

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
EKONOMICKÁ FAKULTA
KATEDRA OBCHODU A CESTOVNÍHO RUCHU

Studijní program: Ekonomika a management

Studijní obor: Řízení a ekonomika podniku

Bakalářská práce

Eventy a teambuilding jako součást motivačního programu vybrané společnosti

Vedoucí bakalářské práce

Ing. Roman Švec

Autor bakalářské práce

Romana Kubíková

2014

PROHLÁŠENÍ

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

Prohlašuji, že v souladu s § 47 zákona č. 111/1998 Sb. v plném 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, dne 20.4.2014

.....

Romana Kubíková

PODĚKOVÁNÍ

Děkuji vedoucímu mé bakalářské práce panu Ing. Romanu Švecovi za odbornou a technickou podporu při vzniku této práce. Dále bych chtěla poděkovat vedení Orgrezu, jeho zaměstnancům a všem ostatním, kteří mi ochotně poskytli veškeré potřebné informace pro zpracování této bakalářské práce.

OBSAH

1 ÚVOD.....	3
2 PŘEHLED ŘEŠENÉ PROBLEMATIKY.....	5
2.1 Tým	5
2.1.1 Týmové role	8
2.1.2 Komunikace a zpětná vazba jako prostředek budování týmu.....	9
2.1.3 Týmová motivace.....	10
2.1.4 Kritické faktory v týmu	10
2.2 Teambuilding	13
2.2.1 Typy programů v teambuildingu	14
2.2.2 Podoby teambuildingových akcí.....	16
2.3 Příprava a organizace teambuildingu	17
2.3.1 Řízení a organizace akce	17
2.3.2 Doprava	18
2.3.3 Ubytování	19
2.3.4 Stravování.....	20
2.3.5 Aktivity.....	21
3 METODIKA	23
4 ANALÝZA DAT.....	25
4.1 Charakteristika podniku.....	25
4.2 Analýza primárních údajů	26
4.2.1 Dotazníkové šetření.....	26
4.2.2 Řízený rozhovor.....	40
4.2.3 Syntéza získaných údajů.....	41
5 NÁVRHY A ŘEŠENÍ.....	43
5.1 Teambuildingový program	43

5.2	Časový harmonogram.....	44
5.3	Podrobný program.....	45
5.4	Kalkulace programu	50
6	ZÁVĚR.....	53
7	SUMMARY	55
8	SEZNAM ZDROJŮ.....	57
9	SEZNAM GRAFŮ.....	61
10	PŘÍLOHY	63

1 ÚVOD

Tato bakalářská práce se snaží přiblížit problematiku teambuildingu a věnuje se jeho realizaci v konkrétní firmě. Teambuilding se zaměřuje na vědomou a cílenou práci s týmem tak, aby byl schopen dobře využívat jedinečnost každého svého člena. Zabývá se budováním týmu, rozvojem spolupráce, zvládnutím náročných situací, efektivní prací a komunikací s cílem zvýšit efektivitu týmu, což se pozitivně projeví také v pracovním prostředí. Stmelený pracovní kolektiv je pro fungování firmy velice důležitý. Ovšem aby byl teambuilding efektivní, je třeba motivovat jeho účastníky. Existují dvě formy práce s týmem, které poskytují různé výsledky a je to buď učení zážitkem, nebo vzdělávání a školení. Cílem bude zmapování povědomí široké veřejnosti a zaměstnanců vybrané společnosti na téma teambuilding, včetně jejich představ, jak by měl teambuildingový program vypadat a co by mělo být jeho součástí. Hlavním cílem bude na základě zjištěných informací navrhnout konkrétní program pro vybraný podnik.

V počáteční fázi se budu věnovat studiu odborné literatury a internetových zdrojů, které se zabývají týmem, teambuildingem a jeho přípravou a organizací. Vybrané informace použiju pro sepsání literárního přehledu. Analytická část bude zpracována na základě primárních a sekundárních zdrojů informací. Mezi primární zdroje bude patřit dotazníkové šetření provedené elektronickou formou mezi veřejností a tištěnou formou mezi zaměstnanci vybraného podniku. Dalším zdrojem získání informací bude řízený rozhovor s ředitelem vybraného podniku. Sekundární informace budou získány z internetových stránek podniku. Po shromáždění všech potřebných informací bude následovat jejich syntéza. Ta bude spočívat v propojení získaných informací z dotazníkového šetření a řízeného rozhovoru tak, aby z daných výsledků mohl být vytvořen teambuildingový program. Zjištěné skutečnosti budou použity pro vytvoření návrhové části práce a budou složité k potvrzení či vyvrácení pracovních hypotéz v závěru. Stanovené pracovní hypotézy jsou:

H.1: respondenti vědí, co teambuilding znamená.

H.2: respondenti si myslí, že teambuilding je pro firmu prospěšný.

H.3: většina respondentů není ochotna obětovat svůj volný čas pro teambuildingový program.

Pro aplikační část bude zvolen podnik Orgrez, a. s. v Mostě. Důvodem pro zvolení tohoto podniku je částečná zkušenost se zkoumaným podnikem. Tento podnik poskytuje služby a realizuje dodávky v řadě specifických oborů elektroenergetiky a tepelné techniky, obecně v procesech přeměny energií paliv a výroby a distribuce elektřiny více než půl století.

2 PŘEHLED ŘEŠENÉ PROBLEMATIKY

2.1 Tým

Slovo TEAM můžeme vnímat jako zkratku klíčových slov: Together, Everybody, Achieves a More, což volně přeložené znamená- společně dosáhneme více (Kolajová, 2006). Tým je různé množství osob, které je delší dobu pohromadě. Mají přitom rozdělené role, rozvíjejí společně hodnoty, společně naplňují cíle a vykazují kohezi, z čehož vniká pocit „my“ (Bay, 2000). *„Koheze čili soudržnost skupiny je neviditelné pouto, které k sobě váže členy skupiny či týmu, takže se vnímají tak, že ke skupině či týmu „náleží“, a liší se od „těch druhých.“* (Hayes, 2005, s. 48). Koheze může vykazovat vyšší míru spolupráce, menší absenci a fluktuaci v týmu, větší odolnost vůči překážkám a tlaku okolí, ale také například těžší prosazování nových názorů, odpor ke změnám v oblasti osvědčených pracovních postupů nebo určitou uzavřenost týmu vůči vnějším vlivům (Kolajová, 2006). Tým se ve většině případů skládá z pracovníků různých profesí a oborů, jejichž úkolem je řešit složitý problém, který vyžaduje znalosti, zkušenosti a souhrn jednotlivých činností všech členů skupiny (Rolínek, 2008). Podstatou týmu je, že jednotlivci, kteří jsou originální, se rozhodnou spolupracovat (Zahrádková, 2005). Na tento fakt bychom neměli zapomínat a individualitu každého člena týmu musíme brát v úvahu. Každý jedinec přemýšlí a jedná odlišně, s ostatními členy jedná zpočátku opatrně, a proto je nezbytné tuto bariéru odstranit (Clegga & Birch, 2005).

V některých případech jsou týmem označovány i pracovní skupiny, které jím v žádném případě nejsou. Pracovní skupinu řídí vedoucí, svou odpovědnost může delegovat na jiného pracovníka skupiny, avšak stále zůstává za skupinu odpovědný. Tým oproti pracovní skupině nemá přesně definovaná pracovní místa, individuální odpovědnost ani formální organizační strukturu. *„Odpovědnost za výsledek práce týmu má kolektivní charakter. Předností týmu oproti pracovním skupinám je jeho pružná reakce na změny“* (Rolínek, 2008, s. 71). Členové týmu se vzájemně doplňují svými znalostmi a dovednostmi, zatímco ve skupině jsou její členové zaměnitelní (Hayes, 2005). Pracovní skupina se může rozvinout v tým, ale také nemusí (Zahrádková, 2005). *„Na cestě od pouhé skupiny k vysoce výkonnému týmu jde především o to, aby se spolupracovalo s jasnou orientací na dohodnuté cíle, na základě*

závazně dohodnuté organizace práce a aby se v týmu budovala důvěra a loajalita“ (Krüger, 2004, s. 14). Často se stává, že se skupina rozpadne dříve, než se z ní stane efektivní tým a to v případě, že členové skupiny nezastupují zájem projektové skupiny, nýbrž zájmy svých oddělení; nedaří se sestavit společné cíle projektu, protože jednotlivci se soustředí na své vlastní cíle; členové skupiny berou účast v ní jako nepříjemnou záležitost; není dodržován domluvený čas ani hodnoty všemi členy skupiny; mezi členy vnikl konkurenční boj; s negativními úmysly se všichni navzájem kontrolují; v týmu není dostatečná komunikace, a když členové nejsou loajální ke skupině (Krüger, 2004).

„Tým je jasně definovaný celek spolupracujících lidí s časově omezeným cílem, limitovanou velikostí, jasnými pravidly a rolmi a s charakteristickým procesem práce“ (Zahrádková, 2005, s. 19). *„Pro všechny druhy týmů je typické, že jsou společně (i když v různé míře) nositeli komunikace, soudržnosti, atmosféry, standardů a společné minulosti“* (Rolínek, 2008, s. 71). Plamínek (2002), Zahrádková (2005) a Kolajová (2006) se shodují na těchto charakteristických rysech týmů: časově omezený projekt, členů je přibližně sedm, rovnoprávnost všech členů, kvalitní vztahy, sdílené cesty, vlastní a všemi respektovaná pravidla, vymezené role a odpovědnosti, společný cíl a vůle tohoto cíle dosáhnout, efektivní komunikace a řešení konfliktů, hodnocení procesu práce, důvěra a otevřenost, možnosti rozvoje, pružnost, přizpůsobivost a reakce na měnící se události a požadavky. *„Tým by měl být natolik veliký, aby reprezentoval produktivní rozmanitost zkušeností, znalostí a zručností. Měl by být ale také dosti malý na to, aby čistě z praktického hlediska jeho velikost umožňovala hladkou výměnu informací a argumentů mezi všemi zúčastněnými“* (Krüger, 2004, s. 32). Nejčastěji se uvádí, že ideální velikost týmu je 5 až 7 členů. Ovšem tyto čísla nemusí vyhovovat vždy a všude (Krüger, 2004). Kolajová (2006) přichází s myšlenkou, že optimální počet závisí na podobnosti a rozdílnosti práce, fyzické vzdálenosti členů týmu, složitosti práce, kvalifikaci pracovníků, rozsahu nutné koordinace mezi členy týmu, časovém plánování práce v týmu a na přítomnosti pomocníků. V případě, že je tým příliš velký, je nutné ho rozdělit. Musí se ale přitom dbát na to, aby si rozdělené týmy zachovaly schopnost vzájemné výměny informací a zkušeností. Pokud je tým příliš malý a chceme jeho počet členů zvýšit, měli bychom postupovat zvolna, protože už pouhý jeden nový člen týmu změní celkovou dynamiku skupiny (Krüger, 2004). K tomu, aby tým dosahoval špičkové výkony, je také důležité správné složení týmu.

Především záleží na odborné kvalifikaci, osobnostním profilu a také na předpokladech pro týmovou práci. Při sestavování týmu by se mělo dbát na to, aby všichni členové týmu byli na srovnatelné odborné výkonové úrovni (Krüger, 2004). „*Síla týmu, pokud jde o naplnění jeho poslání, je přímo závislá na tom, jak dobře vedoucí vybere jeho členy a umožní jejich rozvoj*“ (Adair, 1994, s. 143).

Přirozeným vývojem skupiny nebo týmu se zabývá týmová dynamika. Dynamika je slovo, které vyjadřuje, že se něco děje a mění. Vývoj týmu přináší nečekané výsledky a atmosféru. Když budeme tým blokovat, lidé nebudou využívat svůj potenciál a tým nedosáhne synergii (Zahrádková, 2005). Stejná autorka se věnuje i určení fází týmové dynamiky, kdy identifikuje vznik, formování, odporování či nesouhlas, ustálení, výkon a uzavírání, či oživení celého týmu. Vývoj týmu probíhá ve dvou rovinách a to v rovině věcné, kde se jedná o zvládnutí úkolů včetně sebeorganizace a v rovině interakce, do které patří mezilidské vztahy v týmu. Může se ale rozvíjet dál a to především péčí o diverzitu a péčí o sdílení. Péčí o diverzitu se zvyšuje týmová spolupráce a to tak, že tým využívá rozdíly svých členů. Učí se z vlastních výsledků a využívá originální zkušenosti a dovednosti svých členů, což vede k jeho stabilitě a dynamice. V péči o sdílení jde především o hledání společných řešení formou diskuze (Plamínek, 2002). A to buď neformální, kde dochází k sdílení zkušeností, anebo formální diskuzí za pomoci facilitátora¹ (Bay, 2000). Rychlost vývoje týmu záleží dle Zahrádkové (2005) na mnoha faktorech, např. na době trvání týmu (týmy které existují delší dobu, mívají pomalejší dynamiku), společných zážitcích (čím více mají členové týmu společného, tím je dynamika rychlejší), stylu vedení, míře stresu a závažnosti situace (čím dříve přijde krizová část vývoje, tím je vývoj dynamičtější), řešení konfliktů (komunikace o problémech napomáhá projít krizovou částí skupinové dynamiky rychleji), složení týmu, zkušenosti členů (zkušenější pracovníci procházejí jednotlivými fázemi rychleji), vztazích mezi členy před založením skupiny, motivaci a ambici jednotlivých členů (příliš silné osobní cíle ovlivňují dynamiku negativním způsobem). „*Týmy, právě tak jako přátelství, je třeba udržovat v dobrém stavu. Účel jejich existence musí být stále jasný a neustále je třeba jej oživovat, standardy týmů musí postupně růst a vzájemná spolupráce musí být stále těsnější a efektivnější*“ (Adair, 1994, s. 176).

¹ Facilitace je proces, který vytváří prostředí pro efektivní a zároveň bezpečnou komunikaci v rámci týmů na obtížná či komplexní témata. Facilitátor nezasahuje do obsahu diskuze, zajišťuje však její plynulost, směřování a umožňuje všem zúčastněným rovné příležitosti pro její ovlivnění. (Assessment system, 2013)

Tým je vhodný nástroj na řešení náročných úkolů, problémů a na hledání nových cest. V tomto případě se můžeme setkat s týmovou synergií². Synergie je způsobena řadou skutečností: rozdílné znalosti a zkušenosti, nápady jsou inspirací pro ostatní, členové týmu mají různý přístup k práci, lidé pocítují odpovědnost vůči spolupracovníkům, tlak ostatních členů týmu povzbuzuje pracovníka ke zvýšení vlastního úsilí, tým se stává oporou pro slabší členy a dodává jim sílu, prezentace výsledků práce týmem je brána důvěryhodněji, než kdyby se jednalo o výstup jednotlivce (Bělohávek, 2008). Zahradková (2005) poukazuje také na situaci, kdy je samostatná práce jednotlivců efektivnější a produktivnější než práce v týmu. Pokud nastane tato situace, je třeba týmovou synergií trénovat praxí a tím tým stmelovat. Tým dává jeho členům řadu jedinečných příležitostí, aby vyrostli v osobnost (Adair, 1994). Týmy mají velký potenciál spočívající v jejich rozmanitosti a skrytých lidských zdrojích, které může týmová práce odhalit (Hayes, 2005). Právě potenciál znalostí a schopností jednotlivých členů týmu rozhoduje o tom, zda tým bude úspěšný nebo ne (Krüger, 2004). Každý jeho člen by měl přispívat ke společnému úkolu a k vytvoření tohoto týmu (Adair, 1994). K tomu, aby tým fungoval efektivně, potřebuje od své organizace jasné úkoly, přiměřené zdroje, spolehlivé informace, školení a vzdělávání, pravidelnou zpětnou vazbu a technickou či procesuální podporu (Hayes, 2005). Efektivnost týmové spolupráce můžeme posuzovat podle tří kritérií: skupinová efektivita, skupinový vývoj a osobní spokojenost (Kolajová, 2006). Hermochová (2006) uvádí, že k tomu, aby byl tým úspěšný, je třeba dbát na jasně definované cíle; přiměřenou vnitřní strukturu; pracovníky, kteří jsou připraveni ke splnění úkolu; klima podporující týmovou práci; podporu a uznání „zvenčí“ a na kompetentní vedení.

2.1.1 Týmové role

„Role bez osobnosti je prázdná, ale osobnost bez role je neefektivní.“ (Adair, 1994, s. 43). Tým je v podstatě souhrn jednotlivců, z nichž každý má svou roli, kterou ostatní vnímají a uznávají. Role je velice důležitá nejen pro týmovou práci, ale také pro práci s týmem. Členové týmu hledají své role a jejich výkon je excelentní v těch, které jsou jim nejvíce přirozené (Belbin, 2012). *„Nejde o formální role*

²*„Spojení dovedností, které zajistí dosažení výsledku, který bude větší než součet jeho částí. Tato synergie pochází ze vzájemného ovlivňování myšlenek a schopností na výzvě pracovat raději společně než každý zvlášť“* (Clegg, 2005, s. 11).

(manažer, asistent), ale o spontánní vykonávání potřebných funkcí týmu (například generování nápadů)“ (Plamínek, 2002, s. 134). Role by neměli být definované úplně, protože tak neposkytují členům týmu prostor pro jejich vlastní tvořivost. Příslušnost k týmu by měla rozvíjet individualitu jeho členů. Právě rozmanitost usnadňuje úspěch týmů a vzniká z ní synergické působení (Adair, 1994). Zajímavou otázkou je, kde se vlastně preference v lidech berou. „*O rolích se zřejmě rozhoduje na dvou frontách. Na jedné straně je možnost hrát určitou roli limitována zděděnými faktory (osobností člověka) a zčásti zřejmě i faktory naučenými (předchozími velmi hluboce osvojenými zkušenostmi a návyky), na straně druhé může být vyvolávána a podporována krátkodobou či aktuální situací v týmu.*“ (Plamínek, 2009, s. 43)

Plamínek (2002) se shoduje s Belbinem (2012) a shodně popisují tyto týmové role:

- lídr (stratég) - jeho myšlení je strategické a komplexní,
- myslitel - je racionálně inteligentní, kreativní, nezávislý a má spoustu nápadů,
- režisér - dokáže převést strategii a myšlenky do praxe, stanovuje taktiku a rozděluje úkoly,
- diktátor - problematický typ, který se dá použít jen v případě krize. Pokud ze situace jasně vyplývají cíle, může tým z krize dostat,
- procesní specialista - exceluje, když neuspějí standardní procesy. Dokáže přijít na originální metody a zdroje, s kterými dokáže nečekané,
- pečovatel - stará se o tým. Vyniká při komunikačních a vztahových problémech v týmu,
- hybatel - lídři, myslitelé a režiséři něco vymyslí a díky hybatelům se to uskuteční. Jeden z nejdůležitějších článků výkonu týmu,
- dotahovatel - pečuje o to, aby se na nic nezapomnělo. Soustředí se na detaily a dokonalost,
- věčný specialista - dokonale zná a ovládá svůj obor, ve kterém je naprosto spolehlivý.

2.1.2 Komunikace a zpětná vazba jako prostředek budování týmu

Tým má stanovené již zmiňované týmové role, jejichž představitelé spolu komunikují. Komunikace je proces předávání informací, sdělování informací, přesvědčování, vyjadřování svých názorů, přání, nápadů, očekávání, požadavků a také

je součástí a prostředníkem našich vztahů s ostatními lidmi (Tureckiová, 2007). Pokud podnik chce, aby tým spolupracoval a fungoval, tak nesmí na komunikaci zapomínat, protože ta tvoří nejdůležitější faktor v týmové práci. Základními požadavky na komunikaci jsou: srozumitelnost, připravenost, jednoduchost, přirozenost, stručnost a svěžest (Rolínek, 2008). Každý člen týmu je jiný a jeho komunikace se může lišit od ostatních, proto v týmu často dochází k nepochopení informací, jejich nedostatečnému sdělování a různým dezinformacím. *„Změnit obecně komunikaci je velice obtížné, protože s každým člověkem nám vyhovuje něco jiného. Jednodušší je zjistit, co by se mělo změnit ve vztahu s konkrétními lidmi“* (Zahrádková, 2005, s. 44). Pokud nastane situace, ve které došlo k nedostatečné komunikaci, následuje diskuze, kdo je za to odpovědný. Vysílající strana má odpovědnost za jasné a srozumitelné sdělení a za dotazy na zpětnou vazbu. Přijímací strana má odpovědnost za otázky a pochopení myšlenek, za sdělení, že něčemu nerozumí a za směřování komunikace směrem k získání všech informací (Zahrádková, 2005).

Jakmile tým dosáhne špičkového výkonu, musíme tuto úroveň udržovat. To se nám podaří, jen když funguje zpětná vazba a uznání (Krüger, 2004). *„Princip zpětné vazby jako jakési rekapitulace či sumarizace sdělení příjemcem a potvrzení, že lidé předávané informace chápou a budou v souladu s nimi jednat, případně pro zjištění, čemu lidé nerozuměli, jaké připomínky k vašemu sdělení mají nebo jaké další možnosti a nápady se jim ve vztahu k tématu „vynořili v hlavě.“* (Tureckiová, 2007, s. 67). Zpětná vazba poskytuje lidem další informace o věcné stránce jednání a příjemci sdělení umožňuje se lépe rozhodnout, jak má dále jednat. Dovednost využívat efektivně zpětnou vazbu by měla patřit k základním komunikačním schopnostem každého člověka ve skupině. Efektivní zpětná vazba, kterou poskytujeme, by měla být určitá, věcná a názorná, vystihovat silné stránky a možnosti rozvoje, podporovat a rozvíjet důvěru, sdělovaná s respektem k citům a postojům příjemce, zohledňovat reálné možnosti příjemce a zaměřovat se na pozitivní změnu. Při přijímání zpětné vazby bychom měli dbát na naslouchání a projevování porozumění, poskytování neverbálních signálů, vyjasnění souvislostí, výběr z více možností, zajištění času na zpracování zpětné vazby a na uvážlivé rozhodnutí, jak zareagujeme (Tureckiová, 2007).

2.1.3 Týmová motivace

Motivaci lze také chápat jako nástroj, kterým se dá z lidí dostat to nejlepší a při tom jim nevnucovat svoji vůli (Clegg, 2005). K tomu, aby tým mohl fungovat jako celek

a dokázal přežít, je důležitá týmová motivace. Týmovou motivaci lze charakterizovat jako vnitřní proces, který působí na chování lidí, že se v určité situaci zachovají způsobem, který povede k dosažení cíle (Tureckiová, 2007). Obecně se rozeznávají tři základní typy motivů, které dávají směr a jsou to potřeby, zájmy a hodnoty. Zásadou motivování je zájem o ostatní členy týmu a respekt k jejich osobnosti. Jak mnohé výsledky výzkumů ukazují, členové týmu jsou spokojeni, pokud mohou pomáhat při pracovních a organizačních návrzích a podílet se na rozhodování v týmu (Mirvis, 1993). William James z Harvardovy univerzity ve svém výzkumu dokázal, že lidem pro to, aby si udrželi svoji práci, stačí využívat svých schopností a znalostí pouze z 20-30%. Zároveň prokázal, že motivovaní jedinci využívají své schopnosti z 80-90% (Hersey, Blanchard & Johnson, 1996). Tohoto faktu, že pozitivní motivace má takový vliv, jsou si řídicí pracovníci vědomi, a proto existují různé motivační programy, které mají vést k přijetí cílů organizace a tím posílit výkon pracovníků, k dosažení změn, které by umožnily dosahovat vyšších pracovních výkonů a k podpoře pracovní spokojenosti a motivace pracovníků (Tureckiová, 2004). Existuje mnoho příčin, které mají za následek snížení efektivity týmu a jeho motivace. Nejčastější problémy vznikají nedorozuměním uvnitř týmu a kvůli špatně pochopeným cílům (Clegg, 2005). Problémy poté přecházejí ke krizím, poruchám, konfliktům a mobbingu.

