je vyjádřený zájem znovu se zúčastnit tohoto programu, přičemž tento podíl neustále rostl a ve 3. sezóně dosahoval téměř 95 %. Více než 9 klientů z 10 tedy mělo zájem o opětovnou účast v programu EST. Druhý kvalitativní ukazatel pak znázorňuje celkovou spokojenost s programem, vyjádřenou jako spokojenost s poměrem kvalita/cena. Klienti používali hodnotící škálu od 1 do 10, kdy 10 znamenalo extrémní spokojenost. Ve všech 3 sezónách, za které jsou kvalitativní ukazatele k dispozici tato hodnota kolísala mezi 8,8 až 9, což znamená, že klienti byli s programem EST velmi spokojeni.

Tab. č. 1: Souhrnné statistiky o programu EST

	2009/2010	2010/2011	2011/2012	2012/2013	2013/2014*	2014/2015	2015/2016
Celkové náklady programu (v EUR)	18,9 mil	25,3 mil	9,5 mil	-	x	674 tis	-
Průměrná výše dotace/osobu (v EUR)	108,6	122,5	100,9	-	x	0	-
Celkový počet účastníků	45 000	54 713	21 033	-	x	7 285	-
Celkový počet přenocování	370 988	424 018	149 870	-	x	51 935	-
Celkové výdaje španělské vlády (v EUR)	5,3 mil	7,3 mil	2,1 mil	-	x	674 tis	-
Podíl španělské vlády na celkových nákladech	22%	23%	22%	-	x	100%	-
DOPADY NA EKONOMIKU A ZAMĚSTNANOST							
Celková ekonomická aktivita v destinaci (v EUR)	24,9 mil	31 mil	12,4 mil	-	x	3,7 mil	-
Přímý dopad v destinaci - hotelnictví a catering (v EUR)	12,3 mil	17,8 mil	6,1 mil	-	x	3,1 mil	-
Nepřímý dopad - výdaje (v EUR)	12,6 mil	16,7 mil	6,3 mil	-	x	2,2 mil	-
Průměrné výdaje/osobu v destinaci (v EUR)	280,51	308,3	301	-	x	309	-
Počet pracovních míst vytvořených v hotelnictví a pohostinství	294	393	104	-	x	70	-
Celkový počet vytvořených pracovních míst	609	882	269	-	x	128	-
Celkový příjem španělské vlády z daní (v EUR)	7 mil	9,1 mil	3,4 mil	-	x	1,7 mil	-
Poměr příjmy z daní/investice španělské vlády	1,32	1,3	1,58	-	x	2,54	-
DOPADY MIMO UZEMÍ ŠPANĚLSKA							
Ekonomická aktivita ve zdrojových destinacích (v EUR)	6,6 mil	8,2 mil	3,4 mil	-	x	1,1 mil	-
Počet pracovních míst ve zdrojových destinacích	85	130	71	-	x	8	-
KVALITATIVNÍ UKAZATELE							
Vyjádřený zájem znovu se účastnit programu - v % účastníků	82,70%	94,70%	95,10%	-	x	-	-
Spokojenost klientů s poměrem kvalita/cena (1 - velmi nespokojený, 10 extrémně spokojený)	8,9	9	8,8	-	x	-	-

* program EST v této sezóně neaktivní – žádná data

Zdroj: převzato a upraveno podle CSES (2013) a SEGITTUR (2016)

Program Europe Senior Tourism byl ve své podstatě ukončen svou šestou sezónou 2015/2016. Přesto má přesah i do současnosti, neboť se díky němu podařilo nastartovat cestovní ruch seniorů v rámci Evropy. V určitém smyslu tedy pokračuje i nadále, ovšem již bez finanční podpory od španělské vlády. V případě, že jsou seniorské zájezdy i dnes stále označovány jako dotované, dotace již pochází od samotných poskytovatelů služeb, kteří tyto služby segmentu seniorů nabízejí za výhodnější ceny. Tento princip, který byl v podstatě zaveden již v sezóně 2014/2015 programu EST, tak úspěšně funguje dodnes.

Kde však původní princip programu EST funguje i nadále, je země jeho původu, tedy Španělsko. Finanční podporu cestovního ruchu seniorů má na starosti přímo španělská vláda, konkrétně zastoupena institutem IMSERSO⁶. IMSERSO má přesně stanovené podmínky, které musí senioři splňovat, aby měli na podporu nárok. Podle IMSERSO (2018) je tento program určen pro španělské rezidenty, kteří:

- jsou starší 65 let,
- se řadí mezi důchodce z pohledu veřejného penzijního systému,
- jsou starší 55 let a pobírají vdovský/vdovecký důchod,
- jsou starší 60 a pobírají invalidní důchod nebo kteří odešli do předčasného důchodu.

IMSERSO (2018) dodává, že občané, kteří splňují výše uvedené podmínky, mohou být doprovázeni svým manželem/manželkou či partnerem/partnerkou, se kterým žijí v dlouhodobém svazku, přičemž tyto osoby nemusejí splňovat podmínku věku a pobírání penze. Stejně tak se mohou programu účastnit také děti s určitým stupněm zdravotního postižení, a to pokud jsou doprovázeni svými rodiči, se kterými sdílejí stejný pokoj.

Kromě výše uvedených formálních podmínek IMSERSO dodává, že se účastníci programu navíc zavazují, že:

- netrpí náhlými změnami chování, které by mohly narušit soužití v ubytovacích zařízeních,
- netrpí žádnou přenosnou nemocí s rizikem nákazy,
- jsou schopni se o sebe postarat a vykonávat běžné činnosti každodenního života.

⁶ IMSERSO = Instituto de Mayores y Servicios Sociales = Institut seniorů a sociálních služeb

Podle IMSERSO (2018) tento program nabízí rekreaci v přímořských oblastech, ať už v pevninském Španělsku, na ostrovech Kanárských či Baleárských i ve vnitrozemí, kde si mohou návštěvníci vybrat mezi poznáváním přírodních zajímavostí či kulturních atraktivit a měst. Balíček zahrnuje ubytování s plnou penzí, leteckou dopravu do/z destinace a následný transport do/z hotelu, animační program, pojištění i případnou zdravotní péči. IMSERSO (2018) uvádí i ceny balíčku na aktuální sezónu 2018/2019, které se odvíjí od cílové destinace (pobřeží, ostrovy, vnitrozemí), od délky pobytu a také od toho, zda je v balíčku zahrnuta doprava. Délka pobytu se pohybuje v rozmezí 7 až 14 nocí a cenově přibližně mezi 100 až téměř 600 Eur.

Podle instrukcí IMSERSO (2018) se zájemci o účast v programu musí ve stanovené lhůtě přihlásit vyplněním příslušného formuláře, kde vyplní mimo jiné i svůj měsíční příjem a preferovanou destinaci. Jednotlivé přihlášky jsou následně vyhodnocovány podle předem stanovených kritérií, která zohledňují věk, výši příjmů, velikost rodiny či zda už se v minulosti tohoto programu účastnili. Zájemci, kteří projdou výběrem a bude jim přiděleno místo v programu, si mohou následně zakoupit konkrétní zájezd, a to prostřednictvím partnerské cestovní kanceláře nebo online.

2.2.2 Program Europe Senior Tourism v České republice

Česká republika byla podle Dlouhé (2011) zapojena do programu EST již od jeho vzniku v roce 2009. Udává, že v první sezóně 2009/2010 se do něj v rámci spolupráce s agenturou SEGITTUR zapojilo celkem 15 cestovních kanceláří, ovšem s velmi nepřesvědčivými výsledky. Cenově zvýhodněné zájezdy pro seniory využilo pouze přibližně 400 osob, což bylo hluboko pod očekáváním. Dlouhá (2011) uvádí, že SEGITTUR na tento neúspěch v další sezóně 2010/2011 odpověděl navázáním nové spolupráce pouze s jednou českou cestovní kanceláří, kterou byla CK Quality Tours. Byly stanoveny přísné podmínky, které musela CK Quality Tours dodržet, kam patřilo například to, že budou svým klientům nabízet přímé charterové lety či že jim zaručí stálou přítomnost českého delegáta. Rovněž se musela zaručit, že se v této sezóně programu zúčastní minimálně 3 000 českých seniorů, přičemž toto číslo bylo nakonec snadno překonáno.

Podle Hofmanové (2017) tak CK Quality Tours i nadále fungovala jako prostředník mezi Španělskem a českými seniory, kterým nabízela dotované seniorské zájezdy. Díky členství v programu EST získávala na tyto balíčky dotace, což umožnilo snížit jejich cenu na velmi dostupnou úroveň a přineslo to tak CK Quality Tours silnou konkurenční výhodu. Hofmanová (2017) cituje tehdejší obchodní ředitelku Quality Tours Petru Buchalovou, která vysvětluje, že nabízené balíčky obsahovaly pobyt v určité destinaci a dodatečné fakultativní výlety. Zdůrazňuje ovšem, že program pobytu byl přizpůsoben starší klientele a byl do značné míry variabilní. Záleželo tak především na požadavcích konkrétního klienta, jestli se například na daný výlet cítí či jestli by raději dostal zpět kompenzaci, pokud by se ho z jakýchkoli důvodů nezúčastnil.

V sezóně 2011/2012 se do programu EST zapojila druhá česká cestovní kancelář specializující se na cestovní ruch seniorů, CK Delfin Travel. Společně s CK Quality Tours byly jedinými oficiálními partnery programu a jako jediné tak byly oprávněny využívat dotace od španělské vlády a nabízet tak svým klientům cenově zvýhodněné zájezdy. Pouze u těchto dvou cestovních kanceláří tak měli čeští senioři nárok čerpat výhody plynoucí z programu EST. Po změně konceptu programu v sezóně 2014/2015 pak zůstala jedinou partnerskou cestovní kancelář CK Delfin Travel. V únoru 2012 se dokonce v Praze konala tisková konference, které se zúčastnili zástupci agentury SEGITTUR, společnosti Euroseniors a dalších španělských organizací činných v cestovním ruchu, kde byla českým novinářům představena třetí sezóna i samotný program EST a jeho výhody a přínosy (EST, 2012).

Česká republika byla po celou dobu trvání programu jedním z nejdůležitějších zdrojových trhů. Podle EST (2013) se ve čtvrté sezóně fungování programu, tedy v období od října 2012 do května 2013, dokonce stala nejvýznamnějším zdrojovým trhem co do počtu turistů s očekávaným prodejem až 9 000 turistických balíčků. Dotace, která byla českým seniorům díky programu EST k dispozici, dosahovala 90 Eur/balíček. Za sezóny 2012/2013 a 2014/2015⁷ dokonce balíčky prodané v České republice představovali až 30 % veškerých prodejů uskutečněných v rámci tohoto programu (EST, 2014c).

⁷ Ve skutečnosti se jednalo o sezóny navazující, neboť v sezóně 2013/2014 byl program neaktivní.

3 Cestovní ruch seniorů v ČR

Jak již bylo zmíněno v předchozích kapitolách, Česká republika patřila co do účastníků programu EST mezi velmi významné zdrojové trhy. Pro zhodnocení současného cestovního ruchu seniorů a především jeho potenciálu do budoucna je tedy nezbytné tento segment blíže představit, a to jak z hlediska početních statistik, tak podrobnějším zkoumáním jeho charakteristik.

3.1 Demografický vývoj v ČR

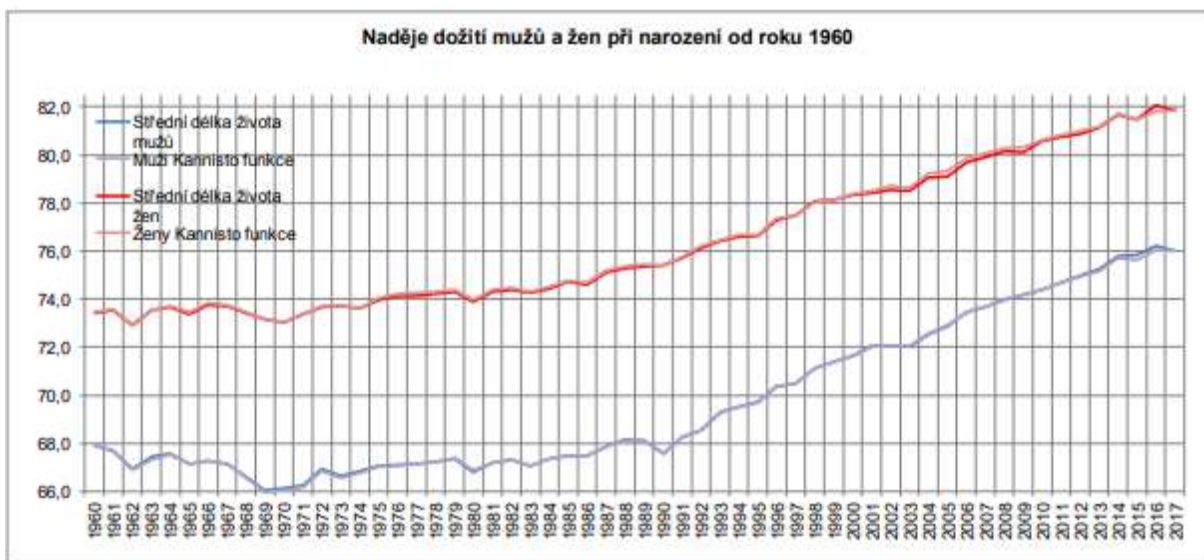
ČSÚ (2018b) zveřejnil následující graf (obr. č. 3) znázorňující vývoj **naděje dožití mužů a žen při narození**, který obsahuje data od roku 1960. Graf lze rozdělit zhruba na dvě poloviny. Přibližně do roku 1990 toto číslo víceméně stagnovalo v rozpětí 66 – 68 let u mužů a 73 – 75 let u žen, zatímco po roce 1990 přišel jeho výrazný růst. ČSÚ (2018b) to přikládá zavedení nových zákonů o ochraně ovzduší⁸, které příznivě přispěly k prodloužení délky života obyvatelstva. Tento růst, doprovázený několika drobnými stagnacemi či poklesy, dovedl ukazatel naděje dožití mužů a žen při narození až na jeho současnou výši (v roce 2017) 76,0 let u mužů a 81,8 let u žen.

ČSÚ (2018b) nicméně uvádí, že v posledních letech se růst tohoto ukazatele zpomaluje a začíná stagnovat, což může znamenat, že potenciál pro růst střední délky života⁹ je již vyčerpán. Pokud se tento trend v následujících letech potvrdí, bude to podle ČSÚ (2018b) mít výrazný dopad na důchodový systém.

⁸ Např. 211/1994 Sb. - Zákon o ochraně ovzduší před znečišťujícími látkami (Zákony pro lidi, 1994).

⁹ Pojem „střední délka života“ je synonymem pro pojem „naděje dožití mužů a žen při narození“.

Obr. č. 3: Naděje dožití mužů a žen při narození od roku 1960



Zdroj: Převzato z ČSÚ (2018b)

3.2 Současný stav

K 31. 12. 2017 měla Česká republika podle statistik ČSÚ (2018c) přibližně 10 610 100 obyvatel, což znamenalo meziroční nárůst o 31 235 osob. Tyto statistiky zároveň udávají, že tento růst byl z převážné většiny zapříčiněn kladnou bilancí zahraniční migrace, zatímco přirozená měna se na něm podílela pouze přibližně třemi tisíci osob.

ČSÚ (2018c) zmiňuje významný trend v demografickém vývoji ČR, kterým je stárnutí obyvatelstva. To dokládá růstem populace ve věkové skupině nad 65 let¹⁰, který je patrný již od poloviny 80. let 20. století. Dodává, že právě změny v počtu obyvatel ve věku nad 65 let jsou v porovnání s ostatními věkovými skupinami nejdynamičtější a že v roce 2017 byl překročen významný milník, když jejich počet poprvé překročil 2 miliony osob. Zmiňuje i dílčí členění kategorie nad 65 let, kdy udává, že nejpočetněji zastoupená je podskupina nejmladších seniorů ve věku 65 – 69 let, kteří v roce 2017 tvořili zhruba třetinu všech českých seniorů. Stárnutí populace se podle ČSÚ (2018c) projevuje i zvyšováním průměrného věku obyvatel ČR, který byl v roce 2017 42,2 let. Za období 10 let se tak zvýšil zhruba o 2 roky.

¹⁰ Podle metodiky ČSÚ jsou za seniory považovány pouze osoby starší 65 let.

Co se týká populace seniorů z hlediska jejich vymezení pro účely této práce¹¹, k 31. 12. 2017 bylo v ČR celkem 1 316,4 tis. osob ve věku 55 – 64 let a 2 040,2 tis. osob ve věku nad 65 let. Celkový počet rezidentů ČR spadajících do kategorie seniorů byl tedy na konci roku 2017 3 356,6 tis. osob. Vztáhne-li se tento počet k celkovému počtu obyvatel ČR, tvořili senioři na konci roku 2017 přibližně **31,6 %** celkové populace. (ČSÚ, 2019)

Další ukazatel, který ČSÚ sleduje, je **míra zaměstnanosti osob ve věku 55 – 64 let**, kdy ho sleduje zvlášť pro muže a ženy. V případě mužů je tento ukazatel na velmi vysoké úrovni, v roce 2016 pracovalo 68,2 % všech mužů spadajících do této věkové kategorie, což bylo dokonce více, než je evropský průměr, který dosahuje pouze 62 % (ČSÚ, 2017). V kategorii žen je podle stejného zdroje tento ukazatel ve výši 49,3 %, což je opět nad evropským průměrem, který je 48,9 %.

Pro účely této diplomové práce je tento ukazatel důležitý, neboť se jedná o osoby spadající do kategorie seniorů, a to, jestli jsou tyto osoby stále zaměstnané, má vliv na jejich účast na cestovním ruchu. Lze předpokládat, že díky pravidelné pracovní době mají méně volného času, který by mohly využít k cestování. Zároveň se lze domnívat, že nejsou tolik flexibilní jako osoby v důchodu, co se týká cestování mimo sezónu. Na druhou stranu jim však zaměstnání zaručuje stabilní příjem a tím pádem i více finančních prostředků, které mohou vynaložit na cestovní ruch. Díky výše uvedenému, tedy že Češi ve věkové kategorii 55 – 64 let vykazují nadprůměrnou míru zaměstnanosti, lze tedy předpokládat, že i zmíněné důsledky z toho plynoucí budou mít silný dopad na jejich účast na cestovním ruchu.

