

**JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH**

Ekonomická fakulta

Katedra obchodu a cestovního ruchu

Studijní program: B6208 Ekonomika a management

Studijní obor: Obchodní podnikání – cestovní ruch

## **Animace jako součást produktu vybraného hotelu**

Vedoucí bakalářské práce  
doc. Ing. Ján Oriška, PhD.

Autor  
Alžběta Jančová

**2013**

## ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Alžběta JANČOVÁ**  
Osobní číslo: **E10805**  
Studijní program: **B6208 Ekonomika a management**  
Studijní obor: **Obchodní podnikání**  
Název tématu: **Animace jako součást produktu vybraného hotelu**  
Zadávací katedra: **Katedra obchodu a cestovního ruchu**

### Zásady pro vypracování:

#### Cíl práce:

Specifikovat animaci jako součást produktu hotelu včetně zdůvodnění jejího významu v procesu uspokojování potřeb hotelových hostů. Na základě výsledků analýzy poskytovaných animačních služeb navrhnout možnosti zvýšení standardu těchto služeb.

#### Metodický postup:

1. Studium odborné literatury - knižní, časopisecké, elektronické
2. Zpracování východisek řešení problému bakalářské práce na základě hloubkové rešerše prostudovaných informačních zdrojů
3. Zdůvodněný výběr hotelu s produktem včetně animace - animačních služeb
4. Analýza podmínek poskytování animačních služeb hostům vybraného hotelu
5. Dotazníkové šetření spokojenosti hostů s poskytovaným standardem animačních služeb
6. Návrh možností zvýšení standardu poskytovaných animačních služeb vybraného hotelu

#### Rámcová osnova:

1. Úvod (včetně cíle a metodiky řešení).
2. Východiska zkoumání animace jako součástí produktu hotelu zpracované na základě literární rešerše.
3. Analýza podmínek poskytování animačních služeb vybraným hotelem a spokojenosti hostů se standardem těchto služeb.
4. Návrh možností zvýšení standardu animačních služeb jako součástí produktu vybraného hotelu.
5. Závěr.
6. Seznam použité literatury.

Rozsah grafických prací: **dle potřeby**  
Rozsah pracovní zprávy: **30 - 40 stran**  
Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná**  
Seznam odborné literatury:

**Beránek, J., Kotek, P. Řízení hotelového provozu. 4. vyd. Praha: Grada Publishing, 2007.**

**Černý, J., Krupička, J. Moderní hotel. Úvaly: Ratio, 2007.**

**Gúčík, M. a kol. Cestovný ruch, hotelierstvo, pohostinstvo. Výkladový slovník.**

**Bratislava: Slovenské pedagogické nakladateľstvo, 2006.**

**Hesková, M. a kol. Cestovní ruch pro vyšší odborné školy a vysoké školy. 2. upravené vyd. Praha: Fortuna, 2011.**

**Horner, S., Swarbrooke, J. Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času. Praha: Grada Publishing, 2003.**

**Orieška, J. Animácia v cestovnom ruchu. Banská Bystrica: Ekonomická fakulta a Občianske združenie Ekonómia, 2004.**

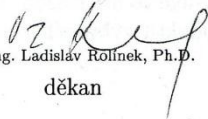
**Orieška, J. Služby v cestovním ruchu. Praha: Idea Servis, 2010.**

**Pásková, M., Zelenka, J. Cestovní ruch - výkladový slovník. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2002.**

Vedoucí bakalářské práce: **doc. Ing. Ján Oriška, Ph.D.**  
UMB EF BB

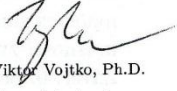
Datum zadání bakalářské práce: **15. února 2012**

Termín odevzdání bakalářské práce: **16. dubna 2013**

  
doc. Ing. Ladislav Röllnek, Ph.D.

děkan

JIHOČESKÁ UNIVERZITA  
V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH  
EKONOMICKÁ FAKULTA  
Studená 19  
370 05 České Budějovice

  
Ing. Viktor Vojtko, Ph.D.

vedoucí katedry

V Českých Budějovicích dne 15. března 2012

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma „Animace jako součást produktu vybraného hotelu“ vypracovala samostatně s použitím pramenů a literatury uvedených v seznamu citované literatury.

Prohlašuji, že v souladu s § 47 zákona č. 111/1998 Sb. v platném znění souhlasím se zveřejněním své bakalářské práce, a to – v nezkrácené podobě vzniklé vypuštěním vyznačených části archivovaných Ekonomickou fakultou – elektronickou cestou ve veřejně přístupné části databáze STAG provozované Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích na jejich 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 These.cz provozovanou Národním registrem vysokoškolských kvalifikačních prací a systémem na odhalování plagiátorství.

V Českých Budějovicích .....

.....

Alžběta Jančová

## **Poděkování**

Mé díky patří především vedoucímu bakalářské práce doc. Ing. Jánu Oriěškovi, PhD. za jeho odborné konzultace, cenné rady a připomínky, díky kterým vznikla tato bakalářská práce. Dále také děkuji zaměstnancům Wellness hotelu ve Frymburku, kteří mi umožnili provést terénní šetření v hotelu.

## Osnova

1. Úvod .....	3
2. Východiska řešení problému zpracované na základě hloubkové literární.....	4
rešerše .....	4
2. 1. Hotel jako kategorie ubytovacího zařízení .....	4
2. 2. Produkt hotelu, jeho charakteristika a specifikace .....	5
2. 3. Místo animace v produktu hotelu .....	9
2. 4. Specifikace podmínek poskytování animačních služeb .....	11
2. 4. 1. Organizačně-personální podmínky .....	11
2. 4. 2. Materiálně-technické podmínky .....	12
2. 4. 3. Ekonomické podmínky .....	13
3. Metodika řešení problému.....	15
3. 1. Objekt zkoumání, cíl práce.....	15
3. 2. Hypotézy.....	15
3. 3. Metodika práce .....	15
4. Výsledky řešení problému.....	17
4. 1. Charakteristika Wellness hotelu Frymburk.....	17
4. 2. Analýza podmínek poskytování animačních služeb Wellness hotelem... Frymburk .....	20
4. 2. 1. Organizačně-personální podmínky .....	20
4. 2. 2. Materiálně-technické podmínky .....	22
4. 2. 3. Ekonomické podmínky .....	25
4. 3. Výsledky dotazníkového průzkumu spokojenosti hostů s produktem hotelu s důrazem na standard poskytovaných služeb .....	25
4. 3. 1. Vyhodnocení řízeného rozhovoru s obchodní ředitelkou Wellness hotelu Frymburk .....	26
4. 3. 2. Vyhodnocení dotazníkového průzkumu .....	28
4. 4. Návrh možností zvýšení standardu animačních služeb jako součástí ..... produktu vybraného hotelu.....	37
5. Závěr.....	45
6. Summary .....	47
7. Seznam použité literatury .....	49

7. 1. Zdroje literatury .....	49
7. 2. Webové zdroje.....	49
8. Seznam tabulek a grafů .....	53
9. Přílohy .....	54

## 1. Úvod

Jedním z hlavních motivů účasti na cestovním ruchu je touha po odpočinku, po odreagování a po kontaktu s jinými lidmi. Obyvatelstvo vyspělých zemí touží po útěku od každodenního stereotypu všedního dne a s růstem životní úrovně a fondu volného času se tendence po útěku zvyšuje. Animace, která je založená na aktivním využívání volného času, má schopnost naplnit uvedená přání. Jejím cílem je vytvořit příjemnou atmosféru během dovolené a zintenzivnit zážitky z dovolené. Animace může tvořit součást produktu jednotlivých ubytovacích zařízení, středisek cestovního ruchu, nebo cestovních kanceláří, jako organizátorů služeb cestovního ruchu.

V bakalářské práci se budu zabývat animací, jako součástí produktu vybraného hotelu. Zaměřím se na specifikaci místa animace v produktu hotelu a na její význam v procesu uspokojování potřeb hotelových hostů. Analýzou budu zjišťovat, zda má hotel dostatečné podmínky k poskytování animačních služeb. Pro provedení této analýzy byl vybrán Wellness hotel Frymburk. Osobním dotazováním hotelových hostů budu zjišťovat jejich spokojenost s poskytovaným standardem služeb s důrazem na animaci. Nedílnou součástí terénního průzkumu bude i řízený rozhovor s obchodní ředitelkou hotelu. Na základě získaných výsledků sestavím návrh animačního programu, jako možnost zvýšení standardu poskytovaných animačních služeb Wellness hotelem Frymburk.



## 2. Východiska řešení problému zpracované na základě hloubkové literární rešerše

V této kapitole budu věnovat pozornost řešené problematice za použití odborné literatury. Uvedu zde názory a poznatky jednotlivých autorů, jejichž publikace jsou věnovány zkoumaným otázkám. Nejdříve se zaměřím na charakteristiku hotelu jako jedné z kategorií ubytovacích zařízení a jeho produktu. Následně objasním pojem animačních služeb, které mohou být součástí produktu hotelu. Poslední subkapitolu věnuji struktuře podmínek nezbytných pro poskytování animačních služeb.

### 2. 1. Hotel jako kategorie ubytovacího zařízení

Zařízení, působící na trhu cestovního ruchu, které mají kompetenci poskytovat ubytovací služby včetně příslušných doplňkových služeb, podléhají Oficiální klasifikaci ubytovacích zařízení České republiky. Klasifikaci sestavila a vydala Asociace hotelů a restaurací České republiky ve spolupráci s Ministerstvem pro místní rozvoj ČR a Českou centrálou cestovního ruchu pro období roku 2013 – 2015. Jejím účelem je jednotné začlenění jednotlivých ubytovacích zařízení do kategorií. Podle druhů ubytovacích zařízení tak rozlišujeme kategorie hotel, hotel garni, penzion, motel a hotel.

Než se zaměříme na hotel, jako kategorii ubytovacího zařízení, je nezbytné nejdříve vymezit pojem ubytovací zařízení. Pásková a Zelenka (2007, s. 300) ve své publikaci definují ubytovací zařízení jako „*objekty, prostory nebo plochy, kde je veřejnosti poskytováno ubytování*“. Oriěška (2012, s. 118) ubytovací zařízení dále člení podle způsobu výstavby, doby provozu, podle druhu ubytovacího zařízení, podle druhů cestovního ruchu a také podle doporučení UNWTO. Uvedené doporučení rozeznává individuální ubytování a hromadná ubytovací zařízení. Jako hromadná ubytovací zařízení jsou označovány penziony, motely, botely a hotely.

Oficiální jednotná klasifikace ubytovacích zařízení České republiky (2013, s. 2) definuje hotel jako „*ubytovací zařízení s nejméně 10 pokoji pro hosty vybavené pro poskytování přechodného ubytování a služeb s tím spojených*“. V souladu s představenou klasifikací se hotel dále zařazuje do pěti tříd. U jednotlivých tříd jsou vypsány minimální požadavky na vybavení hotelu a služby, které musí odpovídat požadované úrovni a rozsahu. Součástí hotelu jsou takzvané ubytovací jednotky, které mají různorodou podobu. Mohou být tvořeny buď samostatnými pokoji, nebo se může

jednat o soubor místností. Hotely se společně budují i se stravovacím provozem (Orieška, 2010, s. 117).

Hotel může být uzpůsoben klientele, pro kterou zabezpečuje ubytování, nebo svému umístění či službám, na které se specializuje. Podle této skutečnosti rozlišujeme různé typy hotelů, jako je apartmánový hotel, kongresový hotel, wellness hotel, lázeňský hotel, boutique hotel, baby hotel a další. Apartmánový hotel je ve Výkladovém slovníku cestovního ruchu (2007, s. 22) definován jako „*hotel s ubytováním výhradně v apartmá*“. Další typem hotelu je baby hotel. Vybavení a služby tohoto hotelu jsou přizpůsobeny rodinám s dětmi. Díky této skutečnosti v hotelu existuje potenciál zavést pro děti programy, které jsou projektovány organizátory volného času. Butik hotel neboli butikový hotel je specifický svým umístěním v budově s jedinečným uměleckým a architektonickým motivem. Orieška (2011, s. 119) interiér tohoto typu hotelu označuje za luxusní až exkluzivní, čemuž odpovídá i úroveň poskytovaných služeb. Dalším specifickým hotelem je kongresový hotel, jehož koncepce je zaměřená na nabídku kongresových služeb. Aby hotel byl kompetentní k poskytování kongresových služeb, musí disponovat odpovídajícími prostory a prostředky, které podle Heskové a kol. (2011, s. 115), zahrnují kongresové sály a kongresová centra spolu s kompletním vybavením. Hotel, který poskytuje přechodné ubytování lázeňským hostům, se označuje jako lázeňský hotel nebo lázeňské sanatorium. Hesková a kol. (2011, s. 114) upozorňuje na požadavek, který je kladen na tento typ hotelu. U lázeňského hotelu je nutné zohlednit skutečnost, že je využíván pro přechodná ubytování hostů v délce několika dnů nebo i týdnů. To znamená, že stavební řešení spolu s provozním a dispozičním uspořádáním je nezbytné tomuto požadavku uzpůsobit. Na podobném principu jsou postavené i wellness hotely. Ty jsou zřizovány za účelem poskytnout přechodná ubytování hostům, u kterých je motivem návštěvy hotelu účast na zdravotním cestovním ruchu. Obvykle má tato modifikace hotelu k dispozici sportovní a rekreační zařízení.

## 2. 2. Produkt hotelu, jeho charakteristika a specifikace

V průběhu dovolené nedochází v hotelu ke vzniku poptávky pouze po jedné službě. Z tohoto důvodu je kladen požadavek na sestavení takové nabídky, která bude zahrnovat soubor služeb a bude mít kompetenci k naplnění potřeb, kdy hlavním motivem účasti na cestovním ruchu je získání zážitku a to komplexně. V této

subkapitole bude věnována pozornost produktu hotelu a specifikaci služeb tvořící tento produkt.

K uspokojení potřeb účastníků cestovního ruchu slouží přírodní neboli volné statky, služby, zboží a veřejné statky. Mezi veřejné statky zahrnujeme městské prostory, atraktivitu uměle vytvořené a kulturní krajinu. Souhrn představených statků je označován jako produkt cestovního ruchu. Oriška (2011, s. 8) tento pojem charakterizuje jako „*vše, co je nabízeno na trhu cestovního ruchu a má schopnost uspokojit potřeby účastníků cestovního ruchu, a vytvořit tak komplexní soubor zážitků*“. Freyer (2006, s. 134) zas uvádí, že produkt určený turistům se skládá ze všeho, co turisté poptávají. V jiné zahraniční publikaci od L. a W. Dwyera, Forsytha (2010, s. 137) je zmíněno, že výstupy firem, působících na trhu cestovního ruchu, představují kombinaci výrobků a služeb. Nabídka destinací a subjektů, podnikajících v cestovním ruchu, je tvořena především službami.

Nabídku hotelu Oriška (2011, s. 116) popisuje jako kombinaci ubytovacích, stravovacích a doplňkových služeb. Pojmu ubytovací služby rozumíme „*poskytnutí přenocování nebo přechodného ubytování účastníkům cestovního ruchu mimo místo jejich trvalého bydliště*“. Ubytovací služby se řadí mezi služby cestovního ruchu, které jsou podle Orišky (2011, s. 13) charakteristické tím, že „*převážně uspokojují potřeby účastníků cestovního ruchu*“. Ubytovací služby jsou v hotelu poskytovány spolu se stravovacími službami jako základní služby. Podle Křížka a Neufuse (2009, s. 22) je nabídka hotelu kromě ubytovacích služeb tvořena službami, mezi které patří stravovací, společensko-zábavní, relaxační, konferenční a další. Představené služby jsou hotelem poskytovány v závislosti na klasifikaci hotelů.

Další část nabídky hotelu představují doplňkové služby. Pásková a Zelenka (2007, s. 66) označují doplňkové služby cestovního ruchu obecně jako „*služby komplementární k základním službám cestovního ruchu*“. Oproti základním službám služby doplňkové uspokojují primární potřeby účastníků cestovního ruchu a využívají atraktivitu turistických oblastí. V hotelu jsou doplňkové služby spojené s péčí jak o samotného hosta, tak i o jeho majetek. Oriška (2011, s. 14) mezi další doplňkové služby, tvořící nabídku hotelu, řadí služby spojené s péčí o volný čas hosta. Beránek (2007, s. 129) za doplňkové služby označuje fitness, tenis, bazény apod. Ke stravovacím, ubytovacím a doplňkovým službám, které hotel nabízí, Beránek přiřazuje i služby osobní. Tato skupina je pak tvořena službami, jako je čištění obuvi, praní prádla, donáška zavazadel

a etážový servis. Horner a Swarbrooke (2003, s. 283) k osobním službám hotelu dodávají, že jejich cílem je odlišit se od konkurenčních hotelů. Királ'ová (2007, s. 13) produkt hotelu charakterizuje jako „*celkový balík nabízených služeb hotelu*“. Definicí však doplňuje dalšími prvky, jako je architektonické ztvárnění včetně celkového zařízení budovy hotelu, které také představují součást nabídky hotelu.

Pokud se zaměříme na ekonomickou stránku služeb, lze je rozdělit na placené a neplacené. Jsou tak poskytovány buď za úplatu, nebo zdarma. Oriška (2011, s. 133) uvádí, že „*s výší třídy roste standard poskytovaných služeb a více placených služeb přechází do skupiny služeb zařazených mezi neplacené*“. Pro hoteliéra je také rozhodující, jakým způsobem chce poskytování jednotlivých služeb hradit. V případě, že zdrojem pro krytí služeb bude jejich cena, hovoříme o placených doplňkových službách. Cílem sestavené ceny je nejen úhrada vzniklých nákladů, ale také zajištění určitého zisku pro producenta služby. Oriška (2011, s. 15) uvádí, že náklady vzniklé ze spotřeby neplacených služeb, lze uhradit z výnosů, které plynou z poskytování služeb placených. Mezi placené služby můžeme zařadit služby, kde je vyžadována přítomnost dalšího subjektu, tedy jejího poskytovatele. Jedná se zejména o služby tlumočnické, průvodcovské nebo animační. Zapadají sem i služby, jejichž existence je podmínována přítomností příslušného zařízení či vybavení. Do této skupiny patří půjčování sportovních potřeb, dopravních prostředků dále sem můžeme zařadit praní prádla, jeho čištění či žehlení. Pro neplacené služby je charakteristické, že nejsou tolik finančně náročné a proto jsou nabízeny bezplatně. Do skupiny neplacených služeb tak řadíme poskytování informací, buzení hotelových hostů, úschova jejich zavazadel a cenností, půjčování ať už her nebo denního tisku.