2.1.4 Kritické faktory v týmu

Z praxe a teorie je prokázáno, že vývoj a fungování týmů jen výjimečně probíhá tak, jak si ho představujeme. Musí se počítat s tím, že v každém týmu nastanou nějaké problémy, poruchy a krize, které je třeba zachytit včas a začít je řešit (Hermochová, 2006). Mezi tyto kritické momenty patří zejména:

1. Krize a poruchy

Složení týmu - například rozdíl mezi technokratickými členy, kteří se zabývají měřitelnými údaji, a těmi, kteří se orientují z větší části na vnitřní pocity členů týmu, jejich představami, spokojeností apod.

Způsob plánování, dodržování termínů a pravidel versus improvizace - existují situace, kdy se tým skládá jak z perfekcionistů, tak z improvizátorů. V tomto případě zákonitě nastávají poruchy fungování.

Nedostatečné využívání zpětné vazby - k tomu, aby mohlo docházet k nutnému vzájemnému přizpůsobování a dobré spolupráci, je třeba, aby se členové alespoň občas

informovali o tom, co očekávají od ostatních, jaké chování kdo oceňuje a naopak, které chování kdo odsuzuje. V mnoha týmech systém vzájemného podávání zpětnovazebních informací chybí, nevyjadřuje se pochvala ani výhrady.

Selektivní vnímání - důležitou skutečností týmové spolupráce je vzájemné poznání členů, které usnadňuje osobní kontakt. Ovšem někdy máme sklon vytvářet si první dojmy a pak vnímat především to, co do nich zapadá.

Přiměřený stupeň otevřenosti - nejde jen o hojnost komunikace, ale hlavně o její hloubku (Hermonchová, 2006).

2. Konflikty

Konflikt je napjatá situace, která vzniká tím, že se dvě nebo více stran nechtějí akceptovat navzájem a prosazují pouze své plány (Bay, 2000). Objasnňování konfliktů může týmu pomoci v jeho rozvoji. Pokud ale nejsou rozpoznávány a řešeny, tak je otázkou času, kdy se tým dostane do problémů a ztroskotá (Krüger, 2004). *„Konflikt nemusí být vždy dysfunkční, ale i funkční. Jeho přínosem může být vznik nových myšlenek, pomáhá vytvořit organizační identifikaci (ukáže se, kdo s kým je), pročistí vzduch atd.“* (Bláha, Mateiciuc & Kaňáková, 2005, s. 225).

3. Mobbing

Mobbing byl rozpoznán teprve nedávno. Jedná se o poruchy v komunikaci a diskriminační jednání zaměřené vůči konkrétní osobě. Jde o systematický psychoteror prováděný v tajnosti, který vede k podávání menších výkonů, usilování o změně pracovního místa, narušení a znemožnění práce v týmu a zhoršení atmosféry v podniku. Příčiny mobbingu mohou být například újma, závist, nespokojenost, stres nebo nepochopení pro situaci druhých (Meier, 2009). Meier (2009) dále uvádí, že mezi typické mobbingové situace se řadí: šíření falešných fám, vyčlenění z týmu, urážení, zadržování důležitých informací, sexuální obtěžování, napadání možnosti svěřit se, napadání sociálních vztahů, napadání sociální prestiže, manipulace práce, napadání kvality situace v zaměstnání a také napadání tělesné integrity.

Všechny kritické faktory v týmu se dají řešit nejen dobrou manažerskou prací, ale také budováním vztahů v týmu, tedy teambuildingem.

2.2 Teambuilding

Teambuilding pomáhá pracovníkům cítit se dobře, mít radost z práce (Zahrádková, 2005) a snaží se zajistit, aby se členové týmu navzájem velmi dobře poznali (Hayes, 2005). Umožňuje již vytvořenému výkonnému týmu přemýšlet o svém fungování s cílem definovat, zlepšit nebo aktualizovat svůj projekt (Stacke, 2005). „V současné době se pod slovem teambuilding míní stále více jakákoliv aktivita, která se děje ve skupině přes narozeninovou party, outdoorové kurzy až po týmový assessment, ať v týmu nebo v pracovní skupině. Zde bych se přimluvila za původní výklad, který obsahuje vědomou a cílenou práci s týmem tak, aby byl schopen dobře využívat jedinečnost každého svého člena. Teambuilding ve svém původním významu se zabýval budováním týmu. Zaměřoval se na rozvoj spolupráce, zvládnání náročných situací, efektivní práci a komunikaci v přímém spojení s rozbořením a uvědoměním si fungování skupiny a vědomým plánováním změn s cílem zvýšit efektivitu týmu.“ (Zahrádková, 2005, s. 21). Stejná autorka poukazuje na hlavní prioritu teambuildingu a to na vytvoření silné a pozitivní vazby k týmu. Pokud členové týmu nevnímají svůj tým jako „my“ (viz výše), tak nemůže fungovat. Úkolem teambuildingu je tedy vytvoření takových podmínek, aby se členové týmu vnímali jako součást stejné jednotky se stejnou identitou. Pokud to tak není, tak se jedná pouze o skupinu jednotlivců. Hermochová (2006) uvádí, že k tomu, aby byl teambuilding efektivní, je třeba motivovat jeho účastníky, jasně stanovit cíle a normy, využívat zpětnou vazbu, přesvědčit účastníky o užitečnosti vzdělávání, zvolit vhodné metody (měly by se obměňovat a být různorodé) a poskytnout potřebný čas k naučení nových znalostí a dovedností.

Teambuildingové akce se většinou skládají z eventů. Event můžeme do češtiny přeložit jako událost nebo akci, která by měla vyústit ve výjimečný zážitek, a účastníci by jej měli prožívat všemi smysly. Většinou se jedná o jednodenní nebo kratší akci, například slavnostní večeře atd. (Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2009). Kotíková a Schwartzhoffová (2008) tvrdí, že každý event musí být jedinečný, originální, vymezený v určitém čase, být spojen s konkrétním místem, kde se koná, musí být dopředu naplánovaný a vyžaduje osobní přítomnost účastníků. Stejně autorky dělí eventy podle obsahového zaměření na kulturní (festivaly, přehlídky, venkovní představení, koncertní a divadelní představení, muzikály, eventy v muzeích, hradech

a zámcích), sportovní (eventy orientované na účastníky, eventy orientované na návštěvníky a eventy v oblasti rekreačního sportu), eventy zaměřené na místní zvyky, tradice, historii, mýty a legendy, společenské a zábavní eventy (venkovní zábavné akce, plesy, soutěže), náboženské eventy (církevní svátky a události, poutě), specifické eventy v cestovním ruchu (veletrhy, výstavy, kongresy, konference, semináře, eventy v oblasti hotelnictví a gastronomie) a ostatní eventy (politické, firemní, vzdělávací). „*Mnohé studie dokázaly, že cestování je nejoblíbenější nepeněžní odměnou a že cestovní motivační program je schopen zvýšit produktivitu až o 20%*“ (Kolektiv MMR ČR, 2007, s. 2).

Zahrádková (2005) uvádí dvě formy práce s týmem, které poskytují různé možnosti a také různé výsledky a je to učení zážitkem nebo vzdělávání a školení. V případě učení zážitkem dochází k stmelení skupiny s využitím zážitkových kurzů a učením se z poznatků. Zážitkové programy pracují s různými modelovými situacemi a převáděním získaných zkušeností do praxe s přímou zpětnou vazbou o úspěšnosti. Vzdělávání a školení zajišťuje rozšíření vědomostí a používání technik, které jsou zapotřebí pro efektivní vykonávání práce.

Teambuilding je různý a přináší rozmanité výsledky. Odlišuje se jednotlivými typy programů, které mají různé podoby.

2.2.1 Typy programů v teambuildingu

Zahrádková (2005) rozlišuje tyto konkrétní typy programů v teambuildingu:

Stmelení kolektivu- jedná se o zážitkový rozvoj týmu. Důraz je kladen především na společný prožitek a vzájemné poznání v netypických situacích. Cílem je neformální seznámení lidí ve skupině, společný zážitek, naučit se společně spolupracovat, stmelit skupinu a podpořit důvěru a podporu v týmu. Výhodou tohoto programu je, že se skupina stmelí nenásilným způsobem a neobvyklé prostředí působí relaxačně. Mezi nevýhody patří to, že si účastníci tento výjezd pletou s firemním mejdanem nebo oslavnou party.

Budování týmu- v těchto programech se kombinuje několik přístupů. Základním pravidlem je souvislost aktivit tak, aby se navzájem doplňovaly a podporovaly tým v určitém rozvoji. Po aktivitách následuje analýza a často může přejít do diskuze o skutečné situaci v podniku. Cílem je zefektivnit práci týmu, podpořit spolupráci mezi jednotlivými skupinami, podpořit vnímání celkového cíle oproti cílům podskupin nebo

jednotlivců, práce s týmovými rolemi, pročistit a zefektivnit komunikaci ve skupině, práce s odpovědností v týmu a aktivní přístup k řešení úkolů a problémů. Výhodou tohoto programu je, že se účastníci zabývají svými týmovými silnými a slabými stránkami, což umožňuje rozvoj skupiny. Mezi nevýhody patří to, že s motivací je nutné pracovat již před kurzem. Počáteční rozhovory můžou vypadat rozpačitě, ale to lze během kurzu změnit.

Koučink týmu- hlavním cílem koučování je zlepšení výkonu týmu a to, aby koučovaný tým zrealizoval to, pro co se rozhodl. Vycházíme z toho, že tým má potenciál na to, aby danou věc zvládl bez naší pomoci, cílem je jeho osamostatnění. Je to prakticky orientovaný trénink, při kterém řešíme konkrétní problémy. Koučováním nikoho nenutíme k něčemu, co nechce (Daňková, 2008). Kouč vystupuje jako iniciátor (Zahrádková, 2005) a pomocí otázek vede druhého k tomu, aby si uvědomil, jaká je realita, jaké má možnosti řešení, jaká jsou rizika a přínosy daných alternativ řešení a aby přijal odpovědnost za svá rozhodnutí (Daňková, 2008). Koučování probíhá ve čtyřech etapách. Nejdůležitější je ta první- uvolnění komunikace, která se týká upřímnosti, důvěry a určení pravidel hry. Až poté můžou následovat etapy řešení problému, zlepšování výkonu a přechod k operativní realitě (Stacke, 2005). Do koučování ovšem nepatří poradenství, školení, terapie ani výuka v učebně. Také pomoc jednoho člověka druhému prostřednictvím předvádění znalostí, způsobů uvažování a pracovních návyků není koučování (Crkalová & Riethof, 2007).

Vzdělávání zážitkem- důraz je kladen na akci a použití znalostí a dovedností v přímé aplikaci. Nové poznatky si nestačí jenom zapamatovat, ale také si je vyzkoušet. Cílem je cílené vzdělávání na určité téma s důrazem na praktické využití a trénink, diagnostika výchozího stavu a praktické vyzkoušení si změny a nových poznatků. Mezi výhody patří to, že vzdělávání účastníky více baví a přistupují k tématu aktivně.

Outdoorassessment- tato metoda umožňuje pracovníky firmy lépe poznat a hodnotit jejich dovednosti a schopnosti z různých hledisek. Neměly by scházet diagnostické testy nebo rozhovory. Outdoorový assessment je náročný z hlediska prostředí, pozorované kompetence, organizace a ceny.

Expedice a náročné projekty- při této náročné zkoušce by měl být tým motivovaný k překonávání překážek, aby mohl překonat sám sebe. K této metodě je nutná dobrá fyzická kondice, stmelený tým a osobní rozhodnutí do takovéto akce jít. Cílem je na reálných situacích si vyzkoušet fungování týmu, zažít neobvyklý společný zážitek, vyzkoušet fungování týmu v náročných situacích, možnost spoznat svoje hranice

a překonat je a aktivace člověka a podpora sebevědomí. Výhodou je, že tyto akce můžou přinést průlom ve fungování skupiny, ale také nepříjemná zjištění, pokud účastníci nemají dobrou fyzickou kondici nebo jsou v týmu velké rozdíly.

Zábavné akce- Program zábavných kurzů může mít různou podobu. Základem úspěchu zábavného programu je místo konání. Klíčovým bodem je zvolit správnou skladbu programu a vyvážení složky zábavné a pracovní. Cílem nemusí být jenom zvýšení loajality nebo motivace, ale také odměnění zaměstnanců nebo odlehčení nabitého programu. Do těchto akcí spadají programy označované jako zábava, fun, teaming nebo teamspirit. Doba trvání zábavné akce je několik hodin a proto mezi nevýhody tohoto programu patří to, že nemá velký dopad na vzájemné poznání účastníků a klade vyšší nároky na logistické zabezpečení akce.

Tyto typy programů v teambuildingu mají různé podoby.

2.2.2 Podoby teambuildingových akcí

Fun/ Event probíhá formou nevšedního zážitku založeného na zábavě a odreagování se od běžného pracovního života. Jeho cílem je dosažení pocitu sounáležitosti s týmem, zlepšení komunikace a udržení loajality. Tento typ programu je ideální pro větší skupinu účastníků a doba trvání se pohybuje kolem jednoho dne. **Teamspirit** je zábava s přidanou hodnotou. Jedná se o nevšední zážitek, například adrenalinové sporty. Program vede k oživení a prohloubení vztahů mezi účastníky, zlepšení spolupráce a komunikace. Cílem je motivace zaměstnanců a teamspirit může být také koncipován jako odměna. Tento program se nezaměřuje na cílené a promyšlené budování týmu a s potenciálem účastníků organizátoři hlouběji nepracují. Je vhodný pro 25-60 lidí a doba trvání je v rozmezí jednoho až dvou dnů. **Teambuilding** se zaměřuje na systematické budování, rozvoj týmu a zlepšení jeho výkonu. Organizátoři mají sestavený přesný program, který vede ostatní k vzájemné spolupráci. V závěru probíhá společná diskuze, která přenáší zkušenosti vyplývající ze zážitků do pracovního prostředí. Teambuilding vhodný pro 8-25 účastníků a doba trvání je dva až tři dny. Základním rozdílem mezi teambuildingem a teamspiritem je ten, že teambuilding je rozvojový program založený na zpětných vazbách a teamspirit je zábavný program založený na týmové práci. **Teamwork** zajišťuje zefektivnění spolupráce v týmu. První část programu probíhá zmapováním situace ve skupině a odhalením kritických míst a druhá část je věnována jejímu rozvoji. Teamwork je vhodný pro skupiny do dvaceti osob a trvání kurzu probíhá minimálně dva dny (Centrum vzdělávání, 2013).

Ať je to jakákoliv podoba teambuildingu, tak se musíme zamyslet nad přípravou a organizací, které se věnuji v následující části.

2.3 Příprava a organizace teambuildingu

Mezi důležité faktory při přípravě a organizaci teambuildingu patří především místo a čas konání akce, atraktivita a image lokality, infrastruktura, vybavenost ubytovacího a stravovacího zařízení a v neposlední řadě volba vhodné aktivity (MMR ČR, 2007). Na počátku plánování si musí organizátor akce odpovědět na několik otázek: Co chceme akcí dosáhnout? Kdo bude naše cílová skupina? Jaký bude program akce? Jakou metodu zvolíme? Kdo bude akci řídit? (Zahrádková, 2005). Stejná autorka se shoduje s Millerem (2007) na těchto fázích teambuildingové akce:

- výběr aktivity, která je pro tým vhodná,
- příprava a organizace,
- vysvětlení aktivity a motivace týmu,
- ověření, zda účastníci porozuměli,
- průběh aktivity,
- vyhodnocení aktivity,
- posilování učení na pracovišti.

Během přípravy každé akce si musí pořádající firma uvědomit důležitost tzv. infrastruktury³ a organizační složky pro pořádání těchto akcí.

2.3.1 Řízení a organizace akce

Již při prvních úvahách o uspořádání akce je třeba uvažovat o organizačním a realizačním týmu. Kotíková a Schwartzhoffová (2008) uvádí, že při organizačním zabezpečení akce je možné postupovat dvojím způsobem: realizovat akci vlastními prostředky při využití vlastních pracovníků nebo uzavřít smlouvu se specializovanou agenturou. „*Uspořádání eventu vlastními silami je časově náročné, vyžaduje dostatečné know-how a zkušenosti realizačního týmu*“ (Kotíková & Schwartzhoffová, 2008, s. 64). Je nutností, aby každý člen realizačního týmu přesně věděl, co je třeba udělat, do kdy

³ Soubor odvětví zajišťujících ekonomické a sociální systémové funkce (Slovník cizích slov, 2014)

a za co odpovídá. Důležitá je také volba vedoucího týmu, protože ten vše řídí a koordinuje, má největší odpovědnost a musí být připraven operativně reagovat, analyzovat situaci a řešit problémy. Další člověk, který na teambuildingové akci nesmí chybět, je moderátor. Jeho úkolem je provázet hosty celou akcí, určuje rytmus, atmosféru a energii celého teambuildingu. Kromě osobních sympatií a úrovně vystupování musíme brát v úvahu také jeho odbornost a zaměření (Hamřík, Kalman, Kotulák & kol., 2007). U větších teambuildingových akcí se lze stále častěji setkat s přípravou a realizací pomocí specializovaných agentur. V případě, že akci bude realizovat specializovaná agentura, musí být v zadavatelské instituci určen zaměstnanec, který bude s agenturou komunikovat, dohlížet na průběžné plnění harmonogramu a řešit vzniklé problémy. Mezi kritéria, která je třeba zhodnotit při výběru agentury, patří: typ agentury, její velikost, délka existence, technické a materiálové zázemí, reference, kreativita návrhu, rozpočet, kvalita zpracování, smluvní podmínky a záruky (Kotíková & Schwartzhoffová, 2008). V případě, že se teambuildingová akce koná na volném prostranství, cestách apod., se musí zajistit personál na obsluhu parkingu a příjezdů (navigace hostů, seskupení aut, hlídání). K přípravě celé akce patří technické zajištění eventu (například zvuková aparatura, osvětlení, jeviště, projekční technika atd.). Vše je třeba promyslet, naplánovat, zajistit a před začátkem akce vyzkoušet (Hamřík, Kalman, Kotulák & kol., 2007). Sestavení programu akce probíhá na základě stanovených cílů teambuildingu, po zvolení místa, volby eventu, cílové skupiny a na základě stanovení předběžného rozpočtu. Program akce je sestaven dle předem připraveného časového harmonogramu (scénáře), který nepopisuje pouze hlavní event (Main-event), ale také to co se děje před jeho zahájením (Pre-event) a po jeho skončení (Post-event) (Šindler, 2003). Před začátkem akce je nutné naplánovat veškeré zdroje (lidské, hmotné a finanční), které budou během akce zapotřebí. Jejich vymezení slouží jako podklad pro určení celkového rozpočtu. Důležitým rozhodnutím je také volba vhodné lokality, která se stává jedním ze základních předpokladů realizace úspěšné akce. Vhodná lokalita musí mít dostatečnou kapacitu, aby nedošlo k přelidnění prostoru (Hamřík, Kalman, Kotulák & kol., 2007).

2.3.2 Doprava

Podle druhu teambuildingové akce se přizpůsobuje také způsob dopravy a druh dopravního prostředku, to znamená, jak se budou účastníci do místa konání dopravovat

a také jakou dopravu v místě konání akce budou případně využívat. Pro účastníky teambuildingu je vhodná **silniční doprava**, která umožňuje přepravu osob silničními dopravními prostředky po pozemních komunikacích. Mezi výhody patří rychlost, pohotovost k přepravě a dostupnost míst. Tato doprava se dělí na autobusovou dopravu a individuální dopravu osobními auty. V případě vzdálenějšího místa konání akce lze využít **leteckou dopravu**, která představuje nejrychlejší způsob přepravy. V případě bližších cílů se tento způsob dopravy nevyplatí z důvodu značné vzdálenosti letišť od center měst. Nevýhodou letecké dopravy jsou vysoké ceny letenek, které se odvíjejí od vysokých provozních nákladů. **Vodní doprava** zabezpečuje přepravu dopravními prostředky po vodních cestách. Vyznačuje se malou rychlostí a malou dostupností lokalit. Výhodou vodní dopravy je značná přepravní kapacita a zároveň je nejlevnějším druhem dopravy. V rámci akce ji lze využít pro rekreační plavbu. **Železniční doprava** zajišťuje přepravu cestujících železničními osobními vozy. K jejím výhodám patří hromadný charakter, plynulost a bezpečnost. Je málo závislá na přírodních vlivech, nemá na ni vliv denní či noční doba a funguje ve všech ročních obdobích. Mezi nevýhody patří omezená dostupnost a častá nutnost používat prostředků silniční dopravy pro dosažení cílového místa. V horských střediscích je doprava zabezpečována zejména osobními **horskými dopravními zařízeními** (lanovky, vleky) (Orieška, 2010).

2.3.3 Ubytování

Pro účastníky akcí trvajících déle než jeden den, je nutné zajistit ubytování. Volba správného ubytovacího zařízení vychází z programu akce a předpokládaného počtu účastníků. Pro základní výčet možností ubytování je uveden materiál „Oficiální jednotná klasifikace ubytovacích zařízení ČR“, která rozlišuje následující kategorie: **Hotel** je ubytovací zařízení s nejméně deseti pokoji pro hosty vybavené pro poskytování přechodného ubytování a služeb s tím spojených, zejména stravovacích. **Motel** je ubytovací zařízení s nejméně deseti pokoji pro hosty, poskytující přechodné ubytování a služby s tím spojené, zejména pro motoristy. Zařízení se nachází v blízkosti pozemních komunikací s možností parkování. Recepce a restaurace může být mimo ubytovací část. **Penzion** je ubytovací zařízení s nejméně pěti a maximálně dvaceti pokoji pro hosty, s omezeným rozsahem společenských a doplňkových služeb. Omezené služby stravování spočívají v absenci restaurace. Penzion však musí disponovat minimálně místností pro stravování, která zároveň může sloužit k dennímu odpočinku hostů. **Botel** je ubytovací zařízení umístěné v trvale zakotvené osobní lodi.

Depandance je vedlejší budova ubytovacího zařízení bez vlastní recepcce, organizačně související s hlavním ubytovacím zařízením, které pro depandance zajišťuje plný rozsah služeb odpovídající příslušné kategorii a třídě a není vzdáleno více než 500 m. **Specifická hotelová zařízení** jako například lázeňský hotel, wellness hotel nebo golf resort hotel a **ostatní ubytovací zařízení** jako například kemp, chatová osada nebo turistická ubytovna (MMR ČR, 2013).

