

Senior tourism potential in the Czech Republic

Potenciál cestovního ruchu seniorů v ČR

Renata KLUFOVÁ, Jana NÝVLTOVÁ, Vendula FRANCOVÁ

Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích, klufova@ef.jcu.cz.cz

Abstract

At present, demographic ageing – noticeable changes in the age structure of populations is very often discussed problem. Prognosis signalize that this demographic trend will continue. Not only demographic ageing, but also continually increasing health care and the possibilities of a longer active life and a supposed growth of disposable senior' incomes will influence the tourism. Seniors have become an important tourism segment which cannot be neglected. This segment has specific requirements and products formed for it has to meet them. Senior tourism will become an important source of income in the future. Regions with preconditions for its development should pay due attention to it. The aim of the paper is to assess the potential of the Czech Republic for the senior tourism development.

Keywords: senior tourism, potential, demographic ageing, GIS

Klíčová slova: cestovní ruch seniorů, potenciál, demografické stárnutí, GIS

Úvod

Od poloviny 20. století je stále častěji diskutován problém stárnutí populace. Jde o jednu z oblastí změn, s níž se potýká nejen svět, Evropa, ale také Česká republika a všechny její regiony. Je to způsobeno především tím, že mladí lidé nezakládají rodiny v brzkém věku, jak tomu bylo dříve, dále poklesem plodnosti i porodnosti, snížením úmrtnosti lidí ve vyšším věku a také zdravím starších lidí, zdravotní péčí atd. Změny ve věkové struktuře obyvatelstva budou mít dopad na hospodářství, služby, infrastrukturu a v neposlední řadě také na cestovní ruch. V České republice převýšil počet zemřelých osob počet živě narozených poprvé v poválečné historii v roce 1994, a to v důsledku extrémního poklesu počtu živě narozených v 90. letech (Rychtaříková, 2008).

V České republice trend demografického stárnutí dokazují nejrůznější výzkumy a prognózy. V roce 2009 činil počet obyvatel starších 65 let 14,9%, což je o 0,8% více než počet obyvatel ve věku do 14 let (Štyglerová a kol, 2010). Podle projekce obyvatelstva 2009 – 2065, provedené Českým statistickým úřadem (www.czso.cz), dojde bezesporu k nejnáměnnějším změnám věkové struktury obyvatelstva právě ve věkové kategorii 65 a víceletých. V růstu jejich počtu se budou odrážet zejména nepravidelnosti věkové struktury a očekávané další, nemalé prodloužení naděje dožití. Významný růst počtu a podílu osob nad 65 let nastane podle všech variant projekce. V závislosti na variantě projekce by jejich podíl měl vzrůst na 31,5 – 32,8% v roce 2065.

Seniorský cestovní ruch je v zahraniční literatuře označován různými názvy – senior tourism, mature age tourism, third-age tourism. Pojem seniorský cestovní

ruch spadá do kategorie sociálního cestovního ruchu, též nazývaného jako „cestovní ruch pro všechny“. V souvislosti se sociálním cestovním ruchem se pak hovoří o určitých cílových skupinách, kterými jsou například rodiny a jednotlivci s nízkými příjmy, děti a mládež, osoby mentálně a fyzicky handicapované a právě senioři.

Senioři jsou někdy označováni jako turisté třetího věku. Pro poskytovatele služeb je tato skupina zajímavá pro svůj rostoucí podíl v populaci zejména v rozvinutých zemích. Tato skupina obyvatel se vyznačuje lepším zdravotním stavem a s ním spojenou vyšší vitální aktivitou (fyzickou i duševní) v porovnání s minulými generacemi. Mají relativně velké množství disponibilních prostředků, množství volného času, tendenci trávit na dovolené delší období a využívat mimo jiné mimosezónních pobytů (Pásková, Zelenka, 2002).

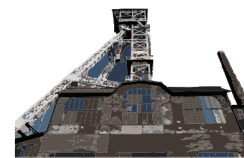
Seniorský cestovní ruch

Rostoucí počet seniorů v EU a dalších rozvinutých zemích představuje jednu z hlavních marketingových výzev odvětví cestovního ruchu. Problém demografického stárnutí se stal středem zájmu některých výzkumů v oblasti turismu (např. Arnaschus 1996; Gugg 1997; Hensel 1988; Javalgi 1992; Lieux 1994; Lohman a Merzbach 1997; Lohmann a Danielsson 2001, Muller a O' Cass 2001, Danielsson et al. 2003).

V současné době se evropští senioři podílí na celkovém počtu delších dovolených (tj. 4 a více přenocování) přibližně 15%. Většina těchto dovolených je realizována v rámci domovské země. Za povšimnutí jistě stojí, že zatímco mladší věkové skupiny realizují největší objem dovolených, starší věkové skupiny uskuteční o něco více dovolených v přepočtu na jednoho turistu ročně. V



XXII SJEZD ČESKÉ GEOGRAFICKÉ SPOLEČNOSTI OSTRAVA 2010



průměru tak evropský senior skutečně ročně 2,1 dovolené, mladší turista pak 2 dovolené. Podle zprávy ČCCR – CzechTourism (Vocelová, 2009) se životní filozofie seniorů během posledních let značně změnila. Zatímco v minulosti se seniori při vybírání zájezdů a dalších služeb cestovního ruchu orientovali takřka výhradně podle ceny, dnes si díky vyšším příjmům mohou dovolit kvalitní dovolenou. Zlepšila se i zdravotní péče, což také přispělo k tomu, že se dnešní seniori v důchodovém věku ještě vůbec necítí staří a chtějí nadále žít aktivně.