3.3 Prognóza do roku 2101

V roce 2018 zpracoval tým z oddělení demografické statistiky ve spolupráci s externími odborníky (dále citováno jako ČSÚ 2018d) dlouhodobou projekci vývoje obyvatelstva ČR v letech 2018 – 2101. Výstupem projekce je nastínění možných změn v počtu i věkovém složení populace. Projekce byla zpracována ve třech různých variantách, ovšem pro účely této práce

¹¹ Pro účely této práce je za seniory považovány osoby starší 55 let.

byla využita tzv. „střední“ varianta, kterou autoři považují za nejpravděpodobnější¹². I v jejím případě ale upozorňují, že nezohledňuje nepředvídatelné působení vnějších vlivů, jako jsou například hluboké ekonomické krize, výrazné změny v systému sociálních opatření, epidemie nemoci či lékařské objevy, které by všechny mohly mít vliv na vývoj populace.

Co se týká vývoje celkového počtu obyvatel ČR, autoři projekce (ČSÚ 2018d) usuzují, že v prognózovaném období nebude docházet k zásadním změnám, počet bude spíše kolísat kolem současné hodnoty, tedy podle údajů z roku 2018 kolem počtu 10 649 tis. Co se podle nich však bude měnit je způsob dosažení tohoto počtu. Již v současné době, jak je zmíněno výše, je důležitým faktorem, který udržuje populaci ČR na její výši, zahraniční migrace, konkrétně její kladná bilance. V následujících letech bude tento faktor ještě důležitější, neboť přirozená měna bude mít výrazně záporný charakter.

Oproti nevýrazným změnám v počtu obyvatel ČR zdůrazňuje ČSÚ (2018d) zásadní proměnu v jejím charakteru, tedy v četnosti zastoupení jednotlivých věkových skupin. S ohledem na zaměření této diplomové práce bude dále rozebírána pouze prognóza týkající se osob starších 55 let. I v následujících letech bude podle ČSÚ (2018d) pokračovat již nastíněný trend stárnutí populace, který se bude projevovat především velmi dynamickým růstem počtu obyvatel starších 65 let. Ve svém maximu, které by podle autorů projekce mělo přijít kolem roku 2059, jejich počet dosáhne až 3 205 tis., což představuje nárůst o 57 % oproti prahu projekce v roce 2018. Přestože pak bude podle odhadů následovat mírný pokles, ke konci prognózovaného období jejich počet opět vzroste na přibližně 3 108 tis., což bude představovat téměř 30 % celkové populace.

Vzhledem k metodice ČSÚ a jejímu pojetí seniora bude očekávaný počet seniorů z pohledu této diplomové práce ještě vyšší. Vývoj počtu osob ve věkové skupině 55 – 64 let sice není zdaleka tak dynamický, ale jejich počty se musí zohlednit. V průběhu prognózovaného období se bude tento počet pohybovat od minimálního počtu 1 095,2 tis. v 60. letech až po maximum 1 577,2 tis., kterého bude dosaženo přibližně o 20 let dříve. Ovšem při porovnání prahu

¹² ČSÚ (2018c) vypracoval celkem tři varianty prognózy – kromě „střední“, která je využita v této práci, ještě „nízkou“ a „vysokou“. Jejich popis a výsledky lze najít zde: <https://www.czso.cz/csu/czso/projekce-obyvatelstva-ceske-republiky-2018-2100>.

projekce v roce 2018, kdy bylo těchto osob 1 343,4 tis., a posledního roku 2101 s počtem 1 246,6 tis., je patrný přibližně 100 tisícový pokles.

Sečtou-li se prognózované počty obou kategorií, dostanou se až na cifru 4 354,6 tis. osob starších 55 let. Jejich porovnáním s očekávaným celkovým počtem obyvatel, který ČSÚ (2018d) stanovil na 10 527 tis., tak tvoří až úctyhodných 41 %. Z pohledu předpovídaného vývoje struktury obyvatelstva je tedy zřejmé, že segment seniorů má do budoucna obrovský potenciál ve smyslu počtu potenciálních účastníků cestovního ruchu.

3.4 Statistiky cestovního ruchu rezidentů ČR s důrazem na seniory

Eurostat je oficiálním statistickým úřadem Evropské unie, jehož úkolem je poskytovat kvalitní statistiky v rámci Evropy tak, aby mohly být využívány pro porovnávání jednotlivých členských zemí či jejich regionů. Tyto statistiky jsou důležitým podkladem při rozhodovacích procesech ať už na úrovni EU, jednotlivých států a jejich vlád či pro jednotlivé podnikatele. Pro veřejnost a média pak statistiky slouží jako ukazatel vývoje společnosti. (Eurostat, 2019)

Eurostat zpracovává své statistiky v desítkách různých oborů a témat od demografie přes ekonomiky a obchod až po cestovní ruch. A právě statistiky Eurostatu zabývající se cestovním ruchem byly v této diplomové práci využity pro základní analýzu cestovního ruchu seniorů v České republice. Jako zdroj těchto statistik byla využita volně přístupná databáze Eurostatu (Eurostat, 2018; Eurostat, 2019b), ze které byla filtrována data relevantní pro Českou republiku. Jako první ukazatel je uvedena **účast na cestovním ruchu**, která je podle Eurostatu (2018) vyjádřena „*celkovým počtem rezidentů dané země starších 15 let, kteří podnikli alespoň jednu cestu s minimálně jedním přenocováním*“. V České republice se v roce 2017 jednalo celkem o **7 284 097** osob. Z pohledu časového srovnání nabízí Eurostat data z let 2012 až 2017. Z níže uvedené tabulky (viz Obr. č. 4) lze shrnout, že v tomto období docházelo k drobným poklesům a růstům a od roku 2015 už pak počet českých turistů stále roste, i když poměrně mírným tempem.

Obr. č. 4: Účast na cestovním ruchu pro osobní účely (počet turistů) v letech 2012 – 2017



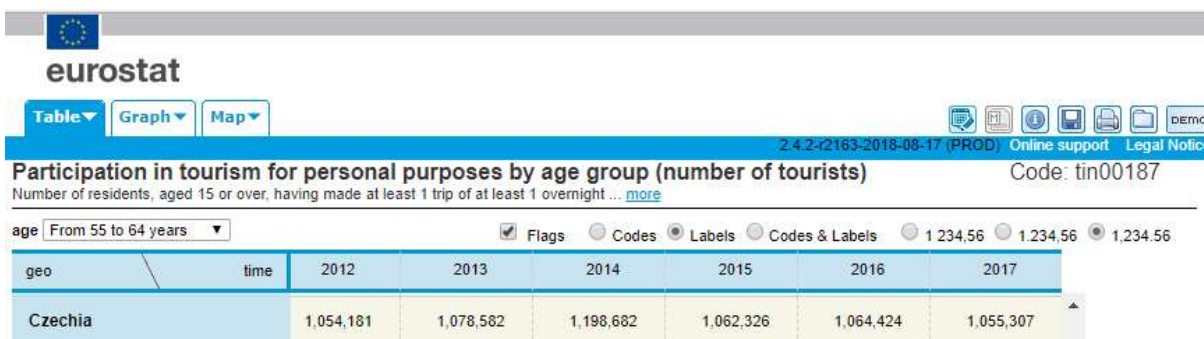
geo	time	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Czechia			6,724,164	6,580,964	7,495,851	7,190,847	7,214,653	7,284,097

Zdroj: převzato z Eurostat (2018)

Co se týká turistů seniorů, Eurostat je rozděluje na dvě podskupiny, a to, jak bylo již zmíněno výše, na turisty ve věku 55 – 64 let a turisty starší 65 let. První skupina je omezena desetiletým věkovým rozpětím, zatímco skupina druhá má pouze dolní hranici. Dalo by se tedy předpokládat, že právě druhá skupina bude početnější. V tomto případě se ale musí brát ohled také na věk osob spadajících do této druhé skupiny. Lze očekávat, že se zvyšujícím se věkem bude zároveň klesat schopnost i chuť účastnit se cestovního ruchu, ať už ze zdravotních, finančních či jiných osobních důvodů, takže rozdíl v početním zastoupení jednotlivých věkových skupin nebude tak markantní. To je nicméně viditelné i v následujících dvou tabulkách (viz Obr. č. 5 a Obr. č. 6), které znázorňují účast rezidentů ČR na cestovním ruchu v již zmíněných dvou věkových kategoriích. Lze ale zároveň pozorovat změnu trendu, neboť zatímco v letech 2012 a 2013 mladší senioři celkovým počtem převyšovali starší seniory, v posledních letech je tomu právě naopak. Lze to připisovat změně v životním stylu, kdy i starší senioři mají stále zájem o cestování, či pokroku ve zdravotnictví, který prodlužuje délku aktivního života.

Celkový počet turistů ve věku nad 55 let, tedy mladších i starších seniorů, se v roce 2017 vyšplhal až na číslo **2 253 392**. Na celkovém počtu českých turistů se tedy senioři podílejí až **30 %**.

Obr. č. 5: Účast na CR pro osobní účely podle věkové skupiny (počet turistů) – kategorie 55 – 64 let v letech 2012 – 2017

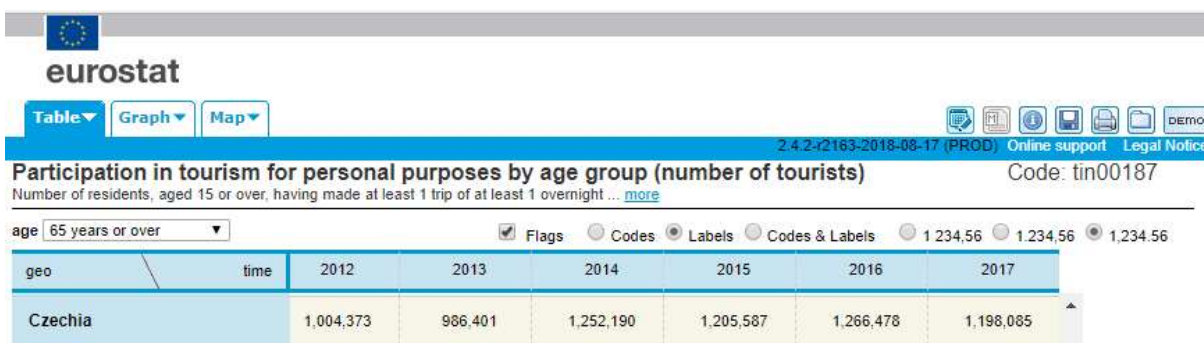


The screenshot shows the Eurostat website interface. The title is "Participation in tourism for personal purposes by age group (number of tourists)". The subtitle is "Number of residents, aged 15 or over, having made at least 1 trip of at least 1 overnight ... more". The age group is set to "From 55 to 64 years". The table shows data for Czechia from 2012 to 2017.

geo	time	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Czechia		1,054,181	1,078,582	1,198,682	1,062,326	1,064,424	1,055,307

Zdroj: převzato z Eurostat (2018)

Obr. č. 6: Účast na CR pro osobní účely podle věkové skupiny (počet turistů) – kategorie nad 65 let v letech 2012 – 2017



The screenshot shows the Eurostat website interface. The title is "Participation in tourism for personal purposes by age group (number of tourists)". The subtitle is "Number of residents, aged 15 or over, having made at least 1 trip of at least 1 overnight ... more". The age group is set to "65 years or over". The table shows data for Czechia from 2012 to 2017.

geo	time	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Czechia		1,004,373	986,401	1,252,190	1,205,587	1,266,478	1,198,085

Zdroj: převzato z Eurostat (2018)

Dalším ukazatelem, který se při zkoumání intenzity cestovního ruchu používá, je **počet cest**, který Eurostat (2018) definuje jako „veškeré cesty uskutečněné rezidenty dané země ve věku nad 15 let pro osobní či pracovní účely s minimálně jedním přenocováním“.

V následující tabulce (viz Obr. č. 7) jsou zaznamenány celkové úhrny cest za dané roky. Tato čísla dostávají ČR v evropském srovnání přibližně na úroveň Dánska. Z hlediska vývoje v čase se celkové počty pohybovaly v rozmezí přibližně 29,4 mil až 35,2 mil. uskutečněných cest. K největšímu poklesu došlo v roce 2015, kdy bylo oproti předchozímu roku uskutečněno o přibližně 2,8 mil. cest méně. Poslední rok srovnání, tedy rok 2017, byl pak rokem s nejvyšším počtem cest, který se vyšplhal až na 35,2 mil.

Obr. č. 7: Celkový počet cest českých turistů v letech 2012 – 2017

geo	time	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Czechia		32,317,582	30,857,418	32,252,621	29,440,566	32,663,465	35,235,355

Zdroj: převzato z Eurostat (2018)

Další dvě tabulky znázorňují stejný ukazatel, ve stejném období, ovšem při zohlednění věku osob, které cesty uskutečnily. Jako první je uvedena věková kategorie 55 – 64 let (viz Tab. č. 2). V této tabulce je rovněž zohledněno, kde byly dané cesty realizovány, jestli v tuzemsku nebo v zahraničí. Na první pohled je patrné, že mladší senioři dávají přednost cestám v tuzemsku, které tvořily v roce 2017 téměř 84 % všech uskutečněných cest. Je také nutno říci, že ve sledovaném období se neprojevuje výraznější změna tohoto trendu, procentuální podíl cest v tuzemsku na celkovém počtu se pohybuje v rozmezí 81,9 % až 85,5 %. Z hlediska vývoje v čase se počet cest pohybuje v rozmezí 4,9 mil. až 6,1 mil., kdy tento nejvyšší počet byl zaznamenán již v roce 2012. Od té doby se tomuto číslu výrazněji přiblížil pouze rok 2014, který ovšem stejně zaostával přibližně o 420 tis. uskutečněných cest.

Tab. č. 2: Celkový počet cest českých turistů ve věku 55 – 64 let v letech 2012 – 2017

Rok	55 - 64 let			Podíl domácího CR (v %)
	Domácí CR	Výjezdový CR	Celkem	
2012	5 195 616	880 937	6 076 553	85,5
2013	4 198 348	929 869	5 128 217	81,9
2014	4 811 304	842 687	5 653 991	85,1
2015	4 286 908	810 651	5 097 559	84,1
2016	4 002 776	854 604	4 857 380	82,4
2017	4 707 831	910 297	5 618 128	83,8

Zdroj: vlastní zpracování podle Eurostat (2019b)

Druhá tabulka (viz Tab. č. 3) se zaměřuje na turisty starší 65 let. Absolutní počty uskutečněných cest jsou nižší než v předchozí věkové kategorii, ale rozdíl není tak výrazný. I trend, že převažují cesty v tuzemsku, je v tomto případě zachován, zde je dokonce ještě výraznější, pohybuje se až kolem 90 %. Od roku 2014 však lze pozorovat stálý pokles, což je možné interpretovat tak, že čím dál více i starších turistů si dopřeje dovolenou v zahraničí.

Přesto lze z obou tabulek vyvodit, že turisté starší 55 let dávají přednost dovolené v tuzemsku. Jako důvody tohoto trendu lze předpokládat například finanční situaci, kdy si nákladnější dovolenou v zahraničí nemohou dovolit, či obavy a neochota cestovat do cizí země kvůli velké vzdálenosti, cizí kultuře, jazykové bariéře či vyšší organizační náročnosti.

Tab. č. 3: Celkový počet cest českých turistů ve věku nad 65 let v letech 2012 – 2017

Rok	65 a více let			Podíl domácího CR
	Domácí CR	Výjezdový CR	Celkem	
2012	4 193 468	451 271	4 644 739	90,3
2013	4 109 201	504 133	4 613 334	89,1
2014	5 026 353	459 680	5 486 033	91,6
2015	3 918 618	433 835	4 352 453	90,0
2016	5 092 911	582 287	5 675 198	89,7
2017	4 911 785	643 492	5 555 277	88,4

Zdroj: Vlastní zpracování podle Eurostat (2019b)

Celkový počet cest uskutečněných osobami ve věku nad 55 let se v posledním roce srovnání, tedy v roce 2017, vyšplhal na číslo **11 173 405**, což představuje **31,7 %** všech cest uskutečněných českými turisty. I tento ukazatel tedy potvrzuje přibližně třetinový podíl seniorských turistů.

Posledním údajem, který bude zhodnocen pomocí statistik, jsou **výdaje na cestovní ruch**. Celkové výdaje Eurostat definuje (2018) jako „celkové výdaje na spotřebu vynaložené návštěvníkem nebo jeho jménem za a v průběhu cesty a pobytu v destinaci“.

Celkové výdaje českých turistů bez ohledu na věkovou skupinu (viz Obr. č. 8) zaznamenávají od roku 2014 stabilní růst, přičemž v roce 2017 se vyšplhaly až na částku 5 003 415,1 tis. EUR. V evropském srovnání však čeští turisté svou spotřebou výrazně zaostávají. Například Dánsko, které má, jak bylo dříve zmiňováno, srovnatelný počet uskutečněných cest, dosahuje, co se týká

výdajů na ně, na více než trojnásobné hodnoty. V tomto případě však samozřejmě hraje svou roli ekonomická vyspělost země a s ní související kupní síla obyvatelstva, která se odráží mimo jiné i ve výši výdajů, které jsou lidé ochotni vynaložit na cestování.