2.3.4 Stravování

Žádná, ať už větší nebo menší událost, se dnes neobejde bez dobrého jídla a pití. Jídlo i způsob pohoštění musí odpovídat podmínkám prostoru, typu akce, cílové skupině, dokonce musí ladit i jednotlivé chody a potraviny. Zajištění stravování není ovšem jen o vybraných lahůdkách a nápojích. Skrývá se za ním také mnoho technických nezbytností, které se nesmí opomenout. Jestliže chceme zanechat dobrý dojem, musíme věnovat pozornost i těm nejmenším detailům, které by naši předchozí práci mohli znehodnotit. Jsou to maličkosti jako například nedostatečný počet příborů, ubrousků, talíře nezahřáté na správnou teplotu, nevhodné skleničky a dekorace (Hamřík, Kalman, Kotulák & kol., 2007). Před zahájením akce se zjišťují preference typů stravy, pokrmů a surovin pro jejich výrobu. Rozlišuje se strava smíšená, vegetariánská, syrová, makrobiotická, kyselinotvorná a zásadotvorná. Dále se rozlišuje ubytování bez snídaně, ubytování se snídaní, polopenze (snídaně a oběd nebo večeře), plná penze (snídaně, oběd i večeře) a all inclusive (strava i nápoje) (Hotel Stars, 2013).

Orieška (2010) uvádí, že při společném stolování se rozlišuje obsluha organizovaných skupin hostů (zájezdy, pobytové akce) nebo obsluha účastníků gastronomických společenských akcí (významné události). Při obsluze organizovaných skupin hostů se využívá systém tabled'hôte. Podle stolování a denní doby se uplatňuje hlavně koktejl, raut a banquet. **Systém tabled'hôte** se používá všude tam, kde hosté usedají ke stolu v přesně stanoveném čase. Při delších pobytech je obvyklé také stálé místo hosta. Nápoje a jídla se servírují, až když jsou přítomni všichni hosté. Polévka se podává v mísách a jídla na talířích. V praxi se pojem table d'hôte označuje také jako samoobslužná forma stolování „švédský stůl“. **Koktejl** (koktejl party) probíhá odpoledne, případně v podvečer, ale v dnešní době nejsou výjimkou ani dopolední koktejly. Trvá přibližně dvě hodiny a konzumace probíhá vestoje. Hosté přicházejí a odcházejí během celé doby trvání, takže průběh této akce je volnější. Podávají se například obložené chlebičky, dezerty a široký objem nápojů. Obsluha nabízí pokrmy

z podnosu a mís. Na přání objednatele je možné do této akce zařadit také malý bufetový stůl a bar- jedná se o kombinaci koktejlu a rautu. V místnosti se nacházejí stojanové popelníky a malé stolky, na kterých jsou například slané oříšky a také slouží jako odkládací plocha pro skleničky. **Raut** je gastronomická akce pro větší počet hostů. Konzumace také probíhá vestoje. Uprostřed místnosti se nachází studený bufetový stůl. Teplý bufetový stůl se umísťuje odděleně od studeného. Nápojový stůl bývá v rohu místnosti. Před zahájením rautu se nápoje (kromě piva) nalévají do sklenic. Stolky a židle jsou rozmístěny po stranách místnosti, aby se hosté mohli volně pohybovat. Nabídka nápojů pro hosty začíná jejich vstupem. Další občerstvení probíhá samoobslužně a na závěr se podává káva. Raut může být doprovázen programem. V případě slavnostní hostiny se jedná o **banket**. Hosté sedí po celou dobu u slavnostní tabule, dodržuje se společenský protokol, od obsluhy se očekává vysoká odbornost a jídla jsou náročná na výrobu. Banket organizuje vedoucí banketu a každý obsluhující se stará o osm až dvanáct hostů. Menu je obsáhlé, začíná lehkými jídly, pokračuje jídly těžšími a pak opět přechází k jídlům lehčím. Popelníky se přinášejí obvykle při podávání kávy a to na přání hostů. **Branch** představuje urychlené podávání teplého jídla mezi desátou a patnáctou hodinou. **Čaj o páté** se koná v odpoledních hodinách. Podává se čaj, chlebičky, zákusky, likéry nebo pálenka. **Číše vína** je společenská akce pořádaná kolem dvanácté hodiny, při které se podává šumivé víno, likéry, džusy, víno, pivo, pečivo a obložené chlebičky (Orieška, 2010).

2.3.5 Aktivity

Teambuildingové aktivity můžeme rozdělit na indoorové, outdoorové nebo kreativní aktivity. Cílem **indoorové aktivity** je společný zážitek, oživení týmové atmosféry, posílení týmového ducha, zvýšení motivace, budování nových a upevňování stávajících vztahů a stmelení kolektivu. Indoor programy jsou ideální pro skupiny, které nechtějí být venku, chtějí posílit týmovou synergii nebo jsou vhodné jako odměna pro zaměstnance. Mezi oblíbené indoorové aktivity se řadí například stolní hry, společenský večer nebo relaxace a wellness. **Outdoorové aktivity** nastartují týmovou dynamiku a zlepšují týmovou spolupráci. Základním prvkem outdoorového programu je dobrovolnost účastníků. Mezi outdoorové aktivity můžeme zařadit zimní sporty, vodní aktivity, vzdušné aktivity, moto aktivity (motokáry, čtyřkolky), střelecké aktivity, lanové překážky nebo týmové hry (tenis, volejbal atd.). **Kreativní aktivity** jsou velmi populární u týmů, které hledají jiný scénář než klasický teambuilding. Jedná se

o kreativní, často až umělecký zážitek. Účastníci jsou více uvolnění a méně pod tlakem než při klasickém teambuildingu. Do oblíbených kreativních aktivit patří například kreslení, malování na různé předměty, řezání do dřeva, vaření s profesionálním kuchařem, výuka tance, výroba keramických předmětů, výroba šperků nebo společné natáčení filmu (New Day, 2013).

3 METODIKA

Analytická část je zpracována na základě primárních a sekundárních zdrojů informací. Mezi primární zdroje patří dotazníkové šetření a řízený rozhovor s ředitelem podniku a sekundární informace budou získány z internetových stránek podniku.

Prvním krokem bylo sestavení dotazníků za účelem zmapování povědomí široké veřejnosti a zaměstnanců vybrané společnosti na téma teambuilding a zjištění, jak by měl dle jednotlivých respondentů teambuildingový program vypadat a co by mělo být jeho součástí. Pro distribuci byly připraveny dva typy dotazníků. První byl určený pro zaměstnance podniku Orgrez, a.s. v tištěné podobě, ale protože počet zaměstnanců nebyl shledán dostačující, jelikož zde pracuje pouze 18 zaměstnanců, bylo pro správné stanovení obsahu programu nutné vypracovat druhý dotazník určený pro širokou veřejnost. Pro tvorbu programu bude ovšem rozhodující ten, který vyplnili respondenti v podniku Orgrez, a.s. Dotazník pro zaměstnance podniku obsahoval 19 otázek. Vytištěno a předáno bylo 16 kusů formulářů, z nichž se vrátilo 16 výtisků, tudíž návratnost byla 100 %. Elektronický dotazník obsahoval 22 otázek a byl umístěn na server www.vyplnto.cz, kde jej zpracovalo 419 respondentů. Oba typy dotazníků byly hodnoceny základními metodami v programu Microsoft Office Excel. Stejně otázky z dotazníků byly hodnoceny najednou, aby případné rozdíly byly ihned okomentovány. U elektronického dotazování se s růstem věku měnila struktura odpovědi na některé otázky, bylo nutné elektronické dotazníky očistit od dotazníků skupiny mladší 26 let, proto aby bylo možné názory porovnávat s dotazníky vyplněnými zaměstnanci, kde je tato skupina zastoupena velmi slabě. Očištěné dotazníky byly vyhodnoceny znovu a tam, kde se odpovědi lišily o více jak 10 %, byla tato skutečnost uvedena pod grafem. Pro úplnost údajů byl uskutečněn řízený rozhovor v podniku Orgrez, a.s., v Mostě s Ing. Vojtěchem Kopřivou, ředitelem divize kontroly imisí a paliv. Rozhovor dá možnost komplexního pohledu na zkoumanou problematiku a doplní poznatky získané vlastním šetřením.

Po shromáždění všech potřebných dat bude následovat jejich syntéza, která bude mimo jiné spočívat v propojení získaných informací z dotazníkového šetření a řízeného rozhovoru tak, aby z daných výsledků mohl být vytvořen návrh teambuildingového programu dle obecných přání respondentů s přihlédnutím k zaměstnancům zkoumaného podniku a požadavků vedení společnosti. Zjištěné skutečnosti budou použity

pro vytvoření návrhové části práce a budou složit k potvrzení či vyvrácení pracovních hypotéz v závěru práce.

4 ANALÝZA DAT

4.1 Charakteristika podniku

Firma ORGREZ, a.s. poskytuje služby a realizuje dodávky v řadě specifických oborů elektroenergetiky a tepelné techniky, obecně v procesech přeměny energií paliv a výroby a distribuce elektřiny více než půl století. Historie společnosti, její pevné zakotvení v české energetice a zejména aktivní přístup kvalifikovaného personálu a sounáležitost zaměstnanců s firmou jsou zárukou dalšího rozvoje a budoucnosti firmy (Orgrez, 2014a). Společnost vlastní také dceřinou společnost v Brně a na Slovensku v Bratislavě. Orgrez, a.s. se skládá z devíti technických divizí a těmi jsou (Orgrez, 2014b):

- Divize techniky ochrany ovzduší (pobočka v Ostravě)
- Divize ekologických systémů (pobočka v Ostravě)
- Divize jaderné a tepelné techniky (pobočka v Brně)
- Divize péče o transformátory (pobočka v Brně)
- Divize kontroly imisí a paliv (pobočka v Mostě)
- Divize elektrotechniky (pobočka v Praze)
- Divize elektrotechnických laboratoří (pobočka v Praze)
- Divize tepelné energetiky (pobočka v Praze)
- Divize realizace (pobočka v Brně)

Nabídka služeb společnosti ORGREZ, a.s. představuje široký záběr prací a specifických činností pokrývajících celé spektrum oborů elektroenergetiky, tedy všechny technologie pro využití energií paliv a výrobu a distribuci elektřiny. Práce firmy ORGREZ zahrnují celou škálu činností od zpracování studií, provádění speciálních měření a zkoušek, optimalizaci provozu energetických zařízení až po projekci a dodávky technologických zařízení. Všechny tyto činnosti jsou prováděny s vysokou erudicí a odpovídající kvalitou (Orgrez, 2014c).

Dále se budu věnovat pouze divizi kontroly imisí a paliv, protože teambuildingový program budu organizovat právě pro ni. Tato divize je strukturována do tří menších celků a to jsou Oddělení imisí, Oddělení paliv a Zkušební laboratoř Most. Společnosti ORGREZ, a.s. (divizi kontroly imisí a paliv) byla MŽP ČR také vydána autorizace

k měření emisí znečišťujících látek. Oddělení emisí se zabývá dodávkami, provozem a servisem imisního monitoringu, hodnocením znečištění ovzduší z pohledu komplexního i pohledu jednotlivých emisních zdrojů se zaměřením především na velké emisní zdroje. Divize zajišťuje soustavné hodnocení a prezentaci naměřených dat emisí. Oddělení paliv provádí atestaci automatických vzorkovačů paliva včetně hodnocení odebraných vzorků v akreditované laboratoři. Zároveň do činností oddělení patří komplexní kontrola jakosti dodávek paliv. Zkušební laboratoř Most má dvě hlavní akreditované činnosti- měření emisí ve venkovním ovzduší a vzorkování paliva a jeho následnou analýzu. Zkušební laboratoř Most provozuje měřicí síť imisních stanic v rámci téměř celé ČR, na kterých monitoruje znečištění ovzduší a zároveň disponuje Referenční testovací jednotkou, která slouží k simulaci činností v rámci vzorkování paliva. Předmětem měření této laboratoře jsou: jednorázová měření koncentrací tuhých a plyných znečišťujících látek, ověřovací měření výsledků kontinuálního měření emisí a kalibrace přístrojů (prachoměrů) pro kontinuální měření koncentrací tuhých znečišťujících látek (Orgrez, 2014a).

V divizi pro kontrolu emisí a paliv pracuje 18 zaměstnanců, z toho 13 mužů a 5 žen. Jejich průměrný věk je 44 let. Patnáct zaměstnanců má děti, zbylí tři jsou bezdětní. Zaměstnanci mají pozitivní vztah k cestování a také ke sportu. Mnoho z nich se mu také věnuje aktivně, což také potvrzuje otázka č. 7 v dotazníku, kde odpočinku dal přednost před aktivním využitím volného času pouze jeden zaměstnanec. Jeden ze zaměstnanců píše do novin sportovní články a ostatní se věnují například lyžování, jízdě na kole, splavování řek nebo se také účastní běžeckých soutěží (vlastní pozorování).

4.2 Analýza primárních údajů

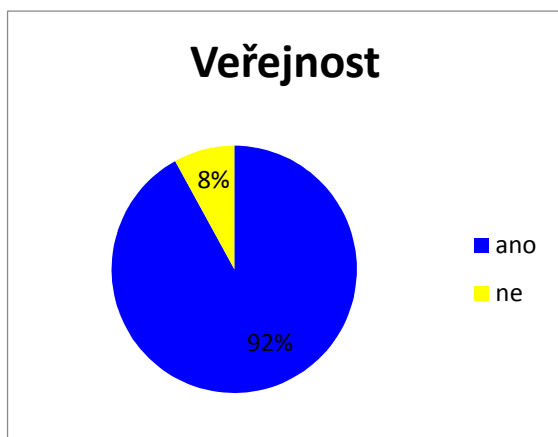
4.2.1 Dotazníkové šetření

K získání primárních dat jsem využila dotazníkové šetření, které proběhlo v období od října 2013 do listopadu 2013. Dotazník určený pro veřejnost vyplnilo 419 respondentů a dotazník pro zaměstnance Orgrezu vyplnilo 16 respondentů. Elektronický dotazník obsahoval 22 otázek (viz příloha 4) a dotazník pro zaměstnance podniku 19 otázek (viz příloha 3). Otázky číslo 1-6 zjišťovaly vztah respondentů k teambuildingu, otázky číslo 7-16 byly zaměřeny na samotnou organizaci

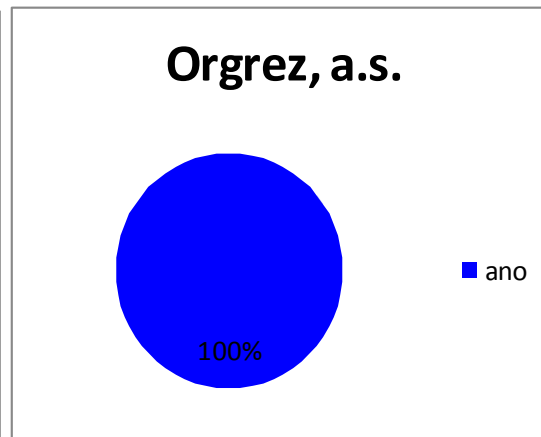
teambuildingu a otázky číslo 17-19 (v dotazníku pro zaměstnance) a 17-22 (v dotazníku pro veřejnost) byly identifikační.

1. Víte, co znamená pojem teambuilding?

Graf č. 1



Graf č. 2

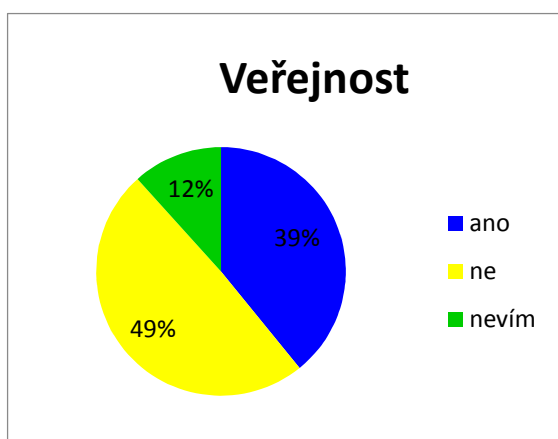


Zdroj: vlastní šetření

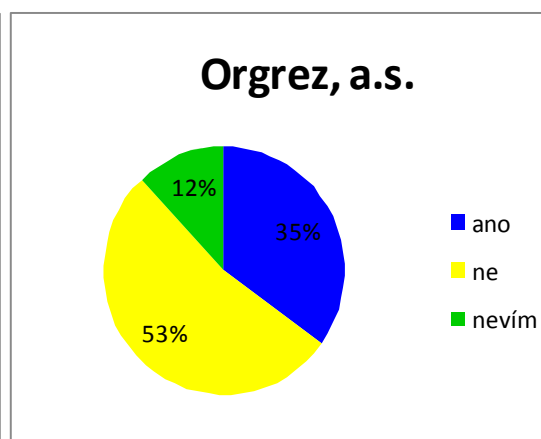
Na tuto otázku odpovědělo 92 % respondentů z elektronického průzkumu kladně a zbylých 8 % záporně. Tito respondenti byli přesměrováni na otázku č. 18. Zaměstnanci Orgrezu mají stoprocentní představu, co teambuilding znamená.

2. Pořádá Váš zaměstnavatel teambuildingové akce?

Graf č. 3



Graf č. 4



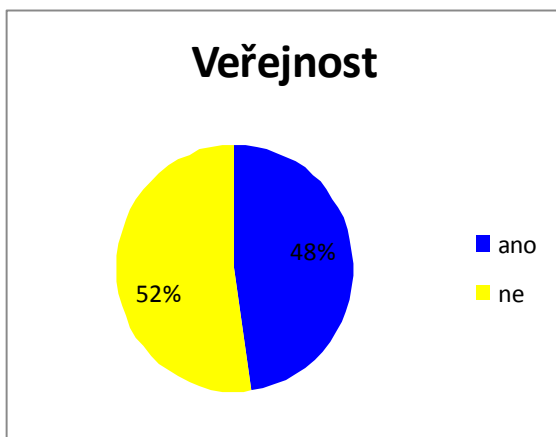
Zdroj: vlastní šetření

U této otázky vyšel výsledek téměř shodný jak u elektronického dotazování, tak u zaměstnaneckého dotazníku. Necelých 40 % dotázaných uvedlo, že jejich zaměstnavatel pořádá teambuildingové akce a přibližně 50 % respondentů odpovědělo opak. Pro možnost NEVÍM se vyjádřilo 12 % lidí. Po odebrání respondentů

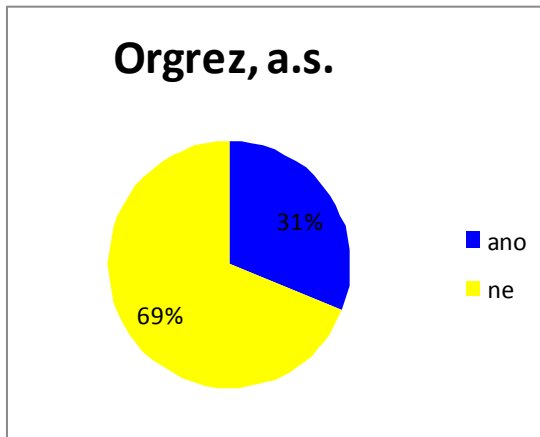
z elektronického průzkumu, kterým je méně než 26 let, výsledky vyšly poměrně jiné. Odpověď ANO zvolilo až 52 % respondentů.

3. Zúčastnili jste se už někdy teambuildingového programu?

Graf č. 5



Graf č. 6



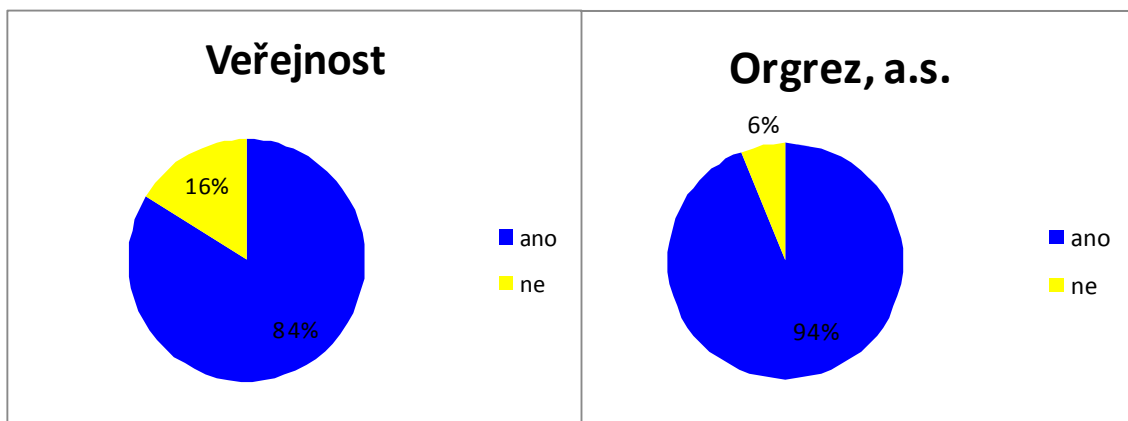
Zdroj: vlastní šetření

Z celkového počtu dotázaných odpovědělo 48 % respondentů z elektronického průzkumu ANO a 52 % NE. Dále se zjistilo, že 31 % zaměstnanců Orgrezu se již zúčastnilo teambuildingového programu a zbylých 69 % nikoliv. I u této otázky se po odebrání respondentů z elektronického průzkumu, kterým je méně než 26 let, výsledky lišily. Odpověď ANO zaškrtnulo až 62 % respondentů, z tohoto zjištění podle mého názoru vyplývá, že tito mladí lidé dosud neměli moc příležitostí se teambuildingu zúčastnit.

4. Myslíte si, že teambuilding je pro firmu prospěšný?

Graf č. 7

Graf č. 8



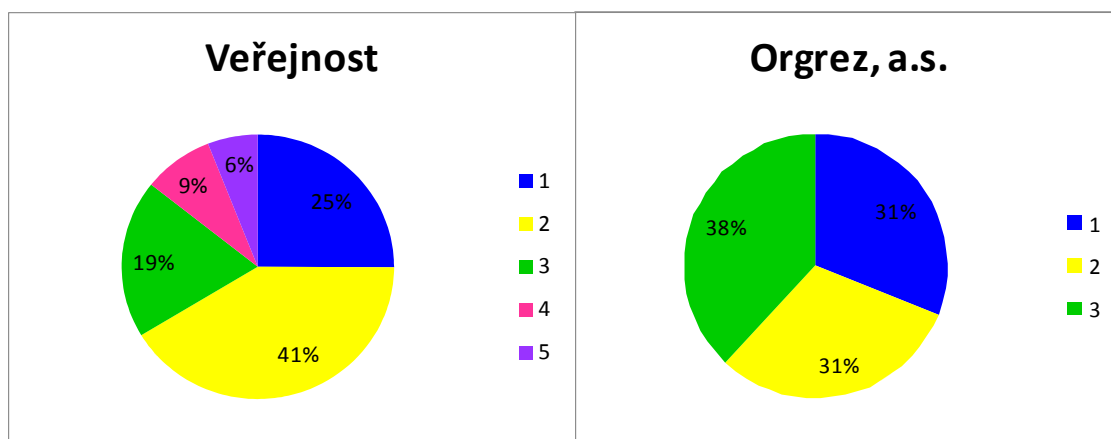
Zdroj: vlastní šetření

Z šetření vyplývá, že 84 % elektronicky dotazovaných respondentů si myslí, že teambuilding je pro firmu prospěšný, zbylých 16 % zvolilo možnost NE. Pouhých 6 % zaměstnanců Orgrezu se také domnívá, že teambuilding není pro firmu prospěšný a zbylých 94 % si myslí opak. Z toho je tedy patrné, že teambuilding dle názoru respondentů má pro firmu smysl a je pro ni přínosem.

