



Ekonomická
fakulta
Faculty
of Economics

Jihočeská univerzita
v Českých Budějovicích
University of South Bohemia
in České Budějovice

Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích

Ekonomická fakulta

Katedra obchodu a cestovního ruchu

Bakalářská práce

Návrh nabídky animačních aktivit vybraného ubytovacího zařízení

Vypracovala: Daniela Nahodilová

Vedoucí práce: Ing. Iveta Broučková, Ph.D.

České Budějovice 2019

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH

Ekonomická fakulta

Akademický rok: 2018/2019

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(projektu, uměleckého díla, uměleckého výkonu)

Jméno a příjmení: Daniela NAHODILOVÁ
Osobní číslo: E15226
Studijní program: B6208 Ekonomika a management
Studijní obor: Obchodní podnikání
Téma práce: Návrh nabídky animačních aktivit vybraného ubytovacího zařízení
Zadávající katedra: Katedra obchodu a cestovního ruchu

Zásady pro vypracování

Cíl práce:

Cílem práce je zpracování návrhu nabídky animačních aktivit vybraného ubytovacího zařízení v návaznosti na výsledky analýzy podmínek pro jejich vykonávání.

Metodický postup:

1. Studium odborné literatury
2. Sběr dat – dotazníkové šetření
3. Analýza podmínek poskytování animačních služeb hostům
4. Návrh nabídky animačních aktivit vybraného ubytovacího zařízení

Rámcová osnova:

1. Úvod. 2. Literární přehled. 3. Cíle a metody. 4. Analýza a syntéza poznatků z vlastního zkoumání. 5. Vlastní návrhy. 6. Závěr. 7. Seznam literatury. 8. Summary. 9. Přílohy.

Rozsah pracovní zprávy: 40-50 stran
Rozsah grafických prací: dle potřeby
Forma zpracování bakalářské práce: tištěná

Seznam doporučené literatury:

Horner, S. & J. Swarbrooke. (2003). *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*. Praha: Grada Publishing.
Ulbrich, T. (2012). *Animace v hotelnictví a cestovním ruchu*. Brno: Vysoká škola obchodní a hotelová.
Jakubíková, D. (2012). *Marketing v cestovním ruchu*. Praha: Grada Publishing.
Pompl, W. (1983). *The concept of animation*. Tourism Management. 4. 3-11. 10.1016/0261-5177(83)90045-6.


Vedoucí bakalářské práce: Ing. Iveta Broučková, Ph.D.
Katedra obchodu a cestovního ruchu

Datum zadání bakalářské práce: 18. ledna 2019
Termín odevzdání bakalářské práce: 13. dubna 2019

V Českých Budějovicích dne 27. února 2019


doc. Ing. Ladislav Rolínek, Ph.D.
děkan

JIHOČESKÁ UNIVERZITA
V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
EKONOMICKÁ FAKULTA
Studentská 13 (26)
370 05 České Budějovice


Ing. Petr Štumpf, Ph.D.
vedoucí katedry

Prohlášení

Prohlašuji, že svou bakalářskou práci jsem vypracovala samostatně pouze s použitím pramenů a literatury uvedených v seznamu citované literatury.

Prohlašuji, že v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb. v platném znění souhlasím se zveřejněním své bakalářské práce, a to v nezkrácené podobě elektronickou cestou ve veřejně přístupné části databáze STAG provozované Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích na jejích internetových stránkách, a to se zachováním mého autorského práva k odevzdanému textu této kvalifikační práce. Souhlasím dále s tím, aby toutéž elektronickou cestou byly v souladu s uvedeným ustanovením zákona č. 111/1998 Sb. zveřejněny posudky školitele a oponentů práce i záznam o průběhu a výsledku obhajoby kvalifikační práce. Rovněž souhlasím s porovnáním textu mé kvalifikační práce s databází kvalifikačních prací Theses.cz provozovanou Národním registrem vysokoškolských kvalifikačních prací a systémem na odhalování plagiátů.

V Českých Budějovicích

.....

Podpis studenta

Poděkování

Touto cestou bych ráda poděkovala vedoucí bakalářské práce Ing. Ivetě Broučkové, Ph.D. za trpělivost, ochotu, cenné rady a vedení mé bakalářské práce. Rovněž bych chtěla poděkovat vedení Hotelu Zámku Valeč za poskytnutí interních informací a za možnost provedení dotazníkového šetření v hotelu. Mé díky patří také rodině za podporu.

Osnova

1. ÚVOD	3
2. LITERÁRNÍ PŘEHLED	4
2. 1. Animace volného času a cestovní ruch	4
2. 2. Význam, cíle a účinky animace v cestovním ruchu	5
2. 3. Animační aktivity cestovního ruchu a jejich specifikace	5
2. 4. Obecné podmínky zabezpečení animačních aktivit cestovního ruchu	9
2. 4. 1. Organizačně – personální podmínky	10
2. 4. 2. Materiální zabezpečení	12
2. 4. 3. Ekonomické zabezpečení	13
2. 5. Animační aktivity jako součást produktu hotelu	14
2. 5. 1. Hotel jako kategorie ubytovacích zařízení	14
2. 5. 2. Produkt hotelu a jeho struktura.....	16
2. 5. 3. Animace jako součást produktu hotelu.....	19
3. CÍLE A METODIKA	21
3. 1. Cíl práce, objekt zkoumání.....	21
3. 2. Metodika práce	21
3. 3. Výzkumná otázka a stanovení předpokladů	21
4. ANALÝZA A SYNTÉZA POZNATKŮ Z VLASTNÍHO ZKOUMÁNÍ	23
4. 2. Produkt vybraného hotelu a jeho struktura	24
4. 3. Analýza podmínek pro vykonávání animačních aktivit ve vybraném hotelu	27
4. 3. 1. Organizačně – personální podmínky	27
4. 3. 2. Materiálně – technické podmínky	28
4. 3. 3. Ekonomické podmínky.....	29
4. 4. Analýza zájmu (poptávky) hostů o animační aktivity ve vybraném hotelu	30
4. 4. 1. Dotazníkové šetření	30

4. 4. 2. HODNOCENÍ PŘEDPOKLADŮ	40
5. Vlastní návrhy	41
5. 1. Program animačních aktivit a jejich kalkulace	41
6. ZÁVĚR	63
7. SEZNAM LITERATURY	64
8. SEZNAM TABULEK A GRAFŮ	67
9. SUMMARY	69
10. PŘÍLOHY	71

1. ÚVOD

Cestovní ruch je jedna z forem, jak lidé mohou využívat volný čas, odreagovat se od stresu či jiných vlivů, které na jejich život působí. Poptávka po cestovním ruchu neustále roste. Cestovní ruch je pro mnoho zemí dynamický sektor ekonomiky. Podle Českého statistického úřadu navštívilo Českou republiku v roce 2017 až 34,7 mil. zahraničních návštěvníků a 90 mil. cest v ČR uskutečnili čeští obyvatelé. Lidé čím dál častěji využívají služby nabízené v cestovním ruchu a hledají různá psychická a fyzická uspokojení. V roce 2017 využilo ubytovací služby o 1,6 miliónů hostů více než v roce 2016. V současné době jsou jimi mimo jiné i lázeňské či wellness hotely, které jsou značně oblíbené, jak u českých, tak zahraničních turistů. Možná proto, že zde najdou klid, regeneraci a odpočinek právě od negativních vnějších vlivů či starostí. Nedílnou součástí jsou animace, které jsou známé jako aktivní využití volného času, mají za úkol vytvářet či posílit zážitky, čímž napomáhají k příjemnému trávení volných dnů bez práce a pocitu aktivního odpočinku. (“Satelitní účet cestovního ruchu”, 2019), (Goeldner & Brent Ritchie, 2009)

Jelikož jsem se setkala s animačními službami pouze v zahraničí, chtěla jsem kromě jiného zjistit, zda je o ně v ČR takový zájem, jako například v přímořských resortech. Hlavním cílem práce je však navržení konkrétní nabídky služeb, a to pro vybraný podnik. Pro svou práci jsem si vybrala wellness Hotel Zámek Valeč, jelikož patří mezi hotely s oblíbenou a pestrou nabídkou služeb a zároveň se nachází v blízkosti mého bydliště.

Zpočátku je práce zaměřena na vysvětlení pojmů animace volného času a cestovní ruch, její význam, cíle a účinky, dále na animační aktivity, podmínky na jejich zabezpečení, na hotel jako kategorii ubytovacího zařízení, na produkt hotelu a jeho strukturu a na animaci jako součást produktu hotelu. Dále se budu věnovat analýze, kterou zjistím, zda má hotel dostatečné organizačně – personální, materiálně – technické a ekonomické podmínky pro vykonávání animačních aktivit právě ve vybraném hotelu. Analýza zájmu (poptávky) hostů o animační aktivity ve vybraném hotelu proběhl pomocí dotazníkového šetření, které se uskutečnilo v letní sezóně v roce 2018. Dle výsledků dotazníkového šetření zjistím zájem o nabídku animačních aktivit a jejich strukturu mezi hosty. Na základě výsledků dotazníkového šetření vytvořím návrh nabídky animačních aktivit, neboli animační program, ke kterému bude sestavena kalkulace pro stanovení ceny na osobu za účast na animační aktivitě.

2. LITERÁRNÍ PŘEHLED

V této kapitole bude řešena problematika za použití odborné literatury, a to na základě poznatků a mínění autorů, jejichž publikace se dané problematice věnují. Zprvu je práce zaměřena na charakteristiku animace volného času a cestovní ruch, její význam, cíle a účinky, dále na animační aktivity, podmínky na jejich zabezpečení, na hotel jako kategorii ubytovacího zařízení, na produkt hotelu a jeho strukturu a na animaci jako součást produktu hotelu.

2. 1. Animace volného času a cestovní ruch

Animace volného času jsou doplňkovými službami, které jsou poskytovány účastníkům cestovního ruchu. Jedná se o služby ulehčující a zpříjemňující účast na cestovním ruchu. Tyto služby jsou poskytovány jak účastníkům cestovního ruchu, tak místnímu obyvatelstvu. Oriška (1999, st. 159) uvádí, že *„umožňují naplnit očekávání a cíle účasti na cestovním ruchu. Jde o služby volného času – sportovní, společenské, zábavní, rekreační a jiné, s jejichž poskytováním je spojen pojem animace“*.

Volný čas je nezbytnou součástí lidského života. Způsob využití volného času a jeho možnosti působí na umístění na společenském žebříčku, na jeho zájmy, preference ale také na charakter práce. Podle Orišky (1999, st. 159) *„je to čas, v němž se člověk svobodně rozhoduje a vykonává takové činnosti, které mu přinášejí potěšení, zábavu, odpočinek, které více či méně rozvíjejí jeho tělesné a duševní schopnosti, případně tvořivé síly“*. Existuje mnoho činností, které lze vykonávat ve volném čase. Jedná se o činnosti zaměřující se na rekreaci, zotavení, léčení, ke kulturnímu, sportovnímu nebo jinému využití. Tyto činnosti jsou uskutečňovány v rámci účasti na cestovním ruchu. Volný čas podle Páskové a Zelenky (2002, st. 316) je čas, ve kterém nejsou vykonávány činnosti pod tlakem pracovních povinností či z nutnosti zachovat si svůj biofyziologický či rodinný systém. Nejednou je vystihován svobodnou volbou nebo očekáváním pozitivních a příjemných zážitků. Fišerová (2008, st. 7) uvádí, že je nezbytné rozlišit volný čas z dvou pohledů. Z prvního pohledu je volný čas opak práce a z druhého pohledu je volný čas definován jako *„svobodná volba činností, které nevedou bezprostředně k užítku“*. Fišerová (2008, st. 18) také uvádí, že *„základem cestovního ruchu je využití volného času, kdy volný čas chápeme jako nezbytnou součást cestovního ruchu“*. To však záleží na motivaci účastníka, která je hlavním podnětem k účasti na cestovním ruchu.

Posláním animace v průběhu účasti člověka na cestovním ruchu je obohatit a nějakým způsobem oživit volný čas. Oriška (1999, st. 160) zmiňuje, že „*animace je součástí produktu dodavatelů služeb (hlavně hotelů), organizátorů služeb cestovního ruchu (touroperátorů) a součástí komplexního produktu středisek cestovního ruchu*“. Animace se řadí do doplňkových služeb, které jsou velmi podstatné při rozhodování, zda se účastnit na cestovním ruchu.

2. 2. Význam, cíle a účinky animace v cestovním ruchu

Podle Orišky (2010, st. 257) si pod pojmem animace můžeme představit oživení, neboli aktivní využívání volného času, organizování a vykonávání různých aktivit, které se stávají zážitky účastníků. Lidé si chtějí odpočinout a bavit se, proto animační aktivity uspokojí jejich přirozené potřeby.

Podobně i Pásková a Zelenka (2002, st. 20) uvádí, že animace je organizování a stimulace zábavy návštěvníků, hotelových hostů, hostů rekreačního centra, cestujících apod. Poskytování těchto činností mají na starost animátoři, kteří odpovídají za plánování a organizování sociálních, kulturních, sportovních a mnoho dalších volnočasových aktivit, jež se nazývají animační programy. Základním cílem animace je tedy obohacení a využití volného času v průběhu dovolené účastníků cestovního ruchu. Mezi další cíle a účinky podle Orišky (2010, st. 258) patří „*uspokojení požadavků, povzbuzení vlastní aktivity, rozšíření kontaktů, zintenzivnění komunikace, obohacení dojmů z dovolené, zintenzivnění zážitků z dovolené, zábava, radost a prožitek, rozšíření účinků získaných zkušenostmi*“.

Animace jako součást produktu může být nabízena samotným dodavatelem služeb, především ubytovacím zařízením. Napomocť k organizování animačních programů či k zajištění podmínek pro jejich vykonávání může i orgán státní správy, a to například obecní úřad. Hotel však musí mít dostačující podmínky k tvorbě animačních aktivit. Pro vykonávání volnočasových aktivit je vhodná spolupráce podnikatelů při organizování animačních programů, domluvit se na pracovněprávních podmínkách, využívat materiální podmínky, které jsou k dispozici.

2. 3. Animační aktivity cestovního ruchu a jejich specifikace

Hlavním předpokladem pro nabídku animace jako služby je podle Orišky (2010, st. 259) dostatečná délka pobytu účastníka cestovního ruchu v ubytovacím zařízení, jeho zájem a patřičný fond volného času. Pro výzkum jsou důležité i osobní

zájmy účastníka, věk, rodinný stav, povolání a příslušnost k sociální vrstvě. Účastníci cestovního ruchu si tedy mohou vybrat, jak chtějí trávit svůj volný čas z řady animačních aktivit.

Dle Orišky (2010, st. 267) se animační aktivity na základě dominantní (primární) činnosti člení na:

- pohybové a sportovní aktivity
- zábava
- tvořivé aktivity
- vzdělávací a poznávací aktivity
- dobrodružství
- aktivity meditativního charakteru, odpočinek, uvolnění
- aktivity pro děti a mládež

Fišerová (2008, st. 41) uvádí, že „*sport je vnímán jako jedna z částí cestovního ruchu, která motivuje lidi cestovat, je to část produktu cestovního ruchu*“. **Pohybové a sportovní aktivity** mají ve volném čase velký význam. Tyto aktivity napomáhají k dosáhnutí odreagování, zbavení se rutiny od každodenního života a stresu. Navíc pohyb a sport vedou ke zlepšení zdravotního, duševního stavu a získání kondice. Pro pohyb ve významu animace jde především o sportovní aktivity, které mají příznivý vliv na psychiku člověka. Pohyb a sportovní aktivity také napomáhají ke sbližování lidí a navazování nových kontaktů či zlepšují vzájemné sbližování. Mezi hlavní poznávací znaky animačních aktivit v cestovním ruchu jsou podle Ulbricha (2012, st. 56): „*radost z pohybu – tělesný zážitek, radost ze hry – duševní zážitek, kontakt s ostatními – společenský zážitek, změna a zážitek z úspěchu*“. Účastníci cestovního ruchu či dovolené tak poznávají nové aktivity, se kterými se do té doby nesešli. K realizaci sportovních aktivit jsou třeba dokonalá materiální zabezpečení. Aktivity podle místa realizace se rozdělují na aktivity v přírodě a na halové aktivity. Podle Ulbricha (2012) jsou oblíbenými a nejčastějšími aktivitami, které jsou realizované v interiéru gymnastické a posilovací činnosti - fitness, aerobik, pilates, joga, bosu apod., míčové hry – volejbal, basketbal, vodní pólo, pálkovací hry – squash, stolní tenis, badminton, baseball, aktivity ve vodě – vodní pólo, aerobik, a další aktivity, jako šachy, šipky, biliár, bowling. V exteriéru lze vykonávat většina stejných aktivit, ale i jiných kupříkladu tenis, turistika a cykloturistika, kolečkové brusle, zimní sporty, jízda na

koni, horolezectví, aktivity ve vzduchu – let balonem, rogalo, bungee jumping, let na padáku taženým člunem, tandemový seskok apod.

Ulbrich (2012) udává, že **zábava** je myšlena jako společenské a zábavní aktivity. Hlavní znaky těchto aktivit je družnost a přátelství. Podle Oriěšky (2010, st. 269) je „*družnost sociální forma chování člověka ve volném čase včetně dovolené a odpovídá podstatě člověka jako sociální bytosti*“. Družnost znamená přijít do kontaktu s jinými lidmi a komunikovat s nimi. V rámci společenských a zábavních aktivit mohou účastníci cestovního ruchu zažít radost, uznání, seznámit se s novými lidmi. Jedná se o jeden z nejučinnějších prostředků, který napomáhá k fyzickému a psychickému odpočinku jedince. Aktivity tohoto typu jsou velice rozmanité a závislé na fantazii animátora. Podle Oriěšky (2010, st. 270) se může jednat o aktivity uskutečněné v interiéru (taneční večírek, karneval, diskotéka, filmový večer, gastronomické večery, taneční zábava) nebo v exteriéru (táborák, piknik, místní slavnosti, barbecue, jarmark atd.)

Oriěška (2010, st. 270) uvádí, že **tvořivé aktivity** slouží k uspokojení potřeby seberealizace, k zvýšení svého sebevědomí či sebedůvěry, k radosti. Jedná se o činnosti výtvarné, řemeslné, hudební a umělecké. K vykonávání tvořivých aktivit je nezbytná nápaditost animátora, jeho zručnost a psychologické schopnosti. Výhodou může být pedagogické vzdělání a mít zkušenosti s vedením lidí jako skupiny. Na tvořivé aktivity je potřeba dostatek finančních prostředků a nezbytné materiální zabezpečení, tím jsou na mysli pomůcky k tvoření a prostory. Výsledkem tvořivosti mohou být třeba kresby uhlem, pastelem, olejovými nebo vodovými barvami, produkty z keramiky, kovové produkty – šperky, batikovaná trička, vyšívané, háčkované a pletené produkty, fotografie, divadelní představení apod.

Dle Oriěšky (2010, st. 271) si účastníci prostřednictvím **vzdělávacích a poznávacích** aktivit obohacují vědomosti, poznávají a objevují pozoruhodnosti nového navštíveného místa. Účastníci dovolené se seznamují s místní kulturou, jazykem a uměním dané destinace. Hlavními znaky těchto aktivit je radost, dobrovolnost, překvapení, zábavnost a přístupnost. Podle Fišerové (2008, st. 48) se může jednat o tzv. incentivní cestovní ruch. Dále uvádí, že „*incentivní cestovní ruch je forma cestovního ruchu a současně i nástroj managementu, který využívá cestovní ruch pro motivaci zaměstnanců a nalezení těch, u kterých lze zvýšit míru ztotožnění se s cíli firmy*“. Mohou to být přednášky, semináře, manažerské hry apod. Oriěška (2010, st. 271) uvádí,

že se tyto aktivity „*neztotožňují s dalším vzděláváním v běžném životě, ale hlavním motivem je obvykle zvědavost, které je svobodně naplňována v rámci disponibilního časového fondu, na rozdíl od běžného způsobu života, v němž hraje často velkou úlohu právě nedostatek času*“. Mezi animační aktivity tohoto druhu patří například jazykové kurzy navštívené destinace, kvízové večery, přednášky na různá témata, různé kurzy – vaření místních pokrmů, pletení, tence, poznávání místní přírody a zvířat, prohlídky měst a památek, poznávací výlety, návštěva galerií apod. Proto je předpokladem animátora perfektní znalost destinace, jazyka a musí mít dobré komunikační schopnosti.