Specifické rysy turistů-seniorů (viz např. <http://www.acsedu.co.uk/Info/Hospitality-and-Tourism/Tourism/Senior-Tourism.aspx>):

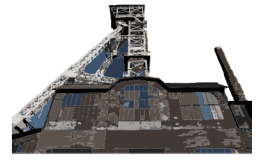
- rádi si připlatí za kvalitnější službu,
- cestují i mimo hlavní sezonu,
- často nakupují dopředu, takže jsou ideálními klienty pro nabídky typu „first minute“,
- očekávají důkladnou organizaci cesty bez stresujících situací,
- často cestují s vnoučaty nebo s jiným doprovodem,
- jen výjimečně objednávají zboží a služby po internetu,
- jsou rizikovější z hlediska možných zdravotních obtíží a úrazů.

Dovolené seniorů, to již dávno nejsou jen lázeňské pobyty, případně odpočinek a sledování televize v klidných hotelových resortech. Seniori chtějí nejen aktivně žít, ale také aktivně odpočívat a udržovat se tak ve fyzické i duševní kondici. Ubytovací zařízení by jim proto měla poskytnout dostatek sportovního vyžití – ideální je plavání v bazénu, cvičení v posilovně a pěší nebo cyklistické výlety či např. golf nebo nordic walking, ale zároveň také určitý komfort odpovídající potřebám jejich věku. Nabídka by též měla zahrnovat kulturní aktivity a možnosti poznávání. Starší turisté rovněž uvítají individuální přístup hotelového personálu a snahu vyhovět i speciálním přáním. Z hlediska přístupnosti by měla být samozřejmostí bezbariérovost celého ubytovacího zařízení.

Výše zmíněná specifika potvrzují i rozličné studie z různých částí světa. V literatuře se studiem motivace seniorů k cestování zabývali např. Lieux a kol. (1994) na příkladu USA, Hsu a kol. (2007) na příkladu Číny, Fleisher a Pizam (2002) na příkladu Izraele, Muller a O'cass (2001) a další. Nové trendy v oblasti cestovního ruchu v souvislosti s demografickým stárnutím jsou popsány v knize *Global Tourism* (Theobald, 2005). Williams a Hall (2000) se zabývají mj. cestováním seniorů v souvislosti s migrací. Podobně Rodriguez (2001) popisuje přechod v cestování původně pracujících turistů ze severní Evropy do Španělska až v migraci po jejich odchodu do důchodu. Profil turisty – seniora na základě demografických a psychografických charakteristik popisují na příkladu australského turisty

např. Horneman a kol. (2002) a docházejí k závěru, že seniori nepředstavují uniformní konzervativní segment. Podobný výzkum uskutečnili Litrell a kol. (2004) či Javalgi a kol. (1992) v USA. Vzorce chování turistů – seniorů přijíždějících do USA zkoumal Bai a kol. (2001), na příkladu Taiwanu pak např. Huang a Tsai (2003). Turisté – seniori jsou obvykle velmi věrní cestovním kancelářím, které nabízejí služby na vysoké úrovni, což do jisté míry souvisí i s pocitem bezpečí. To dokazuje např. studie Lindquista a Bjorka (2000). Seniorský cestovní ruch v souvislosti s demografickým stárnutím hodnotí na základě průzkumu spotřebního chování německých turistů (Lohmann a Danielsson, 2004). Model potenciálu České republiky pro rozvoj seniorského cestovního ruchu

Na základě výše zmíněných charakteristik seniorského cestovního ruchu a dostupných datových zdrojů byla provedena prostorová analýza potenciálu tohoto typu cestovního ruchu v České republice. Do analýzy byl zahrnut golfový, lázeňský, wellness a kulturně-poznávací cestovní ruch. Výběr těchto forem cestovního ruchu byl uskutečněn s ohledem na specifické potřeby, požadavky a motivy seniorů, pro které se cestovního ruchu účastní. Prvním krokem byla tvorba potřebných datových vrstev a jejich příprava do takové podoby, aby je bylo možno použít při vlastní analýze. Dílčí vrstvy (například bodové vrstvy golfových hřišť, lázní, wellness, historických památek, a kulturních zařízení) byly vytvořeny převodem souboru souřadnic GPS do JTSK a následně do bodových vrstev geodatabáze. Data o golfových hřištích byla získána ze seznamu golfových hřišť na turistickém portálu České republiky CZeCOT (<http://www.czecot.com/>). Pro úplnost byla doplněna o další hřiště uvedená v golfovém katalogu Golf Guide agentury CzechTourism, který byl vydán v anglické a německé verzi. Podklady pro datovou vrstvu wellness hotelů byly získány z oficiální databanky lázeňských a wellness zařízení na serveru CZeCOT a doplněny z adresáře wellness hotelů České Asociace Wellness (<http://www.spa-wellness.cz>). Seznam lázeňských míst byl vytvořen podle údajů Sdružení lázeňských míst ČR (<http://www.spas.cz/index.php>). Kulturně-historické památky obsažené v této práci byly vybrány na základě publikací Jak dobyt hrad 1 a 2 (Jančo, Ševců, 2009), které obsahují informace o dopravní dostupnosti památek, fyzické zdatnosti nutné pro jejich návštěvu a o jejich bezbariérovosti. Seznam byl navíc doplněn ze statistik návštěvnosti za rok 2008 o tři nejvýznamnější památky v každém okrese podle návštěvnosti (atraktivita pro turisty). Bylo rovněž využito datových vrstev databází ArcČR500 (administrativní členění) a Data200 (vrstvy silniční a železniční sítě). Tématicky zaměřené databáze byly vytvořeny v programu Microsoft Excel a upraveny pro import do ArcGIS.