5. Jak tuto aktivitu hodnotíte? (Známkujte jako ve škole)

Graf č. 9

Graf č. 10

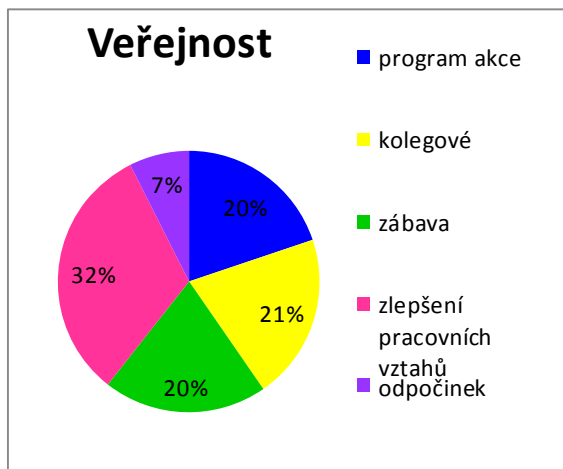


Zdroj: vlastní šetření

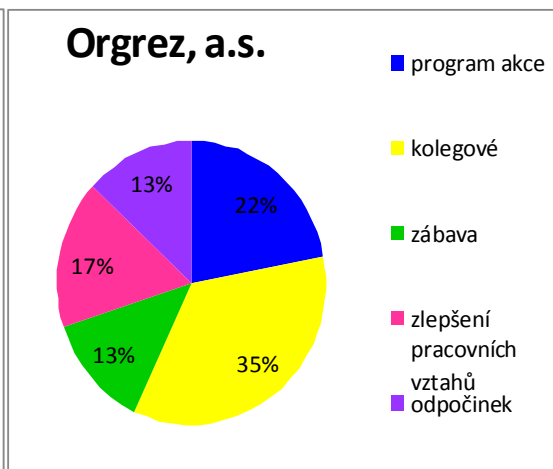
I přes to, že v předchozí otázce byla prospěšnost akcí hodnocena kladně, tak pouze 25 % elektronicky dotazovaných a 31 % zaměstnanců Orgrezu ohodnotilo realizované akce známkou 1. Dokonce 6 % respondentů z elektronického průzkumu přiřadilo teambuildingu známkou 5, kdy z tohoto zjištění vyplývá, že tito respondenti s teambuildingem nemají dobré zkušenosti.

6. Co by Vás motivovalo k účasti?

Graf č. 11



Graf č. 12

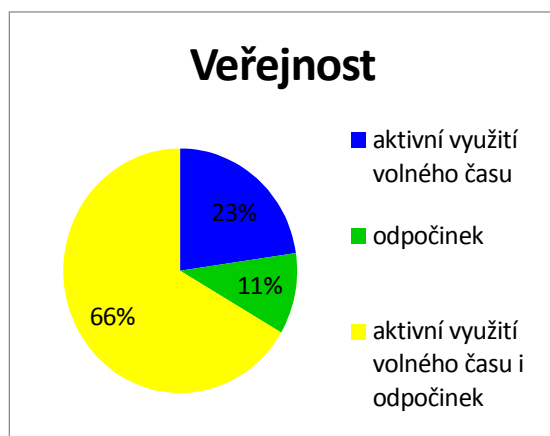


Zdroj: vlastní šetření

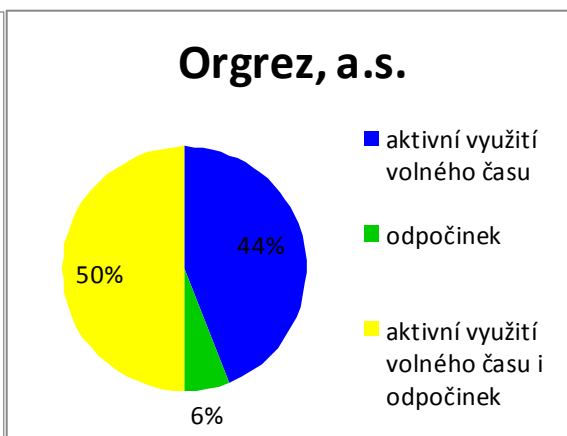
Respondenty z elektronického průzkumu by nejvíce motivovalo k účasti na teambuildingu zlepšení pracovních vztahů. Zaměstnanci Orgrezu by se zúčastnili teambuildingu především kvůli kolegům, což vypovídá o dobrých pracovních vztazích na pracovišti.

7. Dáváte přednost aktivnímu využití volného času nebo upřednostňujete odpočinek?

Graf č. 13



Graf č. 14

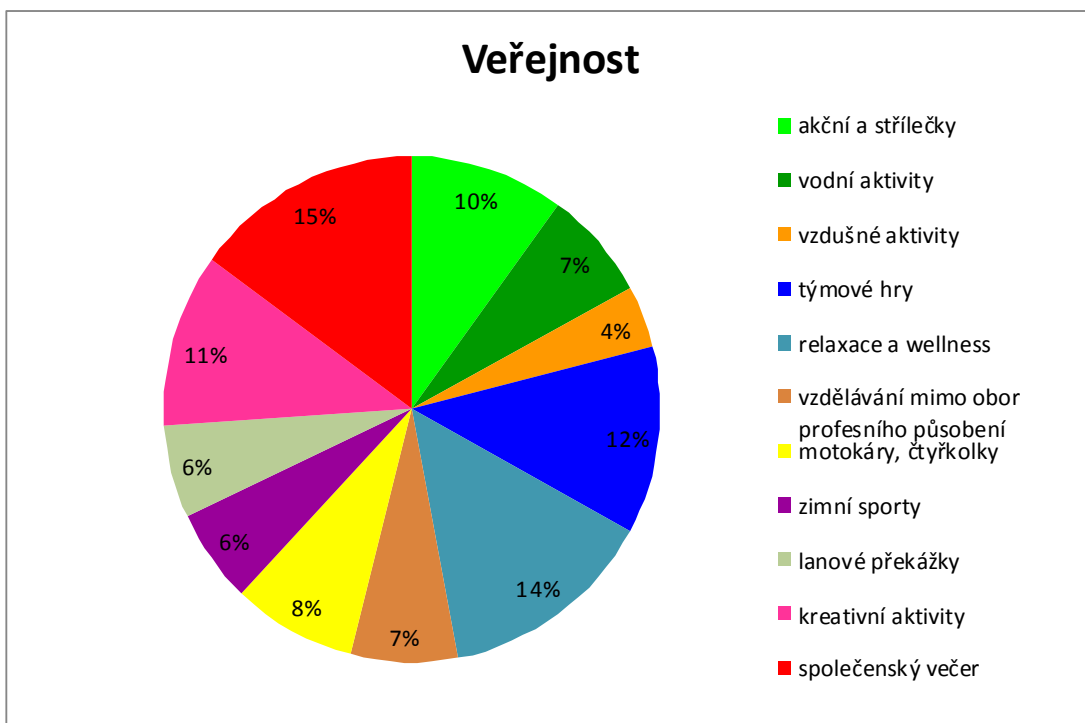


Zdroj: vlastní šetření

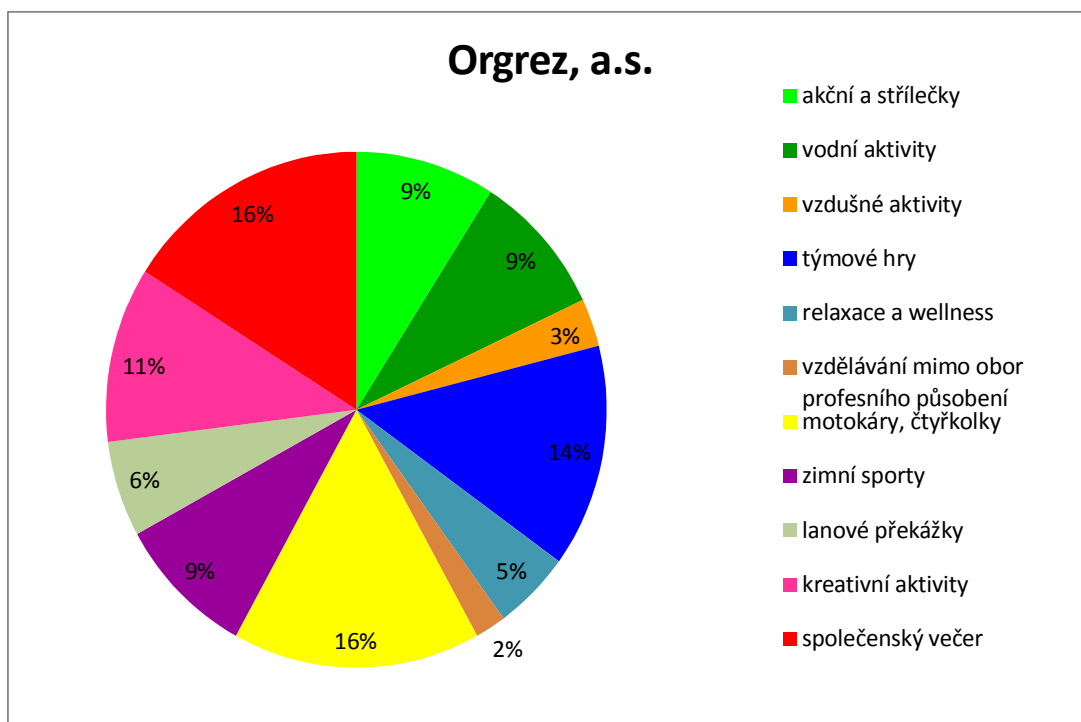
Kombinace sportu a odpočinku respondenty zaujala nejvíce. Dále je z grafu patrné, že respondenti dávají přednost aktivnímu využití volného času před odpočinkem a to i přes to, že průměrný věk zaměstnanců Orgrezu je 44 let.

8. Jaké aktivity Vás zaujaly, co by mělo být součástí akce?

Graf č. 15



Graf č. 16

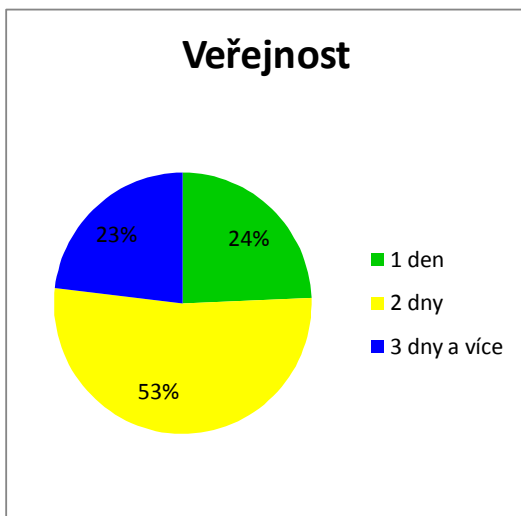


Zdroj: vlastní šetření

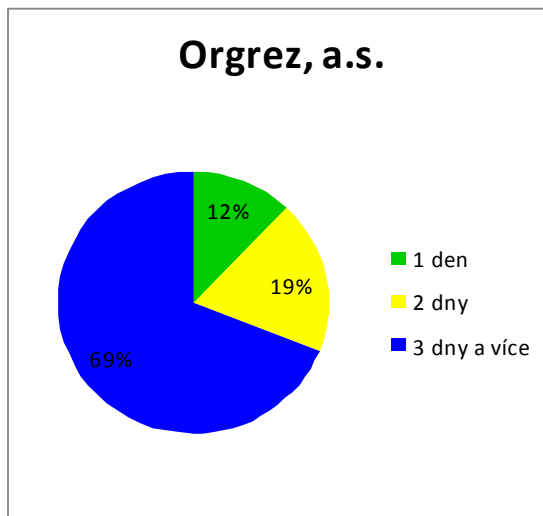
Respondenty z elektronického a zaměstnaneckého průzkumu nejvíce zaujal společenský večer a týmové hry, dohromady tyto dvě možnosti u obou průzkumů zvolilo 57 % respondentů.

9. Jaké časové období konání akce by Vám vyhovovalo nejvíce?

Graf č. 17



Graf č. 18

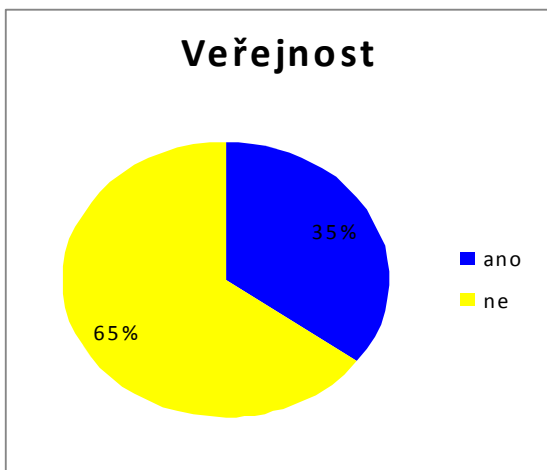


Zdroj: vlastní šetření

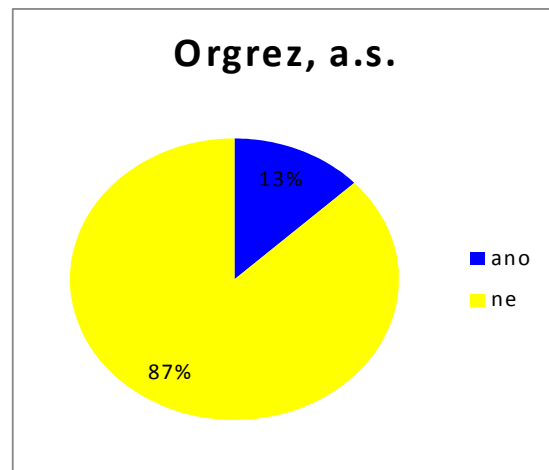
U této otázky se odpovědi lišily. Respondentům z elektronického průzkumu by nejvíce vyhovovalo, kdyby se akce konala 2 dny a to konkrétně 53 % dotázaných a zaměstnanci Orgrezu by si přáli 3 dny a více, kdy tuto možnost zvolilo 69 % zaměstnanců.

10. Vadilo by Vám, kdyby se teambuildingová akce konala ve Vašem pracovním volnu (například o víkendu)?

Graf č. 19



Graf č. 20

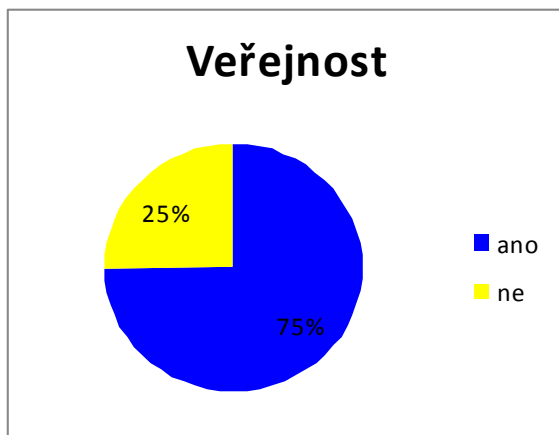


Zdroj: vlastní šetření

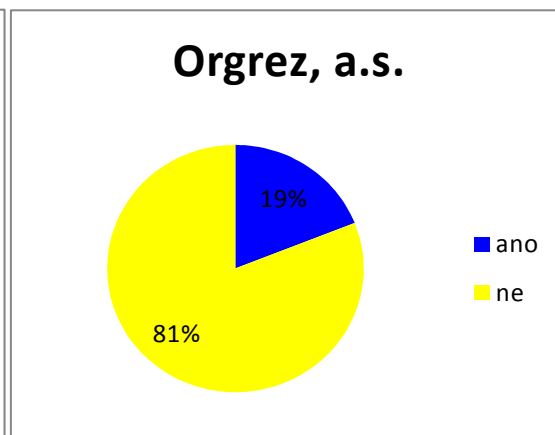
U těchto grafů je zřejmé, že velké části, přibližně 60 % respondentů by nevadilo, kdyby jejich zaměstnavatel uspořádal teambuildingovou akci v jejich pracovním volnu. Toto vysoké procento vypovídá o tom, že akci je možné uspořádat třeba i o víkendu a tím by podnik neprodělával.

11. Ovlivnilo by Vaši účast složení účastníků?

Graf č. 21



Graf č. 22

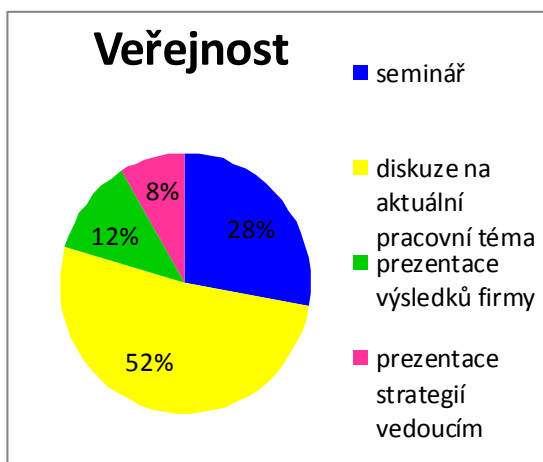


Zdroj: vlastní šetření

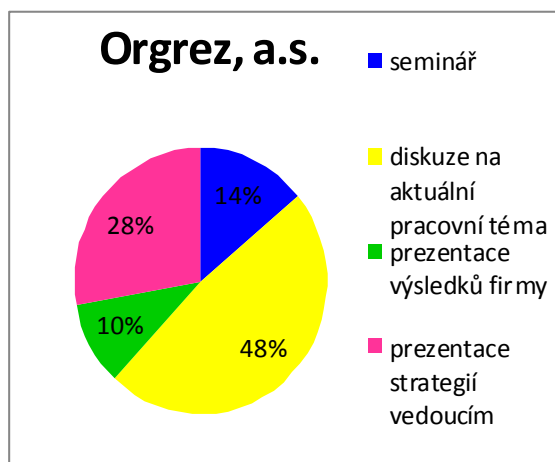
Účast respondentů z veřejného průzkumu na teambuildingové akci by ovlivnilo složení účastníků ze 75 %. U zaměstnanců Orgrezu je toto číslo o hodně menší, a to konkrétně 19 %. Z tohoto výsledku je pravděpodobné, že zaměstnanci Orgrezu, a.s. mezi sebou nemají problémové vztahy.

12. Součástí teambuildingu jsou pracovní aktivity. Jaká forma by Vás zaujala nejvíce?

Graf č. 23



Graf č. 24

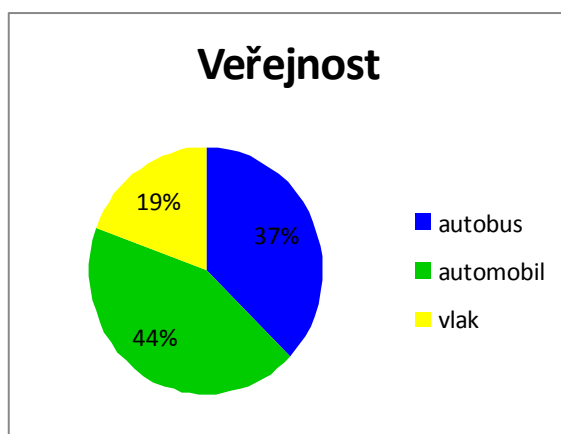


Zdroj: vlastní šetření

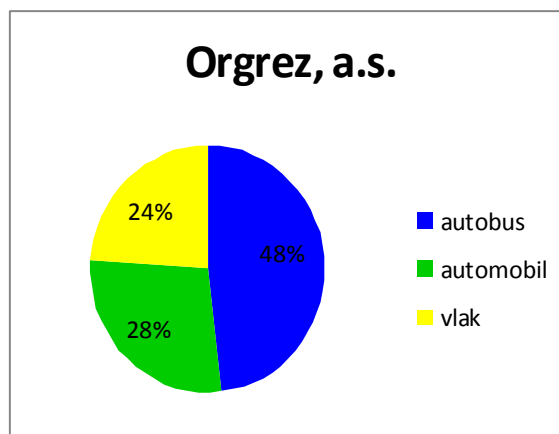
Respondenty z elektronického i zaměstnaneckého průzkumu nejvíce zaujala diskuze na aktuální pracovní téma. Tuto pracovní aktivitu by si přálo přibližně 50 % respondentů, takže se dá předpokládat, že lidé mají zájem se vyjádřit k dění ve firmě.

13. Která forma dopravy by Vám vyhovovala nejvíce?

Graf č. 25



Graf č. 26

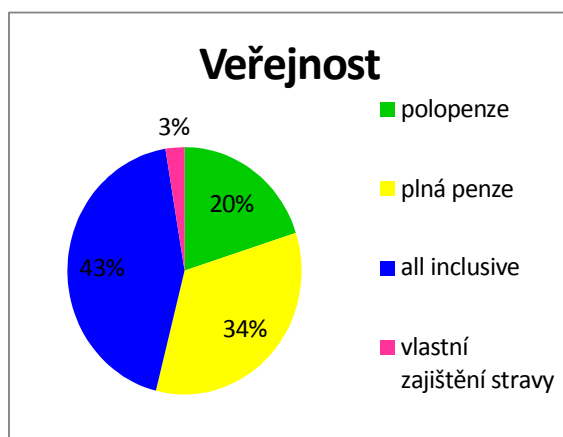


Zdroj: vlastní šetření

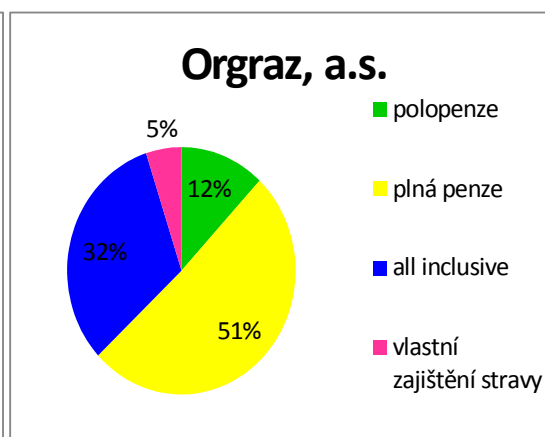
V dotazníku byly nabídnuty 3 možnosti odpovědí a bylo na uvážení respondentů, která forma dopravy by jim vyhovovala nejvíce. Respondenty z elektronického průzkumu nejvíce zaujala doprava formou osobního automobilu a to přímo 43 % dotázaných. Zaměstnanci Orgrezu by se chtěli dopravit na místo konání autobusem, tuto možnost zvolilo 48 % dotázaných.

