

Univerzita Palackého v Olomouci  
Fakulta tělesné kultury

**Analýza poptávky v oblasti pohybových aktivit seniorů  
v Olomouci**

Diplomová práce  
(bakalářská)

Autor: Silvie Gajdošová, Rekzeologie - management volného času a rekreace

Vedoucí práce: Ing. Halina Kotíková, Ph.D.

Olomouc 2010

## **Bibliografická identifikace**

**Jméno a příjmení autora:** Silvie Gajdošová

**Název diplomové práce:** Analýza poptávky v oblasti pohybových aktivit seniorů v Olomouci

**Pracoviště:** Katedra rekreologie

**Vedoucí diplomové práce:** Ing. Halina Kotíková, Ph.D.

**Rok obhajoby diplomové práce:** 2010

**Abstrakt:** Diplomová práce se zabývá současným stavem poptávky v oblasti pohybových aktivit seniorů v Olomouci. Na základě empirického šetření bylo naší snahou zjistit spokojenost seniorů s nabídkou pohybových aktivit v Olomouci a na základě výsledků šetření navrhnout nové produkty v oblasti pohybových aktivit pro seniory.

**Klíčová slova:** stárnutí populace, tělesná kultura, životní styl, životní způsob, pohybová aktivita, volný čas, služby

Souhlasím s půjčováním diplomové práce v rámci knihovních služeb.

## **Bibliographical identification**

**Autor's first name and surname:** Silvie Gajdošová

**Title of the mater thesis:** Analyse of demand in area of seniors exercise activities in Olomouc

**Department:** Department of recreology

**Supervisor:** Ing. Halina Kotíková, Ph.D.

**The year of presentation:** 2010

**Abstract:** Abstract: Bachelor thesis is focused on current status of demand in area of seniors exercise activities in Olomouc. Our intention was to find out seniors satisfaction with exercise activities in Olomouc on the basis of empirical survey and pursuant to survey result propose new products in this area which will fit into their needs and requirements.

**Keywords:** population aging, physical culture, lifestyle, lifeway, leisure, physical activity, services

I agree the thesis paper to be lent within the library service.

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci zpracovala samostatně pod vedením Ing. Haliny Kotíkové, Ph.D., uvedla všechny použité literární a odborné zdroje a dodržovala zásady vědecké etiky.

V Olomouci dne 25.dubna 2010

.....

Podpis

Děkuji paní Ing. Halině Kotíkové, Ph.D. za její ochotu, vstřícnost a trpělivost, za všechny cenné rady, které mi během psaní bakalářské práce poskytla. Dále děkuji paní PhDr. Evě Trčkové za poskytnutí kontaktů na jednotlivé předsedy klubů seniorů provozovaných Magistrátem města Olomouce. Děkuji všem seniorům za jejich odpovědi při vyplňování dotazníků.

## OBSAH:

<b>1</b>	<b>ÚVOD.....</b>	<b>7</b>
<b>2</b>	<b>SYNTÉZA POZNATKŮ .....</b>	<b>8</b>
<b>2.1</b>	<b>Stárnutí populace.....</b>	<b>8</b>
<b>2.1.1</b>	<b>Stárnutí populace v České republice .....</b>	<b>8</b>
<b>2.1.2</b>	<b>Stárnutí populace v Olomouckém kraji .....</b>	<b>10</b>
<b>2.1.3</b>	<b>Porovnání stárnutí populace České republiky s evropskými zeměmi .....</b>	<b>11</b>
<b>2.2</b>	<b>Tělesná kultura .....</b>	<b>12</b>
<b>2.2.1</b>	<b>Životní způsob .....</b>	<b>12</b>
<b>2.2.2</b>	<b>Životní styl.....</b>	<b>13</b>
<b>2.2.3</b>	<b>Tělesná aktivita.....</b>	<b>15</b>
<b>2.3</b>	<b>Volný čas .....</b>	<b>15</b>
<b>2.4</b>	<b>Segmentace trhu.....</b>	<b>16</b>
<b>2.5</b>	<b>Marketingový mix.....</b>	<b>17</b>
<b>2.5.1</b>	<b>Služba jako produkt.....</b>	<b>18</b>
<b>2.5.2</b>	<b>Produkt ve veřejné správě .....</b>	<b>18</b>
<b>2.5.3</b>	<b>Komunikace ve veřejné správě .....</b>	<b>19</b>
<b>2.5.4</b>	<b>Komunikační mix.....</b>	<b>19</b>
<b>3</b>	<b>CÍL .....</b>	<b>22</b>
<b>4</b>	<b>METODIKA.....</b>	<b>23</b>
<b>5</b>	<b>VÝSLEDKY.....</b>	<b>24</b>
<b>5.1</b>	<b>Pilotáž, struktura listu šetření.....</b>	<b>24</b>
<b>5.2</b>	<b>Výzkumný soubor .....</b>	<b>24</b>
<b>5.3</b>	<b>Diskuse .....</b>	<b>39</b>
<b>5.4</b>	<b>SWOT analýza poptávky pohybových aktivit seniorů .....</b>	<b>41</b>
<b>6</b>	<b>ZÁVĚR A DOPORUČENÍ.....</b>	<b>42</b>
<b>7</b>	<b>SHRNUTÍ.....</b>	<b>44</b>
<b>8</b>	<b>SUMMARY .....</b>	<b>45</b>
<b>9</b>	<b>REFERENČNÍ SEZNAM.....</b>	<b>46</b>
<b>10</b>	<b>PŘÍLOHY .....</b>	<b>48</b>

# 1 ÚVOD

V současnosti tvoří senioři zhruba patnáct procent obyvatel ČR a i přesto jsou často opomíjenou skupinou, mnohdy se dnes hovoří dokonce o diskriminaci seniorů. Předpokládá se, že ve druhé polovině století budou senioři tvořit více než jednu třetinu obyvatel a proto považují za důležité analyzovat a vytvářet programy, vedoucí ke zkvalitnění aktivního stáří. S ohledem na současné demografické údaje se jedná v Olomouci o skupinu, která tvoří pětinu obyvatel města. Odchod do důchodu, by neměl znamenat konec aktivního života. Naopak by měl být začátkem intenzivní péče o tělesnou i duševní stránku člověka. I když tématem této bakalářské práce není dopad pohybových aktivit na zdravotní stav člověka, je zřejmé že více let prožitých v dobrém zdravotním stavu znamená vyšší kvalitu života, větší nezávislost a možnost být nadále aktivní. Vzhledem k tomu, že již od roku 2004 pracuji pro firmy, které se zabývají péčí o seniory v zahraničí, tak je mi problematika seniorů velice blízká.

V této bakalářské práci budeme analyzovat současný stav poptávky v oblasti pohybových aktivit seniorů v Olomouci. Na základě výsledků empirického šetření navrhne nové produkty.

## **2 SYNTÉZA POZNATKŮ**

### **2.1 Stárnutí populace**

Stárnutí je jednou ze základních etap života, ale dosud však není ujednoceno jeho definování. Existuje více přístupů, jak určit hranici, kterou lze označit jako stáří. Nejčastějším kritériem určení stáří bývá chronologický věk, sociální věk, biologický věk a psychologický věk. Je nesporné, že na určování hranice stáří má vliv i zdravotní stav, pohlaví, ukončení ekonomické aktivity, vzdělání, sociálně kulturní vlivy, rodinné zázemí a řada dalších aspektů.

Stárnutí populace je jednou z významných charakteristik demografického vývoje. V současné době se jedná o stále více diskutované téma, které nabývá na vážnosti v celosvětovém měřítku. V dřívější době bylo stárnutí obyvatelstva ve vyspělých zemích přisuzováno zpomalení růstu dětských kategorií. V současné době se prosazuje typ stárnutí, který je podmíněn zlepšováním úmrtnosti ve starších věkových skupinách.

Dvě teorie stárnutí a úmrtnosti dle Rabušice (1993):

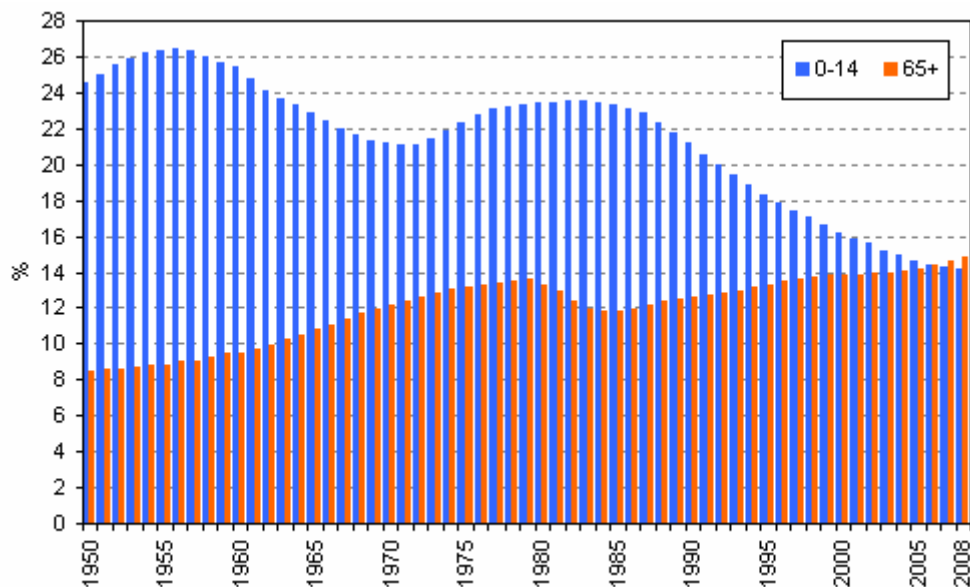
- Lidé umírají stářím a stárnutí je geneticky naprogramováno, přičemž u lidí je za hranici života pokládán věk 85 let.
- Epidemiologická teorie předpokládá, že stárnutí je proces s náhodnými pravidly, kdy lidé v pokročilém věku umírají na nemoci a potenciální délka života je asi 100 let

#### **2.1.1 Stárnutí populace v České republice**

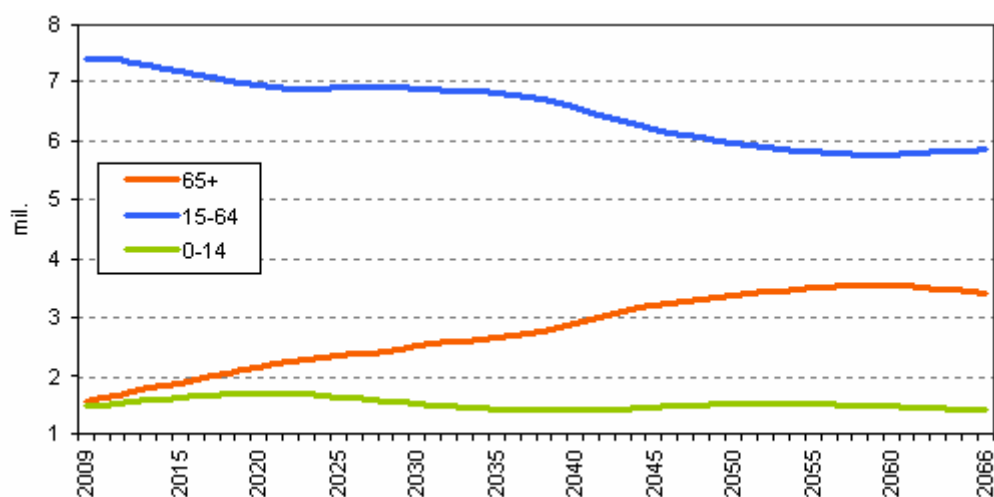
Problematika stárnutí se stala aktuální po společenských a ekonomických změnách, ke kterým došlo v roce 1989. Stárnutí populace a jeho důsledky byly obsahovým zaměřením XXXI. konference Československé demografické společnosti v roce 2001. Demografický vývoj České republiky začal přecházet z východoevropského standardu na západoevropský. Změny v reprodukčním



chování se projevovaly především ve snižování sňatečnosti, poklesu porodnosti, ale na druhé straně v prodlužování lidského života, což mělo a je důsledkem stárnutí populace (Obrázek 1 a 2).