Při sestavování modelu celkového potenciálu byly vzaty v úvahu jeho dvě složky – lokalizační a realizační podmínky cestovního ruchu.

- Lokalizační podmínky umožňují umístění a rozvíjení aktivit CR v určitém území na základě existence atraktivit v podobě místní přírody a krajiny a místních kulturních hodnot a pozoruhodností.
- Realizační podmínky - umožňují uspokojovat nároky účastníků cestovního ruchu. Zahrnujeme mezi ně zejména dopravní dostupnost a vybavenost území ubytovacími, stravovacími, sportovními, kulturními a jinými zařízeními (Bína, 2002).

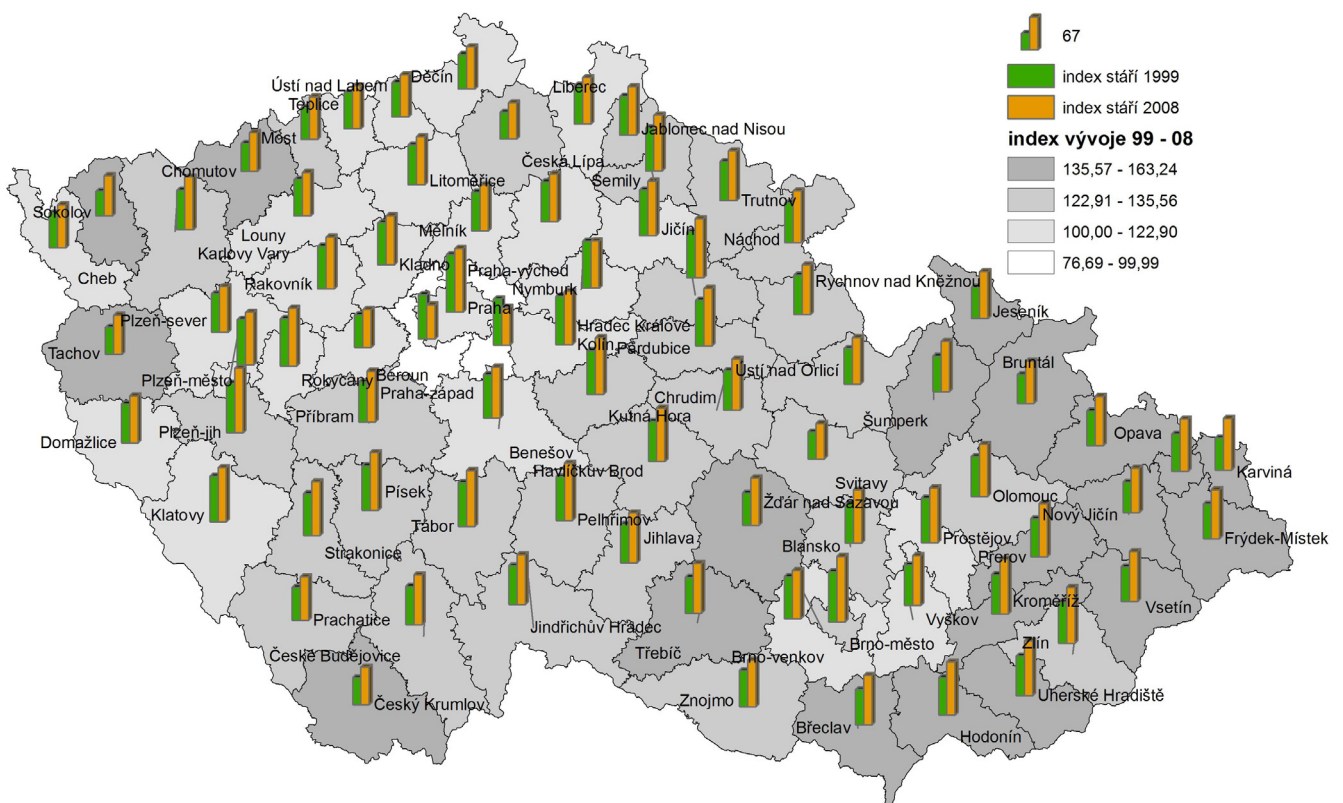
Někdy jsou tyto složky označovány jako primární a sekundární nabídka. Celkový potenciál získáme složením dílčích potenciálů. Jednotlivé složky jsou vyhodnocovány za území okresů.

Vlastní analýza byla uskutečněna v nadstavbě Spatial Analyst programu ArcGIS: analýza hustoty (atraktivit, dopravní sítě, golfových hřišť, památek, lůžek aj.) nebo metodou IDW nainterpolován spojitý povrch jednotlivých předpokladů pro rozvoj seniorského cestovního ruchu (podíl vhodných ploch, chráněných krajinných oblastí a národních parků či hustoty silniční a železniční sítě). Vrstvy bylo nutné reklasifikovat tak, aby

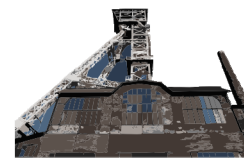
byly všechny rastry uloženy ve vzájemně srovnatelné škále (nominální stupnice vyjadřující 3 stupně vhodnosti – z důvodu snadné interpretovatelnosti). Dále už následovalo modelování celkového potenciálu pomocí nástrojů mapové algebry - překryvů jednotlivých vrstev (Weighted Overlay). Pro odlišení významnosti jednotlivých vrstev ve výsledném modelu bylo potřeba stanovit jejich váhy. Ty byly odvozeny z výsledků agentury CzechToursim Monitoring návštěvníků v turistických regionech České republiky. Hodnoty jednotlivých vah byly stanoveny na základě výsledků Monitoringu návštěvníků v kategorii návštěvníků 60 a více let a jsou uvedeny v tabulce 1.