14. Který typ stravovacího programu by Vám nejvíce vyhovoval?

Graf č. 27



Graf č. 28

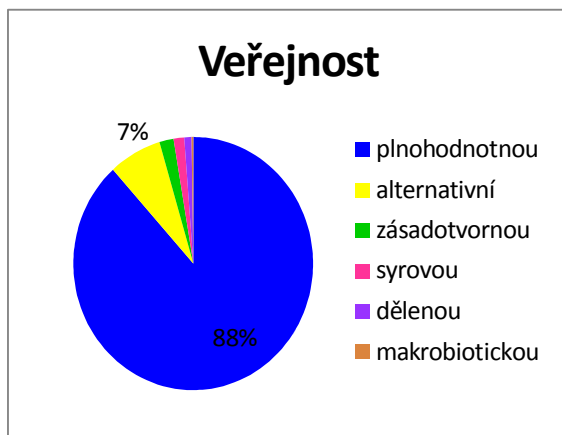


Zdroj: vlastní šetření

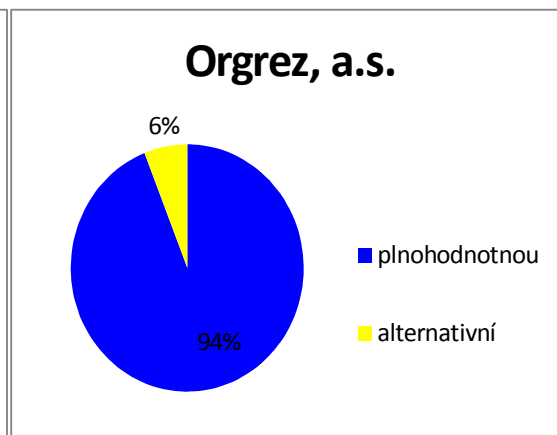
Následující otázka se zaměřila na stravovací služby během pobytu, konkrétně na stravovací program. Respondenti z elektronického průzkumu zvolili nejčastěji možnost all inclusive (43 %), nadpoloviční většině (51 %) zaměstnancům Orgrezu by stačila plná penze.

15. Jakou stravu preferujete?

Graf č. 29



Graf č. 30

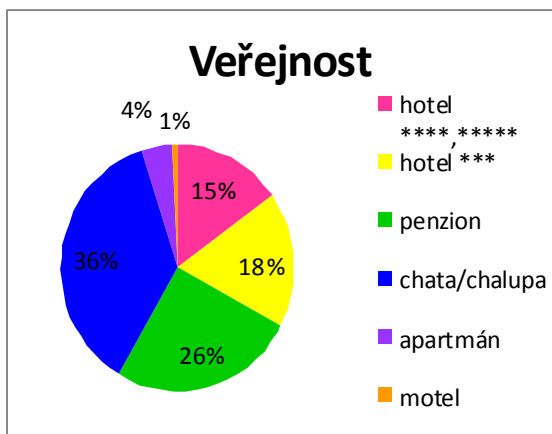


Zdroj: vlastní šetření

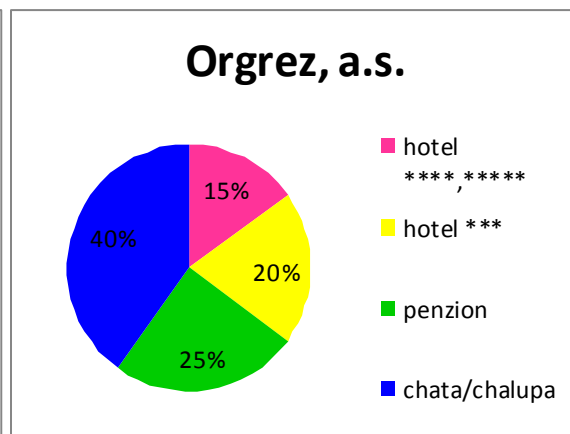
Obě skupiny respondentů preferují stravu plnohodnotnou. Tuto možnost zvolilo u obou průzkumů přibližně 90 % dotázaných. Odpovědi pro stravu alternativní, zásadotvornou, syrovou, dělenou a makrobiotickou jsou u elektronického průzkumu do 10 % u všech možností. Žádný zaměstnanec Orgrezu nezvolil stravu zásadotvornou, syrovou, dělenou ani makrobiotickou.

16. Jaký typ ubytování byste si vybral/a?

Graf č. 31



Graf č. 32

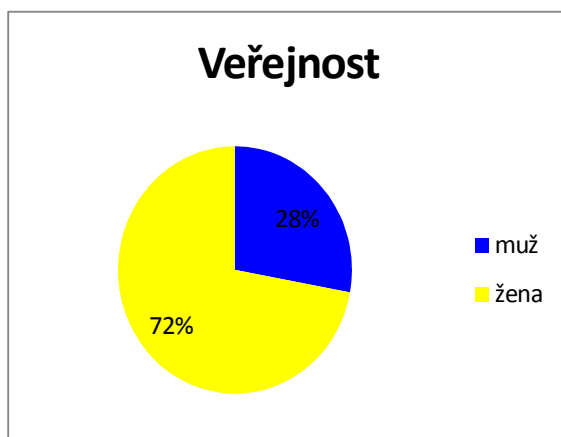


Zdroj: vlastní šetření

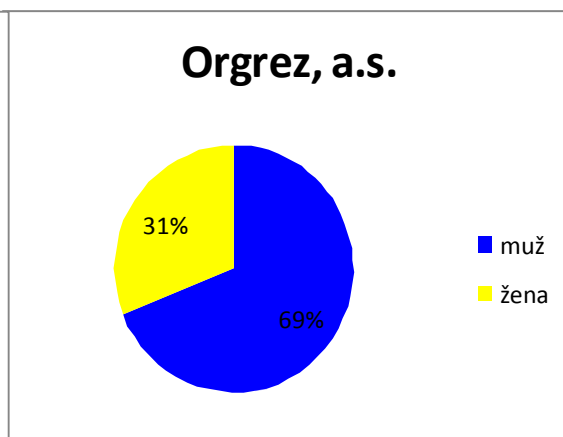
Pro chatu/chalupu se u obou průzkumů vyjádřilo nejvíce respondentů, přibližně 40 %. Žádný zaměstnanec Orgrezu nezvolil možnost ubytování v apartmánu ani v motelu.

17. Jste:

Graf č. 33



Graf č. 34

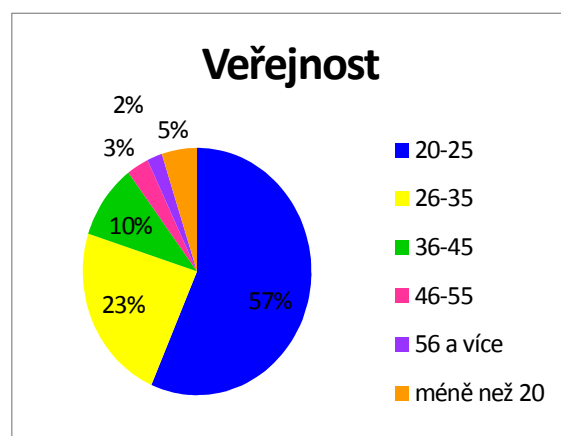


Zdroj: vlastní šetření

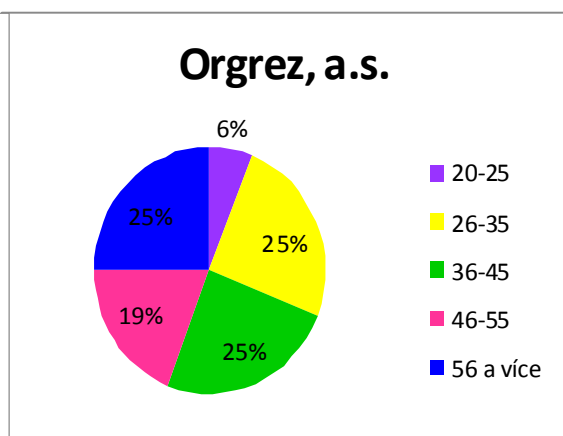
Do elektronického šetření se zapojilo 72 % žen a 28 % mužů. Zaměstnance Orgrezu tvoří převážně muži, konkrétně 69 % respondentů, zbytek, čili 31 % jsou ženy.

18. Věková struktura:

Graf č. 35



Graf č. 36

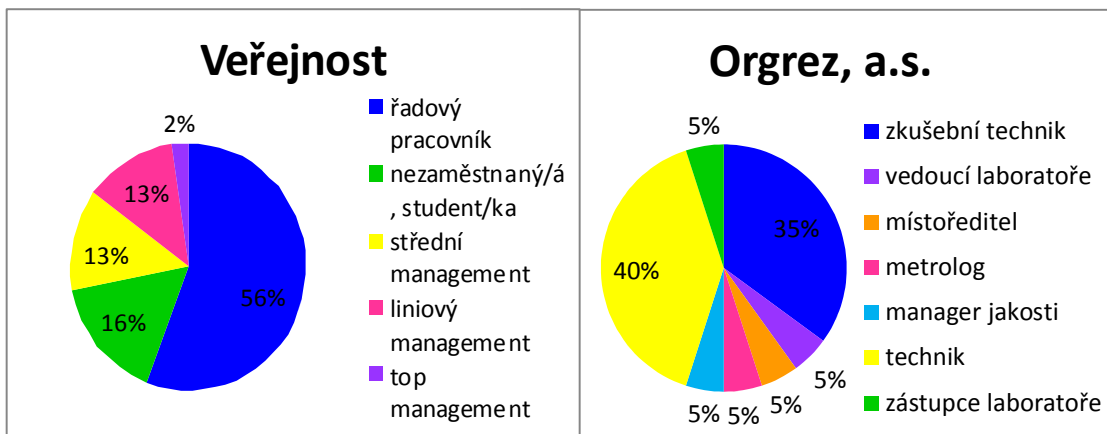


Zdroj: vlastní šetření

U elektronického průzkumu bylo nejvíce respondentů, konkrétně 57 % ve věku 20-25 let, 23 % respondentů bylo z věkové skupiny 26-35 let. Největší zastoupení v zaměstnaneckém průzkumu měly skupiny ve věku 26- 35 let, 36-45 let a 56 a více let, kteří tvořili dohromady přesně 75 %. V podniku v době provádění průzkumu nepracoval žádný zaměstnanec mladší 20 let.

19. Vaše pracovní zařazení/pozice:

Graf č. 37



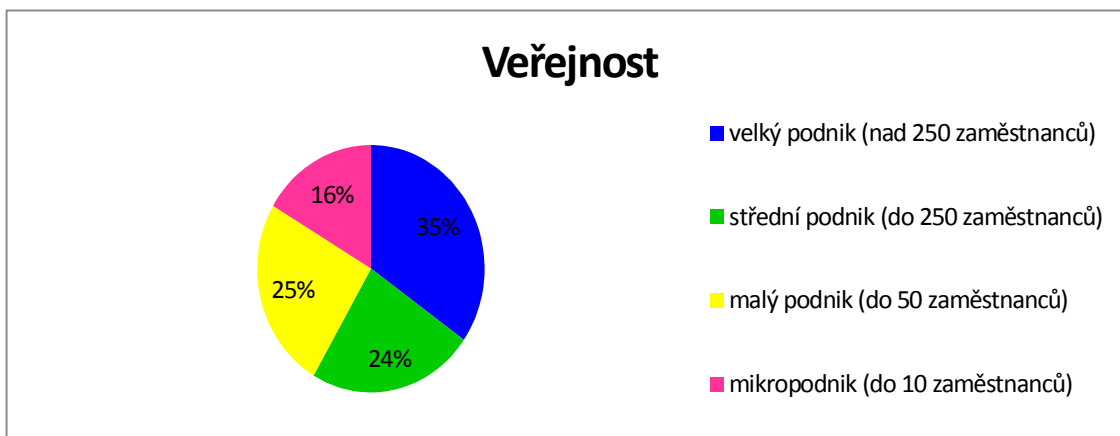
Zdroj: vlastní šetření

Velká část, konkrétně 56 % respondentů z elektronického průzkumu pracuje jako řadový pracovník. Respondenti, kteří zvolili možnost NEZAMĚSTNANÝ nebo STUDENT byli přesměrovány na konec dotazníku, protože následující otázky se týkaly pracovní činnosti. Největší zastoupení ve zkoumaném podniku mají zkušební technici a technici, kteří tvoří dohromady 75 %.

Na další otázky odpovídali pouze respondenti z elektronického dotazování.

20. Velikost firmy, ve které pracujete:

Graf č. 39

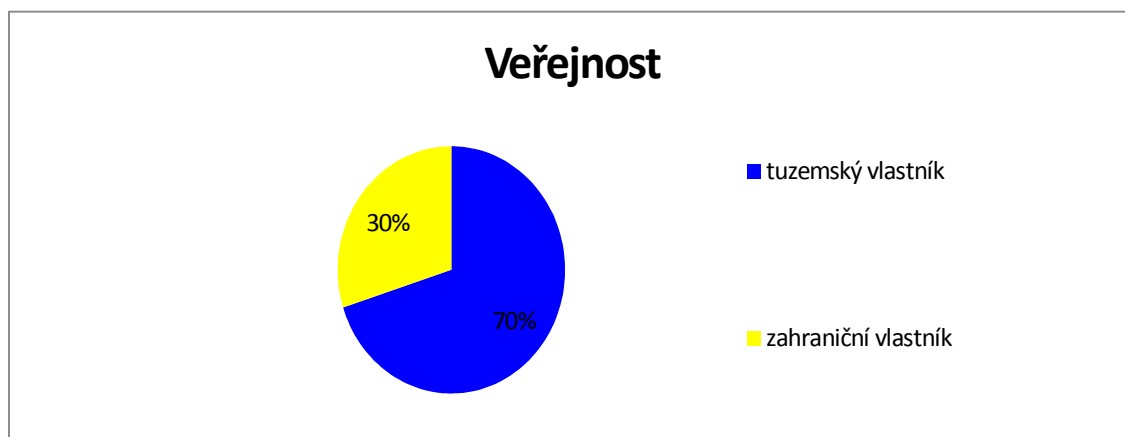


Zdroj: vlastní šetření

Většina respondentů pracuje ve velkém podniku (35 %), druhou početní skupinu tvoří zaměstnanci pracující v malém podniku (25 %), ve středním podniku je zaměstnaných 25 % respondentů a 16 % pracuje v mikropodniku.

21. Vlastník firmy, ve které pracujete:

Graf č. 40

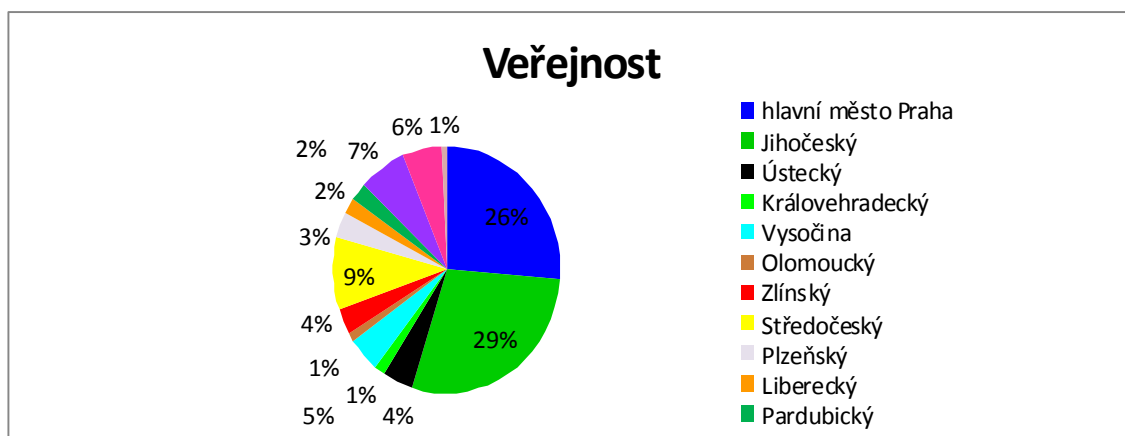


Zdroj: vlastní šetření

Z celkového počtu dotázaných odpovědělo 70 % respondentů, že pracuje pro firmu, kterou vlastní tuzemský vlastník. Zbytek, čili rovných 30 % respondentů zaškrtnlo možnost ZAHRANIČNÍ VLASTNÍK.

22. Místo výkonu práce (kraj):

Graf č. 41



Zdroj: vlastní šetření

Jak můžeme vyčíst z grafu, tak nejvíce respondentů pochází z hlavního města Prahy (26 %) a z Jihočeského kraje (29 %).

Shrnutí dotazníkového šetření

Z provedeného dotazníkového šetření vyplývá, že téměř všichni respondenti vědí, co teambuilding znamená, ale více než polovina z nich se ho ještě nikdy nezúčastnila. Přibližně polovina respondentů uvedla, že jejich zaměstnavatel nepořádá teambuildingové akce, přesto si téměř všichni myslí, že tento program je pro firmu prospěšný a jeho hodnocení dopadlo také celkem pozitivně. Respondenty z elektronického dotazování motivuje k účasti na teambuildingu zlepšení pracovních vztahů, zatímco zaměstnance zkoumaného podniku motivují kolegové. Většina respondentů upřednostňuje aktivní využití volného času v kombinaci s odpočinkem. Respondenty nejvíce zaujal společenský večer, týmové hry, motokros, relaxace a wellness. Respondentům z elektronického průzkumu by nejvíce vyhovovalo, kdyby se akce konala 2 dny a zaměstnanci vybraného podniku by si přáli dobu konání delší, a to 3 dny a více. Velké části respondentů by nevadilo ani konání akce v jejich pracovním volnu. Účast respondentů z elektronického průzkumu na teambuildingové akci by ovlivnilo složení ostatních účastníků, zatímco u zaměstnaneckého dotazování složení účastníků vliv nemá. Jako pracovní aktivitu si nejčastěji zvolili diskuzi na aktuální pracovní téma. Na místo konání teambuildingu by se respondenti z elektronického průzkumu chtěli nejčastěji dopravit osobním automobilem a respondenti zaměstnaneckého průzkumu autobusem. Respondenti z elektronického průzkumu si přejí stravu formou all inclusive a respondenti zaměstnaneckého průzkumu se spokojí s plnou penzí. Všichni respondenti většinou preferují stravu plnohodnotnou a nejčastěji zvolili ubytování na chatě či chalupě.

Do elektronického šetření se zapojilo více žen než mužů, zatímco u zaměstnaneckého převážnou většinu tvořili muži. U elektronického průzkumu bylo nejvíce respondentů ve věku 20-25 let. Největší zastoupení ve vybraném podniku měly skupiny ve věku 26-35 let, 36-45 let a 56 a více let. Velká část respondentů z elektronického průzkumu pracuje jako řadový pracovník a největší zastoupení ve vybraném podniku mají zkušební technici a technici. Většina respondentů z elektronického průzkumu uvedla, že pracuje ve velkém podniku, že pracuje pro tuzemského vlastníka firmy a že většina z nich pochází z Jihočeského kraje a z Prahy.

4.2.2 Řízený rozhovor

Řízený rozhovor probíhal dne 21.2.2014 v podniku Orgrez, a.s. v Mostě s jeho ředitelem.

Pořádáte teambuildingové akce? Mají zaměstnanci zájem o konání těchto aktivit?

Pořádáme, ale ne z popudu firmy, nýbrž z popudu zaměstnanců, takže zaměstnanci mají zájem o tyto aktivity. Jednou za čas se domluví a po práci si jdou zahrát bowling.

Jaké máte pocity z těchto akcí? Zlepšují se vztahy po skončení akce ve Vašem pracovním týmu?

Z těchto akcí mám pocity dobré a myslím si, že kolektivní vztahy se zlepšují.

Myslíte si, že je teambuilding pro Vaši firmu prospěšný?

Myslím si, že ano.

Měl byste zájem o uspořádání teambuildingové akce?

Ano.

Jste ochoten obětovat pro teambuildingovou akci jeden pracovní den? (pátek-neděle)

Pokud bude práce hotová a nenaruší to plnění pracovních plánů, tak ano.

Kolik zaměstnanců má pobočka v Mostě? Kolik zaměstnanců by se teambuildingu zúčastnilo? Jaký je průměrný věk Vašich zaměstnanců?

Pobočka v Mostě má 18 zaměstnanců. Navrhoval bych, aby se teambuildingu zúčastnilo minimálně 12 zaměstnanců. Jejich průměrný věk je 44 let.

Jak se pracovníci mezi sebou znají?

Myslím, že se znají dobře a už celkem dlouhou dobu. Lidi odchází, přichází, ale zdravé jádro je tady pořád. Pokud někdo zapadne do kolektivu, tak je to na dlouhou dobu.

Čeho chce Vaše společnost dosáhnout uspořádáním teambuildingové akce? (osobnostní růst zaměstnanců, zlepšení komunikace, zlepšení pracovních vztahů, stmelení kolektivu, odolnost vůči stresu,...)

V konečném důsledku jsou všechny tyto věci důležité. Podstatné je ovšem to, aby zaměstnanec do práce chodil rád.

Je kurz řešením problému, prevencí nebo odměnou?

Spíše odměnou.

Jakou pracovní aktivitu byste zařadil do programu? (seminář, diskuze na aktuální pracovní téma, prezentace výsledků firmy, prezentace strategií vedoucím)

Do programu bych zařadil aktuální pracovní problémy. Je zbytečné, aby například o strategiích věděli všichni zaměstnanci.

Kolik peněz jste ochoten do teambuildingu investovat?

Padesát až šedesát tisíc.

Zúčastnil byste se teambuildingu? Byl byste ochoten ztvárnit roli vedoucího společně s další vámi vybranou osobou?

Ano, proč ne. A jako dalšího vedoucího bych vybral Vás, pokud byste souhlasila.

4.2.3 Syntéza získaných údajů

Z výsledků z dotazníkového šetření vyplývá, že účastníci obou šetření mají převážně pozitivní vztah k teambuildingu a společně s ředitelem podniku Orgrez se shodují, že je pro firmu přínosem, ovšem více jak polovina z nich se ho ještě nikdy nezúčastnila. Znepokojující je, že 12 % respondentů neví, zda jejich zaměstnavatel teambuildingové akce pořádá či nikoliv. Většina respondentů hodnotí teambuilding kladně a pouze jeden zaměstnanec zkoumaného podniku si nemyslí, že je teambuilding pro firmu prospěšný.

Dohromady 15 % respondentů z elektronického průzkumu ohodnotilo teambuilding známkou horší než 3, což může být způsobeno tím, že s touto aktivitou nemají dobré zkušenosti. Dá se předpokládat, že se teambuildingu zúčastnili proti jejich vůli, nelíbil se jim jeho program nebo si například nerozuměli s ostatními kolegy. K účasti na teambuildingu by oslovené respondenty nejvíce motivovalo právě zlepšení pracovních vztahů, což vypovídá o tom, že jejich pracovní vztahy nejsou až tak ideální, ale mají k této problematice pozitivní přístup a teambuildingu by se zúčastnili hlavně kvůli tomu, aby se tyto vztahy zlepšily, přesto by ale jejich účast ovlivnilo složení ostatních účastníků. Osloveným by vyhovovalo, kdyby se akce konala 2 dny a na místo konání akce by se chtěli dopravit osobním automobilem.