Obr. č. 8: Výdaje podle výdajových skupin – celkové výdaje v tis. EUR v letech 2012 – 2017

Expenditure by expenditure categories (from 2012 onwards)							
The total consumption expenditure made by a visitor or on behalf of a visitor for and ... more							
expend	Total						
geo	time	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Czechia		4,021,645.64	3,971,539.29	3,606,171.01	3,915,265.46	4,393,860.6	5,003,415.1

Zdroj: převzato z Eurostat (2018)

Suma výdajů při zohlednění věku turistů je znázorněna v následujících dvou tabulkách (viz Obr. č. 9 a Obr. č. 10). Skupina mladších seniorů vykazuje o něco vyšší celkové výdaje, což koresponduje i s vyšším celkovým počtem uskutečněných cest. V souhrnu za obě věkové kategorie dosahují celkové výdaje na **1 463 650,26 tis. EUR**, což představuje podíl **29,3 %** na celkových výdajích všech českých turistů. Z pohledu výdajů tedy segment seniorů přispívá menším podílem, než tomu bylo v počtu cest a počtu turistů. To však lze částečně odůvodnit i tím, že senioři často cestují mimo sezónu, kdy jsou ceny a tím pádem i náklady nižší. Dalším faktorem pak mohou být také různé seniorské slevy či zvýhodněné programy, které opět sníží náklady a tím učiní cestování pro seniory dostupnějším.

Obr. č. 9: Celkové výdaje v tis. EUR v letech 2012 – 2017 - věková skupina 55 – 64 let

Expenditure by age group							
Last update: 05-02-2019							
Table Customization show							
TIME	+	GEO	+	Unit of measure	+	Thousand euro	
Purpose		Duration		Geopolitical entity (part		All countries of the world	
Total	+	1 night or over	+				
Age class							
From 55 to 64 years	+						
TIME	2012	2013	2014	2015	2016	2017	
Czechia	666,686.75	651,847.91	613,078.09	596,773.46	661,357.74	750,589.02	

Zdroj: převzato z Eurostat (2019b)

Obr. č. 10: Celkové výdaje v tis. EUR v letech 2012 – 2017 - věková skupina nad 65 let

Expenditure by age group
Last update: 05-02-2019
Table Customization [show](#)

TIME: +
GEO: +
Purpose: Total +
Duration: 1 night or over +
Age class: 65 years or over +
Unit of measure: Thousand euro
Geopolitical entity (part): All countries of the world

	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Czechia	417,403.22	491,894.8	451,165.74	469,642.9	623,183.99	713,061.24

Zdroj: převzato z Eurostat (2019b)

Co se týká výdajů na cestovní ruch, nezkoumá Eurostat pouze jejich celkový objem, ale také průměrné denní výdaje, které udávají, kolik peněz turista utratí v destinaci za jeden den. V tomto případě byly údaje dostupné pouze za období 2012 – 2016 (viz Obr. č. 11). Průměrná denní útrata českých turistů se v uvedeném období pohybuje kolem 30 EUR, největší výkyv byl zaznamenán v roce 2014, kdy poklesly až na 26,58 EUR za den. V následujících letech již docházelo k pozvolnému růstu, ale 31,9 EUR za den z roku 2016 znamenalo pro ČR v porovnání s ostatními členskými zeměmi EU stále poslední místo.

Obr. č. 11: Průměrné denní výdaje českých turistů v letech 2012 – 2016

eurostat
Table Graph Map
2.4.2-r2163-2018-08-17 (PROD) Online support Legal Notice
Average expenditure per night (from 2012 onwards) Code: tin00196
The total consumption expenditure made by a visitor or on behalf of a visitor for and ... [more](#)

expend Total Flags Codes Labels Codes & Labels 1 234,56 1,234,56 1,234,56

geo	time	2012	2013	2014	2015	2016
Czechia		29.59	30.31	26.58	31.54	31.9

Zdroj: převzato z Eurostat (2018)

K průměrným denním výdajům seniorů¹³ se bohužel nepodařilo získat velmi aktuální data. Tomuto tématu se věnuje tisková zpráva Eurostatu z roku 2016 (Eurostat Press Office, 2016), která ovšem využívá údaje z roku 2014. Autoři zde uvádějí, že ve všech státech EU (s výjimkou Belgie) jsou průměrné denní výdaje seniorů oproti průměrným denním výdajům turistů všech věkových kategorií nižší. V případě České republiky je rozdíl velmi výrazný, čeští senioři utratili denně v průměru pouze 13,7 EUR, což bylo o 12,8 EUR méně než průměrní turisté. To je o téměř 50 % méně, což je ale podle Kačerové (2016) částečně ovlivněno i tím, že senioři často cestují mimo sezónu, která se vyznačuje nižšími cenami. Autorka si je vědoma, že uvedené statistiky jsou zastaralé a v současné době může být situace odlišná. Uvedené údaje z roku 2014 jsou tak spíše orientační a slouží spíše pro ilustraci trendu, že turisté-senioři utrácí méně než průměrní turisté.

K tématu útraty českých seniorů za dovolenou se rovněž vyjadřuje Picková (2017), která dodává, že zatímco přímo v cílové destinaci jsou jejich výdaje velmi podprůměrné, v rámci ceny samotných zájezdů, jsou ochotni si připlatit. Tvrdí, že v porovnání s průměrným českým turistou utratí senioři za dovolenou u cestovní kanceláře až o 2 500 Kč více, čímž s dostávají na průměrnou cenu až 16 200 Kč na osobu.

3.5 Spotřební chování českých seniorů v cestovním ruchu

Podle TTG (2018), který se odvolává na statistiky cestovní agentury Invia, vyražejí čeští senioři především do klasických evropských destinací, ale přibývají i tací, kteří se nebojí ani exotických dovolených. Co se týká zaměření dovolené, uvádí TTG (2018) na prvním místě odpočinek a poznávací zájezdy, což koresponduje i s oblíbeností evropských destinací. Jako typický zájezd českého seniora uvádí Hofmanová (2017) 7-11denní pobyt na některém z řeckých ostrovů uskutečněný v průběhu září či října. Toto období se podle ní vyznačuje příjemnými teplotami jak vzduchu, tak moře, nižší obsazeností hotelů a mimosezónními slevami, což je přesně to, na co český senior slyší. Mezi další oblíbené destinace TTG (2018) zařazuje Itálii, Bulharsko či Španělsko a přilehlé ostrovy, ke kterým se v posledních letech přidávají i exotičtější země jako například Egypt, Tunisko či Turecko. Jako

¹³ Z důvodu nedostupnosti dat jsou v tomto případě za seniory počítány pouze osoby starší 65 let.

kapitolu samu o sobě uvádí Slovensko a Maďarsko, kde čeští senioři vyhledávají známé termální lázně.

V této souvislosti Hofmanová (2017) cituje marketingového ředitele CK Exim Tours Stanislava Zímu, který vyzdvihuje posun v požadavcích seniorů zaznamenaný v posledních 10 letech. Senioři se podle něj stávají zkušenými cestovateli, kteří přesně vědí, co chtějí. K ubytování si vybírají hotely s různorodou skladbou hostů, neboť nestojí o separaci v rámci své věkové kategorie. Často nemají zájem o přílišnou organizovanost své dovolené, program si chtějí upravit podle sebe a od cestovní kanceláře tak očekávají spíše jen jistotu a pomoc v případě potřeby. Hofmanová (2017) ovšem zmiňuje i naprosto opačný přístup některých seniorů, kteří naopak stojí o silně organizovanou dovolenou s předem naplánovaným kulturním programem. Tito lidé naopak vyhledávají společnost stejně starých spolucestovatelů, se kterými mají stejné zájmy a potřeby.

Co se týká nákupního chování v cestovním ruchu, podle TTG (2018) senioři svou dovolenou rádi plánují a zařizují s předstihem, často využívají tzv. first-minute akce, kdy zájezdy nakupují už v zimě. To je samozřejmě žádoucí pro cestovní kanceláře, neboť to pro ně znamená včasné zajištění budoucích tržeb. Při samotném nákupu pak senioři vyžadují osobní přístup, a proto využívají raději kamenných poboček cestovních kanceláří či agentur před internetovým prodejem. Pokud jsou s danou cestovní kanceláří či agenturou spokojeni, rádi se k ní vrací. TTG (2018) udává, že až 40 % seniorů zůstává věrnými klienty své oblíbené cestovní kanceláře. Co se týká služeb, zde upřednostňují kompletní zájezdy, tedy balíčky obsahující ubytování, dopravu, stravu, transfer i služby delegáta. U těchto služeb si často potrpí na kvalitu, takže například ubytování volí nejčastěji ve čtyřhvězdičkových hotelech.

3.6 Tuzemské cestovní kanceláře zaměřující se na cestovní ruch seniorů

Jak už bylo zmíněno výše, na českém trhu v současné době existuje přibližně 860 cestovních kanceláří. Pouze dvě z nich se však otevřeně specializují na segment seniorů jakožto svou hlavní klientelu. Jedná se o CK Delfin Travel a CK Quality Tours. Obě tyto cestovní kanceláře byly v průběhu své činnosti zapojeny do programu Europe Senior Tourism a přispěly tak k popularizaci cestování českých seniorů. Přestože pouze tyto dvě cestovní kanceláře se na segment seniorů specializují přímo, lze tvrdit, že podstatné množství klasických cestovních kanceláří má ve svém portfoliu speciální nabídky či slevy určené pro seniory.

3.6.1 CK Delfin Travel s. r. o.

Cestovní kancelář Delfin Travel s. r. o. vznikla v roce 2007. Podle webu cestovani.cz (2019) navazuje tato cestovní kancelář na podnikatelskou činnost cestovní agentury Delfin, která na českém trhu působila od roku 2001 jako specialista na oblast Španělska. Delfin Travel je rovněž členem největší české asociace cestovních kanceláří ACK ČR.

CK Delfin Travel (2019a) má ve svém portfoliu vzdělávací zájezdy pro školy, pro zájmové skupiny a především pro seniory, které lze považovat za segment jejich hlavní specializace. Prezentuje se dokonce jako lídr na trhu zájezdů pro seniory, přesněji pro osoby ve věku 55+. Tato pozice byla posílena v roce 2011, kdy se CK stala oficiálním partnerem programu EST a od roku 2015 je pak jeho jediným oficiálním českým zástupcem. Díky tomu nabízí CK Delfin Travel (2019b) tzv. **Program pro seniory 55+**, který seniorům umožňuje cestování za zvýhodněných cenových podmínek. Je nutno říci, že tento program už není nadále dotován španělskou vládou, jako tomu bylo v letech, kdy byl ještě aktivní program EST. Od roku 2014 je finanční podpora poskytována na úrovni regionů a měst a nezbytná je i podpora ze strany hotelových zařízení a ostatních soukromých subjektů působících v cestovním ruchu.

Delfin Travel (2019b) vysvětluje, že účast na tomto programu a tím pádem cenově zvýhodněné zájezdy jsou dostupné všem osobám ve věku nad 55 let včetně. Španělské destinace umožňují účast i jedné osobě, která se bude zájezdu účastnit jako doprovod seniora a která podmínku věku nemusí splňovat. Ostatní destinace dokonce povolují účast libovolného počtu osob různého věku pouze s podmínkou, že minimálně jeden účastník na cestovní smlouvě bude starší

55 let. Přestože jsou zájezdy určené primárně pro klientelu 55+, není problémem, aby se jich účastnily i osoby mladšího věku. Tyto osoby ovšem nemají nárok na zvýhodněnou cenu a musí tedy počítat s příplatkem, jehož výše se odvíjí od destinace, úrovně hotelu a dalších kritérií.

Kromě cenového zvýhodnění ovšem tento program láká i na další své kvality. Delfin Travel (2019b) zdůrazňuje, že cílový segment seniorů může mít oproti „klasickým turistům“ například vyšší požadavky na delegáty, neboť vyžadují vyšší míru asistence. Delfin Travel proto deklaruje, že jejich delegáti jsou klientům nepřetržitě k dispozici, aby jim pomohli vyřešit jakékoliv problémy, které mohou nastat jak při cestování, například garantují jeho přítomnost při odbavení na letišti, či přímo v destinaci související například s jazykovou bariérou. Přímou v destinaci pak mohou klienti zdarma využít komentované prohlídky okolí a je pro ně přichystán i příchyt na uvítanou. V nabídce jsou i další zajímavé fakultativní výlety, které už jsou ovšem za příplatek. Je nutné dodat, že i tyto výlety jsou svým tempem a náročností přizpůsobeny klientele 55+ a klienti se proto nemusí obávat, že by ho nezvládli. Delfin Travel (2019b) dodává, že tvůrci zájezdů si také dobře uvědomují požadavky klientů co se týká ubytování. Vědí, že senioři vyžadují vyšší stupeň pohodlí, a proto je ubytování zajištěno pouze ve 3-4 hvězdičkových hotelích, které poskytují kvalitní služby a servis i v rámci stravování. Delfin Travel se svým klientům snaží pomoci i při dopravě na/z letiště v Praze a nabízí proto svozy z větších měst po celé České republice.

Co se týká nabídky zájezdů, má CK Delfin Travel (2019c) ve svém porfoliu téměř 30 destinací po celém světě. Největší výběr je dostupný samozřejmě ve Španělsku, což je důsledek programu EST. K dispozici je nejen pevninské Španělsko, kde své klienty vozí do oblasti Andalusie, Murcie či Katalánska, ale rovněž španělské ostrovy jako Menorca či největší z Kanárských ostrovů, Tenerife. Velmi široký výběr nabízí také v Itálii či Portugalsku, kdy svým klientům opět nabízí jak pevninské oblasti, tak ostrovy. Z dalších evropských destinací se jedná mimo jiné o Slovinsko Norsko, Island či Anglii a zapomenout nelze ani na Maďarsko, kam klienti jezdí především do lázní, například do Egeru. Mimoevropské destinace se nacházejí prakticky na všech světových kontinentech, pouze s výjimkou Afriky a Antarktidy. Z Asie Delfin Travel (2019c) nabízí turisticky oblíbené země jako Thajsko, Vietnam, Japonsko a Čínu či v poslední době stále populárnější Bali a Srí Lanku. Nevyhýbá se ani Blízkému východu, mezi jehož zástupce patří Omán a Izrael. Co se týká amerického kontinentu, jsou v nabídce zastoupeny jeho severní, střední i jižní část. Klienti si mohou vybírat mimo jiné mezi Mexikem,

Kubou, Peru, Brazílii či několika oblastmi v USA. V poslední řadě se nezapomíná ani na Austrálii a Oceánii, jejichž zatím jediným zástupcem je Nový Zéland.

Co se týká zaměření zájezdů, Delfin Travel (2019c) svou nabídku člení na pobytové, poznávací, aktivní a exotické zájezdy. **Pobytové zájezdy** cílí především na klienty hledající především odpočinek, a proto se jedná většinou o přímořské či lázeňské destinace, hlavně v oblasti jižní Evropy. Tyto zájezdy jsou realizované především na jaře a na podzim. Lákají jednak na příjemné teploty vzduchu i moře, ale také na klid a pohodu a další výhody plynoucí z toho, že se nejedná o období hlavní sezóny.

Poznávací zájezdy se podle Delfin Travel (2019c) opět soustředí na evropské destinace, ale v tomto případě je hlavním cílem poznávání jejich přírodních a kulturních zajímavostí. Z těchto zájezdů si klienti odvázejí spoustu nových zážitků a zkušeností a rovněž mají možnost poznat novou kulturu, zvyky či tradice. Objevují se zde i zájezdy za konkrétními akcemi či festivaly, například Karneval, Květinové slavnosti či Atlantský festival, které nabízí portugalský ostrov Madeira. Všechny poznávací zájezdy jsou vytvořené na míru klientele 55+, takže potenciální zájemci nemusí mít obavy z tempa či náročnosti programu.

Aktivní zájezdy jsou opět soustředěny do regionu Evropy. Delfin Travel (2019c) vysvětluje, že co se týká programu, ten je sestaven na více aktivní bázi, skládá se především z turistiky či cvičení. Opět je ale přihlédnuto k povaze segmentu klientely a program je tak přizpůsoben jejich schopnostem a požadavkům. Není také povinné účastnit se veškerých pohybových aktivit, ale je pouze na jednotlivých klientech, jestli některé z nich nenahradí odpočinkovým dnem například u moře či bazénu. Tyto aktivní zájezdy umožňují klientům poznání dané destinace z trochu jiného pohledu. Mezi aktivity nabízené v těchto destinacích patří například jóga a další druhy cvičení, různě náročná pěší turistika a trekking a na Menorce je dokonce k dispozici zájezd zaměřený na běh.

Poslední skupinou jsou podle Delfin Travel (2019c) **exotické zájezdy**, kam spadají veškeré mimoevropské destinace. Tyto zájezdy jsou určené pro klienty s dobrodružnější povahou, kteří touží po nevšedních zážitcích a chtějí poznat a objevovat vzdálenější exotické země, jejich přírodní a kulturní zajímavosti. Klienti si mohou vybírat z široké nabídky, která se i nadále rozrůstá o nové destinace.

CK Delfin Travel (2019d) prodává své zájezdy přímo i přes zprostředkovatele. Zprostředkovatelům nabízí dvě možnosti spolupráce. Cestovním kancelářím nabízí možnost

odkupu balíčků seniorských pobytů, které mohou dále prodávat jako vlastní produkty, zatímco cestovním agenturám je určen provizní prodej zájezdů jménem na účet CK Delfin Travel. Přímý prodej je pak realizován buď osobně v kamenné pobočce cestovní kanceláře, která se nachází v Biskupské ulici na Praze 1, nebo lze zájezd rezervovat na webových stránkách či telefonicky. Webové stránky Delfin Travel (2019e) jsou zpracované velmi kvalitně a klientům poskytují velké množství informací jak o samotném Programu pro seniory 55+, tak o jednotlivých zájezdech a destinacích. Zájezdy jsou přehledně rozčleněny do výše zmiňovaných skupin a každý zájezd lze dále rozkliknout a projít si detaily o dopravě, podrobný program nebo co zahrnuje či naopak nezahrnuje cena. U exotických zájezdů je pak navíc ještě záložka „Praktické informace“, kde jsou uvedeny základní informace o cestovních dokladech a vízech, o počasí, o měně a cenách či tipy co si zabalit s sebou.