Služby lze dále dělit na služby poskytované v době příjezdu hosta do hotelu, v průběhu jeho pobytu a při odjezdu z hotelu. Služby, které jsou tak hostům poskytovány v průběhu jeho pobytu v hotelu, zařazuje Beránek (2004, s. 28) mezi služby recepční. V rámci recepčních služeb jsou poskytované služby, vztahující se k rezervaci pokojů, k příjmu hosta do hotelu, k jeho registraci nebo k inkasu za poskytnuté služby. K recepčním službám se dále přiřazují směnárenské služby, poskytování informací, předávání zpráv, čištění obuvi a oděvu anebo nošení zavazadel. Beránek (2004, s. 52) však upozorňuje na to, že pouze u hotelů, disponující menší kapacitou, jsou služby vrátnice, zajišťující už zmíněné nošení zavazadel, spojeny s recepčními službami. V jiných případech jsou vrátnice zřizována jako samostatná

pracoviště. Zaměstnanci tohoto pracoviště poskytují služby spojené s výdejem klíčů od pokojů a jejich následným sběrem, s buzením hostů, s půjčováním sportovních zařízení apod. Vrátnice je pod vedením hlavního vrátného, který je podřízený vedoucímu recepčních služeb. Tento způsob rozdělení služeb v hotelu uvádí i Oriška (2011, s. 128). Úsek příjmu hosta, který je součástí ubytovacího úseku hotelu, dále rozděluje na dvě pracoviště. Jedná se o recepci, kde probíhá zajištění rezervací, příjem hosta do hotelu a jeho odbavení, a vrátnici, kde své služby poskytuje nosič zavazadel, pochůzkář nebo dveřník. Beránek (2004, s. 30) poukazuje i na jiný způsob rozdělení recepčních služeb. Hlediskem tohoto rozdělení je opět velikost hotelu. Pro zvýšení efektivity práce ve větších hotelech se pro poskytování recepčních služeb zavádí více oddělení, která jsou na sebe napojená. Jedno oddělení se tak může věnovat rezervacím pokojů, nošení zavazadel a otevírání vchodových dveří. Další oddělení pak může zajišťovat pouze příjem a odbavení hosta, směnárenské služby, inkaso a telekomunikační služby.

Oriška (2011, s. 130) uvádí, že během pobytu jsou hosty využívány i služby pokojské a hotelové hospodyně. Tyto pracovnice působí v lůžkové části hotelu. Pokojská má především na starosti úklid hotelových pokojů. Beránek (2004, s. 84) pro pracovní úsek, který je pod vedením hotelové hospodyně, používá označení housekeeping. Tento úsek zahrnuje prostory hotelových pokojů, veřejné prostory uvnitř a mimo hotelu včetně restauračních prostorů a další.

Hotelový produkt se po uplynutí určité doby může dostat do stádia, kdy je vyžadována jeho inovace či doplnění jinými, novými službami. Kratochvíl a Pažout (2007, s. 31) mezi důvody obnovy či tvorby nového produktu zařazuje konkurenci, a to v případě, že na trh zavedla nový produkt, nebo žádost zákazníka o novou službu. Touha po novém produktu může plynout i od samotného managementu hotelu. Pokud zmíněné důvody nutí hotel k zavedení další služby do svého stávajícího konceptu, měla by v první řadě přijít na řadu analýza příslušného trhu. Pro získání kompetentních informací se aplikuje takzvaný marketingový výzkum. Kratochvíl, Pažout (2007, 33) tento termín popisují jako „*systematické a objektivní vyhledávání, zpracovávání a analyzování dat o trhu, prostředí a efektivnosti řídicí činnosti.*“ V průběhu realizace výzkumu se postupuje podle předem stanovených kroků. Ty zahrnují formulaci řešeného problému a odůvodnění jeho zkoumání, sestavování hypotéz, které po provedení výzkumu budou potvrzeny nebo vyvráceny, volba metody průzkumu a způsobu jeho vyhodnocení. V případě realizace průzkumu v terénu, je potřebné definovat dotazované

respondenty a jejich počet. V poslední fázi průzkumu je úkolem tazatele vyvodit z takto provedeného průzkumu závěr a předložit výsledky. Swarbrook a Horner (2003, s. 171) považují za nezbytné doplnit prováděný výzkum trhu obchodní analýzou. Jejím úkolem je poukázat na náklady, které jsou spojené se zaváděním nového produktu, a na jejich návratnost. Podle Heskové a kol. (2011, s. 71) mají finanční, technické a další prostředky určené pro zabezpečení produktu schopnost ovlivnit samotný návrh a způsob jeho sestavení.

Nový produkt je v hotelu nabízen nejdříve k jeho vyzkoušení. Cílem tohoto kroku je zaznamenat reakci zákazníků a uspořít zbytečně vynaložené finanční prostředky. Existuje totiž možnost, že nově zavedený produkt bude ve finále zákazníky odmítán. Nakonec nastává samotná komercializace, kdy je nově sestavený produkt zaváděn na trh. Zde by hotel měl očekávat, že ho tato fáze bude stát nemalé částky. Vysoké náklady jsou zde spojené s podporou prodeje, protože zákazník musí být nějakým způsobem obeznámen s novým produktem (Swarbrook, Horner, 2003, s. 170).

### 2. 3. Místo animace v produktu hotelu

Na trhu cestovního ruchu se stále více setkáváme se službami volného času. Důvodem je touha po aktivním prožití dovolené, po aktivní účasti na společenských akcích a po možnosti si odnést z dovolené nějaký zážitek. K naplnění těchto přání může přispět animace. To potvrzuje i Oriška (2011, s. 257), který spojuje animaci s aktivním využíváním volného času. Tento typ služby je charakterizován organizováním volného času, během kterého dochází k realizaci rozličných aktivit. Stručně lze říci, že „*animace je podnět – impuls ke společné činnosti ve volném čase a během dovolené*“.

Animace zaujímá v produktu hotelu místo doplňkové služby. Zároveň se jedná o „*tu část produktu cestovního ruchu, která má zabezpečit dovolenou bohatou na dojmy a zážitky*“. Při sestavování animačního programu, který tvoří součást nabídky hotelu, by měly být zohledněny potřeby a motivy hostů hotelu po účasti na cestovním ruchu. Podle Orišky (2004, s. 6) aktivity, realizované v rámci animace, „*vycházejí z přirozené potřeby po odдыхu a rozptýlení ve volném čase*“. Animační program by tak měl obsahovat sportovní, tvůrčí, vzdělávací, poznávací, dobrodružné a další činnosti. Fišerová (2008, s. 62) dodává, že animační program by měl být sestaven tak, aby „*ulehčoval kontakty, obnovoval schopnost přiblížit se k jiným lidem a komunikovat*“.

s nimi“. Dalším požadavkem je prostřednictvím animačního programu podnítit fantazii hosta, zajistit klidnou a uvolněnou atmosféru. Host by během realizace animačních aktivit měl zažít úspěch a získat ocenění.

V procesu uspokojování potřeb hotelových hostů má animační služba své místo. Oriška (2004, s. 120) uvádí, že animace napomáhá především k odreagování hotelových hostů. Důvodem účasti na cestovním ruchu je totiž útek od stereotypu všedního dne. Po dobu dovolené jsou tak odmítány jakékoliv činnosti, které jsou vykonávány v zaměstnání nebo v místě bydliště hosta. Hesková a kol. (2011, s. 120) uvádí, že další vhodné využití animace nastává ve chvíli, kdy není možné realizovat naplánovaný program z důvodu nepříznivého počasí.

Význam animace roste v hotelech s nadměrnou kapacitou, která je zapříčiněna zvyšujícím se počtem účastníků v cestovním ruchu. U velkých hotelových komplexů je běžné, že se v nich vytrácí kontakt mezi hoteliérem a jeho klientem. Oriška (2003, s. 8) uvádí, že ztráta styku mezi těmito subjekty způsobuje růst společensko-komunikativních potřeb hostů. Rostoucí potřeby lze uspokojit prostřednictvím animace. Hoteliér pak má možnost lépe poznat svého hosta, a díky této skutečnosti ví, co je pro něho vyhovující.

Další výhodou animace, kterou je vhodné zmínit, je její všestrannost. Výše už bylo řečeno, že animace je založená na pohybových aktivitách, na meditačních, dobrodružných, tvořivých nebo vzdělávacích činnostech. Animaci tak lze adaptovat na všechny skupiny hostů hotelu a vytvořit tak program, který bude vyhovovat jak rodinám s dětmi, skupině lidí v pokročilém věku nebo mladým a aktivním lidem (Oriška, 2004, s. 13).

Jestliže hoteliér uvažuje o zavedení animace do své nabídky, je na místě sledovat podmínky k jejímu poskytování. Podle Orišky (2004, s. 37) je především nutné, aby hotelový hosté disponovali dostatečným fondem volného času. Dumazedier volný čas definuje jako „*soubor činností, které jednotlivec vykonává podle svých preferencí, pro odpočinek anebo zábavu, případně pro rozvoj své informovanosti, osobnosti, dobrovolné sociální činnosti anebo tvořivých schopností ve chvíli, kdy splnil své povinnosti v zaměstnání, rodinné anebo sociální závazky*“. Od dostatečné délky volného času se odvíjí i délka pobytu hostů v hotelu, která je pro poskytování této služby nezbytná. Oriška (2004, s. 7) dále poukazuje na potřebu přizpůsobit animaci na

produkt hotelu. Hoteliér by také neměl opomenout další podstatnou součást animace a to informace. Škodová - Parmová (2003, s. 76) tvrdí, že „*písemné informace musí být v takové formě, aby hosty oslovili*“.

## 2. 4. Specifikace podmínek poskytování animačních služeb

U každé služby, která je zahrnuta do produktu hotelu, je kladen požadavek na její zajištění. Výjimku netvoří ani animační služby. V případě zájmu o tvorbu a následnou nabídku této služby, je hoteliér nucen zajistit vybavenost hotelu potřebnými prostředky. V této kapitole budou upřesněny organizační, personální, materiální a ekonomické podmínky zajištění animačních služeb.

### 2. 4. 1. Organizačně-personální podmínky

Služby mají nemateriální charakter. Proto v průběhu poskytování služeb je nezbytná přítomnost jejího poskytovatele. Pro zařazení animačních služeb do nabídky hotelu je nutné mít k dispozici animátora, ve velkém hotelu případně i manažera volného času. Jedná se o pracovníky disponující odpovídajícími předpoklady pro vykonávání představených profesí. Jak animátor, tak manažer volného času však mají jiné kompetence a povinnosti.

Manažer volného času je takzvaným organizátorem aktivit, tvořící součást animačního programu. Tuto profesi podle Orišky (2011, s. 262) musí vykonávat odborník cestovního ruchu, který disponuje osobními předpoklady a jazykovými schopnostmi. Aby mohl být animační program zprostředkován hotelovým hostům, musí mít organizátor k dispozici i animátora. Pásková, Zelenka (2002, s. 20) pojem animátor představují jako „*osobu, která je odpovědná za plánování a organizování sociálních, kulturních, sportovních a dalších aktivit volného času – za stimulaci cestujících zúčastnit se jich, a to v hotelu, v turistické destinace, na výletní lodi apod*“. Jeho náplní je především příprava a realizace animačních programů. Fišerová (2008, s. 65) uvádí, že pro vzdělávání animátorů jsou zřízené speciální kurzy. Vyškolené animátory pak rozlišujeme podle toho, na jakou věkovou skupinu hostů se specializují. Není však podmínkou využívat animátory vyškolené pomocí speciálních kurzů. Hoteliér se může sám věnovat vzdělání animátorů dle vlastních požadavků, které klade na jejich činnost.



Počet animátoru pro zabezpečení animačních služeb závisí obvykle od velikosti hotelu, případně od rozsahu animačního programu.

Hotel má možnost pro personální zabezpečení animačních služeb využít pracovníky s tradičním povoláním. Oriška (2011, s. 263) mezi pracovníky s tradičním povoláním řadí učitele tělocviku, hudební výchovy, výtvarné výchovy, tance nebo herectví. Pro zajištění příležitostných společenských a jiných akcí pořádané v rámci animace lze využít moderátory, režiséry, hudebníky nebo zpěváky.

Náplní organizátora volného času, jak už bylo uvedeno, je tvorba návrhu aktivit do animačního programu. Fišerová (2008, s. 68) definuje animační program jako „*program odpočinku, kdy je vytvářen plán se zaměřením na realizaci turistických, sportovních, ozdravovacích, kulturních, poznávacích a amatérských činností*“. Animační programy musí být přizpůsobeny činitelům, mezi které patří věková struktura hostů a tomu odpovídající náročnost aktivit. Programy musí být upraveny podle ročního období a při jejich sestavování je organizátor povinen brát ohled na materiální podmínky, které má k dispozici. Důležitou roli hrají také zájmy jednotlivých hostů (Oriška, 2011, s. 260). Při tvorbě animačního programu jsou největší bariérou zvyky hostů neboli stereotyp, který si sebou přinášejí na dovolenou. V případě, že je animační program dostatečně atraktivní, je pak způsobit odstranit tuto bariéru.

Fišerová (2008, s. 68) také uvádí, jak se má postupovat při sestavování animačního programu. Prvním krokem je zvolit si segment, na který bude program přizpůsoben. Následně se stanoví místo a čas realizace programu včetně jeho náplně. Dále přichází na řadu zajištění animačních aktivit potřebnými pomůckami a vybavením. Za pomoci informačních nástrojů se v konečné fázi zajistí poskytnutí potřebných informací o průběhu akce.

#### 2. 4. 2. Materiálně-technické podmínky

Materiální a technické zajištění je dle Fišerové (2008, s. 70) představováno prostory exteriéru a interiéru, příslušnými zařízeními a pomůckami, které jsou nezbytné k vykonávání aktivit zařazených do animačního programu. V prostorách interiéru lze realizovat indoorové aktivity. Oriška (2011, s. 265) jako interiérové prostory označuje tělocvičny, hřiště, sauny nebo solária. Součástí animačního programu mohou být i outdoorové aktivity, jejichž nevýhodou je závislost na počasí a ročním období. Tyto

aktivity se realizují mimo uzavřené prostory, mezi které Fišerová řadí hřiště, venkovní bazény, cyklostezky, sjezdovky, kluziště, běžecké dráhy, lanová centra a další.

Půjčovnu sportovního vybavení a výstroje Fišerová (2008, s. 71) považuje za předpoklad realizace animačních aktivit. Oriška (2011, s. 265) uvádí, že existují specializované nebo univerzální půjčovny, kde má host možnost si vypůjčit nástroje určené pro realizaci rozličných sportovních aktivit. Půjčovny mohou tvořit součást hotelu anebo jsou ve střediscích cestovního ruchu zřízeny jako samostatná střediska, která tak slouží všem návštěvníkům střediska.

Na zabezpečení jsou nejnáročnější tvořivé, vzdělávací, objevovací a poznávací činnosti. Oriška (2011, s. 270) uvádí, že pro realizaci tvořivých činností by hotel měl mít zajištěné především prostory, jako jsou různé ateliéry. Mezi potřebné pomůcky lze řadit umělý nebo přírodní uhel, pastely, vodové barvy, tužky nebo pastelky apod. Pro modelování různých předmětů je naopak nezbytná sádra, tmel, sníh, textil, kůže, papír nebo sláma, lýko, proutí a další. Pro vzdělávací, objevovací a poznávací činnosti jsou v interiéru hotelu nejvhodnější prostory, kde lze pořádat přednášky, promítat fotografie nebo filmy a pořádat kurzy. Naopak v exteriéru hotelu je pro realizaci vzdělávacích, objevovacích a poznávacích činností vyžadována přítomnost zajímavého prostředí, pamětihodností nebo kulturního dědictví.

Dobrodružné aktivity, které také mohou být součástí animačního programu, vyžadují přítomnost místních a technických podmínek. Hotel by měl mít ve svém exteriéru nějakou přírodu, jako les nebo pláž pro pořádání táboráků, pikniků, barbecue nebo nočního putování a objevování něčeho neznámého. Pro zařazení adrenalinových sportů do animačního programu je vyžadována přítomnost podmínek pro realizaci bungee jumping, raftingu, kitingu a dalších extrémních sportů. Pro uskutečnění animace pro děti je podle Orišky (2011, s. 273) ideální vyčlenit hernu vybavenou dětskými, společenskými hrami nebo televizorem. V exteriéru hotelu je žádoucí mít k dispozici letní posezení, zahradu nebo dětské hřiště, kde by byla možnost i venkovního grilování.

#### 2. 4. 3. Ekonomické podmínky

Příprava a následné uskutečnění služby sebou přináší patričné náklady. Hoteliér musí počítat s výdaji, které jsou spojené s hrazením práce animátorů, se zajištěním prostředků vyhrazených pro realizaci služby a s dalšími potřebnými náklady. Z tohoto důvodu je

nutné mít k dispozici dostatečné množství finančních prostředků, aby mohly být vzniklé náklady pokryty. Organizátor má podle Orišky (2001, s. 266) za úkol vytvořit plán nákladů, kde budou klasifikovány všechny vzniklé náklady spojené s realizací animačních služeb. Vzniklé náklady jsou pak hrazeny z prostředků ve formě vlastních zdrojů, nebo různých příspěvků.

Pokud hoteliér o animaci uvažuje jako o službě placené, náklady spojené s jejím poskytováním je pak schopen uhradit z tržeb plynoucích z užití této doplňkové služby. Proto zde vzniká požadavek na tvorbu plánu tržeb, jehož součástí je cena. Oriška (2004, s. 50) upozorňuje na to, že *„cíl při tvorbě ceny by měl být orientovaný především na prodej, až potom na zisk“*.

Užitečným faktorem, který je vhodné ze strany hoteliéra sledovat, je ekonomický efekt, plynoucí ze spotřeby animačních služeb. Oriška (2011, s. 266) rozděluje ekonomický efekt na přímý a nepřímý. Jejich rozdílnost spočívá v okamžiku, kdy se projeví. Zatímco přímý efekt na sebe poukáže krátce po spotřebě služby a to v podobě zisku, u nepřímého efektu je to naopak. S příznivým nepřímým efektem je spojena vzrůstající návštěvnost hotelu. Návštěvnost, ať už se jedná o její pokles nebo vzrůst, se však projeví až po uplynutí určité doby.

### 3. Metodika řešení problému

#### 3. 1. Objekt zkoumání, cíl práce

Objektem zkoumání je schopnost Wellness hotelu Frymburk nabízet a realizovat animační služby jako součást jeho produktu ubytovaným hostům.

Cílem bakalářské práce je specifikovat místo animace v produktu hotelu včetně zdůvodnění jejího významu v procese uspokojování potřeb hotelových hostů a na základě výsledků analýzy poskytovaných animačních služeb jako součást produktu vybraného hotelu navrhnout možnosti zvýšení standardu těchto služeb.

