

UNIVERZITA JANA AMOSE KOMENSKÉHO PRAHA

MAGISTERSKÉ PREZENČNÍ STUDIUM

2013–2015

DIPLOMOVÁ PRÁCE

Simona Doležánová

**Analýza animačních služeb se zaměřením na
miniklubové programy**

Praha 2015

Vedoucí bakalářské/diplomové práce:

Ing. Šrámková Dana

JAN AMOS KOMENSKY UNIVERSITY PRAGUE

MASTER FULL-TIME STUDIES

2013-2015

DIPLOMA THESIS

Simona Doležánová

**Analysis of Animation Services Focusing on Miniclub
Programmes**

Prague 2015

The Diploma Thesis Work Supervisor:

Ing. Šrámková Dana

Prohlášení

Prohlašuji, že předložená diplomová práce je mým původním autorským dílem, které jsem vypracovala samostatně. Veškerou literaturu a další zdroje, z nichž jsem při zpracování čerpala, v práci řádně cituji a jsou uvedeny v seznamu použitých zdrojů.

Souhlasím s prezenčním zpřístupněním své práce v univerzitní knihovně.

V Praze dne

Simona Doležánová.....

Poděkování

Chtěla bych poděkovat Ing. Daně Šrámkové za vedení diplomové práce, její příhodné připomínky a náměty. Dále Ing. Haně Vaňkové, Mgr. Monice Langhamerové, Mgr. Tereze Polákové za gramatickou úpravu a připomínky k práci. Na závěr také respondentům mého dotazníkového šetření a animátorům za poskytnutí rozhovoru.

Anotace

Diplomová práce se zabývá analýzou animačních služeb, zejména pak miniklubů a jejich programů. Cílem této práce je zpracování literárních poznatků o animaci a její historii, osobách vedoucích animace, animačním programu, jeho náležitostech a jeho tvoření. Na základě tohoto teoretického rozpracování je vytvořeno empirické šetření formou dotazníku zaměřené na poptávku i nabídku. Ze strany poptávky se jedná o návštěvníky subjektu, kteří svou dovolenou zakoupili i s animačními službami cestovní kanceláře nebo bez nich a jejich spokojenost s programy obou porovnávaných společností. Strana nabídky je pak reprezentovaná rozhovory s animátory. Výsledkem je návrh doplnění programu vycházející ze SWOT analýzy.

Klíčová slova

Animace, animační program, animátor, cestovní kancelář, diplomová práce, dodavatel služeb, dotazníkové šetření, miniklub, rozhovor, SWOT analýza.

Annotation

The Diploma Thesis is focused on analysis of animation services especially on miniclubs and their programmes. Aim of this Thesis is elaboration of the literature detection about animation and its history, persons leading animations, animation programme, its requirements and its creation. There is formed an empirical investigation on the basis of the literature detection which is in the form of questionnaire aimed at demand and offer. These are visitors of the hotel from the side of demand, which bought their vacation through the mentioned travel agency and its animation services or without it and their satisfaction with animation programmes of both compared companies. The side of offer is represented by interviews with animators. The result of these mentioned comparisons is renewal of the programme based on a SWOT analysis.

Key words

Animation, animation programme, animator, Diploma Thesis, interview, miniklub, provider of services, questionnaire investigation, SWOT analysis, travel agency.

OBSAH

ÚVOD.....	9
1 ANIMAČNÍ PROGRAMY	11
1.1 Vznik animace.....	11
1.2 Vymezení pojmů	12
1.2.1 Animátor.....	12
1.2.2 Animační program jako služba cestovního ruchu.....	15
1.3 Sestavení animačního programu	17
1.4 Miniklub jako služba v rámci animačních programů	21
1.5 Právní rámec v EU versus ČR	22
2 POPIS VYBRANÝCH SUBJEKTŮ	25
2.1 Cestovní kancelář Fischer, a.s.	25
2.1.1 Animační programy cestovní kanceláře FISCHER.....	26
2.1.2 Harmonogram klubu Funtazie	26
2.2 Hotel Falkensteiner Funimation jako dodavatel služeb	28
2.2.1 Charakteristika hotelu	29
2.2.2 Harmonogram klubu Falkyland	30
3 VLASTNÍ EMPIRICKÉ ŠETŘENÍ	32
3.1 Metodika empirického šetření	32
3.2 Cíl empirického šetření I.....	32
3.3 Stanovené hypotézy.....	32
3.4 Popis dotazníku.....	33
3.5 Charakteristika výběrového souboru	33
3.6 Výsledky šetření.....	34
3.7 Vyhodnocení hypotéz.....	47
3.8 Metodika empirického šetření II.	49
3.9 Cíl empirického šetření II.....	49
3.10 Popis rozhovoru	49
3.11 Výsledky empirického šetření II.....	50
4 SWOT ANALÝZA	54
5 NÁVRHY A DOPORUČENÍ	59

5.1 Návrh doplnění programu Falkyland klubu o další aktivity	60
ZÁVĚR	64
SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ.....	67
SEZNAM ZKRATEK.....	69
SEZNAM OBRÁZKŮ, GRAFŮ a TABULEK	70
SEZNAM PŘÍLOH	72

ÚVOD

Součástí služeb cestovního ruchu začaly být v posledním desetiletí čím dál tím populárnější klubové dovolené. Ty jsou nabízeny hotelovými komplexy po celém světě a také cestovními kanceláři, které je nabízejí jako speciální produkty ve svých zvláštních vydáních katalogů. Aktuální rozšíření tématu animačních programů je nezpochybnitelné. Toto téma bylo rozpracováno v několika publikacích, avšak až v první polovině 20. století. Ty jsou zaměřeny, kam až sahá historie a myšlenka animace, dále na osobu animátora jako vedoucího programu po všech stránkách, animační programy, jejich vytváření a rozdělení. Miniklubovým programům se nevěnuje žádná z literatur takovým způsobem, aby přiblížila prostředí a obtížnost tohoto druhu animace. Využito zde bude interních zdrojů společností, které jsou klientovi známy jejich využíváním.

Animátorova práce v miniklubu je důležitá z hlediska psychologického a pedagogického díky působení na děti při jakékoliv aktivitě. Jejich flexibilita, otevřenost a pozitivita jsou prvky zásadními pro průběh animačních programů. Animátor musí být komunikativní, umět řešit problémy konstruktivně a dobře působit svou osobností na okolí. Zásadním je u něj i schopnost vést programy a mít přehled o situaci. V práci se proto dostaneme i k informacím tohoto charakteru.

Cílem této práce je zpracování literárních poznatků o animaci a její historii, osobách vedoucích animace, animačním programu, jeho náležitostech a jeho tvoření. V další teoretické části bude rozpracován animační program cestovní kanceláře na konkrétním příkladu a dodavatel služby a jeho konkrétní příklad i s popisem miniklubových prostorů. Na základě tohoto teoretického rozpracování bude vytvořeno empirické šetření formou dotazníku zaměřené na poptávku – návštěvníky subjektu, kteří svou dovolenou zakoupili i s animačními službami cestovní kanceláře nebo bez nich a jejich spokojenost s programy obou porovnávaných společností. Dotazy budou zaměřeny i na aspekt, v jakém jazyce preferují animace a s tím související otázky. Na základě tohoto šetření bude navazovat prozkoumání strany nabídky, a to samotných animátorů starajících se o průběh animačního programu. Dotazy budou založené na shodných principech, kdy nás bude zajímat jejich vyjádření na sdílený program, prostory miniklubu, animátory přijaté do týmu na sezónu a názor, jak důležitý je mateřský jazyk pro rodiče při animacích.

Cíle, které by měla daná diplomová práce zodpovědět v jednotlivých bodech:

- zda je spokojenost klientů využívajících animačních služeb cestovní kanceláře odlišná od spokojenosti s těmito službami hotelu;
- klesající či stoupající zájem o animační služby zákazníků obou porovnávaných subjektů;
- zda mají zákazníci návrhy či připomínky ke stávajícím programům;
- jestli zákazníci kladou zřetel na povahové vlastnosti animátorů;
- zjistit, jestli zákazníkům uspokojuje i program v cizím jazyce;
- jak přijímají skutečnost sdílení prostoru a programu animátoři jednotlivých subjektů;
- náhled animátorů na kooperaci s druhým subjektem v závislosti na předchozích zkušenostech;
- porovnání důležitosti mateřského jazyka z pohledu animátorů vůči vyjádření zákazníků;
- zda jsou názory animátorů na zlepšení přínosem vzhledem k jejich každodennímu společnému působení.

TEORETICKÁ ČÁST

1 ANIMAČNÍ PROGRAMY

1.1 Vznik animace

Počátek animace souvisí s vývojem volného času jako takového. Jak Fišerová (2008, s. 29) uvádí, již Aristoteles vymezil pojem volného času jako „*důležité životní poslání, které nemá nic společného s lenošením a nudou. Volný čas vyplňovaly aktivity zaměřené na filozofické úvahy, hlubokomyslné rozhovory, poslech a hraní hudby.*“ Dále připomíná hedonistické pojetí zdůrazňující volný čas jako konání pro naše vlastní potěšení a vnitřní blaho.

Ukročíme-li od historického vývoje propleteného vojenskými konflikty a režimy a přesuneme se k době, kdy se volnému času začalo dostávat více pozornosti, začneme si vybavovat v Čechách např. vznik tělovýchovné jednoty SOKOL v 19. století a posléze skautskou organizaci. „*Začátkem 50. let 20. století se v zemích západní Evropy udály společenské změny, které podnítily rozvoj služeb animace. Vlivem industrializace, prohlubující se dělby práce a technického pokroku nastalo přesídlování obyvatelstva do měst a poměšťování.*“ Dodává Ulbrich (2012, s. 19) k následnému vývoji a komentuje společenské změny, které tímto vývojem nastaly. Anonymita obyvatel měst se zvýšila a jako důsledek změn i společenských byl nárůst příjmů, blahobytu a tím způsobené mobility, výstavby komunikací. Ve městech si člověk nemohl dovolit veliký životní prostor díky přelidňování a tím se mu obydlí začalo stávat nedostačujícím a nudným. Zavedení zákonné dovolené pomohlo vlastní organizaci volného času, která měla za následek zvýšení cestovního ruchu.

Dle Fišerové (2008) i díky narůstajícímu omezování kontaktu návštěvníků s obyvateli místními a minimálnímu kontaktu mezi účastníky navzájem, dochází k reakci myšlenkou zavedení animace jako doplňkové služby cestovního ruchu, která má podnítit aktivní prožití dovolené a zlepšit její celkový dojem na účastníka. Tuto myšlenku naplňoval KLUBOVÝ CESTOVNÍ RUCH, který vznikl ve Francii v polovině 90. let 20. století. Během klubové dovolené se účastník nejen podívá po atraktivitách destinace, ale je mu nabídnuto i velice komfortní prostředí hotelu, kde se klub postará o stresu zbavení a zábavu. První Klub byl založen na řeckém ostrově Mallorca nesoucí

jméno MEDITERRANÉE (MED). Princip tohoto Klubu je založen na dosažení nulové chybovosti pocitu štěstí účastníků a existuje dodnes. Zde se plně rozvinul pojem animátora ve svém profesním profilu. Klub Med v rámci rozšíření své nabídky zavedl i nabídku „mini klubů“ pro děti již samostatnější a „baby klubů“ pro batolata. V základu tento koncept převzaly i jiné společnosti jako je Robinson, TUI a cestovní kanceláře mající své vlastní animátory a programy či agentury proškolující a zprostředkovávající animátory do destinací cestovního ruchu.

1.2 Vymezení pojmů

V této podkapitole si osvětlíme pojmy úzce související s animačními programy. Je třeba tématu porozumět od základu, a proto započneme s vedoucím, leadrem animačních programů a poté se budeme soustředit na animační programy. Animátorova účast na programech má charakter určující bezproblémový průběh animace a jeho udržení. Proto si v podkapitole vysvětlíme jeho složky osobnosti i pracovní požadavky na jeho osobu. Animační program samostatně zastupuje aktivitu sportovní nebo kreativní s charakteristickými prvky působícími na účastníky povzbuzujícím dojmem. Účastník by z takového programu neměl odcházet zklamaný ani se špatným úsudkem. Důkladné naplánování programu a jeho jednotlivých částí je základní podmínkou úspěchu a spokojenosti zúčastněných osob. Animační program je doplňková služba cestovního ruchu zahrnující prvky pedagogické, psychologické a marketingové. Trendy těchto aktivit je třeba obměňovat a neustále udržovat účastníkovu pozornost a jeho zájem. Materiální a technické vybavení je neméně důležitou složkou, která musí být zajištěna v dostatečném počtu pomůcek, náčiní a je třeba vybrat vhodné prostory pro jeho uskutečnění.

1.2.1 Animátor

Dle Zelenky a Páskové (2012, s. 38) je animátor *„fyzická osoba, která je odpovědná za plánování, dohled a organizování sociálních, sportovních a dalších aktivit volného času a za stimulaci cestujících zúčastnit se jich, a to v hotelu, v turistické destinaci, na výletní lodi, a lodi okružních plaveb apod. Mluví jazykem, kterému rozumí většina cestujících.“* Zpravidla bývají celosezónními zaměstnanci rekreačního centra či střediska, kde je hlavní pracovní náplní zajištění zábavy

pro účastníky. Rozlišujeme animátory pro dospělé a pro děti, přičemž každá z těchto dvou skupin má svá vzdělávací školení a kurzy.

Ulbrich (2012) interpretuje živnostenský zákon ČR, kde je animátor charakterizován jako osoba se shodnými činnostmi jako delegát (živnost volná, ohlašovací). Dále uvádí, že úkolem animátora je zajištění zajímavé nabídky aktivit, její systémové a prostorové zorganizování a realizování formou animačního programu. Je to činnost velice časově náročná vyžadující kreativitu a různé schopnosti, avšak tento fakt není viditelný navenek a ani by být neměl z hlediska úspěšnosti provedené akce.

Z pedagogického hlediska dle Hofbauera (2010, s. 61): *„vedoucí (animátor) uplatňuje ve svém působení pozitivní hodnoty rozvíjející osobnost a preventivně orientuje účastníky potenciálně ohrožené negativními vlivy žádoucím směrem, přičemž napravuje důsledky předchozího negativního působení reedukací a resocializací.“* Je to člověk, jenž oživuje proces a povzbuzuje animovaného k akci. Skýtá v sobě i výchovné zřetel nabádající k zábavě. Z této definice plyne i pedagogicko-psychologická úloha animátora v prostředí, kde probíhají animační programy. Fišerová (2008) mezi nutné vlastnosti řadí schopnost komunikace a kontaktu, obecné vzdělání a kvalifikační kurz, umět plánovat a motivovat. Mezi charakteristické rysy osobnosti, kterými by se měl vyznačovat – disciplínu, dobré vystupování, flexibilitu a přijatelný vzhled, schopnost vést, vcítit se a spolupracovat a v neposlední řadě by měl znát prostředí (zemi) své působnosti. Dalšími výhodami pro člověka na této pozici mohou být vlastnosti či znalosti doplňkové přispívající k progresivnějšímu výsledku průběhu animací (spontánnost, cizí jazyky, zkušenosti, hra na hudební nástroj, vlohly motorické, určitá osobitost). Přísaha animátora by dle Ulbricha (2012, s. 41-42) obsahovala pravidla:

- *„Nikdy nejednej proti zájmu svého protějšku.*
- *Na každého hosta i kolegu pohlížej jako na svého partnera.*
- *Ber každého účastníka takového, jaký je.*
- *Rozvíjej silné stránky účastníka a nepožaduj, aby slabé stránky skrýval.*
- *Vyzdvihni u každého jeho sklony, zájmy, schopnosti a dovednosti.*
- *Pomáhej poznávat potřeby a zájmy účastníků, aby je mohli později sami realizovat.“*

(Čertík, 2009, Černák, 2011) Rozdělení animátorů je dle zaměření jejich aktivit. Šéfanimátor zabezpečuje vymýšlení programu, přidělení jednotlivých aktivit týmu, jeho realizaci, chod aktivit. Nadále by měl mít řádné jazykové znalosti, zkušenosti ve všech animačních oblastech a umět dobře motivovat svůj tým. Jako sportovní animátor je třeba být dobře fyziologicky vybaven, zvládat vést skupinu a dávat instrukce.

V závislosti na zvyšující se zájem o adrenalinové sporty roste také zodpovědnost za své účastníky. Proto je důležité mít sportoviště ve vynikajícím stavu a s tím souvisí i poučení oněch účastníků o bezpečnostních pravidlech. Choreograf vytvářející představení a taneční koncepce, animátor bavič tvořící pobavení i improvizované, animátor psycholog se schopnostmi empatie, animátor intelektuál vědomostně nadaný s pohotovými reakcemi jsou dalšími typy animátorů. Nadále sem řadí hostess animátora. Ten program propaguje mezi lidmi, zve na večerní představení, láká k vybraným aktivitám. Tuto funkci avšak může zastávat i šéfanimátor, jenž program dokonale zná a do detailu může aktivity vysvětlit. Nakonec si osvětlíme funkci animátora dětského – pěstouna. Role v týmu tohoto typu je náročnější než předešlé. Uspokojení potřeb odlišných věkových kategorií je věcí psychologicky a pedagogicky vybavených lidí či minimálně lidí s velice dobrým vztahem k dětem, kteří znají jejich potřeby a umějí je zabavit. Je třeba umět improvizovat, vymýšlet různorodé aktivity, zapojit děti a hlavně je motivovat. Některé mohou vykazovat chování plynoucí z nefunkční rodiny, málo pozornosti nebo mohou být handicapované. Animátor tohoto typu si musí umět poradit se všemi dětmi. Fišerová (2008) popisuje animační prostředí jako evokující zvědavost, podněty k novým aktivitám. Hra je jednoznačně nejlepším prvkem pro získání bezprostřední zkušenosti a vytváří krátkodobou virtuální realitu, ze které je možno posuzovat informace jinak nedosažitelné. Pro děti je důležité tajemno, poutavý název hry a vytvoření úvodní atmosféry.

Vliv lze jednoznačně chápat (Hofbauer, 2010, s. 88) tak, že *„soudobý společenský kontext poskytuje účastníkům rostoucí objem nových, obsahově různorodých informací o přírodě, společnosti i o člověku. K jejich poznávání a dobrovolné účasti na jejich dalším pozitivním vývoji nabízí stále více podnětů a možností. To klade vyšší věcné, poznávací i metodické požadavky také na animátory, kteří dětem a mladým lidem vstup do těchto nových oblastí usnadňuje jednak vlastní přímou výchovou a vzdělávací činností, jednak nepřímou, vytvářením vhodných podmínek pro aktivní podíl účastníků na ní.“* K tomu se váží i již zmíněné vyšší požadavky na vzdělání, připravenost programu a výchovný proces skrytý v podtextu her, to vše přispívá k celkově úspěšnému působení na děti a mládež. Je nutno konstatovat i ovlivnění nadáleho využívání volného času a osvojování přístupů jako výsledku správného zapůsobení na vyvíjející se psychiku. V tomto ohledu můžeme dle Fišerové (2008) oponovat i problémem, který může nastat, a to v ohledu náročnosti dnešní generace zákazníků. Upozorňuje na nutnou znalost chování

spotřebitele s přihlédnutím i k demografické segmentaci. Trh se mění a s ním i potřeby zákazníků. Nehledě na odpovědnost za dítě zúčastňující se animačního programu.

Animátoři nemusí v destinaci trávit celý rok či celou sezónu. Dle délky pobytu je lze dělit do tří skupin (Ulbrich, 2012). Stálí (celosezónní) pracující v daném hotelu či středisku jednu sezónu minimálně. Délka pobytu se pohybuje od čtyř měsíců až po celý rok. Dočasní (pomocní) nebo také prázdninovní animátoři pobývají v daném subjektu cestovního ruchu kratší dobu v řadách týdnů. Z důvodu nedostatku zkušeností vypomáhají těm stávajícím s dětmi nebo sportovními programy. Hostující animátory specifikuje krátká doba působnosti a to povětšinou jen na maximálně dva týdny, kdy mají za úkol zatraktivnit pobyt a zvýšit návštěvnost. Povětšinou se jedná o zpěváky, herce, umělce, profesionální sportovce.

1.2.2 Animační program jako služba cestovního ruchu

Termín odvozen z latinského slova anima – duše, duch, poukazující na obveselení ducha, povzbuzení (Fišerová, 2008). Definici animace obecně vysvětluje Oriška (2003) jako primární a sekundární. Primární neboli personální – stimulace těla i mysli a spoluúčast na aktivitách. Sekundární je formou tisku. Obdobně je popisována i z hlediska pedagogického, kdy je důraz kladen v základu na metody oživení komunikace ve skupině a podněcení pozitivního naladění a silné zážitkové aktivity. Pedagogika je tedy přinejmenším základem animace, provází ji, dodává výchovného a z velké části i psychologického nádechu, jak si můžeme povšimnout dle Fišerové (2008).

Animační programy řadíme mezi služby doplňkového charakteru v cestovním ruchu. Palatková et al. (2013) uvádí vstupy, co se týče rekreačního a volnočasového segmentu cestovního ruchu, které patří k nejfrekventovanějším službám. A to jsou doprava, ubytování, stravování, transfery, cestovní pojištění, průvodcovské služby, sportovní služby, kulturní služby (animační a společenské programy a služby připravené pro skupiny dělené dle věku), jazykové a další vzdělávací kurzy, prodej dopravních a jiných cenin, prodej propagačních materiálů a brožur, samotné organizování a prodej různých výletů a směnářské služby.

Je to služba cestovního ruchu pečující o uspokojení potřeb účastníků v jejich volném čase. Mezi základní aspekty animace patří servis, je považována za centrální službu a jejím cílem je již zmíněný spokojený účastník (Fišerová, 2008).

Jak uvádí Pachrová (2013, s. 45): „*východiskem pro typologii animačních aktivit jsou motivy účasti na cestovním ruchu s cílem uspokojení potřeb. Je možné definovat pět základních skupin převládajících motivů dovolené: dovolená pro odpočinek, dovolená pro zážitky, zdravotní dovolená, rodinná dovolená a dovolená pro zábavu.*“

Animační programy jsou nyní nabízeny většinou hotelů a to nejen přímořských ale i zimních destinací. Jsou v dnešní době velice populární službou, kterou ve své nabídce mají jak hotely, tak i cestovní kanceláře. Vznikly také agentury, které za poplatek zprostředkovávají zájemcům zaměstnání animátora sportovního, v dětském klubu nebo šéf animátora (na úvazek poloviční, plný či na živnostenský list). Školení animátoři jsou rozděleni ve většině případů na sportovní a dětské. Do většiny hotelových klubů si děti mohou přicházet a odcházet dle libosti. U některých cestovních kanceláří mají systém přihlašování a odhlašování dětí jako v mateřských školách. Obecně má animační tým připraven program na každý týden, či se program střídá dle náročnosti sezóny a podmínek počasí. Animátoři se vyznačují zejména svou otevřeností a optimistickým naladěním.