Kromě podrobného popisu zájezdů přímo na webu je k dispozici ke stažení také elektronická verze katalogu na aktuální sezónu, kde jsou navíc podrobné informace o ubytování či nabídka fakultativních výletů (Delfin Travel, 2019f). Součástí webových stránek je i sekce „Články“ (Delfin Travel 2019g), která má podobu blogu a ve které jsou v několikadenních intervalech zveřejňovány zajímavé články o destinacích, které má Delfin Travel ve svém portfoliu. Tyto příspěvky poutavě popisují danou zemi, vyzdvihují její přírodní a kulturní zajímavosti a navíc jsou plné krásných fotek, které dokáží zaujmout na první pohled. Na závěr je pak vždy uveden odkaz na konkrétní zájezdy, které Delfin Travel v této destinaci nabízí. CK Delfin Travel si uvědomuje i velmi silný potenciál sociálních sítí a je aktivní na Facebooku, Instagramu i Twitteru a svůj kanál s názvem Delfin Travel má i na portálu Youtube, kam přidává krátká videa představující jejich zájezdy se záběry přímo z dané lokality či krátké rozhovory se spokojenými klienty.

3.6.2 CK Quality Tours s. r. o.

CK Quality Tours s. r. o. byla založena v roce 1997 a na počátku své činnosti se specializovala na zajišťování služeb v ČR a okolních zemích pro zahraniční klienty. Od roku 2010 pak byla jako první česká cestovní kancelář partnerem programu EST a začala se zaměřovat na seniorský cestovní ruch (Quality Tours, 2011 – 2019a).

Co se týká nabízených destinací, je portfolio Quality Tours trochu užší než u Delfin Travel. Quality Tours (2011 – 2019a) uvádí téměř 20 destinací, ale kromě zájezdů do zahraničí nabízí i zájezdy v tuzemsku. Za Delfin Travel zaostává především v počtu exotických destinací, zatím pořádají zájezdy do Vietnamu, Číny, Thajska, Indie a na Srí Lanku.

Quality Tours podobně jako Delfin Travel člení své zájezdy do několika skupin. **Pobytové zájezdy** jsou umístěny v přímořských destinacích a největší výběr opět nabízí díky členství v EST Španělsko následované Itálií. Nechybí ovšem ani zájezdy do Chorvatska, na Madeiru nebo Kypr. Tyto zájezdy jsou určeny pro klienty, jejichž cílem je pohodlí a kvalitní odpočinek (Quality Tours, 2011 – 2019b).

Druhou skupinou jsou **poznávací zájezdy**, které podle Quality Tours (2011 – 2019c) v naprosté většině případů směřují do evropských destinací, výjimkou jsou zájezdy do Thajska a na Srí Lanku, které jsou ovšem zároveň zařazeny i do další skupiny exotických zájezdů. Mezi poznávacími zájezdy jsou nabízeny jednak prodloužené víkendy, například do Říma a Valencie, ale také klasické vícedenní pobyty, kde jsou turistům představeny nejzajímavější přírodní i kulturní památky dané oblasti. Několik destinací nabízí také tzv. „Velký okruh“, kdy turisté navštíví ty nejzajímavější památky celé země. U většiny poznávacích zájezdů je také uvedeno upozornění, že jsou vhodné spíše pro aktivní seniory, kterým nebude dělat problémy o něco náročnější program. I tak ale CK Quality Tours své zájezdy přizpůsobuje faktu, že jsou určeny pro osoby starší 55 let a podle toho sestavuje jejich program.

Jak již bylo zmíněno, **exotické zájezdy** nenabízí takový výběr jako v případě Delfin Travel. Podle údajů z webových stránek (Quality Tours, 2011 – 2019d) se CK Quality Tours zaměřuje především na region Asie. I v případě těchto zájezdů je uvedeno upozornění na o něco náročnější program, který je vhodný spíše pro aktivnější seniory a v některých případech je přímo uvedeno, že zájezd není vhodný pro osoby s jakýmkoli zdravotním omezením.

CK Quality Tours (2011 – 2019e) dále nabízí skupinu zájezdů označenou jako **lázně a wellness**. Ta zahrnuje pobyty převážně ve známých tuzemských lázeňských střediscích, jako jsou například Luhačovice či oblast Západočeského lázeňského trojúhelníku. Výjimku pak tvoří zájezdy do lázní v Maďarsku. Lázeňské a wellness pobyty svou charakteristikou do velké míry připomínají pobytové zájezdy pouze s tou výjimkou, že se nejedná o přímořská letoviska. Lze ale očekávat, že tento typ zájezdů bude mít velký úspěch především u méně aktivních seniorů, kteří určitě ocení různé masáže a další relaxační či léčivé procedury, které jsou zahrnuté v ceně zájezdů.

Přestože je pro naprostou většinu zájezdů doprava poskytována letecky, pro několik z nich byla zvolena doprava autobusem. Mezi tyto **zájezdy autobusem** Quality Tours (2011 – 2019f) řadí zájezdy do Rakouska, které připomínají zájezdy poznávací, neboť program zahrnuje nenáročné horské túry po rakouských Alpách. Aby byl program vhodný i pro méně aktivní seniory, lze některé horské výstupy nahradit výjezdem lanovkou.

Jako poslední skupinu zájezdů Quality Tours (2011 – 2019g) uvádí **zájezdy Česko**. Sem spadá většina lázeňských a wellness pobytů realizovaných v tuzemsku a k nim navíc ještě několik zájezdů s cvičením pro aktivní seniory. Jedná se například o pobyty s cvičením jógy či Nordic Walking v Jánských Lázních.

Čím se Quality odlišuje od Delfin Travel, je jejich věrnostní program nazvaný „Klub 55+“. Quality Tours (2011 – 2019h) vysvětluje, že členství v klubu je podmíněno zaplacením jednorázového vstupního poplatku 1 000 Kč, přičemž klienti, kteří si v minulosti již zakoupili nějaký zájezd od Quality tours, jsou od tohoto poplatku osvobozeni a mohou se tak stát členy pouze vyplněním přihlášky. Mezi výhody plynoucí z členství patří například přednostní právo na rezervaci a výběr zájezdu, nárok na přednostní zasílání katalogů a informací o slevových akcích, speciální slevy na služby CK a jejich partnerských společností. Co se týká slev, má Quality Tours vytvořený slevový program, který poskytuje každému členovi automatickou slevu 3 % z ceny jimi pořádaného zájezdu. Kromě toho nabízejí i množstevní slevy, které se mohou vyšplhat až na 15 %. Upozorňují ale, že tyto slevy nelze uplatňovat na exotické zájezdy. Zájezdy CK Quality Tours lze zakoupit buď osobně na pobočkách na Praze 1 a Praze 10, telefonicky na bezplatné lince či prostřednictvím jejich webových stránek (Quality Tours, 2011 – 2019ch). Zde si mohou vybraný zájezd přímo zakoupit či pouze nezávazně objednat. V případě zvolení nezávazné online rezervace bude klient následně kontaktován zaměstnancem

cestovní kanceláře, který mu zodpoví veškeré dotazy, případně mu pomůže dokončit nákup daného zájezdu. Kromě tohoto přímého prodeje nabízí CK Quality Tours své zájezdy rovněž přes zprostředkovatelské cestovní kanceláře a agentury.

Webové stránky (Quality Tours, 2011 – 2019ch) jsou stejně jako u CK Delfin Travel zpracovány velmi kvalitně a poskytují klientům veškeré potřebné informace. U jednotlivých zájezdů je k dispozici podrobný popis programu včetně přesného vymezení, co je a co naopak není zahrnuto v konečné ceně. Hned na hlavní stránce je pak vyhledávací funkce, kde si klienti mohou zadat různá kritéria jako preferovaný termín, cena, doprava, typ zájezdu či země, a budou ihned přesměrováni na konkrétní zájezd, který tato kritéria splňuje. K dispozici ke stažení je rovněž elektronická verze aktuálního katalogu. V případě, že chtějí klienti dostávat pravidelné informace o novinkách z provozu CK Quality Tours, například o nových zájezdech, mohou se také přihlásit k odběru Newsletteru.

V rámci výzkumu a zpracovávání diplomové práce provedla autorka **strukturovaný rozhovor s jednatelem cestovní kanceláře CK Quality Tours, Ing. Martinem Topolem**. CK Quality Tours se jako první česká cestovní kancelář stala exkluzivním partnerem programu EST a dá se tedy říci, že se významnou měrou podílela na rozvoji cestovního ruchu seniorů v České republice. Seznam otázek je k dispozici v příloze č. 1. Tyto otázky se dají rozdělit do dvou hlavních témat. Nejdříve se autorka ptala na seniorský cestovní ruch obecně a na samotnou CK Quality Tours, na její fungování, strategii a další informace. Druhá část rozhovoru už se pak týkala výhradně programu EST a zapojení CK Quality Tours do něj.

Prvním tématem, kterému se rozhovor věnoval, byla seniorská klientela obecně. Už samotné vymezení osoby seniora může být diskutabilní, jak již bylo zmíněno v podkapitole 1.3.1. Topol (2019a) se k tomuto tématu staví tak, že toto pojetí je spíše ze sociálního pohledu než ze zaměstnaneckého. Kategorie seniorů, pokud by byla určována věkem odchodu do důchodu, by se totiž stále více zmenšovala, neboť tato věková hranice se stále navyšuje. Mezi hlavní charakteristiky seniorské klientely Topol (2019a) zahrnuje důraz na kvalitu služeb a především jejich komfort. Netvrdí, že senioři vyžadují luxusní ubytování, ale je zásadní, aby bylo dobře dostupné a v příjemné lokalitě, kde je co dělat. Klíčovým prvkem je pak osoba delegáta, který by měl být k dispozici nepřetržitě. Ideálně by měl mít také alespoň základní zdravotnické znalosti a v případě potřeby musí být schopen zařídit lékařské ošetření.

Co se týká specifík českých seniorů, uvádí Topol (2019a), že se od ostatních evropských národností příliš neliší. Na rozdíl například od Němců cestují méně, ale to je samozřejmě dáno i výší jejich příjmů. V dané destinaci se podle Topola (2019a) obecně méně druží a jsou více uzavření vůči ostatním cizincům či místnímu obyvatelstvu. Charakteristická jsou podle něj také vyšší očekávání, která čeští senioři mají, a určitý sklon ke stěžování si na malichernosti. Co se týká prvků, kterými českého seniora zaujmout, uvádí, že slevy fungují vždy a slyší na ně všechny věkové skupiny. CK Quality Tours proto volí jiný přístup a zdůrazňuje především kvalitu svých produktů. Slevy pak poskytují především prostřednictvím svého věrnostního programu 55+. Na co konkrétně senioři při výběru zájezdu hodně slyší, jsou podle Topola (2019a) jednolůžkové pokoje bez příplatků. Není výjimečné, že senior cestuje sám, což už pro něj může být nepříjemné samo o sobě, a to horší je, pokud si musí ještě připlatit za prázdné lůžko.

Co je bohužel pro české seniory velmi charakteristické je to, že neradi příliš utrácejí přímo v destinaci. Tento rys vyplývá i ze statistik Eurostatu uvedených v podkapitole 3.4, kdy se podle průměrné výše výdajů v destinaci řadili na poslední příčky žebříčku všech evropských států. Topol (2019a) potvrzuje z vlastní zkušenosti, že stejná charakteristika se vztahuje i na klienty CK Quality Tours. Dodává, že to je právě ta největší škoda, neboť cestování není jen o bydlení v hotelu a pobytu na pláži, ale mělo by být hlavně o poznávání. A poznávání nejen dané destinace a jejich památek, ale i například o zkoušení místní kuchyně v místních restauracích. Mělo by jít o zážitek. Přestože svým klientům doporučuje osvědčené lokální restaurace, které nejsou ani příliš drahé ani příliš turistické, málokdy toho využijí. Je to způsobeno i tím, že v ceně zájezdu klienti často mají plnou penzi či all inclusive, takže nejsou ochotni utrácet za jídlo v restauraci, když by jim večeře v hotelu „zbytečně propadla“. Dalším důvodem podle něj může být také jazyková bariéra či určitý ostych v neznámém prostředí, zatímco v hotelu mají všechno zařízené. Kromě restaurací nejsou klienti často ochotni utrácet ani za fakultativní výlety, které jsou v destinaci k dispozici, což vede k tomu, že se výlet vzhledem k nízkému zájmu ani neuskuteční. Senioři, kteří mají o takové poznávání zájem, se tak často účastní raději přímo poznávacích zájezdů, které jsou sice dražší, ale zato je v ceně program průvodce, vstupy do památek a další služby.

CK Quality Tour podle Topola (2019a) razí strategii, která klade důraz na kvalitu produktů, kdy hned od začátku nabízejí zájezdy s kvalitními službami za dobrou cenu, než aby nejdříve nastavili vysokou cenu a pak postupně zlevňovali a museli tak některé své zájezdy prodávat ve formě last minute. Klienti tak vědí, že ceny zájezdů jsou stabilní a nečekají tak s jejich nákupem na poslední chvíli.

Za podstatnou součást obchodní strategie považuje Topol (2019a) již zmiňovaný věrnostní program 55+, díky kterému si budují širokou základnu klientů, kteří se k nim opakovaně vrací. Senioři jsou obecně považováni za nejvěrnější klientelu, takže jakmile mají s cestovní kanceláří dobrou zkušenost, naučí se s ní jezdit a zůstanou jí věrni. Členství je po uhrazení vstupního poplatku zcela zdarma a klienti díky němu mohou čerpat celou řadu výhod. Podle Topola (2019a) se tak jedná o efektivní způsob jak s klienty komunikovat, například prostřednictvím pravidelného newsletteru.

Co se týká výběru destinací, Topol (2019a) uvádí, že CK Quality Tours klade důraz hlavně na jejich bezpečnost, která je v případě seniorské klientely velmi důležitá. Nenechávají se tak strhnout módními vlnami, které doporučují například Turecko nebo Egypt, neboť ty se jim nezdají pro segment seniorů úplně vhodné. Jejich destinační portfolio už v rámci Evropy téměř není kam rozšiřovat, neboť mají v nabídce země od Portugalska až po Kypr. Expanze je tak podle Topola (2019a) možná spíše v sektoru exotických zájezdů. Právě v případě exotických zájezdů se jedná spíše o věrné klienty, kteří už s CK Quality Tours cestovali po Evropě a teď chtějí něco nového. A právě při cestě do takto vzdálených destinací se spoléhají na osvědčenou CK, kterou znají, mají s ní dobré zkušenosti a důvěřují jí.

Primární destinací, na kterou se CK Quality Tours zaměřuje v tom smyslu, že do ní pořádá nejvíce zájezdů, je Španělsko. Topol tvrdí (2019a), že to není ani tak kvůli programu EST, jako spíše díky tomu, že Španělsko je v mnoha ohledech pro seniory ideální destinací a splňuje veškerá kritéria, která senioři ocení. Jedná se podle něj o příjemnou a bezpečnou destinaci s vysokým standardem služeb, která je v porovnání s ostatními sice o něco dražší, ale vzhledem k její kvalitě jsou to senioři ochotni přijmout.

Za zájezdy, které mají největší úspěch, Topol (2019a) považuje hlavně zájezdy poznávací, které se stále více rozšiřují i mimo Evropu, hlavně do Asie. Jedná se sice o dražší zájezdy v hodnotě až několik desítek tisíc korun, ale zase jsou to destinace, kam by se senioři jinak než s cestovní

kanceláři pravděpodobně nedostali, ať už z důvodu jazykové bariéry, velké vzdálenosti či obecně strachu z neznámého.

Za největší konkurenční výhodu CK Quality Tours považuje Topol (2019a) přetrvávající důraz na kvalitu služeb, výběr vhodných destinací a přístup ke svým klientům, kdy se snaží dělat vše opravdu poctivě. Má stálou klientelu, kterou si snaží udržet a zároveň pracuje na tom, aby získávali novou. Naopak se nechce odvolávat na tradici, kterou za konkurenční výhodu nepovažuje. Uznává, že poctivý přístup je snadno napodobitelný konkurencí, ale faktem zůstává, že pokud k tomu dojde, tak z toho bude nakonec benefitovat hlavně klient. Na druhou stranu také věří, že segment seniorských turistů je natolik velký, že je schopen uživit více než několik CK. Růst konkurence paradoxně považuje za úspěch, neboť to znamená, že se segmentu seniorů věnuje stále více cestovních kanceláří.

Podle Topola (2019a) se CK Quality Tours rozhodla do programu EST zapojit od jeho druhé sezóny. V prvním roce pouze pozorovali jeho fungování v zahraničí, konkrétně v Řecku, kde zaznamenal velký úspěch. Přestože to pro ně byl velký krok do neznáma a ani mnozí kolegové z oboru nevěřili v jeho úspěch, rozhodli se podstoupit riziko a do programu se zapojili. Topol (2019a) vysvětluje, že podmínkou bylo doložení velkého množství informací o firmě a také se museli zavázat, že za danou sezónu dovezou do španělských destinací určitý počet klientů. Tyto kvóty byly přesně vypočítané s ohledem na rozpočet programu a při jejich nedodržení hrozila cestovní kanceláři pokuta. K fungování programu Topol (2019a) dodává, že samotná CK Quality Tours dotaci přímo neinkasovala, neboť se odečítala z ceny balíčků služeb, které cestovní kancelář nakoupila od jejich poskytovatelů a dále je prodávala svým klientům. Dotace se tedy promítla do ceny balíčků, takže z programu benefitovali přímo koncoví klienti. Díky cenově výhodným zájezdům se senioři naučili více cestovat a dá se říci, že pro mnohé se stalo součástí jejich životního stylu. Díky tomu pak byli v cestování ochotni pokračovat i později, kdy bylo poskytování přímých dotací zrušeno.