Zaměstnanci zkoumaného podniku by se zúčastnili teambuildingu především kvůli kolegům, což vypovídá o dobrých pracovních vztazích na pracovišti. Přáli by si, aby se akce konala 3 dny a více a zároveň jim nevadí, kdyby se konala v jejich pracovním volnu. Tyto výsledky může mít na svědomí to, že tým je malý, zaměstnanci se mezi sebou dobře znají a rádi by strávili volný víkend spolu, což může prohloubit jejich motivaci. Tento výsledek potvrzuje také skutečnost, že na jejich účast na teambuildingu by nemělo vliv složení ostatních účastníků a že by se chtěli na místo konání akce

doprovazet společně autobusem. Tím, že by se akce konala o víkendu, by se podnik vyhnul riziku, že by prodělával.

Respondenti obou šetření dávají nejčastěji přednost aktivnímu využití volného času v kombinaci s odpočinkem, pouze jeden zaměstnanec zkoumaného podniku zvolil možnost odpočinku, to je ale pochopitelné, protože tento zaměstnanec se nachází ve věkovém rozhraní 56 let a víc, ale i přesto uvedl, že součástí akce by měl být motokros. V tomto věkovém rozhraní se nachází další tři zaměstnanci, ti ale zvolili možnost aktivní využití volného času v kombinaci s odpočinkem. Respondenty nejvíce zaujal společenský večer, týmové hry, motokros, relaxace a wellness. Dále je zajímavé, že relax a wellness by na teambuildingu uvítalo 14 % respondentů z elektronického průzkumu a pouze 5 % respondentů z průzkumu zaměstnaneckého. A naopak motokáry a čtyřkolky zaujaly až 16 % respondentů zaměstnaneckého průzkumu a pouze 8 % respondentů elektronického průzkumu. Tyto dvě větší odchylky můžou být způsobeny tím, že elektronický dotazník vyplnilo až 72 % žen, které více touží po odpočinku než muži a dotazník pro zaměstnance vyplnilo až 69 % mužů, proto spíše volili adrenalinové sporty, jako jsou v tomto případě motokáry a čtyřkolky. Jako pracovní aktivitu respondenti nejčastěji zvolili diskuzi na aktuální pracovní téma, což svědčí o tom, že mají zájem se vyjádřit k dění v podniku. Respondenti z elektronického průzkumu si přejí stravu formou all inclusive a zaměstnanci vybraného podniku se spokojí s plnou penzí. Většinou preferují stravu plnohodnotnou, takže respondenti nejsou ovlivněni trendem zdravé výživy a nejčastěji zvolili ubytování na chatě či chalupě.

Do elektronického šetření se zapojilo více žen než mužů, zatímco u zaměstnanců vybraného podniku převážnou většinu tvořili muži. U elektronického průzkumu bylo nejvíce respondentů ve věku 20-25 let. Největší zastoupení v podniku měly skupiny ve věku 26-35 let, 36-45 let a 56 a více let. Velká část respondentů z elektronického průzkumu pracuje jako řadový pracovník a největší zastoupení v zkoumaném podniku mají zkušební technici a technici. Většina respondentů z elektronického průzkumu uvedla, že pracuje ve velkém podniku a že pochází z Jihočeského kraje nebo z Prahy. Převážná většina dotázaných pracuje pro firmu, kterou vlastní tuzemský vlastník.

5 NÁVRHY A ŘEŠENÍ

5.1 Teambuildingový program

Teambuildingový program se bude odehrávat v Jizerských horách, které jsou nejseverněji položeným pohořím České republiky, lokalizovaným mezi Krkonošemi a Lužickými horami, kdy jejich severovýchodní část s nejvyšší horou (Wysoka Kopa 1 126 m n. m.) zasahuje na polské území. Nejvyšším vrcholem české strany je Smrk (1 124 m n. m.). Jizerské hory patří mezi nejčistší hory u nás. V létě jsou vyhledávány hlavně pro turistické a cyklistické výpravy. V zimě poskytují ideální lyžařské podmínky (Jizerské hory, 2014). V Jizerských horách jsem zvolila město Lučany nad Nisou, které leží na jejich úpatí. Město má 1760 obyvatel a je vzdálené necelých 6 km od Jablonce nad Nisou, který je správním, kulturním i sportovně rekreačním střediskem Jizerských hor.

Teambuildingová akce bude dle výsledků průzkumu trvat tři dny. Účastníkům nevádí, že se bude konat v jejich pracovním volnu, proto bude probíhat od pátku do neděle. Účastníci budou dle výsledku průzkumu ubytováni na horské chatě Barbora vzdálené 1 km od Lučan nad Nisou. Chata je kromě pokojů vybavena také společenskou místností s knihovnou, deskovými hrami a TV, jídelnou, barem, plně vybavenou kuchyní a velkou zahradou s ohništěm a grilem. Součástí chaty je i parkoviště (Chata Barbora, 2014). Účastníkům bude poskytnuta plnohodnotná strava formou tzv. plné penze (snídaně, oběd a večeře). Doprava bude zajištěna autobusem firmou Veta (Autodoprava VETA, 2014). Pokud během konání akce nastanou nějaké zdravotní komplikace, tak se tento problém bude řešit převozem do Jablonce nad Nisou, kde se nachází zdravotní pohotovost.

Akce je určená pro firmu Orgrez, a.s. Tohoto programu se zúčastní 12 zaměstnanců, ředitel společně se mnou v roli vedoucích a fotograf Miroslav Vretenár (Facebook, 2014).

5.2 Časový harmonogram

Pátek

- 12:30- sraz na nádraží (ul. Nádražní 774)
- 12:45- odjezd z Mostu
- 15:30- příjezd do Lučan nad Nisou (2hod 20 min)
- 15:30-16:15- ubytování účastníků
- 16:15-16:35- cesta z Lučan nad Nisou do Jablonce nad Nisou (10 min)
- 16:45-17:45- volejbal
- 18:00-18:20- cesta z Jablonce nad Nisou do Lučan nad Nisou
- 18:45-20:15- grilování
- 20:30- společenský večer (společenské hry)

Sobota

- 8:00-8:30- snídaně
- 9:00-9:45- cesta z Lučan nad Nisou do Malé Skály (25 min)
- 10:00-13:00- jízda na raftu z Malé Skály do Dolánek
- 13:15-14:15- odpočinek a občerstvení v Dolánkách
- 14:15-15:15- zpáteční jízda na koloběžkách z Dolánek na Malou Skálu
- 15:30-16:45- cesta z Malé Skály do Lučan nad Nisou
- 17:00-18:15- pracovní aktivity
- 18:30-19:00- večeře
- 19:30-19:50- cesta z Lučan nad Nisou do Jablonce nad Nisou (10 min)
- 20:00-22:00- bowlingový turnaj
- 22:15-22:35- cesta z Jablonce nad Nisou do Lučan nad Nisou

Neděle

- 8:00-8:30- snídaně
- 9:00-9:45- cesta z Lučan nad Nisou do Liberce (25 min)
- 10:00-11:30- jízda na motokárách
- 11:45-12:30- cesta z Liberce do Lučan nad Nisou
- 12:45-13:15- oběd
- 13:45-14:45- zhodnocení programu a promítání fotografií z celé akce

- 15:30- odjezd z Lučan nad Nisou
- 18:15- příjezd do Mostu

5.3 Podrobný program

- **Pátek**

Cesta z Mostu do Lučan nad Nisou- účastníci teambuildingu pojedou z Mostu do Lučan nad Nisou pronajatým autobusem společnosti Autodoprava VETA, který je určený pro 20 cestujících (Autodoprava VETA, 2014). Vzdálenost činí 156 km a trvá dvě hodiny a dvacet minut po silnici E442 (viz příloha 1). Aby se cestující počas jízdy v autobuse nenudili, je třeba je zabavit a lépe seznámit pomocí následujících her. Tyto hry jsem vybrala, protože na internetu (www.hranostaj.cz) mají velice kladná hodnocení.

Co máme společného- tato hra je vhodná k utužení kolektivu a vytvoření pevnějších vazeb. Hráči se rozdělí do družstev po čtyřech hráčích (vytvoří tři družstva). Každá skupinka má papír a tužku. Cílem hry je najít během patnácti minut co nejvíc údajů, které mají členové skupiny společné (například: nikdo z nás nemá rád špenát, všichni máme doma psa). Vítězem se stává ta skupina, která našla nejvíce společných údajů. Následně je dobré si sepsaná fakta navzájem předčíst, případně je trochu rozebrat (Hranostaj, 2014a).

Černá nebo bílá- tato hra zjišťuje, jestli účastníci vědí, co mají jejich kolegové rádi a naopak. Každý hráč si připraví tužku a papír. Jeho úkol spočívá v tom, že si vymyslí tři otázky o sobě a ke každé dvě protikladné odpovědi (například: Kterou barvu mám raději? Černou nebo bílou?). Potom hráči postupně přečtou své otázky a ostatní si tipují, která odpověď je správná. Za každou uhodnutou odpověď získají bod. Nakonec se zhodnotí, který hráč toho ví o ostatních nejvíc (Hranostaj, 2014b).

Co o sobě nevím- každý hráč si připraví papír, napíše na něj své vlastní jméno a pošle ho dál. Vedoucí položí otázku (například: oblíbená barva, znamení zvěrokruhu, počet sourozenců, oblíbené jídlo, vysněné povolání, místo vysněné dovolené atd.), na kterou každý odpoví tak, jak by odpověděl člověk, jehož jméno je uvedené na papíru. Když všichni dopíšou, papíry se opět pošlou o jedno místo dál a položí se další otázka. Takhle hra pokračuje dál až do té doby, než papíry připutují k jejich původním majitelům.

Na konci hry se vyhodnotí správné a špatné odpovědi a tyto odpovědi se rovněž prodiskutují (Hranostaj, 2014c).

Volejbal- účastníci si v odpoledních hodinách zahrají volejbal v Městské sportovní hale v Jablonci nad Nisou, který je vzdálený od Lučan nad Nisou 5,3 km (silnice 14) (viz příloha 1). Tuto aktivitu jsem zvolila hlavně z toho důvodu, že z dotazníkového šetření bylo patrné, že zaměstnanci Orgrezu, a.s. mají zájem o společenské hry. Městskou sportovní halu mají pronajatou na jednu hodinu včetně pomůcek (Sport Jablonec nad Nisou, 2014). Účelem hry je poslat míč přes síť na zem do pole soupeře a zabránit soupeřově snaze o totéž. Družstvo má právo na tři odbití, aby vrátilo míč k soupeři. Volejbal hrají dvě družstva na hřišti rozděleném sítí. Ve hře musí být vždy šest hráčů každého družstva, které může v jednom setu uskutečnit maximálně šest střídání. Hra začíná podáním míče ze strany týmu, který si to vylosoval. Rozehrává hráč stojící vpravo vzadu u čáry. Přejde až za čáru, míč nadhodí a rukou ho odpálí na druhou stranu sítě k soupeři. Utkání se hraje na 3 vítězné sety. Jednotlivé sety se hrají na 25 bodů. V případě nerozhodného stavu 24:24 se ve hře pokračuje, dokud není dosaženo dvoubodového rozdílu (Volejbal, 2014). Po odehrání zápasu se účastníci vrátí do Lučan nad Nisou mikrobusem.

Venkovní grilování- chatu obklopuje velká zahrada s ohništěm a grilem a byla by škoda tuto možnost nevyužít, proto ve večerních hodinách proběhne grilování. Jde o požitek nejen čistě gurmánský, ale i společenský a přírodní. V případě špatného počasí se bude konat klasická večeře v jídelně. Účastníci si v průběhu grilování zahrají hru Řekni pravdu- tato hra slouží pro trénink interpretace řeči těla. Tři účastníci se na chvíli vzdálí od ostatních, aby si tajně domluvili mimořádný zážitek, který doopravdy zažil pouze jeden z nich. Nikdo z ostatních účastníků by neměl vědět, kdo tento zážitek skutečně prožil. Trojice se vrátí k ostatním, posadí se a každý z nich tento příběh převypráví. Ostatní jim poté kladou otázky a zjišťují, kdo danou událost skutečně zažil. Svůj tip napíší na lísteček. Poté se hlasy sečtou a zjistí se, který z vypravěčů působil nejvíce přesvědčivě. Na závěr vypravěči prozradí, kdo situaci doopravdy zažil (Hranostaj, 2014d). Tato hra má na internetu (www.hranostaj.cz) hodnocení rovných 100%.

Společenský večer- program se bude odehrávat ve společenské místnosti chaty, kde si účastníci zahrají hry. Tyto hry jsou zaměřené hlavně na zlepšení spolupráce

a komunikace v týmu. Na internetu (www.hranostaj.cz) jsou jejich hodnocení kladná a to až přes 80 %.

Activity Original 2- jedná se o deskovou hru, která je zaměřena na kombinaci různých druhů tvořivosti. Jde o to, na jedné straně dané pojmy vysvětlit slovy, kresbou nebo pantomimou a na druhé pojmy uhodnout. Hráči se rozdělí do dvou až čtyř stejně početných týmů. Losem se určí, které družstvo bude začínat. Jeden hráč tohoto družstva si vytáhne jednu kartičku. Podle toho, na jaké části hracího plánu se nachází figurka jeho týmu, si zapamatuje příslušný pojem, který se v rámci času daného přesýpacími hodinami snaží předvést spoluhráčům ze svého týmu tak, aby byli schopni ho uhodnout. Jakým způsobem daný výraz předvádí je dáno umístěním figurky na hracím plánu (kreslení, popis, pantomima).

Na blázinec- jedná se o slovní hru ztvárňující prostředí psychiatrické léčebny. Hráči se usadí do kruhu a zvolí jednoho člověka (psychiatr), který na chvíli opustí místnost. Ostatní hráči (pacienti) se domluví na chorobě, kterou budou trpět. Tato choroba se projevuje tak, že se hráči společně dohodnou na jednom shodném způsobu, kterým budou odpovídat na otázky (například: všichni odpovídají třemi slovy, v každé odpovědi je použita číslovka,...). Po domluvě je přivolán pan doktor. Ten se pomocí nejrůznějších dotazů snaží stanovit diagnózu, tzn. objevit dohodnuté pravidlo. Psychiatr má tři pokusy na stanovení diagnózy. Když chorobu odhalí, sám se stává pacientem, určí se jiný doktor a hra pokračuje dál (Hranostaj, 2014e).

Písmena- tato hra je založena na spolupráci. Hráči se rozdělí do tří týmů po čtyřech hráčích. Vedoucí si je k sobě postupně volá a určí jim, jaké slovo mají předvést. Ostatní dva týmy musí toto slovo uhodnout (Hranostaj, 2014f).

Závody magnetek- jedná se také o hru zlepšující spolupráci ve skupině. Z kusu krabice nebo kartonu účastníci vyrobí závodní dráhu. A to tak, že nakreslí různě klikatou cestu, která bude začínat a končit cca 10 cm od kraje kartonu. Závodní dráha se umístí na dvě židle a hráči se rozdělí do dvojic. Jeden z dvojice (závodník) si pod závodní dráhu lehne a druhý (navigátor) ho bude seshora navigovat pokyny doprava, doleva, dopředu nebo dozadu. Závodník bude mít v ruce jeden magnet, kterým bude pohybovat podle pokynů navigátora a druhý magnet, který uvidí pouze navigátor, bude z druhé strany kartonu. Vítězem se stává ta dvojice, která se s magnetem dostane do cíle v nejkratším čase (Hranostaj, 2014g).

Ahoj Pepo- hráči se posadí v tureckém sedu do kruhu. Na počátku hry se každý hráč jmenuje Pepa. Začínající hráč pozdraví druhého hráče po své levici: „Ahoj Pepo“, druhý

hráč se zeptá: „Co je, Pepo? " a první hráč odpoví: „Řekni to Pepovi". Druhý hráč se teď stává dotazujícím a zdraví třetího hráče po své levici: „Ahoj Pepo", třetí hráč se zeptá: „Co je, Pepo?" a druhý hráč odpoví: „Řekni to Pepovi". Hra takto pokračuje v co nejrychlejším sledu otázek a odpovědí, než nastane okamžik, kdy to některý z hráčů splete. Dotyčný se poté stává Tikem a v sedu musí kývat trupem dopředu a dozadu. Při druhém omylu se z Tika stává Blik (ke kývání se přidají ruce, kterými hráči napodobují blikání), při třetím omylu se z Blika stává Šok (ke kývání a blikání se přidá krouživý pohyb trupem) a při čtvrtém omylu hráč vypadává. Chybami se rychle mění role hráčů. Smyslem hry je soustředit se, uvědomit si jména ostatních hráčů a nenechat se rozptýlit. Hra končí v okamžiku, kdy zůstanou poslední dva hráči (Hranostaj, 2014h).

- **Sobota**

Rafting, občerstvení a koloběžky- další akce bude probíhat v areálu Žlutá plovárna, která je unikátním sportovně rekreačním centrem ležící v srdci Českého ráje na Malé Skále. Malá Skála je vzdálená necelých 17 km (silnice 28721) od Lučan nad Nisou (viz příloha 1). Zde se také nachází jediná „kamenná“ půjčovna lodí na řece Jizeře (Žlutá plovárna, 2014). Účastníci se rozdělí do dvou skupin a vydají se na dvou raftech devíti kilometrovým úsekem Jizery z Malé Skály do Dolánek. Po splutí bude k dispozici občerstvení v bufetu v Dolánkách a půjčovna sportovních potřeb, kde si účastníci vyzvednou koloběžky, na kterých se vrátí zpátky na Malou Skálu. Tam na ně bude čekat mikrobús, kterým se vrátí do Lučan nad Nisou.

Pracovní aktivity- součástí teambuildingu jsou také pracovní aktivity. V úvodu proběhne menší školení ze strany ředitele, poté si účastníci zahrají hru (Kopírka po paměti) a nakonec dle přání zaměstnanců proběhne diskuze na aktuální pracovní téma.

Hra Kopírka po paměti- účastníci se rozdělí do čtyř družstev po třech hráčích. V rámci týmu si hráči rozdělí role Pozorovatele, Spojky a Kresliče. V průběhu hry již nebude možné tyto role změnit. K této hře potřebujeme nakreslený obrázek, který bude snadno popsitelný. Měl by se skládat z geometrických tvarů a maximálně čtyř barev. Na jednom místě založíme Start- zde je umístěn nakreslený obrázek. Asi padesát metrů od něj je Cíl. Okolo Startu je ochranné pásmo, kde se pohybují pouze Pozorovatelé. Obrázky by měly být umístěny tak, aby je kromě Pozorovatelů nikdo nemohl omylem zahlédnout. U Cíle jsou Kresliči vybaveni papírem a sadou psacích potřeb potřebných k nakreslení kopie obrázku, který se nachází na Startu. Kreslič je jediný, kdo smí kreslit.

Protože Pozorovatel jako jediný vidí obrázky a nemůže opustit ochranné pásmo, musí se pokusit slovně popsat obrázky včetně jejich rozměrů, barev, tvarů a dalších významných vlastností Spojce. Ta si toto musí zapamatovat a přetlumočit kresličovi, který takto zprostředkovaně vytvoří kopii obrázku. Výsledné hodnocení by mělo být zaměřené hlavně na přesnost a ne na rychlost zkopírování. Jak předcházející hry, tak i tato zlepšuje spolupráci a komunikaci v týmu (Hranostaj, 2014ch).

Bowlingový turnaj- jelikož zaměstnanci Orgrezu, a.s. rádi společně hrají bowling a z vlastní iniciativy ho také po práci organizují, tak v odpoledních hodinách se uskuteční v Jablonci nad Nisou bowlingový turnaj (viz příloha 1). Účastníky dopraví tam i zpátky mikrobusem. Bowling se nachází ve funcentru Zlatý Jelen, které nabízí dvě bowlingové dráhy (Zlatý Jelen funcentrum, 2014). Hráči utvoří dvě družstva, která budou hrát proti sobě. Každé družstvo bude mít k dispozici svoji vlastní dráhu. Družstvo, které vyhraje (6 hráčů), bude v turnaji pokračovat. Hráči budou hrát společně na jedné dráze, ale tentokrát každý sám za sebe. Vítězem se stává ten hráč, který bude mít nejvyšší skóre. Aby se družstvo, které prohrálo, do konce utkání nenudilo, tak mu bude k dispozici druhá bowlingová dráha.

- **Neděle**

Jízda na motokárách- jelikož si účastníci teambuildingu přáli do programu zařadit motokros, tak pojedou v dopoledních hodinách do Liberce, který je vzdálený 17 km od Lučan nad Nisou (silnice 14) (viz příloha 1). Zde se projedou po největší kryté motokárové trati na severu Čech dlouhé 400 metrů. Motokáry se mohou pochlubit motory Honda GX 200ccm. Před jízdou je možné využít X-BOX 360 trenážer se sportovním sedadlem, nejnovějšími hrami a špičkovým zvukem dolby 5.1. Dále je k dispozici bar s výhledem na celou motokárovou trať a LCD projektor s online přenosem aktuálního závodu. Čas změří profesionální časomíra s přesností na 0,001sekund (Motokáry Liberec, 2014). Vítězem se stává ten, jehož čas bude nejkratší.

Zhodnocení programu- ještě před odjezdem do Mostu je třeba celou akci prodiskutovat a zhodnotit, jestli byla pro firmu a pro účastníky přínosem či nikoliv. Vzhledem k tomu, že celé teambuildingové akce se účastnil také fotograf, tak sladkou tečkou na závěr bude promítání fotografií z celé teambuildingové akce.

Po skončení teambuildingového programu všichni účastníci vyplní v práci krátký dotazník (viz příloha 5), který zjistí, jestli teambuilding splnil očekávání zaměstnanců, jestli je program bavil, zda by se chtěli v budoucnu teambuildingu opět zúčastnit a jestli se po skončení teambuildingu zlepšili pracovní vztahy v podniku.

Tyto vybrané aktivity vedou k oživení a prohloubení vztahů mezi účastníky, přinesou jim pocit sounáležitosti s týmem, zlepší se jejich vzájemná komunikace a zefektivní se týmová spolupráce. To podpoří důvěru v týmu a účastníci si k němu vytvoří silnou a pozitivní vazbu. Také to, že se účastníci setkají v jiném prostředí a poznají se v odlišných situacích, může vést ke zvýšení loajality, motivace a energie v týmu, což se také pozitivně projeví v pracovním prostředí. Nesmíme zapomínat, že dobrý pracovní kolektiv, je pro fungování firmy velice důležitý. Jednotlivé aktivity můžou postupně odhalit týmové role a vůdčí osobnosti. Díky nutnosti spolupracovat se do týmu postupně zapojí i stydliví účastníci.