Výsledky a diskuse

O tom, že i v České republice probíhá proces demografického stárnutí se poměrně intenzivně diskutuje jak v odborných kruzích, tak i např. ve sdělovacích prostředcích. Zatímco v roce 1999 převažovala dětská složka obyvatelstva nad seniory (index stáří nižší než 100) v 74 okresech, v roce 2008 se počet okresů s „příznivou“ věkovou strukturou snížil na 31. V období 1999 – 2008 se index stáří zvýšil v průměru za celou republiku o 28,4%, což názorně dokládá i obrázek 1.



Obrázek 1: Demografické stárnutí v okresech ČR



Tabulka 1: Váhy proměnných

Proměnná	Váha stanovená na základě	váha v %
podíl NP a CHKO	důvod návštěvy (turistika a sport, poznání)	12
podíl lesních a vodních ploch	důvod návštěvy (turistika a sport)	3
kulturně-historické památky	důvod návštěvy (poznání)	11
lázně	důvod návštěvy (relaxace, zdraví)	10
silniční síť	využitý dopravní prostředek (auto, autobus)	22
železniční síť	využitý dopravní prostředek (vlak)	5
ubytovací zařízení	využitý typ ubytování (ubytován v HUZ)	13
kulturní zařízení	důvod návštěvy (poznání)	11
sportovní zařízení	důvod návštěvy (turistika a sport)	3
wellness zařízení	důvod návštěvy (relaxace, zdraví)	10

Zdroj: vlastní výpočty, data Monitoring návštěvníků v turistických regionech České republiky

Probíhající demografické stárnutí bychom mohli dále doložit vývojem dalších ukazatelů, charakterizujících věkovou strukturu populace – např. narůstajícím podílem osob ve věku nad 65 let, rostoucím průměrným věkem apod.

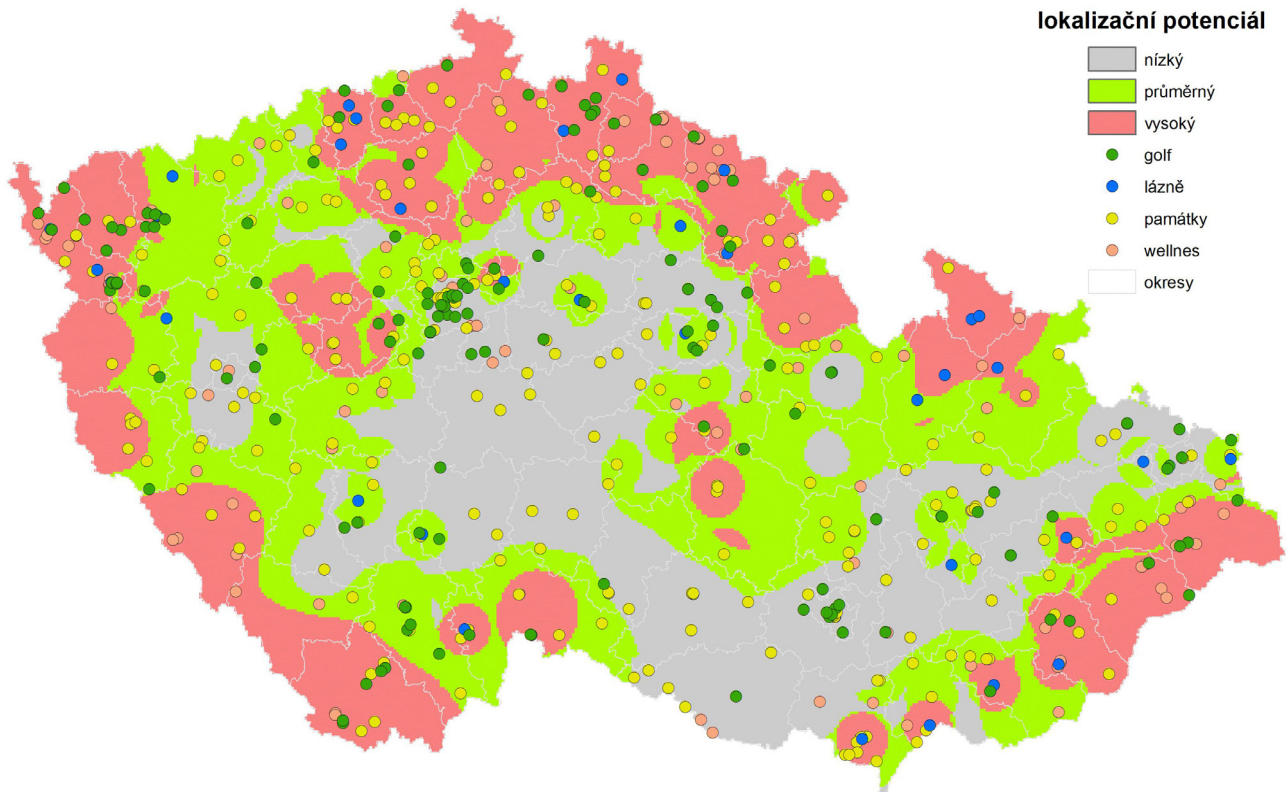
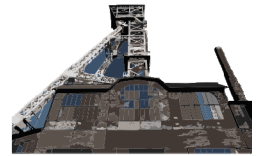
Do **lokalizačního potenciálu** byly zařazeny kulturně-historické památky a lázeňská místa (kulturně-historický potenciál), národní parky a chráněné krajinné oblasti, vodní a lesní plochy (přírodní potenciál). Model byl získán váženým součtem reklasifikovaných rastrových vrstev výše zmíněných proměnných. Hodnoty s nejvyšším potenciálem byly vygenerovány v lokalitách, které vykazují nejvyšší podíly lesních a vodních ploch, národních parků a chráněných krajinných oblastí, a zároveň se na jejich území nacházejí kulturně-historické památky nebo lázeňská místa. Například Praha vykazuje průměrné lokalizační předpoklady, byť má nejvyšší zastoupení kulturně-historických památek, ale na jejím území je velmi nízký podíl vhodných ploch k rekreaci. Podobně, nízký lokalizační potenciál nacházíme v okolí Brna a Plzně. Výsledná hodnota lokalizačního potenciálu je samozřejmě ovlivněna použitými vahami, které odrážejí percepce seniorů ve výše zmíněném monitoringu návštěvníků.