Jak už bylo zmíněno v podkapitole 2.2.1, od sezóny 2014/2015 se princip fungování programu EST změnil. Topol (2019a) potvrzuje, že finanční podpora je od té doby poskytována výhradně ze strany destinací, kdy některé z nich jsou ochotny finančně dotovat svůj příjezdový cestovní ruch. Zároveň ale dodává, že ne všechny destinace původně zapojené do programu EST chtějí v této podpoře pokračovat. Udává příklad Baleárských ostrovů, které už dále nemají zájem,

neboť jejich sezóna je dostatečně široká a zájem turistů vysoký i bez dodatečné podpory. Na druhou stranu však uvádí destinace, které o poskytování podpory stále jeví zájem. Jedná se například o některé destinace v Andalusii, které jsou sice velmi hezké, ale jsou méně známé či tam není tak dobrá letecká dostupnost, a proto nejsou tak turisticky atraktivní. CK Quality Tours s těmito destinacemi stále spolupracuje a získává určitou finanční podporu opět na základě počtu osob, které v určité sezóně přivezou. Už to ovšem není tak striktní jako dříve, kdy byly přesně stanovené kvóty, které se musely dodržovat.

Jako hlavní přínos programu EST uvádí Topol (2019a) to, že v určitém smyslu nastartoval cestování seniorů. Před rokem 2010, kdy program začal, podle něj neexistovaly žádné specializované seniorské programy 55+ a CK Quality Tours tak byla první cestovní kancelář, která se tomuto segmentu začala více věnovat. V dnešní době tedy považuje za úspěch, že se na segment seniorů alespoň částečně zaměřuje více cestovních kanceláří a nabídka seniorských zájezdů je tak velmi bohatá. Na druhou stranu ale tvrdí, že na trhu stále není tolik cestovních kanceláří, které by se zaměřovaly pouze na seniory. Dodává, že většina cestovních kanceláří, které na tuzemském trhu působí, nabízí nějakou formu zvýhodnění pro starší občany. V mnohých případech se však jedná pouze o určitou slevu v řádu několika procent, ale jinak se jedná o klasický zájezd. Od zájezdu určeného výhradně pro seniory však lze očekávat i přizpůsobený program a poskytované služby.

Topol (2019a) uvádí, že aby se CK Quality Tours na trhu cestovního ruchu více vyprofilovala na segmentu seniorů, odkoupila v roce 2018 od CK OK Tours doménu Cestování seniorů, kterou v současné době oživuje. Jejím prostřednictvím nabízí i jednodenní tuzemské zájezdy, které slouží jako určitá ukázka jejich služeb, snaží se jimi oslovit a získat nové klienty. Záměrem podle něj je, že se klienti zúčastní levného jednodenního zájezdu, kde se utvrdí v tom, že CK Quality Tours nabízí kvalitní služby a organizaci, a tím spíše jí budou věřit a budou ochotni zakoupit si další i vícedenní zájezdy. Topol (2019a) uvádí, že v současné době není jednoduché oslovit klienty pouze přes reklamu a PR a je proto nutné přicházet s novými strategiemi jak si získat a v určitém smyslu vychovávat svou klientelu.

Jako drobný problém, se kterým se CK Quality Tours potýká, uvádí Topol (2019a) fakt, že je vnímána jako cestovní kancelář nabízející zájezdy pouze pro seniory, a to i přes to, že ve svém portfoliu mají zájezdy pro všechny věkové skupiny. Díky tomu jsou potenciální klienti často zmatení a nejsou si jistí, jestli se mohou daného zájezdu zúčastnit, přestože ještě nesplňují

kritéria seniora. Záměrem do budoucna podle Topola (2019a) proto je tomuto problému předejít a nabídku CK Quality Tours rozdělit na dvě samostatné domény. Doména „Cestování seniorů“ bude pokrývat domácí a výjezdový cestovní ruch klientely 55+, zatímco druhá doména „Quality Tours“ bude nabízet všechny ostatní zájezdy a zároveň bude obsahovat odkaz na doménu Cestování seniorů.

Topol (2019a) vidí i nadále v segmentu seniorů jakožto účastníků cestovního ruchu velký potenciál. Díky programu EST se naučili cestovat a cestují tak i nadále, dá se říci že i v čím dál větší intenzitě. Uvádí, že segment seniorů se stále vyvíjí a lze očekávat, že v budoucnu budou více cestovat i senioři ve vyšším věku. Z toho trendu podle něj budou i nadále profitovat cestovní kanceláře, neboť klientelu seniorů lze obecně stále považovat za méně zkušenou, vyžadující určitý stupeň asistence. Zatímco ostatní segmenty už si jsou často schopni veškeré služby zajistit sami s pomocí internetu, senioři chtějí mít vše zařízené od cestovní kanceláře, aby se nemuseli sami o nic starat. Mají také rádi skupinové zájezdy, kde mohou poznat nové lidi, seznámit se a necítí se tam sami.

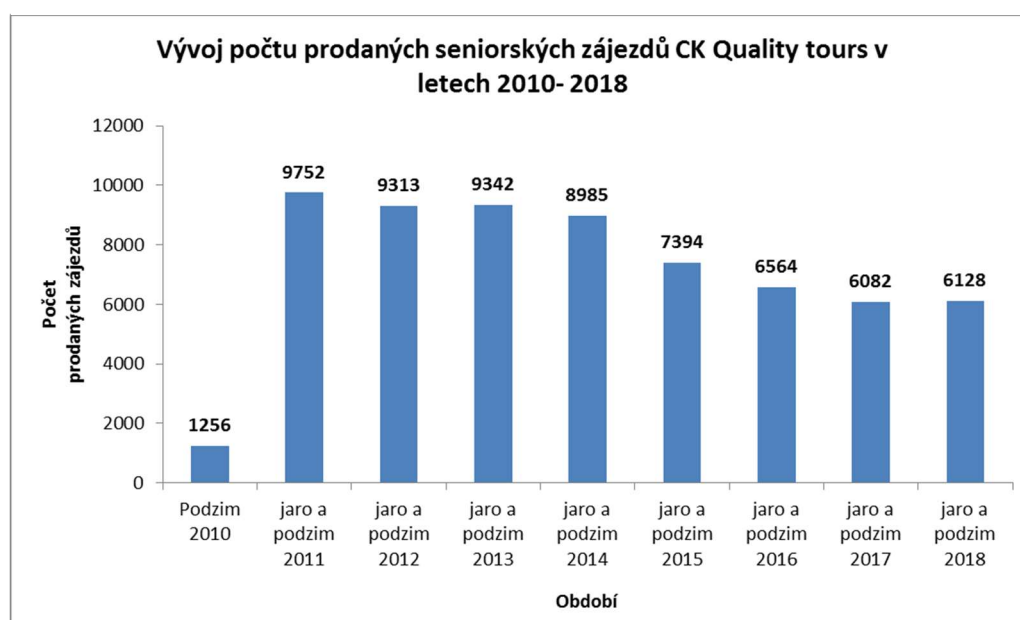
Co se týká potenciálního vzniku dalších podobných programů na podporu cestovního ruchu seniorů, v současné době k tomu podle Topola (2019a) není důvod, neboť ekonomika stále roste. Očekává však, že až nastane další hospodářská krize, bude určitá forma podpory opět zavedena. Vzhledem k tomu, že senioři dávají přednost organizovanému cestování, předpokládá, že případná podpora by opět probíhala prostřednictvím cestovních kanceláří.

Ing. Topol (2019b) následně autorce poskytl i data týkající se prodeje seniorských zájezdů v letech 2010 – 2018, která jsou přehledně zaznamenána v níže uvedeném grafu (viz Graf. č. 1). Je ale nutné uvést, že rok 2010 obsahuje data pouze z podzimního období, takže srovnání s dalšími lety není příliš vypovídající.

Ve zkoumaném období bylo nejvíce zájezdů, celkem 9 752, prodáno v roce 2011, což odpovídá prvnímu roku zapojení CK Quality Tours do programu Europe Senior Tourism. Až do konce roku 2014 pak prodeje dosahovaly relativně stabilních hodnot pohybujících se v rozmezí od 8 985 do 9 342 zájezdů. K výraznému poklesu, kdy se prodalo pouze 7 394 zájezdů, došlo v roce 2015, což koresponduje se změnou principu fungování programu EST, která byla diskutována v podkapitole 2.2.1. Z ní plynoucí zrušení finančních dotací seniorských zájezdů se tedy projevilo i na prodejkách CK Quality Tours. V roce 2016 se však prudký pokles počtu

prodaných zájezdů ustálil a v současné době dosahuje poměrně stabilních hodnot pohybujících se lehce nad 6 000 zájezdů za rok, přesněji za období jara a podzimu, kdy se seniorské zájezdy převážně pořádají. Z tohoto trendu lze tedy usuzovat, že i přes zrušení přímé finanční dotace jsou zájezdy CK Quality Tours pro seniory stále finančně dostupné, čehož bylo dosaženo již zmiňovanou podporou ze strany podnikatelů v cílových destinacích, kteří seniorům nabízejí své služby za zvýhodněné ceny.

Graf č. 1: Vývoj počtu prodaných seniorských zájezdů CK Quality Tours v letech 2010 – 2018



Vlastní zpracování podle Topol (2019b)

3.6.3 CK ATIS, a. s.

CK ATIS nebyla součástí programu EST ani se nejedná o CK zaměřenou výhradně na seniorskou klientelu. Jedná se ovšem o cestovní kancelář, která je jedničkou na trhu v produkci tuzemských zájezdů a ve svém portfoliu má i zájezdy specializující se na seniory. Proto byla do šetření v rámci této diplomové práce rovněž zahrnuta.

CK ATIS byla podle ATIS (2019a) založena prakticky hned po změně politického režimu v roce 1990 a to i přesto, že žádný z tehdejších zakladatelů neměl s podnikáním v cestovním ruchu žádné zkušenosti. Navzdory jejich počáteční nezkušenosti se jednotlivým majitelům a

zaměstnancům podařilo za dnes již téměř 30 let působení v oboru vybudovat cestovní kancelář, která je jedničkou na českém trhu v segmentu domácího cestovního ruchu a za svého nejstabilnějšího partnera ji považuje téměř 1500 cestovních kanceláří a agentur.

Podle ATIS (2019b) za svou činnost a kvalitní produktovou nabídku CK ATIS pravidelně získává nejrůznější ocenění. Již 12x byla odborníky z TTG Czech Travel Awards označena za „Nejlepší cestovní kancelář v domácím cestovním ruchu“, kdy pravidelně porážela i svého největšího konkurenta na poli tuzemského cestovního ruchu, kterým je cestovní kancelář ČEDOK. Speciální pozornosti se dostalo také jejich produktům Dovolena pro zralý věk“, „Dovolena s vozíkem“ a retro produkt „Rekreace ROH – dovolena v Tatrách jako tenkrát“, které získaly několik prestižních ocenění v kategorii „Nejlepší turistický produkt“.

Co se týká produktového portfolia, CK ATIS svou činnost dělí na dvě hlavní skupiny (ATIS (2019a)). První a primární je již zmiňovaná specializace na tuzemskou klientelu, kdy nabízí převážně rekreační a pobytové zájezdy s vlastní dopravou jednak v tuzemsku, ale v menší míře i do Chorvatska, Maďarska, Rakouska, Slovinska, Itálie, Polska a Slovenska.

Tyto zájezdy jsou kromě klasického členění podle jednotlivých cílových zemí rozdělovány také podle svého tematického zaměření. Jak uvádí obchodní a produkční ředitel CK ATIS Petr Krč, (2019) tvorba tuzemských zájezdů je stále obtížnější díky silné konkurenci v podobě pobytových zájezdů v zahraničních přímořských destinacích. Dodává, že dovolena v tuzemsku může být ohrožena nepřízní počasí, což výrazně znepríjemní prožitek klientů. Jako řešení uvádí co největší specifikaci produktové nabídky, ze které si klienti mohou vybrat přesně takovou dovolenou, kterou chtějí, čímž se minimalizují potenciální rušivé faktory. Jednotlivé zájezdy pak musí být poskytovány s doplňujícími informacemi o dané destinaci, především o zajímavostech a turistických atraktivitách v okolí, aby bylo pro klienty co nejsnazší zajistit si program za každého počasí.

V nabídce CK ATIS jsou tak produkty jako například Dovolena na houbách, Dovolena bez lepku, Dovolena na rybách, Pobyt s příchutí piva či stále oblíbenější Wellness pobyt. Za zmínku jistě stojí také produkt „Rekreace ROH – dovolena v Tatrách jako tenkrát“. Tento zájezd zavede klienty do slovenských Vysokých Tater, kde mohou prožít retro dovolenou ve stylu odborářské rekreace ROH včetně bohatého programu pod vedením kulturních referentů a ubytování v zařízení imitující zotavovnu ROH (ATIS, 2019c)

Podle ATIS (2019d) nabízí CK ATIS cenové zvýhodnění pro seniory osobám starším 50 let a to ve výši 3 % z ceny každého zájezdu s výjimkou produktu „Dovolená pro zralý věk“. ATIS (2019e) uvádí, že tato skupina zájezdů je určena speciálně pro osoby starší 50 let a zájezdy samotné jsou sestaveny tak, aby byly cenově výhodné. Dodává, že některé služby, které zahrnují, jsou tak poskytovány zdarma, například obědy či večeře, kdy plná penze je hrazena za cenu polopenze a polopenze za cenu pobytu pouze se snídaní, dále je možné získat až 3 dny pobytu zdarma, kdy za 14denní pobyt zaplatí cenu jako za 11denní. Rovněž se neúčtují příplatky za neobsazené lůžko v pokoji ani rekreační poplatek a zdarma či se slevou se pobytu spolu se svými prarodiči mohou zúčastnit i děti do 15 let. Pokoje určené pro seniory jsou pak umístěny spíše v klidové části ubytovacího zařízení a pokud toto zařízení nedisponuje výtahem, dbá se na to, aby byli senioři ubytováni v přízemí či v prvním patře. ATIS (2019e) zdůrazňuje, že pozornost je věnována i vybavení samotného pokoje, například koupelny jsou vybaveny protiskluzovými podložkami a úchyty madly. Vzhledem k tomu, že pobyty jsou nabízeny pouze s vlastní dopravou, je za poplatek možné zajistit také dodatečnou dopravu klientů z autobusové či vlakové zastávky. Produkt „Dovolená pro zralý věk“ nabízí celkem 17 rekreačních zájezdů po celé České republice a dva na Slovensku.

3.6.4 Ostatní tuzemské cestovní kanceláře

Na základě poslední zvolené výzkumné otázky se autorka zaměřila i na klasické cestovní kanceláře bez bližší specifikace na určitý segment klientů a analyzovala jejich nabídku s ohledem právě na segment seniorů. Po diskuzi s vedoucí diplomové práce autorka vybrala vzorek pěti cestovních kanceláří, které patří k největším na tuzemském trhu, a zkoumala, jestli mají ve své nabídce specializované zájezdy či slevy určené pro seniory. Je nutné podotknout, že se nejednalo o hloubkový průzkum, autorka analyzovala hlavně jejich katalogy, případně nabídku na webových stránkách. Konkrétně se jednalo o cestovní kanceláře Vítkovovice Tours, Alexandria, Fischer, Exim Tours a Čedok.

Vítkovice Tours – Klub aktivní dovolené 55+

Přestože má CK Vítkovice Tours ve svém portfoliu destinace jako Slovinsko, Slovensko, Maďarsko, Kypr, Řesko i oblasti v tuzemsku, její hlavní specializací je Chorvatsko, přičemž se

i prezentuje jako „Česká jednička na Chorvatsko“ (Vítkovice Tour, 2019). Co se týká zájezdů pro seniory, má ve své nabídce celkem 11 variant a všechny pouze v Chorvatsku. Tyto zájezdy se konají mimo hlavní sezónu, kdy destinace nejsou přeplněny turisty a jsou tak ideálním místem pro relaxaci a odpočinek. Díky mimosezónním cenám jsou i konečné ceny těchto zájezdů pro seniory mnohem příznivější. Jako specifika těchto zájezdů uvádí Vítkovice Tours (2019) bohatý program uzpůsobený cílové klientele. V nabídce jsou zajímavé výlety, společenské večery s tancem a hudbou a někdy je na programu i seznamka. Pro klienty, kteří se aktivně zajímají o své zdraví, jsou k dispozici speciální přednášky o zdravém životním stylu a konzultace s českými fyzioterapeuty či lékaři. Vzhledem ke zvolenému cílovému segmentu je na těchto pobytech kladen důraz na relaxaci a ozdravné účinky pobytu u moře. Doprovodný program je pak určen k podpoře vitality a vlastního zdraví.

CK Vítkovice Tours (2018) dodává, že k těmto seniorským zájezdům nabízí i další dodatečné slevy či akce, například děti do 12 let mají zájezd zdarma a další děti mají nárok na slevu. Podporují tak cestování seniorů s vnoučaty, což je trend, který v poslední letech rovněž získává na popularitě. I pro děti je v hotelech připraven animační program, aby jejich prarodiče měli dostatek času na sebe.

Neobvyklé je, že oproti ostatním cestovním kancelářím, které zájezdy pro seniorskou klientelu omezují věkovou hranicí, CK Vítkovice Tours na svých webových stránkách uvádí, že účast na zájezdech v Klubu aktivní dovolené 55+ není nijak věkově omezena (Vítkovice Tours, 2019).

CK Alexandria – Senior program 55^{PLUS}

CK Alexandria začíná více zohledňovat svou stávající i potenciální seniorskou klientelu a pro léto 2019 vytvořila speciální katalog (CK Alexandria, 2019). Osobám starším 55 let v něm nabízí ve vybraných termínech slevu 50 %. Tato sleva se ovšem vztahuje pouze na druhou osobu (či poslední osobu v případě vícelůžkové kapacity). Je nutné dodat, že tuto slevu lze uplatnit i v případě, že osoba starší 55 let cestuje s osobou mladší. Na zvýhodněnou cenu má nárok i osoba ubytující se v jednolůžkovém pokoji, pokud opět splní podmínku dosažení věku 55 let. CK Alexandria (2019) upozorňuje, že počet míst s touto slevou je omezen a v případě, že dojde k jejich zaplnění, může být sleva upravena či dokonce zrušena. Tyto úpravy však lze provádět pouze do budoucna, nikoliv zpětně. CK Alexandria (2019) také varuje, že tuto slevu

není možné kombinovat s žádnou další slevou či akcí a tyto zájezdy rovněž není možné platit hodnotovými poukázkami, slevovými kupóny či speciálními šeky Alexandria Bonus Klubu. Speciální katalog pro seniory nabízí celkem pět zemí, a to Bulharsko, Řesko, Španělsko, Itálii a Turecko, tedy oblasti klasické pro přímořskou rekreaci. Na rozdíl od nabídky Vítkovice Tours však program není nijak přizpůsoben seniorské klientele a jediným specifikem těchto zájezdů tak zůstává poskytovaná sleva.