Dobrodružství neboli dobrodružné aktivity podle Orišky (2010, st. 271) chtějí účastníci cestovního ruchu v případě, když touží zažít něco nového, neznámého a nevyzkoušeného. Jedná se o zážitek, který jenom tak v běžném životě účastník neprožije. Fišerová (2008, st. 34) uvádí, že „*hlavním rysem je neočekávanost, neexistence pevně daného programu, případně i určitá míra kontrolovaného rizika*“.

Ulbrich (2012, st. 60) uvádí tři hlavní faktory dobrodružných aktivit: změnu (očekávání něčeho nového a neobyčejného), výzvu (překonání něčeho náročného, nepohodlného), romantiku (návrat k přírodě, spojený s jednoduchým způsobem života během dovolené). Typické dobrodružné aktivity jsou výlety v neobvyklých podmínkách, dobrodružné hry a sporty (skok padákem, potápění, rafting), stravování v přírodě, jízda na zvířatech (slon, velbloud, kůň), geocaching, objevování pokladu atd.

Ulbrich (2012) zmiňuje, že dnešní doba je zahlcena spěchem, stresem, napětím a nedostatkem volného času. Proto člověk potřebuje také odpočinek uskutečňující formou různých **meditativních aktivit**. Pro tyto aktivity jsou charakteristické činnosti jako cvičení jógy, procházky přírodou, posezení u ohně, poslech hudby, malování. Účinek meditativních aktivit je emocionální zážitek z ticha a romantiky. Důležité pro jejich vykonávání je klid a pohoda.

Podle Ulbricha (2012) je **Animace dětí a mládeže** charakterizována specifickými prvky. Tyto aktivity se z jedné strany podobají animacím pro dospělé a z druhé strany disponují svými zvláštnostmi. Segment rodičů s dětmi je v období sezóny nejhojnější a pro ubytovací zařízení nejvíce přitažlivý. Proto ubytovací zařízení, střediska cestovního ruchu či cestovní kanceláře dbají na kvalitu poskytování animačních aktivit pro děti a mládež ve věku od čtyř do dvanácti let. Plánování těchto

animačních aktivit není zcela jednoduché, a to kvůli věkovému rozdílu dětí, který představuje odlišné zájmy a záliby, k čemuž u dospělých nedochází.

Dle Ulbricha (2012) by měl být animační program poutavý, originální a měl by vytvořit co nejvíce nových zážitků tak, aby vzbudil zájem u co nejvíce dětí. Děti během školního roku jsou neustále hodnoceny a jsou soustřeďovány zejména na výkon. Proto je nutné zhotovit rozdílnou nabídku aktivit v průběhu prázdnin od nabídky ve škole či mimoškolních zařízeních. Avšak podstatné pro vykonávání aktivit je dobrovolnost, nikoli povinnost. Podle Orišky (2010, st. 273) se musí animátor naučit plánovat program spolu s dětmi. Také Ulbrich (2012, st. 68) uvádí, že „*dětský animátor by měl plánovat program aktivit společně s dětmi a zajistit si tak jejich zájem*“. Animátor pro děti do 12 let by měl být kamarádský, měl by umět poradit, věnovat se každému stejně a měl by být stále k dispozici. Důležitá jsou materiální zabezpečení pro vykonávání animačních programů. Místnost kde jsou tyto aktivity vykonávány, by měla být prostorná, světlá a třeba i vyzdobená výtvary dětí, vybavená prostředky pro děti, jako jsou hračky, stavebnice, knížky apod. Animační program pro děti a mládež je odlišný kvůli věkovému rozpětí, jak už bylo zmíněno výše. Vhodné aktivity pro děti jsou tvořivé činnosti, dobrodružné a soutěžní hry. Program pro mládež může být tvořený jednoduchými diskuzemi, dobrodružnými výlety, sportovními soutěžemi, diskotékami.

2. 4. Obecné podmínky zabezpečení animačních aktivit cestovního ruchu

K realizaci animačních aktivit v daném ubytovacím zařízení jsou potřeba dostatečné podmínky.

Tabulka 1 Podmínky animace ve středisku cestovního ruchu

PODMÍNKY ANIMACE VE STŘEDISKU CESTOVNÍHO RUCHU			
<u>Organizační podmínky</u>	<u>Personální podmínky</u>	<u>Materiální podmínky</u>	<u>Ekonomické podmínky</u>
- program animace - organizátor animačního programu	- manažer volného času - animátor	- exteriér - interiér - pomůcky	- animace jako služba - zdroje krytí nákladů

Zdroj: Oriška, (2010, st. 259), vlastní zpracování

2. 4. 1. Organizačně – personální podmínky

Dle Orišky (2010) plán animačních aktivit vyžaduje určité podklady k tomu, aby se mohl sestavit přesný program animací. Při sestavování programu animačních aktivit je třeba myslet na věkovou kategorii hostů, na jejich zájmy, na sezónu a na náročnost animačních činností. Oriška (2010, st. 260) uvádí, že při tvorbě animačního programu je důležité pamatovat na to, že základem animačních činností je hra, která je dobrovolná, vykonávaná v daném čase a prostoru s přijatými a závaznými pravidly. Cílem je vyvolat v hostovi pocity radosti, napětí a vytvořit mu nový zážitek či zkušenost, mimo jeho běžný život. Organizátorem animačních aktivit mohou být například tyto subjekty: turistické informační centrum, organizace státní správy, sdružení podnikatelských subjektů ve středisku cestovního ruchu.

Podle Orišky (2010, st. 262) je předpokladem pro nabídku animačních aktivit kvalitní personál, který zodpovídá za spokojenost hostů, a tím i za pověst daného ubytovacího zařízení. Personálem animačních aktivit se myslí manažer volného času neboli organizátor animačních aktivit a animátor. Manažer volného času tedy zabezpečuje či zajišťuje animační program. Musí se jednat o odborníka pohybujícího v cestovním ruchu s odbornými a jazykovými schopnostmi.

Parmová (2003, st. 29) uvádí, že „*animátor je subjekt, který aktivně působí ve skupině hostů, díky němuž dostávají hosté všechny informace a díky němuž je možno plnit naplánovaný program*“. Pásková a Zelenka (2002, st. 20) definují pojem animátor takto: „*osoba, která je odpovědná za plánování a organizování sociálních, kulturních, sportovních a dalších aktivit volného času*“. Ulbrich (2012, st. 41) nám sděluje, že animátor má za úkol zajistit nabídku animačních aktivit a jejich zabezpečení, což znamená zorganizovat a uskutečnit animační program. Práce animátora není jednoduchá, vyžaduje trpělivost, kreativitu, spolehlivost, zdvořilost, smysl pro humor, přátelskost, čestnost, diskrétnost, psychickou a fyzickou odolnost, být empatický, umět jednat s lidmi a je velmi časově náročná. Fišerová (2008, st. 63) uvádí, že animátor musí mít kvalifikační vzdělání, všeobecné vzdělání, organizační, plánovací a komunikační schopnosti. Autorka také zmiňuje, že by měl mít vůdčí schopnosti, schopnosti vcítění, dobrý vzhled a disciplínu. Přesto podle Ulbricha (2012, st. 41) „*činnost animátora nemá navenek působit jako tvrdá práce, protože právě na něm mnohdy záleží úspěšnost celé akce*“. Mezi zásady animátora patří na každého hosta ubytovacího zařízení hledět jako na svého partnera, přijímat každého takového, jaký je. Podstatné je také

prohlubovat nadání či silné stránky hostů a podpořit poznání jejich potřeb a zálib. Samotná činnost animátora vyžaduje další profese, které musí animátor umět.

Dle Ulbricha (2012, st. 42) se jedná o tyto profese či pozice:

- ✓ pedagog, psycholog
- ✓ plánovač, organizátor, metodik, technik
- ✓ poradce, informátor, instruktor
- ✓ umělec, herec, tanečník, sportovec, zdravotník
- ✓ průvodce, překladatel, znalec destinace
- ✓ kompetentní společník a důvěrník

Ulbrich (2012, st. 42) udává, že pokud se někdo chce stát animátorem, má možnost absolvovat vzdělávací či rekvalifikační kurzy – Animátor v cestovním ruchu, který se rozděluje na kurz dětského animátora a na animátora pro dospělé. V současné době existuje také středoškolské vzdělání obor 65-42-M/02 Cestovní ruch – animátor. Možné je i vysokoškolské bakalářské vzdělání v oboru Animátor sportovních aktivit. Podle Fišerové (2008, st. 65) „*velké organizace klubů, hotelů a rekreačních středisek vlastní vzdělávání animátorů, které připravuje prakticky na první sezónu*“. Autorka dodává, že každý hotel má stanoveny vlastní požadavky na funkci animátora podle svých podmínek.

Ulbrich (2012, st. 45) zmiňuje dělení animátorů dle hlavní funkce, vykonávající animační programy ve středisku. A to na *animátory baviče a sportovní animátory*. *Animátoři baviči* organizují pro hosty různé společenské hry, turnaje, připravují slavnosti a jsou v neustálém kontaktu s hosty daného střediska. *Sportovní animátoři* se zabývají vytvořením programů prostřednictvím adrenalinových sportů či všelijakých pohybových aktivit, které se stávají pro hosty zážitky. Fišerová (2008, st. 66) dělí animátory dle funkce na vedoucího střediska (pracuje v turistickém středisku, aktivně se účastní aktivit nabízených klientům), tým manažer (reprezentant organizace, odpovědný za animátorský tým), vedoucí animátor (stará se o realizaci, organizaci a kontrolu animačních činností), capo-sport (zodpovědný za sportovní aktivity), choreograf (stará se o různá představení), sportovní animátor (organizuje turnaje) a hostess (doporučuje animační aktivity).

Dále Ulbrich (2012, st. 47) rozděluje animační týmy do tří skupin – stálí animátoři, dočasní (pomocní) animátoři a hostující animátoři. Stálí animátoři neboli celosezónní

pobývají a pracují v ubytovacím zařízení či ve středisku cestovního ruchu alespoň jednu sezónu, která trvá od čtyř až do dvanácti měsíců. Dočasní animátoři pracují kratší dobu než stálí animátoři, zejména se jedná o období prázdnin, kdy je nejvíce práce. Může se jednat o dobu čtyř až deset týdnů. Tuto pozici zastávají spíše méně zkušené animátoři, kteří jsou nápomocní stálým animátorům. Hostujícím animátorem může být někdo, kdo působí ve středisku krátce, většinou jejich působení trvá jeden až dva týdny. Mohou to být zpěváci, herci, umělci či sportovci, kteří se věnují sportu profesionálně.

Parmová (2003, st. 29) udává, že „*podle svých zkušeností a osobních kvalit používá animátor svůj specifický pracovní styl*“. Autorka uvádí styly řízení lidí, které se rozděluje do tří skupin: autokratický styl, liberální a demokratický styl řízení. Autokratický styl představuje animátora, která chce rozhodovat sám, nechce spolupracovat s ostatními při rozhodování a nezajímá se o hosty, jak by měl. Jeho hlavní cíl je splnit plán dle jeho představ. Liberální animátor nechává účastníkům bezpodmínečnou volnost, pouze jim podává důležité informace a je s nimi v kontaktu proto, aby byl splněný stanovený program. Vedení lidí tohoto typu končí zmatkem a málokterá akce je zdařená. Ideální styl vedení je demokratický. Animátor spolupracuje se skupinou, nechá ji vyjádřit své názory, zohledňuje její návrhy. Z toho důvodu se animátor stává oblíbeným a jeho program bývá povedený.

2. 4. 2. Materiální zabezpečení

Dle Oriěšky (2010, st. 265) materiálním zabezpečením jsou očekávány vhodné a kapacitně dostačující prostory a nezbytné pomůcky, které jsou potřeba k vykonávání určitých animačních aktivit. Animační aktivity mohou být realizovány buď v exteriéru, to jsou tzv. outdoorové aktivity, nebo v interiéru, to jsou tzv. indoorové aktivity. Outdoorové aktivity jsou představovány jako aktivity uskutečňující se mimo kryté prostory, avšak jsou omezené vlivem počasí a měnícím se ročním obdobím. Náleží sem například kluziště, sjezdovky, venkovní bazény, koupaliště, tenisové kurty, hřiště, cyklistické stezky, turistické tratě, minigolfová hřiště, farmy apod. Také Fišerová (2008, st. 70) uvádí, outdoorové aktivity jsou všechny aktivity uskutečňované mimo uzavřené prostory. A indoorové aktivity označuje jako aktivity uvnitř krytých prostranství. Ulbrich (2012) udává, že indoorové aktivity jsou realizovány v interiéru, představují výhodu nezávislosti na sezóně či vlivu počasí. Jedná se například o kryté bazény, tělocvičny, krytá kluziště, sauny, solária, školy, posilovny, sportovní haly, nebo také divadla, kina, klubovny, koncertní sály.

Další důležitostí je podle Orišky (2010, st. 266) technické vybavení neboli pomůcky. Patří sem například sportovní výbava, jako kola, fitness pomůcky, sportovní výstroj, nebo malířské pomůcky, audiovizuální technika. Nezbytné jsou půjčovny sportovní výzbroje – půjčovny lyžařské výstroje, jízdnicích kol nebo různé půjčovny sportovního vybavení. Půjčovny mohou být jak součástí ubytovacích zařízení pro ubytované hosty, tak samotná zařízení pro návštěvníky střediska cestovního ruchu.

2. 4. 3. Ekonomické zabezpečení

Dle Orišky (2010, st. 266) „*animační služby mají v nabídce produktu cestovního ruchu své opodstatněné místo. Sledují uspokojení potřeb a přání hostů a současně i dosažení příznivého přímého a nepřímého ekonomického efektu*“. Přímý efekt můžeme vidět okamžitě po uskutečnění nabízených animačních aktivit, a to ve formě dosaženého zisku. Natož nepřímý efekt se projevuje později, například zvýšenou návštěvností ubytovacího zařízení. Ubytovací zařízení musí mít dostačující finanční zdroje pro uskutečnění animačních aktivit. I Fišerová (2008, st. 69) uvádí, že „*nutný je dostatečný objem finančních prostředků potřebných k uskutečnění aktivit*“. Oriška (2010) i Fišerová (2008) zmiňují, že zdroji se rozumí buď vlastní zdroje či příspěvky, nebo sponzorské dary, příspěvky z rozpočtu obce či města. Podle Orišky (2010, st. 266) by si měl organizátor zkompletovat plán nákladů, související s přichystáním a uskutečněním animačních služeb, taktéž je potřeba do nákladů zahrnout výplaty pro animátory a další náklady, které mohou v souvislosti s animací vzniknout. Animační služby nejsou poskytovány zadarmo, tudíž je nutností vytvořit plán tržeb. Při tvorbě ceny je upřednostňující prodej před ziskem. Oriška (2010, st. 266) zmiňuje, že tato taktika zaujme větší podíl na trhu, což vede k určitému ekonomickému efektu. Podobně i Fišerová (2008, st. 69) udává, že hotel by měl nabízet to, co hosty motivuje a podceňuje k aktivní účasti na cestovním ruchu. Právě animační služby mohou zlepšit pozici na trhu, lépe uspokojit zákazníka z koupě produktu nebo uspokojit potřeby specifického segmentu trhu.

2. 5. Animační aktivity jako součást produktu hotelu

2. 5. 1. Hotel jako kategorie ubytovacích zařízení

Ubytovací zařízení, které poskytují ubytovací služby spolu s doplňkovými službami na trhu cestovního ruchu, jsou svázané Oficiální jednou klasifikací ubytovacích zařízení České republiky. Tuto klasifikaci sestavila Asociace hotelů a restaurací České republiky za podpory Ministerstva pro místní rozvoj ČR a České centrály cestovního ruchu (CzechTourism) pro období let 2015 – 2020.

Ve výkladovém slovníku Pásková a Zelenka (2002, st. 133) uvádí, že kategorie u ubytovacích zařízení stanovuje druh ubytovacího zařízení. Pásková a Zelenka (2002, st. 133) také definují kategorizaci jako *„proces zařazování zařízení poskytující služby do kategorií podle druhu zařízení, který vychází z typů poskytovaných služeb a způsobu jejich poskytování“*. V Oficiální jednotné klasifikaci ubytovacích zařízení České republiky je uvedeno, že *„kategorizace je proces, kdy dochází k dělení ubytovacích zařízení do jednotlivých kategorií“*. (Oficiální jednotná klasifikace ubytovacích zařízení České republiky, 2015 – 2020)

Zároveň je nutné vymezit pojem ubytovací zařízení, které Pásková a Zelenka (2002, st. 301) definuje jako *„objekty, prostory nebo plochy, kde je veřejnosti poskytováno ubytování“*. Ubytovací zařízení bývá obvykle sloučeno se stravovacími službami, buď v plném rozsahu, nebo v rozsahu omezeném, a dalšími službami, které ho doplňují. Beránek (2013, st. 22) zmiňuje, že ubytovací zařízení je zařízení, v kterém se za úplatek poskytuje přechodné ubytování. Oriška (2010, st. 118) představuje ubytovací zařízení jako přechodné ubytování, která ho mohou zabezpečovat jak pravidelně, tak nepravidelně. Autor člení ubytovací zařízení z hlediska způsobu výstavby – na pevné (hotely, motely, penziony, turistické ubytovny, studentské koleje), na částečně pevné (montované chaty), přenosné (stany) a na pohyblivé (lůžkové a lehátkové vozy, přívěsy). Dále je člení podle doby provozu (celoroční, dvousezónní a jednosezónní), podle druhu (tradiční, doplňková a ostatní), podle druhu cestovního ruchu nebo podle doporučení UNWTO (hromadná ubytovací zařízení, individuální ubytování). Podle Orišky (2010, st. 119) je tradiční druh ubytovacího zařízení hotel, penzion, motel, hotel, ubytovací hostinec. Do doplňkových ubytovacích zařízení patří chaty, bungalovy, kempy a ostatní ubytovací zařízení tvoří například studentské koleje nebo domovy mládeže, které nejsou zrovna využívány ke svému prvotnímu účelu.