Realizační potenciál tvoří dopravní dostupnost (silnice a železnice), vybavenost ubytovacími kapacitami (počty lůžek), sportovně-rekreačními zařízeními (golfová hřiště, wellness zařízení, koupaliště a bazény) a kulturně-společenskými zařízeními (galerie, kina, muzea, divadla, přírodní amfiteátry). Při zkoumání infrastrukturní vybavenosti lze říci, že v některých místech je koncentrována do podobných lokalit, ve kterých jsou nejlepší lokalizační předpoklady. Jsou to především regiony, které jsou přirozeně vnímány jako hlavní oblasti cestovního ruchu v ČR, a proto zde existuje patřičná infrastruktura. Příkladem zmiňme oblast Západočeských

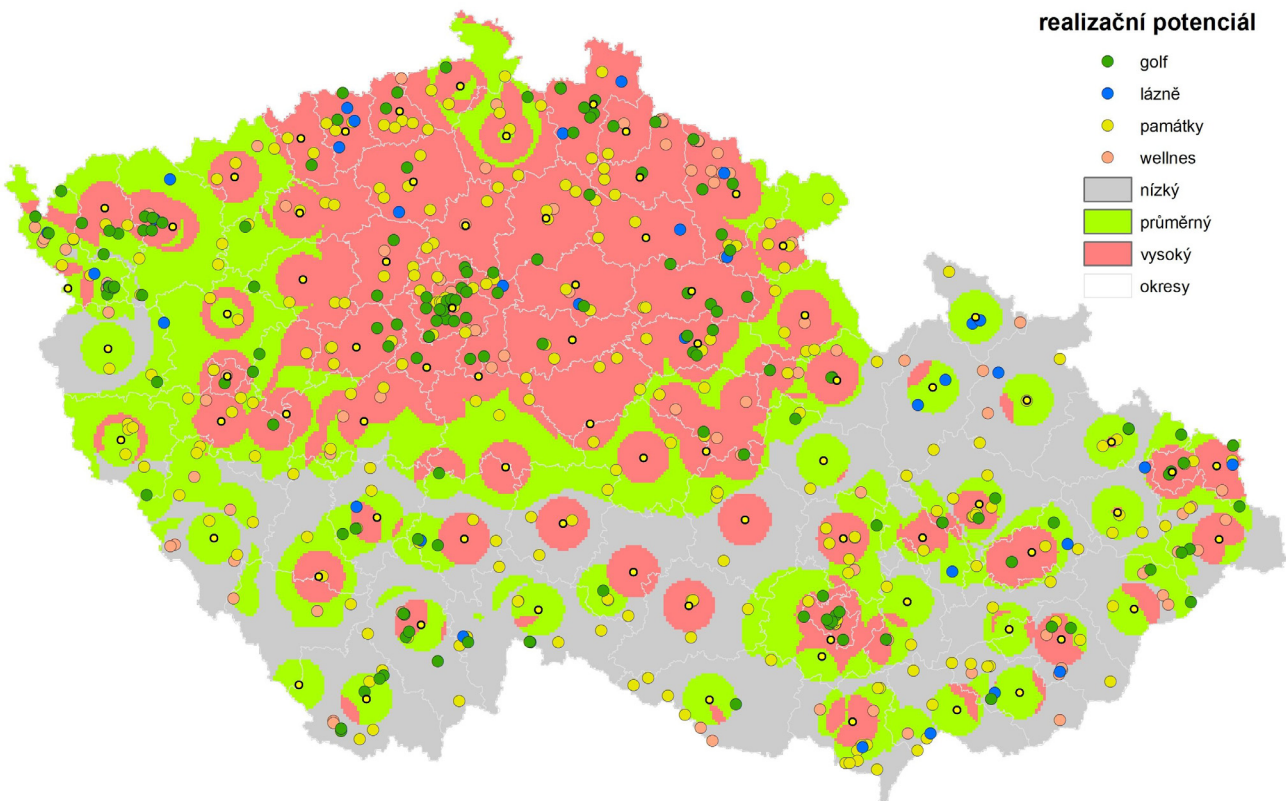
lázní, Krkonoš a Prahu. Ostatní oblasti s vysokým potenciálem taktéž disponují lepší dopravní dostupností, vyšším počtem ubytovacích kapacit a zařízení využitelných pro účely cestovního ruchu než zbytek území. Je třeba zmínit, že kromě existence infrastruktury samotné, je také důležitý její kvalitativní aspekt. V případě jednotlivých typů atraktivit by bylo potřeba do modelu zahrnout např. také jejich dostupnost, bezbariérovost a další kvalitativní aspekty.