#### 3. 2. Hypotézy

Pro bakalářskou práci jsem vymezila hypotézy, které prostřednictvím výsledků z dotazníkového šetření potvrdím nebo vyvrátím a to za použití statisticko-matematických metod.

1. Hosté hotelu nejsou spokojeni s dosavadním rozsahem doplňkových služeb.
2. Hosté mají zájem o animační služby.
3. V hotelu mají hosté větší zájem o sportovní a pohybové aktivity než o animaci pro děti.

#### 3. 3. Metodika práce

V první části práce jsem uvedla východiska zkoumání s využitím hloubkové literární rešerše odborné literatury v knižní a elektronické podobě.

V analytické části práce budu zpracovávat výsledky řešeného problému. Zde budu charakterizovat vybraný hotel včetně jeho nabízeného produktu. Následně provedu analýzu podmínek poskytování animačních služeb v hotelu a v místě jeho lokalizace. K tomu použiji sekundární zdroje, a to převážně webové stránky a propagační materiály hotelu.

Následně uskutečním průzkum spokojenosti hostů s produktem hotelu s důrazem na animační služby. K tomu mi poslouží primární zdroje, které získám vlastním dotazníkovým šetřením a řízeným rozhovorem s obchodní ředitelkou hotelu.

V rámci terénního průzkumu sestavím dotazníky, které budou určeny na dotazníkové šetření s respondenty a pilotní šetření, na jehož základě provedu případnou korekci

dotazníků. Respondenty dotazníkového šetření budou hosté vybraného hotelu z tuzemska, kterým dotazníky osobně předám k okamžitému vyplnění.

Na základě výsledků dotazníkového šetření metodou syntézy shrnu a zhodnotím skutečnosti získané dotazníkovým šetřením. Následně na základě získaných primárních a sekundárních zdrojů sestavím návrh animačního programu, jako způsob zvýšení standardu poskytovaných služeb, tvořících produkt vybraného hotelu. Výsledky dotazníkového šetření mi poslouží jako zdroj k potvrzení nebo vyvrácení stanovených hypotéz.

#### 4. Výsledky řešení problému

V následující kapitole představím výsledky řešeného problému. Zde budu charakterizovat vybraný hotel, místo jeho lokalizace a nabízený produkt. Dále uvedu analýzu podmínek zajištění animačních služeb ve vybraném hotelu a to materiálně-technických, personálně-organizačních a ekonomických podmínek. Součástí této kapitoly jsou i výsledky dotazníkového průzkumu spokojenosti hostů s produktem hotelu, řízený rozhovor se zaměstnancem hotelu a vyhodnocené pracovní hypotézy.

##### 4. 1. Charakteristika Wellness hotelu Frymburk

Wellness hotel Frymburk je čtyřhvězdičkovým wellness a congress hotelem, ležícím na břehu Lipenského jezera Národního parku Šumava. V roce 2008 se stal oficiálním členem Asociace hotelů a restaurací ČR. Součástí nabídky hotelu jsou ubytovací služby, stravovací služby, kongresové služby, služby aquaparku, wellness centra a jiné. Hotel je nekuřácký a má bezbariérový přístup.

Městys Frymburk, ve kterém se wellness hotel nachází, leží v Jihočeském kraji v okrese Český Krumlov. Vzdálenost mezi Frymburkem a nejbližším hraničním přechodem s Rakouskem je přibližně 20 km. Jeho celková rozloha je 5 407 ha s 1 321 obyvateli. Částmi městysu jsou Frymburk, Blatná, Kovářov a Milná. K rozvoji cestovního ruchu ve městě došlo po druhé světové válce. Turistice napomohl vznik Lipenské přehrady. Ta byla napuštěna roku 1595. Dominantou tohoto města je kostel pocházející z roku 1270, který byl zasvěcený svatým Bartolomějem a podle něj také nese název. Jedná se o kostel, který byl v roce 1530 přestavěn na gotický. Jeho součástí je také věž z roku 1870. Na náměstí městysu Frymburk byl v roce 1884 založen park. Součástí tohoto parku je kašna, kde je na její východní straně vytesán letopočet a rožmberská pětিলistá růže. Blízko kašny je k nalezení pranýř přes pět metrů vysoký a ozdobený zvonkem z roku 1651 nebo morový sloup, pocházející z roku 1635. Další památkou parku je pomník Adalberta Stiftera, nacházející se v jeho dolní části. Adalbert Stifter byl rakouským spisovatelem, malířem a pedagogem, který se ve Frymburku zamiloval do Fanny Greipl, dcery bohatého obchodníka. Její rodina si však nepřála, aby se jejich dcera provdala za Adalberta Stiftera. Z nešťastné lásky k ní pak napsal osm básní, které měly být poselstvím pro Fanny. V roce 2001 byla do parku umístěna fontána, která je ve tvaru kamenné žáby.

Pro zajištění ubytovacích služeb je lůžková část Wellness hotelu Frymburk vybavena jednolůžkovými, dvoulůžkovými a rodinnými pokoji včetně Junior Suite. Dvoulůžkové pokoje jsou buď ve formě double nebo twin a standard nebo superior. Pokoje superior se liší tím, že nabízí výhled na Lipenské jezero. Standardní vybavení jednotlivých pokojů představuje koupelna s vanou nebo se sprchovým koutem, WC, televizor, přípojku na internet včetně telefonu. Celkový počet takto zařízených pokojů je 192.

Pro zajištění stravovacích služeb je hotel vybaven dvěma restauracemi. První hotelová restaurace je vybavena 170 místy, kde se servírují snídaně a večeře ve formě bufetu. Druhou restaurací je Well & Wine Restaurant, kde je pro hosty vyhrazeno 45 míst k sezení. Součástí nabídky této restaurace jsou italská jídla a pizzy, dětské menu, thajské menu. Hosté mají možnost si z vinného lístku vybrat moravská nebo francouzská vína. Hotelu nechybí ani lobby bar a nově zřízená cukrárna. Lobby bar má 60 míst k sezení. Hotelový hosté zde mají k dispozici nealkoholické a alkoholické, teplé nebo studené nápoje. V cukrárně, nacházející se v blízkosti wellness recepce, jsou nabízeny dorty, zákusky, zmrzliny, cukroviny včetně teplých a studených nápojů.

Wellness hotel Frymburk díky velkému počtu nabízených procedur svou nabídku wellness služeb rozděluje do 4 skupin:

- a) wellness therapy,
- b) wellness beauty,
- c) saunový svět,
- d) solná jeskyně.

Nabídka wellness therapy služeb zahrnuje ajurvédské masáže a thajské masáže. Rodilé Thajky, které k těmto masážím mají patřičné zkušenosti, provádí klasické, olejové, královské masáže nebo masáže horkými kameny. Nabídku masáží také tvoří harmonizační antistresové masáže, švédská masáž, masáže zad za použití vosků z mrtvého moře, vanilkových, vinných či pivních olejů. Součástí nabídky hotelu jsou takzvané „De luxe ladies“ procedury, dětské masáže a Mix procedur. Do nabídky Mix procedur hotel zařazuje čokoládové pokušení, exotické tělové koktejly, zábaly z mořských řas, květinový peeling celého těla a další. Součástí nabídky jsou i vodní procedury s přírodními oleji a extrakty nebo solária. Jednotlivé procedury jsou přizpůsobené sezóně, nebo jsou určeny pouze pro páry, pro těhotné ženy nebo pro ženy po porodu. Cena jednotlivých procedur se pohybuje v rozmezí od 490 do 1500 Kč.

Délka masáží se podle jednotlivých procedur také liší, nejkratší trvá kolem 20 minut. Většina masáží však trvá 60 až 90 minut. Hotel pro své hosty jednotlivé procedury také nabízí i ve formě balíčků za výhodnější ceny.

V rámci wellness beauty je nabídka tvořena procedurami, které jsou zaměřené na rozličné kosmetické kůry za použití francouzské kosmetiky. Procedury jsou věnované ženám, které mají zájem o různé regenerační kůry, zpevňující masky, různé peelings apod. Do nabídky wellness beauty procedur patří Liftingové Anti – age péče, hydravance, procedury pro zralou pleť, dehydratovanou pleť, citlivou a reagující pleť, péči o unavené oči, barvení řas a obočí, depilace, manikúra, pedikúra apod.

Součástí wellness a spa služeb hotelu je i saunový svět. Jednotlivé sauny se od sebe liší díky různým teplotám. Nejvíce stupňů je ve finské sauně. Hotelový hosté mají také k dispozici vário saunu, solné a orientální lázně. Teplota v těchto prostorách se pohybuje od 70° do 100° C. Pro ochlazení a očistu hostům slouží mlhové sprchy, ochlazovny, odpočívárna a kneippova terapie. Součástí nabídky hotelu jsou takzvané saunové ceremoniály, kam se zařazují saunové medové ceremoniály, saunování při svíčkách nebo saunování peelingovou a mentolovou solí v solné lázni. Hotelovým hostům je nabízen pobyt v jednotlivých saunách na dobu 120 nebo 60 minut.

Hotel jako samotnou proceduru nabízí solnou jeskyni s krápníky s ionizovaným vzduchem. Hostům jsou zde k dispozici lehátka. Pobyt v jeskyni se doporučuje lidem s astmatem, alergií, lupénkou apod. Není zde striktně nařízeno, jaké oblečení je pro vstup nutné. Doporučuje se však lehký oděv a bílé ponožky.

Hotel má také přizpůsobené prostory a vybavení pro poskytování kongresových služeb. Kongresové sály, místnosti a salonky, kterých je celkem 14, a které zaujímají od 20 do 276 m<sup>2</sup> plochy hotelu, jsou vybavené audiovizuální technikou, bezplatným připojením k internetu. Součástí hotelu je aquapark, kde jsou k nalezení bazén o rozměru 468 m<sup>2</sup>, divoká řeka, vodní vřídla, perličková lůžka, hydromasážní trysky, vodní chrliče, tobogán včetně sauny. O víkendech jsou v aquaparku pořádány hodiny aquazumby. Nezbytnou součástí nabídky hotelu je i sportovní půjčovna, nacházející se v areálu hotelu. Jsou zde k dispozici potřeby pro letní a zimní sporty. Sportovní potřeby však nejsou pro ubytované hosty zcela zdarma, za jejich vypůjčení je jim poskytována sleva 10 % z ceníku.



Součástí nabídky Wellness hotel Frymburk jsou i takzvané pobytové balíčky, které jsou vytvářeny pro firmy, individuální klientelu nebo pro cestovní kanceláře. Hotel balíčky dělí na celoroční nebo příležitostní. Pobytové balíčky příležitostní jsou přizpůsobené aktuální sezóně nebo jsou vytvářeny k určité příležitosti. Součástí každého pobytového balíčku je ubytování se snídaní, vstup do hotelového aquaparku a do kardiozóny. Balíčky jsou určeny pro jednu nebo dvě osoby. Zájemcům o uspořádání seminářů, kongresových akcí nebo konferencí je nabízen takzvaný Firemní balíček. Kromě ubytování a stravování je součástí tohoto pobytového balíčku pronájem kongresových prostorů, základní kongresové techniky a připojení k internetu. Firemní balíček je situován pro 20 a více osob a je nabízen celoročně. Mezi balíčky, které jsou určeny zájemcům o procedury wellness centra patří Thajská romance, Slané pokušení, Vanilkové nebe, Dámská jízda a Aktivně v každém věku. Mezi příležitostní pobytové balíčky patří Velikonoční speciál, Jarní detoxikační pobyt, Zima bez lyží, Lyžařské kratochvíle na Sternesteinu, Letní prázdniny na Lipně, Cyklovábení apod. Pro segment rodiny s dětmi je v nabídce hotelu pobytový balíček Lipno dětem.

#### 4. 2. Analýza podmínek poskytování animačních služeb Wellness hotelem Frymburk

Pro uskutečnění animačního programu, který je tvořen souborem rozličných aktivit od pohybových po dobrodružných, je nutné mít příslušné podmínky. Tato subkapitola bude věnována analýze organizačně-personálních, materiálně-technických a ekonomických podmínek poskytování animačních služeb, kterými disponuje Wellness hotel Frymburk.

##### 4. 2. 1. Organizačně-personální podmínky

Hotel nedisponuje pro zajištění animačních služeb kompetentním personálem. Z tohoto důvodu je hotel nucen využít služeb společností, které se věnují školení animátorů pro hotely na území České republiky. Vyhovující společností je Rilife animation s. r. o. Tato společnost spolupracuje se slovenskou agenturou PRO-STAFF. Součástí jejich nabídky je sezónní nebo dlouhodobá práce určená mladým lidem, kteří mají zájem pracovat v zahraničí a to v cestovním ruchu. Bližší informace o této společnosti jsou k dispozici na jejich webových stránkách:

<http://animation.rilife.com/cs/o-nas>. Po účasti na kurzu „Animátor volného času“, který společnost pořádá, získává vyškolený animátor poznatky o tom, jak organizovat volný čas a zábavu. Disponuje tak dostatečnými předpoklady k vytvoření zajímavých programů pro hosty hotelu. Společnost má k dispozici databázi Rilife & PRO-STAFF, obsahující seznam proškolených animátorů. Na základě této databáze má hotel možnost výběru animátorů podle svých požadavků. Společnost také nabízí zaškolení stávajících zaměstnanců hotelu a to v oblasti hotelové animace. Součástí nabídky společnosti je i vypracování příslušného animačního programu. Hotel tak nemá s animací žádnou starost.

Na svých webových stránkách společnost uvádí, že hotel si může rezervovat pronájem animačních služeb buď na několik hodin, nebo na několik dní. V rámci pronájmu animačních služeb na několik hodin se sestavují denní programy. Tyto programy jsou zaměřené na aktivity pro děti nebo pro dospělé. Součástí takto sestavených animačních programů jsou například večerní aktivity ve formě kabaretů, tanečních večerů, karaoke nebo dětských večírků. Pokud hotel má zájem o zajištění animačních služeb na více dnů, příslušný animátor sestaví animační program, který bude zaměřený na aktivity denní a večerní. V tomto případě už má animátor vhodné podmínky k tomu, aby hotelové hosty a jejich požadavky lépe zaznamenal a následně animační program sestavil podle jejich nároků. Hotely na území České republiky mají možnost si jednotlivé animátory zarezervovat na celou letní sezónu a vytvořit tak animační tým na delší období. Společnost Rilife animaton s. r. o. má také ve své nabídce speciální animační programy pro děti, které připravuje a zároveň moderuje známá moderátorka Klára Nováková z Českého rozhlasu. Součástí tohoto programu je moderátorská / rozhlasová školička, herecká školička, sportovní školička a módní přehlídka.

Na základě informací získaných od společnosti Rilife animation s. r. o. prostřednictvím elektronické korespondence bylo zjištěno, že jednotliví animátoři jsou rozlišováni podle získaných zkušeností. Podle tohoto faktu se odvíjí i odměna za poskytnuté služby. Zatímco klasický animátor obvykle dostává za víkendovou animaci, která trvá od pátka dopoledne do nedělního večera, odměnu ve výši 1200 Kč, zkušený animátor pobírá odměnu za svou činnost ve výši 1800 Kč. Součástí této odměny je ubytování, doprava a jídlo zdarma.

Pro zajištění animace příslušnými pracovníky se nemusí využít pouze služeb vyškolených animátorů. Hotel si své pracovníky na pořádání příležitostných animačních akcí může vybírat z řad moderátorů. Jednotlivé umělecké agentury disponují databází moderátorů, kteří se specializují na jiný druh akce. Díky této skutečnosti se volba vhodného moderátora odvíjí podle toho, zda hotel pořádá společenskou akci, módní přehlídky nebo například sportovní akce.

Hotel má možnost, pro zajištění animačních služeb kompetentním personálem, využít pracovníky s tradičním povoláním, jako jsou učitelé hudební, výtvarné nebo tělesné výchovy, případně učitel mateřské školy. Tyto pracovníky lze využít v období školních prázdnin a to z místní základní a mateřské školy, které se ve Frymburku nachází.

#### 4. 2. 2. Materiálně-technické podmínky

Zařízení, které je součástí interiéru hotelového wellness komplexu, mají vyhovující podmínky pro uskutečnění sportovních nebo vzdělávacích aktivit. K vykonávání indoorových aktivit je v hotelu vyhovující fitness centrum. Jeho součástí jsou squashové kurty, bowlingové dráhy, billiardový stůl, stolní tenis, fitness kardiozóna nebo aerobic sál. Aerobic sál má kapacitu pro 15 osob. V sálu, který je určen pro uskutečnění aerobiku nebo zumbly, však chybí základní pomůcky, jako podložky na cvičení, zátěžové pásky, činky na aerobic, švihadla, aerobní stupínek apod. Pro sálovou cyklistiku je hotelová kardiozóna, s kapacitou pro 10 osob, vybavená stacionárními koly. Další část kardiozóny je opatřena posilovacím zařízením, jako jsou rotopedy, eliptikal, veslovací trenažery, posilovací lavice, činky a podložky. V interiéru hotelu jsou díky hotelovému aquaparku k dispozici 25 m dlouhé plavecké dráhy pro kondiční plavání. Pro uskutečnění vodní animaci zde chybí potřebné pomůcky. Pro aqua-aerobic je nutné mít k dispozici pomůcky, jako jsou vodní nudle, vodní rukavice nebo pásy. Pro pořádání sportovních her v aquaparku chybí například síť na volejbal, vodní rafty, vybavení pro vodní pólo apod.

Pro realizaci sportovních činností mimo uzavřené prostory hotelu je k využití asfaltové hřiště, které tvoří součást areálu hotelu. Díky špatnému stavu tohoto hřiště má vedení hotelu v plánu jeho rekonstrukci. Dalším nedostatkem hřiště je vybavenost sportovními pomůckami, kdy zde chybí branky, míče a další pomůcky. Hotel má také k

dispozici svou vlastní pláž včetně mola, které je v provozu v letní sezóně od května do listopadu. Hotelový přístav je zařízen kajutovými plachetnicemi a motorovým člunem. Hotelový hosté si tak mohou objednat vyhlídkovou plavbu nebo si vyzkoušet řízení plachetnice. Podél pravého břehu Lipna, na kterém zároveň leží i Wellness hotel Frymburk, vede cyklostezka. Díky přívozům, kterými je městyse Frymburk vybaven, se cyklostezka napojuje na cyklostezky levého břeh Lipna nebo na rakouské cyklostezky. Přes Frymburk také vedena stezka pro inline bruslaře. Celková délka trasy činí přibližně 10 kilometrů. Jedná se o trasu, nacházející se mezi přehradní hrází Lipna a přívozem městyse Frymburk.