Beránek (2013, st. 22) uvádí, že se hotely liší podle: velikosti, umístění, doby provozu, poptávky, třídy, formy řízení a prostředí. Oriška (2010, st. 119) dále zmiňuje nejvíce typické tradiční ubytovací zařízení jako apartmánový hotel, baby hotel, butik hotel, horský hotel, hotel garni, kongresový hotel, lázeňský hotel, wellness hotel, tranzitní hotel, zámecký hotel, resort, golf resort, rezidence, horshotel nebo hotelová depandance. Avšak Oficiální jednotná klasifikace ubytovacích zařízení České republiky (2015, st. 6) obsahuje kategorie ubytovacích zařízení, do které patří hotel, motel, penzion, hotel, specifická hotelová zařízení (Lázeňský/Spa hotel, Resort/Golf resort hotel), Depandance, ostatní ubytovací zařízení (kemp, chatová osada, turistická ubytovna). (Oficiální jednotná klasifikace ubytovacích zařízení České republiky, 2015 – 2020)

Podle Oficiální jednotné klasifikace ubytovacích zařízení České republiky (2015, st. 6) hotel poskytuje ubytovací služby nejméně v deseti pokojích plně vybavených pro hosty na přechodné ubytování. Mimo ubytovacích služeb jsou v hotelu poskytovány další služby, zejména služby stravovací. Hotel se rozděluje do pěti tříd – Tourist*, Economy**, Standard***, First Class**** a Luxury*****. Jednotlivé třídy obsahují požadavky, které hotel musí splňovat a být podle nich vybaven. Požadavky **hotel** musí pevně dodržovat, a tak garantuje danou kvalitu a nabízený rozsah služeb. **Hotel garni** se liší v omezení rozsahu stravování, poskytuje zpravidla pouze snídaně a člení se pouze čtyř tříd. Ubytovací zařízení **motel** má taktéž nejméně deset pokojů. Je to ubytovací zařízení sloužící pro motoristy a nachází se zpravidla v blízké vzdálenosti od pozemních komunikací. Restaurace a recepce se může vyskytovat mimo ubytovací úsek. Motel plní všechny požadavky jako hotel, akorát je členěn pouze do čtyř tříd. **Penzion** má nejméně pět pokojů a nejvíce dvacet pokojů. Liší se omezeným rozsahem nabízených společenských a doplňkových služeb. V tomto ubytovacím zařízení může chybět restaurace, ale nesmí chybět místo pro stravování, rozděluje se do čtyř tříd. Ubytovací zařízení, které poskytuje ubytování v trvale zakotvené lodi, se nazývá **botel**, který je také členěn pouze do čtyř tříd. **Lázeňský hotel** se vyskytuje v lázeňském místě a nabízí hostům specifickou nabídku služeb, a to lázeňskou péči. **Golf resort** poskytuje služby společensko - kulturního a sportovního charakteru. Součástí tohoto typu ubytovacího zařízení musí být devítijamkové normované hřiště, restaurace a recepce se může nacházet mimo ubytovací část. Člení se do 5 tříd, avšak do 4 třídy může mít recepce omezený provoz na 16 hodin. Ubytovací zařízení označováno jako **depandance**, je oddělená část hotelu od hlavní budovy v její blízkosti (maximálně 500

metrů). Tého budově chybí vlastní recepce, plný rozsah služeb jí zařizuje hlavní budova a platí pro ni stejná třída, jako pro hlavní budovu. Beránek (2013, st. 23) navíc uvádí jako druh ubytování apartmánový hotel, boarding house a horskou chatu. V **apartmánovém hotelu** jsou hosté ubytováni v apartmánech nebo studiích (jeden pokoj s kuchyňským koutem). Označení **Boarding house** je ubytování v městském prostředí na delší dobu a **horská chata** poskytuje ubytování v odlehlých horských oblastech.

2. 5. 2. Produkt hotelu a jeho struktura

Orieška (2010, st. 8) uvádí, že „*produktem cestovního ruchu je vše, co je nabízeno na trhu cestovního ruchu a má schopnost uspokojit potřeby účastníků cestovního ruchu, a vytvořit tak komplexní soubor zážitků*“. Horner a Swarbrooke (2003, st. 153) zmiňují, že produkt je jádrem marketingu cestovního ruchu, ubytovacích, stravovacích služeb a služeb pro využití volného času, poskytující účastníkům cestovního ruchu užitek. Beránek (2013, st. 163) definuje produkt jako poskytovanou službu. Autor dále zmiňuje, že hoteloví hosté očekávají různé druhy služeb sloužící k uspokojení jejich potřeb. Jedná se především o služby ubytovací, stravovací, ostatní a doplňkové. Podle Orišky (2010) do produktu cestovního ruchu patří služby, volné statky, veřejné statky a zboží. Zboží je výrobek určený na prodej, může se jednat o jídlo, nápoje, turistické mapy, suvenýry, brožurky, knižní průvodce apod. Veřejnými statky mohou být chodníky, náměstí, parky, městské památkové rezervace, lidové slavnosti, kulturní krajina apod. Mají z nich prospěch všichni a většinou jsou zhotoveny či přetvořeny lidskou prací. Volný statek není vytvořený lidskou prací, jedná se o přírodní statky, jako sluneční svit, vzduch, mořská voda, déšť. Produktem cestovního ruchu je také služba. Jedná se o ekonomický statek mající nehmotný charakter. Je to činnost, která přináší užitek a uspokojuje potřeby účastníků cestovního ruchu. Produkují ji jak podniky cestovního ruchu, tak další subjekty soukromého a veřejného sektoru. Oriška (2010, st. 9) uvádí, že služby mají obecné a speciální znaky. Obecné znaky jsou charakteristické pro všechny služby a speciální znaky jsou vyhrazené výlučně pro služby cestovního ruchu.

Tabulka 2 Obecné a speciální znaky služeb

Obecné znaky služeb	Speciální znaky služeb
Nemateriální charakter Vysoká spotřeba živé práce při jejich poskytování Začlenění vnějšího faktoru do procesu poskytování služeb Soulad poskytování služeb s jejich spotřebou Pomíjivost služeb	Časová a místní vázanost Komplexnost a komplementárnost Zastupitelnost Mnohooborový charakter Dynamika a sezónnost poptávky Neanonymita spotřebitele služeb Nezbytnost zprostředkování služby

Zdroj: Oriška, (2010, str. 9), vlastní zpracování

Oriška (2010, st. 15) dělí služby v cestovním ruchu na služby cestovního ruchu a na ostatní služby. Do služeb cestovního ruchu jsou řazeny služby dodavatelské (informační, dopravní, ubytovací, stravovací, sportovně-rekreační, kulturně-společenské, lázeňské, kongresové, venkovského cestovního ruchu, průvodcovské, animační) a zprostředkovatelské služby (informační, služby cestovních kanceláří a agentur). Ostatní služby zahrnují specializované služby pro cestovní ruch a služby místní infrastruktury v cílové destinaci. Do specializovaných služeb pro cestovní ruch patří služby informační, pojistné, směnářské, pasových a celních orgánů. Službami místní infrastruktury v cílové destinaci se rozumí služby informační, obchodní, komunální, zdravotnické, policejní, záchranné, poštovní a telekomunikační.

Další členění služeb je uváděno dle Orišky (2010) z hlediska druhového členění služeb cestovního ruchu, dle fází realizace cestovního ruchu, z časového hlediska, z hlediska uspokojovaných potřeb, podle charakteru spotřeby a z ekonomického hlediska. Druhové členění služeb cestovního ruchu znázorňuje strukturu s vázaností na formy a druhy cestovního ruchu. Řadí se sem služby informační, dopravní, ubytovací, stravovací, sportovně-rekreační, kulturně-společenské, lázeňské, kongresové, průvodcovské, asistenční, animátorské, organizátorské a zprostředkovatelské. Podle fází realizace cestovního ruchu se rozlišují služby čerpající se v místě trvalého bydliště, během cesty nebo během pobytu v cílovém místě. Z hlediska časového se služby dělí na sezónní a mimosezónní. Z hlediska uspokojovaných potřeb jde o služby základní

(dopravní, ubytovací, stravovací), uspokojující sekundární potřeby účastníků cestovního ruchu a doplňkové (sportovně-rekreační, kulturně-společenské), uspokojující potřeby primární. Podle charakteru spotřeby se služby člení na osobní a věcné. Osobní služby mají efekt přímo na osobu (např. odnesení zavazadel v hotelu), avšak služby věcné se zprostředkovávají prostřednictvím hmotného statku (např. oprava lyžařské výstroje). Poslední členění je z hlediska ekonomického, kdy se dělí služby na placené a neplacené. Mezi placené služby můžeme zařadit prodej určitého zboží (časopisy, hygienické potřeby, cestovní mapy apod.), praní a žehlení, vypůjčení sportovních pomůcek, přeprava zavazadel, úschova cenností a peněz v trezoru, animační, průvodcovské a asistenční služby atd. Neplacené služby zahrnují podávání informací, buzení hostů, zprostředkování ubytování v jiném ubytovacím zařízení, zajištění taxislužby apod.

Hotelovou nabídku Oriška (2010, st. 116) popisuje jako kombinace ubytovacích, stravovacích a doplňkových služeb. Úkolem ubytovacích služeb je poskytnout přenocování či přechodné ubytování účastníkům cestovního ruchu mimo lokalitu jejich trvalého bydliště a spolu se stravovacími službami tak uspokojit jejich potřeby. Pásková a Zelenka (2002, st. 301) definují ubytovací služby jako „*placené nebo neplacené zajištění minimálně podmínek pro spaní a osobní hygienu*“. Přičemž také uvádí, že spolu s ubytováním jsou poskytovány jak služby stravovací, tak další služby.

Hesková (2006, st. 110) zmiňuje, že „*ubytovací služby poskytují veřejnosti přístupné ubytovací zařízení, které pracují na ziskovém (tzv. komerční zařízení) nebo na neziskovém principu (zařízení občanských sdružení, podnikové rekreační zařízení atd.)*“. Autorka dodává, že jsou vystavěny buď spolu s pohostinskými středisky, nebo jako samotná ubytovací zařízení. Dále popisuje, že ubytovací zařízení nenabízí hostům pouze ubytování a stravování, ale i řadu dalších doplňkových služeb. Patří sem například služby informační, animační, obchodní, služby zdravotnického střediska apod. Doplňkové služby nejsou poskytovány pouze účastníkům cestovního ruchu, ale i místnímu obyvatelstvu. Služby jsou závislé na délce pobytu hostů, jejich rozsah a kvalita je nazývána jako standart služeb. Standart služeb je ovlivňován řadou činitelů. Ovlivňuje ho charakter či umístění ubytovacího zařízení (ve městě, na venkově, na horách, u vodní plochy, na předměstí, v oblasti silnic apod.), technické vybavení, připravenost pracovníků, sezóna či klientela (zvyklosti, vkus hostů, tradice, struktura hostů apod.). Beránek (2013, st. 165) zmiňuje, že „*na jaké služby se hotel zaměří,*

záleží především na osobnosti, iniciativě a fantazii hotelového manažera, na umístění a druhu hotelu, skladbě dosavadních hostů a na finančních a personálních možnostech“. Hornerová a Swarbrooke (2003 st. 282) uvádí, že *„umístění ubytovacího zařízení je rozhodující otázkou pro marketing ubytovacích služeb.“* Dále uvádí, že služby jsou zajišťovány kvalitním personálem, avšak u některých druhů ubytování je pro účastníky cestovního ruchu lákavější poskytování služeb neprofesionálně. Typickým příkladem podle Hornerové a Swarbrooka (2003, st. 283) je britský „nocleh se snídaní“, kdy hostitel se věnuje hostům osobitým způsobem, přitom se nejedná o profesionální typ služby. Značnou pozornost musí věnovat ubytovací zařízení při tvorbě cen ubytovacích služeb, na kterou působí mnoho činitelů. Důležité je umístění ubytovacího zařízení, rozsah nabízených služeb, sezóna či zařízení a vybavení pokojů. Pro získání nových zákazníků či udržení pravidelných zákazníků přispívají různé slevy. K získání zákazníků mohou být používány různé formy propagace, nejčastější formou propagace ubytovacích zařízení jsou brožury nebo průvodci v tištěné podobě.

2. 5. 3. Animace jako součást produktu hotelu

Orieška (2003, st. 37) uvádí, že vhodná nabídka animačních aktivit představuje výrazný vliv na rekreační efekt pobytu hosta v hotelu. Animace jako služba je placená, má uspokojovat potřeby účastníků cestovního ruchu a vytvořit jim nové zážitky. Ubytovací zařízení se v dnešní době pohybují ve velmi konkurenčním prostředí, proto nestačí základní nabídka ubytovacích a stravovacích služeb, ale jsou poskytovány i další služby, právě jako animační aktivity, a to v adekvátní kvalitě. Ulbrich (2012, st. 77) zmiňuje, že *„i tuzemská ubytovací a restaurační zařízení si uvědomila, že prostřednictvím nabídky volnočasových aktivit mohou své hosty udržet déle a získat si jejich velmi křehkou loajalitu“.* I Beránek (2013, st. 131) uvádí, že *„animační programy by měly vycházet ze zaměření hotelu a celé destinace, ale také z individuálních přání hostů (zjištěných na základě zkušeností hotelového personálu nebo např. dotazníkového šetření mezi hosty)“.*

Ulbrich (2012, st. 77) pohlíží na nabídku animačních služeb z hlediska různých typů ubytovacích zařízení. Penzion, který navštěvují především rodiny s dětmi, nemá většinou své vlastní animátory, avšak může být povolán animátor pouze jednorázově a zpestřit tak pobyt hostů nějakým zábavným programem. V tomto typu ubytování může být vybudovaná místnost sloužící pouze dětem, která je označována jako herna pro děti. Herna neboli koutek pro děti může být vybavena různými hračkami, hrami,

stavebnicemi, ale i kulečnickem, stolním fotbalem apod. Malý hotel má podobnou nabídku animačních aktivit jako penzion. Animátorem v malém hotelu může být pouze pedagog či student pedagogiky s fantazií a tvořivými schopnostmi. V malém hotelu se může nacházet společenská místnost, využívaná na různé společenské aktivity, jako jsou například zábavní večery s doprovodem hudby, koktejl party, promítání oblíbených filmů. Výhodou pro tato ubytovací zařízení je zahrada nebo louka v blízkosti, sloužící pro venkovní animační aktivity. Hotely větší kapacity by měly disponovat profesionálním a kvalifikovaným personálem. Nabídka animačních služeb by měla být na vyšší úrovni, program by měl být pestrý a zaujmout hosty v co největším počtu. Lázeňské hotely nabízí takové animační aktivity, které jsou přizpůsobené pro jejich klienty. Jedná se o aktivity, které jsou méně fyzicky náročné a musí být pro lázeňské hosty upravené. V lázeňských hotelech se objevují aktivity jako je golf, minigolf, plavání, karetní hry, pétanque, šipky, taneční a gastronomické večery, ale i přednášky o zdravé výživě, správném životním stylu apod. Nejvíce příznivé podmínky pro tvorbu animačních programů jsou ve větších hotelových řetězcích. Zaměstnávají vysoce kvalifikovaný tým animátorů, nabízí bohatý program animačních aktivit a mají k dispozici dostatečné materiální a ekonomické podmínky.

3. CÍLE A METODIKA

3. 1. Cíl práce, objekt zkoumání

Cílem bakalářské práce je zpracování návrhu animačních aktivit vybraného ubytovacího zařízení v návaznosti na výsledky analýzy podmínek pro jejich vykonávání. Objektem zkoumání je wellness Hotel Zámek Valeč.

3. 2. Metodika práce

První část bakalářské práce je zaměřena na literární přehled, ve kterém je uvedeno vysvětlení pojmů jako animace a cestovní ruch, animační aktivity, podmínky na jejich zabezpečení a animace, jako součást produktu hotelu. Dále je věnována pozornost analýze, pomocí které zjistím, zda má hotel dostatečné organizačně – personální, materiálně – technické a ekonomické podmínky pro vykonávání animačních aktivit ve vybraném ubytovacím zařízení. Analýza zájmu (poptávky) hostů o animační aktivity v hotelu ve Valči proběhne z dotazníkového šetření, které se uskuteční v letní sezóně v roce 2018 z důvodu velké návštěvnosti hotelu. Na základě dotazníkového šetření zjistím zájem o nabídku animačních aktivit a následně vytvořím návrh nabídky animačních aktivit neboli animační program pro určitý segment lidí, který nejčastěji hotel navštěvuje. Dále bude sestavena kalkulace pro stanovení ceny na osobu za účast na animační aktivitě. V některých případech bude vyčíslen pouze souhrn nákladů, jelikož bude nabízena bezplatně. Kalkulace bude obsahovat náklady materiální, provozní, mzdové neboli osobní a také je nutné počítat s náklady, které jsou nepředvídatelné. Na základě analýzy bodu zvratu bude stanoveno, od jakého počtu osob zúčastněných na určité aktivitě lze dosahovat zisku. Do kalkulace se nebude započítávat vybavení, které je již součástí hotelu a je využíváno i při jiných příležitostech, než jsou animační aktivity.

3. 3. Výzkumná otázka a stanovení předpokladů

Analýza poptávky je založena na datech získaných dotazníkovým šetřením. Výzkumná otázka se týká chování současných hostů vybraného hotelu a je úkolem zjistit, zda by měli zájem o animační služby, respektive jak by měla být sestavena nabídka.

Před uskutečněním dotazníkového šetření jsou stanoveny výzkumné předpoklady, které v rámci výsledků potvrdím či nepotvrdím.

Předpoklad č. 1

Většina respondentů nejčastěji tráví dovolenou s rodinou.

Předpoklad č. 2

Respondenti by ve většině případů měli zájem o organizování animačních aktivit v hotelu.

Předpoklad č. 3

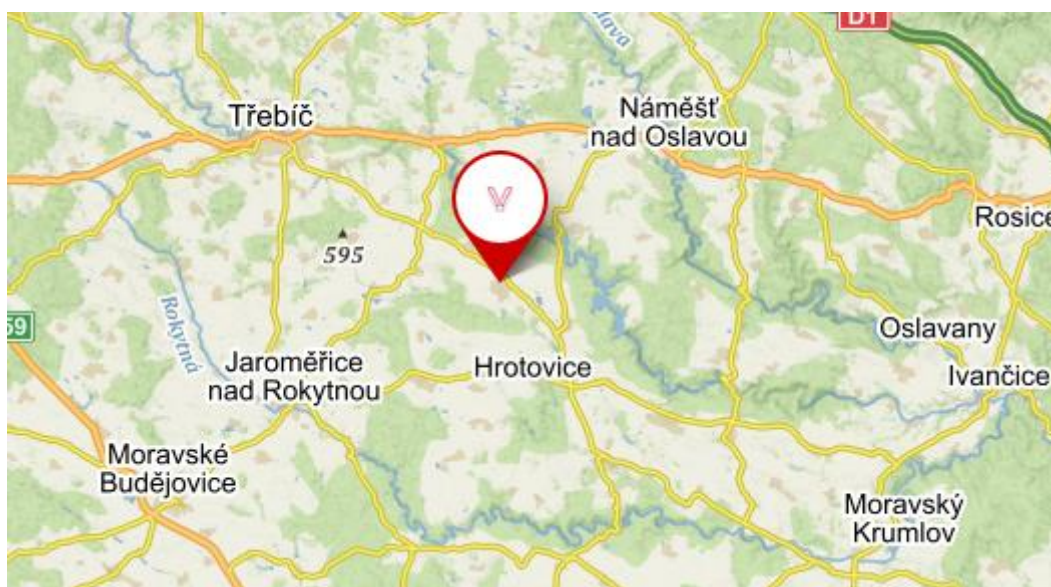
Respondenti by měli nejvíce zájem o nabídku sportovních a pohybových animačních aktivit.