Oblasti s vysokým **celkovým potenciálem** se nacházejí v Praze, dále v regionech Západočeských lázní, Krkonoš a Východních Čech, Šumavy, Jeseních, moravsko-slovenského pomezí. Atraktivitu těchto regionů pro seniory dokazují i výsledky z Monitoringu návštěvníků. První dvě místa z hlediska návštěvnosti turistických regionů České republiky cizinci obsadila Praha (26,49%) a Západočeské lázně (23,96%). Ostatní zmíněné regiony vykazují návštěvnost okolo 4% a řadí se tak na 5., 6. a 7. místo v návštěvnosti původních 15 turistických regionů v pořadí Krkonoše, Jižní Čechy a Šumava. Výjimku tvoří Okolí Prahy, které navštívilo i přes jeho vysoký potenciál pouhých 1,48% respondentů.

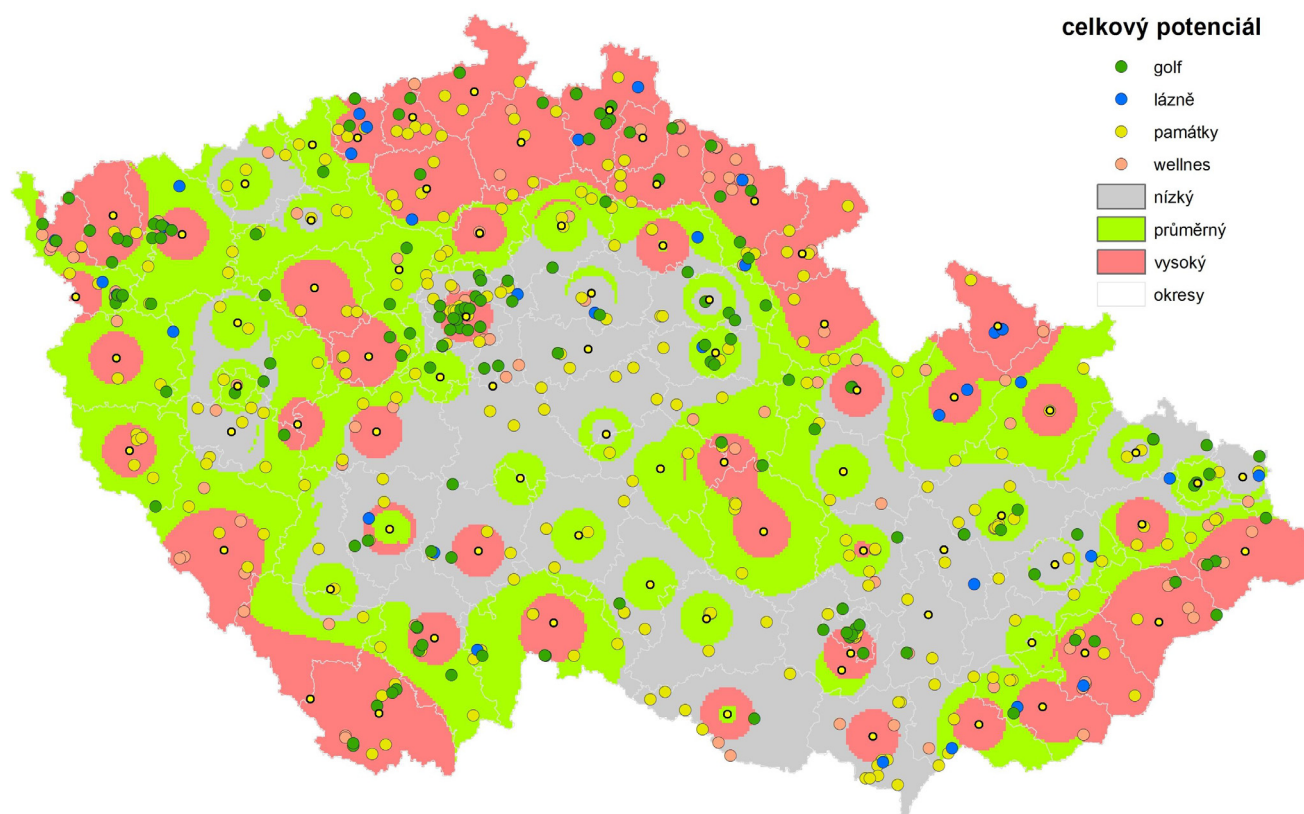
V případě celkového potenciálu je nutno podotknout, že ačkoliv některá místa dosáhla nízkých hodnot složek primární a sekundární nabídky, nelze říci, že by tato území neměla potenciál pro rozvoj cestovního ruchu. Disponují pouze nižším potenciálem pro rozvoj zkoumaných forem CR. Výsledky jsou do jisté míry ovlivněny úrovní okresů, na které byla analýza prováděna a úplností použitých dat. Naproti tomu, oblasti s vysokým potenciálem pro rozvoj seniorského cestovního ruchu patří mezi intenzivně využívané jinými formami turismu. Tento fakt je potřeba tedy brát v úvahu při eventuálních úvahách o jejich využití pro tuto formu.