V zimní sezóně jsou v blízkosti hotelu pro běžkaře upravovány běžecké stopy mezi Lipnem nad Vltavou a Frymburkem. Pro začátečníky na běžkách jsou k dispozici běžecké stopy vedené po frymburské louce. Za velmi nízkých teplot se nabízí neobvyklá možnost běhování po zamrzlém Lipně. Běžkařské stopy jsou zde upravovány mezi Frymburkem, Přední Výtoní a Lipnem nad Vltavou. Tyto běžkařské stopy vedou hned vedle další atraktivity Lipna. Touto atraktivitou je bruslařská dráha o délce přes 20 kilometrů, která se řadí mezi nejdelší ledovou dráhu ve střední Evropě. Díky Skiareálu Lipno, který se nachází přibližně 8 kilometrů od hotelu, je vhodné do animačního programu zaměřený na sportovní aktivity, zařadit i lyžování. Součástí areálu jsou sjezdovky zařízené čtyřsedačkovými lanovkami. Jsou zde i výuková hřiště, skicrossové dráhy včetně snowparku. Nejdelší sjezdovka má 1100 metrů. Součástí areálu jsou i běžecké trasy, možnost bruslení a aquaworld Lipno. Ve sportovní půjčovně, která je k nalezení v areálu hotelu, mají hotelový hosté možnosti si vypůjčit horská nebo trekkingová kola, bicykly pro děti, in-liny, helmy nebo přívěsné vozíky. V zimní sezóně jsou pro hosty dostupné sportovní pomůcky, jako jsou lyže, snowboardy, brusle, ledoběžky, sněhoběžky, sněžnice nebo pásová kola K-trak.

Wellness hotel Frymburk nedisponuje vhodnými podmínkami pro realizaci tvořivých činností. Pro tento typ aktivit zde chybí příslušné prostory. Za nedostačující považují i množství pomůcek, které jsou nezbytné pro výrobu různých předmětů. Hotel má naopak k dispozici prostory uzpůsobené pro konání vzdělávacích, objevovacích a poznávacích aktivit a to díky kongresovému centru. Jednotlivé místnosti, sály a salony lze individuálně přizpůsobit požadavkům pro konání různých přednášek, kurzů nebo filmů spojených s promítáním přes audiovizuální techniku. V těchto prostorách lze také pořádat společenské akce, dětské diskotéky nebo přehlídky.

Ve městě Frymburk a v jeho blízkém okolí se nachází mnoho pamětihodností a dalších zajímavých atraktivit. Díky této skutečnosti je vhodné do animačního programu zahrnout aktivity zaměřené na objevování, poznávání a vzdělávání. Jeho součástí tak může být prohlídka města Frymburk včetně památek, které se zde nacházejí, a které už byly představeny v předchozí subkapitole. Další místní atraktivitou je kopec Marta nacházející se přímo nad Frymburkem. Na jeho vrcholu je umístěna kaple Bolestné Panny Marie Vysoká muka, ke které vede křížová cesta. V roce 1992 byla cesta obnovena a kaple zrestaurována. V červnu roku 2001 došlo znovu k vysvěcení křížové cesty. Další pamětihodností blízkého okolí Frymburku je zřícena Vítkův Hrádek, vzdálená přibližně sedm kilometrů. K této pamětihodnosti je možné se dostat prostřednictvím přívozu mezi Frymburkem a Frýdovou. Vítkův Hrádek patří mezi 3 nejvýše položené hrady v České republice. Díky vysoké nadmořské výšce mají návštěvníci možnost prohlédnout si celé Lipno včetně Alp. Přímo pod touto zříceninou se nalézá přírodní památka, osada Svatý Tomáš. Pro velké zájemce o vzdělávací aktivity je vhodné do programu zahrnout návštěvu státního hradu Rožmberk. Jedná se o památku, která je ve správě Národního památkového ústavu. Díky své poloze se nabízí hotelu možnost do svého animačního programu zahrnout i výlet do Českého Krumlova, patřící do světového dědictví UNESCO.

Hotel má pro realizaci dobrodružných aktivit příhodné podmínky. Pro své hosty má k dispozici vlastní pláž, kde lze pořádat táboráky, piknik nebo barbecue. Ve Frymburku se nachází střelnice, kde si případní zájemci o tento druh sportu mohou zastřílet ze skutečné zbraně. V blízkosti hotelu je také letiště Frymburk, které má v nabídce vyhlídkové lety. Lipno má vhodné podmínky pro realizaci adrenalinových sportů, jako jsou tandemové seskoky, skalní lezení, výlety na raftu a na kánoji po Vltavě, potápění a další. Působí zde speciální agentury, které zajišťují tyto adrenalinové sporty.

Pro dětskou animaci je vhodné využít v interiéru hotelu aquapark. V hotelovém aquaparku však chybí pomůcky, jako nafukovací skluzavky, matrace, pěnová vozítka, stavebnice do vody a další. V hotelu je také vybudován dětský koutek umístěný vedle lobby baru, u kterého však vidím velký nedostatek v jeho velikosti a vybavenosti. V exteriéru hotelu je pro zabezpečení animace pro děti atraktivní využít srub U Kotvy, který byl oficiálně otevřen začátkem července roku 2012. Jedná se o dětské hřiště, které je vybavené houpačkami, klouzačkou, kolotočem, pískovištěm, dětským domečkem nebo ruskými kuželky. Nechybí zde ani ohniště pro pořádání

táboráků. Na hřišti jsou vhodné podmínky pro hru pétanque. K hřišti dále patří posezení s občerstvením a rozlehlá zastřešená pergola uzpůsobená k pořádání koncertů a dalších kulturních akcí. Pro děti lze zorganizovat, jako dobrodružnou činnost, přenocování nebo stravování na hotelové pláži.

#### 4. 2. 3. Ekonomické podmínky

Hotel díky nedostatečnému zabezpečení materiálně-technickými a personálními podmínkami, musí počítat s vyššími náklady spojené s realizací animačních služeb. Proto je na místě sestavit plán nákladů, do kterého je nutné zahrnout především odměnu za práci animátorů. Se zajištěním animátorů jsou také spojeny náklady za jejich ubytování v hotelu, stravování a dopravou. Do plánu nákladů je nezbytné zařadit náklady spojené s pořízením pomůcek pro realizaci animačních služeb, jako je sportovní výbava, materiál pro tvůrčí činnosti nebo rekvizity, masky a kostýmy pro pořádání společensko-zábavných akcí. Mezi náklady lze také zařadit ceny, které budou hostům poskytovány jako odměna za účast na sportovních akcích. Odměny mohou být ve formě sladkostí pro děti. Pro dospělé mohou být ceny ve formě večeře či procedury zdarma. Hoteliér by také měl počítat s náklady na propagaci animačních služeb. Tyto náklady jsou spojené s tiskem letáků, plakátů a dalších propagačních materiálů. Po zhlédnutí účetní závěrky Wellness hotelu Frymburk sestavené k 31. 12. 2011 jsem došla k závěru, že hotel disponuje dostatečným množstvím finančních prostředků. Tyto finanční prostředky může hotel použít na pokrytí představených nákladů spojených s poskytováním animačních služeb.

#### 4. 3. Výsledky dotazníkového průzkumu spokojenosti hostů s produktem hotelu s důrazem na standard poskytovaných služeb

Pro získání primárních zdrojů jsem provedla dotazníkový průzkum ve Wellness hotelu Frymburk včetně řízeného rozhovoru s jedním ze zaměstnanců hotelu. V rámci dotazníkového průzkumu jsem sestavila dotazník, který celkem obsahoval 23 otázek a 5 osobních otázek. Otázky v první části dotazníku byly směřovány na důvody, které pobízejí respondenty cestovat, jaké mají priority při výběru hostelu a jak jsou spokojeni s dosavadním produktem hotelu. Do druhé části dotazníku byly umístěny otázky, které se vztahovali k problematice animačních služeb. Snažila jsem se tak zjistit, zda hosté přišli do kontaktu s animačními službami, zda by o ně měli zájem i ve vybraném hotelu

a jaké aktivity by rádi uvítali v animačním programu. Přímé dotazování probíhalo v srpnu a v říjnu roku 2012 v lobby baru hotelu. Po zbylé měsíce prováděného průzkumu, trvající od srpna do prosince roku 2012, byly dotazníky umístěny v jednotlivých pokojích, kde byly hostům k dispozici. Celkem bylo vyplněno 110 dotazníků.

#### 4. 3. 1. Vyhodnocení řízeného rozhovoru s obchodní ředitelkou Wellness hotelu Frymburk

Součástí terénního šetření byl i řízený rozhovor s obchodní ředitelkou Veronikou Klenotovou. Cílem řízeného rozhovoru bylo zjistit bližší informace o Wellness hotelu Frymburk.

*Můžete stručně charakterizovat Váš hotel?*

Wellness Hotel Frymburk je největším hotelovým wellness komplexem v České republice. Hotel nabízí vysoký standard kvality ubytování, gastronomických služeb, wellness a spa služeb. Najdete zde moderně vybavené kongresové centrum, aquapark, fitness, squash, bowling, tenis a další.

*Jak dlouho jste zaměstnankyní Wellness hotelu?*

Ve funkci Sales Manager už jsem dva roky.

*Co všechno může váš hotel zákazníkům nabídnout?*

Najdete zde moderně vybavené kongresové centrum, aquapark, fitness kardio zónu, squash, bowling, stolní tenis, výběr z řady wellness & spa procedur, saunový svět, solnou jeskyni. Co se gastronomie týká, hosté si mohou vybrat z thajské, italské a české kuchyně.

*Na jaký segment zákazníků Vaši nabídku služeb nejvíce přizpůsobujete?*

Naše klientela je opravdu široká. Díky své koncepci je ideálním místem pro rekreační a sportovní pobyty, pořádání kongresů, vzdělávacích kurzů a různých firemních akcí. Častými hosty jsou rodiny s dětmi. Pro děti jsou u nás připravené dva dětské koutky- vnitřní a venkovní, přípravná dětského jídla, v aquaparku potom dětské brouzdaliště. Díky vysokému standardu služeb náš hotel získal baby friendly certifikát.

*Navštěvují hotel i zahraniční turisté a případně jací nejvíce?*

Hotel navštěvují zejména hosté z České republiky, dále z Rakouska a Německa.

*Máte v okolí své působnosti nějakého významného konkurenta?*

Na Lipensku není hotel se srovnatelnou kapacitou a množstvím poskytovaných služeb.

*Domníváte se, že dokážete uspokojit s dosavadní nabídkou služeb všechny věkové skupiny návštěvníků?*

Určitě, jezdí k nám všechny věkové kategorie.

*Jezdí do hotelu zákazníci převážně kvůli wellnessu nebo spíše kvůli okolí (Lipno, cyklostezky, Český Krumlov) případně kvůli jiným službám?*

Hosté, kteří jsou u nás ubytováni, využívají kombinaci obojího.

*Myslíte si, že hotel trpí nějakým nedostatkem, že mu něco chybí?*

Podle reakcí našich hostů je hotel vybaven k jejich spokojenosti.

*Máte v plánu rozšířit nabídku hotelu o další služby?*

V současné době nabídku rozšiřovat nebudeme.

*Myslíte, že právě animační služby dokáží zvýšit návštěvnost a spokojenost hostů, a proč?*

Animační programy by pravděpodobně nezvýšily celkovou návštěvnost hotelu, ale bylo by příjemným zpestřením během jejich pobytu.

*Domníváte se, že máte dostatek prostředků k zajištění této služby (finanční, materiální, personální)?*

Prozatím nepřemýšlíme o zavedení animačních programů v našem hotelu. V případě, že bychom toto chtěli změnit, určitě bychom byli schopni provoz zajistit.

*Využila byste služeb proškoleného animátora v případě zavedení animace do produktu?*

Pravděpodobně bychom proškoleného animátora využili.

*Jaké prostředky byste použili pro prezentaci animace jako novinky vašeho hotelu?*

Použili bychom naše webové stránky a newslettery, které se každý měsíc rozesílají.



#### 4. 3. 2. Vyhodnocení dotazníkového průzkumu

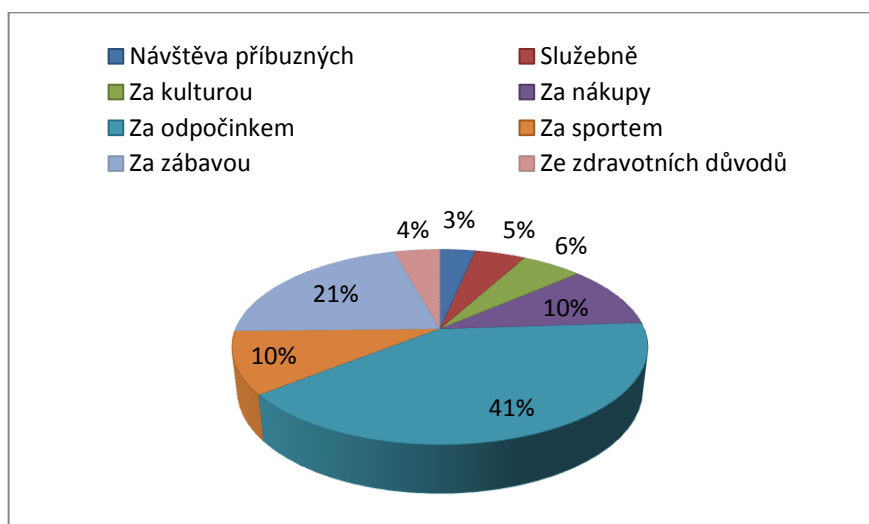
Během dotazníkového šetření bylo celkem osloveno 115 hotelových hostů, z toho 110 vyplněných dotazníků bylo použitelných. Během přímého dotazování hostů bylo celkem vyplněno 43 dotazníků. Zbýlých 67 dotazníků bylo vyplněno v jednotlivých hotelových pokojích, kde byly hotelovým hostům k dispozici. Vyplněné dotazníky byly následně zpracovány prostřednictvím kontingenčních tabulek v počítačovém programu Microsoft Windows Excel 2007.

Tabulka 1: Absolutní, relativní a kumulativní vyjádření četnosti u otázky 1

1. Z jakého důvodu nejvíce cestujete?				
Důvod účasti na CR	Absolutní četnost	Kumulativní četnost	Relativní četnost v %	Relativní kumulativní četnost v %
Návštěva příbuzných	7	7	3	3
Služebně	10	17	5	8
Za kulturou	12	29	6	14
Za nákupy	22	51	10	24
Za odpočinkem	86	137	41	65
Za sportem	22	159	10	75
Za zábavou	45	204	21	96
Ze zdravotních důvodů	9	213	4	100
<b>Celkem</b>	<b>213</b>		<b>100</b>	

Zdroj: Vlastní výpočet

Graf 1: Z jakého důvodu většinou cestujete?



Zdroj: Vlastní průzkum

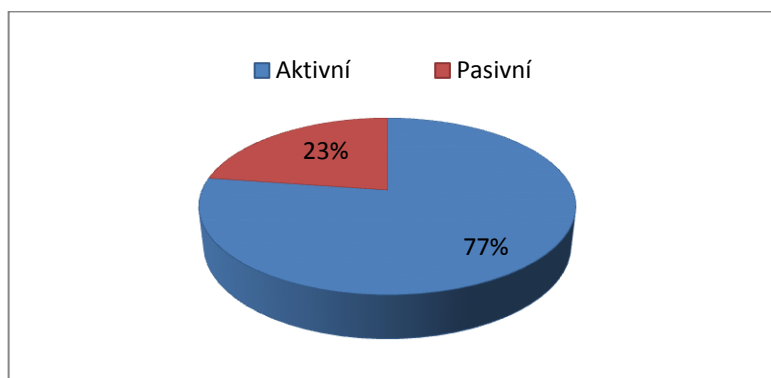
U grafu 1 můžeme zaznamenat, že skoro polovina dotazovaných hostů cestuje především za odpočinkem. Této skutečnosti odpovídá i to, že místem dotazníkového průzkumu byl wellness hotel, kde dochází k naplnění tohoto požadavku. Z grafu také můžeme vyčíst, že téměř pětina hotelových hostů cestuje za zábavou. Zajímavé je, že pouze 10 % dotazovaných respondentů uvedlo, že cestuje za sportem. Pozoruhodné je to z toho důvodu, že hotel je situovaný ve středu Lipna, kde je nabízena široká škála sportovních aktivit.

Tabulka 2: Absolutní, relativní a kumulativní vyjádření četnosti u otázky 2

<b>2. Upřednostňujete pasivní nebo aktivní dovolenou?</b>				
<b>Druh dovolené</b>	<b>Absolutní četnost</b>	<b>Kumulativní četnost</b>	<b>Relativní četnost v %</b>	<b>Relativní kumulativní četnost v %</b>
Aktivní	85	85	77	77
Pasivní	25	110	23	100
Celkem	110		100	

Zdroj: Vlastní výpočet

Graf 2: Upřednostňujete pasivní nebo aktivní dovolenou?



Zdroj: Vlastní průzkum

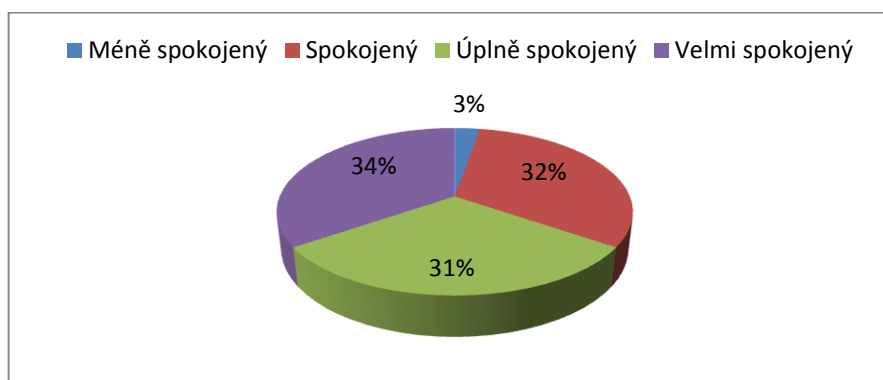
Další graf poukazuje na skutečnost, že hotelový hosté upřednostňují především aktivní dovolenou a to přesně 77 % dotazovaných respondentů. Ze dvou představených grafů můžeme vyvodit to, že hosté touží po aktivním odpočinku.