Pokud pojmem animační program jako marketingová produkt, pak zahrnuje několik důležitých kroků přispívajících k naplnění očekávaných výsledků. Jedním z nejdůležitějších z nich je jeho naplánování. To dle Palatkové et al. (2013, s. 132) „*spočívá v následujících činnostech:*

- *sestavení programové náplně produktu;*
- *trasování zájezdu a určení cíle zájezdu;*
- *sestavení časového harmonogramu;*
- *příprava tzv. služebního programu (provizorní program) určujícího množství a strukturu potřebných služeb;*
- *stanovení služeb, které je třeba zajistit u dodavatelů;*
- *příprava kalkulačního listu (kalkulace zájezdu).“*

Pokud již soudíme tento termín z marketingového hlediska, je třeba zmínit i specifické vlastnosti služeb (Jakubíková, 2009), kterými jsou nehmotnost – službu si nemůžeme vyzkoušet předem ani jedním z našich receptorů. Neoddělitelnost od poskytovatele – vzájemná interakce se zákazníkem je na místě, a proto musí být poskytovatel řádně proškolen a umět správně s ním jednat. Variabilita – standardizace postupů je možná pouze u některých, proto je originální i jednotlivý přístup poskytovatele k zákazníkovi v závislosti na čase, místě a způsobu. Je třeba tento faktor kontrolovat a brát v potaz hlavně zákaznickou spokojenost. Pomíjivost – skladování služby je nemožné. Zde je nasnadě zapojit do řízení podniků marketingová mix

a přizpůsobit produkt, cenu apod. Poslední vlastností služby je nemožnost jejího vlastnictví. Nadále Tamtéž (2009) je třeba konstatovat důležitost strategické předvídavosti v závislosti na konkurenci. Služba je velice snadno napodobitelná a je proto nutností být vždy o krok napřed. I nejmenší detaily inovace mohou z našeho zákazníka udělat loajálního naší společnosti. Zdůrazňuje při tvoření marketingového produktu, abychom si přestavovali pohled zákazníka na onen produkt/ službu. Zákazník si kupuje zážitek, aktivní pobyt, relaxaci a odpočinek ne zájezd.

K tomu všemu je zajisté třeba mít dostatek investic. Což nás dostává k uvědomění si ekonomického rázu (Fišerová, 2008) této služby a s ním spojeného plánování investic a jejich návratnosti. Pokud je program úspěšný, může zvýšit prodejnost, v opačném případě ji potopit. Zákazník musí mít motivaci, něco co ho přitahuje a proč bude chtít koupit právě tento balíček. Po hladkém průběhu je veliká pravděpodobnost reklamy nejefektivnější a nenáročná na náklady a to samotným uspokojením zákazníka, který si zkušenost nenechá pro sebe.

1.3 Sestavení animačního programu

Pojďme ale hlouběji nahlédnout na animační program jako takový. Personální zabezpečení jsme si ujasnili v předchozí kapitole (viz Animátor). Základními kroky k jeho vytvoření a zabezpečení jsou dle Fišerové (2008):

- ujasnění segmentu, pro který program připravujeme (dospělí, děti, společenský, večerní program);
- místo určení a čas, kdy chceme aktivity provozovat;
- určit si náplň programu i jeho možné varianty;
- správně vybrané materiálně- technické vybavení a mít dostatečné počty;
- dostatečně a včas připravit informace pro účastníky aktivit, využít komunikačních nástrojů k jejich rozšíření.

Fišerová (2008) pojednává o metodické přípravě animačního programu skládajícího se z 3 hlavních částí, a tj.:

- Dramaturgie – při které nám jde v hlavním úmyslu o inspiraci lidí. Proto je nutné si uvědomit a určit záměr celé akce, neboli jaký bude mít přínos pro zúčastněné. Zvolení taktiky dle odlišných věkových skupin a dle umístění v čase (ráno, odpoledne, večer). Udržovat program dostatečně pestrý a atmosférický. Program tvoříme od nejjednodušších částí ke složitějším.

- Scénář – obsahuje všechny důležité informace týkající se programu. Ten začíná prvním dojmem uvedením akce a přivítáním zúčastněných, následuje jejich seznámení mezi sebou, určení místa a času konání programu, garanta, názvu, zabezpečení materiálu a personálu a ujasnění si priorit akce.
- Reflexe – je důležitým završením celé akce a upevněním prožitku. Obecněji pojato jde o vyhodnocení hry a průběhu. Podstatná je účast, spolupráce a až posléze výhra, ve které jsou hodnoceni ve své podstatě všichni jako výherci. Reflexi je třeba mít dobře promyšlenou, aby lidé neodcházeli zklamání, ale povzbuzení a motivovaní k další účasti. Nesmíme zapomenout na dárkové předměty, popřípadě hudební doprovod.

Orieška (2003) zdůrazňuje, že je třeba zohlednit a vyvážit čas účastníka na organizovaných programech a jeho individuální čas např. pro rodinu. Přílišná interakce se skupinou může škodit. Dovolena má pak fáze – prvních kontaktů, zážitků a poslední fází je doznívání a vyvrcholení. Průběh dovolené je tedy třeba rozdělit do bodů pevných (příjezd a uvítání, odjezd a loučení), dalších naplánovaných společenských a zábavných programů přes příležitostné programy (narozeniny, regionální, místní) až ke všem možným neformálnímu pojetí (spontánní programy, variace podávání pokrmů).

1.3.1 Materiální a technická základna animací

Indoorové a outdoorové aktivity zajisté potřebují své materiálně technické vybavení. Kam řadíme vybavení sportovišť, vodních ploch, vnitřních prostorů střediska. Předpokladem pro vůbec zavedení animačního programu je přitažlivé zázemí destinace doplněné o vybavení podporující tento přirozený charakter místa. Kupříkladu lyžařské destinace, přímořské, horské a rekreační, historické. Samozřejmým je zde další doplňkové vybavení, které se na místo příliš nemusí vázat a to například ateliéry, konferenční místnosti využívané i ke vzdělávacím kurzům. Dle Fišerové (2008) řadíme k outdoorovým aktivitám ty, které probíhají ve venkovních prostorech a v závislosti na ročním období a měnícím se počasí. Uskutečňují se na exteriérových prostranstvích hřišť, koupališť, cyklistických stezkách, sjezdovkách, farmách, tenisových a jiných kurtech, lanových centrech, turistických trasách. Při těchto aktivitách by měli být

účastníci důsledně poučeni o bezpečnostních pravidlech a v případě půjčování sportovního vybavení podepisovat závazek výpůjčky při možném poškození, ztrátě.

Parmová (2003) rozděluje blíže tato prostranství nacházející se blíže objektu do několika nejčastějších. A tj. místo na posezení – s několika venkovními lavičkami, stolky, paravány, vhodná pro čtení, psaní a celkovou relaxaci. Grilovací prostor – zpestření každodenní konzumace v restauraci uvnitř objektu. Zde je také nasnadě poskytnout hostům a dětem i zábavu vlastním ugrilováním uzeniny. Hřiště a pískoviště pro děti – lepší umístění kvůli případnému hluku je zapotřebí. Posezení pro rodiče dohlížející na své děti je takřka nutností. Dalším kritériem je i stín a zvětrání. Brouzdaliště a venkovní bazén – abychom měli možnost nabídnout tuto aktivitu pro všechny generace. Bar a posezení by neměli chybět. Hřiště s nářadím – náradí musí být robustnějšího charakteru, aby vydržela delší dobu, stabilní a bezpečná. Mohou být vyrobeny z různých materiálů. Jelikož tohoto hřiště rádi využívají rodiče i s dětmi, mělo by mít náradí i různé velikosti. Kritéria na umístění jsou kladena obdobná jako u hřiště a pískoviště, až na to, že umístění může být i na louce nedaleko komplexu a jeho součástí může být i ohniště. Poté je návštěvníkům umožněno i vícero sportovních her s dětmi. Zahrady a parky – neplní pouze funkci estetickou, ale také relaxační ve formě procházek apod. Součástí může být i voliéra s člověku bezpečnými tvory.

Indoorové pak naopak probíhají v interiéru střediska určeném pro účastníkovou relaxaci. Tamtéž (2003) přibližuje a člení tyto prostory následně:

- Knihovna – čítárnu, kam si mohou účastníci sednout, vybrat knihu dle libosti. Možné varianty volně umístěných knih v knihovně jsou jejich umístění na recepci a na jméno knihy půjčovat, nebo například uzamykatelné knihovny, rozmístěné ve společných prostorách. Výpůjční lhůta je lepší variantou kontroly navrácení knih.
- Herna – určena dospělým s dětmi nebo jen dospělým. Stolní hry by měly mít svou výpůjční lhůtu. V některých hotelech jsou zřízené herní místnosti nejen se stolními hrami ale i herními automaty, biliárem nebo stolním tenisem. Prostor je vhodné lépe akusticky odhlučnit od dalších přilehlých místností.
- Dětská herna – určena dětem by měla být umístěna v dohledu rodičů a nikoliv v odlehlých prostorech. Vybavení takové herny musí ctít bezpečnostní pravidla. Všechny nábytek, vybavení včetně oken, zásuvek, osvětlení musí být zabezpečeno proti možnému úrazu (žádné ostré hrany apod.). Dětská herna by

měla nabízet možnost jak výběru stolních her, tak her kreativnějších jako například, puzzle, kostky, balónky, materiály pro méně náročné vyrábění.

- Místnost mnohdy nazývaná ateliérem je velice atraktivním pro uvolnění a zbavení se stresu. Návštěvník si má možnost vyrobit, namalovat, vyřezávat a tvořit dekorativní nebo účelové předměty, pomůcky a ty si také odnést jako suvenýr ze své dovolené. Ateliér je ovšem potřeba dostatečně vybavit zásuvkami s materiály a nástroji; nábytkem, kam se lidé usadí; uzamykatelnou skříň pro nedodělky, umyvadlem. Zástěry a ubrusy by měly být samozřejmostí stejně tak jako úklidové náčiní. Místnost musí být velice udržovaná, co se úklidu týče.
- Vyhrazený prostor pro sportovní, kulturní a jiné vyžití – může nahrazovat hernu nebo být její součástí. To záleží hlavně na prostorech, kterými hotel disponuje a jeho možnostech. Sucho, dobrá větratelnost, odhlučnění a dostatečné osvětlení jsou minimálními podmínkami. Dalšími variabilními součástmi mohou být menší stoly, židle, pódium, plátno, dataprojektor, video a CD přehrávač. Sportovní vybavení může být připevněné na stěnách, zavěšené a uložené v ohrazeném prostoru. Mohou zde probíhat i rukodělné aktivity, umělecké a společenské. Aktivity pak mohou být následující - promítání filmů, divadlo, menší dětské taneční akce, hudební přestavení apod. Její nevýhodou je samozřejmě
- Posilovna – musí jednoznačně být vybavena stroji a nářadím jí příslušící. Kritérii posilovny jsou nekluzká podlaha, dobře osvětlená větratelná místnost. Dostatečné poučení jejich návštěvníků nebo odborný dohled by měli být samozřejmostí.
- Krytý bazén – poskytuje využití i k lekcím vodní gymnastiky, vodního póla, vodního aerobiku a dalších aktivit vedle prvotního významu.

Mezi venkovní, volnoprostorové (kolem objektu) řadí Tamtéž (2003) jednotlivé aktivity ať už vnitřní či venkovní jsou rozličné a nadále rozšiřují svou pestrou nabídku nových trendů obecně zájmových činností. Proto je nutné mít neustálý přehled o tom, co zákazník požaduje, co ho zajímá. Potřeby zákazníka jsou proměnlivé. Avšak z psychologického hlediska je Maslowova pyramida potřeb o všeobecně vzatých potřebách nejvíce vypovídající.

1.4 Miniklub jako služba v rámci animačních programů

Miniklub je místo obecně vzato jako herna pro děti, prostor, kam si mohou přicházet hrát, leccos si vyrobit, skamarádit se s ostatními. V miniklubu pracují animátoři, kteří jsou proškoleni kurzy nebo vzděláni v oblasti pedagogiky, psychologie. Často se najdou výjimky, které pravidlo potvrzují, a to lidé bez jakéhokoliv vzdělání, ale s perfektním vztahem a porozuměním dětem. Program takového klubu musí být značně promyšlen, umět přitáhnout dětskou pozornost. Je nasnadě sledovat i trendy ve vyrábění a nejrůznějších hrách. Program je třeba obměňovat a zabezpečit rozdělení aktivit pro nejmenší děti až po ty školou povinné.

Materiální a technické vybavení jsme si již uvedli zkráceně v předchozí podkapitole (viz materiální a technická základna). Musíme dbát bezpečnostních a hygienických pravidel a dle nich i vybavení rozmístit. Nejen stolky a židle, koberce, prolézačky a hračky, ale také materiály, ke kterým má mít přístup pouze animátor. Co se týče materiálů k vyrábění, které do rukou dětem nepatří, musíme je umístit s rozvahou do uzamykatelných skříní, vyšších polic apod. Prostor by měl dítě zaujmout i samotným vzhledem - vymalovat prostory dětskými postavkami ze seriálů, pořídit barevné hračky i nábytek. Podlaha by měla být z příjemného materiálu a zároveň v nich může vzbuzovat kreativitu, což zajišťují kupříkladu pěnové koberce s čísly, zvířaty a písmeny; koberce s městem a silnicemi více pro chlapce. Pokud se miniklub nachází v menších prostorech, musí být dobře větratelný a zajištěný topením nebo klimatizací. Zajištění pitného režimu je jedna z nejdůležitějších povinností při delších aktivitách s dětmi. Animátoři by měli dbát na udržování pořádku v těchto prostorách nejen na konci aktivit, ale i v jejich průběhu. Kontrolovat poškození vybavení a hraček a především dbát o bezpečnost dětí. Dalším předpokladem je sociální zařízení přizpůsobené pro děti.

Časové rozvržení jednotlivých aktivit v miniklubu až na výjimky probíhá mimo časy snídaní, obědů a večeří. Pokud se nejedná o specializované animace jako snídaně, obědy a večeře bez rodičů pod dohledem animátorů.

Celkově vzato by měl být miniklub místem, které děti přitahuje nejen materiálním zázemím, ale hlavně přátelskou a vstřícnou atmosférou, která z něj vyzařuje. Děti by z miniklubu měly odcházet nabitě dojmy a zážitky. (Interní zdroj společnosti).

1.5 Právní rámec v EU versus ČR

„Všeobecně, v širším významu, pojem animace zahrnuje jakoukoli činnost člověka, která pobízí ostatní k aktivitě, organizuje a doprovází, aby daná aktivita splnila své poslání. Animovat je možné firemní schůzky, trávení času na dovolené, předzápasové publikum, dětský karneval atd.“ (animation.rilife.com, on-line, cit. 21-08-2014).

Animátor není pouze jedna pracovní pozice, je možné, aby člověk pracoval jako sportovní animátor, dětský animátor, taneční animátor atd. Možné jsou i méně známé formy animátora, jako je například DeeJay animátor.

Pracovní pozice animátora je vhodná zejména pro mladé lidi, kteří nemají závazky a mohou strávit například tři měsíce v zahraničí výkonem tohoto povolání. *„Animátor poznává nové krajiny a nemusí se natrvalo vázat k jednomu místu. Nabídka destinací je bohatá. Každá sezóna může být absolvována na jiném místě. Animátoři poznají mnoho zajímavých lidí, naváží nové kontakty do budoucna a zdokonalí si své jazykové znalosti. V neposlední řadě je to i finančně atraktivní pozice. Animátoři mají již zabezpečeno ubytování, stravování a nealkoholické nápoje v hotelu zdarma. Ostatní životní náklady v destinaci působení jsou minimální, takže Vám zůstane skoro celý animační plat.“ (animation.rilife.com, on-line, cit. 21-08-2014).*

Animátor může být buď zaměstnancem hotelu, nebo zaměstnancem cestovní kanceláře. Animátor bývá často nesprávně zaměňován za průvodce, což není správné. Animátor je dle normy ČSN EN 13809 *„Služby cestovního ruchu – cestovní agentury a touroperátoři – terminologie“* jednou z devíti asistenčních činností cestovního ruchu. (asociacepruvodcu.cz, on-line, cit. 21-08-2014).

Pro úplnost je dobré doplnit, že průvodcem je ten, kdo provádí návštěvníky (v jejich rodném jazyce nebo v jazyce který si turisté zvolí) a poskytuje výklad o kulturním a přírodním dědictví oblasti, přičemž tato osoba má obvykle specializaci na příslušnou oblast, kterou vydal (nebo uznává) příslušný úřad. (wftga.org, on-line, cit. 25-8-2014).

Vzhledem k tomu, že průvodce je výše hodnocenou činností v oblasti cestovního ruchu, bude se další část práce zabývat výhradně problematikou poskytování průvodcovských služeb.

V EU vzhledem k volnému pohybu pracovních sil i služeb mohou být průvodcovské služby poskytovány několika způsoby (asociacepruvodcu.cz, on-line, cit. 21-08-2014):

- Dojde k dočasnému přesunu poskytovatele služeb do jiné členské země – např. pracovník krátkodobě poskytuje své služby v jiném členském státě.

- Dojde k dočasnému přesunu příjemce služby do jiné členské země – např. cizinec přijede do ČR a využije poskytované služby.
- Dojde ke krátkodobému přesunu jak poskytovatele, tak příjemce služby – např. vedoucí zájezdu doprovází skupiny domácích klientů do zahraničí.

V současné době může být průvodcem buď osoba samostatně výdělečně činná (na základě vydaného živnostenského listu (jedná se o činnost volnou – průvodce tedy nemusí prokazovat žádné příslušné vzdělání nebo vědomosti), nebo zaměstnanec cestovní kanceláře.

„Pokud OSVČ poskytuje služby turistických průvodců v jiné členské zemi EU... musí se skutečně jednat o dočasné poskytování služeb v jiné členské zemi, to znamená, že průvodce musí poskytovat své služby především v České republice. Dále je třeba, aby měl vyřízen formulář E 101, který prokazuje, že průvodce platí sociální a zdravotní pojištění v České republice. Potřebuje mít s sebou také Evropský průkaz zdravotního pojištění, který dostávají všichni čeští pojištěnci automaticky. Je velice vhodné, aby si podnikatel s sebou také vzal smlouvu či objednávku v jazyce hostitelské země, na jejímž základě v zahraničí své služby poskytuje.“ A také asociace průvodců cestovního ruchu (on-line, cit. 21-08-2014) doporučuje mít s sebou i živnostenský list či jeho výpis, a to v úředním jazyce země, ve které bude působit. Řešit daň z příjmu není v daném případě třeba, jelikož zde nevzniká předpoklad založení stálé provozovny. Tuto informaci by si měl člověk vždy raději potvrdit.

Lze velmi doporučit, aby s sebou měl také svůj živnostenský list (případně výpis z živnostenského rejstříku) přeložený do jazyka hostitelské země. Co se týče daní z příjmu, je vcelku nepravděpodobné, že by českému turistickému průvodci vznikla v hostitelské zemi stálá provozovna a s tím spojená povinnost registrovat se k platbě daně v hostitelské zemi a tuto daň tam odvádět. Vždy je však třeba si tento fakt ověřit.

V České republice na základě zákona žádná omezení neplatí, ovšem pokud chce průvodce pracovat za hranicemi, je to jiné. V Evropské Unii platí v některých státech přísná opatření (například v Rakousku, na Slovensku, v Polsku, ve Španělsku, v Itálii atd.).

V zemích, které regulují činnost průvodců, je nutné, aby se průvodce ohlásil a aby doložil dokumenty, které ho k provádění průvodcovských služeb opravňují (například prokázání znalosti jazyka, minimálně dvouletou praxi či příslušné zkoušky jak je poznamenáno na internetových stránkách asociace cestovních průvodců (on-line, cit. 21-08-2014). Nicméně aktuálně se i v ČR objevují hlasy po zpřísnění podmínek poskytování průvodcovských služeb a to zejména kvůli kvalitě, kterou nulová

regulace značně snižuje, průvodci často nemají potřebné historické znalosti a často turisty informují nepravdivě. Je ovšem nutné doplnit, že tyto úvahy se objevují již dlouhodobě, o čem může svědčit článek z roku 2002, který avizuje připravení novely zákona: *„Podle novely zákona o cestovním ruchu se jako průvodce mohl žít jen ten, kdo složí zkoušky z historie a dějin umění, ale i reálií, které se týkají současnosti obce. „Návrh novely podpořila rada města,“ říká náměstek primátora Martin Hejl (ODS).“* (cestovani.idnes.cz, on-line, cit. 21-08-2014). Novela zákona z roku 2008 však průvodcovské služby z živnosti vázané opět zařadila mezi živnosti volné a problém se tedy opět vynořil: *„Česko zažívá vrchol turistické sezony, návštěvníci tuzemských památek si ale čím dál více stěžují na místní průvodce. Často jim totiž chybí kvalifikace. Slavné české legendy tak mnohdy vydávají za skutečnost nebo si zcela vymýšlejí.“* (ceskatelevize.cz, on-line, cit. 21-08-2014)

Hůrka (2012, s. 7) dodává, že *„pracovní právo je právním odvětvím, které upravuje vztahy mezi zaměstnavatelem a zaměstnanci při výkonu práce a některé další vztahy.“*

Porovnání České republiky a Turecka je porovnáním právní úpravy země, která je členem Evropské Unie a země, která o členství usiluje. Obecně je dle Kučerové (2006) je politika zaměstnanosti v EU částečně koordinovaná aktivita s tím, že se členské země dohodly na nejen redukci politiky *„na problém nezaměstnanosti, ale i monitoring a formulování vývojových trendů trhu práce a jeho záměrné ovlivňování ve prospěch strategických cílů zaměstnanosti.“* (Kučerová, 2006, s. 255). Konkrétní právní úprava pracovních podmínek je však plně v kompetenci každého členského státu.