Obrázek 1. Podíl obyvatel ve věkové skupině 0-14 a 65 a více let v letech 1958-2008 (zdroj: [www.czso.cz](http://www.czso.cz))

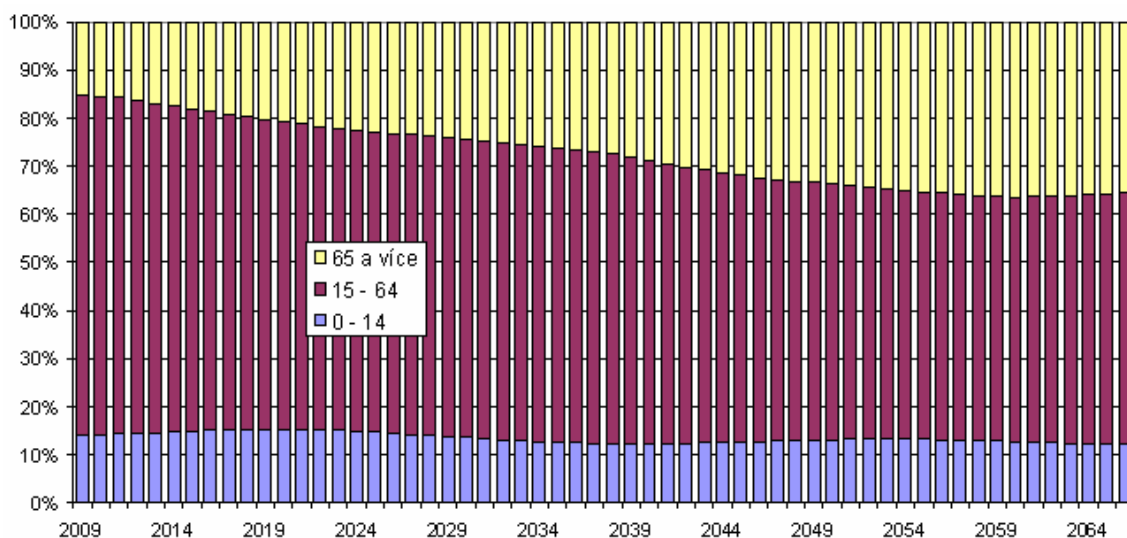


Obrázek 2. Očekávaný vývoj počtu obyvatel podle hlavních věkových skupin do roku 2066 (zdroj: [www.czso.cz](http://www.czso.cz))

### 2.1.2 Stárnutí populace v Olomouckém kraji

V návaznosti na datovou sadu Projekce obyvatelstva České republiky do roku 2065 vydalo oddělení demografické statistiky i projekci pro jednotlivé kraje. V regionální projekci byla z výpočtů vyloučena migrace, jedná se tedy o výpočty podle očekávaného přirozeného vývoje (Obrázek 3). K 1. 1. 2009 žilo v Olomouckém kraji na 100 dětí 107 seniorů. Podle projekce bude v Olomouckém kraji v roce 2065 na 100 dětí připadat 292 obyvatel starších 65 let. Základní výsledky projekce Olomouckého kraje zveřejněné českým statistickým úřadem :

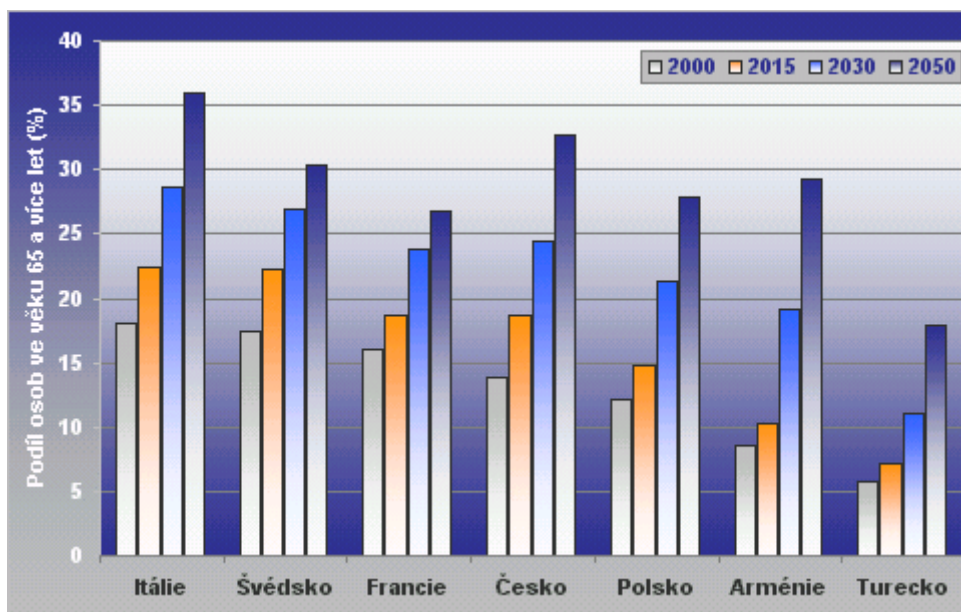
- Počet obyvatel kraje během sledovaného období poklesne (z 642 tisíc obyvatel k 1. 1. 2009 na 525 tisíc k 1. 1. 2066, tj. o 18,2 %).
- Dojde k výrazným změnám ve věkové struktuře obyvatelstva.
- Postupně se bude zvyšovat počet obyvatel starších 65 let, v Olomouckém kraji se jejich počet ze současných 97 tisíc zvýší během 50 let na 200 tisíc. V celé populaci kraje bude podíl seniorů tvořit více než jednu třetinu (36,4 %), zatímco v současnosti zaujímá 15,1 %.
- Podíl dětské složky v populaci bude v příštích několika letech ještě stoupat díky většímu počtu narozených dětí v předchozích letech. Počet dětí ve věku 0 až 14 let se ze současných téměř 91 tisíc zvýší v roce 2020 na 98 tisíc, později bude postupně klesat až na necelých 64 tisíc v roce 2065. K 1. 1. 2009 činil podíl dětí na celkovém počtu obyvatel 14,1 %, podle předpokladu v roce 2020 dosáhne 15,3 %, v pozdějších letech se bude díky klesajícímu počtu obyvatel udržovat v úrovni 12 až 13 %.
- Počet obyvatel ve věku od 15 do 64 let bude rok od roku klesat. Rozdíl mezi hraničními roky dosáhne téměř 180 tisíc obyvatel (ze 454 tisíc osob na začátku na 275 tisíc osob na konci uvažované projekce). Podíl této věkové skupiny klesne ze 70,7 % na 52,3 %.



Obrázek 3. Podíly věkových skupin na celkovém počtu obyvatelstva v Olomouckém kraji (s vyloučením vlivu migrace),(zdroj: [www.czso.cz](http://www.czso.cz))

### 2.1.3 Porovnání stárnutí populace České republiky s evropskými zeměmi

Reakcí na očekávané progresivní stárnutí i na skutečnost, že následující generace starších osob budou zdravější a vzdělanější, je nový koncept přístupu společnosti k populačnímu stárnutí Aktivní stárnutí prosazovaný na půdě OSN a dalších mezinárodních organizací. Je založen na změně postoje společnosti ke starým lidem a vychází ze společenské podpory umožňující starším lidem, na základě jejich vlastního výběru a okolností, plně se zapojit do společenského života. Pokračovat v ekonomické aktivitě, později odcházet do důchodu, zapojit se do jiných společensky prospěšných činností jako např. dobrovolnictví, pečovatelské, kulturní aktivity atd.. Tento přístup se snaží reagovat na otázky, jak zmírňovat celospolečenské dopady měnících se relací ve věkové struktuře a zároveň zahrnuje humánní aspekty postavení seniorů v populaci s ohledem na zvyšování kvality jejich života. Vzhledem k tomu, že progresivní stárnutí populace lze očekávat i v České republice, je třeba věnovat pozornost praktickému prosazování tohoto konceptu také u nás. (zdroj: [www.demografie.info](http://www.demografie.info)).



Obrázek 4. Vývoj podílu osob ve věku nad 65 let ve vybraných evropských zemích, 2000-2050 (Mašková)

## 2.2 Tělesná kultura

Tělesná kultura je sociokulturní systém, který jako výsledek činností, tvorby hodnot, vztahů a norem zabezpečuje specifickými tělocvičnými prostředky (tělesná cvičení) uspokojování zvláštních biologických a sociálních potřeb člověka v oblasti fyzického a něj navazujícího psychického a sociálního rozvoje s cílem socializace a kultivace. Je součástí kultury a kulturního dědictví každého národa. Objektem jejího působení je kulturní a společenský člověk jako plnohodnotný člen společnosti (Hodaň, 2000, 63-64).

Tělesná kultura se promítá do života jedince i společnosti a ovlivňuje životní styl a životní způsob.

### 2.2.1 Životní způsob

Pojem životní způsob je nadřazen pojmu životní styl. Životní způsob má skupinový charakter.

V životním způsobu jsou zahrnuty všechny sféry a způsoby lidské aktivity, stejně jako podmínky jejich realizace, vztahů lidí ve společnosti i jejich

individuální proměnlivost. V životním způsobu se odráží specifikum vzájemného vztahu a úrovně individuí žijících v určitém společenství. (Dohnal, Hodaň, 2005, 72).

Životní způsob je možno pokládat za určité vyjádření kvality života dané skupiny, či společnosti (Hodaň, 2000, 153). Podle Hodaně (2000, 152-153) je životní způsob podmíněn:

- a) historickým vývojem
- b) úrovní dané kultury
- c) významnými hodnotami
- d) společenskými tradicemi
- e) změnami výrobního procesu
- f) vlastnickými vztahy
- g) postavením socioprofesionální skupiny
- h) životní úrovní dané skupiny
- i) vlivem různých druhů kultur a jiných skupin
- j) převažující filozofickou orientací

### **2.2.2 Životní styl**

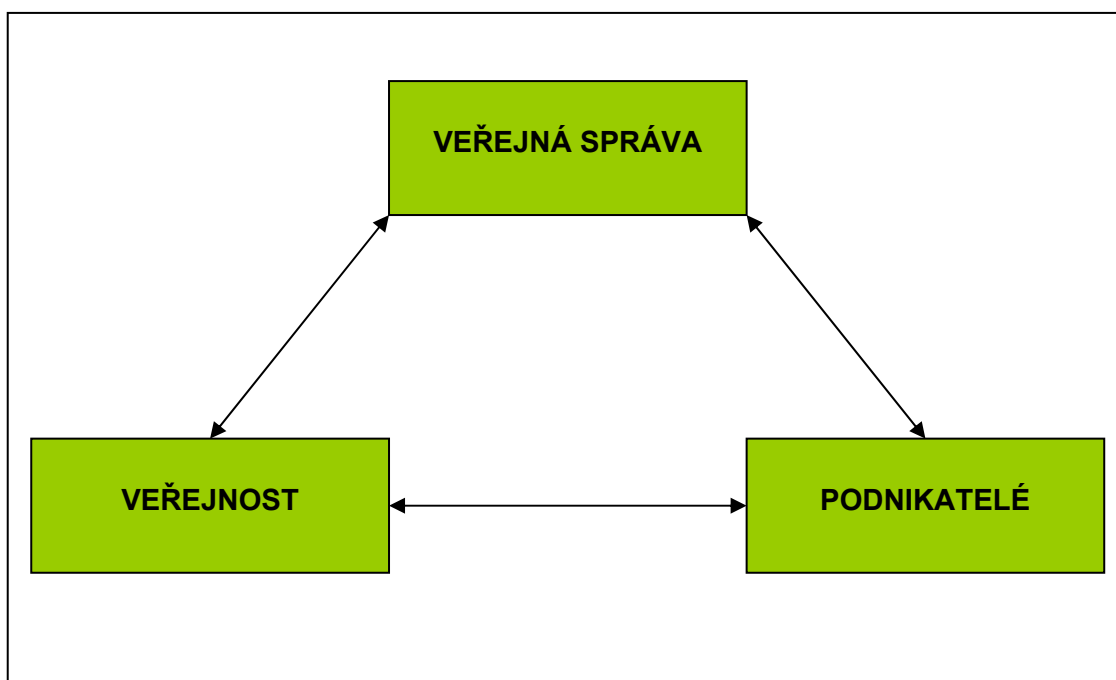
Podle Hodaně (1993,141) je životní styl uspořádáním mnohotvárných činností, jimiž se dané individuum udržuje a obnovuje.

Podle Hodaně (2000, 154-155) je životní styl podmíněn:

- a) individuálním rozvojem a jeho aktuálním stavem
- b) úrovní kulturnosti daného individua
- c) individuální filozofickou a hodnotovou orientací
- d) rodinnými tradicemi
- e) konkrétním podílem na výrobním procesu
- f) individuálním postavením v socioprofesionální skupině
- g) množstvím a úrovní realizovaných sociálních rolí
- h) dosaženou individuální životní úrovní
- i) vlivem okolního prostředí

Z výše zmiňovaného je zřejmé, že s tělesnou kulturou a životním stylem významně souvisí problém zdraví. I když jsme každý odpovědný za své zdraví individuálně, tak nelze opomenout společenskou a politickou odpovědnost za zdraví nás všech. Problémem státu, obce či zaměstnavatele je vytvářet vhodné podmínky pro realizaci vlastní zodpovědnosti za zdraví.