4. ANALÝZA A SYNTÉZA POZNATKŮ Z VLASTNÍHO ZKOUMÁNÍ

4. 1 Charakteristika wellness Hotelu Zámku Valeč a jeho lokalizace

Hotel Zámek Valeč se nachází v klidném prostředí Vysočiny v obci Valeč u Hrotovic, 15 kilometrů od města Třebíče, přibližně 60 kilometrů od Brna a necelých 200 kilometrů od Prahy. V současnosti je zámek využíván jako wellness hotel, prostor pro konání svateb, pořádání různých kulturních akcí nebo také k pronájmu kongresových prostorů. (Kudy z nudy, 2018), (Hotel Zámek Valeč, 2017)

Obrázek 1 Mapa - Valeč



Zdroj: <https://mapy.cz/zakladni?x=16.0357618&y=49.1475613&z=10&source=firm&id=12775467>, (GoogleMaps, 2019)

Zámek má velmi bohatou historii a mnoho vlastníků. Postavil ho před rokem 1534 Smil Osovský z Dobrušky. Po Smilovi Osovském vlastnil zámek jeho syn Burian a po roce 1567 Vanečtí z Jemničky. Stavební vývoj objektu zřejmě dokončili po třicetileté válce Březničtí z Náchoda. Po roce 1785 byl valečský zámek upraven na kanceláře, byty úředníků a lihovar, proto v té době ztratil svou rezidenční funkci. V roce 1850 Hessové prodali zámek Jiřímu baronu Sinovi. V roce 1882 s stal novým vlastníkem pivovarník Antonín Dreher. V roce 1940 vlastnili zámek manželé Malíkoví, kterým byl zámek v roce 1953 vyvlastněn, pak jej využívalo zemědělské družstvo. V roce 1991 byl zámek ve zdevastovaném stavu vrácen manželům Malíkovým. Ti ale na opravu neměli dostatek finančních prostředků, proto se snažili zámek prodat. To se naštěstí podařilo v roce 2008, kdy jej koupil Ing. Bronislav Vala, který začal s rozsáhlou

rekonstrukcí zámku. Hotel byl slavnostně otevřen v červnu 2013. (Hotel Zámek Valeč, 2017)

V okolí Hotelu Zámku Valeč je mnoho pozoruhodných pamětihodností. Hosté mohou navštívit město Třebíč, ve kterém se nachází tři památky UNESCO. A to Bazilika sv. Prokopa, Židovská čtvrť a Židovský hřbitov. Dále mohou hosté v Třebíči zajít na prohlídku na Městskou věž přiléhající ke kostelu sv. Martina, na které se nachází hodinové ciferníky se svým průměrem 5,5 metrů. Tyto ciferníky jsou jedny z největších hodin ve střední Evropě. Vodní radovánky si mohou návštěvníci užít v aquaparku Laguna nebo v letních měsících mají možnost vyrazit na koupaliště Polanka. Dále mohou hosté navštívit zámek s krásnou rozlehlou zámeckou zahradou v Jaroměřicích nad Rokytnou, který nenachází od Valče pouhých 14 kilometrů. Další zastávkou se může stát město Telč, jehož jádro bylo zapsáno na seznam UNESCO v roce 1992. Hosté zde mohou kupříkladu navštívit renesanční zámek, židovský hřbitov nebo synagogu. Každoročně se v Telči koná oblíbený hudební festival „Prázdniny v Telči“. V okolí Dukovan, které se nachází blízko obce Valeč přibližně 18 kilometrů, se nachází přírodní lokality jako přírodní park Rokytná, kaňonovitý tok řeky Jihlavy nebo zříceniny středověkých hradů Rabštejn a Templštýn. Dalším typem na výlet se mohou stát rozhledny nebo naučné stezky – Rozhledna Rubačka, Rozhledna Mařenka, Rozhledna Babylon, Naučná stezka Mařenka, Naučná stezka Bažantice, Naučná stezka Hrotovicko a mnoho dalších. Za návštěvu také stojí zámek a masné krámy v Moravských Budějovicích, zámek v Náměšti nad Oslavou, národní přírodní rezervace Mohelenská hadcová step, Pivovar Dalešice nebo také Dalešická přehrada. (Zámek Valeč, 2018c); (*Výletní noviny region Třebíčsko: Tipy na výlet*, 2018); (*Výletní noviny region Třebíčsko: Na Třebíčsku si to zamilujete!*, 2018)

4. 2. Produkt vybraného hotelu a jeho struktura

Hotel poskytuje hostům ubytovací, stravovací a wellness služby. Ve všech pokojích je k dispozici televize, trezor, minibar, Wi-fi. Celkem je v hotelu 129 pokojů. Hosté mají na výběr jednolůžkové, dvoulůžkové, třílůžkové, čtyřlůžkové a pětিলůžkové pokoje. Hotel má k dispozici pokoje s různorodou atmosférou. Osm historických pokojů je vybaveno dobovým nábytkem a osmnáct podkrovních pokojů je s původními dřevěnými trámy ve střeše. Také dávné hospodářské budovy se proměnily v pokoje (14 pokojů) s terasami, ze kterých je výhled na místní krajinu. Dalších 48 pokojů je moderně vybaveno. (Hotel Zámek Valeč, 2018e)

Tabulka 3 Nabídka pokojů

Typ pokoje	Počet lůžek	Vybavení
Classic	1, 2, 3, 4 nebo 5	TV, trezor, telefon, minibar, klimatizace, koupelna, ručníky, župan, pantofle, terasa nebo balkon
DeLuxe	1, 2, 3 nebo 4	TV, trezor, telefon, minibar, klimatizace, koupelna, ručníky, župan, pantofle, obývací pokoj, kuchyňka, oddělené ložnice, balkon

Zdroj: (Hotel Zámek Valeč, 2018e), vlastní zpracování

Pro zajištění stravovacích služeb je v hotelu restaurace Stodola, nabízející pokrmy á la carte. V průběhu víkendů bývají pokrmy obměňovány různými speciálními nabídkami pokrmů. Pro hotelové hosty jsou připravovány snídaně formou švédských stolů s nabídkou čerstvých potravin, pečiva, zámeckých buchet a možností přípravy ovocných a zeleninových šťáv. Oběd si hosté vybírají ze stálého jídelního lístku, kterému dominují především pokrmy české kuchyně. Večeře jsou připravovány bufetovou nabídkou, která má podobu pětichodového menu složeného z polévky, předkrmu, salátu, hlavního jídla a dezertu. Nabídka restaurace je doplňována různými specialitami, jako například venkovní grilování, zabíjačkové menu, zvěřinové hody apod. Hosté zde mají k dispozici nealkoholické a alkoholické nápoje, teplé nebo studené nápoje. Pestrá nabídka je především pro milovníky vína. Hosté mají možnost si vybrat z vinného lístku moravské víno ze Znovína Znojmo, Vinných sklepů Lechovice nebo od společnosti Víno Lípa Mikulov. V nabídce jsou také vína z Rakouska, Itálie nebo Francie. (Zámek Valeč, 2018g)

Hotel má pestrou nabídku wellness, kde si hosté mohou odpočinout a načerpat síly. Hosté mají k dispozici celkem jedenáct saun v tzv. saunové vesničce, mezi které patří finská sauna, parní sauna, parní aroma sauna, biosauna, infrasauna, tepidárium a solná lázeň. Nejnavštěvovanější typ sauny je finská sauna, v hotelové nabídce lze najít tři tyto sauny, ve kterých teploty dosahují až 90°C. Pokud někdo nemá rád vysoké teploty, tak je v nabídce zmiňovaná parní sauna, kde se teploty pohybují kolem 40 až 50°C. Biosauna je kombinací finské a parní sauny. Zde se teplota pohybuje okolo 70°C. V tepidarium a solné lázni je stupňů méně, a to kolem 40 až 42°C. Hosty oblíbená je

také ledová jeskyně, kde se mohou po saunování ochladit. Ledová jeskyně je otevřená i během léta. Klidný odpočinek si mohou hosté dopřát v relaxační místnosti s krbem nebo v Benátském dómu s kašnou, který nabízí také prostor pro kneippování. Součástí wellness je rovněž beauty centrum, kde je nabízená manikúra, pedikúra, kosmetika nebo různé masáže, jako sportovní, relaxační, rekondiční, ajurvédská masáž nebo masáž lávovými kameny. Hotelu disponují dva venkovní velké vyhřívané bazény, vnitřní a venkovní whirlpool a vnitřní relaxační bazén, které jsou hostům k dispozici od 7:00 hod. do 21:00 hod., v zimě i v létě. Vnitřní relaxační bazén oživuje vodopád, protiproud nebo masážní trysky, kterých si hosté mohou dopřát též v interiérovém whirlpool bazénu. (Zámek Valeč, 2018h)

V hotelu jsou také prostory pro konání kongresových akcí, a to v zámeckých salóncích, sálů nebo přímo v kongresové místnosti, která je vybavena tímto zařízením: wi – fi připojení, počítač, notebook, dataprojektor, videoprojektor, promítací plátno, CD přehrávač, DVD přehrávač, televize, přenosný mikrofon, zařízení pro videokonference, flip - chart, laserové ukazovátko, hlasovací zařízení, ozvučení a hlavový mikrofon. (Zámek Valeč, 2018f)

Během pobytu si mohou hoteloví hosté půjčit horská kola, elektrokola nebo vozítka Segway. Mohou si zahrát tenis, jelikož se v blízkosti hotelového areálu nachází tenisové kurty s umělým povrchem, nebo si mohou zahrát fotbal na fotbalovém hřišti. Další možnost je zapůjčit si lodičku na projížďku po zámeckých rybnících. Při nepříznivém počasí si mohou hosté zahrát bowling, stolní tenis, biliár, šipky. V areálu není vyžití pouze pro dospělé, ale také i pro děti, kteří mají k dispozici hernu a dětské hřiště.

(Hotel Zámek Valeč, 2017)

Hotelové nabídky dominují pobytové balíčky, které přináší klientům různé bonusy a zvýhodněné ceny. Balíčky jsou sestavované pro individuální klienty nebo také pro cestovní kanceláře. Mezi nabízené balíčky patří například romantický víkend pro dva za 11 000 Kč, silvestrovský pobyt za 9 600 Kč, čtyřdenní rodinný pobyt za 18 600 Kč, rodinný balíček na míru nebo svatba na zámku pro 60 osob za 83 400 Kč. (Zámek Valeč, 2018a)

Hodnocení hotelu dle návštěvníků z webových stránek: trivago.cz, booking.com, tripadvisor.cz

Tabulka 4 Hodnocení hotelu

Hodnocení	Trivago	Booking	Tripadvisor
Lokalita	8,8 z 10	9 z 10	4 z 5
Čistota	9,3 z 10	9,7 z 10	4, 3 z 5
Služby	8,9 z 10	9,1 z 10	4 z 5
Cena/kvalita	8,5 z 10	8,7 z 10	4 z 5
Celková známka	8,5 z 10 (135 hodnocení)	9,3 z 10 (373 hodnocení)	4 z 5 (51 hodnocení)

Zdroj: vlastní zpracování

4. 3. Analýza podmínek pro vykonávání animačních aktivit ve vybraném hotelu

Pro nabídku a uskutečnění animačních aktivit v hotelu je třeba mít vyhovující podmínky. Proto se tato kapitole bude věnovat analýze organizačně – personálních, materiálně – technických a ekonomických podmínek pro poskytování animačních aktivit ve vybraném hotelu Valeč.

4. 3. 1. Organizačně – personální podmínky

Hotel Zámek Valeč nedisponuje personálem, který by animační aktivity v hotelu zajišťoval či poskytoval. Proto hotel spolupracuje se společností sídlící v Praze - Perfect Concept s. r. o, která v hotelu příležitostně organizuje různé sportovní a společenské události nebo také teambuildingové akce. Tato společnost poskytuje kompletní organizační, technický a personální servis, tudíž se hotel nemusí o nic starat. Firma nabízí jak programy pro děti, tak akce pro dospělé. V nabídce společnosti lze najít například zorganizování firemních akcí, dětských dnů, vánočních večírků, školení, divadelních a hudebních představení. Pro děti je nabídka také velice pestrá, jde především o zábavné a kreativní programy, jako tématické soutěže, vtipné estrády, apod. (Perfect Concept, 2018)

Pokud by hotel měl zájem spolupracovat s jinou firmou, může využít další společnosti, které nabízí své služby, co se animačních aktivit týče. Další možností hotelu je využít služeb českých společností, které se orientují na školení animátorů pro hotely. Známa společnost poskytující zmiňované služby se nazývá Rilife animation s. r. o. Spolupracuje s agenturou Pro-Staff sídlící na Slovensku. Mimo animátorských kurzů patří do jejich nabídky práce na pozici animátora volného času v zahraničí, Slovensku a

ČR. Dále také nabízí poradenství při hledání práce v zahraničí. Společnost si vede databázi, která obsahuje seznam proškolených animátorů. Díky této databázi si hotel může vybrat animátora, který splňuje požadavky hotelu, nebo se mohou zaškolit přímo zaměstnanci hotelu. (PRO-STAFF recruitment agency, 2008-2018); (Rilife animation, 2011)

Avšak pokud by se hotel rozhodl poskytovat a organizovat animační aktivity bez agentury či proškolených animátorů, má mnoho dalších jiných možností. Může využít například pracovníky s povoláním učitel mateřské školy, učitel výtvarné, hudební nebo tělesné výchovy.

4. 3. 2. Materiálně – technické podmínky

Prostory, které se nachází v interiéru hotelu, mají vhodné podmínky pro uskutečnění sportovních, vzdělávacích, tvořivých, meditativních, kulturních a společenských aktivit. V hotelu, a jeho prostředí se nachází jeden vnitřní bazén o rozměrech 14 x 8 x 1,4 metrů, dva venkovní bazény, z toho jeden vyhřívaný o rozměrech 16 x 9 a 16 x 8 metrů, oba jsou 140 centimetrů hluboké. Zde je možné si zahrát různé vodní sporty, jako aqua – aerobic, vodní pólo, volejbal apod. Avšak pro uskutečnění těchto animačních aktivit v hotelu chybí příslušné vybavení, chybí například síť na volejbal, míče, podložky na cvičení a další pomůcky, které jsou k výše uvedeným aktivitám potřeba. Tyto pomůcky by hotel musel dokoupit, pokud by animační aktivity neměla v režii animátorská společnost. Hotel má i další prostory pro sportovní aktivity. Jsou zde tenisové kurty, fotbalové hřiště, stolní tenis, biliard, šipky a hosty velmi oblíbený bowling se čtyřmi dráhami. Díky těmto zařízením se mohou pořádat různé soutěže a turnaje. Pomůckami k těmto činnostem je hotel plně vybaven. Ve wellness komplexu se nachází dvě výše zmiňované saunové zóny „Saunová vesnička“ a „Benátský dóm“ s jedenácti saunami, vhodné pro relaxační a meditativní aktivity, jako jsou například saunové rituály. (Cestovní kancelář Lenka, 2018)

Místo určené pro děti je herna, kde se nachází skluzavky vedoucí do bazénků s kuličkami, různé prolézačky, děti si zde mohou zahrát stolní tenis nebo různé stolní hry, které jsou k zapůjčení zdarma. V herně se nachází dílna, vhodná pro různá tvoření, jak pro děti, tak pro dospělé. Děti mají také k dispozici venkovní dětské hřiště se skluzavkami a s pískovištěm. Hotel je obklopen zelenými loukami a bludištěm, kde se mohou pro děti organizovat různé hry a soutěže. (Hotel Zámek Valeč, 2018)

K uskutečnění kulturních, společenských a vzdělávacích aktivit disponuje hotel zmiňovanou kongresovou místností s vybavením. Pro velké akce je k dispozici „Velký sál“, který je moderně vybaven a pojme až 500 osob. V hotelu jsou další sály či místnosti, kde se akce mohou konat. (Firemní akce.cz, 1999-2018)

Tabulka 5 Prostory pro společenské akce

Společenská místnost	Vybavení	Využití	Kapacita
Historický sál	dataprojektor, ozvučení, plátno, WI-FI	společenská akce, konference	100 osob
Červená vinárna	vinotéka	degustace	80 osob
Zámecká jídelna	WI-FI připojení	školení, večerní program	45 osob
Rytířský sál	WI-FI připojení	školení, rauty	35 osob
Lovecký salónek	WI-FI připojení	menší školení, doprovodný program	15 osob
Obrazárna	WI-FI připojení	degustace, rauty, večerní posezení	40 osob
Zbrojnice	WI-FI připojení	školení, rauty, degustace	20 osob
Hvězdný salónek	WI-FI připojení	menší setkání, coffeebreak	8 osob
Šenk	výčep	rauty, večerní posezení	40 osob

Zdroj: vlastní zpracování

4. 3. 3. Ekonomické podmínky

Jelikož v hotelu chybí personál pro nabízení a vykonávání animačních aktivit, vznikají hotelu vyšší náklady pro uskutečnění těchto doplňkových služeb. Do nákladů je nutností započítat pomůcky a vybavení, které jsou potřeba k realizaci animačních služeb. Může se jednat například o kostýmy pro děti, materiál pro tvůrčí činnosti, sportovní vybavení, rekvizity nebo také techniku. Mezi náklady nevyhnutelně patří odměna za práci animátorů a případně externích osob, které si aktivity organizují sami. Proto je nezbytné sestavit kalkulaci nákladů pro promítnutí všech výdajů, které jsou s animačními aktivitami spjaté. Hotel díky uspokojivému množství finančních prostředků je schopen uhradit zmiňované náklady. Poslední uzávěrka, která je veřejně

dostupná na portálu justice, pochází z roku 2011, kde byla vyčíslena částka pro základ daně 210 993 006 Kč (Veřejný rejstřík a sbírka listin, 2012-2015)

4. 4. Analýza zájmu (poptávky) hostů o animační aktivity ve vybraném hotelu

Analýza zájmu hostů o animační aktivity proběhla ve vybraném hotelu – Hotel Zámek Valeč. Zároveň bylo získáno ústní povolení od vedení hotelu na provedení dotazníkového šetření. Dotazníkové šetření probíhalo v letních měsících roku 2018, a to zejména z důvodu hojné návštěvnosti hotelu v rámci hlavní sezóny. Dotazník obsahoval celkem 15 otázek. Poslední část se věnovala získání identifikačních údajů respondentů.

4. 4. 1. Dotazníkové šetření

Cílovou skupinou pro sběr dat byli návštěvníci hotelu a vzhledem k jejich vysokému počtu bylo zvoleno výběrové šetření. Vzorek byl sestaven na základě pohodlnostního výběru. Celkem bylo osloveno osobně 50 respondentů a zbylé dotazníky byly umístěny na recepci hotelu. Celkem se dotazníkového šetření účastnilo 108 hostů, z toho 8 dotazníků muselo být vyřazeno z důvodu chybného vyplnění. Výsledky jsou tedy zpracovány od 100 respondentů.

Složení vzorku

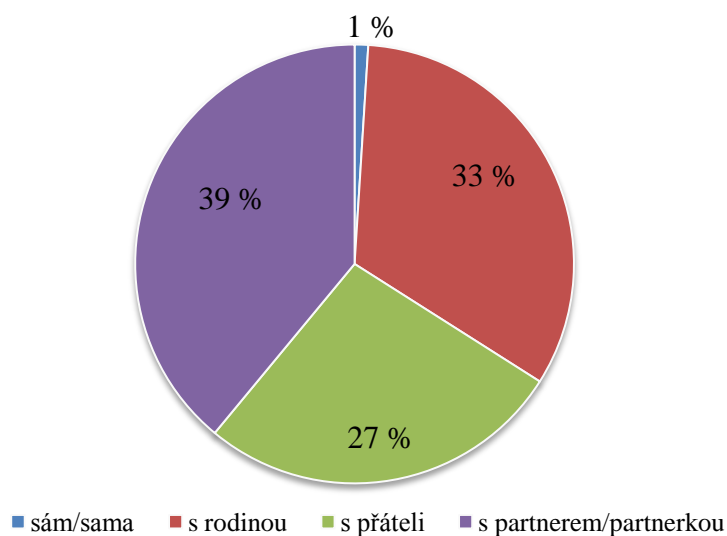
Dotazníkového šetření se účastnilo 51 žen a 49 mužů. Nejvíce respondentů uvedlo místo bydliště v kraji Vysočina a v Jihomoravském kraji. Věkové složení, rodinný a socioekonomický stav respondentů lze najít v tabulce č. 6.

Tabulka 6 Věková kategorie, rodinný a socioekonomický stav respondentů

Věková kategorie	Absolutní hodnota	Relativní hodnota v %
Do 25 let	23	23%
26 - 35 let	25	25%
36 - 45 let	30	30%
46 - 55 let	14	14%
56 - 65 let	4	4%
66 let a více	4	4%
Rodinný stav		
Svobodná/ý	24	24%
Partnerský stav	37	37%
Vdaná/ženatý	29	29%
Rozvedená/ý	8	8%
Ovdovělá/ý	2	2%
Socioekonomický stav		
Student/ka	17	17%
Podnikatel/ka	14	14%
Zaměstnanec/kyně v podniku či jiné instituce	50	50%
Důchodce/kyně	8	8%
Na mateřské dovolené	10	10%
Nezaměstnaný/á	1	1%

Zdroj: vlastní zpracování

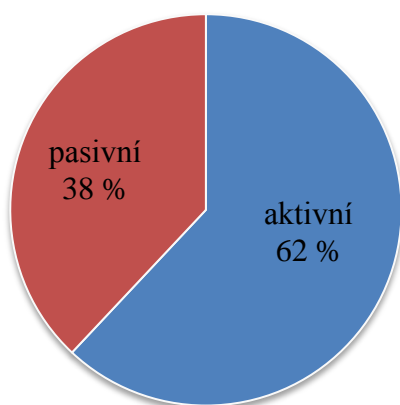
Graf 1 Společnost při dovolené (n=100, v %)



Zdroj: vlastní zpracování

U grafu č. 1 lze vidět, že 39 (39 %) respondentů nejčastěji tráví dovolenou s partnerem či partnerkou a 33 (33 %) respondentů s rodinou. Tato skutečnost odpovídá i návštěvnosti hotelu, jelikož je hotel navštěvovaný zejména páry a rodinami. Dále 27 (27 %) respondentů odpovědělo, že nejčastěji tráví dovolenou s přáteli a pouze 1 (1 %) respondent uvedl, že nejčastěji tráví dovolenou sám/sama.