5.4 Kalkulace programu

- **Náklady na dopravu**

Autodoprava VETA: 11 150 Kč včetně DPH 21% (viz příloha 6)

Ubytování pro řidiče: 220/osoba/noc x 2 noci= 440 Kč (viz příloha 7)

Strava pro řidiče: 250 Kč/osoba/den x 2 dny= 500 Kč (plná penze)

Parkovné: 100 Kč

Náklady na autodopravu byly stanoveny na základě kalkulace firmy, kterou jsem obdržela e-mailem.

- **Náklady na ubytování**

Chata Barbora: 220 Kč/osoba/noc x 15 osob x 2 noci= 6 600 Kč
(viz příloha 7)

- **Náklady na stravování**

Polopenze: 150 Kč/osoba/den x 15 osob x 2 dny= 4 500 Kč

Občerstvení v Dolánkách: 100 Kč/osoba x 15 osob= 1 500 Kč

Grilování: 5 kg masa= 650 Kč (5kg x 130 Kč)
chléb= 90 Kč (3ks x 30 Kč)
koření= 75 Kč (5ks x 15 Kč)
olej= 30 Kč
balení minerálky= 90 Kč (6ks x 15 Kč)
dressing, omáčka= 150 Kč (5ks x 30 Kč)
3 kg grilovacích briket, podpalovač= 200 Kč

- **Náklady na aktivity**

Volejbal: pronájem kurtu na 1 hodinu= 300 Kč
půjčení volejbalového míče= 20 Kč (viz příloha 7)

Rafting: půjčení: 750 Kč/raft x 2 rafty= 1 500 Kč
doprava raftu z Dolánek zpátky na Malou Skálu: 160 Kč/raft x 2 rafty= 320 Kč (viz příloha 7)

Koloběžky: 80 Kč/koloběžka x 15 osob= 1 200 Kč

Bowling: 250 Kč/hodina/dráha x 2 hodiny x 2 dráhy= 1 000 Kč
(viz příloha 7)

Motokáry: 1500 Kč/permanentka na 10 jízd (1 jízda= 10 minut)
(viz příloha 7)

- **Náklady na pomůcky k hrám**

Kancelářské papíry: 80 Kč/500 listů

Psací potřeby: 5 Kč/propiska x 15 ks= 75 Kč
40 Kč/sada fixů= 40 Kč

Magnetky: 5 Kč/magnet x 2 ks= 10 Kč

Spol. hra Activity 2: 666 Kč včetně poštovního (Jojo hračky, 2014)

- **Odměna organizátorů a fotografa**

Odměna: 2 000 Kč x 3 osoby= 6 000 Kč

- **Promítací technika**

Dataprojektor: 595 Kč

Projekční plátno: 300 Kč

Kurýr: 230 Kč (viz příloha 7)

CELKOVÉ NÁKLADY

- Náklady na dopravu: 12 190 Kč
- Náklady na ubytování: 6 600 Kč
- Náklady na stravování: 7 285 Kč
- Náklady na aktivity: 5 840 Kč
- Náklady na pomůcky k hrám: 871 Kč
- Odměna organizátorů a fotografa: 6 000 Kč
- Náklady na promítací techniku: 1 125 Kč

Náklady na jednu osobu: 2 661 Kč

CELKEM: 39 911 Kč

6 ZÁVĚR

V bakalářské práci jsem se zabývala týmem, teambuildingem a jeho přípravou a organizací. Hlavním cílem bylo vymyšlení teambuildingového programu pro vybranou společnost.

Před sepsáním této bakalářské práce jsem sestavila literární přehled řešené problematiky, provedla jsem dotazníkové šetření a řízený rozhovor. Tyto metody postupně potvrzovaly či vyvracely stanovené pracovní hypotézy, které byly formulovány v úvodu práce. Dvě z nich byly potvrzeny a jedna vyvrácena. První hypotéza uváděla, že respondenti vědí, co teambuilding znamená. Tuto hypotézu jsem schopna potvrdit. Z dotazníkového šetření jsem zjistila, že 92 % dotázané veřejnosti a 100 % zaměstnanců Orgrezu má představu, co teambuilding znamená. Druhá hypotéza zněla, že respondenti si myslí, že teambuilding je pro firmu prospěšný. Tuto hypotézu mohu taktéž potvrdit na základě dotazníkového šetření, kde tuto hypotézu potvrzuje 84 % dotázané veřejnosti a 94 % zaměstnanců Orgrezu. Lze ji potvrdit také díky řízenému rozhovoru s ředitelem Orgrezu. Poslední hypotéza byla, že většina respondentů není ochotna obětovat svůj volný čas pro teambuildingový program. Tuto hypotézu lze vyvrátit. Z dotazníkového šetření vyplývá, že 65 % dotázané veřejnosti a 87 % zaměstnanců Orgrezu by nevadilo, kdyby se teambuildingový program odehrával v jejich pracovním volnu.

Z celé práce plyne, že jak veřejnost, tak i zaměstnanci Orgrezu společně s jeho ředitelem mají pozitivní vztah k teambuildingu a myslí si, že je pro firmu prospěšný. Ale i přesto se ho více jak polovina z nich ještě nikdy nezúčastnila, proto jsem v závěru práce navrhla teambuildingový program pro firmu Orgrez, a. s., který je určený pro 12 účastníků, dva vedoucí a fotografa. Celá akce se bude odehrávat v Jizerských horách po dobu tří dnů (od pátku do neděle). Účastníci budou ubytováni na horské chatě Barbora vzdálené 1 km nad městečkem Lučany nad Nisou. Bude jim poskytnuta plnohodnotná strava v plné penzi a doprava bude zajištěna autobusem. Celá akce bude doprovázena různými aktivitami, které si zaměstnanci Orgrezu, a. s. sami zvolili.

Vedlejším cílem této bakalářské práce bylo tedy zmapování povědomí veřejnosti a zaměstnanců vybrané společnosti na téma teambuilding a zjištění, jak by měl podle nich teambuildingový program vypadat a co by mělo být jeho součástí. Tento cíl byl na základě dotazníkového šetření splněn. Ovšem hlavním cílem bylo zdůvodnit význam

eventových a teambuildingových akcí při řízení lidských zdrojů ve vybraném podniku a na základě výsledků analýz navrhnout možnosti realizace těchto akcí, tzn. vymyslet teambuildingový program pro vybranou společnost. Díky získaným primárním a sekundárním datům a následné analýze těchto údajů byl tento cíl bakalářské práce taktéž splněn.

Navržený teambuildingový program byl prokonzultován s ředitelem podniku, který vyjádřil zájem o jeho budoucí zorganizování. Taktéž mě požádal o to, abych byla počas konání akce nápomocná, což mi může pomoci k získání nových zkušeností a k rozvíjení mé kariéry.

7 SUMMARY

The main theme of my bachelor work was to focus on team, teambuilding and its preparation and organisation. The aim of my work was to create teambuilding program for selected company.

First of all I've created literary summary of the given topic, then I did interview investigation and managed conversation. Three hypothesis, I've established at the beginning of my research, were confirmed or rejected by those methods. Two of them were confirmed and one of them was rejected. The first hypothesis states, that respondents know, what does teambuilding mean. This hypothesis was confirmed, I've found out from interview investigation, that 92% of asked public and 100 % of Orgrez employees have got idea, what does teambuilding mean. The second hypothesis states, that respondents think teambuilding is useful for company. This hypothesis was confirmed also by interview investigation. Exactly 84 % of asked public agree with this hypothesis and apply to Orgrez employees, they confirmed 94 %. Last hypothesis says that majority of respondents aren't able to participate teambuilding program during their free time. The last hypothesis was rejected. I found out from interview investigation results, that 65 % of asked public and 87 % of Orgrez employees wouldn't mater, if teambuilding program takes place in their free time.

Thanks to my research results I can say that public and employees of Orgrez with director have a really positive attitude to teambuilding. They are convinced, that teambuilding is important part of company organisation and its useful for it. Unfortunately half of them have never been participated in any teambuilding program, so in the last part of my work I created teambuilding program for Orgrez a.s. company, which is determined for 12 people, 2 leaders and one photographer. This event will take place in Jizera Mountains (Jizerské Hory) during three days (Friday-Sunday). Participants will be accommodated in the cottage called Barbora, 1km far away from the city Lučany nad Nisou. They will get full pension food and as for the transport they will get there by bus. This event will be accompanied by many various activities, which has been chosen by employees of Orgrez themselves.

Secondary aim of this bachelor work was mapping of public subconscious and employees subconscious of selected company about teambuilding theme, and detection, how should look teambuilding program and what does have to be its parts. This

objective was completed by interview investigation. But of course, main objective was to explain reasons for those types of events and teambuilding actions at human resources management in the selected company. Thanks to results of analysis to suggest eventualities how to implement this actions which means to create teambuilding program for selected company. Thanks to obtained primary's and secondary's datas and subsequent analysis of those datas was this aim of bachelor work completed too.

The designed teambuilding program was consultated with the director of company, who displayed an interest to organize this program in a future. He asked me too, to be helpful during this action. So that's a great opportunity get new experiences and do another step into my career deployment.

8 SEZNAM ZDROJŮ

- Adair, J. (1994). *Vytváření efektivních týmů*. Praha: Management Press.
- Assessment systém (25.12.2013). *Facilitace*. Dostupné z: <http://asystems.as/cs/facilitace>
- Autodoprava VETA (21.3.2014). *Vozový park*.
Dostupné z: http://www.veta-autodoprava.cz/vozovy_park/vozovy_park.html
- Bělohávek, F. (2008). *Jak vést svůj tým*. Praha: Grada Publishing.
- Bláha, J., Mateiciuc, A., Kaňáková, Z. (2005). *Personalistika pro malé a střední firmy*. Brno: CP Books.
- C. Miller, B. (2007). *Teambuilding: 50 krátkých aktivit*. Brno: Computer Press.
- Centrum vzdělávání (10.11.2013). *Teambuildingové programy*.
Dostupné z: <http://www.centrum-vzdelavani.cz/rubriky/kurzy-a-skoleni/zakazkove-kurzy/teambuildingove-programy/>
- Clegg, B. (2005). *Motivace*. Brno: CP Books.
- Clegg, B., Birch, P. (2005). *Teamwork*. Brno: CP Books.
- Crkalová, A., Riethof, N. (2007). *Jak zefektivnit práci v týmu*. Praha: Grada Publishing.
- Daňková, M. (2008). *Koučování: kdy, jak a proč*. Praha: Grada Publishing.
- Facebook (25.3.2014). *Photo Miros*. Dostupné z:
<https://www.facebook.com/pages/PHOTOmiros/196095497111710?fref=ts>
- Google (14.2.2014). *Mapy*. Dostupné z: <https://www.google.cz/maps/>
- H. Bay, R. (2000). *Účinné vedení týmů*. Praha: Grada Publishing.
- Hamřík, Z., Kalman, Z., Kotulák, Z., Pavelka, J., Štainer, M. (2007). *Pořádáme akci- praktický event marketing pro cestovní ruch*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR.
- Hayes, N. (2005). *Psychologie týmové práce*. Praha: Portál.
- Hermochová, S. (2006). *Teambuilding*. Praha: Grada Publishing.
- Hersey, P., Blanchard, K. H., Johnson, D.E. (1996). *Management of Organizational Behavior*. USA: Prentice-Hall.
- Hotel Stars (10.11.2013). *Metoda klasifikace*.

- Dostupné z: <http://www.hotelstars.cz/metodika-klasifikace>
- Hranostaj (19.2.2014a). *Co máme společného*.
Dostupné z: <http://www.hranostaj.cz/hra1287>
- Hranostaj (19.2.2014b). *Černá nebo bílá*. Dostupné z: <http://www.hranostaj.cz/hra881>
- Hranostaj (19.2.2014c). *Co o sobě nevím*. Dostupné z: <http://www.hranostaj.cz/hra59>
- Hranostaj (19.2.2014d). *Řekni pravdu*. Dostupné z: <http://www.hranostaj.cz/hra1568>
- Hranostaj (19.2.2014e). *Na blázince*. Dostupné z: <http://www.hranostaj.cz/hra377>
- Hranostaj (19.2.2014f). *Písmena*. Dostupné z: <http://www.hranostaj.cz/hra805>
- Hranostaj (19.2.2014g). *Závody magnetek*. Dostupné z: <http://www.hranostaj.cz/hra657>
- Hranostaj (19.2.2014h). *Ahoj Pepo*. Dostupné z: <http://www.hranostaj.cz/hra525>
- Hranostaj (19.2.2014ch). *Kopírka po paměti*.
Dostupné z: <http://www.hranostaj.cz/hra52>
- Chata Barbora (14.2.2014). *Domů*. Dostupné z: www.barbora.org
- Jizerské hory (19.2.2014). *O regionu*.
Dostupné z: http://www.jizerske-hory.cz/cs/poznej-jizerky_o-regionu
- Jojo hračky (14.2.2014). *Activity Original 2*.
Dostupné z: <http://www.jojohracky.cz/spolecenske-hry/activity-original-2>
- Kolajová, L. (2006). *Týmová spolupráce: jak efektivně vést tým pro dosažení nejlepších výsledků*. Praha: Grada Publishing.
- Kolektiv MMR ČR (2007). *Event marketing v cestovním ruchu*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR.
- Kotíková, H., Schwartzhoffová, E. (2008). *Nové trendy v pořádání akcí a událostí (events) v cestovním ruchu*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR.
- Krüger, W. (2004). *Vedení týmů*. Praha: Grada Publishing.
- Meier, R. (2009). *Úspěšná práce s týmem*. Praha: Grada Publishing.
- Meredith Belbin, R. (2012). *Týmové role v práci*. Praha: Wolters Kluwer.

- Ministerstvo pro místní rozvoj ČR (10.11.2013). *Standardy kvality služeb v cestovním ruchu*. Dostupné z: <http://www.mmr.cz/getmedia/d2e0a220-2540-4d5b-a0e0-798762e1a82c/Oficialni-jednotna-klasifikace-CR-2010-2012.pdf>
- Mirvis, P. (1993). *Building the Competitive Workforce: Investing in Human capital for corporatesuccess*. New York: Wiley.
- Motokáry Liberec (14.2.2014). *Úvod*. Dostupné z: <http://www.motokary-liberec.cz/>
- New day (17.12.2013). *Teambuildingové aktivity*. Dostupné z: <http://www.newday.cz/teambuilding-aktivity/teambuilding-aktivity.php>
- Orgrez (19.2.2014a). *O společnosti*. Dostupné z: <http://www.orgrez.cz/o-spolecnosti/profil-spolecnosti/>
- Orgrez (19.2.2014b). *Organizační struktura*. Dostupné z: <http://www.orgrez.cz/o-spolecnosti/organizacni-struktura/>
- Orgrez (19.2.2014c). *Služby*. Dostupné z: <http://www.orgrez.cz/sluzby/>
- Orieška, J. (2010). *Služby v cestovním ruchu*. Praha: Idea servis.
- Plamínek, J. (2002). *Vedení lidí, týmů a firem*. Praha: GradaPublishing.
- Plamínek, J. (2009). *Týmová spolupráce a hodnocení lidí*. Praha: Grada Publishing.
- Rent Fun (25.3.2014). *Pronájem video*. Dostupné z: <http://www.rentfun.cz/pronajem-audio-video-lcd-plazma-projektor-reproduktory-pujcovna/>
- Rolínek, L. a kol. (2008). *Procesní management: vybrané aspekty*. České Budějovice: Jihočeská univerzita.
- Slovník cizích slov (21.3.2014). Dostupné z: <http://www.slovník-cizich-slov.cz/?q=infrastruktura&typ=0>
- Sport Jablonec nad Nisou (20.2.2014). *Městská sportovní hala*. Dostupné z: <http://www.sportjablonec.cz/sportoviste/mestska-hala/>
- Stacke, É. (2005). *Koučování pro manažery a firemní týmy*. Praha: Grada Publishing.
- Šindler, P. (2003). *Event marketing: Jak využít emoce v marketingové komunikaci*. Praha: Grada Publishing
- Tureckiová, M. (2004). *Řízení a rozvoj lidí ve firmách*. Praha: Grada Publishing.

Tureckiová, M. (2007). *Klíč k účinnému vedení lidí*. Praha: Grada Publishing.

Volejbal (14.2.2014). *Pravidla volejbalu*.

Dostupné z: <http://www.volejbalweb.cz/?p=12>

Zahrádková, E. (2005). *Teambuilding: cesta k efektivní spolupráci*. Praha: Portál.

Zlatý Jelen funcentrum (14.2.2014). *Bowling*.

Dostupné z: <http://www.zlatyjelen-funcentrum.cz/bowling.html>

Žlutá plovárna (14.2.2014). *Půjčovna lodí Jizera*.

Dostupné z: <http://www.zlutaplovarna.cz/cz/pujcovna-lodi-jizera>

9 SEZNAM GRAFŮ

Graf 1: Víte, co znamená pojem teambuilding? (elektronické dotazování)

Graf 2: Víte, co znamená pojem teambuilding? (Orgrez)

Graf 3: Pořádá Váš zaměstnavatel teambuildingové akce? (elektronické dotazování)

Graf 4: Pořádá Váš zaměstnavatel teambuildingové akce? (Orgrez)

Graf 5: Zúčastnili jste se už někdy teambuildingového programu?
(elektronické dotazování)

Graf 6: Zúčastnili jste se už někdy teambuildingového programu? (Orgrez)

Graf 7: Myslíte si, že teambuilding je pro firmu prospěšný?
(elektronické dotazování)

Graf 8: Myslíte si, že teambuilding je pro firmu prospěšný? (Orgrez)

Graf 9: Jak tuto aktivitu hodnotíte? (elektronické dotazování)

Graf 10: Jak tuto aktivitu hodnotíte? (Orgrez)

Graf 11: Co by Vás motivovalo k účasti? (elektronické dotazování)

Graf 12: Co by Vás motivovalo k účasti? (Orgrez)

Graf 13: Dáváte přednost aktivnímu využití volného času nebo upřednostňujete odpočinek? (elektronické dotazování)

Graf 14: Dáváte přednost aktivnímu využití volného času nebo upřednostňujete odpočinek? (Orgrez)

Graf 15: Jaké aktivity Vás zaujaly, co by mělo být součástí akce?
(elektronické dotazování)

Graf 16: Jaké aktivity Vás zaujaly, co by mělo být součástí akce? (Orgrez)

Graf 17: Jaké časové období konání akce by Vám vyhovovalo nejvíce?
(elektronické dotazování)

Graf 18: Jaké časové období konání akce by Vám vyhovovalo nejvíce? (Orgrez)

Graf 19: Vadilo by Vám, kdyby se teambuildingová akce konala ve Vašem pracovním volnu (například o víkendu)? (elektronické dotazování)

Graf 20: Vadilo by Vám, kdyby se teambuildingová akce konala ve Vašem pracovním volnu (například o víkendu)? (Orgrez)

Graf 21: Ovlivnilo by Vaši účast složení účastníků? (elektronické dotazování)

Graf 22: Ovlivnilo by Vaši účast složení účastníků? (Orgrez)

Graf 23: Součástí teambuildingu jsou pracovní aktivity. Jaká forma by Vás zaujala nejvíce? (elektronické dotazování)

Graf 24: Součástí teambuildingu jsou pracovní aktivity. Jaká forma by Vás zaujala nejvíce? (Orgrez)

Graf 25: Která forma dopravy by Vám vyhovovala nejvíce? (elektronické dotazování)

Graf 26: Která forma dopravy by Vám vyhovovala nejvíce? (Orgrez)

Graf 27: Který typ stravovacího programu by Vám nejvíce vyhovoval? (elektronické dotazování)

Graf 28: Který typ stravovacího programu by Vám nejvíce vyhovoval? (Orgrez)

Graf 29: Jakou stravu preferujete? (elektronické dotazování)

Graf 30: Jakou stravu preferujete? (Orgrez)

Graf 31: Jaký typ ubytování byste si vybral/a? (elektronické dotazování)

Graf 32: Jaký typ ubytování byste si vybral/a? (Orgrez)

Graf 33: Jste. (elektronické dotazování)

Graf 34: Jste. (Orgrez)

Graf 35: Věkové rozhraní. (elektronické dotazování)

Graf 36: Věkové rozhraní. (Orgrez)

Graf 37: Vaše pracovní zařazení. (elektronické dotazování)

Graf 38: Vaše pracovní zařazení. (Orgrez)

Graf 39: Velikost firmy, ve které pracujete. (elektronické dotazování)

Graf 40: Vlastník firmy, ve které pracujete. (elektronické dotazování)

Graf 41: Místo výkonu práce (kraj). (elektronické dotazování)

10 PŘÍLOHY

Příloha 1: Mapy

Příloha 2: Fotografie

Příloha 3: Dotazník pro zaměstnance Orgrezu

Příloha 4: Dotazník pro veřejnost

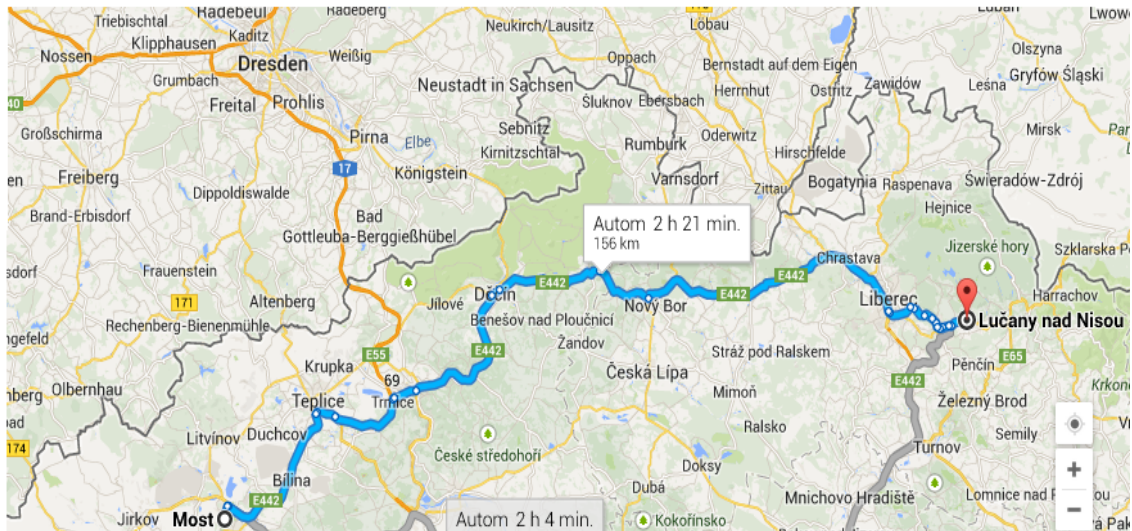
Příloha 5: Dotazník po skončení teambuildingového programu