Péče o vlastní zdraví a s ní související zdatnost a pracovní výkonnost přináší obrovský ekonomický efekt jako výsledek vyššího pracovního výkonu, nižší nemocnosti, kratší doby léčení v případě onemocnění, kratší a kvalitnější rekvalifikace v případě nezaměstnanosti. Finanční hodnota těchto důsledků je nesrovnatelně vyšší, než náklady na vybudování nezbytných podmínek. A navíc, náklady na vybudování nezbytných podmínek jsou nesrovnatelně nižší, než náklady jdoucí do zdravotnictví z důvodů následné léčby. Jde tedy pouze o pochopení problému a politické rozhodnutí. (Hodaň, 2000, 157-158)



Obrázek 5. Předpoklad rozvoje města jako spolupráce veřejné správy s občany a s podnikateli (Foret, 2006, vlastní vyhotovení)

### 2.2.3 Tělesná aktivita

Lidské tělo je vyvinuto k pohybu a aktivitě. Tělesná aktivita je základní složkou tělesné kultury. Bohužel vymoženosti dnešní doby vedou k postupnému odstraňování tělesné námahy a pohybu z našeho života. Vrácením pohybu do života, můžeme pouze získat.

Pravidelná přiměřená pohybová aktivita:

- zvyšuje výkon srdečně cévního systému – je prevencí srdečně cévních nemocí - infarktu
- zlepšuje metabolismus cukrů – je prevencí diabetu
- zlepšuje složení krevních tuků – snižuje celkový cholesterol a zvyšuje prospěšný HDL cholesterol
- snižuje krevní tlak – je prevencí hypertenze
- zlepšuje strukturu kostí – je prevencí osteoporózy
- zvyšuje výkonnost plic – zvyšuje tzv. vitální kapacitu
- udržuje přiměřenou hmotnost – je prevencí nadváhy a obezity
- zvyšuje množství aktivní svalové hmoty – umožňuje aktivní pohyb do vysokého věku
- zlepšuje duševní zdraví – vznikají hormony - endorfiny, které navozují příjemné prožitky a spokojenost
- zpomaluje stárnutí – lidé s vyšší pohybovou aktivitou mají ve vyšším věku zdravotní ukazatele jako lidé o 10 –15 let mladší (zdroj:www.zdravi21.cz)

### 2.3 Volný čas

„čas, kdy člověk nevykonává činnosti pod tlakem závazků plynoucích ze společenské dělby práce nebo z nutnosti biofyzilogického či rodinného systému“ (Velký sociologický slovník, 1996, 156). Smysluplné využití volného času je důležité pro pozitivní sebepojetí a životní spokojenost v každém věku. Je pouze otázkou priorit, zda si člověk najde trochu volného času pro nějakou pohybovou aktivitu. Co stagnuje, nešetří se, ale upadá. A to platí i o dušení a fyzické kondici. Odchod do důchodu by tedy neměl znamenat konec aktivního života.

Dumazedier rozlišuje tři základní funkce volného času:

- Odpočinek – zotavení, reprodukce pracovní síly. Volný čas osvobozuje od únavy, odstraňuje fyzické a nervové poruchy vyvolané napětím, výkonem povinností a zejména prací.
- Rozptýlení – zábava, kompenzace, únik z monotónnosti práce, případně únik do fiktivních činností imaginárního světa
- Rozvoj osobnosti – umožňuje širší účast na společenském dění a bezstarostnější kulturu ducha i těla. Poskytuje nové možnosti zapojení do života rekreativních, kulturních a sociálních sdružení. Umožňuje doplňování citových či rozumových poznatků, rozvíjení schopností.

Všechny tři funkce spolu vzájemně souvisí. Existují ve střídavé míře u všech lidí. Často se vzájemně překrývají, takže je dosti obtížné jejich rozlišení. U každého člověka by měly být v určitých proporcích zastoupeny všechny tři funkce, jinak hrozí jednostranná deformace (Čihovský, 2006,33).

## **2.4 Segmentace trhu**

Na trhu jde o konfrontaci naší nabídky s poptávkou (potřebami) zákazníka. Abychom mohli něco nabídnout je nutná znalost zákazníka a konkurence. Proces výběru cílové skupiny, kterou chceme oslovit, by měl podle Foreta (2006,142) zahrnovat následující tři kroky:

1. Segmentaci trhu představující rozčlenění trhu na relativně homogenní skupiny kupujících s přibližně stejnými životními potřebami, sociálními podmínkami a ekonomickými možnostmi.
2. Pokrytí trhu jako příprava naší nabídky vybraným cílovým skupinám. Vychází se zde ze srovnání možností a nároků každého segmentu, s možnostmi a předpoklady našeho podniku tyto požadavky úspěšně naplnit. Jedná se tedy o přesný výběr tržního zacílení a speciálně pro něj připravené nabídky.
3. Vymezení tržní pozice vycházející při vypracování vlastní nabídky ze znalostí pozice konkurence a na ně navazujícího podrobně vypracovaného marketingového mixu.



Komplexní analýza životního stylu je mimořádně přínosná pro segmentaci z hlediska marketingové komunikace, kdy nám přináší bližší informace o zákazníkovi.

## 2.5 Marketingový mix

Marketingový mix představuje souhrn nástrojů (Obrázek 6), pomocí kterých uspokojuje potřeby zákazníků. Jednotlivé prvky marketingového mixu můžeme kombinovat v různé intenzitě a pořadí.

„4 P“ (z pohledu firmy)		„4C“ (z pohledu zákazníka)	
<b>Produkt</b>	Produkt	<b>Customer value</b>	Hodnota pro zákazníka
<b>Price</b>	Cena	<b>Customer costs</b>	Náklady
<b>Place</b>	Místo	<b>Convenience</b>	Pohodlí
<b>Promotion</b>	Marketingová komunikace	<b>Communication</b>	Komunikace

Obrázek 6. Základní marketingové nástroje (Kotíková, Zlámal, 2006,37-38, vlastní vyhotovení)

Základní model „4P“ nám určuje:

- Co budeme na trhu nabízet?
- Za jakou cenu?
- Kde, na jakém místě?
- Jak o tom budeme informovat? (Kotíková, Zlámal, 2006, 38)

Ve službách bývá marketingový mix doplněn o další nástroj páté „P“ (**P**oeple) - lidé.

Jelikož analyzujeme poptávku pohybových aktivit u seniorů v Olomouci, budou nás nejvíce zajímat nástroje marketingového mixu jako je hodnota pro zákazníka (produkt) a komunikace.

### **2.5.1 Služba jako produkt**

Produkt je materiální či nemateriální statek, který má schopnost uspokojovat potřeby a který je nabízen na trhu. Služby představují zcela zvláštní typ produktu, který má specifické vlastnosti jako nemateriální povahu, nedělitelnost, vysokou variabilitu a nemožnost skladování (Kotíková, Zlámal, 2006, 38-39).

Pro rozvoj služeb v oblasti volnočasových tedy i pohybových aktivit je důležitá organizace a koncepce centrálních a regionálních programů, které by měli vznikat na základě požadavků a potřeb občanů všech věkových a sociálních skupin populace. Systém služeb ve volném čase je nutné koncipovat tak, aby oslovil, zaujal a přivedl i ty skupiny populace, které neprojeví zájem nebo patří mezi problémové (Dohnal, 2002,6).

### **2.5.2 Produkt ve veřejné správě**

Z marketingového pohledu je základním produktem veřejné správy určité konkrétní území spolu s veškerými předpoklady, podmínkami a aktivitami, které se na daném území vyskytují a realizují. Jádrem produktu ve veřejné správě jsou hodnoty a výhody, které od něj obyvatelé, investoři i návštěvníci očekávají. Vlastní produkt vychází z konkrétní nabídky podmínek a služeb. Kvalitu produktu vyjadřují ukazatele přírodních, historických podmínek, vybavenost, stav technických sítí, úroveň životního prostředí atd. Provedení produktu zahrnuje velikost daného území, jaké má zázemí a jak je bráno samo o sobě. Design a styl území se odráží ve způsobu značení ulic, urbanistického propojení nebo ve vypracování orientačního systému. Značky, např. erb města posilují schopnost obyvatel identifikovat se s daným místem. Užívá se k veškeré prezentaci i k propagaci služeb. Rozšířeným produktem jsou různé výhody či záruky, jež jsou veřejnou správou nabízeny např. strategicky významným investorům.

### **2.5.3 Komunikace ve veřejné správě**

Veškeré komunikační aktivity, jimiž se veřejná správa snaží udržovat co nejlepší vztahy se stávající veřejností a snaha o přilákání nových obyvatel, investorů a návštěvníků. Právě veřejná správa koordinuje a usměrňuje potřeby, zájmy a přání veřejnosti a podnikatelů. K tomu potřebuje získávat informace, které lze efektivně využít ke sledování slabých a silných stránek, k využívání možných příležitostí a eliminaci hrozeb tržního prostředí.

### **2.5.4 Komunikační mix**

Komunikačním mixem je v marketingu označována kombinace komunikačních nástrojů, kterými jsou:

- Reklama
- Podpora prodeje
- Osobní prodej
- Public relations (vztahy s veřejností)
- Přímý marketing

V našem případě nás bude zajímat především komunikační nástroj jako je reklama, podpora prodeje a public relations.

Reklama je forma placené prezentace produktu. Při tvorbě reklamního sdělení je nutné definovat cílový trh a motivy cílového trhu, tato rozhodnutí jsou známa jako „pět M“ (Obrázek 7).

<b>„5 M“ při tvorbě reklamy</b>			
<b>Mission</b>	poslání	Jaké jsou cíle komunikace?	Určení komunikačních cílů.
<b>Money</b>	peníze	Jak velký rozpočet máme k dispozici?	Rozhodnutí o rozpočtu.
<b>Message</b>	sdělení	Jak má vypadat reklamní sdělení?	Rozhodnutí o reklamním sdělení.
<b>Media</b>	média	Jaká média a komunikační kanály budou využity?	Rozhodnutí o médiích.
<b>Measurement</b>	hodnocení, měření	Jak budou vyhodnoceny výsledky?	Hodnocení reklamní kampaně.

Obrázek 7. „5 M“ při tvorbě reklamy (Kotíková, Zlámal, 2006, 60-61, vlastní vyhotovení)

Reklamními médii jsou rozhlas, tisk, televize, kino, venkovní reklama a internet.

Podpora prodeje motivuje k rychlejším či větším nákupům. Má vliv nejen na konečné spotřebitele, ale i na distributory a prodejce. Mezi služby podpory prodeje patří různé slevy (např. děti, senioři), soutěže, loterie, věrnostní programy, zábavné akce atd.

Public relations usiluje o vzájemné pochopení a soulad mezi organizacemi a veřejností. Předmětem zájmu je organizace či firma, nikoli produkt. Mezi činnosti PR řadíme tyto činnosti:

- Vztahy k tisku
- Vztahy k místním orgánům a komunitám
- Vnitřní komunikaci
- Tiskové konference
- Krizová komunikace
- Veletrhy a výstavy
- Organizování zvláštních akcí
- Sponzoring
- Lobbying (Kotíková, Zlámal, 2006, 66)

### 3 CÍL

Cílem práce je analýza poptávky v oblasti pohybových aktivit seniorů v Olomouci. Cílovou skupinu tvoří senioři z Olomouce a nejbližšího okolí. Prostřednictvím ankety budeme zjišťovat jak je vysoká poptávka po pohybových aktivitách v Olomouci, co motivuje seniory k provozování pohybových aktivit a zda je optimální rozsah propagace ve vztahu k cílové skupině.

Výstupem analýzy poptávky bude informace, na co se zaměřit při rozšíření nabídky pohybových aktivit pro seniory v Olomouci.

K dosažení cíle jsem si stanovila tyto úkoly:

- Studium literatury
- Vytvořit list šetření
- Aplikovat listy šetření na cílovou skupinu seniorů
- Zpracovat a vyhodnotit listy šetření
- Na základě výsledků empirického šetření navrhnout nové produkty v oblasti pohybových aktivit pro seniory

## 4 METODIKA

Metodikou se rozumí teoreticko - praktické schéma, které určuje postup provádění určité odborné činnosti (Jarošová, 2007,4).

Metoda je postup uplatňovaný k dosažení stanoveného cíle nebo k získání určitých poznatků. Techniky sběru informací jsou konkrétní způsoby získávání dat.