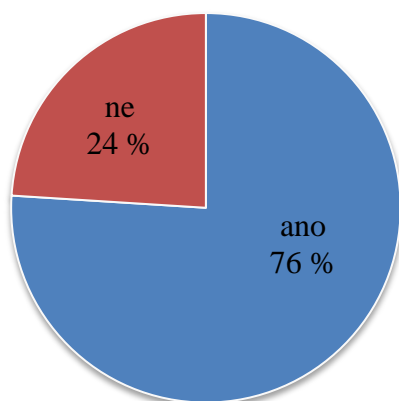
Graf 2 Typ dovolené (n=100, v %)



Zdroj: vlastní zpracování

Na grafu č. 2 lze zaznamenat, že více jak polovina dotazovaných respondentů upřednostňuje aktivní dovolenou, a to přesně 62 (62 %) dotazovaných. Zbýlých 38 (38 %) respondentů preferuje dovolenou pasivní.

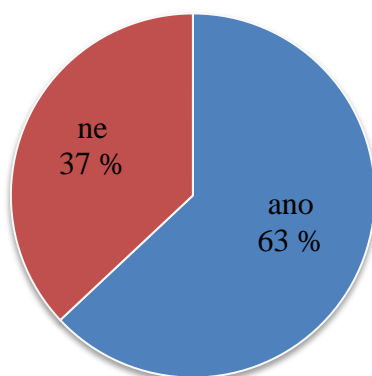
Graf 3 Pojem animační aktivity (n=100, v %)



Zdroj: vlastní zpracování

Tento graf ukazuje, že 76 (76 %) dotazovaných respondentů vědělo, co si pod pojmem animační aktivity představit. Pro 24 (24 %) respondentů, kteří nevěděli, co si pod tímto pojmem představit, bylo v dotazníku uvedené vysvětlení.

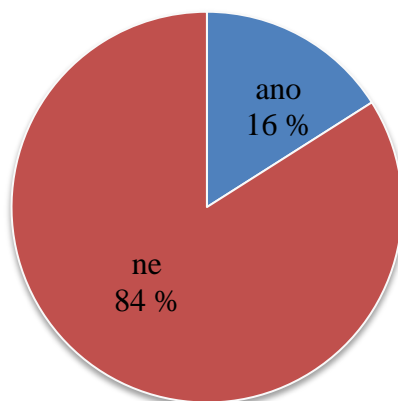
Graf 4 Setkání s animačními aktivitami v minulosti (n=100, v %)



Zdroj: vlastní zpracování

Z grafu č. 4 lze vyčíst, že 63 (63 %) dotazovaných hotelových hostů se v minulosti setkalo s animačními aktivitami, přičemž kdy 37 (37 %) respondentů se s animačními programy dosud nesetkalo, jak v České republice, tak v zahraničí.

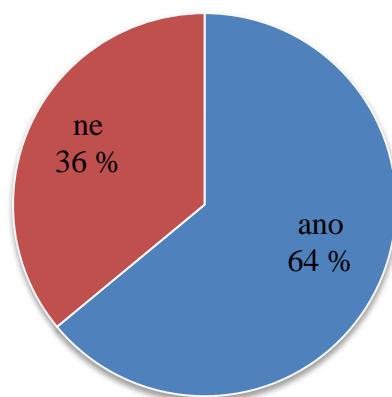
Graf 5 Výběr ubytování s ohledem na animační aktivity (n=100, v %)



Zdroj: vlastní zpracování

Na otázku, zda si hosté hotelu vybírají ubytování právě tam, kde nabízí animační aktivity, zaškrtnulo 84 (84 %) respondentů odpověď „ne“. Pouhých 16 (16 %) respondentů uvedlo, že ano.

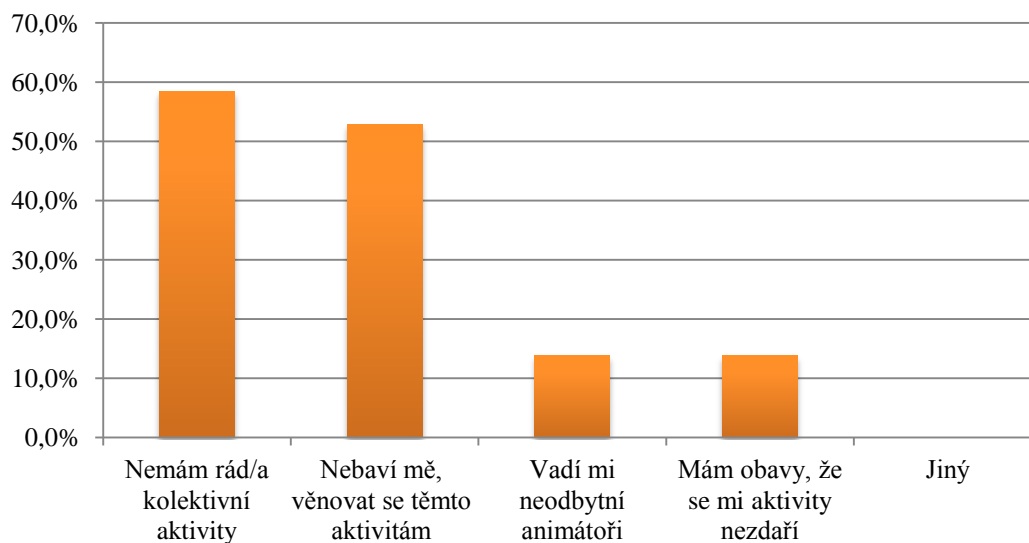
Graf 6 Zájem o organizování animačních aktivit v hotelu (n=100, v %)



Zdroj: vlastní zpracování

Tento graf ukazuje, že zájem o nabídku animačních aktivit ve vybraném hotelu by mělo 64 (64 %) dotazovaných hostů, 36 (36 %) dotazovaných hostů by o tuto nabídku zájem nemělo. Hosté, kteří uvedli, že nemají zájem, byli filtrováni a neodpovídali na otázky, které se týkají platby a konkrétních animačních aktivit, které by hotel mohl nabízet. Oproti tomu následující graf byl sestaven z dat pouze od vyfiltrovaných respondentů. Na následné 4 otázky odpovídalo tedy pouze 64 respondentů, a to proto, aby byl prověřen jejich skutečný zájem o nabídku animačních aktivit ve vybraném ubytovacím zařízení.

Graf 7 Důvod neúčasti na animačních aktivitách (n=36, v %)



Zdroj: vlastní zpracování

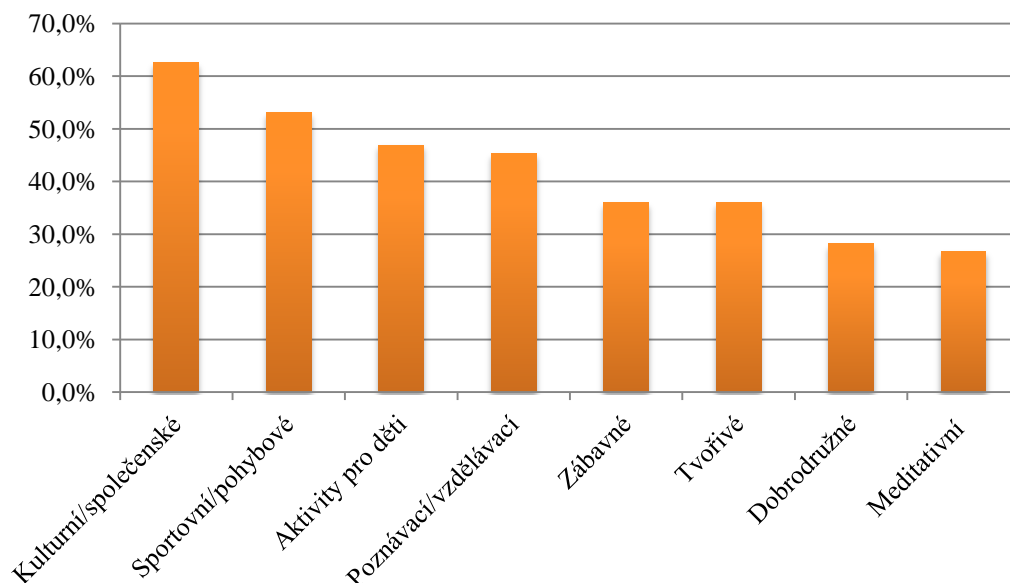
Tabulka 7 Absolutní a relativní četnost k důvodu neúčasti na animačních aktivitách

Důvod neúčasti	Absolutní četnost	Relativní četnost v %
Nemám rád/a kolektivní aktivity	21	58,3%
Vadí mi neodbytní animátoři	5	13,8%
Mám obavy, že se mi aktivity nezdaří	5	13,8%
Nebaví mě, věnovat se těmto aktivitám	19	53%
Jiný	0	0%
Celkem počet odpovědí	50	N/A%

Zdroj: vlastní zpracování

Na otázku z jakého důvodu by se nechtěli animačních aktivit účastnit, mohli respondenti zvolit více odpovědí. Nejčastější důvod neúčasti animačních aktivit byla odpověď: „nemám rád/a kolektivní/skupinové aktivity“, tuto odpověď zvolilo 21 (58,3 %) respondentů a „nebaví mě, věnovat se těmto aktivitám“, zvolilo 19 (53 %) respondentů.

Graf 8 Druh animačních aktivit (n=64, v %)



Zdroj: vlastní zpracování

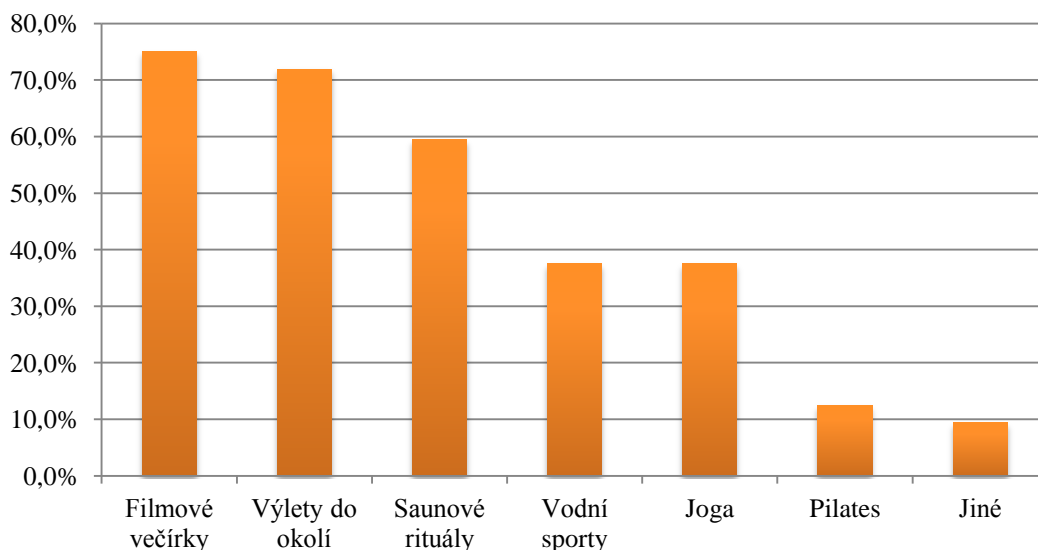
Tabulka 8 Absolutní a relativní četnost k druhu animačních aktivit

Aktivity	Absolutní četnost	Relativní četnost v %
Kulturní/společenské	40	62,5%
Sportovní/pohybové	34	53,1%
Aktivity pro děti	30	46,9%
Poznávací/vzdělávací	29	45,3%
Zábavné	23	35,9%
Tvořivé	23	35,9%
Dobrodružné	18	28,1%
Meditativní	17	26,6%
Celkem počet odpovědí	214	N/A%

Zdroj: vlastní zpracování

U otázky „V případě, že by hotel animační aktivity nabízel, o jaké byste měl/a zájem?“ mohli respondenti volit rovněž více odpovědí. Na otázku odpovídalo 64 respondentů, kteří uvedli, že by o organizování animačních aktivit v hotelu měli zájem. Nejvíce by respondenti měli zájem o „kulturní, společenské“ aktivity, a to přesně 40 (62,5 %) respondentů, dále o „sportovní pohybové“ (34; 53,1 %), „aktivity pro děti“ (30; 46,9 %) a o „poznávací, vzdělávací“ (29; 45,3 %). Naopak nejmenší zájem by byl o „dobrodružné“ animační aktivity, tuto odpověď zvolilo (18; 28,1 %) a o „meditativní“ aktivity (17; (26,6 %).

Graf 9 Zájem o konkrétní animační aktivity v hotelu (n=64, v %)



Zdroj: vlastní zpracování

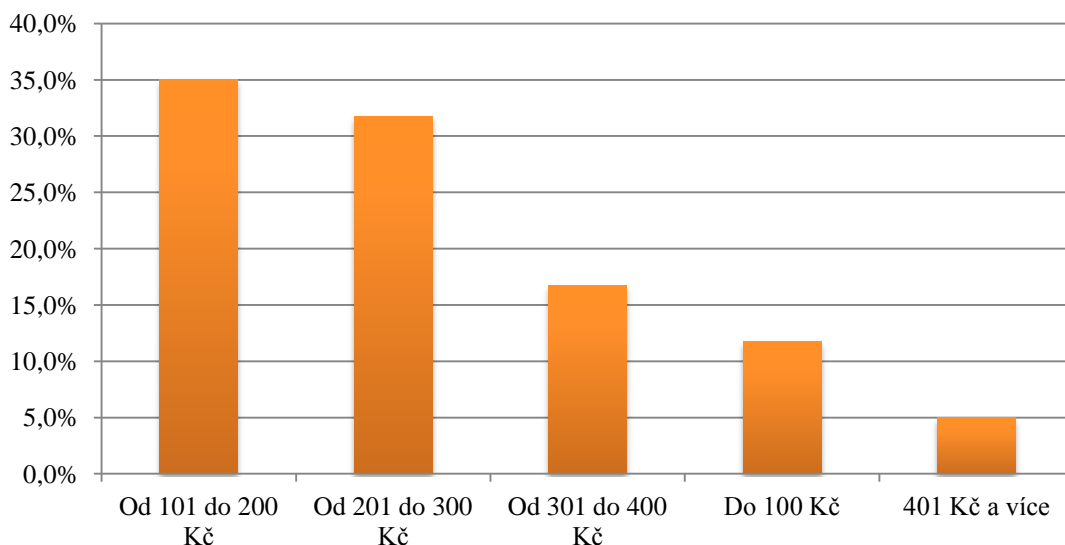
Název tabulky: Tabulka 9 Absolutní a relativní četnost k zájmu o konkrétní animační aktivity v hotelu

Aktivita	Absolutní četnost	Relativní četnost v %
Filmové večírky	48	75,0%
Výlety do okolí	46	71,9%
Saunové rituály	38	59,4%
Vodní sporty	24	37,5%
Joga	24	37,5%
Pilates	8	12,5%
Jiné	6	9,4%
Celkem počet odpovědí	194	N/A%

Zdroj: vlastní zpracování

Na otázku č. 10 – „O jaké konkrétní animační aktivity nabízené hotelem byste měl/a zájem?“ odpovídalo taktéž 64 respondentů, kteří by měli o organizování animačních aktivity zájem. Respondenti zde měli možnost také zvolit více odpovědí. Největší zájem by měli o „filmové večírky“ (48; 75 %), dále o „výlety do okolí (46; 71,9 %) a o saunové rituály (38; 59,4 %). Nejméně by měli dotazovaní hosté zájem o „pilates“ (8; 12,5 %). Jako „jiné“ animační aktivity, o které by hosté měli zájem, uvedli například: soutěže pro děti, dětskou diskotéku, taneční večery, vědomostní soutěže nebo vzdělávací přednášky.

Graf 10 Platba za doplňkové služby (n=60, v %)



Zdroj: vlastní zpracování

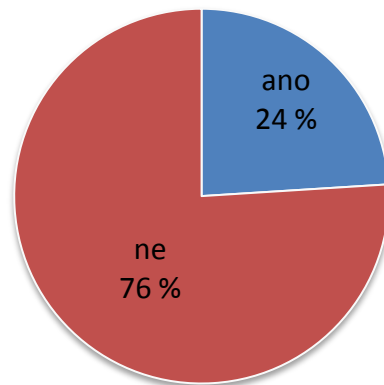
Tabulka 10 Absolutní a relativní četnost k platbě za doplňkové služby

Platba	Absolutní četnost	Relativní četnost v %
Do 100 Kč	7	11,7%
Od 101 do 200 Kč	21	35,0%
Od 201 do 300 Kč	19	31,7%
Od 301 do 400 Kč	10	16,7%
401 Kč a více	3	5,0%
Celkem počet odpovědí	60	N/A%

Zdroj: vlastní zpracování

Respondenti byli dotazováni, zda by byli ochotni si za tyto doplňkové služby připlatit. Na otázku odpovídalo 60 respondentů, kteří by byli ochotni si za doplňkové služby připlatit, pouze 4 respondenti by si za tyto služby nepřiplatili. Nejvíce dotazovaných, tedy 21 (35 %) respondentů uvedlo, že by byli ochotni za tyto doplňkové služby zaplatit od 101 do 200 Kč. Nejméně respondentů (3; 5 %) by bylo ochotno zaplatit 401 Kč a více.

Graf 11 Hotel v ČR s nabídkou animačních aktivit (n=100, v %)



Zdroj: vlastní zpracování

Na otázku č. 13 – „Znáte nějaký hotel v České republice, který nabízí animační aktivity?“, odpovědělo „ano“ pouhých 24 (24 %) respondentů. Respondenti byli zároveň dotázáni, zda nějaký takový hotel navštívili. Nejen, že je znají, ale ze 100 dotázaných jich 24 (24 %) rovněž nějaký hotel v ČR navštívilo. Mezi jimi zmiňované české hotely patří kupříkladu Hotel Panorama u Blanska, Hotel Babylon v Liberci, hotel Volareza u Vranovské přehrady nebo hotel Aquapalace v Praze.

4. 4. 2. HODNOCENÍ PŘEDPOKLADŮ

V této kapitole je třeba zaměřit se na hodnocení hypotéz, které byly stanoveny před uskutečněním dotazníkového šetření. V rámci výsledků z dotazníkového šetření lze stanovené předpoklady potvrdit či naopak vyvrátit.

Předpoklad č. 1 – Většina respondentů nejčastěji tráví dovolenou s rodinou.

Hypotézu č. 1 se nepodařilo potvrdit, přestože 33 % dotazovaných odpovědělo, že tráví dovolenou s rodinou. Avšak více (39 %) dotazovaných uvedlo, že tráví dovolenou s partnerem či partnerkou. Tyto dva segmenty jsou nejvíce zastoupené, proto v následující kapitole bude sestaven program animačních aktivit právě pro ně. Jeden animační program bude cílený na rodiny s dětmi, druhý pro páry a přátele.

Předpoklad č. 2 – Respondenti by ve většině případů měli zájem o organizování animačních aktivit v hotelu.

Na základě výsledků z dotazníkového šetření se podařilo hypotézu č. 2 potvrdit. Ze 100 respondentů 64 % odpovědělo, že by měli o organizování animačních aktivit ve vybraném hotelu zájem. Z toho důvodu by mohl být navrhovaný program kladně přijat.

Předpoklad č. 3 – Respondenti by měli nejvíce zájem o nabídku sportovních a pohybových animačních aktivit.

Hypotézu č. 3 se mi nepodařilo potvrdit, jelikož 40 respondentů by mělo zájem o kulturní a společenské aktivity. Sportovní a pohybové aktivity byly hned na druhé příčce zájmu, tuto variantu zvolilo 34 respondentů. Na základě těchto výsledků bude vytvořen animační program, který zahrnuje zejména tyto aktivity.