Příloha 6: Objednávka dopravy

Příloha 7: Ceníky ostatních služeb

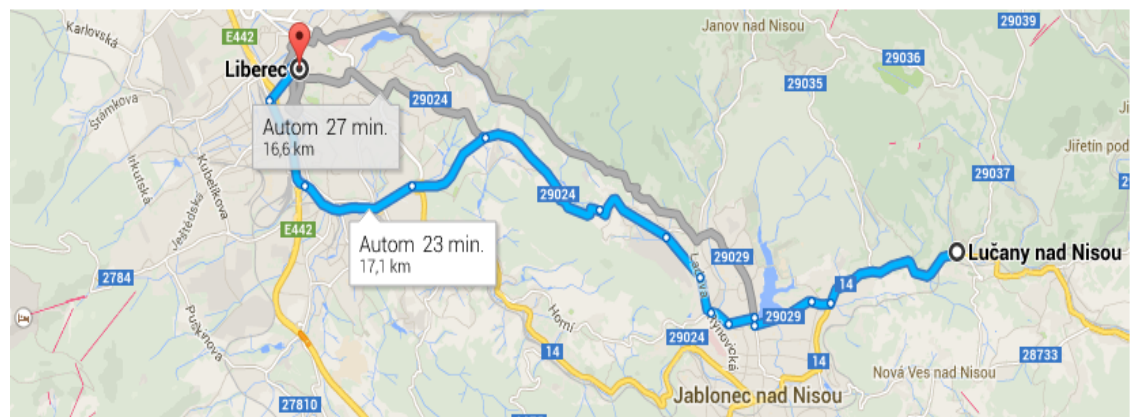
Příloha 1: Mapy

Most- Lučany nad Nisou



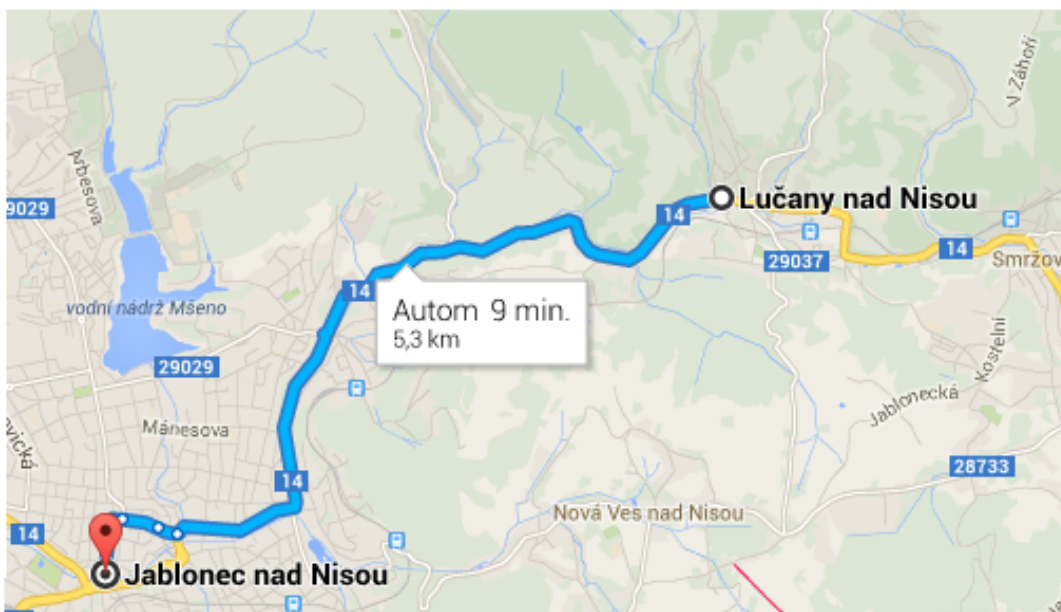
Zdroj: www.google.cz (2014)

Lučany nad Nisou- Liberec



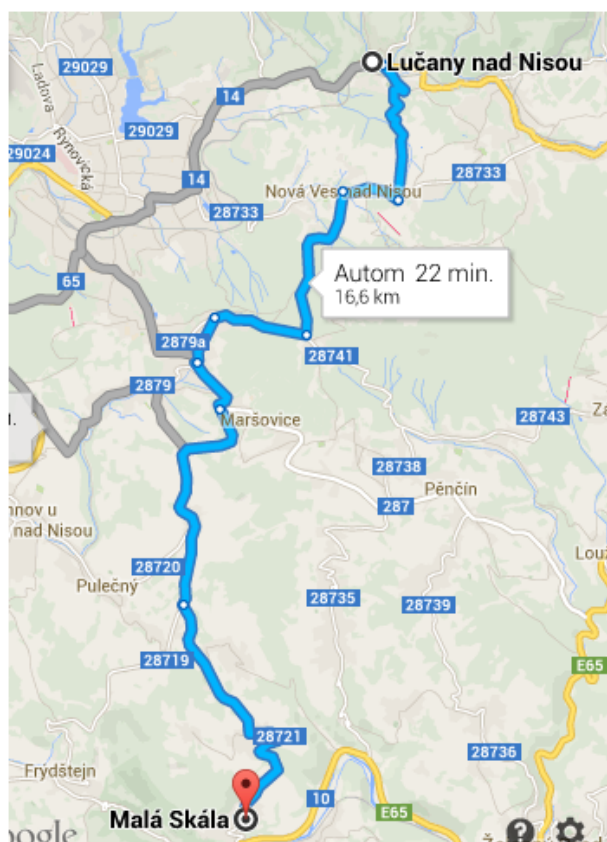
Zdroj: www.google.cz (2014)

Lučany nad Nisou- Jablonec nad Nisou



Zdroj: www.google.cz (2014)

Lučany nad Nisou- Malá Skála



Zdroj: www.google.cz (2014)

Příloha 2: Fotografie

Chata Barbora



Společenská místnost



Zdroj: www.barbora.org (2014)

Jídelna



Ložnice

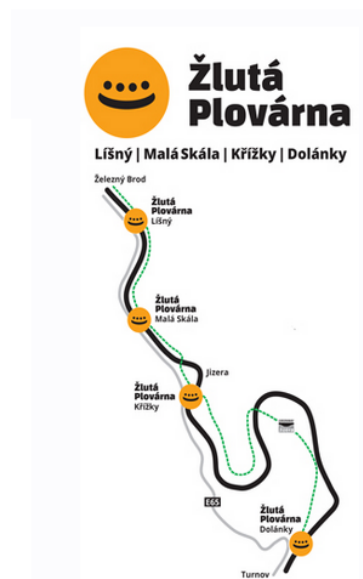


Zdroj: www.barbora.org (2014)

Koloběžky



Malá Skála- Dolánky



Zdroj: www.zlutaplovarna.cz (2014)

Rafting



Zdroj: www.zlutaplovarna.cz (2014)

Motokáry



Zdroj: www.motokary-liberec.cz (2014)

Městská sportovní hala



Zdroj: www.sportjablonec.cz (2014)

Mikrobus Mercedes- Benz Sprinter



Zdroj: www.veta-autodoprava.cz (2014)



Zdroj: www.veta-autodoprava.cz (2014)

Příloha 3: Dotazník pro zaměstnance Orgrezu

Dobrý den,

jmenuji se Romana Kubíková a jsem studentkou třetího ročníku Ekonomické fakulty Jihočeské univerzity v Českých Budějovicích. Nyní pracuji na bakalářské práci na téma Eventy a teambuilding jako součást motivačního programu vybrané společnosti. V rámci této práce provádím dotazníkové šetření, které by mě mělo seznámit s názory veřejnosti na téma teambuilding. Získané informace budou použity výhradně pro účel bakalářské práce. Dotazník je zcela anonymní.

Prosím zvolte odpovědi, které nejvíce vystihují Váš názor. Děkuji.

1. Víte, co znamená pojem teambuilding?

ano ne

2. Pořádá Váš zaměstnavatel teambuildingové akce?

ano ne nevím

3. Zúčastnili jste se už někdy teambuildingového programu?

ano ne

4. Myslíte si, že teambuilding je pro firmu prospěšný?

ano ne

5. Jak tuto aktivitu hodnotíte? (Známkujte jako ve škole)

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

6. Co by Vás motivovalo k účasti?

program akce kolegové
 odpočinek zábava zlepšení pracovních vztahů

7. Dáváte přednost aktivnímu využití volného času nebo upřednostňujete odpočinek?

aktivní využití volného času odpočinek aktivní využití volného času i odpočinek

8. Jaké aktivity Vás zaujaly, co by mělo být součástí akce?

<input type="checkbox"/> akční a střilečky (airsoft, lukostřelba, paintball)	<input type="checkbox"/> motokáry, čtyřkolky
<input type="checkbox"/> vodní aktivity (rafting, potápění, vodní skútr, aquazorbing)	<input type="checkbox"/> zimní sporty
<input type="checkbox"/> vzdušné aktivity (tandemový seskok, bungee jumping)	<input type="checkbox"/> lanové překážky
<input type="checkbox"/> týmové hry (tenis, volejbal)	<input type="checkbox"/> kreativní aktivity
<input type="checkbox"/> relaxace a wellness	<input type="checkbox"/> společenský večer
<input type="checkbox"/> vzdělávání mimo obor profesního působení (hra na hudební nástroj, malování,...)	

9. Jaké časové období konání akce by Vám vyhovovalo nejvíce?

- 1 den 2 dny 3 dny a více

10. Vadilo by Vám, kdyby se teambuildingová akce konala ve Vašem pracovním volnu (například o víkendu)?

- ano ne

11. Ovlivnilo by Vaši účast složení účastníků?

- ano ne

12. Součástí teambuildingu jsou pracovní aktivity. Jaká forma by Vás zaujala nejvíce?

- seminář prezentace výsledků firmy
 diskuze na aktuální pracovní téma prezentace strategií vedoucím

13. Která forma dopravy by Vám vyhovovala nejvíce?

- autobus mikrobus automobil vlak

14. Který typ stravovacího programu by Vám nejvíce vyhovoval?

- polopenze plná penze all inclusive vlastní zajištění stravy

15. Jakou stravu preferujete?

- plnohodnotnou alternativní syrovou dělenou
 makrobiotickou kyselinotvornou zásadotvornou

16. Jaký typ ubytování byste si vybral/a?

- hotel****, ***** hotel*** penzion
 chata/chalupa apartmán motel

17. Jste:

- muž žena

18. Věkové rozhraní:

- 20-25 26-35 36-45 46-55 56 a více

19. Vaše pracovní pozice:

- zkušební technik personalista metrolog účetní
 zástupce laboratoře vedoucí laboratoře technik místoředitel
 manager jakosti asistent/ka ředitele

Příloha 4: Dotazník pro veřejnost

Dobrý den,

jmenuji se Romana Kubíková a jsem studentkou třetího ročníku Ekonomické fakulty Jihočeské univerzity v Českých Budějovicích. Nyní pracuji na bakalářské práci na téma Eventy a teambuilding jako součást motivačního programu vybrané společnosti. V rámci této práce provádím dotazníkové šetření, které by mě mělo seznámit s názory veřejnosti na téma teambuilding. Získané informace budou použity výhradně pro účel bakalářské práce. Dotazník je zcela anonymní.

Prosím zvolte odpovědi, které nejvíce vystihují Váš názor. Děkuji.

1. Víte, co znamená pojem teambuilding?

ano ne

2. Pořádá Váš zaměstnavatel teambuildingové akce?

ano ne nevím

3. Zúčastnili jste se už někdy teambuildingového programu?

ano ne

4. Myslíte si, že teambuilding je pro firmu prospěšný?

ano ne

5. Jak tuto aktivitu hodnotíte? (Známkujte jako ve škole)

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

6. Co by Vás motivovalo k účasti?

program akce kolegové
 odpočinek zábava zlepšení pracovních vztahů

7. Dáváte přednost aktivnímu využití volného času nebo upřednostňujete odpočinek?

aktivní využití volného času odpočinek aktivní využití volného času i odpočinek

8. Jaké aktivity Vás zaujaly, co by mělo být součástí akce?

<input type="checkbox"/> akční a střilečky (airsoft, lukostřelba, paintball)	<input type="checkbox"/> motokáry, čtyřkolky
<input type="checkbox"/> vodní aktivity (rafting, potápění, vodní skútr, aquazorbing)	<input type="checkbox"/> zimní sporty
<input type="checkbox"/> vzdušné aktivity (tandemový seskok, bungee jumping)	<input type="checkbox"/> lanové překážky
<input type="checkbox"/> týmové hry (tenis, volejbal)	<input type="checkbox"/> kreativní aktivity
<input type="checkbox"/> relaxace a wellness	<input type="checkbox"/> společenský večer
<input type="checkbox"/> vzdělávání mimo obor profesního působení (hra na hudební nástroj, malování,...)	

9. Jaké časové období konání akce by Vám vyhovovalo nejvíce?

- 1 den 2 dny 3 dny a více

10. Vadilo by Vám, kdyby se teambuildingová akce konala ve Vašem pracovním volnu (například o víkendu)?

- ano ne

11. Ovlivnilo by Vaši účast složení účastníků?

- ano ne

12. Součástí teambuildingu jsou pracovní aktivity. Jaká forma by Vás zaujala nejvíce?

- seminář prezentace výsledků firmy
 diskuze na aktuální pracovní téma prezentace strategií vedoucím

13. Která forma dopravy by Vám vyhovovala nejvíce?

- autobus mikrobus automobil vlak

14. Který typ stravovacího programu by Vám nejvíce vyhovoval?

- polopenze plná penze all inclusive vlastní zajištění stravy

15. Jakou stravu preferujete?

- plnohodnotnou alternativní syrovou dělenou
 makrobiotickou kyselinotvornou zásadotvornou

16. Jaký typ ubytování byste si vybral/a?

- hotel****, ***** hotel*** penzion
 chata/chalupa apartmán motel

17. Jste:

- muž žena

18. Věkové rozhraní:

- méně než 20 20-25 26-35
 36-45 46-55 56 a více

19. Vaše pracovní pozice:

- řadový pracovník střední management liniový management
 top management nezaměstnaný/á, student/ka

20. Velikost firmy, ve které pracujete:

- mikropodnik (do 10 zaměstnanců) malý podnik (do 50 zaměstnanců)
 střední podnik (do 250 zaměstnanců) velký podnik (nad 250 zaměstnanců)

21. Vlastník firmy, ve které pracujete:

tuzemský vlastník

zahraniční vlastník

22. Místo výkonu práce (kraj):

hlavní město Praha

Jihočeský

Ústecký

Královéhradecký

Vysočina

Olomoucký

Zlínský

Středočeský

Plzeňský

Liberecký

Pardubický

Jihomoravský

Moravskoslezský

Karlovarský

Příloha 5: Dotazník po skončení teambuildingového programu

Dobrý den,

tento dotazník je určený pro účastníky teambuildingu a měl by zjistit, zda byl pro Vás a pro firmu prospěšný. Prosím zvolte odpověď, která nejvíce vystihuje Vaše pocity po skončení teambuildingového programu. Děkuji.

1. Splnil teabuilding Vaše očekávání?

Ano

Ne

2. Zvolte možnost, která nejvíce vyjadřuje Vaše pocity po skončení teambuildingu:

Program mě moc bavil, cítil/a jsem se příjemně

Program se mi vůbec nelíbil, byl pro mě spíše stresující

Bylo mi to jedno

3. Změnily se po skončení teambuildingu pracovní vztahy?

Ano, pracovní vztahy se zlepšily

Ne, nic se nezměnilo

Ano, pracovní vztahy se zhoršily

4. Chtěl/a byste se v budoucnu teambuildingu znovu zúčastnit?

Ano

Ne

Příloha 6: Zajištění dopravy

Zajištění dopravy z Mostu do Lučan nad Nisou a zpět:

Dobrý den,

přeprava 15-20 osob z Mostu do Lučan n/N s odjezdem v pátek a návratem v neděli vyjde na 7200,-Kč + výdaje na ubytování a stravu řidiče.

Pokud budete potřebovat podrobnější informace, jsem Vám k dispozici také na níže uvedených tel. číslech.

S pozdravem a přáním hezkého dne

.....

Zajištění dopravy do Jablonce n/N, Liberce, Malé Skály a zpět:

Dobrý den paní Kubíková,

ceny jsou doplněny dle Vašeho požadavku:

Pátek: 16:15 z Lučan n/N do Jablonce n/N, zpáteční jízda v 18:00	600,-
Sobota: 9:00 Lučany n/N- Malá Skála (15:30)	1 450,-
19:30 Lučany n/N- Jablonec n/N (22:15)	700,-
Neděle: 9:00 Lučany n/N- Liberec (11:45)	1 200,-

S pozdravem a přáním hezkého začátku jara

.....

Zdroj: www.email.seznam.cz (2014)

Příloha 7: Ceníky ostatních služeb

Cena za ubytování

Ceník služeb platný od 18.11.2013

ceny v Kč za osobu/noc	do 15 osob	15-25 osob	26-40 osob
topná sezóna (1.září - 31.května)	280,-	250,-	220,-
mimosezóna	250,-	220,-	190,-

Cena zahrnuje ubytování ve 2-6 lůžkových pokojích, spotřebu studené a teplé vody, využívání společného příslušenství objektu, kuchyně a sociálního zařízení, spotřebu elektrické energie, plynu na vaření a platby rekreačních poplatků místnímu obecnímu úřadu.


Zdroj: www.barbora.org (2014)

Cena za půjčení raftu

 Půjčovna lodí	rezervace			
	Kanoe pro 2:	Kanoe pro 3:	Kajak	Raft
1 hodina nad jezem, včetně doplňků	150 Kč	170 Kč	150 Kč	250 Kč
Malá Skála - Dolánky	300 Kč	350 Kč	250 Kč	750 Kč
Spálov - Malá Skála	400 Kč	450 Kč	300 Kč	900 Kč
Spálov - Dolánky	450 Kč	500 Kč	350 Kč	1000 Kč
1 den	450 Kč	500 Kč	350 Kč	1000 Kč
2 dny	800 Kč	900 Kč	600 Kč	1800 Kč
3 dny	1100 Kč	1300 Kč	850 Kč	2700 Kč
4 a více dnů / cena za den	350 Kč	400 Kč	250 Kč	750 Kč

Zdroj: www.zlutaplovarna.cz (2014)

Cena za dopravu raftu z Dolánek na Malou Skálu

 Doprava lodí					
	na Spálov	z Dolánek	z Turnova	z Příšovic	z Březiny
200 Kč	160 Kč	250 Kč	420 Kč	560 Kč	700 Kč

Zdroj: www.zlutaplovarna.cz (2014)

Cena za pronájem kurtu

Městská hala - ceník 2014	
Prostory MH	Cena
Sál (kurt) - 25x15m 1 hod.	380,00 Kč
Sál (kurt) - 25x15m 1 hod. v letním období červen - srpen	300,00 Kč
Centrkurt 45x25m 1 hod. trénink, veřejnost	950,00 Kč
Centrkurt 45x25m 1 hod. trénink, veřejnost a v letním období červen - srpen	800,00 Kč
Centrkurt 45x25m 1 hod. zápas (v ceně mikrofon, combo, časomíra atd.)	1 200,00 Kč
Centrkurt 45x25m 1 hod. zápas (v ceně mikrofon, combo, časomíra atd.) červen - srpen	1 000,00 Kč
Celá hala 60x25m 1 hod.	1 500,00 Kč
Celá hala 60x25m 1 hod. v letním období červen - srpen	1 200,00 Kč
Badminton 1hod.	150,00 Kč
Badminton permanentka 10 vstupů / 1 hod.	1 250,00 Kč
Boxerský sál - jednotlivc	60,00 Kč
Boxerský sál - skupina 3 a více 18x4m	160,00 Kč
Tělocvična malá (s nářadím) 18x4m 1hod.	160,00 Kč
Aerobní sál 1 hod.	230,00 Kč
Zasedací místnost V.I.P. 1 hod.	160,00 Kč
Kuchyňka	50,00 Kč
Stolní tenis 1 hod / 1 stůl	70,00 Kč

Zdroj: www.sportjablonec.cz (2014)

Cena za půjčení hracího míče

Ostatní	
Vratná záloha na klíč se zámkem 1ks	100,00 Kč
Zapůjčení Comba pro nazvučení - 1 hod.	50,00 Kč
Zapůjčení mikroportu s mikrofonem - 1 hod.	50,00 Kč
Zapůjčení časomíry 1hod.	20,00 Kč
Zapůjčení audiovizuální techniky 1hod.	100,00 Kč
Nazvučení sálu 2 výkonné reproduktory, mix. pult 1 hod.	200,00 Kč
Nazvučení sálu 4 výkonné reproduktory, mixážní pult - 1 hod.	400,00 Kč
Zapůjčení košíčku na badminton 1ks	10,00 Kč
Zapůjčení rakety na badminton 1ks	50,00 Kč
Prodej nového košíčku na badminton 1ks	55,00 Kč
Zapůjčení míče (jakéhokoliv) 1ks	20,00 Kč
Zapůjčení míčku na stolní tenis 1ks	5,00 Kč
Zapůjčení pátky na stolní tenis 1ks	10,00 Kč
Kopie dokumentu na kopírce 1ks	2,00 Kč
Návleky na boty 1pár	5,00 Kč
Otevření MH na přípravu nebo úklid před 07:00 a po 22:00 hod. (1 hod / 1 člen personálu)	100,00 Kč

Zdroj: www.sportjablonec.cz (2014)

Cena za pronájem bowlingové dráhy

BOWLING

Funcentrum Zlatý Jelen nabízí 2-dráhový bezprovázkový bowling se score systémem firmy Qubica. Na každé z nich může hrát až 12 hráčů. Pro lepší požitek ze hry však doporučujeme, aby na jedné dráze hrálo max. 6 hráčů. Hráči mohou utvořit družstva a soutěžit mezi sebou v rámci jedné dráhy, ale i proti sobě spojením dvou drah. Při větším počtu hráčů je dobré rezervovat dráhy obě.

12:00-18:00 - 150Kč/hodina

18:01-00:00 - 250Kč/hodina

Ceny jsou včetně zapůjčení bowlingové obuvi. Přijďte i se svými dětmi! Bowlingovou obuv i koule máme také pro ně.

Zdroj: www.zlatyjelen-funcentrum.cz (2014)

Cena za motokáry

Kompletní ceník služeb

JÍZDA NA MOTOKÁRÁCH JE MOŽNÁ POUZE OD 15 LET!

Jízda = 10 minut

1 motokára: 170 Kč

10 jízd: 1.500 Kč

Dárkové poukazy: 170 Kč, 500 Kč, 1.000 Kč a 1.500 Kč

Zdroj: www.motokary-jablonec.cz (2014)

Cena za pronájem projekční techniky



595Kč - 1 den
895Kč - 1 víkend
Doručení kurýrem
po ČR zdarma



300Kč - 1 den
595Kč - 1 víkend

• Pronájem projektoru 2700 ANSI

Pronájem projektoru 2700 ANSI (kontrast: 4000:1). Rozlišení až do Full HD, **podpora 3D DLP**. Pronájem projektoru 2700 ANSI vyhovuje na malé akce, oslavy a večírky. Technologie: DLP, ColorBoost II+, Spectral Boost, DLP 3D.

Součástí balení: projektor 2700 ANSI, dálkové ovládání, VGA kabel, redukce VGA/DVI, Composite video kabel.

OBJEDNAT

• Pronájem plátna na stojanu 70" (180 cm), 1.3mx1.3m

Pronájem plátna pro projektor malého rozměru. Ideálně vyhovuje na projektory 2700 ANSI.

OBJEDNAT

Zdroj: www.rentfun.cz (2014)