CK Fischer – Klub Fun & Active 55+

Fischer (1999 – 2018a) si uvědomuje, že požadavky na dovolenou seniorů se liší od požadavků klasických klientů v mladších věkových kategoriích. Proto segmentu seniorů nabízí zájezdy vytvořené jím na míru s ohledem na tyto požadavky, a to ve spolupráci s partnerskou CK Quality Tours, která byla podrobně rozebrána v podkapitole 3.6.2. Zdůrazňuje, že tyto zájezdy jsou nejen cenově výhodné, ale také je kladen důraz na výběr hotelů, které splňují kritéria programu 55+. Všechny hotely tak garantují bezproblémový pohyb, dostupnost zdravotní péče a hlavně vysokou kvalitu poskytovaných služeb, kam patří i česky nebo slovensky hovořící delegát. Nabízené zájezdy jsou podle Fischer (1999 – 2018a) v převážně většině pořádány v mimosezónních termínech v květnu, září a říjnu, což je pro seniorské zájezdy typické a umožňuje to i jejich nižší cenu. Kromě zvýhodněné ceny mohou klienti ušetřit i díky dalším slevám, které lze na tyto zájezdy uplatit jako například klasické First Minute či slevy díky nákupu online. Je však otázkou, do jaké míry senioři tuto slevu ocení, neboť bylo již dříve zmíněno, že tento segment preferuje nákup spíše osobně v kamenné prodejně. Co se týká destinací, mohou si senioři vybírat z poměrně široké nabídky, nejvíce jsou zastoupeny oblasti Španělska a Řecka, ale objevují se i destinace v Itálii, Portugalsku, Egyptě či na Kypru.

Kromě výše uvedených zájezdů uzpůsobených pro seniory, zmiňuje na svých webových stránkách Fischer (1999 – 2018b) také tzv. klub Fun & Active 55+. Pobyty Fun & Active 55+ se opět vyznačují dobou konání mimo hlavní sezónu, tedy v období příjemnějšího počasí bez příliš vysokých teplot a zároveň příznivějších cen. Samozřejmostí je vysoká kvalita služeb, kvalitní lékařská péče přímo v destinaci, příjemné okolí hotelu ideální k procházkám či možnost požádat animátora o pomoc při potřebě překladu. Fischer (1999 – 2018b) dále zmiňuje hlavně propracovaný animační program skládající se z různých sportovních, relaxačních i kulturních aktivit, kam patří sportovní turnaje, nenáročné pěší túry po atraktivitách v okolí,

vědomostní soutěže a kvízy či široká škála společenských her. Tento animační program je veden česky mluvícím animátorem a účast na něm je samozřejmě zcela dobrovolná.

Autorka se o tento program dále zajímala prostřednictvím emailové komunikace, konkrétně byla v kontaktu s prodejkyní Klárou Maxerovou (2019). Ta potvrdila, že o tento program bohužel nebyl takový zájem, aby byl rozšiřován do dalších hotelů. V současné době je tak dostupný pouze v jednom hotelu na španělské Mallorce.

Exim Tours – Dotované zájezdy 50+

Cestovní kancelář Exim Tours pro své stávající i potenciální klienty pro rok 2019 vytvořila nový katalog určený pouze pro segment seniorů, což se v tomto případě vztahuje na osoby starší 50 let (Exim Tours, 2016). Senioři si mohou vybírat z široké nabídky nejoblíbenějších přímořských destitací, kam patří již tradiční oblasti v Egyptě, Řecku, Bulharsku, Španělsku či Itálii ale i exotičtější země jako Kapverdy, Senegal či Spojené Arabské Emiráty. Zájezdy v tomto katalogu Exim Tours (2016) označuje jako „dotované“, ovšem jak už bylo zmíněno dříve, jejich dotace spočívá právě ve spolupráci s poskytovateli služeb, kteří jsou ochotni poskytovat je seniorům za zvýhodněné ceny. Jednotlivé zájezdy v tomto katalogu nabízejí svým klientům kromě levnějších cen také dodatečné výhody, mezi které patří například půldenní či celodenní výlet zdarma, přítomnost lékaře či možnost jeho přivolání, jednolůžkové pokoje bez příplatku, český delegát, zábavné aktivity v rámci hotelového programu, příznivé podmínky pro zlepšení zdravotního stavu a další. Každý zájezd je také jasně označen, pro jakou věkovou kategorii je určen, neboť Exim Tours (2016) segment seniorů dále člení na 50+, 55+, 60+ a 65+. Je ale nutno dodat, že nejvíce zájezdů je dostupných pro věkovou skupinu 50+.

Exim Tours samozřejmě poskytuje na své zájezdy i další klasické slevy, ovšem ty nelze na speciální seniorské zájezdy z tohoto katalogu vůbec uplatnit.

Čedok – Silver Club (Dovolená 55+)

Cestovní kancelář Čedok (2019) rovněž na segment seniorů nezapomíná a vytvořila pro ně tzv. „Silver Club“. Nabízí jim speciální zájezdy za zvýhodněné ceny, které stejně jako Exim Tours označuje jako „dotované“, přičemž sleva oproti klasickým zájezdům dosahuje v některých případech až 50%. Zájezdy v rámci Silver Clubu nabízejí ubytování v celkem 38 hotelech a v ceně je zahrnut i bohatý animační program. Ten zahrnuje celodenní aktivity včetně

zajímavých výletů přizpůsobené klientele 55+ a to vše samozřejmě v českém jazyce. Čedok (2019) dodává, že Silver Club je dostupný celkem v sedmi destinacích, a to v Bulharsku, Chorvatsku, Itálii, na Kanárských ostrovech, Kypru, v Řecku a samozřejmě ve Španělsku. Zvýhodněné zájezdy pro seniory se opět konají v období mimo hlavní sezónu, především v červnu, září a říjnu.

Závěr

Autorka si v úvodu práce stanovila 4 základní výzkumné otázky:

1) Program EST přispěl k rozvoji a růstu cestovního ruchu seniorů v Evropě

Tato výzkumná otázka se v diplomové práci jednoznačně potvrdila. Program EST byl již od první sezóny svého fungování velmi populární mezi seniory napříč Evropou. V podkapitole 2. 2, která se podrobně věnuje jeho hodnocení, jsou uvedena konkrétní data o počtu seniorů, kteří s jeho pomocí vycestovali na dovolenou do Španělska, přičemž za čtyři zmiňované sezóny jich bylo téměř 130 tisíc. Jak je v této podkapitole dále zmíněno, prošel program v průběhu svého fungování značným vývojem a od sezóny 2014/2015 již fungoval na podstatně odlišném principu, kdy bylo zrušeno poskytování dotace španělskou vládou a místo toho byla finanční podpora poskytována ze strany destinací, které byly ochotné finančně podporovat svůj příjezdový cestovní ruch. Finanční podpora pro seniory plynula také ze spolupráce podnikatelů v těchto cílových destinacích, kteří byli ochotni poskytovat seniorům své služby za zvýhodněné ceny. Díky této změně pak nebylo ukončení celého programu EST takovým šokem, neboť finanční podpora cestování evropských seniorů, která byla v prvních letech fungování jeho hlavní devizou, povolna přešla do rukou zainteresovaných aktérů přímo v daných destinacích. I po ukončení programu EST tak byl seniorský cestovní ruch nadále podporován, neboť si tito aktéři uvědomili jeho vysoký potenciál snižovat sezónnost a další příznivé vlivy na ekonomiku a zaměstnanost i kvalitu života evropských seniorů.

2) Program EST přispěl k rozvoji a růstu cestovního ruchu seniorů v ČR

Potvrzení této výzkumné otázky lze rozdělit na tři části. V první řadě bylo prokázáno, že čeští senioři se velmi aktivně účastnili programu EST, v podkapitole 2.2.2 bylo dokonce uvedeno, že patřili mezi hlavní zdrojové trhy. Z toho lze vyvodit, že čeští senioři jsou relativně hodně cenově citliví a peněžní dotace či jiné finanční zvýhodnění je dokáže přesvědčit k účasti na cestovním ruchu. Díky již zmiňovaným přetrvávajícím efektům programu EST, kdy jsou seniorům i po jeho oficiálním ukončení poskytovány různé slevy a další zvýhodnění, tak přetrvává i jejich rostoucí účast na cestovním ruchu. Je nutné zmínit i segment seniorů obecně, který bude díky trendu stárnutí obyvatelstva podle prognóz Českého statistického úřadu neustále růst a s tím bude růst i potenciální segment účastníků cestovního ruchu z jeho řad.

Vzhledem k měnícím se charakteristikám typického seniora, který dnes zůstává aktivní do stále vyššího věku, má zájem o poznání nových míst a zážitků a často má i po odchodu do penze dodatečné příjmy a tím pádem disponuje i dostatečnou kupní silou, lze opět očekávat, že jejich podíl na turismu rezidentů ČR bude i do budoucna růst.

Rozmach cestovního ruchu seniorů v ČR lze dále potvrdit také statistikami uvedenými v podkapitole 3.4. Ty dokazují, že v posledních letech je téměř třetina cestovního ruchu českých rezidentů generována v segmentu seniorů, a to ať z pohledu počtu účastníků, počtu uskutečněných cest či celkových vynaložených výdajů.

Jako poslední důkaz podporující stanovenou výzkumnou otázku lze uvést cestovní kanceláře specializované na segment seniorů, které fungují a prosperují na českém trhu. Jedná se o cestovní kanceláře zmiňované v podkapitolách 3.6.1 a 3.6.2, tedy CK Quality Tours a CK Delfin Travel. Tyto cestovní kanceláře byly obě zapojeny do programu EST a dá se říci, že se díky němu více vyprofilovaly na segment seniorů. I po jeho oficiálním ukončení si tuto specializaci ponechaly a díky spolupráci s poskytovateli služeb v cílových destinacích, a to nejen ve Španělsku, ale v současné době již téměř po celém světě, nabízejí seniorům i nadále zájezdy za zvýhodněné ceny a zároveň uzpůsobené jejich specifickým potřebám a požadavkům. V případě CK Quality Tours se autorce podařilo získat i konkrétní počty prodaných seniorských zájezdů v letech 2010 – 2018, znázorněné v přehledném grafu (viz Graf. č. 1) v podkapitole 3.6.2, které dokazují stabilitu tohoto segmentu.

3) Program EST přispěl ke vzniku specializovaných cestovních kanceláří zaměřujících se na seniory

Výsledky této výzkumné otázky jsou trochu diskutabilní. Obě cestovní kanceláře specializované na cestovní ruch seniorů – CK Quality Tours i CK Delfin Travel - na českém trhu existovaly již před spuštěním programu EST. Je ale nutné dodat, že až díky němu se na segment seniorů více vyprofilovaly a začaly se na něj specializovat. Vzhledem k tomu, že v současné době na českém trhu nejsou žádné další cestovní kanceláře, které by se specializovaly pouze na seniory, jsou CK Quality Tours i CK Delfin Travel nuceny k neustálým inovacím ve svém portfoliu, aby svým klientům nabízely nové destinace a udržely si tak jejich zájem.

4) I klasické cestovní kanceláře si uvědomily potenciál segmentu seniorů v cestovním ruchu a částečně tomu přizpůsobují svou nabídku (slevy, speciální zájezdy)

Tato výzkumná otázka byla rozebírána v podkapitole 3.6.4, kdy byla potvrzována na vzorku pěti cestovních kanceláří, které patří k největším na tuzemském trhu. Její výsledky lze shrnout do následujících tvrzení. V první řadě se potvrdilo, že všech pět zmíněných cestovních kanceláří si uvědomuje silný potenciál seniorské klientely a alespoň částečně jí přizpůsobuje svou nabídku. Všechny cestovní kanceláře, s výjimkou CK Vítkovice Tours, limitují využívání zvýhodněných pobytů věkovou hranicí, která však není jednoznačně stanovena. CK Alexandria a Fischer mají věkovou hranici určenou na věk 55 let, zatímco Exim Tours a Čedok jako seniory uznávají osoby již od 50 let věku. Tím se jejich přístup liší i od programu EST, který jako seniory oprávněné čerpat výhody z něj plynoucí, uznával pouze osoby starší 55 let. Dalším znakem, který mají vybrané tuzemské CK společný, je období pořádání seniorských zájezdů, kterým je doba mimo hlavní sezónu, převažují zájezdy konané v květnu/červnu a v září/říjnu. Co se týká samotných zájezdů, pouze CK Alexandria jejich program seniorům nijak nepřizpůsobuje a od klasických zájezdů se ty seniorské liší pouze díky poskytované slevě. Všechny ostatní cestovní kanceláře zájezdy vytvářejí s ohledem na specifické požadavky či možnosti klientů, kdy kladou důraz na česky mluvící delegáty, některé hotely nabízejí jednolůžkové pokoje bez příplatku, zdůrazněna je přítomnost lékaře a v programu nechybí společenské aktivity oblíbené mezi seniory.

Autorka si uvědomuje, že pro naprosté potvrzení této výzkumné otázky by bylo nutné provést podrobnější výzkum, ať už co se týká hloubky, tak reprezentančního vzorku, kdy by měla být analyzována nabídka co největšího množství tuzemských cestovních kanceláří. Takový výzkum by však podle autorky přesahoval rozsah této diplomové práce, a proto ho uvádí jako doporučení pro další práci.

Program Europe Senior Tourism zafungoval jako prvotní impuls k tomu, že se se seniory v cestovním ruchu začalo více počítat. Dá se tedy tvrdit, že tento program v určitém smyslu nastartoval v Evropě seniorský cestovní ruch. Jednalo se o první významnou iniciativou, která využila finanční pobídky snižující skutečnou cenu zájezdů k tomu, aby nalákala nový segment turistů k návštěvě určité země. I po oficiálním ukončení programu EST podpora seniorů v cestovním ruchu nadále pokračovala, a to díky spolupráci zainteresovaných aktérů, díky které byly seniorům i nadále nabízeny finančně zvýhodněné zájezdy. Podnikatelé v cestovním ruchu si totiž uvědomili zvýšenou cenovou citlivost segmentu seniorů a zároveň jejich rostoucí potenciál, takže pro ně začali vytvářet takové produkty, které odpovídaly jejich požadavkům, co se týká programu, kvality i ceny. Své ceny tak začali stanovovat na takové úrovni, že již nebyla potřeba dotace zvenku a i tak byly produkty pro segment seniorů finančně dostupné. Program tak splnil účel, který si stanovil na svém počátku, tedy podpořit mezinárodní výměny seniorů v zemích EU.

Od programu EST si jeho tvůrci slibovali kromě výše uvedeného také zmírnění vlivů sezónnosti, která je ve Španělsku jakožto typické 3S destinaci podstatným problémem. Program EST využíval jedné z hlavních charakteristik cestovního ruchu seniorů, tedy toho, že senioři jsou ochotni cestovat až po hlavní sezóně, například na jaře či na podzim. Růstem objemu cestování seniorů, tak byla alespoň částečně prodloužena hlavní sezóna a dopady sezónnosti tak byly zmírněny. Jednalo se například o lepší využití existující infrastruktury cestovního ruchu, především v hotelnictví a pohostinství. Profitovala z toho samozřejmě i pracovní síla, která díky protažení sezóny získala delší období stabilního zaměstnání. To mělo příznivý dopad i na vládní výdaje, které se díky snížení vyplácených podpor v nezaměstnanosti snížily, a zároveň na vládní příjmy, které narostly díky dodatečným daňovým příjmům. Program EST přispěl také ke zvýšení atraktivity Španělska jakožto cílové destinace pro nový segment – segment seniorů – a také mu pomohl získat nové zdrojové země, jejichž obyvatelé do Španělska z různých důvodů dříve necestovali. Veškeré tyto dopady měly příznivý vliv na konkurenceschopnost sektoru cestovního ruchu.