5. Vlastní návrhy

Z hlediska výsledků dotazníkového šetření je patrné, že respondenti by měli o nabídku animačních aktivit zájem, a to nejvíce o kulturní/společenské, dále o sportovní/pohybové, poznávací/vzdělávací, zábavné animační aktivity a aktivity pro děti. Na základě těchto výsledků se zaměřím na tvorbu animačního programu neboli animační nabídky s těmito animačními aktivitami. Hotel má dostatečné prostory pro vykonávání těchto aktivit, což je uvedeno v analýze materiálně – technických podmínek.

5. 1. Program animačních aktivit a jejich kalkulace

Nejvíce respondentů opovědělo, že tráví dovolenou s partnerem či partnerkou, dále s rodinou a přáteli. Vzhledem k podobnému chování skupiny respondentů cestujících s partnerem a cestujících s přáteli, jsou tyto dva segmenty pro účely návrhů spojeny. Nabídka animačního programu bude zaměřena na 2 skupiny (rodiny s dětmi, cestující s partnerem či přáteli). Samostatně je navržen program na letní a zimní sezónu. V letní sezóně bude animační program probíhat zejména v exteriéru hotelu a naopak v zimní sezóně v interiéru, z důvodu nepříznivého či chladného počasí. Animační program je vytvořen na středu, pátek a sobotu, a to z důvodu, že největší obsazenost hotelu bývá o víkendech, což mi bylo sděleno vedením hotelu. Hosté, kteří zůstávají v hotelu přes týden, mohou využít i středěční nabídku animačních aktivit. Program je připraven pouze na odpolední a večerní hodiny, aby návštěvníci mohli využít i ostatní služby hotelu.

Jak jsem uváděla v analýze ekonomických podmínek, poskytování animačních aktivit v hotelu představuje určité náklady. Jedná se o náklady materiální, provozní, mzdové neboli osobní a také je nutné počítat s náklady, které jsou předem nepředvídatelné (tzn. mimořádné). Na základě analýzy bodu zvratu je stanoveno, od jakého počtu osob zúčastněných na určité aktivitě lze dosahovat zisku. Respektive, jaká je nejnižší požadovaná účast na dané aktivitě, aby došlo k pokrytí nákladů. Do kalkulace není započítáno vybavení, které již je součástí hotelu a je využíváno i při jiných příležitostech, než jsou animační programy.

Animační program pro rodiny s dětmi – léto

Tabulka 11 Animační program pro rodiny s dětmi na letní sezónu

	ODPOLEDNE	VEČER
Středa	2 hodiny lukostřelby Cena: 60 Kč/osoba	Kouzelnické představení Cena: 60 Kč/osoba Aktivita pro: min. 35 osob
Pátek	Pétanque turnaj (3 hodiny) Aktivita pro: max. 15 osob Startovné: 45 Kč/osoba	Malířská show Aktivita pro: min. 41 osob Cena: 120 Kč/osoba
Sobota	Turnaj ve stolním tenise (3 hodiny) Vložené: 70 Kč/osoba Aktivita pro: max. 10 osob	Promítání rodinného filmu na plátně Cena: 60 Kč/osoba

Zdroj: vlastní zpracování

Kalkulace nákladů – animační program pro rodiny s dětmi na letní sezónu

Tabulka 12 Kalkulace nákladů - lukostřelba

Náklady	Lukostřelba
Materiální náklady (vstupní)	2743,6 ¹ Kč bez DPH (3 320 Kč včetně DPH: 2x luk, 2x terč, 6x šíp)
Provozní náklady (fixní, variabilní)	15,7 Kč bez DPH (terč – 19 ² Kč včetně DPH) (VN)
Osobní náklady - DPP (plat, daň 15%)	276,- Kč, z toho daň 36,- Kč (1 animátor, 120,- Kč/hod, 2 hodiny.) (FN)
Mimořádné náklady	znehodnocení šípů 160 Kč/ 100 použití
Náklady celkem na aktivitu	291,7 Kč
Bod zvratu	Při ceně 50,- Kč/os = 8 osob
Prodejní cena včetně DPH	58 Kč (≈ 60 Kč)

Zdroj: vlastní zpracování

Dle analýzy bodu zvratu lze předpokládat, že po účasti 8 osob budou pokryty náklady na aktivitu. Mezi tyto náklady nejsou započítávány vstupní náklady za nákup materiálního vybavení, které hotel investuje ze svých zdrojů, jelikož tím rozšiřuje svou nabídku služeb. Lze předpokládat, že hotel má k dispozici finanční prostředky určené k tomuto účelu. Kapacita aktivity je 8 osob/den, z čehož plyne, že je reálné bodu zvratu dosahovat. Je však nutné počítat s mimořádnými náklady, které vzniknou opotřebením šípů po 100 použitích. Tyto náklady by však byly otázkou stokorunových položek a byly by vynakládány pouze jednou za dva roky.

¹Cena stanovena na základě ceníku firmy: <https://www.lukysipy.cz/lazecky-robin-uni-tradicioni-luk-64-set>

² Cena stanovena na základě ceníku firmy: https://www.zbrane-vzduchovky.cz/luky/-terce-a-tercovnice/papirovy-terc-60x60cm?gclid=EAIaIQobChMIj3cme-94QIVEIGyCh0XjQVdEAKYASABEgIkD_D_BwE

Tabulka 13 Kalkulace nákladů – kouzelnické představení

Náklady	Kouzelnické představení
Materiální náklady (vstupní)	-
Provozní náklady (fixní, variabilní)	-
Osobní náklady – faktura včetně daně 15%	1 739,2 ³ Kč (služba kouzelníka, bez DPH - 15%) (FN)
Mimořádné náklady	-
Náklady celkem na aktivitu	1 739,2Kč
Bod zvratu	Při ceně 50,- Kč/os. = 35 osob
Prodejní cena včetně DPH	58 Kč (≈ 60 Kč)

Zdroj: vlastní zpracování

Při ceně 60 Kč za osobu je nutná minimální účast 35 osob na představení. Pokud by tento minimální počet nebyl dosažen, nebude představení nabízeno. Vzhledem k tomu, že kapacita hotelu je 270 osob a v sezóně bývá hotel plný, je reálné, že se představení zúčastní minimální požadovaný počet osob.

Tabulka 14 Kalkulace nákladů – turnaj v pétangu

Náklady	Turnaj v Pétangu
Materiální náklady (vstupní)	1 446,2 ⁴ Kč bez DPH 21% (5x sada za 350 Kč vč. DPH)
Provozní náklady (fixní, variabilní)	165 ⁵ Kč (výhra – pohár, včetně tisku štítku a dopravy 200 Kč vč. DPH) (FN)
Osobní náklady - DPP (plat, daň 15%)	414 Kč, z toho daň 54 Kč (1 animátor, 120,- Kč/hod, 3 hodiny.) (FN)
Mimořádné náklady	-
Náklady celkem na aktivitu	579 Kč
Bod zvratu	Při počtu osob 15 = 39 Kč
Prodejní cena včetně DPH	45 Kč

Zdroj: vlastní zpracování

³ Cena je stanovena na základě ceníku sestaveného na míru pro hotel – interní dokument, není možné zveřejňovat

⁴ Cena stanovena na základě ceníku firmy:

https://www.sportisimo.cz/kensis/petangue/146397/?gclid=EAlaIqObChMloqiYzPG94QIVxFQYCh23IwakEAKYByABEgKNNvD_BwE

⁵ Cena stanovena na základě ceníku firmy: https://www.pohary-bauer.cz/pohary-super-ekonomy/pohar-super-ekonomy-se01117?gclid=EAlaIqObChMIzoauqPG94QIViOiaCh15KAgzEAKYBCABEgJayvD_BwE

Při pěti sadách pétanque, kde je v balení obsaženo 6 koulí se turnaje může zúčastnit maximálně 15 osob. Cena na osobu při maximálním počtu zapojených je 45 Kč jako startovné. Náklady jsou tedy plně pokryty.

Tabulka 15 Kalkulace nákladů – malířská show

Náklady	Malířská show
Materiální náklady (vstupní)	-
Provozní náklady (fixní, variabilní)	-
Osobní náklady – faktura včetně daně 15%	4 043,6 ⁶ Kč bez DPH (3043, 6 Kč bez DPH - práce malíře a ilustrátora - 2 hodiny, doprava 1 000 Kč bez DPH), (FN)
Mimořádné náklady	-
Náklady celkem na aktivitu	4 044 Kč
Bod zvratu	Při ceně 100,- Kč/os. = 41 osob
Prodejní cena včetně DPH	115 Kč (≈ 120 Kč)

Zdroj: vlastní zpracování

Při ceně 120 Kč za osobu je nutná minimální účast 41 osob na představení. Pokud by tento minimální počet nebyl dosažen, nebude představení nabízeno. Vzhledem k tomu, že kapacita hotelu je 270 osob a v sezóně bývá hotel plný, je reálné, že se představení zúčastní minimální požadovaný počet osob

Tabulka 16 Kalkulace nákladů – turnaj ve stolním tenise

Náklady	Turnaj ve stolním tenise
Materiální náklady (vstupní)	Stůl, pátky i míčky již ve vybavení hotelu
Provozní náklady (fixní, variabilní)	165 ⁷ Kč bez DPH (výhra – pohár, včetně tisku štítku a dopravy 200 Kč vč. DPH) (FN)
Osobní náklady - DPP (plat, daň 15 %)	414 Kč, z toho daň 54 Kč (1 animátor, 120,- Kč/hod, 3 hodiny.) (FN)
Mimořádné náklady	-
Náklady celkem na aktivitu	579 Kč
Bod zvratu	Při ceně 58 Kč = 10 osob
Prodejní cena včetně DPH	67 Kč (≈ 70 Kč)

Zdroj: vlastní zpracování

⁶ Cena je stanovena na základě ceníku sestaveného na míru pro hotel – interní dokument

⁷ Cena stanovena na základě ceníku firmy: https://www.pohary-bauer.cz/pohary-super-ekonomy/pohar-super-ekonomy-se01117?gclid=EAAlaQobChMIzoauqPG94QIViOiaCh15KAgzEAKYBCABEgJayvD_BwE

Turnaje se může z časových důvodů zúčastnit maximálně 10 osob. Tato aktivita není nabízena pouze v animačním programu, hosté si mohou zahrát stolní tenis kdykoliv, avšak v rámci turnaje je nutné dát vložné 70 Kč/os., aby byly pokryty náklady za aktivitu.

Tabulka 17 Kalkulace nákladů – promítání rodinného filmu na plátně

Náklady	Promítání rodinného filmu na plátně
Materiální náklady (vstupní)	projektor +NB již ve vybavení hotelu
Provozní náklady (fixní, variabilní)	3000 ⁸ Kč bez DPH (DVD s autorskými právy)
Osobní náklady - DPP (plat, daň 15 %)	Nejsou nutné
Mimořádné náklady	-
Náklady celkem na aktivitu	3 000 Kč
Bod zvratu	Při ceně 50 Kč/ os. = 60 osob
Prodejní cena včetně DPH	58 Kč (≈ 60 Kč)

Zdroj: vlastní zpracování

Při ceně 60 Kč za osobu je nutná minimální účast 60 osob na promítání. Pokud by tento minimální počet nebyl dosažen, nebude promítání nabízeno. Vzhledem k tomu, že kapacita hotelu je 270 osob a v sezóně bývá hotel plný, je reálné, že se promítání zúčastní minimální požadovaný počet osob.

⁸ Cena zjištěna prostřednictvím telefonického rozhovoru s firmou: <http://bioscop.cz/kontakt/>

Animační program pro rodiny s dětmi – zima

Tabulka 18 Animační program pro rodiny s dětmi na zimní sezónu

	ODPOLEDNE	VEČER
Středa	Soutěž, kdo postaví největšího sněhuláka Výhra - pohár	Maňáskové divadlo Cena: 95 Kč/osoba Aktivita pro: min. 56 osob
Pátek	Malování na obličej Cena: 115 Kč/osoba Aktivita pro: 30 osob	Taneční vystoupení se psem (20 minut) Cena: 115 Kč/osoba Aktivita pro: min. 84 osob
Neděle	Simulátor PC Rallye Paříž Dakar - 4 hodiny Cena: 140 Kč/osoba Aktivita pro: 48 osob	Dětská diskotéka (2 hodiny)

Zdroj: vlastní zpracování

Tabulka 19 Kalkulace nákladů – soutěž, kdo postaví největšího sněhuláka

Náklady	Soutěž, kdo postaví největšího sněhuláka
Materiální náklady (vstupní)	-
Provozní náklady (fixní, variabilní)	Odhad ceny na 1 sněhuláka – cca 10 Kč (VN); 165 ⁹ Kč bez DPH (výhra – pohár, včetně tisku štítku a dopravy 200 Kč vč. DPH) (FN)
Osobní náklady - DPP (plat, daň 15 %)	276,- Kč, z toho daň 36,- Kč (1 animátor, 120,- Kč/hod, 2 hodiny) (FN)
Mimořádné náklady	-
Náklady celkem na aktivitu	76 Kč + 10x počet účastníků
Bod zvratu	Není určen – aktivita není zpoplatněna – náklady hotelu

Zdroj: vlastní zpracování

⁹ Cena stanovena na základě ceníku firmy: https://www.pohary-bauer.cz/pohary-super-ekonomy/pohar-super-ekonomy-se0117?gclid=EA1aIQobChMIzoauqPG94QIViOiaCh15KAgzEAKyBCABEGJayvD_BwE

Jedná se o zábavu, která opět není zpoplatněna, je nutné pokrýt náklady ze zdrojů hotelu. Má za úkol navodit hostům příjemné chvíle. Počet osob zde není nijak omezen, množství uhlíků a mrkve je uzpůsobeno tomu, že většinou soutěží celé rodiny proti ostatním. Náklady jsou pouze orientační, potřeby lze dokoupit dle zájmu soutěžících v místním obchodě. Pokud by se například účastnilo 10 soutěžících, náklady by činily 57,6 Kč na osobu. Aktivita by se nekonala v případě nedostatečného množství, nebo nízké kvality sněhu.

Tabulka 20 Kalkulace nákladů – maňásková divadlo

Náklady	Maňáskové divadlo
Materiální náklady (vstupní)	-
Provozní náklady (fixní, variabilní)	-
Osobní náklady - (faktura s daní 15 %)	3 478 ¹⁰ Kč bez DPH + 1000 Kč = 4 478 Kč (4 000 Kč herec, včetně DPH 15%, doprava 1 000 Kč bez DPH) (FN)
Mimořádné náklady	-
Náklady celkem na aktivitu	4 478 Kč
Bod zvratu	Při ceně 80,- Kč = 56 osob
Prodejní cena včetně DPH	92 Kč (≈ 95 Kč)

Zdroj: vlastní zpracování

Při ceně 95 Kč za osobu je nutná minimální účast 56 osob na představení. Pokud by tento minimální počet nebyl dosažen, nebude představení nabízeno. Vzhledem k tomu, že kapacita hotelu je 270 osob a v zimním období bývá hotel z poloviny naplněn, je reálné, že se představení zúčastní minimální požadovaný počet osob. A aktivita bude dosahovat ziskovosti.

¹⁰ Cena stanovena na základě ceníku firmy: <http://www.loutkovepohadky.cz/cenik.html>

Tabulka 21 Kalkulace nákladů – malování na obličej

Náklady	Malování na obličej
Materiální náklady (vstupní)	-
Provozní náklady (fixní, variabilní)	-
Osobní náklady (faktura s daní 15%)	3 989,7 ¹¹ Kč bez DPH (1 826 Kč bez DPH služby make-up artistky, 700Kč/hod – 3 hodiny: 2 100 Kč, včetně 15%, doprava mimo Prahu 7 Kč/km = 374km obě cesty = 2 163,5 Kč bez DPH), (FN)
Mimořádné náklady	-
Náklady celkem na aktivitu	4 000 Kč
Bod zvratu	Při ceně 100 Kč = 40 osob
Prodejní cena včetně DPH	115 Kč

Zdroj: vlastní zpracování

Vzhledem k tomu, že make-up artistka je schopna za hodinu nalíčit průměrně 10 dětí, může za 3 hodiny nalíčit celkem maximálně 30 dětí, ne 40. Aby se dosahovalo zisku při kapacitě 30 dětí, které by artistka stihla nalíčit, by se musela stanovit vyšší cena. Tato částka by byla však příliš vysoká a mohla by hosty odradit. Cena tedy byla stanovena na 115 Kč na osobu, tudíž bude pokryta pouze část nákladů, zbytek hraří hotel. Náklady jsou však akceptovatelné a činí 1 000 Kč.

¹¹ Cena stanovena na základě ceníku firmy: <http://www.malujemeobliceje.cz/clanky/cenik-14.html>

Tabulka 22 Kalkulace nákladů – taneční vystoupení se psem

Náklady	Taneční vystoupení se psem
Materiální náklady (vstupní)	-
Provozní náklady (fixní, variabilní)	-
Osobní náklady - (faktura včetně daně 15 %)	8 308,6 ¹² Kč bez DPH (5 217,6 Kč vystoupení performerera, bez DPH – 15%, doprava mimo Prahu 10 Kč/km = 374km obě cesty = 3 091 Kč bez DPH), (FN)
Mimořádné náklady	-
Náklady celkem na aktivitu	8 309 Kč
Bod zvratu	Při ceně 100 Kč = 84 osob
Prodejní cena včetně DPH	115 Kč

Zdroj: vlastní zpracování

Vystoupení trvá 20 minut. Při ceně 115 Kč za osobu je nutná minimální účast 84 osob na představení. Pokud by tento minimální počet nebyl dosažen, nebylo by představení nabízeno. Vzhledem k tomu, že kapacita hotelu je 270 osob a v zimní sezóně bývá hotel z poloviny plný, je reálné, že by se představení zúčastnilo minimální požadovaný počet osob. Vystoupení by mohlo být nabízeno k zakoupení i nehotelovým zájemcům.

Tabulka 23 Kalkulace nákladů – simulátor PC Rallye Paříž Dakar 4 hod.

Náklady	Simulátor PC Rallye Paříž Dakar 4 hod.
Materiální náklady (vstupní)	-
Provozní náklady (fixní, variabilní)	-
Osobní náklady (faktura s daní 15%)	8 308,6 ¹³ Kč (5 217,6 Kč vystoupení performerera, bez DPH - 15%, doprava mimo Prahu 10 Kč/km = 374km obě cesty = 3 091 Kč bez DPH), (FN)
Mimořádné náklady	-
Náklady celkem na aktivitu	8 309 Kč
Bod zvratu	Při ceně 120 Kč = 70 osob
Prodejní cena včetně DPH	138 Kč (≈ 140 Kč)

Zdroj: vlastní zpracování

¹² Cena stanovena na základě ceníku firmy: http://www.halamka.cz/price_to_pdf.php

¹³ Cena stanovena na základě ceníku firmy: http://www.halamka.cz/price_to_pdf.php

Velkoplošná televize s úhlopříčkou 107 cm věrně přenáší jízdu náročným terénem. Bezdrátový volant lze umístit kamkoli do prostoru. Jede se jeden úsek 10 minut ve dvojici – řidič a spolujezdec, za 4 hodiny se tedy může zúčastnit až 48 osob. Aby se dosahovalo ziskovosti při stanovené ceně 140 Kč (vyšší cena by hosty odradila), muselo by se aktivitu zúčastnit minimálně 70 osob, což je však z časových důvodů nereálné. Vstupným by byla pokryta pouze část nákladů, zbytek by hradil hotel, jednalo by se o částku 3 080 Kč.