Pro zpracování dané problematiky byly použity následující metody a techniky:

- Metoda historická - vychází ze zkoumání vývoje sledovaného jevu či procesu (Čihovský,2006,12)
- Metoda introspektivní - vychází z osobních poznatků zpracovatele, který se v šetřené oblasti pohybuje.
- Anketa - výzkumná technika založená na dotazníku. Slouží ke zjištění názoru většího počtu osob. Někdy bývá podpořena slosováním o ceny. Dotazník je nejběžnějším nástrojem sběru dat pro různé průzkumy, skládá se s předem daných otázek, jejichž cílem je získat názory a fakta od respondentů.
- SWOT analýza - je typem strategické analýzy. Shrnuje výsledky námi získaných poznatků, které jsou rozděleny do 4 základních skupin. Silné a slabé stránky vnitřního prostředí, v našem případě přání a potřeby seniorů a příležitosti a hrozby vnějšího prostředí.

## **5 VÝSLEDKY**

Analýza poptávky v oblasti pohybových aktivit seniorů v Olomouci proběhla převážně v klubech provozovaných Magistrátem města Olomouce. Výsledky šetření jsme shrnuli ve SWOT analýze.

### **5.1 Pilotáž, struktura listu šetření**

Listu šetření předcházela pilotáž, kde jsme na vzorku 4 osob ověřili srozumitelnost a logiku otázek. Vyzkoušeli jsme také časovou náročnost otázek. Zodpovězení všech otázek netrvalo déle než 15 minut.

V listu šetření byly použity pouze uzavřené a polootevřené otázky, kterých bylo celkem patnáct. Úplné znění otázek listu šetření viz. příloha. Definitivní verze listu šetření byla předložena ke schválení PhDr. Evě Trčkové z odboru sociálních služeb a zdravotnictví Magistrátu města Olomouce s žádostí o poskytnutí kontaktů na jednotlivé předsedy klubů kvůli snadnější distribuci dotazníků. Respondenti byli upozorněni na anonymitu při vyplňování dotazníku a s obsahem a účelem dotazníku.

### **5.2 Výzkumný soubor**

Výzkumným souborem byli členové klubů provozovaných Magistrátem města Olomouce. Seznam klubů viz. příloha. Kluby slouží k setkávání a aktivizaci seniorů a občanů se zdravotním postižením s možností stravování, poskytování sociálně právního poradenství a pomoci při zapojování do kulturního a společenského života. Na území statutárního města Olomouce je v současné době v provozu 14 klubů a 1 klubovna. Organizačně je provoz klubů zajišťován oddělením služeb seniorů a občanů se zdravotním postižením. V klubech je provozována společenská, kulturní a zájmová činnost, přičemž členové klubu do značné míry sami rozhodují o náplni činností daného klubu.

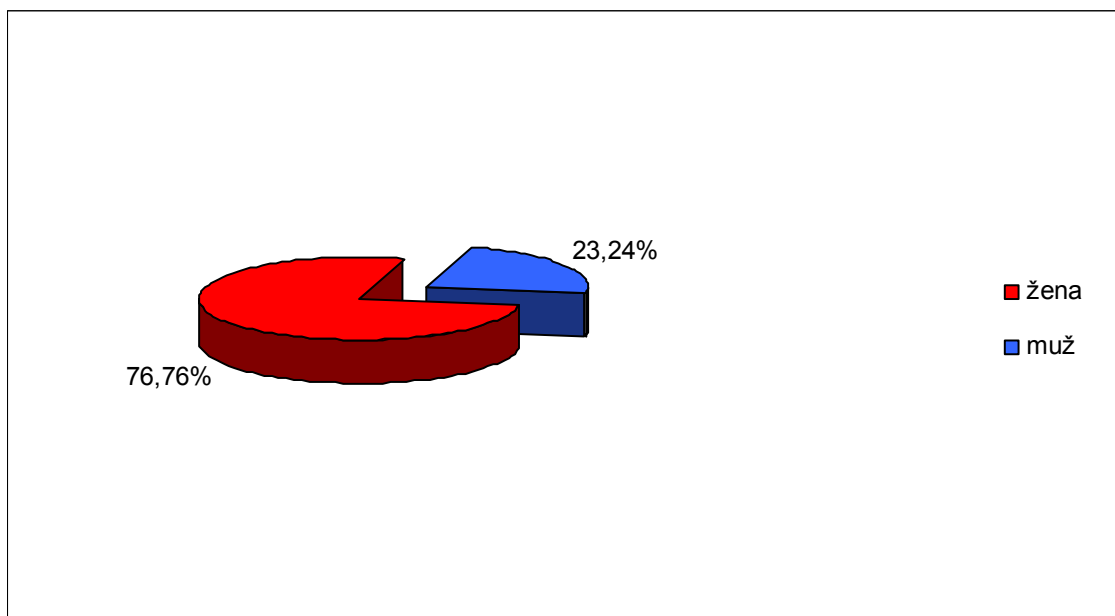


Empirické šetření probíhalo v období leden - únor 2010. Během tohoto období byli osloveni členové klubů seniorů v Olomouci. Celkem bylo zodpovězeno 185 listů šetření ze 300. Návratnost dotazníků činila 62%.

Grafické znázornění výsledků:

**Otázka č.1 : Jste: žena, muž?**

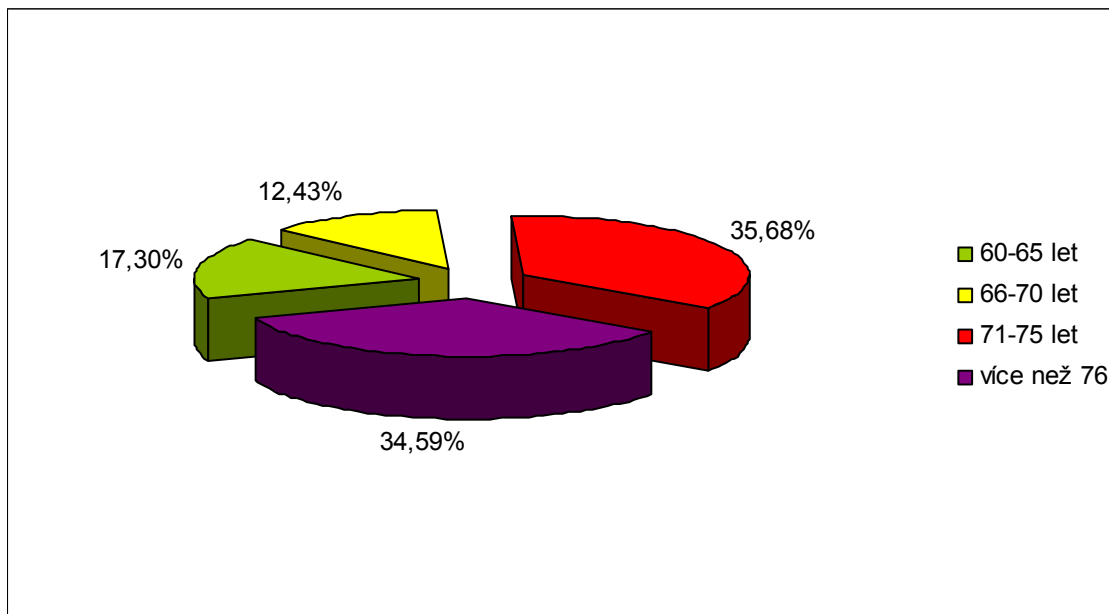
Na otázku listu šetření odpovídalo 76,76 % žen a pouze 23,24 % mužů (Obrázek 8).



Obrázek 8. Pohlaví respondentů

## Otázka č.2 : Váš věk?

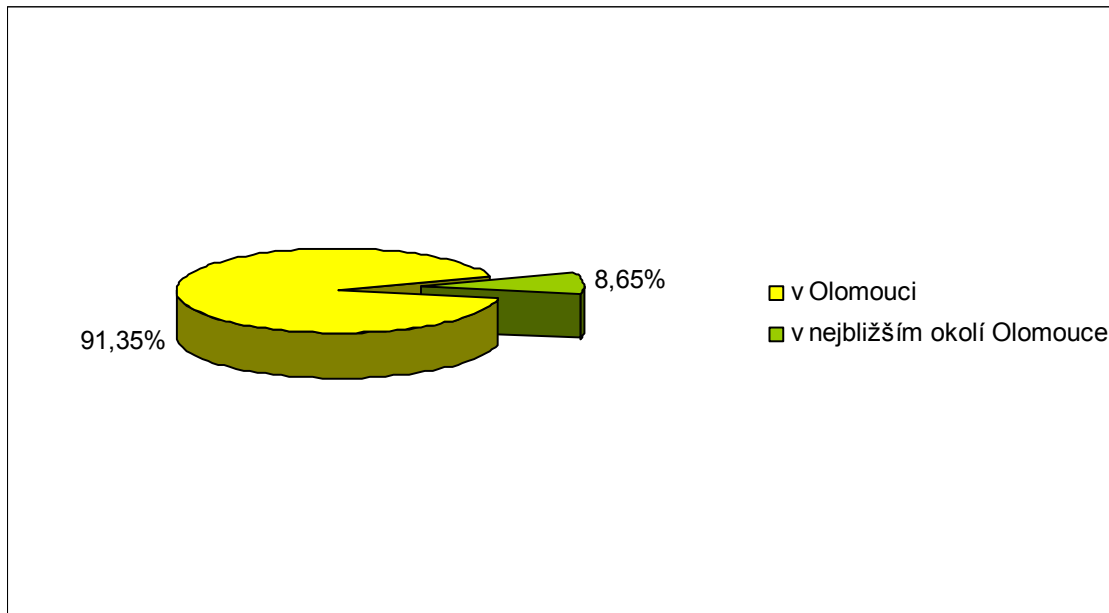
V největší míře 35,68% je zastoupena věková kategorie 71-75 let, dále odpovídalo 34,59 % respondentů starších 76 let, nejméně respondentů je ve věku 66-70 let (Obrázek 9).



Obrázek 9. Věk respondentů

### Otázka č.3 : V současné době bydlíte: v Olomouci, nejbližším okolí?

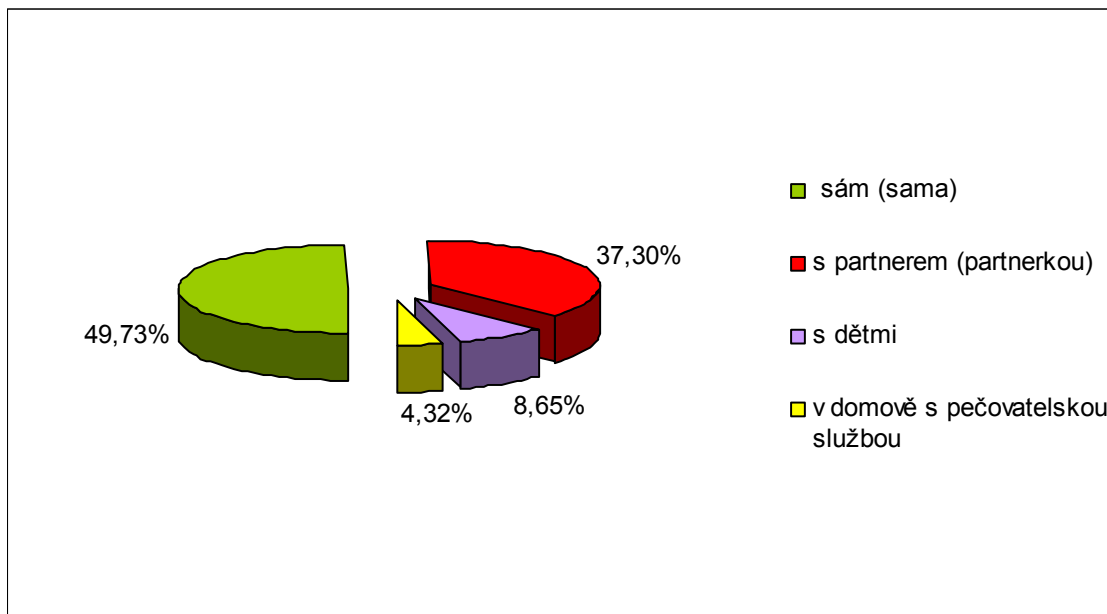
Většina respondentů 91,35 % je z Olomouce, pouze 8,65 % dotazovaných je z nejbližšího okolí města (Obrázek 10).