2 POPIS VYBRANÝCH SUBJEKTŮ

V následující kapitole si dané subjekty zkoumání rozebereme a vymezíme od základu jejich služeb až k detailu, který dělá službu jedinečnou. Tyto subjekty mají mezi sebou uzavřenou smlouvu o spolupráci (zájezdu pro klienty). Jako dodavatel služby zde figuruje hotel Falkensteiner Funimation a cestovní kancelář Fischer, a.s. jako prodejce zájezdu i s možností využití klubového programu pro děti.

2.1 Cestovní kancelář Fischer, a.s.

Počátky cestovní kanceláře FISCHER sahají až „do roku 1990, kdy Václav Fischer přinesl nově rodícímu se trhu v České republice styl a komfort cestování, který je v Západní Evropě standardem. Cestovní kancelář FISCHER chápe cestování jako zážitek, díky kterému si na dovolené odpočínáte a objevíte nové myšlenky, ať už zvolíte středomořské pláže, nebo exotickou samotu.“ (fischer.cz, online, cit. 2014-11-10).

Dle informací z webových stránek byla jako akciová společnost založena v roce 1999. Dalším významným krokem bylo sloučení s cestovní kanceláří NEV-DAMA, která se specializuje zejména, avšak nejen, na prodej nabídek v zimních destinacích. Rozšíření cestovní kanceláře FISCHER nadále pokračovalo v roce 2012, kdy se další součástí stala i cestovní agentura eTravel.cz a PRIVILEQ, specializující se zejména na luxusní nabídky cestování. „1. 1. 2014 došlo k fúzi sloučením zmíněných společností do Cestovní kanceláře FISCHER a.s., která se na trhu cestovního ruchu prezentuje obchodními značkami FISCHER, NEV-DAMA, PRIVILEQ, eTravel.cz.“(fischer.cz, online, cit 2014-11-10).

2.1.1 Animační programy cestovní kanceláře FISCHER

Animační program této společnosti nyní zahrnuje několik typů animací:

- dovolená s dětmi do 4 let – Baby Funtazie,
- klubová dovolená pro děti od 4 let – Funtazie klub,
- dovolená s programem pro dospělé – Fun & Active,
- aktivní dovolená pro věkovou skupinu 55+,
- zimní dovolená u moře (Funtazie klub),
- zimní dovolená na horách (Funtazie klub).

Klubová dovolená pro děti od 4 let – Funtazie klub, byl první animační produkt této cestovní kanceláře, který odstartoval v roce 2009 a těší se velikému úspěchu. Každý rok se nese v jiném tematickém duchu a na základě těchto témat je přizpůsoben i design katalogu Funtazie klubu.

Pro zákazníky jsou hotely vybírány na základě specifických kritérií, díky kterým si svou rodinnou dovolenou mohou bez obav užít i s dětmi. O ty je, v případě zájmu, postaráno většinu dne právě animačním týmem v klubu. Kritérii je myšleno dle CK FISCHER (fischer.cz, online) kvalitní a bezpečné ubytování, prostorné pokoje pro rodiny i o více členech; miniklub, dětská hřiště, bazény a skluzavky splňující předepsané bezpečnostní normy; pláže s přívětivými podmínkami pro rodiny s dětmi - kupříkladu pozvolný vstup do moře.

Neméně přínosným marketingovým tahem bylo, je a bude vytvoření vlastní písňe neboli hymny, která se na CD přehráváči v klubu či při večerní dětské diskotéce pouští a tancuje se na ni předem připravená choreografie. Děti dostávají také na konci dovolené onu hymnu na CD. Dále pak dárkové předměty s logem cestovní kanceláře.

2.1.2 Harmonogram klubu Funtazie

V závislosti na rozpisu každého z hotelů, jak uvádí cestovní kancelář FISCHER na svých webových stránkách (Tamtéž, online, cit. 2014-11-10) „*programy probíhají 5 až 6 dní v týdnu v závislosti na délce zájezdu a s ohledem na den příjezdu a odjezdu. A to zpravidla v těchto hodinách:*

- *dopolední program – 10:00 – 12:30 hodin;*
- *odpolední program – 15:00 – 17:30 hodin;*
- *večerní program – 20:00 – 21:00 hodin.“*

Nabízí svým zákazníkům i další zajímavé a netradiční programy:

- *Snídaně „bez rodičů“*

Od snídaně do oběda tráví děti čas společně s animátory. Animátoři vyzvednou děti na pokoji a všichni pak jdou na společnou snídani. Následuje bohatý dopolední program a opět společný oběd (v případě stravování all inclusive). Odpoledne děti odpočívají s rodiči a večer je již připravený standardní společný program s animátory.

- *Večeře „bez rodičů“*

Podvečerní klubové aktivity začínají v pozdním odpoledni, kdy je pro děti připraven sportovní nebo dobrodružný program. Poté všichni společně povečeří a den zakončují tancem, zpěvem, či jiným speciálním programem.

- *Společný výlet*

Většinou půldenní výlet okořeněný tematickým dobrodružstvím na souši i ve vodě za účasti animátorů, dětí i dospělých. Výlet si můžete objednat u animátorů v destinaci.“ (Tamtéž, online, cit. 2014-11-10).

Při prvním vstupu do klubu je rodiči předán k vyplnění dotazník o základních informacích k dítěti – jméno, věk, alergie, ne/ plavec apod. Při návštěvě aktivity Snídaně či Večeře bez rodičů jsou tyto informace nezbytné. Při každé další návštěvě své ratolesti rodiče upisují na formulář denních aktivit a při vyzvednutí znovu podepíší. Tento systém pomáhá animátorům se lépe orientovat v počtu dětí.

Pro doplnění netradičních aktivit je již zařité každoroční malování triček, které si dítě v návaznosti dané roční tematiky namaluje a odváží domů jako suvenýr. Každý rok je dle tématu vymyšlen speciální program, díky kterému se děti naučí některé nové hry, najdou nové kamarády a na konci svého pobytu dostanou za odměnu dárky.

Obrázek 1: Příklad animačního programu v destinaci

	11.00 – 13.00	15.00 – 17.00	20.30 – 21.00
Pondělí	Výlet Oasis Park		minidisco
Úterý	Animátorka má volno ☺		
Středa	Miniklub	Večeře bez rodičů 17.30– 22.15 21.45 Hvězdárna s rodiči	
Čtvrtek	Miniklub Odměny a rozloučení	Odjezdy a příjezdy	minidisco
Pátek	Miniklub Seznámení se	Miniklub Výroba olympijských amuletů	minidisco
Sobota	Snídaně bez rodičů 8.30 – 13.00 Olympijský den- malé soutěže		minidisco
Neděle	Snídaně bez rodičů 8.30 – 13.45 Malování na trička – za poplatek		

Zdroj: vlastní zdroj autorky

Na obrázku č. 1 můžeme vidět příklad sestavení miniklubového programu, který je zaměřen na téma léta a obsahuje kombinaci všech aktivit přizpůsobených i doplňkovým službám hotelu.

2.2 Hotel Falkensteiner Funimation jako dodavatel služeb

Výběr dodavatele služeb je nezbytným úkonem cestovní kanceláře. Doslovně Palatková et al. (2012, s. 133) uvádí: „výběr optimálního dodavatele je klíčový, jelikož cestovní kancelář přebírá vůči klientovi odpovědnost za rozsah a kvalitu poskytnutých služeb.“

Ve většině případů je výběr dodavatele služby na produkt manažerovi cestovní kanceláře pro danou destinaci. Ten volí/ vyřazuje ty nabídky daných služeb dle těchto faktorů:

- **„prodej a obsazenost dané (ubytovací) kapacity v předchozím období;**
- **ziskovost dané (ubytovací) kapacity;**
- **vlastní zkušenost s daným zařízením, zkušenost z famtripů, inspekčních cest;**
- **zkušenosti klientů (např. komentáře, počet reklamací);**
- **kvalita služby (zařízení) daná v některých případech i certifikátem kvality;**
- **kvalita destinace (rezortu)...“ (Tamtéž, 2012, s. 133).**

Poté služby komplementuje a uzavírá s daným dodavatelem smlouvu na základě předem získaných informací o kapacitách a předpokládaného množství prodeje (dle výzkumů). Určení ceny, která je významným ukazatelem pro zákazníka, je záležitostí cenové politiky a kalkulace. Každá veřejností známá cestovní kancelář má již svou tvář mezi zákazníky a dle ní je také usuzováno, jakou kvalitu produktu a cenovou hladinu lze očekávat u každého daného typu produktu.

Ryglová, Burian a Vajčnerová (2011) charakterizují všeobecně hotel jako zařízení o minimální kapacitě 10 pokojů se zařízením poskytujícím stravu v průběhu celého dne. Hotel tímto řadíme do kategorie hromadných ubytovacích zařízení, stejně jako kupříkladu hotel garni s omezeným stravováním, motel, penzion a hotel.

Tento hotel patří k mezinárodně uznávanému řetězci hotelů a nachází se v rakouských Alpách. Tento komplex můžeme zařadit k nabídce celoročně velice oblíbených rodinných hotelů. Hotel má velice přínosnou polohu v lyžařském centru takřka hned u sjezdovky.

2.2.1 Charakteristika hotelu

Dle internetových stránek (falkensteiner.cz/funimation) hotel poskytuje ubytování až pro 500 osob. Hotel disponuje různými typy pokojů – viz příloha č. 2.

Pokoje jsou rozmístěny v 8 patrech v komplexu postaveném do stylu amfiteátru. Uprostřed hotelu se nalézá zpoplatněný hlavní bar, u kterého je možno být jako host či zaměstnanec hotelu obsloužen od 9.00 rána do 24.00 hodin. Fitness centrum, sauna, dětský bazén se skluzavkou, velký bazén a vířivka s možným vstupem do venkovní poloviny, relaxační místnost, sauna, pára a Kneipovy schody jsou služby hotelem nabízené zdarma. Ve Spa části je možnost zakoupení masáží za poplatek na Spa recepci.

Restaurace má blokové rozčlenění a stoly pro 2 až 12 osob. Přidělování stolů má na starosti manažer restaurace. Osoby pod stejným registračním číslem zájezdu či rezervace jsou usazovány ke stejnému stolu, a dále dle stejné národnosti. Snídaně, obědy a večeře probíhají formou bufetu. Na každý den připadá jiná mezinárodní kuchyně jako je italská, rakouská, středomořská apod. Jednou týdně také probíhá gala večeře s uvítacím drinkem u vchodu do restaurace. Na obědy a večeře je každý den na půl hodiny otevřena malá restaurace pro děti, která je propojena hlavní restaurací, avšak uzavíratelná. Do této místnosti chodí s dětmi z klubu animátoři. Pomáhají jim

jídlo naservírovat a starají se i o jejich bezpečnost. V této části jsou jídla speciálně připravovaná pro děti. Co se týče vybavení restaurace, je pro děti útulná, barevná, stoly a židle či lavice odpovídají bezpečnostním normám a jsou povětšinou pospojované z důvodu lepšího přehledu nad dětmi.

V neposlední řadě je nutno uvést hlavní službu hotelu, kterou se hotel propaguje a to je animační program. Již při příjezdu k hotelu vítá velký maskot Falky, který je animačně zpracovaným vyobrazením znaku Falkensteiner. Na dveřích hlavního vchodu nápis WELCOME HOME je též připomínkou zábavy, která návštěvníky čeká. Již u uvítacího koktejlu jsou zákazníci seznámeni s faktem tykání se všemi v hotelu. Klubová dovolená s nabídkou bohatého programu pro všechny již od 3 let. Animační tým má zásluhu na vytváření rozličného programu sportovních aktivit venkovních i vnitřních. Uvnitř komplexu nalezneme mimo jiné i horolezeckou stěnu, elektrická kola nebo Segwaye k zapůjčení, lyžařskou půjčovnu a opravnu, kancelář lyžařské školy. „Sjezdovky pro každou úroveň lyžování: 10 km modrých sjezdovek, 50 km červených sjezdovek a 10 km černých sjezdovek.“ (falkensteiner.com, online 2014-11-11)

Dále hotel disponuje miniklubem o prostorách na 1000 m². Je přizpůsoben dětem od 3 let i věku mladšího, který mohou navštěvovat i s doprovodem rodičů. Takzvaný Babyland je místnost uzpůsobená i těm nejmenším. Kobercem vybavená místnost, ohrazený prostor s barevnými míčky, loutkové divadlo, přebalovací pult a mnoho dalšího je další výhodou pro rodiče. Falkyland nabízí barevně propletené bludiště s toboganovou skluzavkou, do něhož si chodí děti hrát nejvíce. Animátoři zde mají vkusně vybavený stůl s přihrádkami obsahujícími materiál pro vyrábění. V prostoru jsou rozmístěny malé stolky s židlemi pro děti a pár větších i pro rodiče. V malém koutku je pak pěnový koberec s knihovnou vybavenou pohádkami. Lákadlem i pro rodiče je pak aparaturou vybavené kino s matracemi, polštáři a hvězdným stropem.

2.2.2 Harmonogram klubu Falkyland

Animátoři mají prostor ohrazen brankou, kterou lze otevřít pouze z venku. Pokud rodiče chtějí děti ponechat v miniklubu do doby než přijdou, dostávají děti červený trikot a rodiče děti zapíší do formuláře s údaji – číslo mobilního telefonu, číslo pokoje, jméno dítěte, věk a alergie. Do předposlední kolony vyplňují čas, kdy si

pro děti plánují přijít. Poslední pole je vyhrazeno k podpisu po jejich vyzvednutí. Program je rozdělen na dopolední blok, oběd s dětmi, odpolední hlídání, následující program, večeři s dětmi a večerní program. V poslední půl hodině probíhá minidisco 2 – 3x týdně. Skupiny v programu jsou členěny od 3 do 6 let, Od 7 do 12 let a od 12+ věku.

Program klubu Falkyland je dán od 9.00 do 20.30. Od 9.00 do 10.00 probíhá jen hlídání dětí bez vytyčeného programu, kde je pouze jeden animátor. Od 10.00 je stanoven program pro skupiny, povětšinou vyrábění, skupinové aktivity, hry a sportovní aktivity vně areálu pro děti starší. Ve 12.00 se Falkyland zamyká a s dětmi jdou v doprovodu animátorů na oběd do dětské restaurace, kde se postarají o jídlo a pití dětí. Za cirká půl hodinky se děti s animátorem, který střídá animátory dopolední, odebírají zpět do prostorů miniklubu, a až do 16.30 má jeden z animátorů na starosti jen hlídání dětí. Po skončení hlídání nastává odpolední program veden dvěma až třemi animátory, kdy se děti dělí opět do jednotlivých kategorií dle věku a dle něž je dán i program (vyrábění, malování, skupinové hry, sportovní hry uvnitř, aerobik a zumba pro děti). Posléze jdou děti s animátory na večeři, kde je jim poskytnut veškerý servis stejně jako o obědové pauze. Skončením večeře se pokračuje zpět do miniklubu a program již není rozdělen dle kategorií dětí, ale probíhá dohromady. Zde jsou za společné možné aktivity považovány shlížení filmu v kině, možnost si zahrát playstation nebo si zahrát kteroukoliv deskovou hru, navštívit bludiště s klouzačkou, a to jak s rodiči nebo bez nich. Babyland je po večeři s dětmi uzamčen. V poslední půlhodině probíhá dle období dvakrát až třikrát týdně minidisco v prostorách divadla. Animátoři si účastníky odvádějí z miniklubu a tančí s nimi jednoduché kroky sestavené na dětské písničky. Završením tančení je návštěva maskota "Falkyho", který si s nimi zatančí jeho klubovou píseň a překvapením bývá kornoutková zmrzlina, cukrová vata nebo jeden animátor převlečený za klauna vyrábějící zvířata a květiny z balónků. (interní zdroj společnosti)

3 VLASTNÍ EMPIRICKÉ ŠETŘENÍ

3.1 Metodika empirického šetření

Autorka použije dotazníkové šetření a pomocí emailové korespondence bude formulář k vyplnění rozeslán. Návrat vyplněných dotazníků je očekáván opět elektronickou poštou. Metoda rozeslání pomocí emailové schránky je zde využita zejména kvůli efektivnější návratnosti a rozmístění respondentů po celé České republice.

Druhá část tohoto šetření se bude soustředit na názory jednotlivých animátorů formou přímého rozhovoru se třemi řízenými otázkami.

3.2 Cíl empirického šetření I.

Cílem empirického šetření bude zjistit spokojenost návštěvníků daného subjektu a porovnat ji se spokojeností při využití služeb cestovní kanceláře. Především se bude jednat o spokojenost s animačními programy, které tyto 2 subjekty nabízí. Dalšímu zkoumání bude podrobena spokojenost zákazníka ohledně programu v cizím jazyce a mateřtině a zjištění, zda tomuto aspektu přikládají důraz při výběru dovolené. Následovným hlediskem bude porovnání chování animátorů hotelových a cestovní kanceláře při animacích, jejich vystupování před rodiči, a jak jsou ochotni pomoci hostům při dotazu, řešení problému a zda dojde k rozdílu mezi nimi.

3.3 Stanovené hypotézy

Hypotézy jsou stanoveny dle cíle empirického šetření a na jejich základě jsou vypracovány otázky na zákazníky těchto dvou subjektů.

Hypotéza č. 1: Klienti jsou více spokojeni, pokud využívají služeb CK Fischer než služeb samostatného hotelu.

Hypotéza č. 2: Více jak 60% klientů je více spokojeno, pokud se program pro děti obměňuje.

Hypotéza č. 3: Nejlépe vychází animátoři z hodnocení ohledně chování.

Hypotéza č. 4: Více jak 80% dotázaných preferuje animační program v mateřském jazyce.

3.4 Popis dotazníku

Dotazník byl zpracován na základě předem stanovených hypotéz, které jsou hlavním ukazatelem k porovnání animačních programů daných dvou subjektů a spokojenost jejich klientely. Porovnání je stěžejní v hlavních bodech. A těmi jsou animátoři a jejich celkové profesionalita, animačním program a s ním související ukazatelé a spokojenost klientů obou dvou subjektů. V dotazníku jsou zohledněny i podrobnější informace, od kterých se daný názor může odvíjet. Kolikrát navštívili resort a využili jeho služeb a zda byli v daném resortu klienty cestovní kanceláře.

Respondenti by měli porovnat i programy navzájem. V otázce následující mohou vypsát i svůj návrh či připomínku k animačnímu programu, který jim byl jako služba poskytnut, a se kterým mají zkušenost. Navazují otázky týkající se animátorů tvořících a provozujících daný animační program. Zde nahlížíme na jejich názor ohledně chování, vystupování a ochoty pomoci jako třech aspektů, kde se snažíme posoudit, jestli se liší.

V souvislosti s programem je do dotazníku začleněno i několik dotazů k jazyku, ve kterém animace probíhají. Pro některé rodiny s dětmi je toto hledisko velice důležité a má vliv na výběr dovolené, pokud je zvolena i kvůli programu pro děti.

Dotazník byl zpracován v průběhu července 2014, kdy též probíhal sběr emailových adres českých hostů hotelu Falkensteiner Funimation a zároveň některých zákazníků cestovní kanceláře Fischer (stejně tomu bylo již od 29. ledna do 15. března 2014). Dotazníkové šetření probíhalo od 25. července do 15. září 2014 a byl rozeslán formou emailové zprávy. Celkem bylo rozesláno 120 dotazníků, ze kterých se navrátil počet 82 vyplněných.

3.5 Charakteristika výběrového souboru

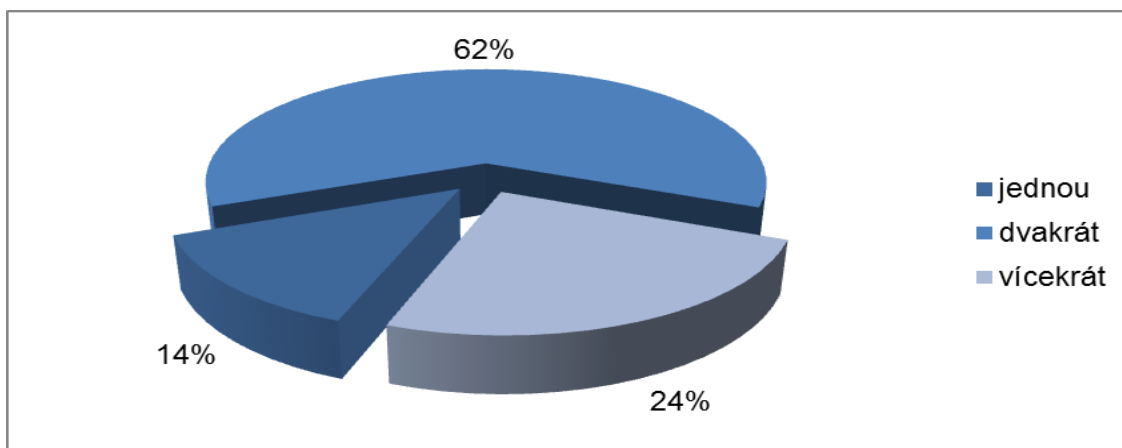
Výběrovým souborem je velice specifická skupina 82 českých návštěvníků hotelu Falkensteiner Funimation a zároveň je většina dotázaných i klienty cestovní kanceláře Fischer, a.s. Tento soubor tvoří rodiče dětí využívajících služeb ať pouze

hotelového klubu nebo i klubu cestovní kanceláře. V celkovém vzorku se nachází pouze několik respondentů, kteří nikdy nebyli v hotelu prostřednictvím této cestovní kanceláře. Avšak i ti jsou považováni za důležité v tomto šetření, jelikož o dané služby projeví zájem a měli možnost pozorovat posuzované aspekty animačního programu a animátora cestovní kanceláře.

3.6 Výsledky šetření

Šetření se skládá z odpovědí výběrového souboru 82 respondentů. Výsledky empirického šetření jsou uvedeny v jednotlivých grafech s náležitým komentářem. Grafy jsou pojmenovány nebo poupraveny dle pokládané otázky uvedené v dotazníku.