Tabulka 3: Absolutní, relativní a kumulativní vyjádření četnosti u otázky 12

<b>1. Jak jste spokojený/á s rozsahem poskytnutých služeb?</b>				
<b>Míra spokojenosti</b>	<b>Absolutní četnost</b>	<b>Kumulativní četnost</b>	<b>Relativní četnost v %</b>	<b>Relativní kumulativní četnost v %</b>
Méně spokojený	3	3	3	3
Spokojený	35	38	32	35
Úplně spokojený	34	72	31	66
Velmi spokojený	38	110	34	100
<b>Celkem</b>	<b>110</b>		<b>100</b>	

Zdroj: Vlastní výpočet

Graf 3: Jak jste spokojený/á s rozsahem poskytnutých služeb hotelu?



Zdroj: Vlastní průzkum

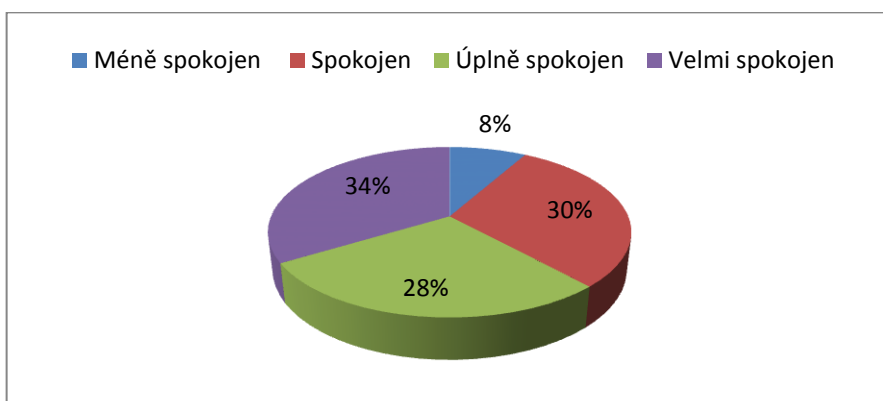
S ohledem na rozsah poskytovaných služeb hotelu byli oslovení respondenti spíše spokojeni. Zanedbatelná 3 % hotelových hostů uvedlo, že jsou s rozsahem služeb méně spokojeni.

Tabulka 4: Absolutní, relativní a kumulativní vyjádření četnosti u otázky 13

<b>2. Jak jste spokojený/á s rozsahem poskytnutých služeb?</b>				
<b>Míra spokojenosti</b>	<b>Absolutní četnost</b>	<b>Kumulativní četnost</b>	<b>Relativní četnost v %</b>	<b>Relativní kumulativní četnost v %</b>
Méně spokojený	9	9	8	8
Spokojený	33	42	30	38
Úplně spokojený	31	73	28	66
Velmi spokojený	37	110	34	100
<b>Celkem</b>	<b>110</b>		<b>100</b>	

Zdroj: Vlastní výpočet

Graf 4: Jak jste spokojený/á s úrovní těchto služeb?



Zdroj: Vlastní průzkum

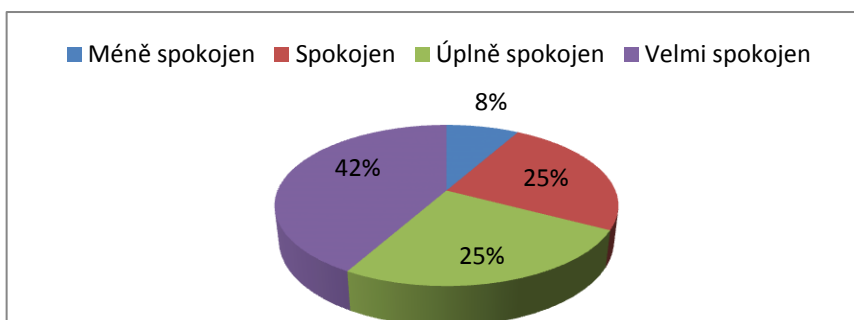
Ve stejném poměru byla i spokojenost hostů s úrovní služeb hotelu. Stejně jako u předchozího grafu se úroveň spokojenosti pohybovala kolem 30 %. Měně spokojení byla skoro desetina respondentů.

Tabulka 5: Absolutní, relativní a kumulativní vyjádření četnosti u otázky 14

3. Jak jste spokojený/á s ochotou, zkušenostmi a vzděláním zaměstnanců hotelu?				
Míra spokojenosti	Absolutní četnost	Kumulativní četnost	Relativní četnost v %	Relativní kumulativní četnost v %
Měně spokojený	9	9	8	8
Spokojený	27	36	25	33
Úplně spokojený	28	64	25	58
Velmi spokojený	46	110	42	100
<b>Celkem</b>	110		100	

Zdroj: Vlastní výpočet

Graf 5: Jak jste spokojený/á s ochotou, zkušenostmi a vzděláním zaměstnanců?



Zdroj: Vlastní průzkum

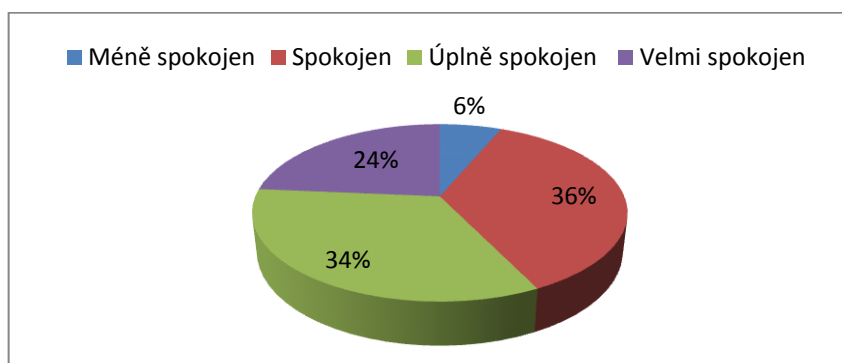
Oslovení hotelový hosté díky výsledkům z dotazníkového průzkumu potvrzují, že hotel zaměstnává ochotné a vysoce zkušené a vzdělané zaměstnance. Celkem 42 % respondentů bylo se zaměstnanci velmi spokojeno. Naopak 8 % hostů s pracovníky hotelu bylo méně spokojeno.

Tabulka 6: Absolutní, relativní a kumulativní vyjádření četnosti u otázky 15

<b>4. Jak jste spokojený/á s vybavením hotelu?</b>				
<b>Míra spokojenosti</b>	<b>Absolutní četnost</b>	<b>Kumulativní četnost</b>	<b>Relativní četnost v %</b>	<b>Relativní kumulativní četnost v %</b>
Méně spokojený	7	7	6	6
Spokojený	40	47	36	42
Úplně spokojený	37	84	34	76
Velmi spokojený	26	110	24	100
<b>Celkem</b>	<b>110</b>		<b>100</b>	

Zdroj: Vlastní výpočet

Graf 6: Jak jste spokojený/á s vybavením hotelu?



Zdroj: Vlastní průzkum

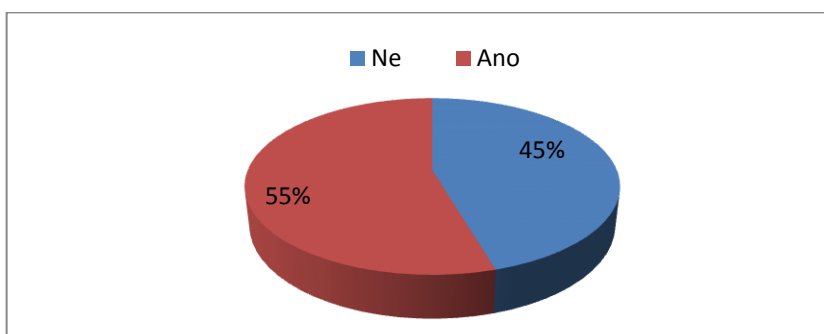
Převážná část respondentů, a to přesně 36 %, byla s vybavením hotelu spokojena. Při dotazování byl především brán zřetel na vybavení, týkající se sportovního hřiště hotelu nebo bazénu umístěného v interiéru hotelu, než na vybavení wellness centra.

Tabulka 7: Absolutní, relativní a kumulativní vyjádření četnosti u otázky 16

<b>5. Uvítal/a byste nabídku dalších doplňkových služeb hotelu?</b>				
<b>Odpověď</b>	<b>Absolutní četnost</b>	<b>Kumulativní četnost</b>	<b>Relativní četnost v %</b>	<b>Relativní kumulativní četnost %</b>
Ano	50	50	55	55
Ne	60	110	45	100
<b>Celkem</b>	<b>110</b>		<b>100</b>	

Zdroj: Vlastní výpočet

Graf 7: Uvítal/a byste nabídku dalších doplňkových služeb hotelu?



Zdroj: Vlastní průzkum

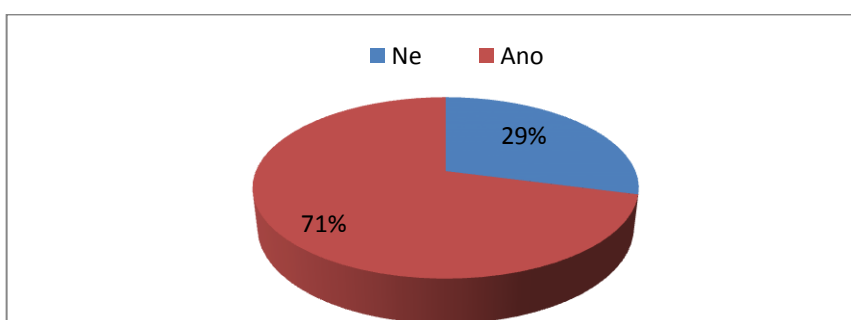
Z uvedeného grafu je patrné, že větší polovina respondentů by v hotelu uvítala další doplňkové služby. V hotelu jim například chybí minigolf, větší a modernější dětský koutek, lépe vybavené venkovní hřiště a více vodních atrakcí. Zatímco 45 % hotelových hostů by raději upřednostnila stávající rozsah poskytovaných služeb.

Tabulka 8: Absolutní, relativní a kumulativní vyjádření četnosti u otázky 19

<b>19. Uvítal/a byste animační služby v tomto hotelu?</b>				
<b>Odpověď</b>	<b>Absolutní četnost</b>	<b>Kumulativní četnost</b>	<b>Relativní četnost v %</b>	<b>Relativní kumulativní četnost v %</b>
Ano	78	78	71	71
Ne	32	110	29	100
Celkem	110		100	

Zdroj: Vlastní výpočet

Graf 8: Uvítal/a byste animační služby v tomto hotelu?



Zdroj: Vlastní průzkum

Další graf se už vztahuje na problematiku animace. Zde můžeme vidět, že hotelový hosté mají zájem o nabídku animačních služeb v tomto hotelu, a to celkem 71 % respondentů. Animaci by uvítali především v době, kdy zrovna neabsolvují objednané procedury a také upřednostňují především pestřejší program. Výjimku tvoří 29 % respondentů, kteří zahrnutí animačních služeb do stávajícího produktu hotelu odmítají.

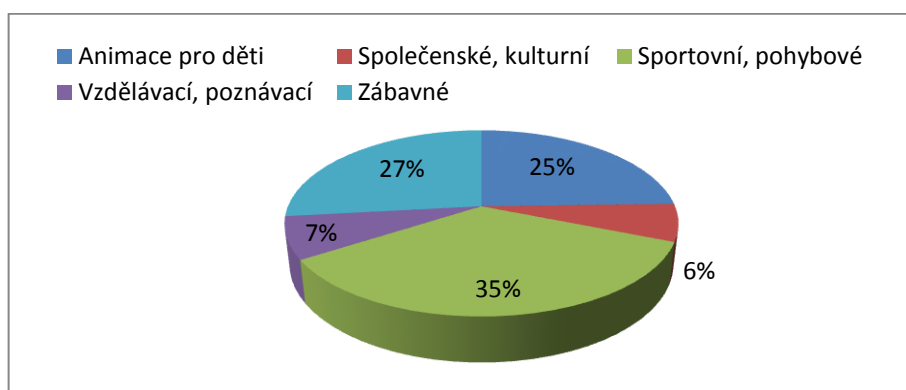
Tito hosté uvedli, že spíše upřednostňují klid a wellness služby mají spojené s odpočinkem, proto by tento typ služeb v hotelu nevyžadovali. Jiní hosté do hotelu přijeli s předem naplánovaným programem a o zorganizování volného času nemají zájem.

Tabulka 9: Absolutní, relativní a kumulativní vyjádření četnosti u otázky 20

<b>20. Jaký druh animačních aktivit byste upřednostnil/a</b>				
<b>Druh animačních aktivit</b>	<b>Absolutní četnost</b>	<b>Kumulativní četnost</b>	<b>Relativní četnost v %</b>	<b>Relativní kumulativní četnost v %</b>
Animace pro děti	57	57	25	25
Společenské, kulturní	15	72	6	31
Sportovní, pohybové	81	153	35	66
Vzdělávací, poznávací	17	170	7	73
Zábavné	62	232	27	100
Celkem	232		100	

Zdroj: Vlastní výpočet

Graf 9: Jaký druh animačních aktivit byste upřednostnil/a?



Zdroj: Vlastní průzkum

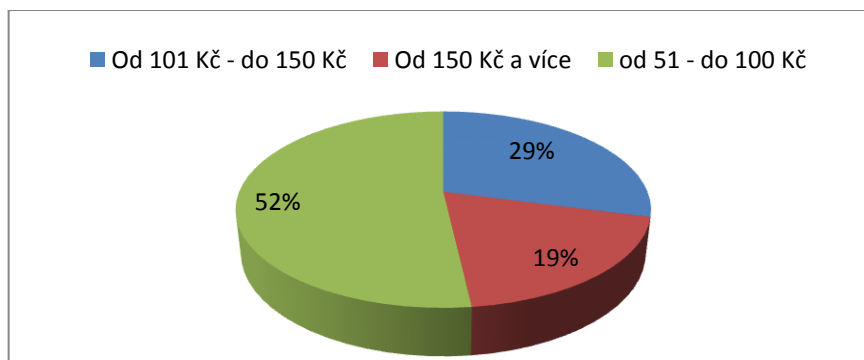
Celkem 35 % procent hotelových hostů uvedlo, že by v rámci animačního programu preferovali především sportovní a pohybové aktivity. Zájem by byl například o zorganizované sportovní soutěže. V animačním programu by hosté také rádi uvítali zábavné činnosti a to především ve večerních hodinách. Celkem 25 % hostů má zájem o animaci pro děti. Tento druh animačních aktivit by hosté uvítali především proto, aby se jejich děti zapojily do kolektivu, poznali své vrstevníky v hotelu a rodiče by tak měli možnost vyzkoušet wellness procedury, na které kvůli dětem nemají čas. Pouze 7 % a 6 % dotazovaných hostů uvedlo, že by do programu zahrnuli vzdělávací, poznávací a společenské či kulturní činnosti.

Tabulka 10: Absolutní, relativní a kumulativní vyjádření četnosti u otázky 21

<b>21. Kolik byste byl/a ochoten/na si připlatit za animační služby</b>				
<b>Částky</b>	<b>Absolutní četnost</b>	<b>Kumulativní četnost</b>	<b>Relativní četnost v %</b>	<b>Relativní kumulativní četnost v %</b>
Od 51 - do 100 Kč	57	57	52	52
Od 101 - do 150 Kč	32	89	29	81
od 150 Kč a více	21	110	19	100
Celkem	110		100	

Zdroj: Vlastní výpočet

Graf 10: Kolik byste byl/a ochoten/na si připlatit za animaci?



Zdroj: Vlastní průzkum

Z uvedeného grafu vyplývá, že 52 % procent dotazovaných hostů by bylo ochotno zaplatit za poskytnutí animačních služeb částku, pohybující se do 100 Kč. Dalších 29 % hostů by za poskytnutí této doplňkové služby zaplatilo i do 150 Kč. Skoro 1/5 oslovených hostů by se neostýchalo poskytnout větší peněžní částku než 150 Kč za animaci.

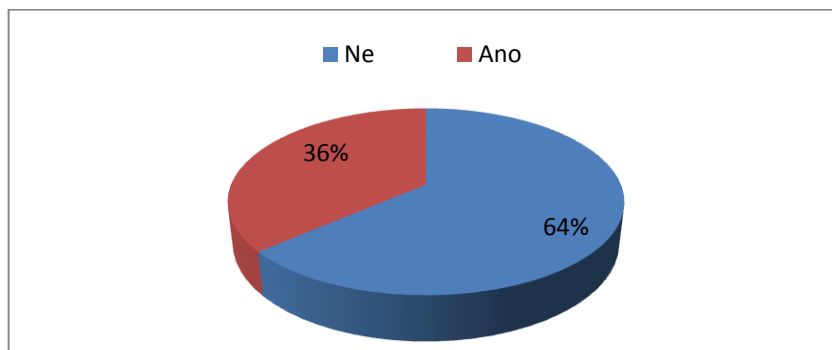
Tabulka 11: Absolutní, relativní a kumulativní vyjádření četnosti u otázky 23

<b>23. Bylo by Vaše rozhodnutí při výběru hotelu ovlivněno skutečností, že nabízí animační služby?</b>				
<b>Odpověď</b>	<b>Absolutní četnost</b>	<b>Kumulativní četnost</b>	<b>Relativní četnost v %</b>	<b>Relativní kumulativní četnost v %</b>
Ano	40	40	36	36
Ne	70	110	64	100
Celkem	110		100	

Zdroj: Vlastní průzkum



Graf 11: Bylo by Vaše rozhodnutí při výběru hotelu ovlivněno skutečností, že nabízí animační služby?



Zdroj: Vlastní průzkum

Z tohoto grafu je zřejmé, že více jak půlka respondentů nepovažuje animaci za něco, co by ovlivnilo jejich rozhodnutí při výběru hotelu. Většina respondentů uvedla, že si svou dovolenou dokáží uspořádat bez přítomnosti animátora. U 36 % hostů by rozhodnutí při výběru hotelu bylo ovlivněno, a to kladně.

#### Testování hypotéz:

Pro testování stanovených hypotéz bude použit Chí-kvadrát test dobré shody ( $\chi^2$ ). Hladina významnosti byla stanovena  $\alpha = 0,05$ . Díky této skutečnosti bude výsledek s jistotou správný na 95 %.

#### Hypotéza 1

$H_0$ : Hosté jsou spokojeni s dosavadním rozsahem doplňkových služeb.

$H_A$ : Hosté nejsou spokojeni s dosavadním rozsahem doplňkových služeb.

Hodnota testového kritéria pro potvrzení nebo zamítnutí první stanovené hypotézy je 0,90909. Tato hodnota nepřekračuje mez kritického oboru vymezenou na 3,84145882. Z toho vyplývá, že hodnota testového kritéria leží v oboru přijetí a nulovou hypotézu nelze vyvrátit. S 95 % jistotou lze tedy říci, že hoteloví hosté jsou spokojeni s dosavadním rozsahem doplňkových služeb.