Obrázek 10. Současné bydliště respondentů

**Otázka č.4 : Žijete v domácnosti: sám, s partnerem, s dětmi,  
v domově s pečovatelskou službou?**

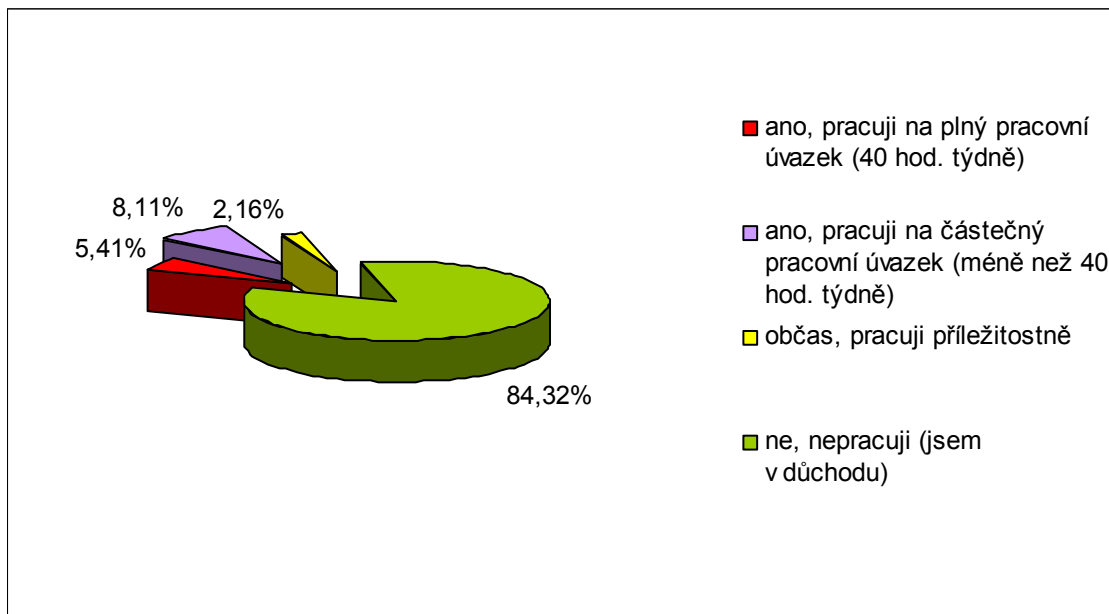
49,73 % respondentů žije sama, v nejnižší míře 4,32 % jsou zastoupeni respondenti žijící v domě s pečovatelskou službou (Obrázek 11).



Obrázek 11. Způsob bydlení respondentů

### Otázka č.5 : Pracujete v současné době?

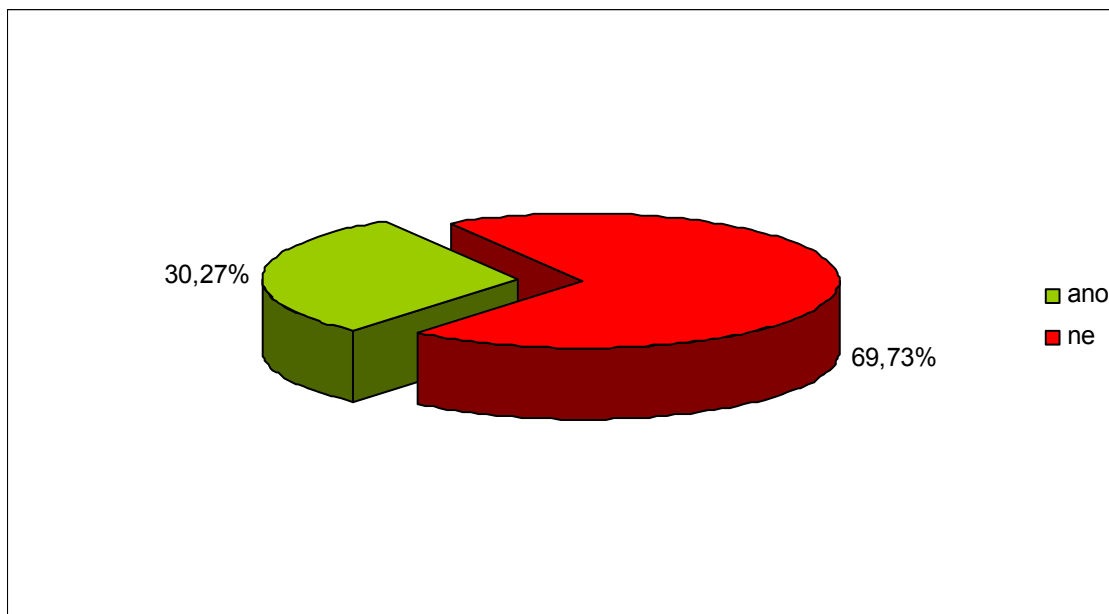
84,32 % respondentů je již ekonomicky neaktivních, 8,11 % pracuje na částečný úvazek, 5,41 % pracuje na plný úvazek a 2,16 % pracuje příležitostně. (Obrázek 12).



Obrázek 12. Ekonomická aktivita respondentů

**Otázka č.6 : Věnujete se ve volném čase nějakému sportu?**

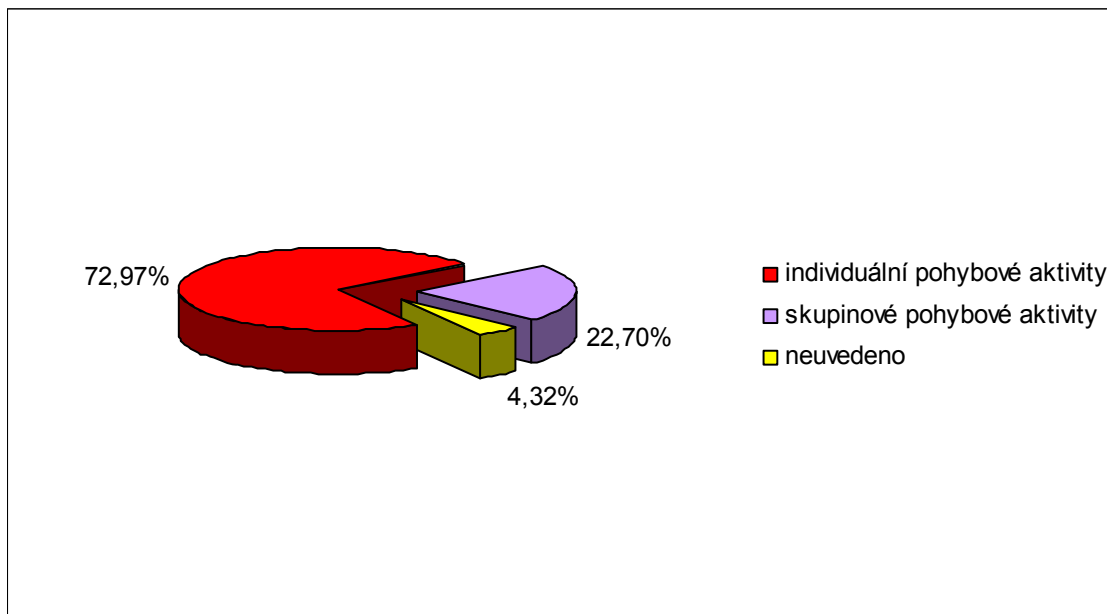
69,73 % respondentů nesportuje. 30,27 % respondentů sportuje (Obrázek 13).



Obrázek 13. Sportovní aktivita seniorů

### Otázka č.7 : Jakým pohybovým aktivitám dáváte přednost?

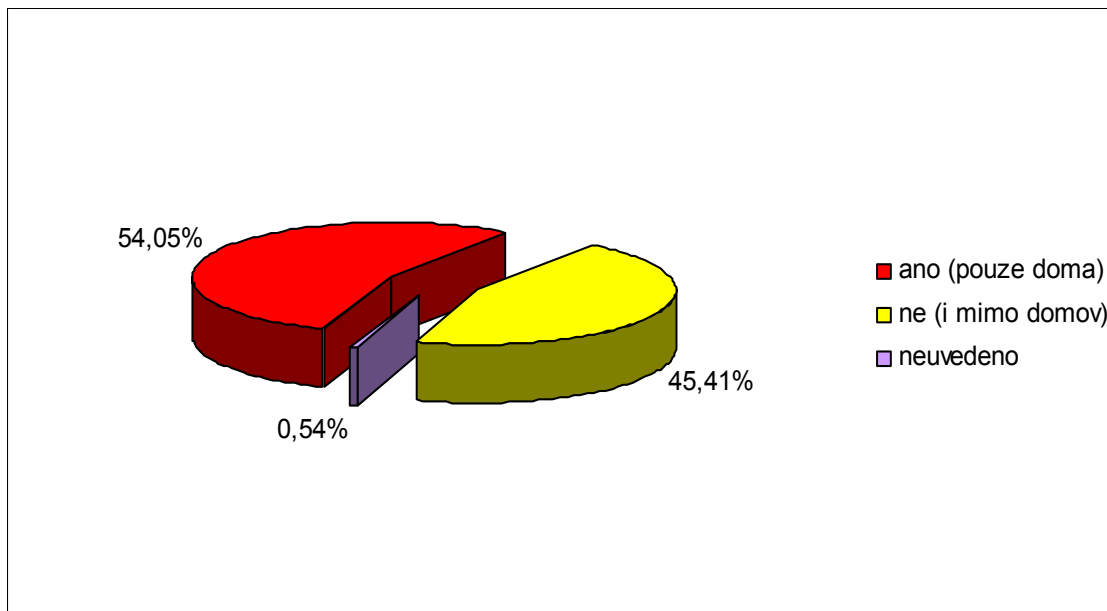
72,97 % respondentů dává přednost individuálním pohybovým aktivitám, 22,7 % má raději skupinové pohybové aktivity a 4,32 % dotazovaných neodpovědělo (Obrázek 14).



Obrázek 14. Upřednostňované pohybové aktivity

### Otázka č.8 : Provozujete pohybové aktivity pouze doma?

54,05 % respondentů provozuje pohybové aktivity pouze doma, 45,41 % dotazovaných provozuje pohybové aktivity i mimo domov, 0,54 % respondentů na otázku neodpovědělo (Obrázek 15)