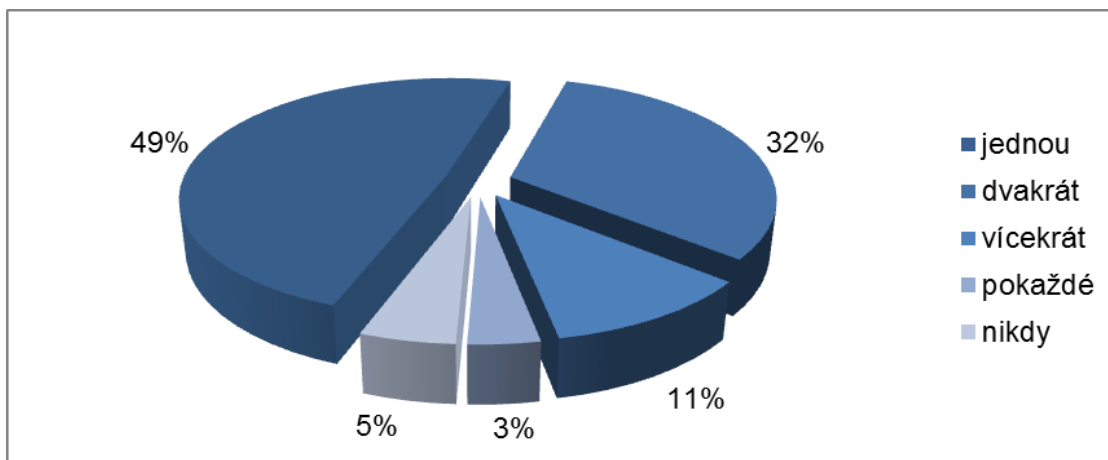
Graf 1: Jak často do roka jezdíte na dovolenou



Zdroj: Autorka práce

Z celkového počtu respondentů na tuto otázku odpovědělo pouhých 14 % (11 respondentů) jednou ročně, nadpoloviční většina 61 % (51 respondentů) jezdí dvakrát ročně a překvapivých 24 % (20 respondentů) jezdí na dovolenou více jak dvakrát do roka. Z výsledků tohoto grafu plynou dva závěry. V první řadě fakt, že jednou ročně jezdí méně než čtvrtina dotázaných. Na stranu druhou je pozoruhodným výsledkem 62 %, z něž můžeme usuzovat trend rozmáhající se sezónnosti dovolených. Kupříkladu zimní a letní nebo jarní a podzimní. Další možností je i návštěva některých z nich tohoto subjektu dvakrát do roka.

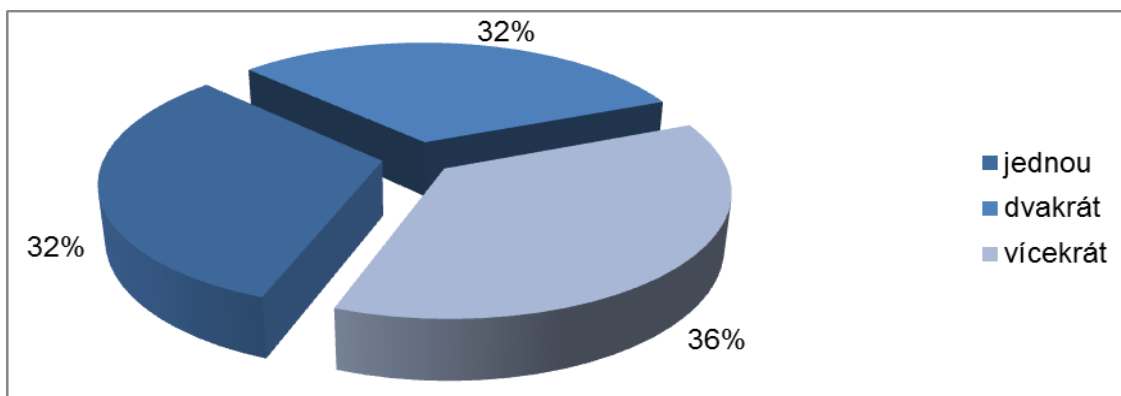
Graf 2: Kolikrát do roka využíváte služeb cestovních kancelář



Zdroj: Autorka práce

V návaznosti na předchozí graf je patrně oslabující se vliv cestovních kancelář. Pokud jezdí 62 % klientů na dovolenou jednou do roka, pak pouhých 49 % z nich má dovolenou zprostředkovanou od cestovních kancelář. 32 % respondentů využívá služby cestovních kancelář dvakrát ročně. Porovnáním s předchozím výsledkem je možno usuzovat, že někteří z nich jsou klienty cestovních kancelář, aniž by od nich pokaždé čerpali pouze z nabídek dovolených. Opětovným případem je zde výslednice odpovědi vícekrát, kdy je patrný rozdíl v přechodí hodnotě 24 % a 11 % u této. Pokaždé si u cestovních kancelář zájezd koupí pouhá 3 % a 5 % si jej u cestovních kancelář nekupuje vůbec. Poslední hodnota by mohla částečně naplňovat odlišnost u některých ze zmíněných ve vztahu k předchozímu dotazu.

Graf 3: Kolikrát jste hotel Falkensteiner Funimation (FF) navštívili

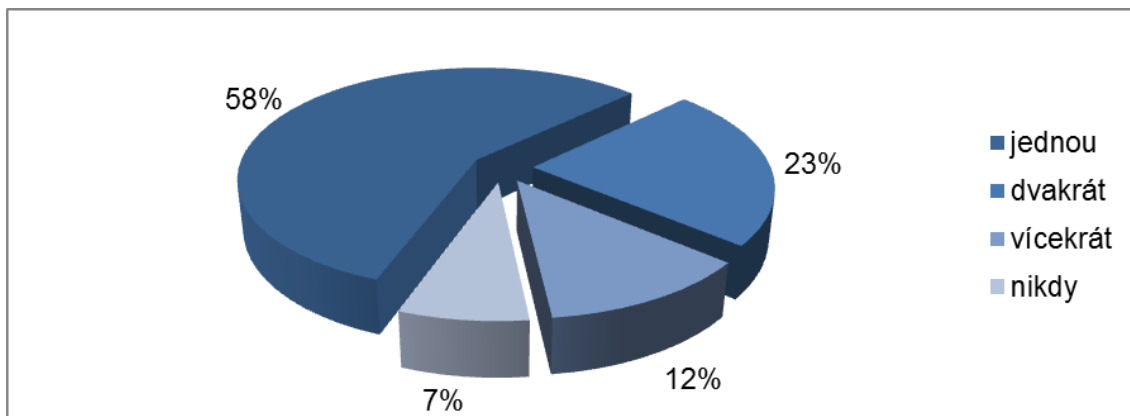


Zdroj: Autorka práce

Tento graf potvrzuje důsledky předchozích grafů. Dotázaní návštěvníci tohoto subjektu jsou zde svými odpověďmi rozděleni na takřka stejné třetiny, a to

u návštěvnosti subjektu 32% jedenkrát, 32% dvakrát a 36% vícekrát. Mírné různosti se nám dostává v odezvě vícekrát, a to o 4%. Tímto je znatelná oblíbenost střediska a návratnost jeho hostů.

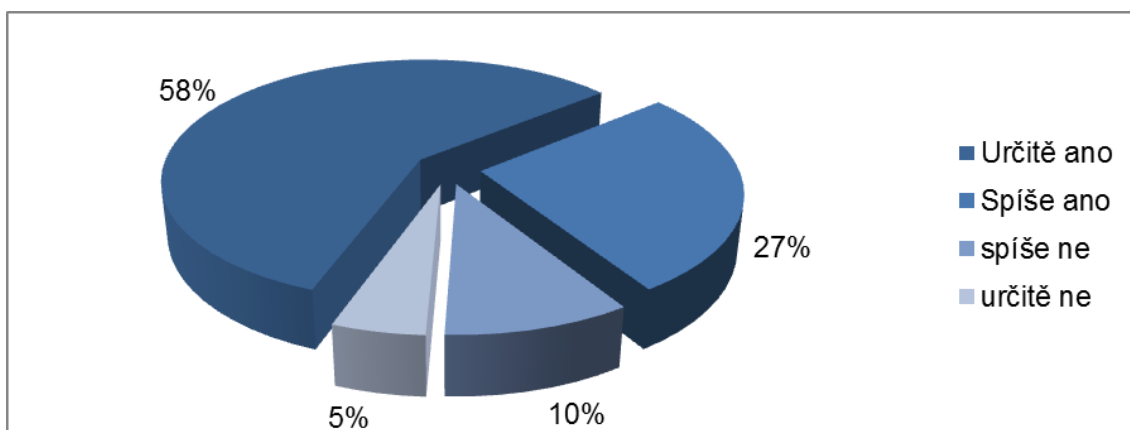
Graf 4: Kolikrát jste zde strávili dovolenou s CK Fischer



Zdroj: Autorka práce

Vyhodnocení dotazu kolikrát dotázaní navštívili hotel prostřednictvím cestovní kanceláře Fischer je zřejmým důkazem, kde respondentů, kteří si dovolenou u cestovní kanceláře zakoupí, ubývá. Důvodem může být i rozvázání spolupráce mezi cestovní kanceláří a hotelem po jednu sezónu, k čemuž došlo před třemi lety. Tento fakt z grafu sice nevyplývá, ale respondenti dokazují, že se do střediska navrací i bez zprostředkovatele. 58% z nich je tohoto úsudku důkazem. 23% využilo služeb dvakrát a jen 12% vícekrát. Nikdy daný hotel nenavštívilo prostřednictvím této cestovní kanceláře pouhých 7%. Komentování hodný výsledek grafu může naznačovat snižující se počet návštěvníků, kteří tyto zprostředkovatelské služby využijí.

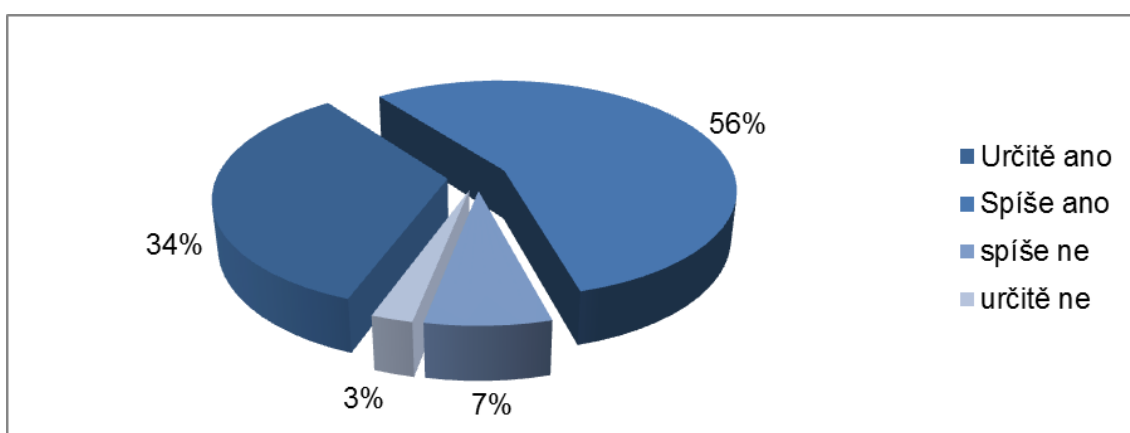
Graf 5: Využívání animačních služeb hotelu FF hotelu



Zdroj: Autorka práce

Celých 58% dotázaných animační služby určitě využívá. Jelikož hotel disponuje velice širokou nabídkou, kam patří mimo jiné zapůjčení různého vybavení. To si mohou pronajmout za vratný depozit i mimo stanovený program. Odpověď spíše ano uvedlo 27%, kdy je eventualitou i program vymezený samotnou rodinou a pouze v některých hodinách, pokud je pro ně program dostatečně přitažlivý, se uchylují k programu vymezenému hotelem. Spíše ne odpovědělo 10 %, z kterého usuzujeme menší zájem o animační program. Služeb animačních programů nevyužívá 5 % dotázaných. Tento rezultat je z hlediska nadměrného počtu respondentů u odpovědí předchozích (využívajících program) lehce zanedbatelný. Pokud by se toto procento nadále zvyšovalo, je třeba uvážit změnu programu a jeho propagaci.

Graf 6: Spokojenost s těmito službami

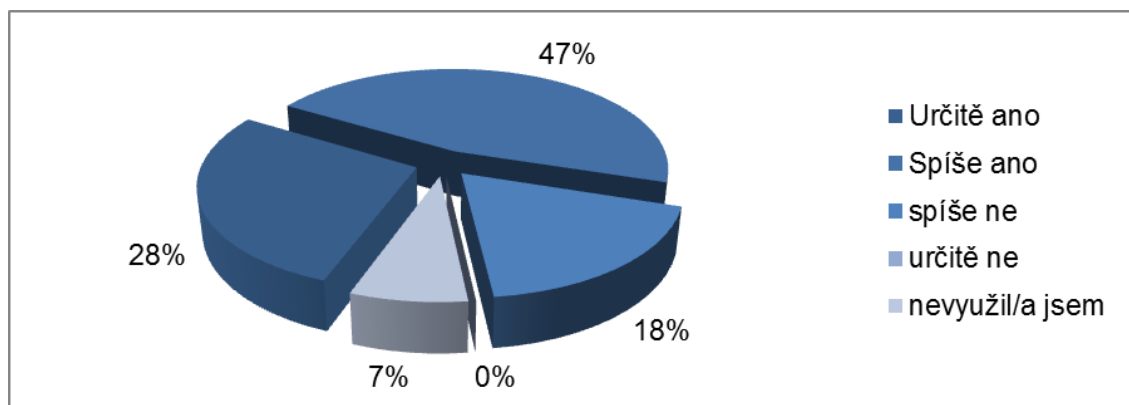


Zdroj: Autorka práce

56% svým určitě ano potvrzuje předchozích 58% těch, kteří tyto služby navštěvují. Rozdíl pouhých 2% nám nikterak nevyvrací, že by toto množství respondentů bylo se službami nespokojených. 34% odpovědělo spíše ano, 7% spíše

ne. 3% z nich se vyjádřilo k možnosti určitě ne, kde je nutno konstatovat velice malý počet návštěvníků, kteří se službami spokojeni nejsou. Jak již bylo zmíněno v komentáři k předchozímu grafu, je třeba zajistit nenadálé zvyšování.

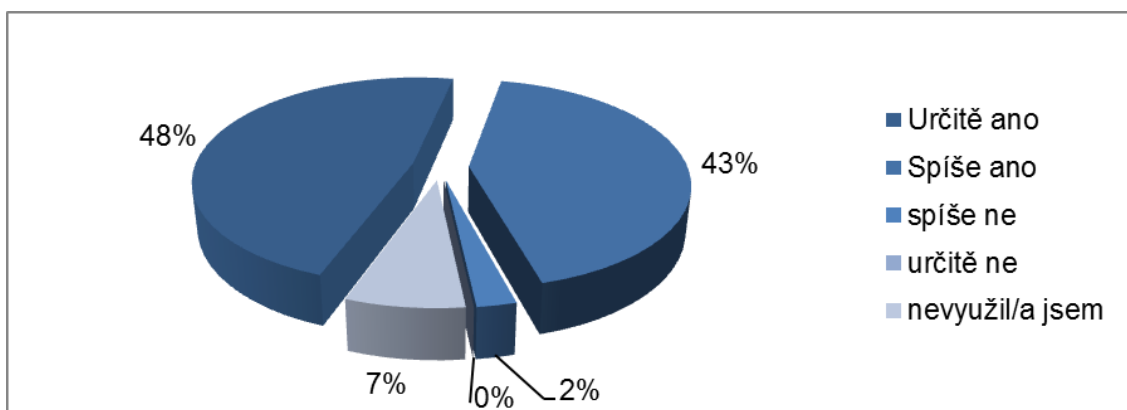
Graf 7: Využívání služeb CK Fischer



Zdroj: Autorka práce

28 % animační služby cestovní kanceláře Fischer využívá. 47% odpovídá spíše ano. Tento fakt by mohl jednoznačně plynout z nedostatečné informovanosti klientů o poskytovaném animačním programu nebo z dalších proměnných jako například špatný, nevyhovující animátor. 18% označilo za svou odpověď spíše ne. Za slibný rezultat můžeme považovat, že odpověď určitě ne neoznačil žádný respondent. Klienti cestovní kanceláře si dovolenou s animačním programem zakoupí i v případě, že jej navštíví jen ojedinele. Předpokladem zakoupení jsou tedy i jiná hlediska jako jsou služby nad rámec animačního programu (informační schůzka s fakty o oblasti, překlad, spolehnout se na osobu zastupující společnost v případě potíží), celkový komfort komplexnosti nabídky. 7% dotázaných není schopno posoudit, jelikož nemají zkušenost se zakoupením dovolené u cestovní kanceláře Fischer.

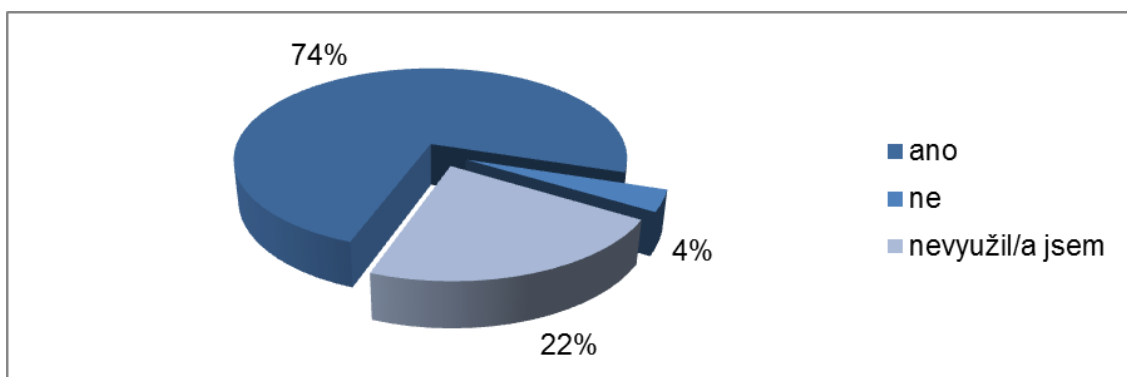
Graf 8: Spokojenost s těmito službami



Zdroj: Autorka práce

Navazující otázka na předchozí potvrzuje spokojenost klientů jak 48% odpovědí určitě ano, tak 43% spíše ano. Spíše ne zakroužkovala 2% respondentů. S tímto výsledkem, ačkoliv zanedbatelným, by bylo třeba předejít některými opatřeními směřujícími od společnosti (např. prohloubit dotazník spokojenosti a usilovat o jeho návratnost). Ale i zde neodpověděl ani jeden respondent určitě ne. 7% z nich není schopno posoudit, neboť tyto služby nikdy přes danou společnost nevyužili.

Graf 9: Spokojenost se službami animátora CK Fischer ohledně informačních schůzek o okolí, službách hotelu a animačním programem

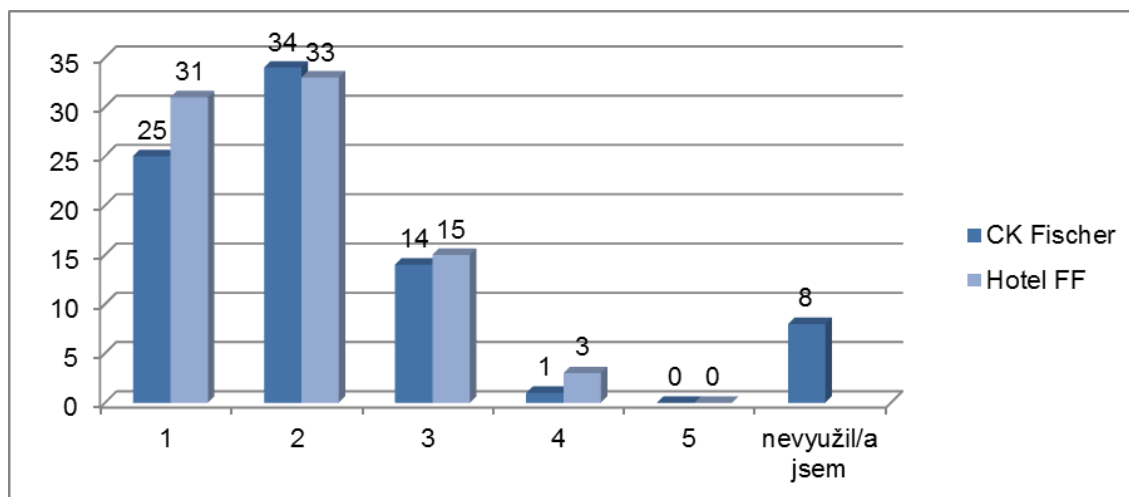


Zdroj: Autorka práce

74% respondentů svým souhlasem utvrzuje ve výše uvedených komentářích o důvodu využívání služeb cestovní kanceláře. Poskytnutí informací v mateřském jazyce je pro některé klienty již nepostradatelnou součástí klidné dovolené. I v některých případech překladu, řešení problému s ubytováním apod. Svým ne se vyjádřila 4% respondentů, u kterých by možným zdůvodněním mohla být i neuspokojivá předchozí zkušenost. 22% odpovídajících označuje odpověď nevyužití informační schůzky. Argumenty jsou v tomto případě jazyková vybavenost klientely,

dostatečná informovanost v předstihu uskutečnění dovolené a pravděpodobnost přechozí dovolené v této oblasti, její blízkosti nebo přímo tohoto subjektu.

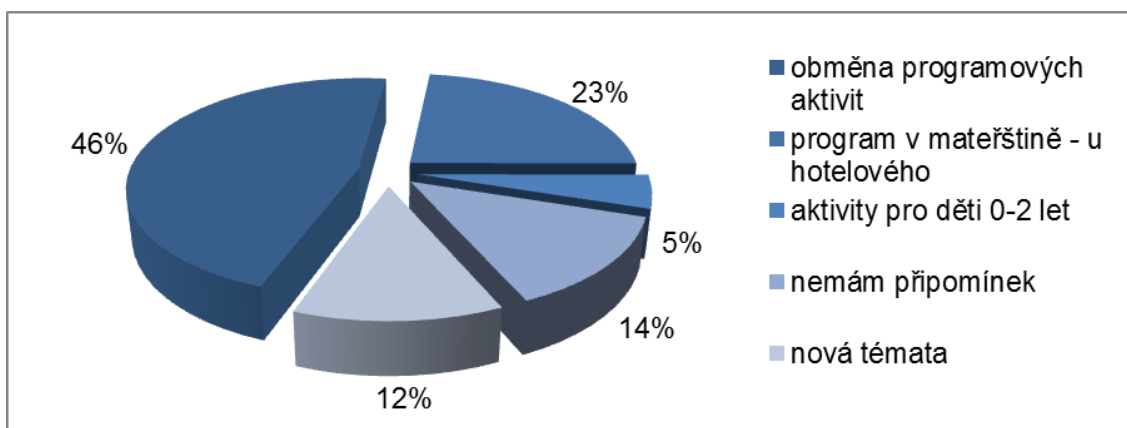
Graf 10: Dovolená strávená s CK Fischer (a jejím animačním programem) a animační program hotelu FF: (1 – nejlepší, 5 – nejhorší)



Zdroj: Autorka práce

Důsledkem vyplývajícím z grafu je uspokojivý úroveň obou animačních programů. Za výborný jej u cestovní kanceláře považuje 25 odpovídajících a 34 za chvalitebný. Lepšího výsledku dosahuje hotelový animační program. Ten pokládá 31 respondentů za výborný a 33 za chvalitebný. Srovnatelného výsledků se dostavuje u středního stupně hodnocení animačních programů, a to 14 a 15 odpovědí. 1 a 3 respondenti uvedli u svých odpovědí horší hodnocení, ale za nejhorší je nepokládá ani jeden dotázaný. V posledním sloupci je zařazen výsledek, ze kterého je jasné, že 8 lidí nikdy animačního programu od cestovní kanceláře nevyužilo. Tito respondenti se ovšem v miniklubu s animátory mohli setkat.