#### Hypotéza 2

$H_0$ : Hosté by neuvítali animační služby ve Wellness hotelu Frymburk.

$H_A$ : Hosté by uvítali animační služby ve Wellness hotelu Frymburk.

Hodnota testového kritéria v tomto případě je představován 19,236363. V tomto případě hodnota překračuje mez kritického oboru 3,84145882. V tomto případě

zamítáme nulovou hypotézu ve prospěch hypotézy alternativní. S 95 % jistotou lze říci, že hoteloví hosté by uvítali ve Wellness hotelu Frymburk animační služby.

### Hypotéza 3

$H_0$ : V hotelu nemají hosté větší zájem o sportovní a pohybové aktivity než o animaci pro děti.

$H_A$ : V hotelu mají hosté větší zájem o sportovní a pohybové aktivity než o animaci pro děti.

Hodnota testového kritéria byla v tomto případě vypočítána 40,5689. Uvedená hodnota překračuje mez kritického oboru 3,84145882. Nulovou hypotézu tak zamítáme ve prospěch hypotézy alternativní. S 95 % jistotou lze říci, že hoteloví hosté mají větší zájem o sportovní a pohybové aktivity než o animaci pro děti.

## 4. 4. Návrh možností zvýšení standardu animačních služeb jako součástí produktu vybraného hotelu

Na základě výsledků, získaných dotazníkovým šetřením je zřejmé, že hoteloví hosté mají zájem o animační služby. Hosté Wellness hotelu Frymburk také uvedli, že by v rámci animačních služeb uvítali především sportovní a pohybové aktivity, zábavné aktivity a animaci pro děti. Z tohoto důvodu sestavím čtyři návrhy animačních služeb. Pro dospělé budou určeny dva animační programy, z toho jeden bude na letní sezónu a druhý na zimní sezónu. Pro děti budou určeny také dva animační programy, kdy jeden bude na letní a druhý na zimní sezónu. Animační programy na letní sezónu budou v délce jednoho týdne. Jejich začátek bude oficiálně zahájen v sobotu večer, kdy proběhne seznamovací večírek s hosty v rámci večere, a kdy zároveň proběhne představení animačních programů. Pro zimní sezónu vytvořím animační programy, jejichž délka bude stanovena na 4 dny a to od čtvrtka večer do neděle večer. Pro aktivity, které jsou realizovány v exteriéru hotelu, se za nepříznivého počasí v letní sezóně využijí prostory fitness centra, dětského koutku nebo kongresového sálu. Pokud nebudou dostatečné podmínky pro realizaci aktivit, zahrnutých do animačního programu na zimní sezónu, bude vytvořen náhradní program animátory.

Návrh animačního programu určený pro dospělé na letní sezónu by měl v dopoledních hodinách obsahovat převážně sportovními a pohybovými aktivity. V odpoledních hodinách je žádoucí do programu zařadit např. sportovní turnaje, výlety

do blízkého okolí nebo i dobrodružné aktivity. Ve večerních hodinách by pak v programu neměli chybět společenské akce, večerní představení, koncerty, soutěže nebo diskotéky. Program je určený jak pro muže, tak pro ženy od 16 let a jeho celková kapacita je stanovena počtem 30 hostů. Na základě těchto požadavků by pak návrh animačního programu určený pro dospělé na letní sezónu mohl vypadat následovně.

Tabulka 12: Animační program pro dospělé na letní sezónu

Čas	Sobota	Neděle	Pondělí	Úterý	Středa	Čtvrtek	Pátek
9:00	Příjezd hosta do hotelu	Tai Chi	Jóga	<b>Volný den</b>	Pilates	Strečink	Agua Zumba
10:00		Petang	Kulečnick		Petang	Stolní tenis	Ruské kuželky
<b>OBĚD</b>							
15:00 - 18:00	Příjezd hostů do hotelu	Soutěž: nejlepší potápěč* (Aquapark)	Výlet do města Frymburk + kopec Marta	<b>Volný den</b>	Jízda na in- linech  (cyklostezka)	Výlet Vítkův Hrádek	Lodní výlet po Lipně
<b>VEČEŘE</b>							
19:00	Seznamovací večírek + v rámci večeře  (hotelová restaurace)	Turnaj v bowlingu	Táborák s dětmi  (srub U Kotvy)	<b>Volný den</b>	Karibská noc** - představení animátorů	Společenská hra BINGO (lobby bar)	Hudební večer (srub U Kotvy)

Zdroj: Vlastní zpracování

\* Soutěž nejlepší potápěč je hrou, která je založená na hledání malých předmětů ve vodě. Účastníci této hry mají za úkol co nejdříve najít malé předměty, které vhaduje do vody animátor. Kdo první najde na dně bazénu například malou minci, vyhrává.

\*\*Karibská noc je druh večerní zábavy, kdy hraje karibská hudba, animátoři jsou oblečeni do kostýmů karibských pirátů a celý prostor je vyzdoben do karibské tematiky. Hosté, kteří se zúčastní této akce, mohou ochutnat karibské speciality a naučit se karibský tanec.

Dalším návrhem je animační program pro dospělé na zimní sezónu s kapacitou pro 15 hostů. Mezi aktivity, realizované v dopoledních hodinách, je vhodné zařadit sportovní aktivity, pro které by byly využity prostory interiéru hotelu. Mezi aktivity, realizované v odpoledních hodinách, považuji za vhodné zařadit různé soutěže, závody a další sportovní aktivity, pro které by byly využity atraktivní, nacházející se v blízkém okolí hotelu. Mezi tyto atraktivní se řadí běžecké stopy, Ski areál Lipno nebo největší bruslařská dráha na světě. Do animačního programu ve večerních hodinách je vhodné zařadit společenské akce, večírky nebo turnaje. Dle těchto požadavků by animační program pro dospělé na zimní sezónu mohl vypadat následovně.

Tabulka 13: Animační program pro dospělé na zimní sezónu

Čas	Čtvrtek	Pátek	Sobota	Neděle
9:00	Příjezd hostů do hotelu	Jóga (Aerobic sál)	Aquazumba (Aquapark)	Pilates (Aerobic sál)
<b>OBĚD</b>				
15:00	Příjezd hostů do hotelu	Ski areál Lipno	Běžecké závody (běžecké stopy)	Závody na ledoběžkách (bruslařská dráha)
<b>VEČEŘE</b>				
19:00	Seznamovací večírek v rámci večeře (Hotelová restaurace)	Turnaj v bowlingu	Večírek ve škraboškách (kongresový sál)	Společenská hra Bingo (Lobby bar)

Zdroj: Vlastní zpracování

Animační program určený dětem na letní sezónu by měl být založen především na realizaci různých her. Proto je vhodné do programu zahrnout dětské soutěže, turnaje nebo kolektivní hry. V animačním programu pro děti by neměli chybět ani tvůrčí a dobrodružné aktivity a výlety do blízkého okolí. Ve večerních hodinách by pak animační program pro děti mohl být v některé dny spojen s animačním programem pro dospělé, tedy pro jejich rodiče. Pro realizaci jednotlivých aktivit je vhodné využít prostory aquaparku, dětského hřiště, venkovního, sportovního hřiště, kongresových sálů nebo dětského koutku. Tento animační program je určen pro děti do 15 let s kapacitou pro 20 dětí. Dle těchto skutečností by pak animační program pro děti na letní sezónu mohl vypadat následovně.

Tabulka 14: Animační program pro děti na letní sezónu

Čas	Sobota	Neděle	Pondělí	Úterý	Středa	Čtvrtek	Pátek
9:00	Příjezd hostů do hotelu	Dětské hry (srub U Kotvy)	Turnaj - skákání v pytli - házení kroužků - házení míčků - trojnožka (venkovní hřiště)	Volný den	Opičí dráha (srub U Kotvy)	Vodní hry Aquapark	Tvořivé činnosti - přání pro rodiče - vzpomínkové předměty
10:00		Míčové hry (venkovní hřiště)			Ruské kuželky		
<b>OBĚD</b>							
15:00 - 18:00	Příjezd hostů do hotelu	Výlet do města + kopec Marta (s rodiči)	Hledání pokladu (hotelová pláž) Kolektivní hry (dětský koutek)	Volný den	Míčové hry + Kolektivní hry (venkovní hřiště)	Výlet Vítkův Hrádek (s rodiči)	Lodní výlet Lipno
<b>VEČEŘE</b>							
19:00 - 21:00	Seznamovací večírek (hotelová restaurace)	Promítání pohádek (kongres. sál)	Táborák (srub U Kotvy)	Volný den	Karibská noc (srub U Kotvy)	Promítání pohádek (kongresový sál)	Hudební večer (srub U Kotvy)

Zdroj: Vlastní zpracování

Animační program pro děti na zimní sezónu by měl obsahovat především různé dětské a kolektivní hry, tvůrčí činnosti a soutěže. Ideální je do animačního programu v dopoledních hodinách zařadit aktivity, které by byly realizované v interiéru hotelu a to v aquaparku nebo v dětském koutku. V těchto prostorách lze uskutečnit různé soutěže nebo kolektivní hry. V odpoledních hodinách je stejně jako u animačního programu pro dospělé na zimní sezónu vhodné využít atraktivitu v blízkém okolí hotelu. Do animačního programu pro děti tak lze zařadit stavění sněhuláků, soutěže na bruslařské trati nebo ve Ski areálu Lipno. Do animačního programu ve večerních hodinách je vhodné zařadit večírky a promítání pohádek v kongresovém sále. Animační program je určen pro děti do 15 let. Kapacita animačního programu je 15 dětí. Dle představených skutečností by animační program pro děti na zimní sezónu mohl vypadat následovně.

Tabulka 15: Animační program pro děti na zimní sezónu

<b>Čas</b>	<b>Čtvrtek</b>	<b>Pátek</b>	<b>Sobota</b>	<b>Neděle</b>
9:00	Příjezd hostů do hotelu	Kolektivní hry	Vodní hry v Aquaparku	Tvořivé činnosti - Vzpomínkové předměty
<b>OBĚD</b>				
15:00 - 18:00	Příjezd hostů do hotelu	Ski areál Lipno	Stavění sněhuláků (běžecké stopy)	Soutěže na bruslařské dráze
<b>VEČEŘE</b>				
19:00	Seznamovací večírek v rámci večere (hotelová restaurace)	Promítání pohádek (kongresový sál)	Večírek ve škraboškách (kongresový sál)	Promítání pohádek (kongresový sál)

Zdroj: Vlastní průzkum

Poskytování animačních služeb je spojeno s patřičnými náklady, které musí být uhrazeny. Jednotlivé návrhy animačních programů, které představují nabídku hotelu jako balíček služeb, budou uhrazeny hotelovými hosty. Pro sestavení ceny za poskytnutí animačních služeb poslouží kalkulace. V kalkulaci by neměli chybět personální a režijní náklady, náklady na materiál, na marketing a na nepředvídatelné události. Součástí této kalkulace je i marže plynoucí hotelu za poskytnutí animačních služeb. Pro stanovení ceny na osobu se plánované příjmy následně vydělí počtem účastníků animačního programu. U počtu účastníků je žádoucí počítat s rizikem neobsazenosti, které jsem stanovila na 20 % z celkové kapacity animačního programu. Do ceny na osobu není zahrnutý vstup na okružní loď, který si hosté budou platit individuálně. Kalkulace by pak podle těchto požadavků mohla vypadat následovně.

Tabulka 16: Kalkulace ceny – animační program pro dospělé (letní sezóna)

<b>Kalkulace ceny</b>	
Animační program pro dospělé na letní sezóna (kapacita pro 30 osob)	
Náklady	Částka v Kč
- personální náklady	5546,-
- náklady na materiál (sportovní pomůcky, přehrávač CD)	300,-
- režijní náklady (elektřina, voda, plyn)	1000,-
- ostatní náklady (dekorace, aparatura, občerstvení, odměny pro výherce)	1800,-
- náklady na marketing (letáky, plakáty)	300,-
- nepředvídatelné náklady (10%)	900,-
<b>Celkové náklady</b>	<b>9840,-</b>
+ marže (20 %)	1 900,-
<b>Plánované příjmy</b>	<b>12 000,-</b>

Zdroj: vlastní zpracování

**Cena na osobu:**  $\frac{12000}{24} = 500 \text{ Kč}$

Tabulka 17: Kalkulace ceny – animační program pro dospělé (zimní sezóna)

<b>Kalkulace ceny</b>	
Animační program pro dospělé na zimní sezónu (kapacita pro 15 osob)	
<b>Náklady</b>	<b>Částka v Kč</b>
- personální náklady	1700,-
- náklady na materiál (sportovní pomůcky, přehrávač CD, ledoběžky)	300,- + 1500,-
- režijní náklady (voda, elektřina, plyn)	1000,-
- ostatní náklady (dekorace, aparatura, odměna pro výherce, občerstvení, škrabošky)	1800,-
- pronájem autokaru (Frymburk - Lipno)	550,-
- náklady na marketing (letáky, plakáty)	300,-
- nepředvídatelné náklady (10%)	700,-
<b>Celkové náklady</b>	<b>7 850,-</b>
+ marže (20%)	1500,-
<b>Plánované příjmy</b>	<b>9 350,-</b>

Zdroj: Vlastní zpracování

**Cena na osobu:**  $\frac{9350}{12} = 780 \text{ Kč}$

Tabulka 18: Kalkulace ceny – animační program pro děti na letní sezónu

<b>Kalkulační ceny</b>	
Animační program pro děti na letní sezónu (kapacita pro 20 dětí)	
<b>Náklady</b>	<b>Částka v Kč</b>
- personální náklady	5 893,-
- náklady na materiál (kolektivní hry, sportovní pomůcky, výtvarné potřeby)	350,-
- režijní náklady (elektřina, voda, plyn)	800,-
- ostatní náklady (občerstvení, odměny pro výherce)	900,-
- náklady na marketing (letáky, plakáty)	300,-
- nepředvídatelné náklady (10%)	820,-
<b>Celkové náklady</b>	<b>9 063,-</b>
+ marže (20 %)	1 800,-
<b>Plánované příjmy</b>	<b>10 900,-</b>

Zdroj: Vlastní zpracování

Cena na 1 dítě:  $\frac{10900}{16} = 680 \text{ Kč}$



Tabulka 19: Kalkulace ceny – animační program pro děti na zimní sezónu

<b>Kalkulace ceny</b>	
Animační program pro děti na zimní sezónu (kapacita pro 15 dětí)	
<b>Náklady</b>	<b>Částka v Kč</b>
- personální náklady	3400,-
- náklady na materiál (kolektivní hry, potřeby do vody, výtvarné potřeby)	350,-
- režijní náklady (režijní náklady)	800,-
- ostatní náklady (odměny pro výherce, občerstvení, škrabošky)	950,-
- náklady na marketing (letáky, plakáty)	300,-
- nepředvídatelné náklady (10%)	580
<b>Celkové náklady</b>	<b>6 380,-</b>
+ marže (20%)	1 270,-
<b>Plánované příjmy</b>	<b>7 650,-</b>

Zdroj: Vlastní zpracování

Cena na 1 dítě:  $\frac{7650}{12} = 630$  Kč

## 5. Závěr

V bakalářské práci jsem se zabývala animací, jako součástí produktu vybraného hotelu. Mým cílem bylo specifikovat místo animace v produktu hotelu včetně zdůvodnění jejího významu v procesu uspokojování potřeb hotelových hostů a na základě výsledků analýzy podmínek poskytování animačních služeb hostům vybraným hotelem navrhnout možnosti zvýšení standardu těchto služeb. Pro provedení analýzy jsem vybrala Wellness hotel Frymburk, jako objekt zkoumání.

Nejprve jsem zpracovala východiska zkoumání s využitím hloubkové literární rešerše odborné literatury. Následně jsem provedla charakteristiku Wellness hotelu Frymburk včetně jeho současného produktu. Dále jsem se věnovala analýze podmínek poskytování animačních služeb v hotelu a v místě jeho lokalizace. Prostřednictvím dotazníkového šetření jsem provedla průzkum spokojenosti hostů s produktem hotelu s důrazem na animační služby. Výsledky dotazníkového šetření mi posloužili k potvrzení nebo vyvrácení stanovených hypotéz a ke zpracování syntézy.

Prostřednictvím výsledků dotazníkového šetření se mi nepodařilo vyvrátit tvrzení, že hoteloví hosté nejsou spokojeni s dosavadním rozsahem doplňkových služeb. Naopak se mi podařilo potvrdit tvrzení, že hoteloví hosté by rádi uvítali animační služby ve Wellness hotelu Frymburk. Výsledky dotazníkového šetření také ukázaly, že hosté Wellness hotelu Frymburk mají největší zájem o sportovní a pohybové aktivity, o zábavné aktivity a o animaci pro děti.

Vzhledem ke zjištěným skutečnostem, jsem vytvořila celkem čtyři animační programy. Pro dospělé jsem sestavila dva animační programy, z toho jeden na letní sezónu a druhý na zimní sezónu. Další dva animační programy jsem sestavila pro děti do 15 let, z toho jeden na letní sezónu a druhý na zimní sezónu.

Součástí animačních programů pro dospělé jsou především pohybové a sportovní aktivity, které jsou situovány do exteriéru a interiéru hotelu. Animační program na letní sezónu je tvořen výlety do blízkého okolí, sportovními turnaji nebo soutěžemi. Mezi aktivity, které jsou konané ve večerních hodinách, jsem zařadila společensko-zábavné, dobrodružné aktivity, soutěže, večírky a zábavná představení animátorů. Animační program na zimní sezónu obsahuje závody na běžkách, lyžích nebo ledoběžkách. Pro realizaci těchto sportovních aktivit jsou využity atraktivity v blízkosti hotelu, jako je bruslařská dráha Lipno, běžecké stopy a Skiareál Lipno.

Animační programy pro děti na zimní a letní sezónu jsou založeny na realizaci různých her, jako jsou dětské soutěže, turnaje nebo kolektivní a dětské hry. V animačním programu pro děti na letní sezónu jsou dobrodružné, tvůrčí aktivity nebo výlety do blízkého okolí s dospělými. Večerní aktivity určené dětem jsou spojené s večerními aktivitami dospělých. Animační program pro děti navíc obsahuje promítání pohádek v kongresovém sále. Pro realizaci jednotlivých animačních aktivit jsou v letní sezóně využity prostory aquaparku, dětského hřiště, venkovního, sportovního hřiště, kongresové sály nebo dětský koutek. V zimní sezóně jsou, stejně jako u animačního programu pro dospělé, využity atraktivity v okolí hotelu a to bruslařská dráha Lipno, běžecké stopy a Skiareál Lipno.