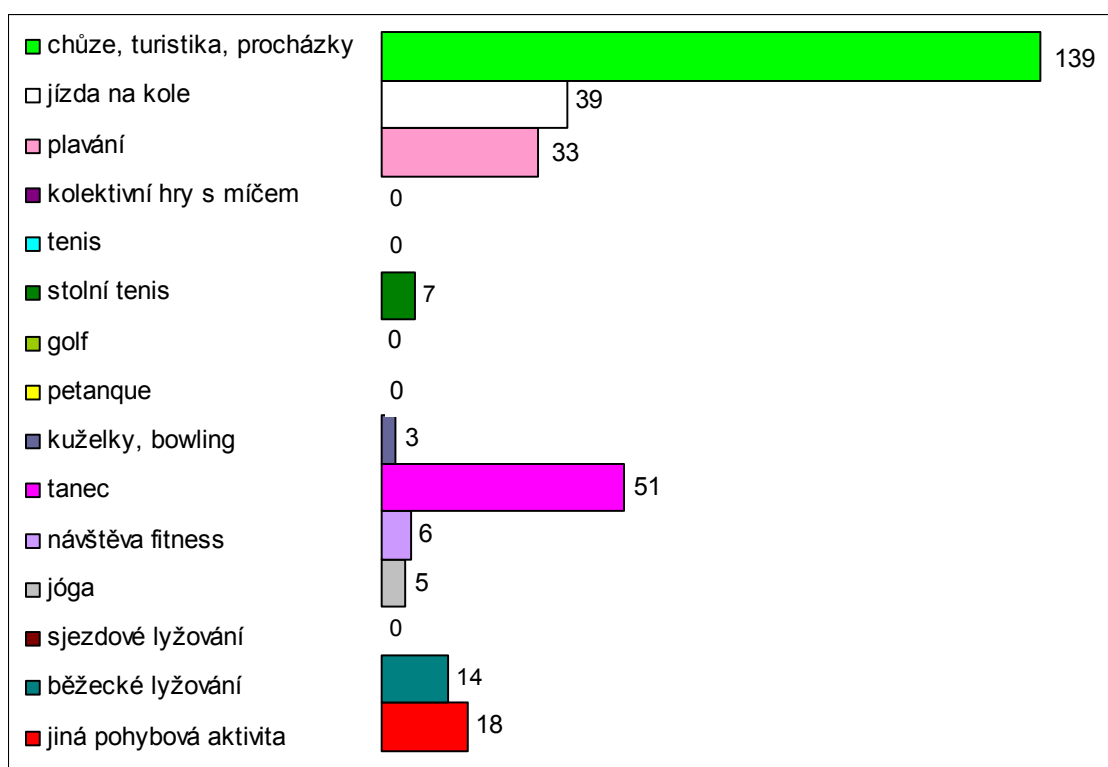


Obrázek 15. Místo provozování pohybových aktivit



### Otázka č.9 : Označte, kterou pohybovou aktivitu provozujete.

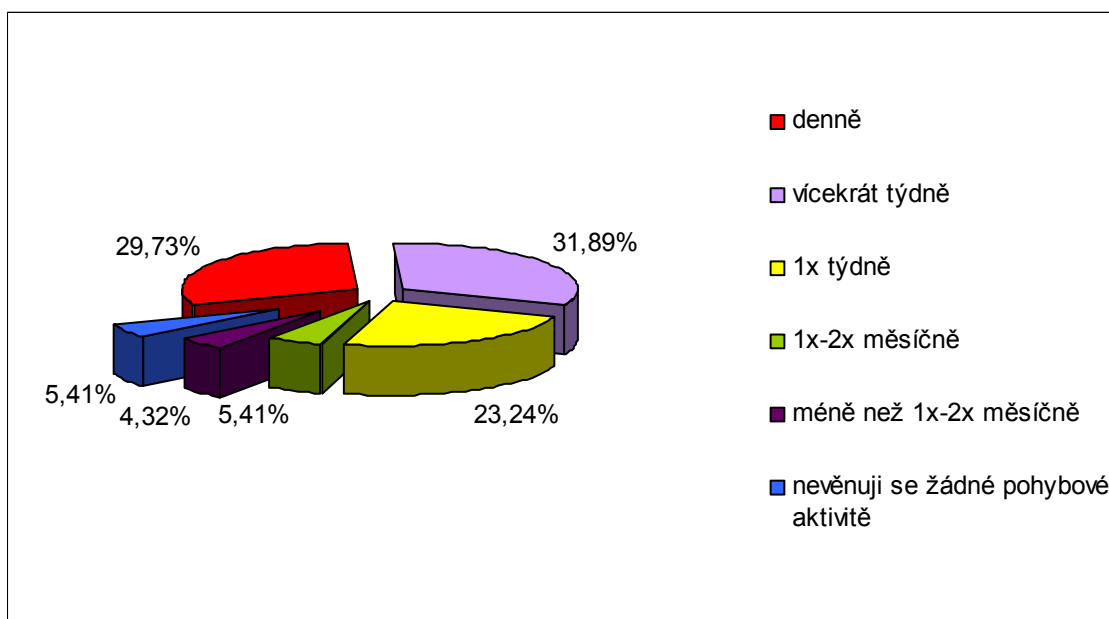
U této odpovědi bylo možno označit více než jednu možnost. 139 respondentů ze 185 uvedlo jako nejčastěji provozovanou pohybovou aktivitu chůzi, další oblíbenou činností je tanec, jízda na kole a plavání. Jako jinou pohybovou aktivitu respondenti uváděli hru na dechové nástroje, cvičení v kolektivu, bruslení, kalnetiku, práci na zahradě a v domácnosti, pobyt v lese, ZTV při rehabilitaci a jízdu na rotopedu. Ani v jednom případě nebyly označeny aktivity jako kolektivní hry s míčem, tenis, golf, petanque a sjezdové lyžování.



Obrázek 16. Provozované pohybové aktivity

### Otázka č.10 : Jak často se pohybovým aktivitám věnujete?

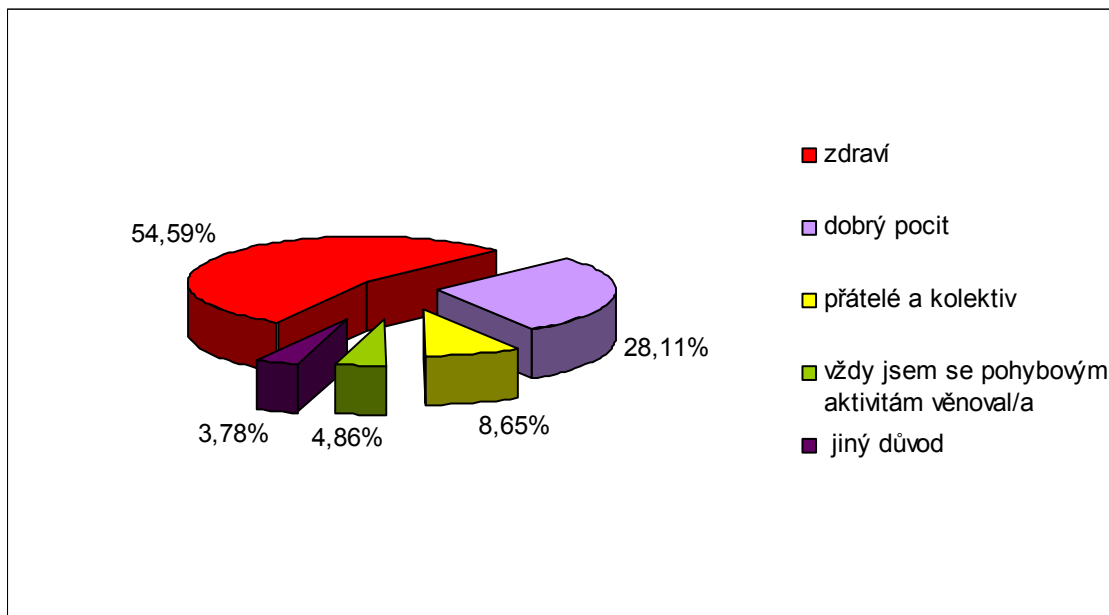
31,89 % dotazovaných se věnuje pohybovým aktivitám vícekrát týdně, 29,73 % se věnuje pohybovým aktivitám denně, 23,24 % respondentů si najde čas k provozování pohybových aktivit alespoň 1x týdně. Pouze 5,41 % seniorů se nevěnuje žádné pohybové aktivitě a stejné procento dotazovaných se věnuje pohybovým aktivitám 1-2x měsíčně. 4,32 % dotazovaných provozuje pohybové aktivity méně než 1-2x za měsíc.



Obrázek 17. Četnost provozování pohybových aktivit

**Otázka č.11 : Uveďte hlavní důvod, proč provozujete pohybové aktivity?**

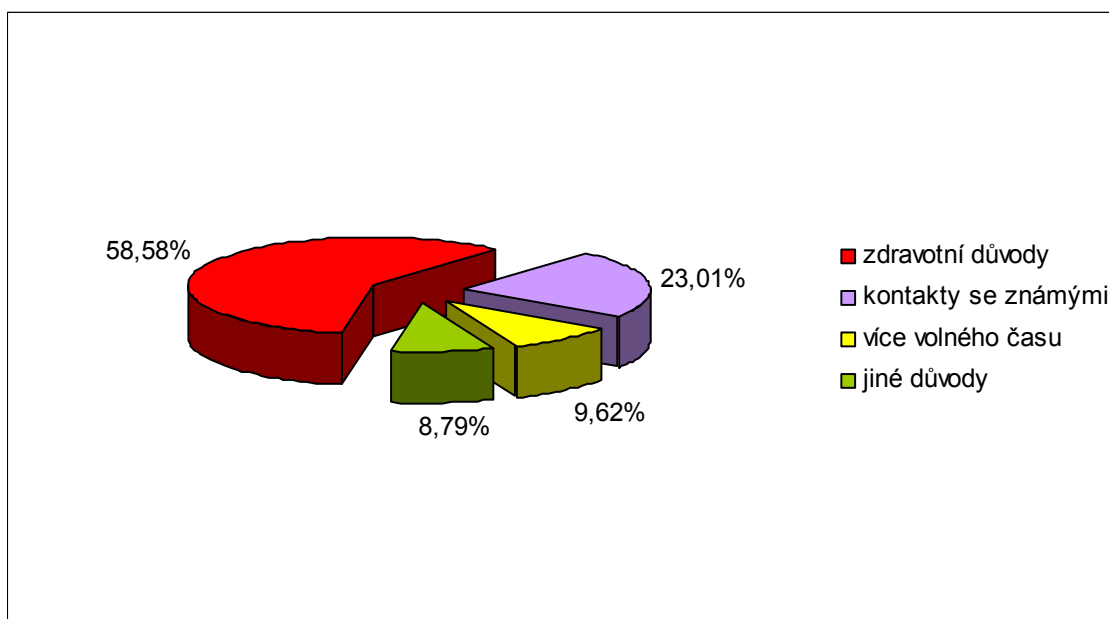
Jako hlavní důvod k provozování pohybových aktivit uváděla většina seniorů 54,59 % zdraví, 28,11 % dotazovaných uvedlo dobrý pocit, 8,65 % přátelé a kolektiv, 4,86 % seniorů se vždy pohybovým aktivitám věnovala. Jako jiný důvod 3,78 % byly nejčastěji uváděny procházky se psem (Obrázek 18).



Obrázek 18. Hlavní důvody k provozování pohybových aktivit

**Otázka č.12 : Co by Vás přimělo, abyste se častěji věnoval/a pohybovým aktivitám?**

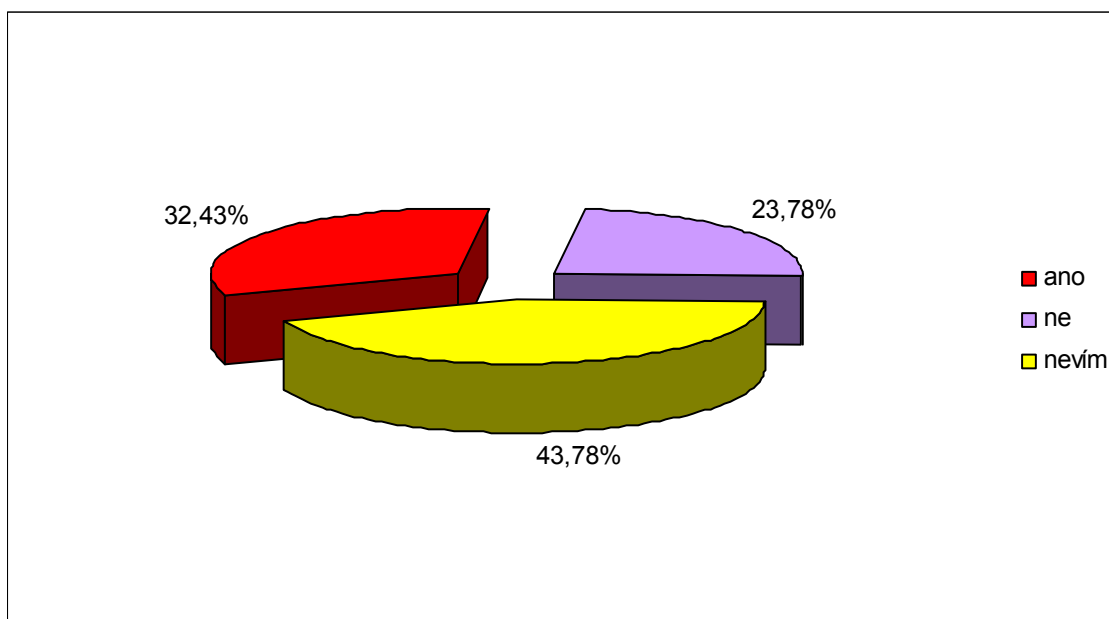
58,58 % seniorů je ochotno se častěji věnovat pohybovým aktivitám ze zdravotních důvodů. 23,01 % motivuje kontakt se známými, 9,62 % respondentů by potřebovalo více volného času. V 8,79 % uváděli jiné důvody a to lepší autobusové spojení z města do přírody, např. na Svatý Kopeček (Obrázek 19).



Obrázek 19. Důvody k častějším pohybovým aktivitám.

**Otázka č.13 : Je v Olomouci dle Vašeho názoru dostatek možností k provozování pohybových aktivit pro seniory?**

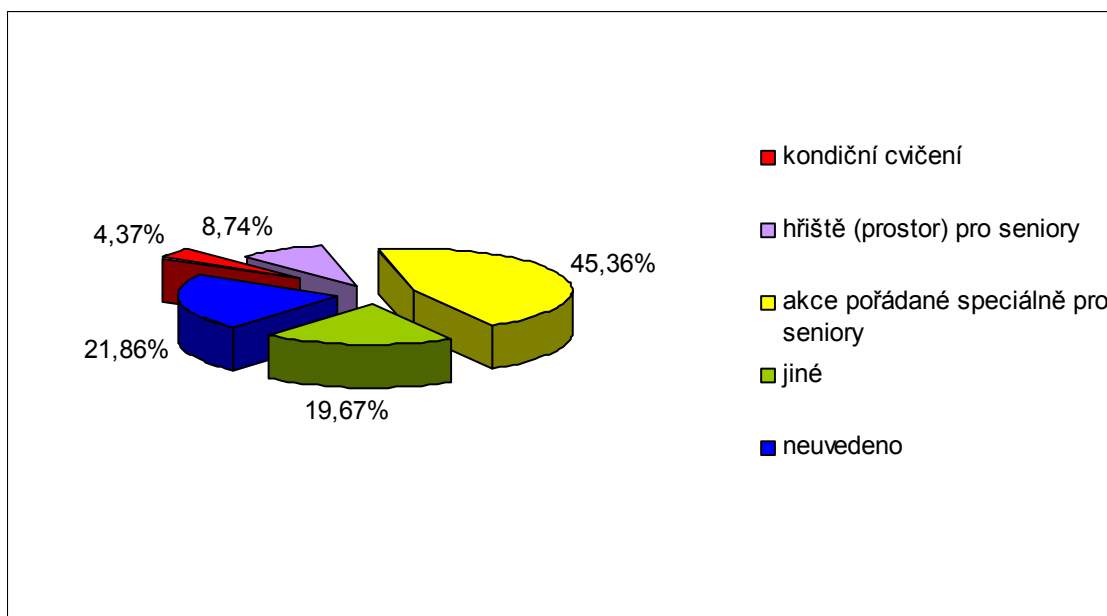
Velká část respondentů 43,78 % neví, zda je v Olomouci dostatek možností k provozování pohybových aktivit. 32,43 % seniorů je se současnou nabídkou spokojeno a 23,78 % dotazovaných spokojeno není (Obrázek 20).