Seznam obrázků

Obr. č. 1: Účast na cestovním ruchu pro osobní účely podle věkové skupiny (počet turistů) v roce 2017 – věková skupina 55 – 64 let.....	31
Obr. č. 2: Účast na cestovním ruchu pro osobní účely podle věkové skupiny (počet turistů) v roce 2017 – věková skupina nad 65 let	32
Obr. č. 3: Naděje dožití mužů a žen při narození od roku 1960	56
Obr. č. 4: Účast na cestovním ruchu pro osobní účely (počet turistů) v letech 2012 – 2017 ...	60
Obr. č. 5: Účast na CR pro osobní účely podle věkové skupiny (počet turistů) – kategorie 55 – 64 let v letech 2012 – 2017	61
Obr. č. 6: Účast na CR pro osobní účely podle věkové skupiny (počet turistů) – kategorie nad 65 let v letech 2012 – 2017	61
Obr. č. 7: Celkový počet cest českých turistů v letech 2012 – 2017.....	62
Obr. č. 8: Výdaje podle výdajových skupin – celkové výdaje v tis. EUR v letech 2012 – 2017	64
Obr. č. 9: Celkové výdaje v tis. EUR v letech 2012 – 2017 - věková skupina 55 – 64 let	64
Obr. č. 10: Celkové výdaje v tis. EUR v letech 2012 – 2017 - věková skupina nad 65 let	65
Obr. č. 11: Průměrné denní výdaje českých turistů v letech 2012 – 2016.....	65

Seznam tabulek

Tab. č. 1: Souhrnné statistiky o programu EST	51
Tab. č. 2: Celkový počet cest českých turistů ve věku 55 – 64 let v letech 2012 – 2017	62
Tab. č. 3: Celkový počet cest českých turistů ve věku nad 65 let v letech 2012 – 2017	63

Seznam grafů

Graf č. 1: Vývoj počtu prodaných seniorských zájezdů CK Quality Tours v letech 2010 – 2018	80
--	----

Seznam použitých zdrojů

- [1] AGE PLATFORM EUROPE. *International tourism grows but what about senior tourism?*. [online] 2015 [cit. 2019-01-15]. Dostupné z: <https://www.age-platform.eu/special-briefing/international-tourism-grows-what-about-senior-tourism>
- [2] ALÉN, E., DOMÍNGUEZ, T. a LOSADA, N. New Opportunities for the Tourism Market: Senior Tourism and Accessible Tourism. In *Visions for Global Tourism Industry - Creating and Sustaining Competitive Strategies*. Editor Dr. Murat Kasimoglu. InTech, 2012. Kapitola 7, s. 139-166. ISBN: 978-953-51-0520-6. Dostupné z: <http://cdn.intechopen.com/pdfs/35523.pdf>
- [3] ATIS. *ATIS a.s. - Cestovní kancelář*. [online] ©2019a [cit. 2019-03-15] Dostupné z: <https://www.atis.cz/informace/ck-atis/>
- [4] ATIS. *Ocenění a vize*. [online] ©2019b [cit. 2019-03-15] Dostupné z: <https://www.atis.cz/informace/oceneni-a-vize/>
- [5] ATIS. *Rekreace ROH – Dovolená jako tenkrát*. [online] ©2019c [cit. 2019-03-15] Dostupné z: <https://www.atis.cz/vysledky-vyhledavani/?CatalogueID=48>
- [6] ATIS. *Vzory slev a výhod*. [online] ©2019d [cit. 2019-03-15] Dostupné z: https://www.atis.cz/Public/czatis/poskytovane_slevy_a_vyhody/poskytovane_slevy_a_vyhody.jpg
- [7] ATIS. *Dovolená pro zralý věk*. [online] ©2019e [cit. 2019-03-15] Dostupné z: <https://www.atis.cz/vysledky-vyhledavani/?CatalogueID=11>
- [8] BERÁNEK, J. *Moderní řízení hotelového provozu*. 5., zcela přepracované vydání. Grada Publishing a. s., 2016. 336 s. ISBN 9788027193608

- [9] CESTOVÁNÍ.CZ. *Delfin travel s.r.o.* [online] [cit. 2019-03-13]. Dostupné z: <https://www.cestovani.cz/cestovky/delfin-travel/>
- [10] CK ALEXANDRIA. *Senior program 55 PLUS*. [online] ©2019 [cit. 2019-04-19]. Dostupné z: <https://store.alexandria.cz/images/public/katalog/senior-program-2019/31/#zoom=z>
- [11] COT. *Asociace: Počet cestovních kanceláří v ČR klesl na 881*. [online] 2016 [cit. 2019-01-15]. Dostupné z: <https://www.icot.cz/asociace-pocet-cestovnich-kancelari-v-cr-klesl-na-881/>
- [12] CSES (Centre for Strategy & Evaluation Services). *Europe Senior Tourism (ES) - CASE 3 In Enhancing the Competitiveness of Tourism in the EU: An Evaluation Approach to Establishing 20 Cases of Innovation and Good Practice*. 2013. s. 14-20. Dostupné z: <http://www.prodetur.es/prodetur/AlfrescoFileTransferServlet?action=download&ref=4c073710-a3bf-48a4-ab13-fd186c68b6c2>
- [13] ČEDOK. *Dovolená 55+*. [online] ©2019 [cit. 2019-04-19]. Dostupné z: <https://www.cedok.cz/silver-club/>
- [14] ČSÚ (Český statistický úřad). *Senioři v mezinárodním srovnání 2017*. [online] 2017 [cit. 2019-01-15]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/documents/10180/46239581/310034171.pdf/73c5195d-8162-41ea-b7c2-a7b64ecd01a3?version=1.0>
- [15] ČSÚ (Český statistický úřad). *Satelitní účet cestovního ruchu*. [online] 2018a [cit. 2019-02-13]. Dostupné z: https://www.czso.cz/csu/czso/satelitni_ucet_cestovniho_ruchu

- [16] ČSÚ (Český statistický úřad). *Senioři a zdraví 2018*. [online] 2018b [cit. 2019-01-15]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/documents/10180/60664322/31003418b1pdf/11e9eab0-c51b-4dda-8e05-0a8fbfd1012e?version=1.0>
- [17] ČSÚ (Český statistický úřad). *Vývoj obyvatelstva České republiky, Obyvatelstvo podle věku a rodinného stavu*. [online] 2018c [cit. 2019-01-15]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/documents/10180/61565976/1300691801.pdf/1cce4610-d412-4d04-994e-dbf5a16386e4?version=1.2>
- [18] ČSÚ (Český statistický úřad). *Projekce obyvatelstva České republiky - 2018 – 2100*. [online] 2018d [cit. 2019-01-15]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/documents/10180/61566242/13013918u.pdf/6e70728f-c460-4a82-b096-3e73776d0950?version=1.2>
- [19] ČSÚ (Český statistický úřad). *Složení obyvatelstva podle pohlaví a jednotek věku k 31. 12. 2017*. [online] 2019 [cit. 2019-01-15]. Dostupné z: https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=vystup-objekt-vyhledavani&z=T&f=TABULKA&katalog=all&pvo=DEMD001&vyhltext=slo%25C5%25BEen%25C3%25AD%2Bobyvatelstva%2Bpodle%2Bpohlav%25C3%25AD%2Ba%2Bjednotek%2Bv%25C4%259Bku&bkv=c2xvxb5lbsOtlG9ieXZhdGVsc3R2YSBwb2RsZSBwb2hsYXbDrSBhIGplZG5vdGVrIHbEm2t1&str=v4&c=v3~2__RP2017MP12DP31#w
- [20] DELFÍN TRAVEL. *O nás*. [online] ©2019a [cit. 2019-01-15]. Dostupné z: <https://www.dovolenaproseniory.cz/o-nas/>
- [21] DELFÍN TRAVEL. *Program pro seniory 55+*. [online] ©2019b [cit. 2019-01-15]. Dostupné z: <https://www.dovolenaproseniory.cz/program-pro-seniory/>
- [22] DELFÍN TRAVEL. *Zájezdy*. [online] ©2019c [cit. 2019-01-15]. Dostupné z: <https://www.dovolenaproseniory.cz/destinace/>

- [23] DELFÍN TRAVEL. *Pro CK & CA*. [online] ©2019d [cit. 2019-01-15]. Dostupné z: <https://www.dovolenaproseniory.cz/pro-ck-ca/>

- [24] DELFÍN TRAVEL. *Oficiální webové stránky*. [online] 2019e [cit. 2019-01-15]. Dostupné z: <https://www.dovolenaproseniory.cz/>

- [25] DELFÍN TRAVEL. *Katalog zájezdů 2019*. [online] ©2019f [cit. 2019-01-15]. Dostupné z: <https://www.dovolenaproseniory.cz/wp-content/uploads/2018/11/DTkatalog2019.pdf>

- [26] DELFÍN TRAVEL. *Články*. [online] ©2019g [cit. 2019-01-15]. Dostupné z: <https://www.dovolenaproseniory.cz/blog/>

- [27] DIEKMANN, A. a MCCABE, S. Systems of social tourism in the European Union: a critical review. In: Minnaert, L., Maitland, R. a Miller, G. *Social Tourism: Perspectives and Potential*. Routledge, 2013, s. 417 – 430. ISBN 978-1138798403

- [28] ECALYPSO. *About eCalypso*. [online] ©2019a [cit. 2019-03-13]. Dostupné z: <http://www.ecalypso.eu/steep/public/about.jsf?id=22>

- [29] ECALYPSO. *eCalypso Ethical Chart*. [online] ©2019b [cit. 2019-03-13]. Dostupné z: http://www.ecalypso.eu/estatico/files/documents/docu_28429_1435064586981.pdf

- [30] ECALYPSO. *How to join*. [online] ©2019c [cit. 2019-03-13]. Dostupné z: <http://www.ecalypso.eu/steep/public/howToJoin.jsf?id=24>

- [31] ECALYPSO. *Resources*. [online] ©2019d [cit. 2019-03-13]. Dostupné z: <http://www.ecalypso.eu/steep/public/resources.jsf?id=39>

- [32] ECALYPSO. *eCalypso, the European Platform to support Tourism for All across Europe. Join it now.* [online] ©2019e [cit. 2019-03-13]. Dostupné z: http://www.ecalypso.eu/estatico/files/documents/news_27948_1407137745649.pdf
- [33] EST (Europe Senior Tourism). *The public tender has begun to start up the Europe Senior Tourism pilot program.* [online] 2009a [cit. 2019-01-15]. Dostupné z: <http://www.europesenior tourism.eu/open cms/comun/noticias/concursoPublico.html>
- [34] EST (Europe Senior Tourism). *Viajes Zoetrope.* [online] 2009b [cit. 2019-03-22]. Dostupné z: <http://www.europesenior tourism.eu/open cms/comun/noticias/firmaViajesZoetrope.html>
- [35] EST (Europe Senior Tourism). *Evaluation of the profitability and economic impact generated by the Europe Senior Tourism programme.* [online] 2011a [cit. 2019-03-22]. Dostupné z: <http://www.europesenior tourism.eu/export/sites/senior/comun/descargas/evaluationEuropeSeniorTourismProgramme.pdf>
- [36] EST (Europe Senior Tourism). *Spain, Portugal and Poland are preparing a new programme for seniors with the EC.* [online] 2011b [cit. 2019-03-22]. Dostupné z: http://www.europesenior tourism.eu/open cms/comun/noticias/Espana_Portugal_y_Polonia_trabajan_en_un_nuevo_programa_para_seniors_con_la_ce.html
- [37] EST (Europe Senior Tourism). *Viajes Iberia, Viajes Barceló and Viajes Halcón's temporary joint venture awarded the 2011-2012 Europe Senior Tourism contract.* [online] 2011c [cit. 2019-03-22]. Dostupné z: http://www.europesenior tourism.eu/open cms/comun/noticias/Viajes_Iberia_Viajes_Barcelo_y_Viajes_Halcon_en_UTE_adjudicatarias_del_programa_Turismo_Senior_Europa_para_2011_2012.html

- [38] EST (Europe Senior Tourism). *Successful Europe Senior Tourism presentations in Bratislava and Prague*. [online] 2012 [cit. 2019-03-22]. Dostupné z: http://www.europeseniortourism.eu/opencms/comun/noticias/exito_en_las_presentaciones_en_bratislava_y_praga_del_europe_senior_tourism.html
- [39] EST (Europe Senior Tourism). *Europe Senior Tourism is promoted in the Prague trade fair*. [online] 2013 [cit. 2019-03-22]. Dostupné z: http://www.europeseniortourism.eu/opencms/comun/noticias/Europe_Senior_Tourism_se_pone_promociona_en_la_feria_de_Praga.html
- [40] EST (Europe Senior Tourism). *The Secretary of State for Tourism presents the new Europe Senior Tourism model*. [online] 2014a [cit. 2019-03-22]. Dostupné z: http://www.europeseniortourism.eu/opencms/comun/noticias/LaSETpresentaelnuevo_modelo.html
- [41] EST (Europe Senior Tourism). *New model for Europe Senior Tourism 2014*. [online] 2014b [cit. 2019-03-22]. Dostupné z: http://www.europeseniortourism.eu/opencms/comun/noticias/Nuevo_modelo_para_la_edicion_2014_del_Europe_Senior_Tourism.html
- [42] EST (Europe Senior Tourism). *Europe Senior Tourism at the Czech fair Holiday World*. [online] ©2014c [cit. 2019-03-22]. Dostupné z: <http://www.europeseniortourism.eu/opencms/comun/noticias/PromoRChecaFeb2016.html>
- [43] EST (Europe Senior Tourism). *ANBAL and SEGITTUR work to include spas in the EST offer*. [online] 2015a [cit. 2019-03-22]. Dostupné z: http://www.europeseniortourism.eu/opencms/comun/noticias/ANBAL_y_SEGITTUR_trabajan_para_integrar_balnearios_en_la_oferta_del_EST

- [44] EST (Europe Senior Tourism). *Europe Senior Tourism launches the destination certification process for 2015/2016* [online] 2015b [cit. 2019-03-22]. Dostupné z: http://www.europeseniortourism.eu/opencms/comun/noticias/Abierto_homologacion_destinos_20152016
- [45] EST (Europe Senior Tourism). *Meeting between certified destinations and commercial agents for Europe Senior Tourism 2015/2016*. [online] 2015c [cit. 2019-03-22]. Dostupné z: http://www.europeseniortourism.eu/opencms/comun/noticias/Encuentro_entre_destinos_homologados_y_comercializadores_Europe_Senior_Tourism_20152016
- [46] EST (Europe Senior Tourism). *The EST programme also includes the offer of spa resorts*. [online] 2015d [cit. 2019-03-22]. Dostupné z: http://www.europeseniortourism.eu/opencms/comun/noticias/El_programa_EST_incorpora_la_oferta_de_balnearios
- [47] EU Business. *Calypso - Social Tourism in the EU*. [online] 2009 [cit. 2019-01-15]. Dostupné z: <https://www.eubusiness.com/topics/transport/calypso>
- [48] EUROPEAN COMMISSION. *Europe, the best destination for seniors: Facilitating cooperation mechanisms to increase senior tourists' travels, within Europe and from third countries, in the low and medium seasons*. [online] 2014 [cit. 2019-02-15]. Dostupné z: <http://ec.europa.eu/DocsRoom/documents/5977>
- [49] EUROPEAN UNION. *Calypso widens Europe's travel horizons*. [online] 2010 [cit. 2019-02-15]. Dostupné z: https://www.accessibletourism.org/resources/leaflet_calypso_2010_en.pdf
- [50] EUROPEAN UNION. *Calypso means tourism for all*. [online] 2011 [cit. 2019-02-15]. Dostupné z: <http://europski-fondovi.eu/sites/default/files/dokumenti/Calypso%20-%20Means%20tourism%20for%20all.pdf>

- [51] EUROSTAT. *Tourism Satellite Accounts in Europe: 2016 Edition* Luxembourg: Publications Office of the European Union (2017). ISBN 978-92-79-65762-7. Dostupné z: <https://ec.europa.eu/eurostat/documents/7870049/7880233/KS-FT-17-002-EN-N.pdf/1070ebdc-b9e1-4a93-abb8-cecd83d40f68>
- [52] EUROSTAT. *Tourism – database*. [online] 2018 [cit. 2019-01-15]. Dostupné z: <https://ec.europa.eu/eurostat/web/tourism/data/database>
- [53] EUROSTAT. *Tourism trends and ageing*. [online] 2019a [cit. 2019-01-15]. Dostupné z: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Tourism_trends_and_ageing#Older_people_participate_less_in_tourism
- [54] EUROSTAT. *Tourism – database*. [online] 2019b [cit. 2019-01-15]. Dostupné z: <https://ec.europa.eu/eurostat/web/tourism/data/database>
- [55] EUROSTAT. *Overview*. [online] [cit. 2019-01-15]. Dostupné z: <https://ec.europa.eu/eurostat/about/overview>
- [56] EUROSTAT PRESS OFFICE. *1 in 5 tourism nights of EU residents spent by tourists aged 65 or over...with a generally lower average expenditure*. [online] 2016 [cit. 2019-01-15]. Dostupné z: <https://ec.europa.eu/eurostat/documents/2995521/7664325/4-26092016-AP-EN.pdf/59bc5872-a0e0-4666-99b3-073a82672e71>
- [57] EXIM TOURS. *Katalog zájezdů cestovní kanceláře EXIM TOURS a.s. pro rok 2019*. [online] ©2016 [cit. 2019-04-19]. Dostupné z: https://www.eximtours.cz/download/online_katalogy/dotovane-zajezdy-50plus/

- [58] FISCHER. *Speciální nabídka pro klienty ve věku 55+*. [online] ©1999 – 2018a [cit. 2019-04-19]. Dostupné z: <https://www.fischer.cz/dovolena-seniori>
- [59] FISCHER. *Jak to chodí ve Fun & Active 55+*. [online] ©1999 – 2018b [cit. 2019-04-19]. Dostupné z: <https://www.fischer.cz/dovolena-animacni-kluby/aktivni-dovolena-seniori/klub-fun-active-55>
- [60] GAY, J. A Guide to Tour Designing for Seniors. *Tourism Recreation Research*. 1999. 24(1), 90-92, DOI: 10.1080/02508281.1999.11014864. Dostupné z: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/02508281.1999.11014864>
- [61] GOELDNER, CH. R. a BRENT-RITCHIE, J. R. *Cestovní ruch: principy, příklady, trendy*. Brno: BizBooks, 2014. ISBN 978-80-265-0298-2
- [62] HOFMANOVÁ, V. *Senioři a turistický byznys*. [online] 2017 [cit. 2019-01-15]. Dostupné z: <https://www.i60.cz/clanek/detail/16484/seniori-a-turisticky-byznys>
- [63] HORNER, S. a SWARBROOKE, J. *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času: aplikovaný marketing služeb*. Praha: Grada, 2003. ISBN 9788024702025
- [64] IMSERSO (Instituto de Mayores y Servicios Sociales). *Instrucción regulando la temporada 2018/19 del programa de turismodel IMSERSO*. [online] 2018 [cit. 2019-03-05]. Dostupné z: http://www.imserso.es/InterPresent1/groups/imserso/documents/binario/ins_dg20180412_temp1819.pdf
- [65] INDROVÁ, J. *Cestovní ruch I*. Praha: Oeconomica, 2004. ISBN 80-245-0799-4