## 6. Summary

This bachelor thesis has dealt with the animation as a part of service of a selected hotel. The purpose of the current study was to specify the role of the animation in the hotel service including explanation of its significance in the process of meeting the hotel guests' requirements. The results of the analysis which investigated the conditions for providing the animation service for the guests of the selected hotel suggested the possibilities of improving the standard of their services. The hotel selected for the research was Wellness Hotel Frymburk.

At the beginning I processed grounds of the study using in-depth research of specialized literature. Thereafter, I characterized Wellness Hotel Frymburk including its current service. It was followed by the analysis of the conditions for providing the animation services in the hotel and the place of its location. Through a questionnaire survey, I conducted research of the guests' satisfaction with the hotel services with the emphasis laid on animation services. The results of the survey helped to confirm or, on the other hand, disprove established hypotheses and to process the syntheses.

Through the survey results, I was unable to disprove the hypothesis that guests are not satisfied with the current range of additional services. On the contrary, I managed to confirm the assertion that guests would appreciate the animation service in Wellness Hotel Frymburk. The results of the survey also showed that the guests at Wellness Hotel Frymburk are most interested in sports, physical and entertaining activities and animation for their children.

Taking the facts in the consideration, I created four animation programs. Two of them were created for adults – one for the summer season and the second for the winter season. Another two were established for children under the age of 15, again, one for the summer season and the second for the winter season.

The animation programs for adults are primarily sports and the physical activities. They take a place in exterior and interior of the hotel. The animation program for the summer season comprises of the trips to nearby vicinity, sport tournaments and competitions. Among the evening activities, I included the socio-entertaining and adventurous

activities, competitions, parties and entertaining shows of the animators. The animation program for the winter season includes the cross-country ski races, skiing or ride on a kickspark. Beside the sports activities, the program offers the possibility of activities near the hotel such as Lipno skating rink, cross-country skiing and ski resort Lipno.

The entertaining programs for children for both winter and summer seasons are based on various games such as children's competitions, tournaments or collective games. The summer animation program for children includes the adventurous and creative activities or the trips in the nearby vicinity together with the adults. The evening activities are connected with the evening activities for adults. The animation program also comprises of a fairy tales screening in a congressional hall. In the summer, the realization of animation activities would include Aqua Park, a playground, outdoor and sport field, congressional hall and playroom. In the winter season the same areas as in the animation program for adults would be used, i.e. Lipno skating rink, cross-country skiing and ski resort Lipno.

Key words: Animation. Hotel animator. Animation program. Hotel. Hotel product.  
Complementary services

## 7. Seznam použité literatury

### 7. 1. Zdroje literatury

BERÁNEK, J., KOTEK, P. *Řízení hotelového provozu*. 4. vyd. Praha: Grada, 2007. ISBN 978-80-86724-02-6.

ČERNÝ, J., KRUPÍČKA, J. *Moderní hotel*. Úvaly: Ratio, 2007. ISBN 80-56351-07-6.

DWYER, L. a W., FORSYTH, P. *Tourism economics and policy*. Tonawanda, NY: Channel View Publications, c2010, xviii, 855 p. Aspects of tourism texts. ISBN 18-454-1153-6

FREYER, W. *Tourismus: Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie*. 8., überarb. und aktualisierte Aufl. München [u.a.]: Oldenbourg, 2006. ISBN 34-865-7874-X.

FIŠEROVÁ, V. *Volný čas a jeho animace v cestovním ruchu*. 1. vyd. Praha: Vysoká škola hotelová v Praze 8, 2008, 91 s. ISBN 978-80-86578-87-3

HESKOVÁ, M. a kol. *Cestovní ruch pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. 2. upravené vydání. Praha: Nakladatelství Fortuna, 2011. ISBN 978-80-7373-107-6.

HORNER, S., SWARBROOKE, J. *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*. Praha: Grada, 2003. ISBN 80-247-0202-9.

KIRÁLOVÁ, Al. *Marketing hotelových služeb*. 1. vyd. Praha: Ekopress, 2002, 148 s. ISBN 80-861-1944-0.

ORIEŠKA, J. *Služby v cestovním ruchu*. 1. vyd. Praha: Idea servis, 2010, 405 s. ISBN 978-808-5970-685.

ORIEŠKA, J. *Animácia v cestovnom ruchu*. 1. vyd. V Banskej Bystrici: Univerzita Mateja Bela, 2003, 114 s. ISBN 80-805-5858-2.

PÁSKOVÁ, M., ZELENKA., J. *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj, 2002, 448 s. ISBN 80-239-0152-4

ŠKODOVÁ-PARMOVÁ, D. *Provoz služeb v cestovním ruchu*. 1. vyd. České Budějovice: Jihočeská univerzita, 2003, 77, 83 s. ISBN 80-704-0611-9.

### 7. 2. Webové zdroje

Ministerstvo pro místní rozvoj. KRATOCHVÍL, Petr a Radek PAŽOUT. *Destinační management a vytváření produktů v cestovním ruchu: Tvorba destinačních produktů cestovního ruchu* [online]. Praha, 2007 [cit. 2013-04-06]. Dostupné z: [http://www.mmr.cz/getmedia/55dfa8f3-a995-4739-8e8a-7a397fa1635c/GetFile5\\_3.pdf](http://www.mmr.cz/getmedia/55dfa8f3-a995-4739-8e8a-7a397fa1635c/GetFile5_3.pdf)

- Wellness hotel Frymburk. In: *Plánky a obrázky kongresových sálů* [online]. 2010-2013 [cit. 2013-04-06]. Dostupné z: [http://www.hotelfrymburk.cz/data/Download\\_CJ/Kongres.pdf](http://www.hotelfrymburk.cz/data/Download_CJ/Kongres.pdf)
- Wellness hotel Frymburk. In: *Orientační plánec areálu* [online]. 2010 - 2013 [cit. 2013-04-06]. Dostupné z: [http://www.hotelfrymburk.cz/data/Download\\_CJ/mapa.jpg](http://www.hotelfrymburk.cz/data/Download_CJ/mapa.jpg)
- Wellness Hotel Frymburk. *O nás* [online]. 2010-2013 [cit. 2013-04-11]. Dostupné z: <http://www.hotelfrymburk.cz/#>
- Wellness Hotel Frymburk. *Ubytování* [online]. 2010-2013 [cit. 2013-04-11]. Dostupné z: <http://www.hotelfrymburk.cz/ubytovani/http://www.hotelfrymburk.cz/ubytovani/>
- Wellness Hotel Frymburk. *Sport* [online]. 2010-2013 [cit. 2013-04-11]. Dostupné z: <http://www.hotelfrymburk.cz/sport/>
- Wellness Hotel Frymburk. In: *Wellness book* [online]. 2010-2013 [cit. 2013-04-11]. Dostupné z: [http://www.hotelfrymburk.cz/data/Download\\_CJ/Wellness\\_Book\\_2012\\_CZE.pdf](http://www.hotelfrymburk.cz/data/Download_CJ/Wellness_Book_2012_CZE.pdf)
- Wellness Hotel Frymburk. *Pobytové balíčky* [online]. 2010-2013 [cit. 2013-04-11]. Dostupné z: <http://www.hotelfrymburk.cz/pobytove-balicky/>
- Oficiální jednotná klasifikace ubytovacích zařízení České republiky 2013 – 2015, ke stažení: <http://www.hotelstars.cz/ke-stazeni>
- FISCHMANNOVÁ, Judita. E-Všudybyl.cz: Časopis lidí a o lidech v cestovním ruchu. *Navštivte největší hotelové wellness* [online]. 2008 [cit. 2013-04-04]. Dostupné z: <http://e-vsudybyl.cz/clanky/navstivte-nejvetsi-hotelove-wellness-2732.html>
- Zpravodaj obce Lipna nad Vltavou. *Obec Lipno nad Vltavou* [online]. 2012 [cit. 2013-04-04]. Dostupné z: [http://www.lipnonadvltavou.cz/files/Zpravodaj\\_obce\\_Lipno\\_nad\\_Vltavou-06-2012.pdf](http://www.lipnonadvltavou.cz/files/Zpravodaj_obce_Lipno_nad_Vltavou-06-2012.pdf)
- Stezka korunami stromů Lipno. *Stezka* [online]. 2013 [cit. 2013-04-05]. Dostupné z: <http://www.stezkakorunamistromu.cz/zazitek/>
- FIŠER, Jaroslav. Wellness hotel Frymburk je členem AHR ČR. In: *Wellness hotel Frymburk* [online]. 2008 [cit. 2013-04-04]. Dostupné z: [http://www.hotelfrymburk.cz/data/Download\\_CJ/pose1\\_listopad\\_08.pdf](http://www.hotelfrymburk.cz/data/Download_CJ/pose1_listopad_08.pdf)
- Mojeměsto.cz. *Frymburk* [online]. 2000-2013 [cit. 2013-04-04]. Dostupné z: <http://mojemesto.e15.cz/frymburk-545481.html>
- Český Krumlov Světové dědictví UNESCO. SCHUSSER, František. *Procházka parkem ve Frymburku* [online]. 2010 [cit. 2013-04-04]. Dostupné z: [http://www.encyklopedie.ckrumlov.cz/docs/cz/region\\_histor\\_propar.xml](http://www.encyklopedie.ckrumlov.cz/docs/cz/region_histor_propar.xml)

Lipensko.org. *Výlet na Vitkův Hrádek* [online]. 2013 [cit. 2013-04-04]. Dostupné z: [http://www.lipensko.org/vitkuv\\_hradek\\_turistika\\_lipno.php](http://www.lipensko.org/vitkuv_hradek_turistika_lipno.php)

ŠPERL, Josef. ŠumavaRegion.cz. *Frymburk* [online]. 2007 - 2013 [cit. 2013-04-04]. Dostupné z: <http://www.sumavaregion.cz/index.php?s=71>

Lyžování Lipno Sternstein Hochficht. *Běžecské stopy a běžkování na Lipně* [online]. 2012 - 2013 [cit. 2013-04-04]. Dostupné z: <http://www.lipno-sternstein-hochficht.cz/bezecke-trasy/bezecke-stopy-lipno.html>

LIPNO-IN. *Frymburk* [online]. 2010-2012 [cit. 2013-04-04]. Dostupné z: <http://www.lipno-in.cz/products/frymburk/>

Kudy z nudy. *Dětské odpoledne na srubu U Kotvy ve Wellness Hotelu* [online]. 2013 [cit. 2013-04-04]. Dostupné z: <http://www.kudyznudy.cz/Aktivita-a-akce/Akce/Detske-odpoledne-na-srubu-%C2%B4%C2%B4U-Kotvy%C2%B4%C2%B4-ve-Wellness-.aspx>

Lipno Centrum. *Rodinná jezerní cyklotrasa Lipno - Frymburk* [online]. 2013 [cit. 2013-04-04]. Dostupné z: <http://lipnocentrum.cz/cs/rodinna-cyklotrasy/trasy-do-20km/159-rodinna-jezerni-cyklotrasa-lipno-frymburk.html>

DUBNOVI, Stanislav a Lucie. Inline aerobic. *Stezky pro inline bruslení* [online]. 2007 - 2012 [cit. 2013-04-04]. Dostupné z: <http://www.inlineaerobic.cz/bruslarske-stezky/jihocesky-kraj/lipno-frymburk>

Alzarent: půjčovna sportovního vybavení na celý rok. *Sezónní sortiment* [online]. 2010 [cit. 2013-04-04]. Dostupné z: <http://www.alzarent.cz/kategorie/jaro>

DOKYHoliday. *Bobová dráha Lipno* [online]. 2008 [cit. 2013-04-04]. Dostupné z: <http://www.dokyholiday.cz/Bobova-draha-Lipno---Slide-Land-Lipno-P117.html>

Státní hrad Rožumberk: národní kulturní památka. *Vítejte na oficiálních stránkách státního hradu Rožmberk* [online]. 2013 [cit. 2013-04-04]. Dostupné z: <http://www.hrad-rozemberk.eu/>

Letiště Frymburk. *Vyhlídkové lety* [online]. 2012 [cit. 2013-04-04]. Dostupné z: <http://www.letiste-frymburk.cz/>

FreeTimeLipno. *Zážitkové výlety outdoorové aktivity* [online]. 2005 [cit. 2013-04-05]. Dostupné z: <http://www.freetimelipno.cz/>

Střelnice Frymburk. *Veřejná střelnice* [online]. 2010 [cit. 2013-04-05]. Dostupné z: <http://www.strelnice-frymburk.eu/>

Rilife animation. *Rilife* [online]. 2011 [cit. 2013-04-05]. Dostupné z: <http://animation.rilife.com/cs/spoluprace>

Rilife event. *Rilife* [online]. 2011 [cit. 2013-04-05]. Dostupné z: <http://event.rilife.com/programy>



- Umělecká a produkční agentura. *ARS umělecká agentura* [online]. 2013 [cit. 2013-04-05]. Dostupné z: <http://www.agenturaars.cz/nabidka/index.php/rock/11-popularni-osobnosti-57-moderatori>
- PRO-STAFF recruitment agency: práce v zahraničí. *Práce animátora v hoteli* [online]. 2008-2013 [cit. 2013-04-06]. Dostupné z: <http://www.prostaff.sk/sk/Animator.ale>
- Pozitivní noviny. LEBROVÁ, Dobromila. *Adalbert Stifter, rakouský spisovatel, malíř a pedagog* [online]. 2010 [cit. 2013-04-10]. Dostupné z: <http://www.pozitivni-noviny.cz/cz/clanek-2010120026>
- Pozitivní noviny. LEBROVÁ, Dobromila. *Adalbert Stifter, rakouský spisovatel, malíř a pedagog* [online]. 2010 [cit. 2013-04-10]. Dostupné z: <http://www.pozitivni-noviny.cz/cz/clanek-2010120026>
- Plavecké pomůcky. *Plavání, aqua aerobik, hry ve vodě* [online]. 2001-2012 [cit. 2013-04-19]. Dostupné z: <http://www.plavecke-pomucky.cz/produkty/hracky-nejen-do-vody/>
- Martin Berka. *Autobusová doprava - pronájem autobusů a minibusů* [online]. 2013 [cit. 2013-04-19]. Dostupné z: <http://www.martinberka.cz/cenik>
- SEVT. *Výtvarné potřeby* [online]. 2007-2013 [cit. 2013-04-19]. Dostupné z: <http://www.sevt.cz/obchod/vytvarne-potreby/>
- Rosenberger-Lipno-Line. *Okružní plavby* [online]. 2013 [cit. 2013-04-19]. Dostupné z: <http://www.lipno-line.com/cz/cen%C3%ADk-2013.aspx#To>
- Inetprint. *Tisk letáků a plakátů* [online]. 2004-2013 [cit. 2013-04-19]. Dostupné z: <http://www.inetprint.cz/tisk-letaku-plakatu>
- Levné ptákoviny.cz. *Letní párty a havajské věnce* [online]. 2006 [cit. 2013-04-19]. Dostupné z: <http://www.levneptakoviny.cz/katalog/158/letni-party-a-havajsky-venec/?TM=158&PHPESSID=26fstoagh2qjndjvih8mnchui1>
- Partyspirit. *Party dekorace* [online]. 2010-2013 [cit. 2013-04-19]. Dostupné z: <http://www.partyspirit.cz/girlandy/>
- Extreme digital. *Přenosné CD přehrávače* [online]. 2001-2013 [cit. 2013-04-19]. Dostupné z: [http://www.edigital.cz/Prenosne\\_CD\\_prehravace\\_s\\_radiem/Zabavni\\_elektronika-c2144.html?gclid=CNSuyqTvzrYCFWbKtAod-TAADQ](http://www.edigital.cz/Prenosne_CD_prehravace_s_radiem/Zabavni_elektronika-c2144.html?gclid=CNSuyqTvzrYCFWbKtAod-TAADQ)
- Cvičení pomůcky. *Cvičební podložky* [online]. 2012 [cit. 2013-04-19]. Dostupné z: <http://www.cvibebni-pomucky.cz/51-cvibebni-podlozky-zinenky>
- All4fun. *Škrabošky* [online]. 2012 [cit. 2013-04-19]. Dostupné z: <http://www.all4fun.cz/cz/e-shop/c11323/skrabosky.html>
- SOH. *Pronájem aparatury, zvukově a světelné techniky* [online]. 2008 [cit. 2013-04-19]. Dostupné z: <http://www.soh.cz/pronajem>

## 8. Seznam tabulek a grafů

Tabulka 1: Absolutní, relativní a kumulativní vyjádření četnosti u otázky 1

Tabulka 2: Absolutní, relativní a kumulativní vyjádření četnosti u otázky 2

Tabulka 3: Absolutní, relativní a kumulativní vyjádření četnosti u otázky 12

Tabulka 4: Absolutní, relativní a kumulativní vyjádření četnosti u otázky 13

Tabulka 5: Absolutní, relativní a kumulativní vyjádření četnosti u otázky 14

Tabulka 6: Absolutní, relativní a kumulativní vyjádření četnosti u otázky 15

Tabulka 7: Absolutní, relativní a kumulativní vyjádření četnosti u otázky 16

Tabulka 8: Absolutní, relativní a kumulativní vyjádření četnosti u otázky 19

Tabulka 9: Absolutní, relativní a kumulativní vyjádření četnosti u otázky 20

Tabulka 10: Absolutní, relativní a kumulativní vyjádření četnosti u otázky 21

Tabulka 11: Absolutní, relativní a kumulativní vyjádření četnosti u otázky 23

Tabulka 12: Animační program pro dospělé na letní sezónu

Tabulka 13: Animační program pro dospělé na zimní sezónu

Tabulka 14: Animační program pro děti na letní sezónu

Tabulka 15: Animační program pro děti na zimní sezónu

Tabulka 16: Kalkulace ceny - animační program pro dospělé (letní sezóna)

Tabulka 17: Kalkulace ceny - animační program pro dospělé (zimní sezóna)

Tabulka 18: Kalkulace ceny - animační program pro děti (letní sezóna)

Tabulka 19: Kalkulace ceny - animační program pro děti (zimní sezóna)

Graf 1: Z jakého důvodu většinou cestujete?

Graf 2: Upřednostňujete pasivní nebo aktivní dovolenou?

Graf 3: Jak jste spokojený/á s rozsahem poskytnutých služeb hotelu?

Graf 4: Jak jste spokojený/á s úrovní těchto služeb?

Graf 5: Jak jste spokojený/á s ochotou, zkušenostmi a vzděláním zaměstnanců?

Graf 6: Jak jste spokojený/á s vybavením hotelu?

Graf 7: Uvítal/a byste nabídku dalších doplňkových služeb hotelu?

Graf 8: Uvítal/a byste animační služby v tomto hotelu?