Obrázek 2: lokalizační potenciál seniorského cestovního ruchu



Obrázek 3: realizační potenciál seniorského cestovního ruchu



Obrázek 4: celkový potenciál cestovního ruchu seniorů

Závěr

Cílem příspěvku je poukázat především na možnosti využití geografických informačních systémů pro modelování potenciálu konkrétních forem cestovního ruchu. Pro další využití a zpřesnění modelu by bylo vhodné zahrnout do něj další proměnné, ať už kvantitativního či kvalitativního charakteru (dostupnost jednotlivých atraktivit, jejich bezbariérovost, údaje o jejich kvalitě apod.), model posunout na nižší řádovostní úroveň obcí s rozšířenou působností či obcí, což však může být problematické z hlediska dostupnosti dat.

Z analýz provedených v programu ArcGIS vyplývá, že potenciál pro rozvoj seniorského cestovního ruchu s ohledem na zvolené formy CR není v České republice rovnoměrně rozložen. Místa s největším potenciálem jsou koncentrována do několika oblastí (Západočeské lázně, Krkonoše, Praha a další), které jsou zároveň ve většině případů cestovním ruchem nejvíce zatíženy. Orientace těchto regionů na cílovou skupinu seniorů by mohla pomoci snížit sezónnost, kterou jsou některé oblasti (např. Krkonoše, okolí Lipna) postiženy. Zmírnění sezónních výkyvů by mělo napomoci i zmírnění sezónní nezaměstnanosti, která je důsledkem sezónnosti cestovního ruchu.

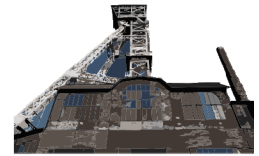
Z dotazníkového šetření provedeného agenturou CzechTourism (Monitoring návštěvníků) vyplývají

některé podstatné skutečnosti ovlivňující rozvoj cestovního ruchu. Polovina návštěvníků (seniorů ve věku 60 let a více) se zdržuje v regionech pouze jeden den. U zahraničních návštěvníků je to čtvrtina. Hlavními důvody návštěvy jsou poznání, relaxace a zdraví. Téměř 60 % domácích a 80 % zahraničních návštěvníků cestuje s partnerem nebo přáteli, 13 % pak přijíždí s dětmi (pravděpodobně vnoučaty). Jako „velmi dobré“ hodnotí nabízené programy pro volný čas pouze 14 % respondentů.

Výše zmíněné skutečnosti dávají prostor pro vznik nových produktů cestovního ruchu, které by rozšířily nabídku, napomohly prodloužení pobytů v regionech, zmírnily sezónnost a zvýšily konkurenceschopnost. Území s nejvyšším potenciálem s ohledem na zkoumané formy CR mají dobré předpoklady rozšířit nabídku o některé nové služby. Stávající produkty by bylo vhodné rozšířit například o služby, které by zahrnovaly:

- aspekty poznávací (organizované jednodenní fakultativní výlety za kulturně-historickými památkami);
- vzdělávací aspekty (besedy se zdravotní tematikou);
- pohybové aktivity (kurz golfu pro začátečníky, Nordic Walking).

Sociální cestovní ruch, do kterého jsou řazeni i senioři podporuje v projektu CALYPSO Evropská unie a hlásí se k němu i Česká republika. Na vznikající situaci



na trhu začínají reagovat některé podnikatelské subjekty přípravou produktů pro seniory. V současnosti se ve většině případů spíše jedná o určitá cenová zvýhodnění „klasických verzí“ produktů, než o produkty vytvářené pro seniory takřkajíc na míru. Senioři mají svá specifická přání a potřeby a pokud chtějí subjekty na straně nabídky cestovního ruchu uspět, musí neustále tyto požadavky zjišťovat a přizpůsobovat jim svou nabídku. Tvůrci produktů by měli přestat seniory vnímat podle starých zažitých stereotypů, ale přistupovat k nim jako ke skupině, která se chce aktivně zapojovat do života a má dostatečný fond volného času.

Další důležitou součástí nabídky pro seniory je odstraňování bariér a přizpůsobování se speciálním potřebám (např. ve stravování), které se může stát taktéž konkurenční výhodou. Někteří senioři mohou mít v pokročilém věku pohybové problémy a bariéry jim tak mohou znemožnit účast na CR. Odstraňováním bariér v přístupu k památkám, ale i v dopravě, ubytovacích zařízeních a dalších místech zároveň otvírá možnost zaměřit se na další segment na trhu - zdravotně hendikepované turisty.

Chtějí-li do budoucna regiony zůstat konkurenceschopné, musí neustále pracovat na svém rozvoji. Na úrovni regionů se o tento rozvoj můžou starat organizace destinačního managementu, které se ve spolupráci s místními podnikateli podílejí na tvorbě produktů. Nesmí být při tom zapomínáno na zájmové skupiny jako je místní obyvatelstvo a postupovat v souladu s principy udržitelného rozvoje.

Použité zdroje:

ARNASCHUS, A. (1996): Reiseverhalten von Senioren - heute und morgen. Die neuen Alten haben sich noch viel vorgenommen, Fremdenverkehrswirtschaft International, No. 20, pp. 40 – 41, Hamburg.

BAI, B., JANG, S., S., CAI, L., A., O'LEARY, J., T. (2001): Determinant of Travel Mode Choice of Senior Travelers to United States, Journal of Hospitality Marketing & Management, 8, No. 3, pp. 147-168

BÍNA, J. (2002): Hodnocení potenciálu cestovního ruchu v obcích České republiky. – In.: Urbanismus a územní rozvoj, 2002, 1, Dostupný z WWW: <<http://74.125.77.132/search?q=cache:OTYcSwYwjrkJ:www.uur.cz/images/publikace/uur/2002/2002-1/01.pdf+potenci%C3%A1+cestovn%C3%ADho+ruchu&cd=1&hl=en&ct=clnk&client=opera>>.