Tabulka 24 Kalkulace nákladů – dětská diskotéka

Náklady	Dětská diskotéka
Materiální náklady (vstupní)	Hi-Fi věž již ve vybavení hotelu, 247,1 ¹⁴ Kč bez DPH (CD), hudební produkce 3 000 Kč včetně ozvučení (FN)
Provozní náklady (fixní, variabilní)	Odhad ceny za dekorace činí 200 Kč bez DPH, odhad ceny za drobné občerstvení na 1 osobu 50 Kč. (VN)
Osobní náklady - DPP (plat, daň 15 %)	276 Kč, z toho daň 36 Kč (1 animátor, 120,- Kč/hod, 2 hodiny) (FN)
Mimořádné náklady na aktivitu	
Náklady celkem	476 Kč + 50 x počet účastníků
Bod zvratu	Není určen – aktivita není zpoplatněna – náklady hotelu

Zdroj: vlastní zpracování

Aktivita není zpoplatněna, tudíž není možné dosahovat zisku. Pokud by se účastnilo 30 dětí, náklady by činily 66 Kč na osobu.

¹⁴ Cena stanovena na základě ceníku firmy: https://www.supraphonline.cz/album/233642-smouli-party/cd?gclid=EAlaIqobChMIhf33upC-4QIVDx0YCh3yRAcZEAKYAIAiABEgIlgvD_BwE

Animační program pro páry a přátelé – léto

Tabulka 25 Animační program pro páry a přátelé na letní sezónu

	ODPOLEDNE	VEČER
Středa	Turnaj v kulečnicku (2 hodiny) Vložené: 45 Kč Aktivita pro: 12 osob	Vystoupení – Kankán, Moulin Rouche Cena: 175Kč/osoba Aktivita pro: min. 54 osob
Pátek	Vodní pólo (2 hodiny) Aktivita pro: 13 osob	Poslech živé hudby Cena: 95 Kč/osoba Aktivita pro: min. 63 osob
Neděle	Tenisový turnaj (3 hodiny) Vložené: 55 Kč Aktivita pro: 12 osob	Barmanská exhibice Cena: 175 Kč Aktivita pro: min. 70 osob

Zdroj: vlastní zpracování

Tabulka 26 Kalkulace nákladů – turnaj v kulečnicku

Náklady	Turnaj v kulečnicku
Materiální náklady (vstupní)	již ve vybavení hotelu
Provozní náklady (fixní, variabilní)	181,5 Kč bez DPH (4x křída 5 ¹⁵ Kč – 16,5 Kč bez DPH; 165 ¹⁶ Kč bez DPH (výhra – pohár, včetně tisku štítku a dopravy 200 Kč vč. DPH) (FN)
Osobní náklady - DPP (plat, daň 15 %)	276 Kč, z toho daň 36 Kč (1 animátor, 120 Kč/hod, 2 hodiny) (FN)
Mimořádné náklady	200 Kč (zlomené tágo)
Náklady celkem na aktivitu	458 Kč
Bod zvratu	Při počtu osob 12 = 38 Kč
Prodejní cena včetně DPH	43,7 Kč (≈ 45 Kč)

Zdroj: vlastní zpracování

¹⁵ Cena je stanovena na základě ceníku firmy: https://www.ansett-kulecniky.cz/kulecnikova-krida-pioneer-ruzne-barvy?gclid=EAlaIqObChMI0oHOppO-4QIVmeJ3Ch2gLABREAQYASABEGJltfD_BwE

¹⁶ Cena stanovena na základě ceníku firmy: https://www.pohary-bauer.cz/pohary-super-ekonomy/pohar-super-ekonomy-se0117?gclid=EAlaIqObChMIzoauqPG94QIViOiaCh15KAgzEAKYBCABEGJayvD_BwE

Turnaje se může z časových důvodů zúčastnit maximálně 12 osob. Tato aktivita není nabízena pouze v animačním programu, hosté si mohou zahrát kulečnick kdykoliv, avšak v rámci turnaje je nutné dát vložné 45 Kč/os., aby byly pokryty náklady za aktivitu.

Tabulka 27 Kalkulace nákladů – vystoupení Kankán, Moulin Rouche

Náklady	Vystoupení Kankán, Moulin Rouche
Materiální náklady (vstupní)	-
Provozní náklady (fixní, variabilní)	-
Osobní náklady – (faktura včetně daně 15 %)	7 956,8 Kč (6 956,8 Kč bez DPH - vystoupení tanečnic, doprava 1000 Kč bez DPH), (FN)
Mimořádné náklady	-
Náklady celkem na aktivitu	7 957 Kč
Bod zvratu	při ceně 150 Kč = 54 osob
Prodejní cena včetně DPH	173 Kč (≈ 175 Kč)

Zdroj: vlastní zpracování

Při ceně 175 Kč za osobu je nutná minimální účast 54 osob na představení. Pokud by tento minimální počet nebyl dosažen, nebylo by představení nabízeno. Vzhledem k tomu, že kapacita hotelu je 270 osob a v letní sezóně bývá hotel plný, je reálné, že by se představení zúčastnilo minimální požadovaný počet osob. Vystoupení by mohlo být nabízeno k zakoupení i nehotelovým zájemcům.

Tabulka 28 Kalkulace nákladů – vodní pólo

Náklady	Vodní pólo
Materiální náklady (vstupní)	206 Kč bez DPH (249 ¹⁷ Kč včetně DPH, 1x brána + míče, bazén již součástí hotelu), (FN)
Provozní náklady (fixní, variabilní)	-
Osobní náklady - DPP (plat, daň 15 %)	276 Kč, z toho daň 36 Kč (1 animátor, 120 Kč/hod, 2 hodiny) (FN)
Mimořádné náklady	51 ¹⁸ Kč (ztráta míče)
Náklady celkem na aktivitu	276 Kč
Bod zvratu	Při počtu osob 13 = 22 Kč
Prodejní cena včetně DPH	25,3 Kč (≈ 30 Kč)

Zdroj: vlastní zpracování

Celkově může k zápasu nastoupit 13 hráčů. Jedná se o zábavu, která není zpoplatněna, tudíž nedosahuje ziskovosti. Má za úkol navodit hostům příjemné chvíle. Pokud by bylo zavedeno startovné, muselo by činit alespoň 30 Kč, aby byly pokryty náklady.

Tabulka 29 Kalkulace nákladů – poslech živé hudby

Náklady	Poslech živé hudby
Materiální náklady (vstupní)	-
Provozní náklady (fixní, variabilní)	-
Osobní náklady – (faktura včetně daně 15 %)	5 014,4 ¹⁹ Kč bez DPH (4 521,9 Kč bez DPH - kapela se zvukařem 4 hodiny, doprava – 492,5 Kč bez DPH) (FN)
Mimořádné náklady	-
Náklady celkem na aktivitu	5 015 Kč
Bod zvratu	Při ceně 80 Kč = 63 osob
Prodejní cena včetně DPH	92 Kč (≈ 95 Kč)

Zdroj: vlastní zpracování

Při ceně 95 Kč za osobu je nutná minimální účast 63 osob na koncert. Vzhledem k tomu, že kapacita hotelu je 270 osob a v letní sezóně bývá hotel plný, je reálné, že se

¹⁷ Cena stanovena na základě ceníku firmy: <https://www.bazeny.it/vodni-polo-nafukovaci-set.html>

¹⁸ Cena stanovena na základě ceníku firmy: https://www.google.com/aclk?sa=l&ai=DChcSEwiN-eiV177hAhUHqZoKHV8mCJIYABANGgJsBQ&sig=AOD64_0rVkd6ifq_Cs9qZbuBg9Wc2Xv9Hg&ctype=5&q=&ved=0ahUKEwjdz-WV177hAhWGwsQBHQZYB-EQrkMIKw&adurl=

¹⁹ Cena stanovena na základě ceníku firmy: <http://www.hudba.snadno.eu/Ceny.html>

představení zúčastní minimální požadovaný počet osob. Vystoupení může být nabízeno k zakoupení i nehotelovým zájemcům.

Tabulka 30 Kalkulace nákladů – tenisový turnaj

Náklady	Tenisový turnaj
Materiální náklady (vstupní)	Hřiště a rekvizity již ve vybavení hotelu
Provozní náklady (fixní, variabilní)	165 Kč bez DPH (výhra – pohár, včetně tisku štítku a dopravy 200 Kč vč. DPH) (FN)
Osobní náklady - DPP (plat, daň 15 %)	414 Kč, z toho daň 54 Kč (1 animátor, 120,- Kč/hod, 3 hodiny.) (FN)
Mimořádné náklady	748 Kč (149 ²⁰ Kč ztracené míčky, zlomená tenisová raketa 1k 599 ²¹ Kč)
Náklady celkem na aktivitu	579,- Kč
Bod zvratu	Při počtu osob 12 = 48 Kč
Prodejní cena včetně DPH	55 Kč

Zdroj: vlastní zpracování

Turnaje se může z časových důvodů zúčastnit maximálně 12 osob. Tato aktivita není nabízena pouze v animačním programu, hosté si mohou zahrát tenis kdykoliv, avšak v rámci turnaje je nutné dát vložné 55 Kč/os., aby byly pokryty náklady za aktivitu.

²⁰ Cena je stanovena na základě ceníku firmy: https://www.sportobchod.cz/mice-wilson-us-open-4ks-.htm?gclid=EAlaIqObChMI7Mjo3Zu-4QIVlhoYCh0K4wlqEAKYCCABEgJnZPD_BwE

²¹ Cena je stanovena na základě ceníku firmy: https://www.babolatstore.cz/Babolat-Ballfighter-25-2017?campaign=google&gclid=EAlaIqObChMIm8zljZy-4QIVV6maCh19sQvGEAKYAIBEGKmmfD_BwE

Tabulka 31 Kalkulace nákladů – barmanská exhibice

	Barmanská exhibice
Materiální náklady (vstupní)	-
Provozní náklady (fixní, variabilní)	-
Osobní náklady – (faktura včetně daně 15 %)	10 482,6 Kč bez DPH (7 391,6 ²² Kč bez DPH - barmanská show, doprava mimo Prahu 10 Kč/km = 374km obě cesty = 3 091Kč bez DPH), (FN)
Mimořádné náklady	-
Náklady celkem na aktivitu	10 483 Kč
Bod zvratu	Při ceně 150,- Kč = 70 osob
Prodejní cena včetně DPH	173 Kč (≈ 175 Kč)

Zdroj: vlastní zpracování

Při ceně 175 Kč za osobu je nutná minimální účast 70 osob na představení. Vzhledem k tomu, že kapacita hotelu je 270 osob a v letní sezóně bývá hotel plný, je reálné, že by se představení zúčastnilo minimální požadovaný počet osob. Představení by mohlo být nabízeno k zakoupení i nehotelovým zájemcům.

²² Cena stanovena na základě ceníku firmy: http://www.halamka.cz/price_to_pdf.php

Animační program pro páry a přátelé – zima

Tabulka 32 Animační program pro páry a přátelé na zimní sezónu

	ODPOLEDNE	VEČER
Středa	Kvízové odpoledne – soutěžní hra Výhra - láhev šampaňského	Promítání filmu na plátně Cena: 60 Kč
Pátek	Turnaj ve stolním tenise (3 hodiny) Výhra – pohár Vložené: 70 Kč Aktivita pro: 10 osob	Degustace světových vín s Martinem Severou Cena: 785 Kč/osoba Aktivita pro: 30 osob
Neděle	Přednáška o zdravém životním stylu Cena: 115 Kč/osoba Aktivita pro: min. 45	Lekce tance – tango (2 hodiny) Cena: 230 Kč/osoba Aktivita pro: min. 38

Zdroj: vlastní zpracování

Tabulka 33 Kalkulace nákladů – kvízové odpoledne

Náklady	Kvízové odpoledne
Materiální náklady (vstupní)	124 Kč bez DPH (150 Kč, 1,5 ²³ Kč propisky 100ks včetně DPH)
Provozní náklady (fixní, variabilní)	180 Kč bez DPH (218 Kč, 79 ²⁴ , - Kč papíry, 139 ²⁵ Kč výhra láhev šampaňského včetně DPH) (VN)
Osobní náklady - DPP (plat, daň 15 %)	276 Kč, z toho daň 36 Kč (1 animátor, 120 Kč/hod, 2 hodiny), (FN)
Mimořádné náklady na aktivitu	-
Náklady celkem	456 Kč
Bod zvratu	Při stanovené ceně 50 Kč/os. = 10 osob
Prodejná cena včetně DPH	58 Kč (≈ 60 Kč)

Zdroj: vlastní zpracování

Jedná se o další náklad hotelu, který má za úkol zpříjemnit hostům volné chvíle, které si spojí s hotelem a budou více uvažovat o případném návratu. Pokud bychom stanovili cenu 60 Kč/os., stačilo by pouze 10 osob k účasti, aby byly pokryty náklady.

Tabulka 34 Kalkulace nákladů – promítání filmu na plátně

Náklady	Promítání filmu na plátně
Materiální náklady (vstupní)	projektor +NB již ve vybavení hotelu
Provozní náklady (fixní, variabilní)	3 000 ²⁶ Kč (DVD s autorskými právy bez DPH), (FN)
Osobní náklady - DPP (plat, daň 15 %)	Nejsou nutné
Mimořádné náklady	-
Náklady celkem na aktivitu	3 000 Kč
Bod zvratu	Při ceně 50 Kč/ os. = 60 osob
Prodejná cena včetně DPH	58 Kč (≈ 60 Kč)

Zdroj: vlastní zpracování

²³ Cena je stanovena na základě ceníku firmy: [https://potrebyprokancelar.cz/produkt/kulickova-tuzka-
oa-express-stick-jednorazova-
3398/?utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_campaign=shopping&gclid=EAlaIqobChMIgBPfz6-
4QIVBt-yCh2f6wf2EAKYASABEgItA_D_BwE](https://potrebyprokancelar.cz/produkt/kulickova-tuzka-oa-express-stick-jednorazova-3398/?utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_campaign=shopping&gclid=EAlaIqobChMIgBPfz6-4QIVBt-yCh2f6wf2EAKYASABEgItA_D_BwE)

²⁴ Cena je stanovena na základě ceníku firmy: [https://potrebyprokancelar.cz/produkt/kancelarsky-papir-
upm-officecopy-print-
3948/?utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_campaign=shopping&gclid=EAlaIqobChMIyoDw-
52-4QIVSed3Ch0MBwKVFAQYBCABEgKrnPD_BwE](https://potrebyprokancelar.cz/produkt/kancelarsky-papir-upm-officecopy-print-3948/?utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_campaign=shopping&gclid=EAlaIqobChMIyoDw-52-4QIVSed3Ch0MBwKVFAQYBCABEgKrnPD_BwE)

²⁵ Cena je stanovena na základě ceníku firmy: [https://www.osobnivoteka.cz/bohemia-sekt-demi-
sec?gclid=EAlaIqobChMI5uaMqZ6-4QIVQZSyCh2l4w9TEAKYAIAiABEgIj7vD_BwE](https://www.osobnivoteka.cz/bohemia-sekt-demi-sec?gclid=EAlaIqobChMI5uaMqZ6-4QIVQZSyCh2l4w9TEAKYAIAiABEgIj7vD_BwE)

²⁶ Cena zjištěna prostřednictvím telefonického rozhovoru s firmou: <http://bioscop.cz/kontakt/>

Při ceně 50 Kč za osobu je nutná minimální účast 60 osob na promítání. Pokud by tento minimální počet nebyl dosažen, nebylo by promítání nabízeno. Vzhledem k tomu, že kapacita hotelu je 270 osob a v sezóně bývá hotel plný, je reálné, že by se promítání zúčastnilo minimální požadovaný počet osob.

Tabulka 35 Kalkulace nákladů – turnaj ve stolním tenise

Náklady	Turnaj ve stolním tenise
Materiální náklady (vstupní)	Stůl, páčky i míčky již ve vybavení hotelu
Provozní náklady (fixní, variabilní)	165 ²⁷ Kč bez DPH (výhra – pohár 200 Kč vč. DPH a dopravy) (FN)
Osobní náklady - DPP (plat, daň 15 %)	414 Kč, z toho daň 54 Kč (1 animátor, 120,- Kč/hod, 3 hodiny.) (FN)
Mimořádné náklady	-
Náklady celkem na aktivitu	579 Kč
Bod zvratu	Při ceně 60 Kč = 10 osob
Prodejní cena včetně DPH	69 Kč (≈ 70 Kč)

Zdroj: vlastní zpracování

Turnaje se může z časových důvodů zúčastnit maximálně 10 osob. Tato aktivita není nabízena pouze v animačním programu, hosté si mohou zahrát stolní tenis kdykoliv, avšak v rámci turnaje je nutné dát vložné 70 Kč/os., aby byly pokryty náklady za aktivitu.

²⁷ Cena stanovena na základě ceníku firmy: https://www.pohary-bauer.cz/pohary-super-ekonomy/pohar-super-ekonomy-se0117?gclid=EAlaIQobChMIzoauqPG94QIViOiaCh15KAgzEAKYBCABEgJayvD_BwE

Tabulka 36 Kalkulace nákladů – degustace světových vín

Náklady	Degustace světových vín s Martinem Severou
Materiální náklady (vstupní)	-
Provozní náklady (fixní, variabilní)	-
Osobní náklady – (faktura včetně daně 15 %)	20 483 ²⁸ Kč bez DPH (17 392 Kč včetně DPH suroviny, organizace degustace, moderování, bez DPH, doprava mimo Prahu 10,- Kč/km = 374km obě cesty = 3 091 Kč, bez DPH) (FN)
Mimořádné náklady	-
Náklady celkem na aktivitu	20 483 Kč
Bod zvratu	Při ceně 683 Kč = 30 osob (optimální počet osob na omezené množství alkoholu)
Prodejní cena včetně DPH	785 Kč

Zdroj: vlastní zpracování

Zajímavým vyprávěním Vás Martin Severa pozve do vinic na celém světě, které procestoval na kole. Samozřejmou součástí programu je i degustace těchto vín. Cena je za degustaci jedné oblasti, pro uzavřenou skupinu do 30 hostů. Při počtu omezeného množství osob (30) je nutno cenu stanovit na 785 Kč. Pokud by tento minimální počet osob nebyl dosažen, tak by se degustace nekonala. Vzhledem k tomu, že kapacita hotelu je 270 osob a v zimní sezóně bývá hotel z poloviny plný, je reálné, že by se představení zúčastnilo minimální požadovaný počet osob. Degustace by mohla být nabízena k zakoupení i nehotelovým zájemcům.

²⁸ Cena je stanovena na základě ceníku firmy: http://www.halamka.cz/price_to_pdf.php

Tabulka 37 Kalkulace nákladů – přednáška o zdravém životním stylu

Náklady	Přednáška o zdravém životním stylu
Materiální náklady (vstupní)	-
Provozní náklady (fixní, variabilní)	-
Osobní náklady – (faktura včetně daně 15 %)	4 413 ²⁹ Kč bez DPH (3 913Kč bez DPH - přednášející, doprava 500 Kč bez DPH) (FN)
Mimořádné náklady	-
Náklady celkem na aktivitu	4 413 Kč
Bod zvratu	Při ceně 100 Kč = 45 osob
Prodejní cena včetně DPH	115 Kč

Zdroj: vlastní zpracování

Při ceně 115 Kč za osobu je nutná minimální účast 45 osob na přednášku. Pokud by tento minimální počet nebyl dosažen, nebyla by přednáška nabízena. Vzhledem k tomu, že kapacita hotelu je 270 osob a v zimní sezóně bývá hotel z poloviny plný, je reálné, že se přednášky zúčastní minimální požadovaný počet osob.

Tabulka 38 Kalkulace nákladů – lekce tance

Náklady	Lekce tance - tango
Materiální náklady (vstupní)	-
Provozní náklady (fixní, variabilní)	-
Osobní náklady – (faktura včetně daně 15 %)	7 457 ³⁰ Kč (6 957 Kč bez DPH organizovaná lekce tance s učitelem tance 2 hodiny, doprava bez DPH 500 Kč) (FN)
Mimořádné náklady	-
Náklady celkem na aktivitu	7 457 Kč
Bod zvratu	Při ceně 200,- Kč = 38 osob
Prodejní cena včetně DPH	230 Kč

Zdroj: vlastní zpracování

Při ceně 230 Kč za osobu je nutná minimální účast 38 osob na lekci. Pokud by tento minimální počet nebyl dosažen, nebyla by lekce nabízena. Vzhledem k tomu, že kapacita hotelu je 270 osob a v zimní sezóně bývá hotel z poloviny plný, je reálné, že se lekce zúčastní minimální požadovaný počet osob.