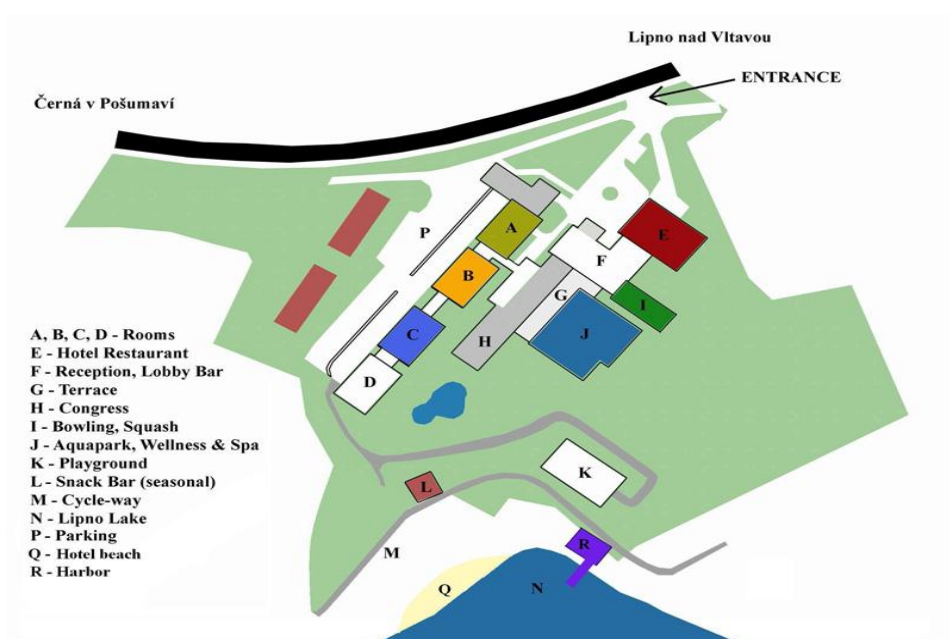
Graf 9: Jaký druh animačních aktivit byste upřednostnil/a?

Graf 10: Kolik byste byl/a ochoten/na si připlatit za animaci?

Graf 12: Bylo by Vaše rozhodnutí při výběru hotelu ovlivněno skutečností, že nabízí animační služby?

## 9. Přílohy

### Příloha 1: Plánek areálu Wellness hotel Frymburk



Zdroj: Wellness hotel Frymburk

### Příloha 2: Obrázková příloha

#### Obrázek 1: Wellenss hotel Frymburk exteriér



Zdroj: Wellness hotel Frymburk ([www.hotelfrymburk.cz](http://www.hotelfrymburk.cz))

Obrázek 2: Dětský koutek



Zdroj: [www.cestujsdetmi.cz](http://www.cestujsdetmi.cz)

Obrázek 3: srub U Kotvy – dětské hřiště



Zdroj: [www.facebook.cz/WellnessHotelFrymburk](https://www.facebook.com/WellnessHotelFrymburk)

Obrázek 4: srub U Kotvy – posezení



Zdroj: [www.facebook.cz/WellnessHotelFrymburk](http://www.facebook.cz/WellnessHotelFrymburk)

Obrázek 5: Aerobic sál



Zdroj: Wellness hotel Frymburk ([www.hotelfrymburk.cz](http://www.hotelfrymburk.cz))

Obrázek 6: Wellness hotel Frymburk



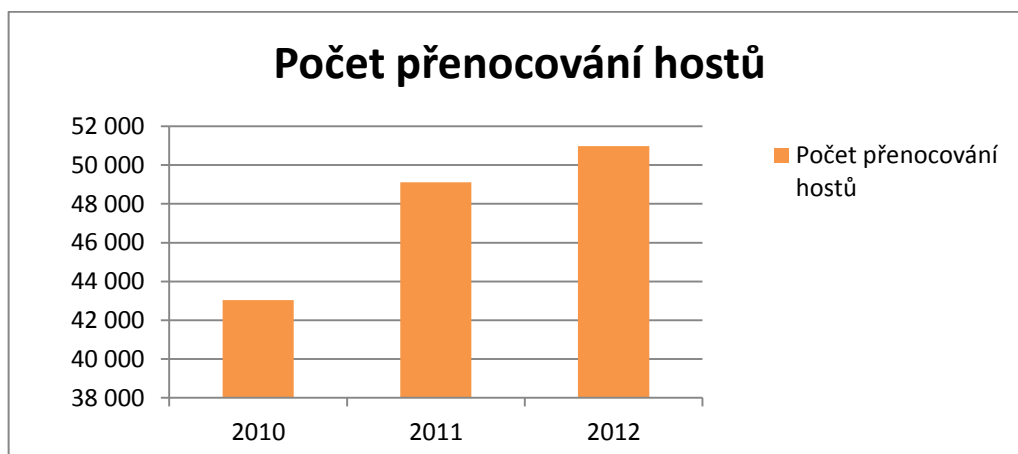
Zdroj: Wellness hotel Frymburk ([www.hotelfrymburk.cz](http://www.hotelfrymburk.cz))

Obrázek 7: Kongresový sál



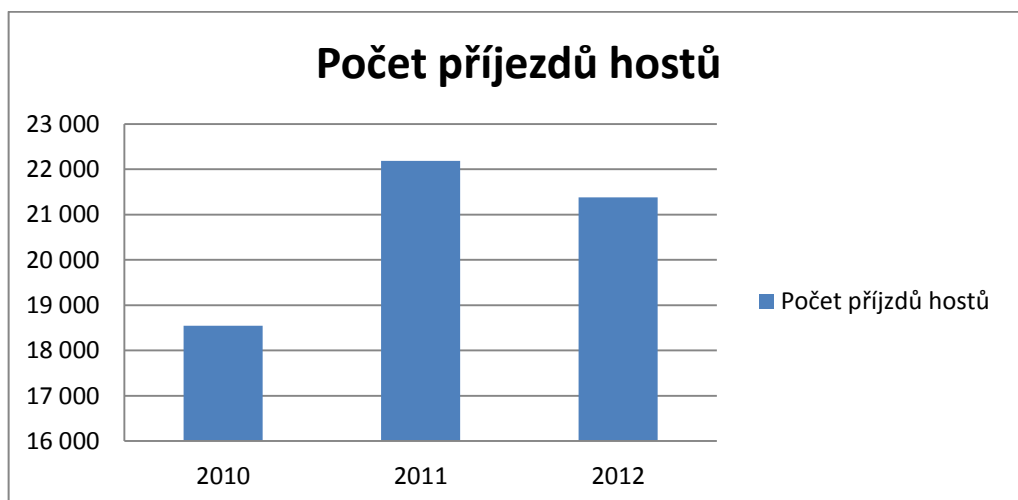
Zdroj: Wellness hotel Frymburk ([www.hotelfrymburk.cz](http://www.hotelfrymburk.cz))

Příloha 3: Počet přenocování hostů za rok 2010, 2011, 2012



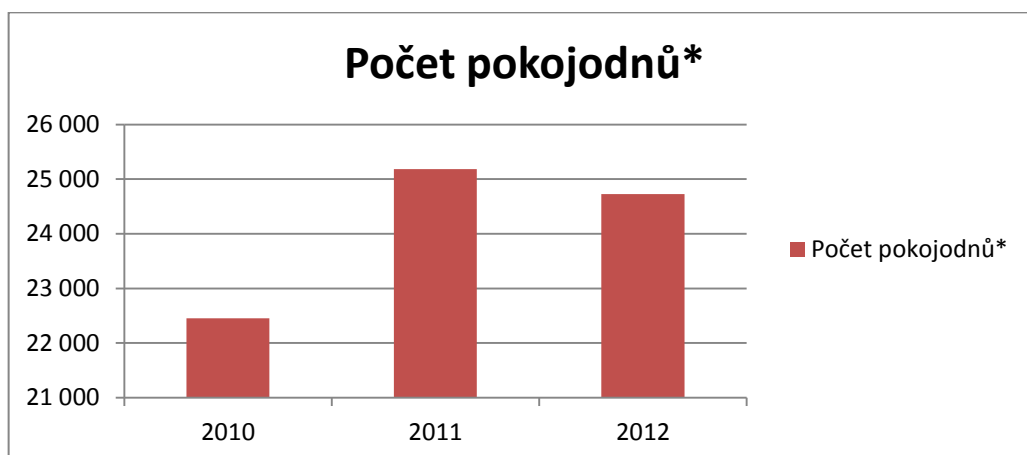
Zdroj: Wellness hotel Frymburk

Příloha 4: Počet příjezdů hostů za rok 2010, 2011, 2012



Zdroj: Wellness hotel Frymburk

## Příloha 5: Počet pokojodnů za rok 2010, 2011, 2012



Zdroj: Wellness hotel Frymburk

\* počet dnů, kdy v pokoji ubytovacího zařízení přenocuje alespoň 1 host

## Příloha 6: Obsazenost segmenty za rok 2010, 2011, 2012

Segmenty	rok 2010	rok 2011	rok 2012
Firemní akce	38,20%	35,70%	32,50%
Cestovní kanceláře	13,40%	13,60%	9,80%
Individuální klientela	48,30%	50,70%	57,70%

Zdroj: Wellness hotel Frymburk

## Příloha 7: Seznam atrakcí v okolí hotelu

### Bobová dráha

V Lipně nad Vltavou se nachází významná atrakce, a to bobová dráha. Délka bobové dráhy je přibližně 1 kilometr, sjíždí kopec nad lipenským jezerem. Pro sjezd jsou určeny speciální boby, pomocí nichž se koordinuje rychlost.

### Stezka v korunách stromů

V Národním parku Bavorský les se nalézá Stezka v korunách stromů. Tato stezka je sestavená z dřevěných konstrukcí, díky kterým mají návštěvníci možnost se procházet mezi stromy a prohlédnout si tak celou krajinu Bavorského lesa nebo Alpy. Její délka činí 1300 metrů a její výška je až 25 metrů. Součástí stezky je i vyhlídková věž vysoká 44 metrů. Ve středu věže je umístěn suchý tobogán o délce 52 metrů.



### Půjčovna sportovního vybavení Alzarent

Ve vzdálenosti 11 kilometrů od Frymburku leží obec Černá v Pošumaví, kde je k dispozici půjčovna sportovního vybavení Alzarent. Díky velkému množství sportovních potřeb, půjčovna nabízí možnost vyzkoušet si windsurfing, kiteboarding, snowkiting. V letní sezóně je pro zájemce k vypůjčení katamarán, aquaskipper, jednoposádkový nebo dvouposádkový mořský kajak, šlapadla nebo veslice. V zimní sezóně jsou v nabídce půjčovny lyže, snowboardy, nordických bruslí, snowkitingu nebo lední jachty. Všechny zmíněné sporty mají začátečníci možnost si vyzkoušet za přítomnosti kvalifikovaných instruktorů.

### Adventure park

V obci Černá v Pošumaví se nachází takzvaný Adventure park, určený pro příznivce adrenalinových sportů. Součástí nabídky Adventure parku je paintball a lanové centrum. Pro paintball je hřiště a jeho terén vybaven rovnou loukou se zákopy a vysokou trávou, strání, lesem a lomem. Nabízí se zde i noční hraní. Lanové centrum má v nabídce různé trasy, jako je Žlutá trasa, Červená trasa, Balance park, BigSwing a Trenažér. Jednotlivé trasy se od sebe odlišují svou náročností.

### Český Krumlov

Město Český Krumlov bylo v roce 1992 zapsáno do světového kulturního dědictví UNESCO. Významnou chloubou tohoto města je Státní hrad a zámek Český Krumlov. Dominantou města je Zámecká věž. Ve městě stojí za zhlédnutí i barokní zahrada, pocházející ze 17. století. V Českém Krumlově turisté mohou navštívit barokní divadlo, které je pokládáno za nejzachovalejší barokní divadlo na světě. Město je také známé svými kulturními akcemi nebo otáčivým hledištěm, které je považováno za světový unikát. Také se zde pravidelně pořádá Mezinárodní hudební festival letos už dvaadvacátý. Nachází se zde také muzea, galerie, divadla, kina nebo koncertní, konferenční a seminární sály. Od hotelu je město vzdálené přibližně 30 km.

### Příloha 13: Dotazníkové šetření

Uved'te Vaše priority při výběru hotelu:

#### 3) Lokalita

Podstatné	44
Velmi důležité	16
Důležité	42
Málo důležité	2
Nepodstatné	6
<b>Celkový počet</b>	<b>110</b>

#### 4) Cena

Podstatné	21
Velmi důležité	28
Důležité	41
Málo důležité	9
Nepodstatné	11
<b>Celkem</b>	<b>110</b>

#### 5) Poskytované služby

Podstatné	33
Velmi důležité	30
Důležité	41
Málo důležité	6
Nepodstatné	0
<b>Celkem</b>	<b>110</b>

#### 6) Dobré jméno, pověst

Podstatné	21
Velmi důležité	33
Důležité	36
Málo důležité	20
Nepodstatné	0
<b>Celkem</b>	<b>110</b>

#### 7) Odborné vědomosti a chování zaměstnanců

Podstatné	11
Velmi důležité	36
Důležité	42
Málo důležité	17

Nepodstatné	4
<b>Celkem</b>	<b>110</b>

8) Reklama, propagace hotelu

Podstatné	9
Velmi důležité	28
Důležité	31
Málo důležité	36
Nepodstatné	6
<b>Celkem</b>	<b>110</b>

9) Vybavenost hotelu

Podstatné	46
Velmi důležité	27
Důležité	34
Málo důležité	3
Nepodstatné	0
<b>Celkem</b>	<b>110</b>

10) Přešlé zkušenosti

Podstatné	25
Velmi důležité	35
Důležité	27
Málo důležité	21
Nepodstatné	2
<b>Celkem</b>	<b>110</b>

11) Vzhled hotelu

Podstatné	20
Velmi důležité	27
Důležité	56
Málo důležité	4
Nepodstatné	3
<b>Celkem</b>	<b>110</b>

18) Setkal/a jste se už někde s animačními službami?

Ano	92
Ne	18
<b>Celkem</b>	<b>110</b>

22) Znáte nějaký hotel v ČR, který animační služby nabízí?

Ano	83
Ne	27
<b>Celkem</b>	<b>110</b>

## Dotazník

Vážená paní, vážený pane,

Jsem studentkou Jihočeské univerzity v Českých Budějovicích, kde studuji obor cestovní ruch na Ekonomické fakultě. Zpracovávám bakalářskou práci zaměřenou na animaci.

Cílem dotazníků je zjistit a analyzovat potenciál animačních služeb v hotelech v České republice.

Z uvedeného důvodu Vás chci požádat o vyplnění tohoto dotazníku, který je anonymní. Za ochotu a vstřícnost Vám srdečně děkuji

Alžběta Jančová

**1. Z jakého důvodu většinou cestujete?** (Můžete označit „X“ i více, jak jednu z možností)

- Služebně
  - Za zábavou
  - Za kulturou
  - Za sportem
  - Za odpočinkem
  - Ze zdravotních důvodů
  - Za nákupy
  - Návštěva příbuzných
  - Jiný důvod: \_\_\_\_\_
- 
- 

**2. Upřednostňujete pasivní nebo aktivní dovolenou?**

- Aktivní
- Pasivní

*U každé otázky označte „X“ jen jednu z možných odpovědí.*

<b>Uveďte Vaše priority při výběru ubytovacího zařízení</b>	Podstatné	Velmi důležité	Důležité	Málo důležité	Nepodstatné
<b>3.</b> Lokalita hotelu					
<b>4.</b> Cena					
<b>5.</b> Poskytované služby					
<b>6.</b> Dobré jméno, dobrá pověst					
<b>7.</b> Odborné vědomosti a chování zaměstnanců hotelu					
<b>8.</b> Reklama, propagace hotelu (na internetu atd.)					
<b>9.</b> Vybavenost (hřiště, kurty, bazén)					
<b>10.</b> Předešlé zkušenosti					
<b>11.</b> Vzhled hotelu					

<b>Jak jste spokojený/á</b>	Úplně spokojen	Velmi spokojen	Spokojen	Méně spokojen	Nespokojen
<b>12.</b> S rozsahem poskytnutých služeb hotelu					
<b>13.</b> S úrovní těchto služeb					
<b>14.</b> S ochotou, zkušenostmi a vzděláním zaměstnanců					
<b>15.</b> S vybavením hotelu (sportovní hřiště, bazény ...)					

**16. Uvítal/a byste nabídku dalších doplňkových služeb hotelu?**

- Ne  
 Ano, doplňte prosím jaké služby:

\_\_\_\_\_

**17. Co si představujete pod pojmem animace?**

\_\_\_\_\_

**18. Setkal/a jste se už někde s animačními službami?**

- Ano  
 Ne

Pro Vaši informaci uvádíme, že **Animací** se rozumí organizování a stimulování aktivního využívání volného času s cílem zintenzivnit zážitky účastníků cestovního ruchu, rozveselit je, zabavit je či povzbudit.

**19. Uvítal/a byste animační služby i v tomto hotelu?**

- Ano  
 Ne

Vaši odpověď prosím zdůvodněte: \_\_\_\_\_

**20. Jaký druh animačních aktivit byste upřednostnil/a? (Můžete označit „X“ i více jak jednu z možností)**

- Sportovní, pohybové  
 Zábavné  
 Vzdělávací, poznávací  
 Společenské, kulturní  
 Animace pro děti

Výběr daného druhu animačních aktivit prosím zdůvodněte:

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

**21. Kolik byste byl/a ochoten/na si připlatit za tuto doplňkovou službu?**

- méně jak 50Kč       od 51 Kč - 100 Kč       od 101 Kč - 150       od 150 Kč a

více

**22. Znáte nějaký hotel v ČR, který tyto doplňkové služby nabízí?**

- Ano  
 Ne

Pokud ANO, jaký: \_\_\_\_\_

**23. Bylo by Vaše rozhodnutí při výběru hotelu ovlivněno skutečností, že nabízí animační služby?**

- Ano  
 Ne

Odůvodněte prosím Vaši odpověď: \_\_\_\_\_

**24. Na závěr prosím uveďte Vaše identifikační údaje:**

**Pohlaví:**

- Žena
- Muž

**Věk:**

- do 20
- do 30
- do 40
- do 50
- do 60
- do 70
- 70 a více

**Rodinný stav:**

- Svobodná/ý
- Vdaná/Ženatý
- Partnerský vztah
- Ovdovělý/á

**Děti:**

- Ano
- Ne

**Společenské postavení:**

- Majitel, vlastník firmy
- Zaměstnanec v pracovně-právním vztahu
- Důchodce, ekonomický neaktivní
- Student

Děkuji Vám za čas strávený vyplňováním dotazníku.