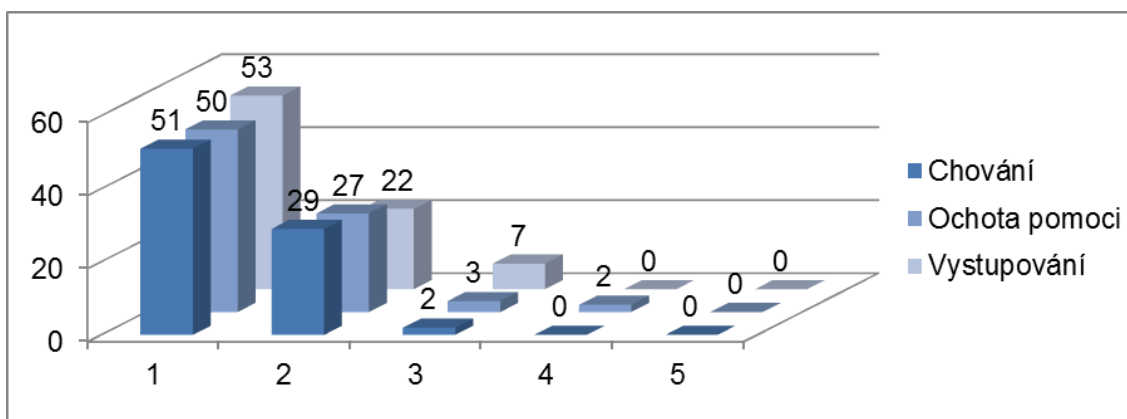
Graf 11: Návrhy, připomínky k animačním programům



Zdroj: Autorka práce

Při této otevřené otázce se názory kumulovaly pouze kolem čtyř témat, anebo respondenti neměli připomínek. Prvním a nejpočetnějším návrhem byla obměna programových aktivit. Za tímto názorem si stojí 46% dotázaných. Druhá připomínka s 23% se týkala požadavku programu v mateřštině. Tento výsledek jasně vyplývá z využívání programu pouze hotelového (účastníci nejsou zde prostřednictvím cestovní kanceláře Fischer). Nejméně účastníku se v dotazníku vyjádřilo, že by uvítali aktivity pro děti mladší dvou let. 12% dotázaných by si přálo doplnit program o aktivity s novými tématy. Zbýlých 14 % nemělo k animačním programům žádné výtky ani nenavrhlí své konstruktivní řešení.

Graf 12: Stupeň spokojenosti s animátory (1 – nejlepší, 5 – nejhorší) CK Fischer

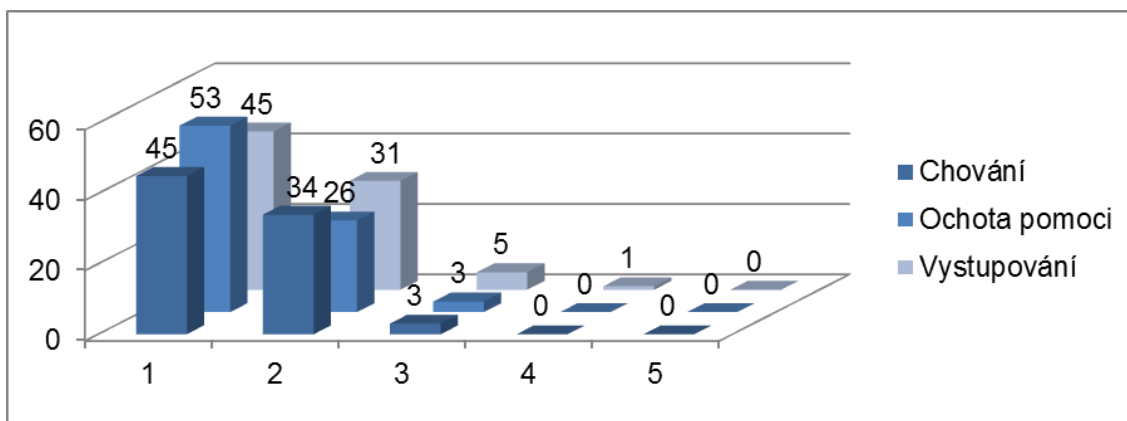


Zdroj: Autorka práce

U této otázky byl důležitý pohled respondenta na chování animátora při animačních programech, jeho ochota pomoci při řešení problémů týkajících se nejen okolí programu a vystupování animátora před dospělými – rodiči účastníků animací. Z počtu 82 respondentů za nejlepší zhodnotilo 51 respondentů chování

animátora, 50 z nich ochotu pomoci a 53 jejich vystupování. Tyto tři hodnocené aspekty hodnotí chvalitebně 29, 27 a 22 respondentů. Patrné hodnocení úrovně dobře zapsaly 2, 3 a 7 odpovídajících. Pouze 2 dotázaní zakroužkovali odpovědi stupněm horším (4), a to u aspektu ochoty pomoci. Nikdo z respondentů se nevyjádřil nejhorším hodnocením u ani jednoho z hodnocených aspektů.

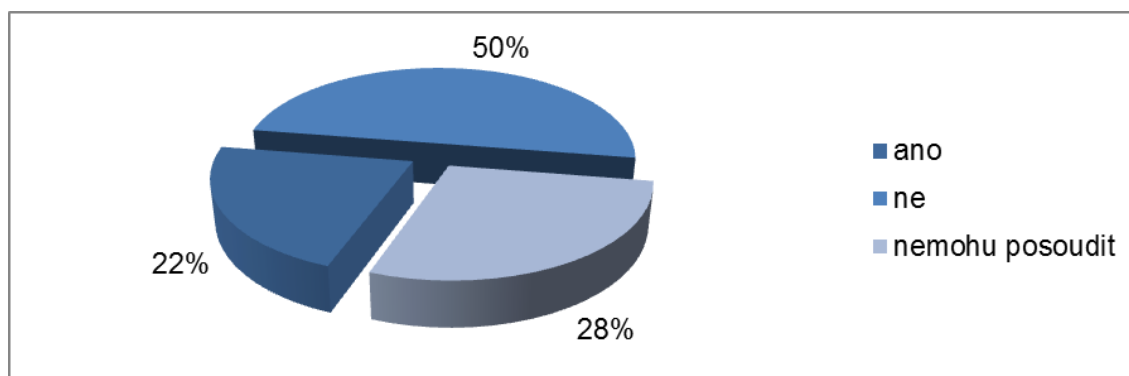
Graf 13: Stupeň spokojenosti s animátory (1 – nejlepší, 5 – nejhorší) hotelu FF



Zdroj: Autorka práce

Animátoři hotelu dostali podobné hodnocení. Ačkoliv se pár respondenty u nejlepšího zhodnocení liší. Jednoznačně nejvyššího výsledku dostal aspekt ochoty pomoci s 53 vyjádřeními, 45 dalších se shoduje u chování a vystupování animátora. Stupeň chvalitebně označilo 34 odpovídajících u chování, 31 u vystupování a 26 u ochoty pomoci. 3, 3 a 5 respondentů považuje tyto aspekty za dobré a jen 1 označil horším stupněm (4) vystupování. Jestliže porovnáme jednotlivá hodnocení těchto dvou grafů mezi sebou, můžeme tvrdit, že jsou vcelku srovnatelná. Animátoři cestovní kanceláře mají ale více respondentů, kteří je považují za nejlepší v těchto třech rovinách. U obou skupin je ovšem kontrast ve vystupování, které pár (CK Fischer 7, hotel FF 5) dotázaných zhodnotilo pouze jako dobré. Za samo nabízené řešení bychom mohli považovat zlepšení kontroly nebo proškolení v komunikaci se zákazníkem.

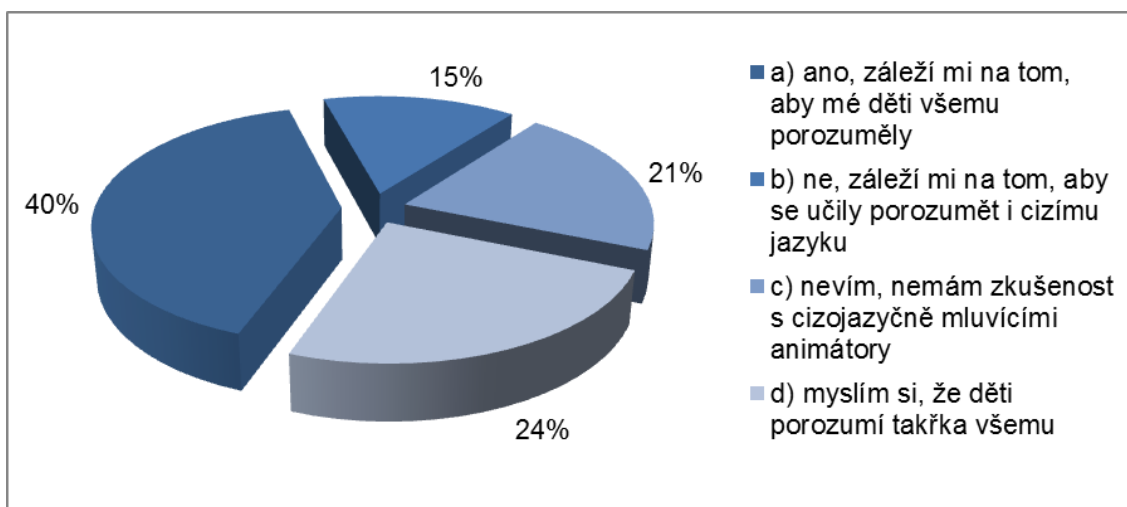
Graf 14: Myslíte si, že má na tyto 3 aspekty (chování, vystupování, ochota) má vliv rozdílná délka pobytu animátorů a množství dětí při těchto dělených programech?



Zdroj: Autorka práce

Otázka byla položena tímto stylem zcela záměrně. Dotázaní se museli zamyslet nad aspektem, kterému nepřikládají běžně velký důraz. Otázka může působit nabádajícím dojmem, ale záleží zde na respondentově zkušenosti. Nastávají dva případy, kdy mohl respondent resort navštívit v hlavní sezóně, a to bude mít vždy oproti hotelovému miniklubu český animátor menší počet dětí, nebo dovolenou trávil mimo hlavní sezónu a vidět více účastníků animačního programu od cestovní kanceláře. 22 % respondentů si myslí, že tento aspekt vliv má. Překvapujícím je ovšem názor, že nemá, který dosáhl až 50 %. Necelá třetina dotázaných (28 %) se k ní vyjádřilo názorem – nemohu posoudit, což není za špatný výsledek. Respondent si může uvědomovat fakt, který díky své nedostatečné zkušenosti s oběma případy může mít.

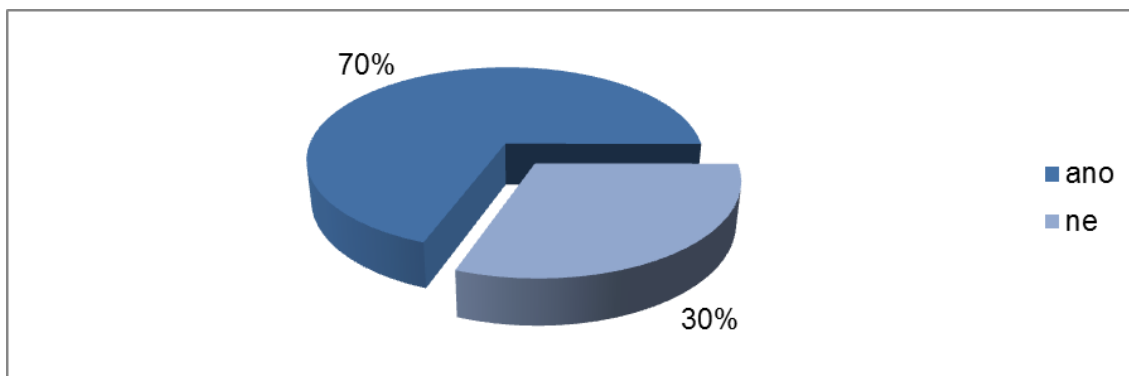
Graf 15: Záleží Vám na jazyce, ve kterém probíhají animace pro děti?



Zdroj: Autorka práce

Dotázaným 40 % záleží na jazyce, ve kterém animace probíhají, zejména pak kvůli porozumění dětí. Z odpovědi ne (15 %), můžeme vyvozovat, že jsou již děti přivyklé na cizí jazyk z mateřské školy, nebo jsou školního věku a rodiče to považují za dobrou praxi. 21 % dotázaných nemá žádnou zkušenost s cizojazyčně mluvícími animátory. Tímto faktem je vyjádřen názor těch, kteří využívají jedině cestovní kanceláře a jejího programu, anebo případně s dětmi animace v cizím jazyce nenavštěvují. Neutrální odpověď, že děti porozumí takřka všemu považuje 24 % respondentů. Z čehož můžeme dedukovat laxednější přístup, nebo na druhou stranu pozitivnější přístup rodičů a spolehnoutí se na animátory a ostatní účastníky, že děti do procesu zapojí.

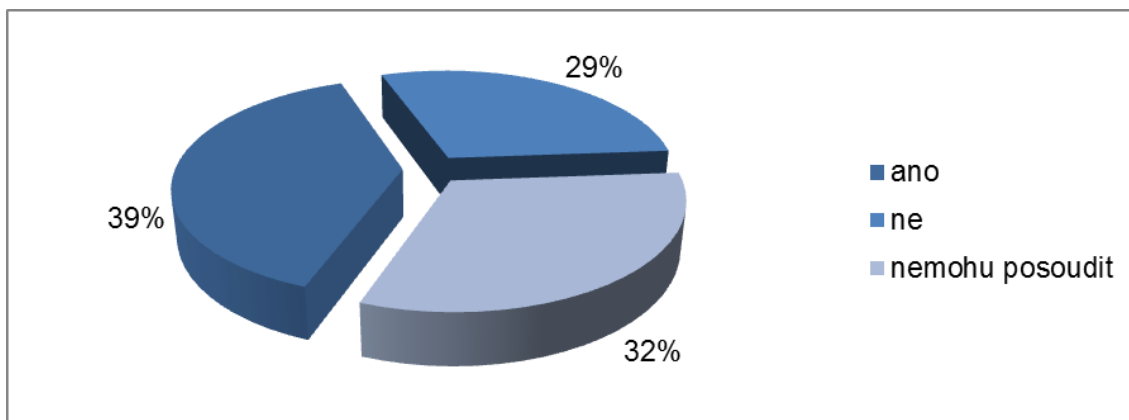
Graf 16: Setkali jste se někdy s problémem, co se týče jazyka animačního programu?



Zdroj: Autorka práce

U této navazující otázky se nám dostalo překvapivé 70% souhlasné odpovědi, kdy se tito rodiče potýkali s problémem ohledně jazyka animace. Zbýlých 30 % takovou zkušenost nemá. Většina potvrzuje úsudek, že animace v cizím jazyce pro jejich děti zřejmě není dobrá volba.

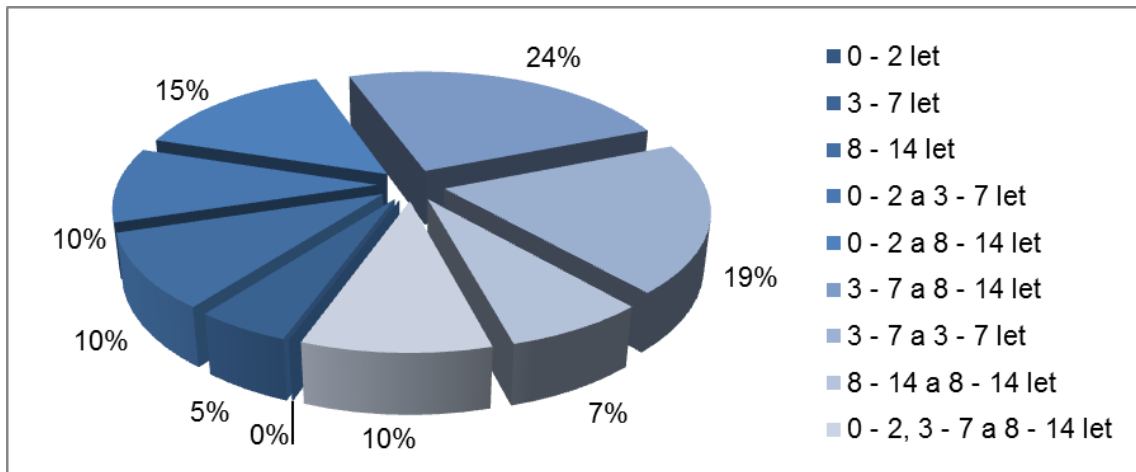
Graf 17: Změna názoru /preferance po špatné zkušenosti s animačním programem v jiném jazyce



Zdroj: Autorka práce

Po špatné zkušenosti s animačním programem v cizím jazyce svůj názor či preference změnilo 39 % respondentů, 29 % se preference nezměnili a 32 % z nich situaci není schopno posoudit. Z čehož může vyplývat, že téměř 40 % dotazovaných při příštím pobytu nebude volit hotelový program, ale budou preferovat program poskytovaný cestovní kanceláří, který bude probíhat v mateřském jazyce.

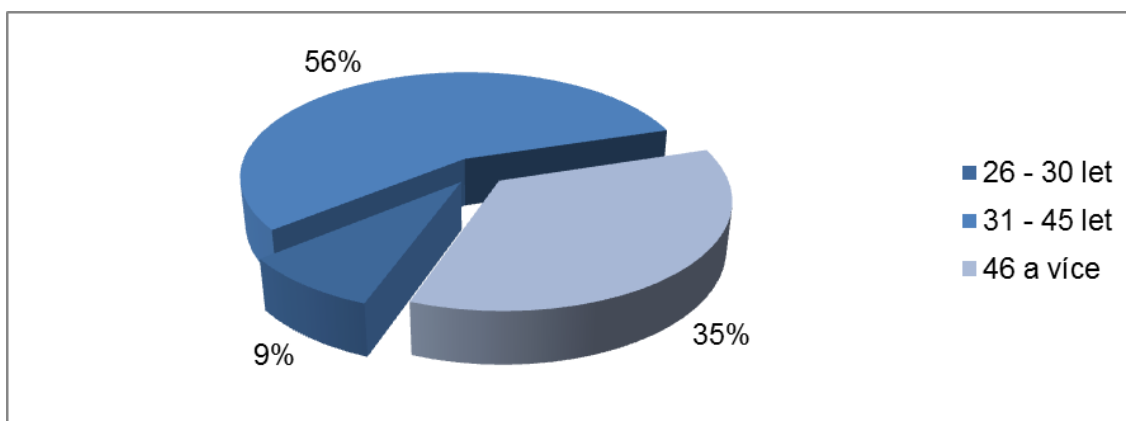
Graf 18: Věkové skupiny dětí respondentů



Zdroj: Autorka práce

Výše uvedený graf ukazuje počet a věkovou kategorii dětí respondentů. Žádný z nich nemá pouze dítě ve věku mladším 2 let. 5 % má jedno dítě v rozmezí 3 – 7 let a 10 % mezi 8 – 14 lety. Následujících 10 % má dvě děti v kategorii 0 – 2 a 3 – 7 let, 15% z nich ve věku 0 – 2 a 8 – 14 let. Největšího počtu 24 % dosahuje odpověď se dvěma dětmi a věkovým rozmezím 3 – 7 a 8 – 14 let. Druhý největší podíl zaujímá kategorie se dvěma dětmi v rozmezí 3 – 7 let. Pouhých 7 % respondentů má obě děti ve věku 8 – 14 let a 10 % má tři děti ve všech třech věkových rozmezích. Vyvozením výsledku je konstatování, že většina dětí zúčastňujících se animačních programů je věku 3 – 7 let a poté kategorie 8 – 14 let. Dotazovaní návštěvníci mají povětšinou jedno nebo dvě děti. Menším podílem je zde kategorie rodiny o třech dětech. Ani jeden rodič z dotázaných mající jedno dítě mladší 2 let nenavštěvuje rodinný resort.

Graf 19: Věková skupina



Zdroj: Autorka práce

Z demografických hledisek do tohoto dotazníku byla zařazena i otázka věkové kategorie respondentů. Nenadálým překvapením je výsledek 9 % osob v kategorii do 30 let věku. 56 % zaujímá kategorie 31 – 45 let a 35 % skupina 46 let více. Návštěvníci tohoto střediska cestovního ruchu jsou převážně ve středních letech a mají jedno až dvě děti (menší podíl z nich má tři). Všichni z nich někdy animačního programu pro své děti využili.

3.7 Vyhodnocení hypotéz

Vyhodnocení hypotéz proběhlo na základě srovnání odpovědí sad otázek vztahujících se k dané hypotéze. Jednotlivé hypotézy jsou verifikovány či vyvráceny a okomentovány důsledky, které z tohoto šetření vyplývají.

Hypotéza č. 1: Klienti jsou více spokojeni, pokud využívají služeb CK Fischer než služeb samostatného hotelu.

Tato hypotéza se potvrdila. 34% dotazovaných je plně spokojeno s hotelovými službami a 48% se službami cestovní kanceláře. Úplná spokojenost zákazníků cestovní kanceláře je o 14 % vyšší nežli spokojenost s hotelovými službami. Pokud ale vezmeme v úvahu jejich využívání, poté se dostavuje opačný efekt. Nadpoloviční většina určitě služeb hotelu využívá a pouhých 28 % plně využívá služeb cestovní kanceláře. Můžeme tedy konstatovat, že klienti jsou více zvyklí na služby poskytované hotelem. Pokud si ovšem dovolenou zakoupí u cestovní kanceláře Fischer, snaží se služeb zahrnutých v ceně využít. Z grafu 10 je patrný mírný rozdíl v hodnocení obou animačních programů. Hotelový program pár respondentů hodnotí jako lepší než program cestovní kanceláře. Doplňující dotaz ohledně informačních schůzek je

dalším aspektem spokojenosti klientů cestovní kanceláře. Více jak 70 % to svým souhlasem verifikuje.