²⁹ Cena je stanovena na základě ceníku sestaveného na míru pro hotel – interní dokument

³⁰ Cena je stanovena na základě ceníku sestaveného na míru pro hotel – interní dokument

Animační program zahrnuje aktivity kulturního či společenského, sportovního a kreativního rázu. Do animačního programu pro rodiny s dětmi jsem zahrnula takové aktivity, které by mohly zaujmout jak děti, tak rodiče.

Některé aktivity ziskovosti nikdy nedosáhnou, jedná se o náklady, se kterými hotel počítá a předpokládá se, že z nich hoteloví hosté budou mít pozitivní zážitek, o kterém budou mluvit ve svém okolí a přilákají tak nové hosty nebo se budou do hotelu rádi vracet. Nákladnější aktivity jsou zpoplatněny, v určitých případech mohou být nabízeny i pro veřejnost například hudební akce či vystoupení. U těchto aktivit lze dosahovat zisku.

Nabídka animačního programu není každodenní, hosté se mohou věnovat i jiným aktivitám, buď využít nabídku služeb hotelu, nebo mohou prozkoumat okolí. Hosté se mohou například podívat do zámecké zahrady v Jaroměřicích nad Rokytnou, mohou se vydat na plavbu parníkem po Dalešické přehradě nebo navštívit památky UNESCO v Třebíči. Z Valče do těchto míst jezdí časté přímé autobusové linky nebo mohou hosté využít hotelové taxi služby pro větší komfort.

6. ZÁVĚR

V bakalářské práci jsem se nejprve na základě hluboké literární rešerše odborné literatury zabývala pojmem animace a cestovní ruch, jejími cíli a účinky, animačními aktivitami a podmínkami k jejich využívání a animací jakou součástí produktu hotelu.

Před analýzou podmínek pro vykonávání animačních aktivit ve vybraném wellness Hotelu Zámku Valeč, jsem uvedla charakteristiku a lokalizaci daného hotelu. Po zjištění dostatečných podmínek pro vykonávání animačních aktivit jsem provedla dotazníkové šetření, abych prozkoumala zájem hostů o nabídku poskytování animačních aktivit v hotelu. Výsledky dotazníkového šetření mi potvrdily jednu stanovenou hypotézu, a to, že by hosté měli zájem o nabídku animačních aktivit v hotelu, a naopak dvě hypotézy vyvrátily. Hosté by raději dali přednost kulturním a společenským aktivitám před pohybovými a sportovními. Také se mi nepodařilo potvrdit hypotézu, že lidé nejčastěji tráví dovolenou s rodinou, avšak jejich nejčastější odpověď byla s partnerem či partnerkou.

Na základě výsledků dotazníkového šetření jsem vytvořila týdenní program animačních aktivit pro rodiny s dětmi a páry a přátelé v letní a zimní sezóně. Snažila jsem se do programu zařazovat aktivity, o které by měli nejvíce zájem a které by je bavily. A to především kulturní a společenské nebo sportovní a pohybové, ale také vzdělávací aktivity. Program jsem rozdělila do dvou časových pásem – odpoledne, večer. V dopoledních hodinách mohou hosté využívat jiné služby, které hotel nabízí. Animační program obsahuje především aktivity kulturního či společenského rázu, ale také sportovního, kreativního a zábavného. Program pro rodiny s dětmi byl tvořen aktivitami, které by mohly zaujmout jak rodiče, tak děti. V odpoledních hodinách jsou nabízeny spíše sportovní a pohybové aktivity, ve večerních hodinách se jedná ve většině případů o nějaké představení, degustaci či jinou kulturní akci. Ke každé aktivitě byla sestavena kalkulace nákladů, včetně analýzy body zvratu.

7. SEZNAM LITERATURY

- B. Bazcek, J. (2013). *Animácia voľného času* (1st ed.). Bratislava: STAGEMAN Group.
- Beránek, J. (2013). *Moderní řízení hotelového provozu* (5 ed.). Praha: MAG CONSULTING.
- Drobná, D., & Morávková, E. (2010). *Cestovní ruch pro střední školy a pro veřejnost* (2nd ed.). Olomouc: FORTUNA.
- Fišerová, V. (2008). *Volný čas a jeho animace v cestovním ruchu* (1st ed.). Praha: Vysoká škola hotelová v Praze 8, spol.
- Goeldner, C. R., & Brent Ritchie, J. R. (2009). *Tourism* (11 ed.). New Jersey: John Wiley.
- Hesková, M. (2006). *Cestovní ruch pro vyšší odborné a vysoké školy* (1st ed.). Praha: FORTUNA.
- Horner, S., & Swarbrooke, J. (2003). *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*. Praha: Grada Publishing.
- Orieška, J. (1999). *Technika služeb cestovního ruchu* (1st ed.). Praha: IDEA SERVIS.
- Orieška, J. (2003). *Animácia v cestovnom ruchu* (1st ed.). Banská Bystrica: Univerzita Mateje Bela.
- Orieška, J. (2010). *Služby v cestovním ruchu* (1st ed.). Praha: IDEA SERVIS.
- Parmová, D. (2003). *Provoz služeb v cestovním ruchu* (1st ed.). České Budějovice: Jihočeská univerzita.
- Pásková, M., & Zelenka, J. (2002). *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj.
- Ulbrich, T. (2012). *Animace v hotelnictví a cestovním ruchu*. Brno: Vysoká škola obchodní a hotelová.

- Cestovní kancelář Lenka. *Wellness hotel zámek Valeč* [online]. 2018 [cit. 2018 – 11 - 27]. Dostupné z: <https://www.cklenka.cz/hotely/wellness/wellness-hotel-zamek-valec/>
- Firemní akce.cz. *Wellness hotel Zámek Valeč* [online]. 1999 - 2018 [cit. 2018 – 11 - 27]. Dostupné z: <https://www.firemniakce.cz/clanky/vyzkouseli-jsme/wellness-hotel-zamek-valec>
- Hotel Zámek Valeč. *Nabídka služeb Hotelu Zámek Valeč* [online]. 2017 [cit. 2018 – 11 – 27]. Dostupné z: https://www.hotel-valec.cz/wp-content/uploads/2018/03/HZV_04_WEB_cz.pdf
- Kudy z nudy. *Hotel Zámek Valeč u Hrotovic* [online]. 2018 [cit. 2018 – 11 – 27]. Dostupné z: <https://www.kudyznudy.cz/aktivity-a-akce/aktivity/hotel-zamek-valec-u-hrotovic.aspx>
- Oficiální jednotná klasifikace ubytovacích zařízení České republiky 2015 – 2020, ke stažení: <http://www.hotelstars.cz/ke-stazeni>
- Perfect Concept. *Perfect Concept* [online]. 2018 [cit. 2018 – 11 – 27]. Dostupné z: <https://www.perfectconcept.cz/>
- PRO-STAFF recruitment agency: práce v zahraničí. Práce animátora v hoteli [online]. 2008-2018 [cit. 2018 – 11 - 27]. Dostupné z: <http://www.prostaff.cz/cs/Animator.alej>
- Rilife animation. *Rilife* [online]. 2011 [cit. 2018 – 11 - 27]. Dostupné z: <http://animation.rilife.com/cs/spoluprace>
- Český statistický úřad. *Satelitní účet cestovního ruchu* [online]. 2019 [cit. 2018 – 11 - 27]. Dostupné z: https://www.czso.cz/csu/czso/satelitni_ucet_cestovniho_ruchu
- Veřejný rejstřík a sbírka listin. *Sbírka listin* [online]. 2012 - 2015 [cit. 2018 – 11 – 27]. Dostupné z: <https://or.justice.cz/ias/ui/vypis-sl-detail?dokument=16575336&subjektId=551554&spis=660699>
- Výletní noviny region Třebíčsko: Na Třebíčsku si to zamilujete!*. (2018) (Vol. březen 2018). Okresní hospodářská komora Třebíč s partnery.
- Výletní noviny region Třebíčsko: Tipy na výlet.* (2018) (Vol. březen 2018). Okresní hospodářská komora Třebíč s partnery.
- Zámek Valeč. *Balíčky* [online]. 2018a [cit. 2018 – 11 – 27]. Dostupné z: <https://www.hotel-valec.cz/hotel/pobytove-balicky/>
- Zámek Valeč. *Bazény* [online]. 2018b [cit. 2018 – 11 – 27]. Dostupné z: <https://www.hotel-valec.cz/wellness/bazeny/>

Zámek Valeč. *Okolí* [online]. 2018c [cit. 2018 – 11 – 27]. Dostupné z: <https://www.hotel-valec.cz/kratke-navstevy/okoli/>

Zámek Valeč. *Panství* [online]. 2018d [cit. 2018 – 11 – 27]. Dostupné z: <https://www.hotel-valec.cz/hotel/panstvi/>

Zámek Valeč. *Pokoje* [online]. 2018e [cit. 2018 – 11 – 27]. Dostupné z:

Zámek Valeč. *Prostory* [online]. 2018f [cit. 2018 – 11 – 27]. Dostupné z: <https://www.hotel-valec.cz/konference/kongresove-prostory/>

Zámek Valeč. *Restaurace* [online]. 2018g [cit. 2018 – 11 – 27]. Dostupné z: <https://www.hotel-valec.cz/hotel/restaurace/>

Zámek Valeč. *Sauny* [online]. 2018h [cit. 2018 – 11 – 27]. Dostupné z: <https://www.hotel-valec.cz/wellness/sauny-dalsi-wellness/>

8. SEZNAM TABULEK A GRAFŮ

Tabulka 1 Podmínky animace ve středisku cestovního ruchu	9
Tabulka 2 Obecné a speciální znaky služeb	17
Tabulka 3 Nabídka pokojů.....	25
Tabulka 4 Hodnocení hotelu.....	27
Tabulka 5 Prostory pro společenské akce.....	29
Tabulka 6 Věková kategorie, rodinný a socioekonomický stav respondentů.....	31
Tabulka 7 Absolutní a relativní četnost k důvodu neúčasti na animačních aktivitách ...	35
Tabulka 8 Absolutní a relativní četnost k druhu animačních aktivit	36
Název tabulky: Tabulka 9 Absolutní a relativní četnost k zájmu o konkrétní animační aktivitu v hotelu	37
Tabulka 10 Absolutní a relativní četnost k platbě za doplňkové služby	38
Tabulka 11 Animační program pro rodiny s dětmi na letní sezónu.....	42
Tabulka 12 Kalkulace nákladů - lukostřelba	43
Tabulka 13 Kalkulace nákladů – kouzelnické představení.....	44
Tabulka 14 Kalkulace nákladů – turnaj v pétangue.....	44
Tabulka 15 Kalkulace nákladů – malířská show	45
Tabulka 16 Kalkulace nákladů – turnaj ve stolním tenise	45
Tabulka 17 Kalkulace nákladů – promítání rodinného filmu na plátně	46
Tabulka 18 Animační program pro rodiny s dětmi na zimní sezónu.....	47
Tabulka 19 Kalkulace nákladů – soutěž, kdo postaví největšího sněhuláka	47
Tabulka 20 Kalkulace nákladů – maňásková divadlo	48
Tabulka 21 Kalkulace nákladů – malování na obličej	49
Tabulka 22 Kalkulace nákladů – taneční vystoupení se psem.....	50
Tabulka 23 Kalkulace nákladů – simulátor PC Rallye Paříž Dakar 4 hod.	50
Tabulka 24 Kalkulace nákladů – dětská diskotéka	51
Tabulka 25 Animační program pro páry a přátelé na letní sezónu	52
Tabulka 26 Kalkulace nákladů – turnaj v kulečnicku	52
Tabulka 27 Kalkulace nákladů – vystoupení Kankán, Moulin Rouche	53
Tabulka 28 Kalkulace nákladů – vodní pólo	54
Tabulka 29 Kalkulace nákladů – poslech živé hudby.....	54
Tabulka 30 Kalkulace nákladů – tenisový turnaj.....	55
Tabulka 31 Kalkulace nákladů – barmanská exhibice.....	56

Tabulka 32 Animační program pro páry a přátelé na zimní sezónu	57
Tabulka 33 Kalkulace nákladů – kvízové odpoledne	58
Tabulka 34 Kalkulace nákladů – promítání filmu na plátně.....	58
Tabulka 35 Kalkulace nákladů – turnaj ve stolním tenise	59
Tabulka 36 Kalkulace nákladů – degustace světových vín	60
Tabulka 37 Kalkulace nákladů – přednáška o zdravém životním stylu	61
Tabulka 38 Kalkulace nákladů – lekce tance.....	61
Graf 1 Společnost při dovolené (n=100, v %)	32
Graf 2 Typ dovolené (n=100, v %).....	32
Graf 3 Pojem animační aktivity (n=100, v %).....	33
Graf 4 Setkání s animačními aktivitami v minulosti (n=100, v %)	33
Graf 5 Výběr ubytování s ohledem na animační aktivity (n=100, v %).....	34
Graf 6 Zájem o organizování animačních aktivit v hotelu (n=100, v %)	34
Graf 7 Důvod neúčasti na animačních aktivitách (n=36, v %).....	35
Graf 8 Druh animačních aktivit (n=64, v %).....	36
Graf 9 Zájem o konkrétní animační aktivity v hotelu (n=64, v %)	37
Graf 10 Platba za doplňkové služby (n=60, v %).....	38
Graf 11 Hotel v ČR s nabídkou animačních aktivit (n=100, v %).....	39
Obrázek 1 Mapa - Valeč	23
Obrázek 2 Areál hotelu	1
Obrázek 3 Historický pokoj.....	1
Obrázek 4 Venkovní bazény.....	2
Obrázek 5 Vnitřní bazén	2
Obrázek 6 Kongresový sál.....	3
Obrázek 7 Hotelová restaurace s tanečním parketem.....	3

9. SUMMARY

An analysis of organizationally-personal, materially-technical and economic conditions has to be made in order to be able to create the offer of animation activities. The thesis also includes a questionnaire whose purpose is to ascertain the degree of interest in animation activities in a selected type of accommodation as well as the creation of the offer of such activities. Wellness Hotel Chateau Valeč situated in Vysočina region was selected for the purposes of the analysis. The data gathered by the questionnaire were then evaluated based on the diversity of the animation activities and their price range. The overall goal of the thesis is to propose a set of concrete animation activities which could be offered by the hotel as a kind of complementary services in order to provide a better satisfaction of hotel guests' needs.

Key words: animation activities, Hotel Chateau Valeč, complementary services

10. PŘÍLOHY

Obrázek 2 Areál hotelu



Zdroj: <https://stavbaweb.dumabyt.cz/vale-13522/clanek.html>

Obrázek 3 Historický pokoj



Zdroj: <https://www.hotel-valec.cz/pokoj/komnata-komtesy-jany/>, (Hotel Zámek Valeč, 2019)

Obrázek 4 Venkovní bazény



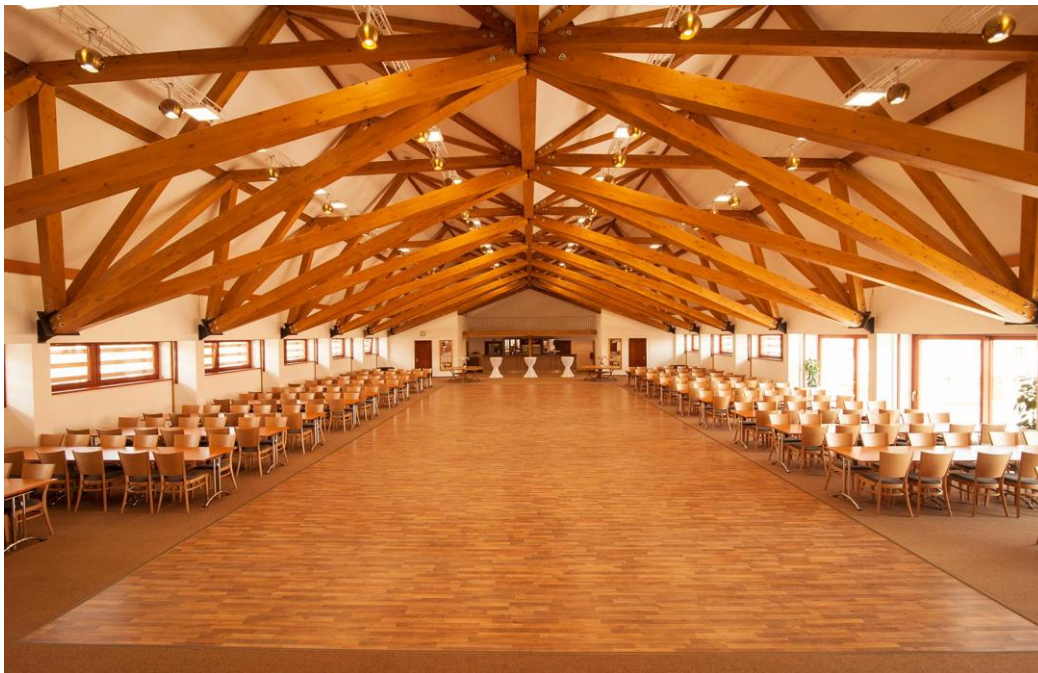
Zdroj: <https://www.hotelypenziony.cz/hotel-zamek-valec/> (Hotelypenziony, 2019)

Obrázek 5 Vnitřní bazén



Zdroj: <https://www.kdesizacvicit.cz/wellness/kraj-vysocina/trebic/hotel-zamek-valec-valec-u-hrotovic/> (Kdesizacvicit, 2019)

Obrázek 6 Kongresový sál



Zdroj: <https://www.hotel-valec.cz/konference/>, (Hotel Zámek Valeč, 2019)

Obrázek 7 Hotelová restaurace s tanečním parketem



Zdroj: <https://www.hotel-valec.cz/hotel/restaurace/>, (Hotel Zámek Valeč, 2019)

- nemám rád/a kolektivní – skupinové aktivity
- vadí mi neodbytní animátoři
- mám obavy, že se mi aktivity nezdaří
- nebaví mě věnovat se těmto aktivitám
- jiný důvod (prosím doplňte).....

9. V případě, že by hotel animační aktivity nabízel, o jaké byste měl/a zájem?
(možno označit více variant)

- kulturní, společenské
- zábavné
- sportovní, pohybové
- poznávací, vzdělávací
- meditativní
- dobrodružné
- tvořivé
- aktivity pro děti

10. O jaké konkrétní animační aktivity nabízené hotelem byste měl/a zájem?
(možno označit více variant)

- výlety do okolí
- joga
- pilates
- vodní sporty
- saunové rituály
- filmové večírky
- jiné (prosím doplňte):

.....

11. Byl/a byste ochoten/na si za tyto animační aktivity připlatit?
(pokud ne, pokračujte otázkou 13)

- ano ne

12. Kolik byste byl/a ochoten/na za tyto doplňkové služby zaplatit?

- do 100 Kč
- od 101 do 200 Kč
- od 201 do 300 Kč
- od 301 do 400 Kč
- 401 Kč a více

13. Znáte nějaký hotel v České republice, který nabízí animační aktivity?

- ano ne

V případě kladné odpovědi prosím doplňte název hotelu a místo lokalizace

.....

14. Navštívil/a jste hotel v České republice, který nabízí animační aktivity?

- ano ne

15. Na závěr prosím zaškrtněte Vaše identifikační údaje:

Věk:

- do 25 let
 26 - 35 let
 36 - 45 let
 46 - 55 let
 56 - 65 let
 66 let a více

Pohlaví:

- žena
 muž

Rodinný stav:

- svobodný
 partnerský vztah
 vdaná/ženatý
 ovdovělá/ý
 rozvedená/ý

Postavení ve společnosti:

- student/ka
 podnikatel/ka
 zaměstnanec/kyně v podniku či v jiné instituci
 důchodce/kyně
 na mateřské dovolené
 nezaměstnaný/á

Místo Vašeho trvalého bydliště:

kraj:

Ještě jednou srdečně děkuji.