DANIELSSON, J. (2003): ITB 2003 conference report. Tourism in a changing society – how to profit from demographic trends. Dostupné z WWW: <www.nit-kiel.de/downloads>

FLEISHER, A., PIZAM, A. (2002): Tourism constraints among Israeli seniors, Annals of Tourism Research, 29, 1, pp. 106-123

GUGG, D., HANK-HAASE, D. (1997): Senioren auf Reisen - Touristischer Wachstumsmarkt Nr. 1 - Eine Untersuchung zu Volumen und Struktur des zukünftigen Seniorenmarktes mit Marketingrichtlinien für die Tourismuswirtschaft und Hotellerie. INTERHOOGA/DEHOOGA, Bonn.

HENSEL, R. (1988): Der Markt der Alten, Marketing Journal, Vol. 21, No. 6., pp. 614-626.

HORNEMAN, L., CARTER, R., W., WEI, S., RUYS, H. (2002): Profiling the SeniorTraveler: An Australian Perspective, Journal of Travel Research, 41, pp. 23-37

HSU, C., H., C., CAI, L., A., WONG, K., K., F. (2007): A model of senior tourism motivations – anecdotes from Beijing and Shanghai, Tourism Management, 28, No. 5, pp. 1262-1273

HUANG, L., TSAI, H., T. (2003): The study of senior traveler behavior in Taiwan, Tourism Management, 24, No. 5, pp. 561-574

JANČO, M., ŠEVCŮ, O. (2009): Jak dobýt hrad: památky takřka bez bariér 2, Praha: Národní památkový ústav, [cit. 2010-02-26]. Dostupné z WWW: <<http://www.npu.cz/download.php?FNAME=1265020616.upl&ANAME=bezbarier2.pdf>>.

JAVALGI, R., G., THOMAS, E., G., RAO, S. R. (1992): Consumer Behavior in the U.S. Pleasure Travel Marketplace: An Analysis of Senior and Nonsenior Travelers, Journal of Travel Research, 31, pp. 14-19

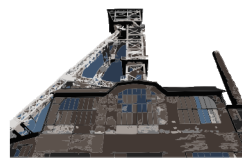
LIEUX, M., E., WEAVER, A., P., McCLEARY, K., W. (1994): Lodging preferences of the senior tourism market, Annals of Tourism Research, 21, No. 4, pp. 712-728

LINDQUIST, L-J., BJORK, P. (2000): Perceived safety as an important quality dimension among senior tourists, Tourism Economics, 6, No. 2, pp. 151-158

LITRELL, M., A., PAIGE, R., C., SONG., K. (2004): Senior Travellers: Tourism activities and shopping behaviours, Journal of Vacation Marketing, 10, pp. 348-362



XXII SJEZD ČESKÉ GEOGRAFICKÉ SPOLEČNOSTI OSTRAVA 2010



- LOHMANN, M., DANIELSSON, J. (2001): Predicting Travel Patterns of Senior Citizens: How the Past May Provide a Key to the Future. *Journ. of vacation marketing*, Vol. 7, N° 4, pp. 357 – 366
- LOHMANN, M., DANIELSSON, J. (2004): How to get the future of tourism out of today's consumer surveys - Prospects for senior and kids travel in Germany, 7th International Forum on Tourism Statistics Stockholm, dostupné z WWW: <www.scb.se/Grupp/.../Touristforum/lohmann_danielsson_pap12.doc>
- LOHMANN, M., MERZBACH, G. (1997): Senior Citizens' Tourism: A simple Approach to Determine their Future Travel Behaviour, *Revue de Tourisme*, Vol. 3, pp. 4 – 12.
- MULLER, T., E., O'CASS, A. (2001): Targeting the young at heart: Seeing senior vacationers the way they see themselves, *Journal of Vacation Marketing*, 7, 4, pp. 285-301
- PÁSKOVÁ, M., ZELENKA, J. (2002): *Cestovní ruch: Výkladový slovník*. 1. vyd. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj, 448 s.
- RODRIGUEZ, V. (2001): Tourism as a recruiting post for retirement migration, *Tourism Geographies*, 3, 1, pp. 52-63
- RYCHTAŘÍKOVÁ, J. (2008): Česká republika: trendy demografického vývoje. In: Rychtaříková, J., Kuchařová, V. (eds.): *Rodina, partnerství a demografické stárnutí, PřF UK a Výzkumný ústav práce a soc. věcí*, Praha, s. 11-36
- ŠTYGLEROVÁ, T., NĚMEČKOVÁ, M., ŠIMEK, M. (2010): Projekce obyvatelstva České republiky 2009-2065, *Demografie*, 52, č. 1, s. 1-14
- THEOBALD, W., F. (ed.) (2005): *Global Tourism*, Elsevier, Burlington, 559 pp.
- VOCELOVÁ, M. (2009): Cestování seniorů, zpráva ČCCR-CzechTourism, dostupné z WWW: <http://www.czechtourism.cz/files/statistiky/clanky/09_03_09_seniorsky_cr.pdf>
- WILLIAMS, A., M., HALL, C., M. (2000): Tourism and migration: new relationships between production and consumption, *Tourism Geographies*, 2, No. 1, pp. 5-27

Příspěvek byl zpracován za podpory projektu MŠMT OPVK 07/0178.

Adresa autorky:

RNDr. Renata Klufová, Ph.D.
Katedra aplikované matematiky a informatiky
Ekonomická fakulta JU
Studentská 13
370 05 České Budějovice
klufova@ef.jcu.cz