Hypotéza č. 2: Více jak 60% klientů je více spokojeno, pokud se program pro děti obměňuje.

46 % respondentů by uvítalo změnu programu a 12 % by navrhovalo do programu zahrnout i nová témata. Součtem těchto zcela souvisejících odpovědí je 58 %. Tato hypotéza se nižším počtem odpovědí nepotvrdila. Graf 3 nám tuto hypotézu potvrzuje o hledisko návštěvnosti tohoto hotelu. Více jak třetina respondentů již hotel navštívili několikrát a další dvě třetiny prozatím jednou a dvakrát. Oblíbenost střediska je výrazná a více jak polovina jeho návštěvníků zná programy obou porovnávaných subjektů. Proto je možno brát tyto připomínky jako vážné. Věkové kategorie dětí uvedené v grafu 18 potvrzují využívání těchto programů, je proto důležité si z této hypotézy vyvodit i důsledky, které by mohly ohrozit postupné využívání animačních služeb. Z grafu 10 je tato klesající tendence již patrná ubývajícím počtem spokojených klientů. 14 a 15 respondentů svou spokojenost označilo na středním stupni hodnocení a 1 a 3 dotazovaní se k programům vyjádřili horším hodnocením. Změna programu či jeho obohacení by mohli vést ke znovu rostoucímu množství spokojenějších zákazníků.

Hypotéza č. 3: Nejlépe vychází animátoři v hodnocení ohledně chování.

Tato hypotéza se nepotvrdila. Animátoři cestovní kanceláře jsou hodnoceni jako nejlepší ve vystupování před rodiči, a to nepatrným rozdílem od ostatních aspektů. Hoteloví animátoři dosáhli nejlepších výsledků v ochotě pomoci při řešení problémů a chování a vystupování se lehce upozaďuje díky chvalitebnějším výsledkům. Polovina dotazovaných si však nemyslí, že by na tyto aspekty měla vliv rozdílná délka pobytů animátorů a množství dětí zúčastňujících se animací.

Hypotéza č. 4: Více jak 80% dotázaných preferuje animační program v mateřském jazyce.

Hypotéza byla vyvrácena grafem 15, kde jen 40 % respondentů záleží na jazyce, ve kterém animace probíhají. 21 % respondentů ani zkušenost s cizojazyčně vedeným programem nemá. Lze usuzovat, že tito respondenti preferují a dovolenou si zakoupí u cestovní kanceláře a tím si pojistí program pro děti v mateřském jazyce. Následujících 24 % zastává názor, že děti porozumí téměř všemu, co je po nich vyžadováno. 70 % respondentů se setkala s problémem ohledně jazyka animačního programu a 30 % ne. Ovšem názor či preferenci změnilo jen 39%

z nich. Což nás dostává k faktu, že někteří rodiče setrvávají ve využívání animačních služeb pro děti i v případě, že špatnou zkušenost měli.

3.8 Metodika empirického šetření II.

Metodou pro druhou část empirického šetření bude kvalitativní strukturovaný rozhovor s animátory hotelu a cestovní kanceláře. Bude stanoveno několik otázek k souběžným programům, další se budou zabývat jejich názorem na společné fungování a v neposlední řadě, co by navrhovali ke zlepšení a jaký mají názor na jazykovou preferenci rodičů dětí. Této metody bylo zvoleno zejména díky lepšímu zaznamenávání a volnějšímu poli působnosti k odpovědím.

3.9 Cíl empirického šetření II.

Cílem druhé části empirického šetření je doplněním, jak na tuto spolupráci nahlíží samotní animátoři (hotelového týmu i cestovní kanceláře). Zjistit jejich zkušenost se souběžnými programy a jejich názor na vylepšení. Cílem je tedy nejen zjistit spokojenost i ze strany nabídky, ale samotný náhled na situaci od zúčastněných stran. Tento úhel pohledu považujeme za doplňující a dokreslující celý náhled na souběžné fungování dvou programů a sžití animátorů. Klient jako návštěvník a uživatel těchto služeb je pouze jednou stranou, a to poptávky. Proto je důležité vidět tato hlediska i ze strany druhé, abychom byli schopni celou situaci konstruktivně a objektivně vyhodnotit.

3.10 Popis rozhovoru

U rozhovoru bylo použito typu strukturovaných otázek, avšak s dostatkem prostoru k vyjádření. Rozhovor probíhal živě v hotelu Falkensteiner Funimation dne 26. ledna 2015, a to s každým animátorem jednotlivě, kdy každý z nich trval přibližně hodinu. Animátoři A, B a C jsou zaměstnanci hotelu, D a E zaměstnanci cestovní kanceláře. Rozhovor byl zapisován během odpovědí a poté animátorovi pro kontrolu znovu přeložen a přečten. Záznam byl rovnou překládán z angličtiny do češtiny (týká

se animátora A, B, C). Nebylo zapotřebí klást a zaznamenávat uvolňující otázky z důvodu předešlé spolupráce.

3.11 Výsledky empirického šetření II.

Otázka č. 1: Jak dlouho již pro daný hotel/cestovní kancelář pracujete?

Animátor A v destinaci pracuje již přes rok a v létě pracoval v jiné destinaci. Animátor B je zkušenější, dá se od něj předpokládat důkladná znalost aktivit a fungování postupů všech příslušných aktivit. Animátor C není zdaleka tak zkušený v tomto hotelu jako dva přechozí dotázaní animátoři, může svými odpověďmi překvapit. Dotázaný označený písmenem D má za sebou již delší spolupráci s cestovní kanceláří a dají se tak předpokládat jeho zkušenosti s různými situacemi ohledně sdílení miniklubů a programů. Animátor si vyzkoušel v hotelu působit skrze cestovní kancelář, ale také jako hotelový animátor. Odpověď dotázané osoby D je jednoznačným předpokladem vytvoření objektivnějších názorů kvůli letitým zkušenostem.

Tento dotaz byl pokládán z orientačního hlediska, jaké pracovní zkušenosti již mají. Někteří v tomto hotelu začínali, někteří byli i v jiných destinacích. Animátoři D a E pracují pro cestovní kancelář delší dobu. Dají se předpokládat jejich četné zkušenosti.

Otázka č. 2: Jaký byl Váš první dojem ze skutečnosti, že budete sdílet prostory miniklubu a část programu s animátorem /ry jiného subjektu (společnosti)? Animátor A tento dotaz zodpověděl na příkladu své úplně první zkušenosti a dojmu. Zároveň popsal problém, který z působení vnikl díky kladnějšímu hodnocení hostů. Na závěr dodal, že první dojem vzniká velkou částí jen z osobnosti animátora, který se dostaví do destinace. Druhý animátor zažíval tuto zkušenost poprvé minulý rok a dodává svůj neutrální postoj k situaci. Dokud člověka nepozná osobně, neodsuzuje. Animátor C zaujmul negativnější postoj. Svou odpověď se straní spolupráci a sdílení materiálů a prostoru miniklubu. Následující dotázaný čerpá ze svých zkušeností a popisuje otevřenější postoj k celé situaci. Svůj úplně první pocit z jiné destinace nedodává. Poslední dotazovaný užívá svůj první zážitek jako příklad, kdy zaujímal negativnější postoj. Posléze dodává informaci, že v tomto hotelu se jeho obavy po pár dnech vytratily.

Tato otázka zřejmě některé dotázané zaskočila, proto někteří z nich využili příkladů k popsání jejich dojmu o nastalé situaci. Hoteloví animátoři k tomu zaujímají

neutrální postoj. Pouze animátor C je lehce negativní. Animátoři cestovní kanceláře jsou na tuto událost zvyklí. Snaží se přizpůsobit a svým postojem situaci neovlivňovat, aby byli schopni dělat kompromisy. Animátor E měl zpočátku negativní postoj, avšak po příjezdu do destinace svůj názor změnil.

Otázka č. 3: Jakým dojmem na Vás ze začátku animátor/ři působil/i? První animátor své dojmy líčí jako velice pozitivní a doplňuje, jak je důležité, když je tento animátor otevřený a snaží se nabít co nejvíce informací, aby společné působení probíhalo v pořádku. Druhý názor porovnává jednotlivé animátory, kteří dorazili do destinace rok po sobě. Přidává popis prvního setkání a následného průběhu, kdy subjektivněji hodnotí obě osoby a spolupráci s nimi. Třetí není výřečný, jen líčí animátory jako vstřícné a ochotné. Předposlední animátor podává detailní deskripci příjezdu a setkání s týmem. Zhodnocením si můžeme povšimnout jeho nezaujatého postoje, i když jej tým nepřivítal příliš přívětivě. Poslední se nedokáže vyvarovat subjektivnějším výhradám, ale celkové přivítání hodnotí kladně.

Těmito odpověďmi se dá konstatovat, že záleží na povaze animátora. Všichni se ale snažili mít profesionální přístup a nepovažovat své první dojmy za závěrečné. Popsali následující dění a většina jej považovala za přijatelné.

Otázka č. 4: Jaký máte názor na fungování těchto miniklubových programů souběžně? Prvního animátora tato otázka zaskočila, a proto se vyjádřil pár příklady. Konstruktivně ale popisuje kooperaci od začátku do konce. Upozorňuje na obtížnost sloučení některých programů, tak aby vyhovovali všem zúčastněným. Nadále přidává tvůrčí řešení některých aktivit, kde bylo zapotřebí dětem překládat. Další by volil jednodušší postup, a to přijetí programu hotelového za své a vyhnutí se přebytečným vzniklým konfliktům ve společném prostoru. Třetí animátor zaujímá stanovisko, pokud se programy nesdílí, má to matoucí následky u hostů. Předposlední dává důraz na svou přípravu před samotným oficiálním zahájením programu a řešení případných složitěji sdílených aktivit. Animátor E obohacuje názor o jazykové hledisko, které považuje za pozitivnější dopad na děti.

Animátoři popsali průběh programů a řešení problémů, které díky sdílenému prostoru nastali. Každý názor je zde přínosem, zejména pak z důvodu jiného úhlu pohledu každého z nich. Animátor E poznamenal i pozitivní stránku tohoto sdílení, která byla překvapující.

Otázka č. 5: Máte nějakou špatnou zkušenost s animátorem cestovní kanceláře /hotelu? Jak jste obecně situaci řešili? Animátor A nenachází v tomto případě spolupráce s pracovníky dané cestovní kanceláře žádný problém a komentuje své předchozí zážitky. Druhý dotázaný se nemůže zbavit subjektivnějšího úhlu pohledu a srovnává obě sezóny a jejich animátory. Čtvrtý z nich hodnotí kooperaci jako velice vydařenou a žádný problém nedodává. Poslední animátor odpovídá objektivnějším názorem deskripce jeho chování, jak se vyhnout konfliktům a v případě, že nastanou, zmiňuje své řešení předejitím kolektivního působení v miniklubu.

Jednotliví dotázaní mají rozdílné názory a vzpomínají i na situace mimo tento hotel, které jsou přínosnými poznatky. Animátor C má zřejmě více negativních zkušeností nežli ostatní a ze začátku je dost kritický. Animátor A popsal zkušenost z jiné destinace, kde se potýkal se složitějšími podmínkami a stížnostmi klientů cestovních kancelářů.

Otázka č. 6: Obecně zhodnoťte sezónu s těmito dvěma souběžnými programy - její průběh a spolupráci s druhým animačním týmem: Všichni animátoři sezónu ohodnotili velice kladně. Animátor B porovnává obě sezóny s cestovní kancelářů a subjektivně hodnotí standard, který nastavil animátor první. Animátor C se spokojuje s kooperací spíše mimo hlavní sezónu a kladně hodnotí inspirování se dalšími idejemi. Za neobjektivnější názor můžeme považovat odpověď animátora E, který nicméně komentuje také používání materiálů. Zhodnocením této otázky je třeba dodat, jak se jednotlivé názory liší. Animátor D se zabývá podrobnější deskripcí daného časového úseku, fungování programů, obtížnosti udržení pozornosti a programu během hlavní sezóny. Za zmínění je i jejich řádná kooperace během času, kdy na jeden z programů nedorazí žádný účastník.

Otázka č. 7: Řekněte mi tři 3 pozitiva a 3 negativa na společné fungování těchto dvou programů: Shrneme-li pozitiva, pak se nejčastěji objevují odpovědi ohledně využívání materiálů, učení se od sebe navzájem, poznávání a přejímání nových technik a témat a variace programu. Negativa jsou ale variabilnější. Především rozdílnost poskytovaného materiálu a uniforem animátorům oběma subjekty považují dva z nich za nevýhodu. Následující obava ze špatného hodnocení hostů, pokud animátoři nepůsobí sladěně a nejsou ochotni spolu pracovat. Nepřehlednost mezi dětmi při velkém množství a sladění vybraných programů. Poslední animátor zmiňuje jako negativum nepochopení rodičů při krátké nepřítomnosti jejich animátora.

Otázka č. 8: Myslíte si, že rodiče vždy preferují mateřský jazyk animace? Kolika rodičům na tom záleží (odhadem, procentuálně)? Většina souhlasí s názorem, že rodiče považují jazyk za důležitý. Animátor B cenně poznamenal, že tomu tak je, když rodiče ví, že v klubu mají rodilého mluvčího. Pokud tam v danou sezónu není, rodiče ukročí od náročnosti požadavku a postačí jim hlídání dětí i s jazykovou bariérou. Animátor E uvádí na pravou míru důvod vyžadování animace v mateřtině, a to důvodem zakoupení dovolené za účelem využití této nabízené služby. Pokud tyto odpovědi posoudíme s prvním šetřením odpovědí zákazníků, dojdeme k velice se lišícím závěrům. Zákazníci ve svých odpovědích uváděli laxnější názor na toto hledisko animačního programu. Animátoři jejich odpovědi svými zkušenostmi vyvrací. Dle jejich pohledu požaduje mateřský jazyk více 80 % zákazníků. I když animátoři utvrzují v tom, že když znají alespoň některá základní slova daného jazyka, nemají s dětmi při animačním programu vesměs žádný problém.

Otázka č. 9: Máte nějaké návrhy a doporučení na zlepšení spolupráce? Animátoři komentují zejména vylepšení spolupráce v sezóně, kdy by uvítali lepší domluvu mezi hotelem a cestovní kanceláří. Zároveň nechávat animátora animátorem a nepřidělovat mu více povinností mimo hotel. Třetí animátor měl zřejmě špatnou zkušenost, kdy se mu přičila situace, že animátor cestovní kanceláře neřešil svůj problém a nechal jej animátorům hotelovým. Dodatkem k programu, zmiňuje animátor D, by stálo za úvahu sdílení i obědů s českými dětmi, které neprobíhaly. Animátor E důsledně poznamenává, díky svým zkušenostem, i důslednost proškolení animátorů a sankce za nedodržení povinností, které by mohli zlepšit disciplínu a pomoci týmu také v inovaci aktivit a témat.

Vyhodnocení všech rozhovorů poskytuje náhled ze strany nabídky a jeho celkovou situaci působení těchto dvou subjektů dohromady. Společné působení je většinou z nich považováno za přijatelné až uspokojující. Negativa pouze zmiňují v drobných detailech na začátku synchronizování se ve společném prostoru, programu a materiálního vybavení. Hoteloví animátoři hodnotí druhou skupinu jako spolupracující a nepovažují je za problémové. Animátoři cestovní kanceláře na hotelový tým nahlíží také uspokojivým a vřelým dojmem.

4 SWOT ANALÝZA

SWOT analýzy je zde využito zejména k porovnání jednotlivých faktorů a vyvození důsledků, které mohou pro daný miniklub vyplývat. Analýza je zaměřena na animační prostory – miniklub a navazující aktivity, program a animátory. Pomocí níž by měli vyplynout závěry doposud nevyužitých příležitostí a hrozeb, které by mohly nastat v případě, že nenastanou opatření k jejich zabránění.

Tabulka 1: SWOT analýza Falkyland klubu

Silné stránky	Slabé stránky
<ul style="list-style-type: none"> • Zkušený animační tým různého věku; • zajímavá témata animací; • velké prostory, bludiště a jiné vybavení, dětský bazén; • babyland pro menší děti; • dobrá lokalizace hotelu a s ním spojené skupinové výlety, zapůjčení vybavení; • venkovní dětský Katschling park a přilehlá sportoviště; • obědy a večeře s animátory. 	<ul style="list-style-type: none"> • Některá témata jsou zastaralá; • některé poškozené vybavení; • špatně proveditelné rozdělení dětí dle věkových kategorií (v klubu); • malý počet miniklubových animátorů; • dlouhá pracovní doba.
Příležitosti	Hrozby
<ul style="list-style-type: none"> • Využití zkušeností z předchozích destinací a přijmutí nového animátora; • rozšíření, inovace animačního programu – marketingové zaštitění; • velké skupinové aktivity v miniklubu; • přitažlivost hotelu pro rodiče i s dětmi mladšími tří let; • vysoce atraktivní okolí hotelu; • zastřešení některých venkovních sportovišť pro nepřízeň počasí nebo jeho modernizace; • zavedení programu snídaní s animátory. 	<ul style="list-style-type: none"> • Snižující se počet návštěvníků využívajících služeb Falkylandu; • nebezpečí úrazu hlídaných dětí; • nemožnost udržet program při minimálním či maximálním počtu účastníků; • uniknutí hlídaného dítěte; • únava animátorů, hrozba ztráty pozornosti.

Zdroj: Autorka práce

Silné stránky

- Zkušený animační tým různého věku – ateliér má na starosti starší animátorka, která má k dispozici prostory u stěny herny nacházející se pod miniklubem. Animátorka má ateliér vybavený materiály k časově náročnějším aktivitám. I ve Falkylandu jsou animátoři různého věku, a to od 20 do 36 let. Mají zkušenosti i z jiných předcházejících destinací.
- Zajímavá témata animací – animace jsou velice atraktivně nazývány a dosahují časového rámce jedné a půl hodiny. Pravidelně dochází k obměně aktivit ve vyrábění. Dvě animátorky se starají i o program zumbly nebo aerobiku pro děti, a to na terase nebo v přizpůsobených vnitřních prostorech. V hlavní sezóně se program obměňuje každý týden, ale někdy se pouze mění téma z pirátského na indiánské apod.
- Velké prostory, bludiště a jiné vybavení, dětský bazén – Falkyland se sociálním zařízením pro děti, koutek s knížkami a kostkami, velký pracovní stůl s materiálem, židle a stoly pro děti i pro dospělé jsou základními prvky. Bludiště se skluzavkou je atraktivitou miniklubu, která děti nejčastěji přitáhne jako první. Díky němu si často všimají aktivit provozovaných animátory a zapojí se. Dětský bazén je vybaven i brouzdalištěm, atraktivním vybavením a tobogánem.
- Babyland pro menší děti – je také silnou stránkou tohoto hotelu. Ne každý hotel disponuje touto místností. Rodiče si sem přicházejí hrát do místnosti vybavené přebalovacím pultem, okénkem na loutkové divadlo, žíněnkami a ohrazeným prostorem naplněným plastovými míčky.
- Dobrá lokalizace hotelu a s ním spojené skupinové výlety, zapůjčení vybavení – hotel se nachází takřka u sjezdovky pod nejvyšší horou lyžařského střediska a obklopuje jej horská příroda s mnoha turistickými stezkami. Podpůrným prvkem je půjčování Segway, horských kol, lyžařského vybavení a umístění kanceláře lyžařské školy u východu na sjezdovku.
- Venkovní dětský Katschling park a přilehlá sportoviště – sportoviště patří hotelu a využívá jej i druhý Falkensteiner hotel nacházející se blíže centru střediska. Na sportovištích probíhají sportovní aktivity pod vedením animátorů i bez nich se zapůjčením náčiní. Jednou měsíčně se konají utkání mezi těmito dvěma hotely, a to hostů i sestaveného týmu ze zaměstnanců. Katschling park je místem, kde se děti mohou procházkou něčemu naučit. Ve Falkylandu mohou na požádání dostat sešit, který si mohou s rodiči vyplnit. Na stanovištích jsou umístěné rébusy a po cestě si mohou pohrát.

- Obědy a večeře s animátory – jsou programem probíhajícím každý den ve speciálně oddělené a vybavené restauraci. Na půl hodiny jsou hlavní dveře otevřeny do hlavní restaurace, během které si mohou k dětskému bufetu přicházet rodiče s dětmi, kteří sedí pohromadě v hlavní restauraci.

Slabé stránky

- Některá témata jsou zastaralá – kupříkladu hledání pokladu je aktivita opakující se každoročně, nejméně jednou za dva týdny. Rodiny s dětmi, které již hotel navštěvují poněkolkrát, mohou toto považovat za nedostatek kreativity.
- Některé poškozené vybavení – hlavním problémem je branka a ohrazení miniklubu, které má lehce poškozené ukotvení v otočných čepech. Dalšími jsou natržené polštáře v babylandu a oprýskaná dřevěné hračky.
- Špatně proveditelné rozdělení dětí dle věkových kategorií (v klubu) – pokud jsou aktivity rozděleny do různých místností jako je terasa, taneční sál, amfiteátr nebo jsou mimo vnitřní prostory hotelu, je možné děti rozdělit snadno. V případě, že probíhá více jak jedna aktivita jen v prostoru miniklubu, je obtížné tyto dvě aktivity skloubit. Například mladší děti malují a starší si vyrábějí polštářek.
- Malý počet miniklubových animátorů – u rozličných programů, kdy mají být animátoři rozděleni a přítomni u aktivit jinde než v miniklubu, se stává, že v tomto prostoru zůstává jen jeden nebo dva animátoři – zejména při hlavní sezóně.
- dlouhá pracovní doba – animátoři mají odpolední pauzu od 12.30 do 16.30 hodin. V hlavní sezóně jsou ale situace, kdy musí jeden z nich každý den o hodinu svou pauzu zkrátit kvůli střídání animátorů na odpolední hlídání, aby měli dostatek času na přípravu svého odpoledního programu. Dalším případem je trénink na představení a večerní programy, při kterých jsou také přítomni. Animátor může postrádat dostatek spánku, což může zapříčinit ztrátu pozornosti, elánu.

Příležitosti

- Využití zkušeností z předchozích destinací a přijmutí nového animátora – příležitost, kdy by tento způsob nahrazoval i školení animátorů. Nový animátor (správně zvolený) může vnést do týmu nové způsoby, nápady.