Obrázek 20. Spokojenost s možnostmi k provozování pohybových aktivit

### Otázka č.14 : Co Vám v Olomouci v oblasti pohybových aktivit pro seniory chybí?

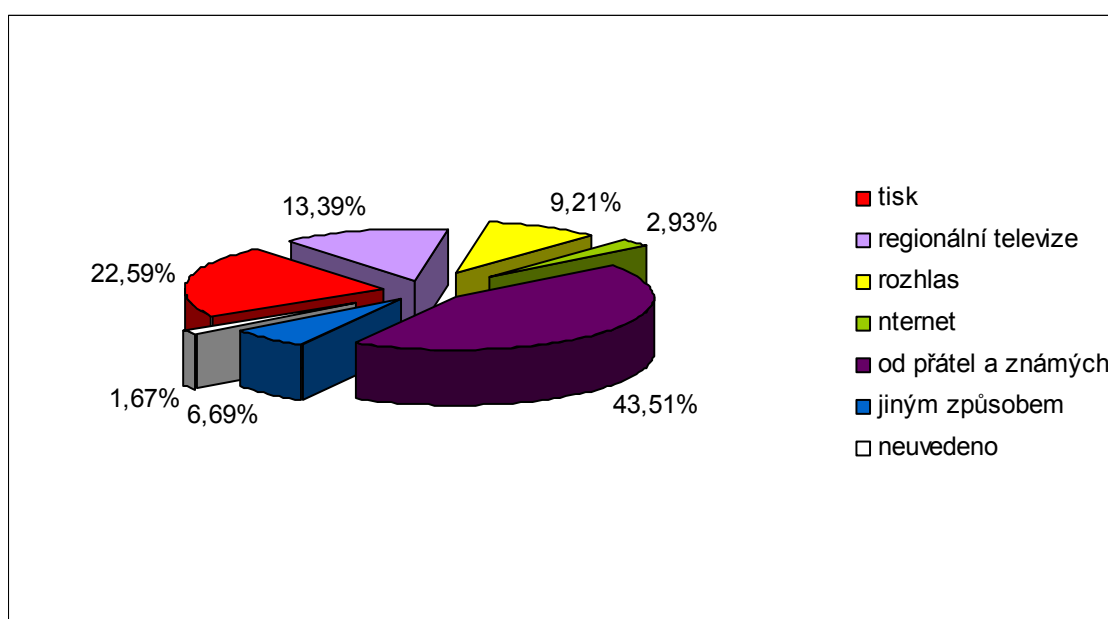
45,36 % dotazovaným chybí akce pořádané speciálně pro seniory, 21,86 % na otázku neodpovědělo, 19,67 % dotazovaných v kolonce jiné uvádělo, že se touto problematikou nezajímají, nebo jim nic nechybí. Pouze ve dvou případech bylo uvedeno individuální cvičení pod dohledem kvalifikované síly a rehabilitační cvičení. 8,74 % respondentů by uvítalo hřiště pro seniory a 4,37 % chybí kondiční cvičení (Obrázek 21).



Obrázek 21. Chybějící činnosti a prostory v Olomouci

### Otázka č.15 : Jakým způsobem se dovídáte o akcích pro seniory?

Nejčastěji ve 43,51 % se respondenti dovídají o akcích pořádaných pro seniory od známých či přátel přímo v klubu. 22,59 % dotazovaných odpovědělo, že čerpá informace z tisku, 13,39% dotazovaných se o akcích dovídá prostřednictvím regionální televize. Na dalších místech pak uváděli rozhlas 9,21 %, jiným způsobem 6,69 %, internet 2,93 % a 1,67 % dotazovaných na otázku neodpovědělo (Obrázek 22).



Obrázek 22. Způsob získávání informací o akcích pro seniory

### 5.3 Diskuse

V následující kapitole se pokusíme zhodnotit výsledky šetření vzhledem k našim cílům.

Cílovou skupinou byli senioři z Olomouce a nejbližšího okolí. 91,35 % dotazovaných žije v současné době přímo v Olomouci. Podle výsledků šetření častěji odpovídaly ženy (76,76 %). Důvodem může být dřívější ukončení ekonomické aktivity žen, vyšší věková hranice dožití než u mužů, větší potřeba sociálního kontaktu a větší ochota spolupracovat při vyplňování listů šetření. Téměř polovina (49,73 %) dotazovaných žije v domácnosti sama. 37,30 % dotazovaných žije s partnerem, 8,65 % respondentů žije v domácnosti s dětmi

a 4,32 % dotazovaných seniorů žije v domově s pečovatelskou službou. Vzhledem k tomu, že dotazníky byly distribuovány v klubech pro seniory, je zřejmé, že lidé žijící osamoceně a nebo s partnerem, mají větší potřebu sociálního kontaktu s jinými lidmi. 84,34% respondentů je již ekonomicky neaktivních. Jako hlavní důvod proč se pohybovým aktivitám věnovat uvádějí senioři zdraví (54,59 %). Zdraví je i nejčastěji uváděným motivačním prvkem 58,58 % k častějším pohybovým aktivitám. I přesto, že v největší míře byla zastoupena věková kategorie 71 let a více (70,27 %), uvedlo 30,27 % dotazovaných, že se ve volném čase věnují nějakému sportu. Na otázku pohybových aktivit uvedlo 72,97 % dotazovaných, že dávají přednost individuálním pohybovým aktivitám před skupinovými. 54,05 % provozuje pohybové aktivity pouze doma a 45,41 % dotazovaných se věnuje pohybovým aktivitám i mimo domov. Jako nejčastější pohybová aktivita seniorů byla jednoznačně označována chůze, kterou uvedlo 139 dotazovaných ze 185. Mezi další oblíbené činnosti seniorů patří tanec, jízda na kole a plavání. 84,86 % dotazovaných se věnuje pohybovým aktivitám minimálně 1x týdně. Olomoučtí senioři se nejčastěji dovídají o akcích pro seniory od známých či přátel (43,51 %) nebo z tisku (22,59 %). Zde vidíme příležitost k propagaci akcí pro seniory ve spolupráci s Magistrátem města Olomouce a kluby pro seniory, které Magistrát provozuje. Nejméně využívaným zdrojem informací je internet (2,93 %), což je zcela jistě dáno věkovou skupinou, která má omezený přístup k internetu a nedostatek zkušeností s používáním informačních technologií. Pouze 32,43 % dotazovaných je spokojeno se současnou nabídkou pohybových aktivit pro seniory v Olomouci. 23,78 % dotazovaných by uvítalo více možností k provozování pohybových aktivit. 43,78 % oslovených respondentů neví zda je či není se současnou nabídkou spokojeno. Důvodem může být nezáměr o pohybové aktivity nebo nedostatečná informovanost cílové skupiny. Podle odpovědí respondentů nejvíce chybí akce pořádané speciálně pro seniory (43,78 %). Jedná se tedy spíše o nepravidelné akce, které bychom neměli podceňovat, jelikož tvoří významnou součást pohybové aktivity. Vzhledem k aktivitám, které senioři nejčastěji označovali lze současnou nabídku rozšířit například o pořádání pochodů, skupinové výlety po Olomouckých cyklostezkách nebo pořádání tanečních zábav. Senioři by se mohli přitom těchto akcí nejen účastnit, ale také se i aktivně podílet na jejich přípravě.



## 5.4 SWOT analýza poptávky pohybových aktivit seniorů

Na základě výsledků šetření jsme došli k následujícím závěrům, které ukazují možný směr budoucího rozvoje v oblasti pohybových aktivit seniorů v Olomouci. Výsledky jsme shrnuli ve SWOT analýze. SWOT analýza je typem strategické analýzy. Shrnuje výsledky námi získaných poznatků, které jsou rozděleny do 4 základních skupin. Silné a slabé stránky vnitřního prostředí a příležitosti a hrozby vnějšího prostředí.

### Strengths - Silné stránky:

- Vysoký počet občanů spadajících do cílové skupiny
- Vědomí o dopadu pohybových aktivit na zdraví
- Potřeba sociálního kontaktu s jinými lidmi
- Redukce výdajů vynaložených za zdravotní péči

### Weaknesses - Slabé stránky:

- Nespokojenost se současnou nabídkou pohybových aktivit
- Neinformovanost o pohybových aktivitách v Olomouci

### Opportunities - Příležitosti:

- Zachování a podpora stávajících klubů a kluboven pro seniory v Olomouci
- Fungující fundraising
- Narůstající počet seniorů v budoucích letech
- Efektivnější komunikace mezi veřejnou správou, veřejností a podnikateli
- Investice do rozvoje nabídky pohybových aktivit seniorů
- Investice do propagace

### Threats - Hrozby:

- Nedostatečná komunikace
- Neinformovanost cílové skupiny
- Ekonomická neaktivita cílové skupiny a s tím spojené nižší příjmy

## 6 ZÁVĚR A DOPORUČENÍ

Cílem této bakalářské práce byla analýza poptávky v oblasti pohybových aktivit seniorů v Olomouci. Zjišťovali jsme jak vysoká je poptávka po pohybových aktivitách v Olomouci, co motivuje seniory k provozování pohybových aktivit a zda je optimální rozsah propagace ve vztahu k cílové skupině. Za tímto účelem bylo distribuováno 300 listů šetření v období leden - únor 2010. Celkem se nám podařilo získat zpět 185 zodpovězených listů šetření, čímž návratnost odpovědí činila 62 %. Výsledky našeho šetření nelze brát jako reprezentativní, jelikož nezastupují 100 % populace. První a druhá část práce je věnována teoretickým poznatkům, které jsou spojeny s klíčovými slovy stárnutí populace, tělesná kultura, životní styl, životní způsob, volný čas a služby. Ve třetí části definujeme úkoly a cíle práce. Čtvrtá část je zaměřena na metodiku, kde popisujeme použité metody a techniky. V páté části se věnujeme vyhodnocení výsledků, včetně grafického znázornění, na které navazuje diskuse a SWOT analýza.

Segment seniorů je jedním z největších segmentů a v budoucích letech se předpokládá velký nárůst této cílové skupiny. Senioři si uvědomují dopad pohybových aktivit na jejich zdraví a potřebu sociálního kontaktu. Neorganizovaným pohybovým aktivitám se senioři věnují převážně v domácím prostředí. Signály nespokojenosti jsou hlavně v oblasti organizovaných forem pohybových aktivit pořádaných speciálně pro cílovou skupinu seniorů a s nedostatečnou informovaností. Na základě námi získaných výsledků šetření navrhuje následující doporučení:

- Rozšířit stávající nabídku služeb pro seniory o nepravidelné organizované formy pohybových aktivit jako např. pořádání pochodů, výlety po cyklostezkách nebo pořádání tanečních akcí. Hlavním organizátorem akcí pro seniory by měl být Magistrát města Olomouce ve spolupráci s podnikateli a ostatní veřejností. Například pochody nebo výlety by bylo možno organizovat ve spolupráci s Klubem českých turistů nebo s Regionální unií seniorů. Taneční programy by mohly být

organizovány prostřednictvím podnikatelů, kteří provozují hostinskou činnost. Na vytváření projektů a realizaci akcí pro seniory by se mohli aktivně podílet také studenti Fakulty tělesné kultury Univerzity Palackého v Olomouci.