- [66] KAČEROVÁ, E. *Čeští senioři milují laciné cestování*. [online] 2016 [cit. 2019-01-15]. Dostupné z: <http://www.statistikaamy.cz/2016/10/cesti-seniori-miluji-lacine-cestovani/>
- [67] KOLEKTIV AUTORŮ KATEDRY CESTOVNÍHO RUCHU VŠE V PRAZE. *Cestovní ruch pro všechny*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj, 2008, 89 s. ISBN 978-80-7399-407-05
- [68] KOTOUŠOVÁ, Z. *Cestování pro seniory i v době hlavní sezóny*. [online] 2017 [cit. 2019-01-23]. Dostupné z: <https://www.novinky.cz/cestovani/poradna-ack-cr/442569-cestovani-pro-senior-i-v-dobe-hlavni-sezony.html>
- [69] KOTÍKOVÁ, H. *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. Grada Publishing, 2013, 208 s. ISBN 978-80-247-4603-6
- [70] KRČ, P. *Kudy se ubírala tuzemská dovolená*. [online] ©2019 [cit. 2019-03-15] Dostupné z: <https://www.atis.cz/informace/napsali-o-nas/>
- [71] KUČEROVÁ, I. *Ekonomika se zaměřením na cestovní ruch*. Praha: Idea servis, 1997. ISBN 80-85970-14-7
- [72] MAXEROVÁ, K. *Dodatečné informace o klubu Fun & Active 55+*. [písemné sdělení - email], osobní komunikace, 2019
- [73] MCCABE, S., MINNAERT, L. a DIEKMANN, A. *Social tourism in Europe: theory and practice*. Buffalo, NY: Channel View Publications, 2012. 201 s. ISBN 9781845412326

- [74] MMR (Ministerstvo pro místní rozvoj ČR). *Zákon č. 159/1999 Sb., o některých podmínkách podnikání v oblasti cestovního ruchu* [online] 1999 [cit. 2019-01-15]. Dostupné z: http://www.mmr.cz/getmedia/85192465-d92d-4c94-b886-1113dd7d8844/Zakon-c-159-o-nekterych-podminkach-podnikani-v-ob_2.pdf
- [75] MMR (Ministerstvo pro místní rozvoj). *Podprogram „Cestovní ruch pro všechny“ podpoří aktivity v objemu 100 milionů korun.* [online] 2009 [cit. 2019-03-15]. Dostupné z: <https://www.mmr.cz/cs/Pro-media/Tiskove-zpravy/2009/Podprogram-Cestovni-ruch-pro-vsechny-podpori-ak>
- [76] MMR (Ministerstvo pro místní rozvoj). *Národní program podpory cestovního ruchu* [online] 2013 [cit. 2019-03-12]. Dostupné z: https://www.mmr.cz/getmedia/6b0d4686-c555-492e-98b4-3f6b219a2d45/Zasady-pro-zadatele-Cestovani-dostupne-vsem-2014_1.pdf
- [77] MMR (Ministerstvo pro místní rozvoj ČR). *Seznam cestovních kanceláří.* [online] 2019a [2019-03-02]. Dostupné z: <https://www.mmr.cz/cs/Ministerstvo/Cestovni-ruch/Seznam-cestovnich-kancelari>
- [78] MMR (Ministerstvo pro místní rozvoj). *Vybrané žádosti - 2. výzva.* [online] ©2019b [cit. 2019-03-15]. Dostupné z: [https://www.mmr.cz/cs/Narodni-dotace/Cestovni-ruch/Narodni-program-podpory-cestovniho-ruchu-\(2010-201/Rok-2010-Podprogram-Cestovani-dostupne-vsem/2-Vyzva/Vybrane-zadosti-z-2-vyzvy](https://www.mmr.cz/cs/Narodni-dotace/Cestovni-ruch/Narodni-program-podpory-cestovniho-ruchu-(2010-201/Rok-2010-Podprogram-Cestovani-dostupne-vsem/2-Vyzva/Vybrane-zadosti-z-2-vyzvy)
- [79] MMR (Ministerstvo pro místní rozvoj). *Národní program podpory cestovního ruchu (2010 - 2016)* [online] ©2019c [cit. 2019-03-15]. [https://www.mmr.cz/cs/Narodni-dotace/Cestovni-ruch/Narodni-program-podpory-cestovniho-ruchu-\(2010-201](https://www.mmr.cz/cs/Narodni-dotace/Cestovni-ruch/Narodni-program-podpory-cestovniho-ruchu-(2010-201)

- [80] NELLA, A. a CHRISTOU, E. Extending tourism marketing: Implications for targeting the senior tourists' segment. *Journal of Tourism, Heritage & Services Marketing*. 2016. 2 (1), 36-42. ISSN: 2529-1947. [cit. 2019-02-06]. Dostupné z: <http://jthsm.gr/vol2iss1/2-1-5.pdf>
- [81] NELSON, V. *An introduction to the geography of tourism*. 2nd ed. Lanham: Rowman & Littlefield, 2017. 384 s. ISBN 9781442271098
- [82] NEUŽILOVÁ, L. *Jak změni evropská směrnice život cestovním kancelářím*. [online] 2018 [cit. 2019-04-15]. Dostupné z: <http://www.ttg.cz/jak-zmeni-evropska-smernice-zivot-cestovnim-kancelarim/>
- [83] PALATKOVÁ, M. *Mezinárodní cestovní ruch: analýza pozice turismu ve světové ekonomice, význam turismu v mezinárodních ekonomických vztazích, evropská integrace a mezinárodní turismus*. Praha: Grada, 2011. ISBN 978-80-247-3750-8
- [84] PALATKOVÁ, M a ZICHOVÁ, J. *Ekonomika turismu: turismus České republiky : vymezení a fungování trhu turismu, přístupy k hodnocení významu a vlivu turismu, charakteristika turismu České republiky*. Praha: Grada, 2011. ISBN 978-80-247-3748-5
- [85] PALATKOVÁ, M. *Management cestovních kanceláří a agentur*. Praha: Grada, 2013. ISBN 9788024737515
- [86] PALATKOVÁ, M. a kol. *Management cestovních kanceláří a agentur*. Praha: Grada, 2013. ISBN 978-80-247-3751-5
- [87] PETRŮ, Z. *Základy ekonomiky cestovního ruchu*. 2., upr. vyd. Praha: Idea servis, 2007. ISBN 978-80-85970-55-5

- [88] PICKOVÁ, T. *AČCKA: Průměrný český senior za nákup zahraniční dovolené utratí stále více.* [online] 2017 [cit. 2019-02-15]. Dostupné z: <http://www.ttg.cz/accka-cesti-seniori-vykazuji-dlouhodobě-vzestupný-trend-nakupu-dovolených/>
- [89] PRAYAG, G. Senior Travelers' Motivations and Future Behavioral Intentions: The Case of Nice. *Journal of Travel & Tourism Marketing*. 2012. 29(7), 665-681. DOI: 10.1080/10548408.2012.720153. [cit. 2019-02-06]. Dostupné z: https://www.academia.edu/3396247/Senior_Travelers_Motivations_and_Future_Behavioral_Intentions_THE_CASE_OF_NICE
- [90] PROGRESSIVE STANDARDS. *Accessible tourism for all - Requirements and recommendations.* [online] [cit. 2019-02-10]. Dostupné z: <https://progressivestandards.org/standard/accessible-tourism-for-all-requirements-and-recommendations/>
- [91] QUALITY TOURS. *O nás.* [online] ©2011 – 2019a [cit. 2019-03-30] Dostupné z: <https://www.qualitytours.cz/o-nas/>
- [92] QUALITY TOURS. *Pobytové zájezdy.* [online] ©2011 – 2019b [cit. 2019-03-30] Dostupné z: <https://www.cestovaniproseniory.cz/pobytove-zajezdy-pro-seniory-55-plus/?catalogueid=16&ProductTypeIDs=1246>
- [93] QUALITY TOURS. *Poznávací zájezdy.* [online] ©2011 – 2019c [cit. 2019-03-30] Dostupné z: <https://www.cestovaniproseniory.cz/poznavaci-zajezdy-pro-seniory-55-plus/?catalogueid=16>
- [94] QUALITY TOURS. *Exotické zájezdy.* [online] ©2011 – 2019d [cit. 2019-03-30] Dostupné z: <https://www.cestovaniproseniory.cz/exoticke-zajezdy-55-plus/?catalogueid=16>

- [95] QUALITY TOURS. *Lázně a wellness*. [online] ©2011 – 2019e [cit. 2019-03-30]
Dostupné z: <https://www.cestovaniproseniory.cz/lazne-pro-seniory/>
- [96] QUALITY TOURS. *Zájezdy autobusem* [online] ©2011 – 2019f [cit. 2019-03-30]
Dostupné z: <https://www.cestovaniproseniory.cz/kanarske-ostrovy-leto-2019/?catalogueid=16>
- [97] QUALITY TOURS. *Zájezdy Česko* [online] ©2011 – 2019g [cit. 2019-03-30]
Dostupné z: <https://www.cestovaniproseniory.cz/zajezdy-cesko/?catalogueid=16>
- [98] QUALITY TOURS. *Klub 55+* [online] ©2011 – 2019h [cit. 2019-03-30] Dostupné z:
https://www.cestovaniproseniory.cz/KLUB_55/
- [99] QUALITY TOURS. *Oficiální webové stránky*. [online] ©2011 – 2019ch [cit. 2019-03-30] Dostupné z: <https://www.cestovaniproseniory.cz/>
- [100] RYGLOVÁ, K. a VAJČNEROVÁ, I. *Management kvality služeb v cestovním ruchu: jak zvýšit kvalitu služeb a spokojenost zákazníků*. Praha: Grada, 2017. ISBN 9788024750217
- [101] SEGITTUR. *Assessment report on the economic and social impact of the „Europe Senior Tourism“ project, 2014-2015*. [online] 2016 [cit. 2019-01-15]. Dostupné z: https://ec.europa.eu/eip/ageing/commitments-tracker/d4/assessment-economic-and-social-impact-senior-tourism-programs_en
- [102] SEGITTUR. *Description*. [online] [cit. 2019-01-15]. Dostupné z: <https://www.segittur.es/en/conocenos/descripcion/index.html>
- [103] SENTOUR Connect. *EU Policy on Senior Tourism*. [online] ©2016a [cit. 2019-03-22]. Dostupné z: <https://www.sentour.eu/other-eu-projects>

- [104] SENTOUR Connect. *Encouraging European Senior Citizens to Travel*. [online] ©2016b [cit. 2019-03-22]. Dostupné z: https://docs.wixstatic.com/ugd/98eb81_398f30e2411a48b6847d7bd3a3a0219e.pdf
- [105] SENTOUR Connect. *Oficiální webové stránky*. [online] ©2016c [cit. 2019-03-15]. Dostupné z: <https://www.sentour.eu/>
- [106] SENTOUR Connect. *SME's/Organisations*. [online] ©2016d [cit. 2019-03-15]. Dostupné z: <https://www.sentour.eu/blank>
- [107] THE ECONOMIST. *Getting to grips with longevity*. [online] 2017a [cit. 2019-02-09]. Dostupné z: <https://www.economist.com/special-report/2017/07/06/getting-to-grips-with-longevity>
- [108] THE ECONOMIST. *Pensioners are an underrated and underserved market*. [online] 2017b [cit. 2019-02-10]. Dostupné z: <https://www.economist.com/special-report/2017/07/08/pensioners-are-an-underrated-and-underserved-market>
- [109] TOPOL, M. *Strukturovaný rozhovor*. [ústní sdělení], osobní komunikace, 2019a
- [110] TOPOL, M. *Vývoj prodeje seniorských zájezdů CK Quality Tours v letech 2010 - 2018*. [písemné sdělení - email], osobní komunikace, 2019b
- [111] TRAVEL TRADE GAZETTE (TTG). *Senioři jsou pro cestovní trh stále důležitější. Tvoří až čtvrtinu klientů*. [online] 2018 [cit. 2019-01-15]. Dostupné z: <http://www.ttg.cz/seniori-jsou-pro-cestovni-trh-stale-dulezitejsi-tvori-az-ctvrtinu-klientu/>

- [112] UN (United Nations – Disability: Department of Economic and Social Affairs). *Promoting accessible tourism for all*. [online] [cit. 2019-02-10]. Dostupné z: <https://www.un.org/development/desa/disabilities/issues/promoting-accessible-tourism-for-all.html>
- [113] UNWTO (World Tourism Organization). *Tourism for All - promoting universal accessibility: Good Practices in the Accessible Tourism Supply Chain*. [online] 2016 [cit. 2019-02-10]. Dostupné z: http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/goodpracticesintheaccessibletourismsupplychain_en_2016_2_web_20160726122._revisado_vfinal_2_acessupdated_on_the_web.pdf
- [114] UNWTO (World Tourism Organization). *Global Code of Ethics for Tourism - Article 7*. [online] [cit. 2019-02-10]. Dostupné z: <http://ethics.unwto.org/en/content/global-code-ethics-tourism-article-7>
- [115] UNWTO (World Tourism Organization). *Future international standard on accessible tourism for all*. [online] 2017 [cit. 2019-02-10]. Dostupné z: <http://media.unwto.org/press-release/2017-02-27/future-international-standard-accessible-tourism-all>
- [116] VÍTKOVICE TOURS. *Senioři s námi vyjedou do Chorvatska i letos*. [online] 2018 [cit. 2019-04-19]. Dostupné z: <https://www.ckvt.cz/aktuality/seniori-s-nami-vyjedou-do-chorvatska-i-letos> 2018
- [117] VÍTKOVICE TOURS. *Klub aktivní dovolené 55+*. [online] [cit. 2019-04-19]. Dostupné z: <https://www.ckvt.cz/senior-kluby-na-jadrnu>
- [118] WALL, G., MATHIESON, A. *Tourism: change, impacts, and opportunities*. 2nd ed. New York: Pearson Prentice Hall, 2006. 412 s. ISBN 9780130994004

- [119] ZÁKONY PRO LIDI. *Zákon o ochraně ovzduší před znečišťujícími látkami (zákon o ovzduší)*. [online] 1994 [cit. 2019-01-15]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/1994-211>
- [120] ZELENKA, J., PÁSKOVÁ M. *Výkladový slovník cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj, 2002, 448 s. ISBN 80-239-0152-4

Přílohy

Příloha č. 1 - Otázky ke strukturovanému rozhovoru

Dobrý den,

Jmenuji se Andrea Nosková a ve své diplomové práci se zabývám cestovním ruchem seniorů a programem Europe Senior Tourism. Následující otázky by mi pomohly s vyhodnocením jeho fungování v rámci České republiky.

Děkuji předem za Váš čas.

Jak se stavíte k označení seniora jako osob starších 55 let?

- je pochopitelné, že je to podle definice programu EST, ale lze tyto osoby skutečně považovat za seniory? Chodí to práce – více peněz ale méně volného času

Co je důležité při tvorbě zájezdů pro seniorskou klientelu. Na co je potřeba dávat pozor Jsou senioři jako klienti náročnější co se týká jejich požadavků a potřeb?

Slyší senioři primárně na slevy, nebo čím je nejlépe zaujmout?

Jakými cestovateli jsou čeští senioři např. v porovnání s ostatními evropskými zeměmi?

Máte typického zákazníka? Jak byste ho charakterizoval?

- věk, příjmová skupina, bydliště, nákup osobně nebo přes internet/telefon

Pozorujete nějaký vývoj ve Vaší klientele za dobu, co působíte na trhu?

Pozorujete změnu v chování českých seniorů v cestovním ruchu?

- např. Jsou už dnes ochotni více utrácet? Potrpí si více na kvalitu? Preferují spíše silně organizovaný zájezd nebo mají raději volnost?

Plánujete rozšíření destinačního portfolia? Jakým směrem – více exotických destinací?

O jaké zájezdy je větší zájem? Zahraničí x tuzemsko, klasické země x exotika

Jaký je zájem o exotické zájezdy? Stávají se čeští senioři v tomto ohledu odvážnější?

Podle statistik (z roku 2014) byli čeští senioři v porovnání s dalšími evropskými národy na posledních příčkách, co se týká výdajů v destinaci. „Čeští senioři jsou sice ochotni více utratit za zájezd, ale v destinaci už pak více šetří“, souhlasíte s tímto tvrzením? Pozorujete změnu v tomto trendu? Jsou ochotni více si dovolenou užít a připlatit si např. za fakultativní výlety navíc?

Za Vaši primární destinaci lze považovat Španělsko. Bylo to kvůli programu EST nebo byly i jiné důvody? Mění se na tom něco v posledních letech?

Myslíte si, že jsou klasické CK, včetně té Vaší ohrožovány činností portálů jako Booking, Trivago, Airbnb a dalších „cestovatelských aplikací? Nebo jste díky svému zvolenému segmentu „v bezpečí“.

V posledních letech se na seniorskou klientelu zaměřuje čím dál více CK a CA. V čem podle Vás spočívá Vaše konkurenční výhoda? Koho považujete za největšího konkurenta?

Myslíte si, že nabídka 55+ může být někdy jen trikem jak nalákat potenciální zákazníky a přitom jsou zájezdy za stejné ceny či dražší než podobné klasické zájezdy? Jak se případně nenechat nachytat?

PROGRAM EUROPE SENIOR TOURISM

- co Vás vedlo k tomu zapojit se do EST – do té doby jste se na seniorskou klientelu nespecializovali?
- Bylo administrativně či jinak náročné stát se partnerem programu EST (jak probíhalo výběrové řízení, speciální požadavky a podmínky)?
- Jak vypadala vaše spolupráce s programem, když se Vaše CK stala jeho hlavním partnerem?

- cílem programu bylo naučit seniory cestovat mimo hlavní sezónu – myslíte si, že se to podařilo? Nebylo nutné nejdříve naučit české seniory cestovat obecně?
- souhlasil byste s tvrzením, že díky programu EST se se seniory začalo více počítat jako se samostatným segmentem klientely
- od sezóny 2014/2015 přestala španělská vláda dotovat zájezdy pro seniory a finanční zvýhodnění tak bylo možné hlavně díky spolupráci jednotlivých destinací a regionů a podnikatelů, kteří tam působí v cestovním ruchu – bylo pro Vás těžké vyjednat se španělskými partnery nějaké slevy? A jak je to v destinacích mimo Španělsko? Jsou místní podnikatelé ochotni poskytovat slevy pro seniory?
- změnilo se nějak výrazně fungování Vaší CK po oficiálním ukončení programu v roce 2016? Nebo naopak, co zůstalo stejné?
- jak hodnotíte přínos programu EST? Jaké největší změny podle Vás přinesl do cestovního ruchu seniorů?