- Zajistit financování akcí pro seniory ze zdrojů kraje, obce, ČR, EU a soukromých subjektů. Vzhledem k pohybovým aktivitám, které navrhujeme se jedná spíše o pokrytí organizačních nákladů. Ekonomický dopad na účastníky akcí jako jsou procházky, výlety po cyklostezkách a taneční programy lze považovat za minimální.
- Umožnit seniorům, aktivní účast na organizační přípravě jednotlivých akcí, s určitým faktorem odměny (slevové kupóny při účasti na dalších akcích). Tento motivační prvek povede ke zvýšení účasti seniorů na nových akcích.
- Využít podmínky a atraktivity, které nám město Olomouc a jeho okolí k pohybovým aktivitám seniorů nabízí. Parky obklopující historickou část města, Chráněnou krajinnou oblast Litovelského Pomoraví, zoologickou zahradu na Svatém Kopečku a Národní kulturní památky.
- Zlepšit marketingovou komunikaci města:
  - Nabídnout dostatek informací o akcích pro seniory formou distribuce letáků prostřednictvím Magistrátu města Olomouce ve vozech MHD a v klubech pro seniory, které Magistrát provozuje. Informovat seniory prostřednictvím bezplatných novin jako je týdeník Mladá fronta Sedmička nebo měsíčník Radniční listy.
  - Propagovat důležitost a vliv pohybové aktivity seniorů nejen mezi seniory, ale i mezi ostatní veřejnost a podnikatele.
  - Využívat podpory prodeje formou soutěží či loterií a tím zvýšit zájem seniorů o aktivní účast na akcích.
  - Pravidelně provádět a vyhodnocovat šetření mezi seniory ve spolupráci s Univerzitou Palackého v Olomouci.

## 7 SHRNU TÍ

Stárnutí je proces, kterého bychom se neměli obávat. Naše tělo se sice s věkem mění, ale to ještě neznamena, že nemůžeme stárnout ve zdraví. Zdravý životní styl je důležitou součástí našeho života. Kladný vztah k pohybu bychom si měli utvářet již od dětství a udržovat po celý život. Zejména v pozdějším věku se nám může tato investice vyplatit. Přínos pohybových aktivit lze rozdělit do oblasti zdravotní, sociální a ekonomické. Pravidelná pohybová aktivita v přiměřené míře má pozitivní vliv na naši fyzickou kondici a psychiku a je významnou prevencí mnoha onemocnění. Z pohledu sociální oblasti pohybová aktivita přispívá k lepšímu zvládnutí sociálních a společenských změn, ke stimulaci občanských aktivit a k zabraňování sociálního vyloučení seniorů ze společnosti. Z ekonomického hlediska nelze u seniorů počítat s velkými investicemi do pohybových aktivit. Přínosem je spíše redukce výdajů vynaložených za zdravotní péči, která je u zdravého a soběstačného seniora podstatně nižší.

V rámci této bakalářské práce byla analyzována poptávka pohybových aktivit seniorů v Olomouci. Z výsledků šetření je zřejmé, že se senioři pohybovým aktivitám věnují a uvědomují si vliv pohybových aktivit na jejich zdraví. Olomoučtí senioři by uvítali více akcí pořádaných speciálně pro jejich cílovou skupinu. Domníváme se proto, že je vhodné současnou nabídku pohybových aktivit rozšířit o nepravidelné činnosti jako je pořádání pochodů, výletů po Olomouckých cyklostezkách a tanečních zábav. Samozřejmě je důležité nadále sledovat aktuální potřeby a přání seniorů a dle toho přizpůsobovat nabídku poptávce.

## 8 SUMMARY

Aging is a process, which we should not be afraid of. Our body is being changed when aging indeed, but this does not still mean, that we cannot grow old healthy. The healthy lifestyle is the important part of our life. We should form the positive approach to exercise in the childhood already and carry on for the whole life. This investment may be paid off in the higher age particularly. The asset of exercise can be distributed in the health, social and economic areas. Regular exercise activities in a reasonable volume have the positive influence to our physical condition and psyche. It is the significant prevention of lots of illnesses. From the social point of view, exercises contribute to better coping of social and community changes, to stimulating of civil activities and to keeping off the social separation of seniors from the society. From the economic point of view it is not possible to count with big seniors spending for exercise activities. Benefit is rather reduction of spending for health care, which is substantially lower in healthy and self-sufficient senior.

Analyse of exercise demand of seniors in Olomouc was done within the scope of this Bachelor thesis. It is clear from the result of investigation that seniors follow exercise and they are aware of exercise influence on their health. Olomouc's seniors should appreciate more activities organised especially for their target group. Therefore we assume, that it is appropriate to extend current range of exercise by irregular activities such as organising of tramps, trips on Olomouc's cycle tracks and dances. Of course, still is very important to monitor actual needs and wishes of seniors and to accommodate offer to demand.

## 9 REFERENČNÍ SEZNAM

### **Knihy:**

- Čihovský, J. (2006). *Sociologický výzkum*. Olomouc: Univerzita Palackého
- Bednářová, H. (2008). *Aktivní v každém věku II*. Olomouc: Univerzita Palackého
- Dohnal, T. (2002). *Koncepce a metodika systému komunální rekreace na úrovni obce*. Olomouc: Univerzita Palackého
- Dohnal, T., Hodaň, B. (2005). *Rekreologie*. Olomouc: Hanex
- Dufek, J., Minařík, B. (2008). *Stárnutí obyvatel České republiky a vývoj zatížení produktivní populace*. Brno: Mendlova zemědělská a lesnická univerzita
- Foret, M. (2006). *Marketingová komunikace*. Brno: Computer Press a.s.
- Frömel, K. (2002). *Kompendium psaní a publikování v kinantopologii*. Olomouc: Univerzita Palackého
- Hodaň, B. (2006). *Tělesná kultura - sociokulturní fenomén: východiska a vztahy*. Olomouc: Univerzita Palackého
- Jarošová, D. (2007). *Metodologie výzkumu*. Ostrava: VŠB - Technická univerzita Ostrava
- Kotíková, H., Schwartzhoffová, E. (2008). *Nové trendy v pořádání akcí a událostí (events) v cestovním ruchu*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR
- Kotíková, H., Zlámal, J. (2006). *Základy marketingu*. Olomouc: Univerzita Palackého
- Linhart, J., Petrušek, M. (1996). *Velký sociologický slovník*. Praha: Karolinum
- Pospěchová, P. a kol. (2007). *10 let spolu O některých senior klubech na Olomoucku*. Olomouc: Společnost přátel vesnice a malého města

### **Internetové odkazy:**

Aktivní zdraví 21. Retrieved 15.3.2010 from the World Wide Web:

<http://www.zdravi21.cz/>

Český statistický úřad. Retrieved 17.3.2010 from the World Wide Web:

<http://www.czso.cz/>

Demografický informační portál. Retrieved 17.2.2010 from the World Wide Web:

<http://www.demografie.info/>

Ministerstvo zdravotnictví České republiky. Retrieved 1.3.2010 from the World Wide Web: <http://www.mzcr.cz/Verejne/Pages/19-zdravi-pro-vsechny-v-21-stoleti.html>

Statutární město Olomouc. Retrieved 10.1.2010 from the World Wide Web: <http://www.olomouc.eu/kpss/view.php?navezclanku=statutarni-mesto-olomouc-kluby-pro-seniory&cisloclanku=2007020120>

Světová zdravotnická organizace. Retrieved 18.3.2010 from the World Wide Web: <http://www.who.cz/PDF/Zdravi21.pdf>

Národní program sportu pro všechny - MŠMT ČR. Retrieved 18.3.2010 from the World Wide Web: <http://www.msmt.cz/sport/narodni-program-rozvoje-sportu-pro-vsechny>

## 10 PŘÍLOHY

### Příloha č. 1 - list šetření

Vážená paní, vážený pane,

ráda bych Vás požádala o vyplnění tohoto dotazníku, který se týká pohybových aktivit seniorů v Olomouci. Dotazník bude sloužit jako podklad pro vypracování bakalářské práce v studiu oboru management volného času a rekreace na Univerzitě Palackého v Olomouci. Není-li uvedeno jinak, rozhodněte se prosím pro jednu možnost a označte ji v odpovídajícím okénku. Odpovídejte prosím pravdivě, výsledky dotazníku budou sloužit jako podklad pro rozšíření nabídky pohybových aktivit pro seniory v Olomouci.

Za vyplnění a vrácení dotazníku Vám velmi děkuji.

Silvie Gajdošová, tel.: 776 705 749

studentka Fakulty tělesné kultury UP v Olomouci

#### 1. Jste

- žena
- muž

#### 2. Váš věk

- 60-65 let
- 66-70 let
- 71-75 let
- více než 76

#### 3. V současné době bydlíte

- v Olomouci
- v nejbližším okolí Olomouce

#### 4. Žijete v domácnosti

- sám (sama)
- s partnerem (partnerkou)
- s dětmi
- v domově s pečovatelskou službou



**5. Pracujete v současné době?**

- ano, pracuji na plný pracovní úvazek (40 hod. týdně)  
 ano, pracuji na částečný pracovní úvazek (méně než 40 hod. týdně)  
 občas, pracuji příležitostně  
 ne, nepracuji (jsem v důchodu)

**6. Věnuje se ve volném čase nějakému sportu?**

- ano  
 ne

**7. Jakým pohybovým aktivitám dáváte přednost?**

- individuální pohybové aktivity  
 skupinové pohybové aktivity

**8. Provozujete pohybové aktivity pouze doma?**

- ano  
 ne

**9. Označte, kterou pohybovou aktivitu provozujete. Můžete označit více možností.**

- chůze, turistika, procházky  
 jízda na kole  
 plavání  
 kolektivní hry s míčem  
 tenis  
 stolní tenis  
 golf  
 petanque  
 kuželky, bowling  
 tanec  
 návštěva fitness  
 jóga  
 sjezdové lyžování  
 běžecké lyžování  
 jiná pohybová aktivita (uveďte prosím).....  
.....

**10. Jak často se pohybovým aktivitám věnujete?**

- denně  
 vícekrát týdně  
 1x týdně  
 1x-2x měsíčně  
 méně než 1x-2x měsíčně  
 nevěnuji se žádné pohybové aktivitě

**11. Uved'te hlavní d'uvod, pro'c provozujete pohybové aktivity? Prosím ozna'cete pouze jednu mo'žnost.**

- zdraví
  - dobrý pocit
  - přátelé a kolektiv
  - vždy jsem se pohybovým aktivitám věnoval/a
  - jiný důvod (uved'te prosím).....
- .....

**12. Co by Vás přimělo, abyste se častěji věnoval/a pohybovým aktivitám? Můžete uvést více možností.**

- zdravotní důvody
  - kontakty se známými
  - více volného času
  - jiné důvody
- .....
- .....

**13. Je v Olomouci dle Vašeho názoru dostatek možností k provozování pohybových aktivit pro seniory?**

- ano
- ne
- nevím

**14. Co Vám v Olomouci v oblasti pohybových aktivit pro seniory chybí?**

- kondiční cvičení
  - hřiště (prostor) pro seniory
  - akce pořádané speciálně pro seniory
  - jiné (uved'te prosím).....
- .....

**15. Jakým způsobem se dovídáte o akcích pro seniory?**

- tisk
  - regionální televize
  - rozhlas
  - internet
  - od přátel a známých
  - jiným způsobem (uved'te prosím).....
- .....

**Děkuji Vám za ochotu a spolupráci při vyplňování ankety.**

Silvie Gajdošová

## Příloha č. 2 – seznam klubů provozovaných Magistrátem města Olomouce

	Adresa klubu nebo klubovny	Předseda klubu	Provoz klubu
1.	Jiráskova 9, Hodolany	A. Šubertová	Út 14:00 – 17:00 St 14:00 – 17:00
2.	U Hradeb 2, střed města	E. Myslínová	Po 14:00 – 17:00 šach Út 14:00 – 17:00
3.	Javoříčská 2, střed města	A. Ševčíková	Po 14:00 – 17:00 Út 14:00 – 17:00
4.	Polská 57, Povel	Mgr. M. Telcová	Čt 14:00 – 17:00
5.	Peškova 1, Povel	A. Kavanová	Út 14:00 – 17:00 Čt 14:00 – 17:00 kavárnička
6.	I.P.Pavlova 69, Nová ulice	H. Kolofíková	Po 14:00 – 17:00 Út 14:00 – 17:00
7.	Slavonín, Kyselovská 74	L. Dvořáčková	Út 14:00 – 17:00
8.	Nedvězí, Jilemnického 24	S. Konkolová	Čt 14:00 – 17:00
9.	Holice, náves Svobody 38	D. Skopalová	Po 14:00 – 17:00 Čt 14:00 – 17:00
10.	Radíkov, Náprstkova 1	F. Prášilová	St 14:00 – 17:00
11.	Karafiátová 6, Neředín	Z. Piterková	Po 14:00 – 17:00 Čt 14:00 – 17:00
12.	Erenburgova 26, Hejčín	jen klubovna	
13.	Lošov, Svolinského 15	L. Stolářová	St 14:00 – 17:00
14.	Chomoutov, Horecká 2	J. Šimková	Út 14:00 – 17:00
15.	Topolany, Nedbalova 8	H. Řezaninová	Út 15:00 – 17:00
16.	Fischerova 6, Povel	jen klubovna	