- Rozšíření, inovace animačního programu – marketingové zaštitění – další způsob, jak oslovit klientelu, která prozatím hotel nenavštívila a vylepšit vztah klientů stávajících, kteří se svou spokojeností postarají o bezplatnou reklamu rozšířenou mezi další.
- Velké skupinové aktivity v miniklubu – venkovní skupinové aktivity jsou tradiční. Prostory miniklubu jsou velkou konkurenční výhodou, zábavné skupinové aktivity i pro rodiče s dětmi by zapůsobily.
- přitažlivost hotelu pro rodiče i s dětmi mladšími tří let – inovace či zakoupení dalších hraček do babylandu a návrh aktivity pro tyto rodiče s dětmi. Dětský bazén a brouzdaliště jsou další možností, jak přilákat vícero návštěvníků. Nabídka plavání s batolaty jednou týdně by do programu vnesla bezkonkurenční výhodu na trhu poskytovaných služeb hotelem a nový marketingový tah.
- Vysoce atraktivní okolí hotelu – horská příroda obklopující hotel přitahuje mnoho návštěvníků, kteří se do střediska obvykle navrací.
- Zastřešení některých venkovních sportovišť pro nepřízeň počasí nebo jeho modernizace – hotel nedisponuje větší místností určené ke sportu. Proto by bylo vhodné uvážit rozšíření sportoviště o kryté prostory. Program by nemusel být díky nepřízní počasí měněn.
- Zavedení programu snídaní s animátory – alespoň jednou či dvakrát týdně by bylo příhodné pokusit se zavést snídaní s dětmi a s ní upravit program.

Hrozby

- Snižující se počet návštěvníků využívajících služeb Falkylandu – zastaralá témata a nižší počet animátorů by mohli ohrozit návštěvnost miniklubu. Z předešlého empirického šetření si můžeme povšimnout snižující se spokojenosti hostů.
- nebezpečí úrazu hlídaných dětí – poškozené vybavení by mohlo způsobit úraz dětem. Animátoři by měli častěji vybavení kontrolovat a nahlásit k opravě.
- nemožnost udržet program při minimálním či maximálním počtu účastníků – zde se opíráme o případ, kdy v miniklubu probíhají dva programy zároveň. Počet animátorů je někdy na dané programy kritický.
- uniknutí hlídaného dítěte – je následující hrozbou při nízkém počtu animátorů a důsledkem, který může nastat, jsou nespokojení rodiče. Ohrožení celkové

spokojenosti a rozšíření informace o pochybení animátorů by nemělo vlídné následky.

- únava animátorů, hrozba ztráty pozornosti – navazuje na předchozí hrozbu a doplňuje ji o další hledisko, kdy animátor může ztrácet elán k pracovnímu nasazení a zapříčít tím další problémy.

5 NÁVRHY A DOPORUČENÍ

Prvním krokem ke zvýšení klesající spokojenosti klientů by bylo zamyšlení se nad doplňujícím školením k hrám a skupinovým aktivitám. Proškolením animátoři získají na dalších zkušenostech a budou schopni je do animací zakomponovat.

V sezóně, kdy je přítomen animátor z cestovní kanceláře, vše probíhá v pořádku. Je znatelná potřeba dalšího animátora i přes sezónu, kdy cestovní kancelář miniklubový program v hotelu nemá. Přítomnost dalšího animátora by dle SWOT analýzy i rozhovoru s animátory pomohla větší přehlednosti, kontrole a vedení programů. Animátoři by byli čilejší a kooperace by probíhala efektivněji. Animátoři by mohli mít rozdělené směny i na pod/večerní programy.

Navrhovaná změna programu by mohla obsahovat aktivity zaměřené na nové sportovní a herní trendy přizpůsobené věku dětí. Podobně jako má již hotel v nabídce aktivit mini zumbu nebo mini aerobik, mohly by se zařadit nové s podobnými názvy. Mini olympiáda probíhá v zimní sezóně a povětšinou jen s dětmi. Například využití prostorů Falkylandu pro nepřízeň počasí anebo nahrazení některého z večerních programů v letní sezóně. Tato olympiáda by mohla probíhat ve složení rodinných družstev nebo dvojic rodiče a dítěte, kteří by společně překonávali sportovní překážky. Proložení sportovních aktivit by mohl být jednodušší kvíz, který by obsahoval otázky řešené každým členem. Těžší pro rodiče, jednodušší pro děti a společné hádanky. Vyvrcholením této akce by bylo společné občerstvení a předání sladkých odměn a diplomů. Snídaně s animátory je návrhem, díky němuž by muselo proběhnout rozčlenění programu na další celky. Přijetím nového zaměstnance (nebo dvou, dle potřeby) by se tato situace řešila snáz.

Možné plavání s batolaty by pozvedlo úroveň nabízených služeb hotelem. Doposud je tato varianta nabízena pouze cestovními kanceláři. I když by tato situace znamenala případné přijetí dalšího animátora, konkurenční výhoda je zde velice pravděpodobná a zajistilo by osvěžení nabídky služeb hotelu. Prostory velkého bazénu jsou využity několikrát týdně ke sportovním animacím pro dospělé, kdežto dětský bazén je prozatím odpočinkovou záležitostí. Zauvažování o tomto možném způsobu vnesení na trh nové služby by pro hotel mohl znamenat zvýšenou poptávku návštěvnosti a celkové povědomí.

Zastřešení nebo vybudování místnosti přizpůsobené ke sportu je dalším doporučením. Minulé léto bylo počasí velmi nepříznivé a chladné a návštěvníci neměli možnost provozovat sportovní aktivity kromě plavání v krytém bazénu nebo dvou lekcí

zumby a aerobiku uvnitř komplexu. Hostům by se dostalo širší nabídky služeb například o kurt na squash. Jakou aktivitu by uvítali, by došlo zhodnocením ankety, která by proběhla mezi hosty.

Dle zvyšující se návštěvnosti české klientely i mimo sezónu s cestovní kanceláří Fischer, by stálo za uvážení přijetí animátora z České republiky nebo Slovenska. Tento aspekt by návštěvníci mohli uvítat jako výhodu a rozšířili by toto povědomí mezi své známé.

Cestovní kancelář v destinacích z 90 % případů zavádí svůj animační program. Zde je ovšem program bohatý a značně členěný, a tak by bylo lepší uvážít (ještě před příjezdem animátora) spojení programu již od samého začátku. Animátorům by to situaci v hotelu, kde jsou někteří poprvé, usnadnilo. Snídaně bez rodičů zde nejsou možné zavést, pokud to v programu nemá hotelový tým. Narušilo by to spokojenost klientů a vyvolalo značné dotazy, proč je program tak rozdílný a mohli by se chtít účastnit i ostatní děti hostů. Ke zřejmé řádnější domluvě došlo u této zimní sezóny, kdy je animátor pouze v komplexu a nevykonává zároveň delegátské služby dalšího hotelu. I to dopomohlo ke zjednodušení situace pro animátora.

Rozdílné materiály a uniformy jsou předmětem žárlivosti mezi animátory a matoucím aspektem pro děti. Za uvážení by stálo řádnější informování hostů a dětí pomocí informačního koktejlu, kde by se animátor představil nebo by na něj bylo přinejmenším upozorňováno. Mohlo by dojít ke sloučení materiálu nebo ve smlouvě předem dohodnuté sdílení pouze hotelového. Následky těchto dvou aspektů nejsou pro animátory někdy jednoduché řešit.

5.1 Návrh doplnění programu Falkyland klubu o další aktivity

Sloučením těchto doporučení je návrh miniklubového programu, který by mohl sdílet i animátor cestovní kanceláře. Animační program bude popsán v jednotlivých časových úsecích a detailně rozpracovány i s počty animátorů, kteří by jej vedli. Umístění dne v týdnu bude ponecháno volitelně. Všechny aktivity jsou opět rozděleny do třech věkových kategorií. U novějších aktivit je obecně uvedena propagace dané aktivity.

- jednou až dvakrát týdně snídaně bez rodičů – tento program by probíhal od 8.45 do 9.30 (dle počtu dětí) s tím, že by dva předem určené animátory otvírali miniklub později s doprovodem zapsaných dětí na hlídání. V praxi by to

vypadalo tak, že by rodiče své děti při příchodu do dětské restaurace zapsali na hlídání v miniklubu (dobrovolné). Starší děti by byly vyslány pro snídani do velké restaurace a menším dětem by pomáhali animátoři. V restauraci je možnost zapnutí rádia pro navození příjemné atmosféry. Animátoři dohlédnou na děti a společně se s nimi nasnídají. Při této animaci mohou být vymyšleny krátké a nenáročné hry či se animátoři a nové děti mají možnost seznámit.

- Dopolnední aktivity – od 10.00 do 12.00 – aktivity pro menší děti 3 – 6 let probíhající v babylandu jako například loutkové divadlo, skupinové hry jednoduchého charakteru, společné stavění věže/domu z kostek, vymezený stůl či jeho část pro méně náročné vyrábění nebo za pomoci rodičů sdílení programu pro starší věkovou kategorii. Pro děti školního věku 7 – 11 let vyrábění náročnějších a zajímavých předmětů, pomůcek, papírových loutek; soutěžení v malování, v bludišti apod. Dopolnední procházka do Katschling parku a řešení rébusů. Také skupinové sportovní aktivity jako je házená, vybíjená, fotbal nebo hry vně i uvnitř areálu pod dohledem animátora. Kategorii dětí 12+ věku přiřazené aktivity náročnějšího charakteru nebo pro zapojení logiky. Sportovní hry v létě na venkovním sportovišti. Utkání ve fotbale, basketbalu s druhým hotelem. Zde se mohou dle počtu účastníků animátoři hotelů střídat. Oba dovedou týmy na sportoviště a jeden z nich odchází zpět vypomoci do miniklubu. Po skončení utkání si pro své děti zase přijde. Pokud program v miniklubu skončí předčasně, někteří z animátorů mohou dát miniklub do původního stavu a zahrát si s dětmi pexeso, karetní a deskové hry.
- Plavání s batolaty – (dopolnedne od 10.00 do 11.00) pro začátek vymezený program pro jeden den v týdnu, později dva dny v týdnu, kdy nově přijatý proškolený animátor (mající za sebou kurz plavání s batolaty) povede jednohodinovou lekci plavání a cvičení s batolaty. Propagace tohoto programu probíhá již na informační schůzce, je součástí informačního emailu zasílaného stávajícím zákazníkům a je přítomna na úvodní stránce webového rozhraní hotelu.
- Oběd s animátory – mezi 12.00 a 12.30 hodin jdou animátoři s dětmi na oběd a uzavírají miniklub. Po ukončení oběda odcházejí zpět do miniklubu, kde jsou děti předány k hlídání animátorovi, který je do 16.30 hodin vystřídá.
- Odpolední hlídání dětí – Od 12.30 do 16.30 hodin je přítomen jeden animátor, který nemá stanoven přesný program. Při tomto odpoledním programu je přítomno méně dětí a animátor má k dispozici materiály, v případě že by

některé děti chtěly cokoliv vyrábět nebo malovat. Volné pole působnosti si může organizovat méně náročnými aktivitami a přizpůsobit je kategoriím dětí, které jsou přítomny.

- Odpolední aktivity – 16.30 – 18.00 přidání nové aktivity v podvečer a příprava, vyrábění týmových vlajek z textilií, šátků na hlavu pro podvečerní soutěžení jednoho konkrétního dne, kdy jsou děti seznámeni s připravenou olympiádou na večer. Úkolem animátorů je děti povzbudit a navnadit k pozvání rodičů na tuto aktivitu. Animátoři mohou využít i své informační tabule a komunikace s rodiči při příchodu do miniklubu. Hotel nabízí projížďku koňskými sáněmi v zimě a povozem v létě. Ten je již ovšem několik let stejný. V létě toto středisko nabízí mnohem víc. Uskutečnění plánovaného rodinného výletu do lanového centra nacházejícího se u druhého Falkensteiner hotelu by byl námět pro rodiny s dětmi od 6 nebo 7 let věku. U této aktivity by rodiny mohl doprovázet jeden animátor a to i ze sportovní sekce. Podmínkou by však bylo dohodnutí lepší rodinné ceny a jejich minimální počet, který musí být naplněn, aby se uskutečnil.
- Večeře s animátory – 18.00 – 18.30 hodin, kdy v těchto časech nepřipadá žádná další aktivita v úvahu z hlediska přicházejících rodičů k dětskému bufetu.
- Podvečerní aktivity v miniklubu – 18.30 – 20.30, kdy dojde k vyvrcholení olympijského večera rodinných dvojic či týmů. Rodiče jsou na čas 19.00 začátku soutěžení upozorňováni během dne v miniklubu, na informační tabuli týmu a v informačních novinách, které mají rozmístěné na stolech v restauraci. Další aktivitou spojenou s promítáním dětského filmu je rozdání jednoduchého kvízu s otázkami, na které se jich poté animátoři budou ptát. Po ukončení kvízu dostanou všichni zúčastnění odměnu. Minidisco by mohlo probíhat více jak dvakrát týdně, děti o to projevují zvýšený zájem. Překvapení příchodu Falkyho a zmrzlina jsou standardem. Novým námětem by mohlo být pozvání rodičů na pódium, či uvolnit prostor pod ním a zapojit je do tanců. Rodinná zábava by zapůsobila lépe i na dospělé.
- Podvečerní aktivity po uzavření miniklubu – od 20.30 již mezi hotelovými aktivitami nalezneme některé programy jako průvod s lampióny a pochodněmi, večerní lezeckou stěnu a podvečerní disco tance u baru. Přidáním krátké aktivity s dětmi by se podvečer oživil. Kupříkladu rodinné karaoke do 21.30 by rodičům a dětem vneslo do pobytu další zážitky z dovolené. Karaoke by animátor připravil před minidiscem a po jeho skončení by ihned animátor vyzval

přítomné ke společné zábavě o zajímavé ceny. Využít čas, kdy jsou v amfiteátru přítomni děti i dospělí a nenechat klesnout jejich pozornost. Motivací by byla odměna v podobě voucheru na projížďku koňským povozem a menší odměny v podobě koktejlu u baru nebo sladkostí pro děti. Animátoři by se vystřídali u mikrofonu, aby si předcházející mohli odpočinout. Dalším přínosným námětem k podvečerní aktivitě je společná kvízová hra probíhající v prostoru u baru. Jeden animátor jako uvaděč, který motivuje lidi hlasovým projevem do mikrofonu a druhý mezitím rozdává otázky jednotlivým rodinám. Odměny mohou být stejného charakteru jako u předchozího návrhu nebo reklamní předměty Falkensteiner řetězce.

Začleněním některých z těchto aktivit by animátor cestovní kanceláře mohl naplňovat více očekávání zákazníků společnosti Fischer, kteří jsou přivyklí na standard snídaní bez rodičů (jejichž součástí je většinou i oběd s dětmi) v letních destinacích, nebo na společný rodinný výlet s účastí animátora. V jeho programu by bylo možné doplnění o rodinnou olympiádu, která v destinacích také častoprobíhá.

Rodinný výlet je dalším standardem nabídky cestovní kanceláře. Proto by výlet do lanového centra mohl animátor zaštiťovat svou přítomností a animátoři hotelu by mohli mezitím vést jiný program.

ZÁVĚR

V teoretické části této práce bylo rozpracováno téma samotné animace jako pojmu, který sahá až do historie k Aristotelovi. Ten jako první vymezil pojem animace. Nadále byl popsán historický vývoj vážící se k rozvoji animace jako předpoklad jejího vzniku. Oficiálně se název klubový cestovní ruch použil poprvé ve Francii, a to již v 90. letech 20. století. K tomuto období se také pojí vůbec první zmínka o založení miniklubů a baby klubů společnosti MEDITERRANEE. Další kapitolou je vymezení základních pojmů zabývající se detailnějším náhledem na termíny vážící se k tématu animačního programu. S pomocí dostupné literatury byly definovány základní termíny jako animace, animátor a animační program jako doplňková služba cestovního ruchu, jehož sestavení musí podléhat řádnému plánování jednotlivých prvků. V neposlední řadě práce definuje animátora z pohledu právního zařazení ve srovnání České republiky a Evropské unie. Ve druhé kapitole se zabývá popisem porovnávaných subjektů. Definuje cestovní kancelář jako zprostředkovatele a vybraný hotel jako dodavatele služby, kteří mají mezi sebou smluvně ošetřenou spolupráci. Cestovní kancelář v daném hotelu nabízí své animační služby prostřednictvím svého animátora. Pro účel této práce byl zpracován i detailní popis nabízených animačních služeb těmito dvěma subjekty. Práce obsahuje i příklad fungujícího animačního programu cestovní kanceláře v jiné destinaci a zavedený harmonogram klubu Falkyland hotelu Falkensteiner Funimation.

Vzhledem k horší dostupnosti českých a zahraničních literárních zdrojů a jejich nedostatečné hloubky poskytovaných informací bylo nezbytné využívat příruček, výukových materiálů, internetových zdrojů i vlastních zkušeností. Šíře oficiální literatury neposkytovala informace, které byly očekávány. Překvapivým faktem bylo, že právě tyto doplňující materiály obsahovaly hodnotnější informace než oficiální literatura.

Praktická část této diplomové práce vychází z teoretických poznatků a navazuje na vlastní zkušenosti autorky. Bylo rozpracováno empirické šetření pomocí metody dotazníku. To si kladlo za cíl porovnat spokojenost klientů obou subjektů z různých hledisek. Jedná se zejména o pojetí programu samotného, osob animátorů a jejich chování, návrhu na zlepšení a upřednostňovaný jazyk animace. Výběrovým souborem šetření byli v tomto případě hosté hotelu a zároveň většina klientů cestovní kanceláře Fischer. Z výsledků vyplývají závěry, dle kterých lze usuzovat, že počet rodin jezdících na dovolenou jednou a vícekrát do roka stále roste. Nejvíce z oslovených respondentů využívá cestovních kanceláří k předpokladu bezproblémového zprostředkování

zájezdu. Z vyhodnocení hypotéz daného šetření však překvapivě vyplývá, že ačkoliv nastalo ve spolupráci pochybení (vynechání sezóny), poměrná část klientů je stále věrná a spokojenější s doplňkovými službami cestovní kanceláře než s obdobnými službami samotného hotelu. Svou spokojenost vyjádřili klienti i s informačními schůzkami v mateřském jazyce, kde jsou poskytovány důležité informace o okolí a programu animací. Očekávaná spokojenost klientů s obměnou animačního programu vyjádřena hypotézou se u dotázaných nepotvrdila. Ačkoliv byla hypotéza vyvrácena, zákazníci znají programy obou subjektů a lze předpokládat, že změnu programu bude vyžadovat stále větší procento zákazníků. Překvapivým jsou výsledky některých otázek, které naznačují klesající spokojenost zákazníků se službami hotelu.

Osobnost animátora a jeho chování, vystupování a ochota pomoci při řešení problémů byli hodnoceny jako nejlepší většinou dotazovaných. Z nabízené škály 1 až 5 hodnotili klienti animátory jako výborné, stupněm 2 (velmi dobré, chvalitebné) se vyjádřilo menší procento dotázaných a nejméně respondentů klasifikovalo animátory stupněm 3. Mezi animátory obou společností nenastal v tomto hodnocení výrazný rozdíl. Z šetření dále vyplývá názor klientů na preferenci jazyka animace, kdy očekávaným výsledkem bylo upřednostnění mateřského jazyka. To se však vyhodnocením dotazníků nepotvrdilo. Výsledkem bylo pouze 40 % dotázaných, kterým na jazyce animace záleží. Většina z nich se již setkala s nějakým problémem ohledně jazykové bariéry, ale jen téměř třetina z nich změnila své preference.

Navazujícím empirickým šetřením pro doplnění informace ze strany nabídky byly rozhovory s animátory obou subjektů. Vyhodnotili situaci sdílení prostoru a dalšího vybavení jako uspokojující. Samotní animátoři se v minulosti setkali s nějakým problémem, z čehož můžeme usuzovat změnu jejich chování a nabytí profesionálnějšího přístupu ke spolupráci s druhým subjektem. Byli vyzváni k vyjádření názoru na společné fungování a vytyčení třech hlavních kladných a záporných vlastností této kooperace. Animátorům obou subjektů se společně pracovalo velmi dobře. Za zápory kooperace zmiňují zejména rozdílné materiály, uniformy, obavy ze špatného hodnocení hostů. Pozitiva byla přínosnější jako například získání nových technik k řešení problémů, nová témata, hry a v neposlední řadě i využívání materiálů poskytovaných oběma společnostmi. Na rozdíl od odpovědí zákazníků byly překvapením rozhovory s animátory týkající se jazyka animace. Pouze 40 % hostů odpovídalo, že mateřštinu preferuje. Zkušení animátoři ale zastávají názor, že je tomu tak u více jak 80 %. Rodiče na animátory působí dojmem potřeby mateřštiny pro své děti, ale dle výsledků dotazníku se jedná o pouhou domněnku animátorů.

V poslední části byly rozpracovány dvě kapitoly začínající SWOT analýzou Falkyland klubu v daném hotelu a navazujícími doporučeními a návrhy. Důsledkem zavedení nových animačních aktivit jako snídaně s animátory, velké rodinné soutěžení v prostorách miniklubu a zaměstnání nového animátora by zvýšilo návštěvnost nebo návratnost některých klientů. Z analyzovaných příležitostí vyplynulo i možné zastřešení některého ze sportovišť či vybudování nové haly na squash nebo přilákání dalších návštěvníků zavedením speciálního programu plavání s batolaty. Doplnění a rozšíření výletů díky horské přírodě s množstvím turistických stezek a návštěvy lanového centra jsou další možnosti, jak obohatit program.

Návrhy a doporučení shrnují již zmíněné zaměstnání dalšího animátora miniklubu (nebo dvou), změnu programu a jeho obohacení o další sportovní trendy, ke kterým by snáze došlo vybudováním menší haly poblíž komplexu. V návrzích se objevily i aktivity pro rodiny s dětmi a nová doporučení ohledně miniklubových aktivit se sportovní a jinou tematikou. Doporučení se týká i cestovní kanceláře, která by mohla navázat na hotelový program od samého začátku. Za uvážení stojí i sdílení většiny materiálů. Zároveň by hosté mohli být upozorňováni na přítomnost tohoto animátora již na informační hotelové schůzce. Vyústěním těchto všech doporučení bylo samotné doplnění aktivit do miniklubového programu zvaného Falkyland i s časovým určením a rozdělením dětí dle věkových kategorií (kde to bylo nutné). Přidáním daných aktivit by došlo k obohacení nabídky animací, větší efektivnosti a spokojenosti zákazníků tohoto hotelu. V důsledku těchto změn by animátor cestovní kanceláře naplňoval více aktivit, na které jsou jeho klienti zvyklí z jiných destinací. To je ovšem jen jako další výhoda pozměněného hotelového programu.

SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ

Seznam použitých českých zdrojů

- ČERNÁK, R. *Animátor volného času*. Rifle and Pro-Staff, 2011.
- ČERTÍK, M. a FIŠEROVÁ, V. *Volný čas, životní styl a cestovní ruch*. 1.vyd. Praha: VŠH, 2009. ISBN 978-80-86578-93-4.
- FIŠEROVÁ, V. *Volný čas a jeho animace v cestovním ruchu*. 1. vyd. Praha: Vysoká škola hotelová v Praze 8, 2008, 92 s. ISBN 978-80-86578-87-3.
- HOFBAUER, B. *Kapitoly z pedagogiky volného času: Soubor pojednání o volném čase a jeho výchovném zhodnocování*. 1. vyd. České Budějovice: PROTISK. ISBN 978-80-7394-240-3.
- HŮRKA, P. *Pracovní právo v bodech s příklady*. 3. aktualiz. vyd. Praha: Wolters Kluwer Česká republika, 2012, 143 s. ISBN 978-807-3578-466.
- JAKUBÍKOVÁ, D. *Marketing v cestovním ruchu*. 1.vyd. Praha: Grada Publishing, 2009, 288 s. ISBN 978-80-247-3247-3.
- KUČEROVÁ, I. *Evropská unie: hospodářské politiky*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 2006, 347 s. ISBN 978-80-246-1212-6.
- ORIEŠKA, J. *Animácia v cestovnom ruchu*. 1. vyd. Banská Bystrica: EF UMB, 2003, 112 s. ISBN 80-8055-858-2.
- PALATKOVÁ, M. et al. *Management cestovních kanceláří a agentur*. 1.vyd. Praha: Grada Publishing, 2013, 224 s. ISBN 978-80-247-3751-5.
- PARMOVÁ, D. *Provoz služeb v cestovním ruchu*. 1. vyd. České Budějovice: Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích, 2003, 175 s. ISBN 80-7040-611-9.
- RYGLOVÁ, K., BURIAN, M. a VAJČNEROVÁ, I. *Cestovní ruch – podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2011, 216 s. ISBN 978-80-247-4039-3.
- ULBRICH, T. *Animace v hotelnictví a cestovním ruchu*. Brno: Vysoká škola obchodní a hotelová, 2008. ISBN 978-80-87300-20-6.
- ZELENKA, J., PÁSKOVÁ, M. *Výkladový slovník cestovního ruchu*. 2.vyd. Praha: Linde Praha, 2012, 768 s. ISBN 978-80-7201-880-2.

Seznam použitých internetových zdrojů

ASOCIACE PRŮVODCŮ CESTOVNÍHO RUCHU. *Pravidla*. [online]. 21. 8. 2014 [cit. 2014-08-21]. Dostupné z: <http://www.asociacepruvodcu.cz/pravidla/>

ČESKÁ TELEVIZE. *Nekvalifikovaní průvodci překrucují českou historii* ze dne 10. 8. 2014. [online]. 21. 8. 2014 [cit. 2014-08-21]. Dostupné z [www: http://www.ceskatelevize.cz/ct24/domaci/282694-nekvalifikovani-pruvodci-prekrucuji-ceskou-historii/](http://www.ceskatelevize.cz/ct24/domaci/282694-nekvalifikovani-pruvodci-prekrucuji-ceskou-historii/)

FALKENSTEINER HOTEL FUNIMATION. [online]. 11. 11. 2014 [cit. 2014-11-11]. Dostupné z: <http://www.falkensteiner.com/cs/hotel/funimation>

FISCHER. *Dovolená – animační kluby*. [online]. 10. 11. 2014 [cit. 2014-11-10]. Dostupné z: <http://www.fischer.cz/dovolena-animacni-kluby>

FISCHER. *O společnosti*. [online]. 10. 11. 2014 [cit. 2014-11-10]. Dostupné z: <http://www.fischer.cz/o-ck-fischer/historie-spolecnosti>

IDNES. *Průvodci se asi dočkají ochrany státu* ze dne 30. 10. 2002. [online]. 21. 8. 2014 [cit. 2014-08-21]. Dostupné z [www: http://cestovani.idnes.cz/pruvodci-se-asi-dockaji-ochrany-statu-d8m-/po-cesku.aspx?c=A021030_093400_igcechy_bla](http://cestovani.idnes.cz/pruvodci-se-asi-dockaji-ochrany-statu-d8m-/po-cesku.aspx?c=A021030_093400_igcechy_bla)

RILIFE. *Animace*. [online]. 21. 8. 2014 [cit. 2014-08-21]. Dostupné z: <http://animation.rilife.com/cs/animace>

WORLD FEDERATION OF TOURIST GUIDE ASSOCIATIONS. *Definitions of tourist guide tour manager tour escort final*. [online]. 21. 8. 2014 [cit. 2014-08-21]. Dostupné z: <http://www.wftga.org/sites/default/files/imceuploads/documents/DEFINITIONS%20OF%20TOURIST%20GUIDE-TOUR%20MANAGER-TOUR%20ESCORT-FINAL.pdf>.

Seznam ostatních zdrojů

Interní zdroj společnosti Fischer, a.s.

Interní zdroj společnosti Falkensteiner Funimation hotelu

SEZNAM ZKRATEK

- SWOT - SWOT analýza je analytická metoda zaměřená na vyhodnocení vnitřních a vnějších faktorů ovlivňujících úspěšnost organizace nebo určitého konkrétního záměru (například nového produktu či služby).
- Hotel FF - Falkensteiner Funimation hotel; použito v dotazníku.
- CK - Cestovní kancelář; použita v dotazníku.

SEZNAM OBRÁZKŮ, GRAFŮ A TABULEK

Seznam obrázků

Obrázek 1: Příklad animačního programu v destinaci	28
----------------------------------------------------------	----

Seznam grafů

Graf 1: Jak často do roka jezdíte na dovolenou	34
Graf 2: Kolikrát do roka využíváte služeb cestovních kanceláří.....	35
Graf 3: Kolikrát jste hotel Falkensteiner Funimation (FF) navštívili.....	35
Graf 4: Kolikrát jste zde strávili dovolenou s CK Fischer	36
Graf 5: Využívání animačních služeb hotelu FF hotelu	37
Graf 6: Spokojenost s těmito službami.....	37
Graf 7: Využívání služeb CK Fischer	38
Graf 8: Spokojenost s těmito službami.....	39
Graf 9: Spokojenost se službami animátora CK Fischer ohledně informačních schůzek o okolí, službách hotelu a animačním programem	39
Graf 10: Dovolená strávená s CK Fischer (a jejím animačním programem) a animační program hotelu FF: (1 – nejlepší, 5 – nejhorší).....	40
Graf 11: Návrhy, připomínky k animačním programům.....	41
Graf 12: Stupeň spokojenosti s animátory (1 – nejlepší, 5 – nejhorší) CK Fischer	41
Graf 13: Stupeň spokojenosti s animátory (1 – nejlepší, 5 – nejhorší) hotelu FF.	42
Graf 14: Myslíte si, že má na tyto 3 aspekty (chování, vystupování, ochota) má vliv rozdílná délka pobytu animátorů a množství dětí při těchto dělených programech?	43
Graf 15: Záleží Vám na jazyce, ve kterém probíhají animace pro děti?	44
Graf 16: Setkali jste se někdy s problémem, co se týče jazyka animačního programu?	45
Graf 17: Změna názoru /preferenze po špatné zkušenosti s animačním programem v jiném jazyce	46
Graf 18: Věkové skupiny dětí respondentů	46
Graf 19: Věková skupina respondentů.....	47

Seznam tabulek

Tabulka 1:SWOT analýza Falkyland klubu	54
----------------------------------------------	----

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha A - Dotazník	I
Příloha B – Typy pokojů hotelu Falkensteiner Funimation	IV
Příloha C – Rozhovory s animátory	V

PŘÍLOHY

Příloha A – Dotazník

Vážení respondenti,

dostal se Vám do rukou dotazník, který si klade za cíl zjistit spokojenost se službami hotelu Falkensteiner Funimation (dále jen hotel FF), službami cestovní kanceláře Fischer (dále jen CK Fischer) a vzájemně tyto údaje porovnat.

Prosím, své odpovědi kroužkujte:

1. Kolikrát do roka jezdíte na dovolenou?

Jednou – Dvakrát – Vícekrát

2. Kolikrát do roka využíváte služeb cestovních kancelářů?

Jednou – Dvakrát – Vícekrát – Pokaždé – Nikdy

3. Kolikrát jste hotel FF navštívili?

Jednou – dvakrát – Vícekrát

4. Kolikrát jste zde dovolenou strávili s CK Fischer?

Jednou – dvakrát – Vícekrát – Nikdy

5. Využíváte animačních služeb FF hotelu?

Určitě ano – spíše ano – spíše ne – určitě ne

6. Jak jste spokojeni s těmito službami?

Určitě ano – spíše ano – spíše ne – určitě ne

7. Využíváte animačních služeb CK Fischer?

Určitě ano – spíše ano – spíše ne – určitě ne – nevyužil /a jsem

8. Jak jste spokojeni s těmito službami?

Určitě ano – spíše ano – spíše ne – určitě ne – nevyužil /a jsem

9. Jste spokojeni se službami animátora CK Fischer ohledně informačních schůzek o okolí, službách hotelu a animačním programem?

- a) ano
- b) ne
- c) nevyužil /a jsem

10. Oznámkujte svou dovolenou strávenou s CK Fischer (a jejím animačním programem) a animační program hotelu FF: (1 – nejlepší, 5 – nejhorší)

CK Fischer 1 2 3 4 5 nevyužil/a jsem
Hotel FF 1 2 3 4 5

11. Scházelo či nevyhovovalo Vám něco u animačního programu? Vypište prosím Vaše návrhy, připomínky.

.....
.....
.....
.....
.....

12. Oznámkujte animátory hotelu FF a animátory CK Fischer dle Vaší zkušenosti. (I pokud jste měli možnost animátory CK pouze vidět v praxi.)

(1 – nejlepší, 5 – nejhorší)

	Chování:	Ochota pomoci:	Vystupování:
CK Fischer	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Hotel FF	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5

13. Myslíte si, že má na tyto 3 aspekty (chování, vystupování, ochota) má vliv rozdílná délka pobytu animátorů a množství dětí při těchto dělených programech?

- a) ano
- b) ne
- c) nemohu posoudit

14. Záleží Vám na jazyce, ve kterém probíhají animace pro děti?

- a) ano, záleží mi na tom, aby mé děti všemu porozuměly

- b) ne, záleží mi na tom, aby se učily porozumět i cizímu jazyku
- c) nevím, nemám zkušenost s cizojazyčně mluvícími animátory
- d) myslím si, že děti porozumí takřka všemu

15. Setkali jste se někdy s problémem, co se týče jazyka animačního programu?

- a) ano
- b) ne

16. Pokud jste měli špatnou zkušenost s anim. programem v cizím jazyce (děti nerozuměly), změnily jste poté názor / preference?

- a) ano
- b) ne
- c) nemohu posoudit

17. Do jaké věkové skupiny spadají Vaše děti? (možnost zakroužkovat více možností či vedle napsat počet; starší děti neuvádějte)

- a) 0 – 2
- b) 3 – 7
- c) 8 – 14

18. Váš věk:

- a) 26 – 30
- b) 31 – 45
- c) 46 a výše

Děkuji za Váš čas věnovaný tomuto dotazníku.

Simona Doležánová

Příloha B – Typy pokojů hotelu Falkensteiner Funimation

Typy pokojů hotelu:

- „dvoulůžkové pokoje (pro 2 dospělé), cca 19 m²
- *rodinný pokoj Klassik (pro 2 dospělé + 2 děti), cca 27 m²*
- *rodinný pokoj Royal (pro 2 dospělé + 2 děti), cca 27 m²*
- *rodinný pokoj Deluxe (pro 2 dospělé + 3 děti), cca 40 m²*
- *rodinný apartmán Klassik (pro 2 dospělé + 2 děti), cca 32 m²*
- *rodinný apartmán Royal (pro 2 dospělé + 2 děti), cca 38 m²*
- *rodinný apartmán Deluxe, cca 70 m².*

Vybavení: koupelna nebo sprcha, WC, fén, telefon, satelitní televize, rádio, bezpečnostní schránka, většinou s balkonem nebo terasou. Rodinné pokoje a rodinné apartmány jsou dvoupokojové nebo třípokojové obytné jednotky.“ (falkensteiner.com, online 2014-11-11).

Příloha C – Rozhovory s animátory

Otázka č. 1: Jak dlouho již pro daný hotel/cestovní kancelář pracujete?

Animátor A: *„V tomto hotelu pracuji už přes rok, pokud nepočítám, že jsem byla v létě pracovat v jiné destinaci.“*

Animátor B: *„Už čtyři roky.“*

Animátor C: *„Mmm...mám za sebou v podstatě druhou sezónu.“*

Animátor D: *„S cestovní kanceláří Fischer spolupracuji již pátým rokem. V hotelu jsem s cestovní kanceláří působila jednu sezónu a další jsem absolvovala jako zaměstnanec tohoto hotelu.“*

Animátor E: *„S danou společností spolupracuji již šestým rokem, a to skoro každou sezónu letní i zimní.“*

Otázka č. 2: Jaký byl Váš první dojem ze skutečnosti, že budete sdílet prostory miniklubu a část programu s animátorem /ry jiného subjektu (společnosti)?

Animátor A: *„Má první zkušenost s animátorem z cestovní kanceláře byla v jiném hotelu. Byla to slečna, která byla velice pozitivní a přátelská. Takže jsme ji ihned přijali nejenom jako spolupracovnici, dalšího člena týmu, ale stali se z nás i přátelé. Jediným problémem byla naše šéfanimátorka, která si na slečnu ztěžovala a dokonce po nás požadovala, abychom k ní nebyli tak vstřícní. Měla totiž lepší hodnocení od hostů než náš hotelový tým. Po této zkušenosti jsem již byla zvyklá se přizpůsobit a pracovat s nimi. Také celý tým byl velice překvapen, jak jsme schopni spolupracovat. První dojem byl velice příjemný, i když se poprvé jedná jen o dojem osobnosti jako celku.“*

Animátor B: *„Nikdy předtím jsem toto nezažila. Bylo nám pouze oznámeno, že přijede animátorka, která tu bude s námi v miniklubu a bude se hlavně starat o české děti. Můj osobní pocit z toho byl neutrální. Vždy záleží na člověku. Nechtěla jsem si hned vytvářet nějaké závěry, než toho člověka poznáme, seznámíme se s ním.“*

Animátor C: *„Můj první dojem byl takový, že je to starost navíc, protože se jedná o potíže s domluvou s ostatními lidmi a dělení se o materiál. V ostatních situacích mi tato skutečnost problém nedělá.“*

Animátor D: *„V předešlých destinacích, kde jsem pracovala, jsem byla zvyklá miniklub sdílet s jiným nebo hotelovým klubem. Vždy jsme ale měli dostatek prostoru na svůj vlastní program a nemuseli jsme se ostatními až tak zabývat. Když jsem jela do tohoto hotelu, stejně tak jako vždy jsem si říkala, že se budu snažit, aby vše probíhalo, tak jak*

má, a že se vynasnažím pro děti a rodiče připravit zajímavý program. Bylo mi jasné, že ale budeme muset dělat pár kompromisů, proto jsem doufala, že se setkám s fajn týmem.“

Animátor E: „Můj dojem z úplně první zkušenosti byl negativní, protože se musím dělit o hrací prostory, úložné prostory, vybavení miniklubu s někým jiným. Když máte svých třicet dětí, máte přehled a netrápíte se odpovědností za dalších dvacet hotelových, kterým odešla třeba animátorka na záchod. Díky tomu, že konkrétně u tohoto hotelu byly prostory obrovské a bylo zde spousta možností, variací programu apod., obavy se hned po prvních dnech animace vytratily.“

Otázka č. 3: Jakým dojmem na Vás ze začátku animátor/ři působil/i?

Animátor A: „Můj první dojem byl dobrý. Slečna, která přijela, byla velice přátelská, profesionální a snažila se ptát na vše, co bylo ohledně programu třeba vědět. To jsme jako tým velice oceňovali, jelikož tato spolupráce je důležitá i před očima rodičů dětí, kteří přicházejí do miniklubu.“

Animátor B: „První rok přijela animátorka zrovna v čase, kdy jsme se chystali na show. Neměli jsme na ni čas. Až druhý den, když se s námi přišla pobavit a seznámit se s miniklubem, jsme si ji mohli takzvaně analyzovat. Pak už to bylo jako na horské dráze, opravdu jsme si s ní hodně sedli a to udělalo velikou část naší skvělé spolupráce. Druhá dorazila tento rok a také byla přátelská. Jen jsme si ji možná tak neoblíbili. Snaží se, ale přece jen to není tak velké pracovní nasazení jako u té z minulého roku.“

Animátor C: „Animátorky byly vstřícné a ochotné. Postupem času ale začaly vznikat malé neshody. Vždy jsme se je snažily řešit okamžitě.“

Animátor D: „Můj první dojem byl zrovna u tohoto týmu zpočátku zajímavý. Když jsem přijela, měli animátoři před show a pouze si mne prohlédli od hlavy až k patě, jelikož se museli připravovat. Tak se mi jen letmo představili. Druhý den jsem se s nimi ale už dala do řeči a byli moc příjemní. Musím říct, že jsme si opravdu sedli a to víc, než bychom čekali.“

Animátor E: „Animační tým mne vřele přivítal, díky pozitivním zkušenostem s naším klubem v posledních letech. Po osobní stránce jsem měla jisté výhrady, ale co se pracovní stránky týče, fungovalo vše bez sebemenších problémů.“

Otázka č. 4: Jaký máte názor na fungování těchto miniklubových programů souběžně?

Animátor A: „Pokud mohu, ráda bych tuto otázku zodpověděla na pár příkladech. Zezačátku bylo obtížné děti nalákat jen na naše hotelové aktivity nebo měla tento problém slečna animátorka. Když byly aktivity moc rozdílné, děti chtěly dělat například druhý program. Po nějakém čase jsme se jako tým i s touto animátorkou domluvili, že si nad programy promluvíme a budeme se snažit je upravit tak, aby nebyly moc rozdílné, a abychom byli schopni lépe kooperovat. I když má hotel jeden program a cestovní kancelář druhý, snažili jsme se dát tyto programy určitým způsobem dohromady a neoddělovat je tolik, protože i děti chtěly být někdy se svými cizími kamarády, a proto to bylo pro všechny strany lepší. Děti jsme měli na hromadné aktivity jako je například vyrábění dohromady. Tady není zapotřebí moc překládat. Děti dělají to, co ostatní, co se jim ukáže, že mají dělat. U soutěžení jsme děti rozdělili na týmy Čechů, Rakušanů, Němců atd., abychom dětem každý zvlášť přeložili pravidla a vše vysvětlili. Děti byly ze soutěžení nadšené. U menších aktivit, kde je třeba vysvětlovat, jsme si děti rozdělili dle jejich jazyka.“

Animátor B: „Rozhodně je lepší, když programy spojíme nebo když by přejala náš. Děti mají pak roztržitou pozornost a nejde jim to nijak vysvětlit, že tamta skupina má sice super zábavu, ale pouze v českém jazyce. Někdy nám to tak šlo udělat, ale když bylo méně dětí. Jinak by to bylo opravdu těžké, když máme sdílený prostor.“

Animátor C: „Pro hosty je toto dost matoucí. Jelikož zpočátku neví, který je jejich animátor. Pokud se dokáží vzájemně tolerovat a animátoři si udělají navzájem prostor pro své programy, tak to funguje. Tady bylo lepší program víceméně sdílet.“

Animátor D: „Přijela jsem dva dny před oficiálním začátkem sezóny, tak jsem se snažila dávat pozor, co, jak a kdo dělá. I na rozdělení rolí v týmu. To mi pomohlo k tomu, abych se zorientovala nejen v miniklubu. Prvních pár dní jsem měla jen dvě až čtyři děti. Ale už jsme si všichni začínali všimnout, že to takhle nemůže při velkém počtu dětí fungovat. Některé aktivity jsme tedy dělali hromadně a při některých jsme si děti rozdělili. Malování triček byl však trochu problém, ale jen zezačátku. Trička se totiž v hotelu také dají malovat, ale tuhle aktivitu mohou děti dělat v určený čas s jednou animátorkou v herně, z které vedou schody do miniklubu. Vyhradila jsem si jeden den v týdnu a v tu hodinu jsem tam byla s českými dětmi a malovaly jsme trička. Co šlo souběžně, jsme nechali, a to co nebylo možné tak nechat, jsme se snažili pozměnit.“

Animátor E: „Ačkoliv je to hlavně kvůli jazyku složité a na animátora to klade obrovské nároky, u dětí je odezva kladná a podle mého názoru to v dětech zanechává více pozitivního než negativního.“

Otázka č. 5: Máte nějakou špatnou zkušenost s animátorem cestovní kanceláře /hotelu? Jak jste obecně situaci řešili?

Animátor A: „S animátory této cestovní kanceláře jsem osobně nikdy neměla žádný vážný problém. Vždy se snaží, aby vše šlo, jak má a hosté byli spokojeni. Pokud se někdy problém vyskytl, ihned jsme jej řešili. Jednu sezónu jsem však byla v destinaci, kde jsem pracovala pro jiný hotel a tam bylo sedm miniklubů. A musím říct, že tehdy nastal problém. Měli jsme tam dva německé kluby od cestovních kanceláří a jeden hotelový, kde také mluvili německy. V té době jsem pracovala krátce pro jednu z těch cestovních kanceláří. Problém nastal tehdy, když naši šéfanimátoři nechtěli, abychom jakkoliv sdíleli programy. Ani soutěžení. Hosté byli opravdu rozčilení, protože si museli zvolit pouze jeden z nich. Chápali jsme, že když přijeli s jednou cestovní kanceláří, tak by neměli navštěvovat klub té druhé. Ale v některých momentech se dal program lehce spojit a byly by spokojeny obě strany.“

Animátor B: „Neřekla bych vyloženě špatnou zkušenost, ale jinou. Byli jsme od té minulé zvyklí na vysoký standard služeb a všeho, co se týkalo práce. Pomáhala nám ve svém volném čase. Tato slečna je také fajn, ale do práce se opravdu nežene. Řekli jsme to naší šéfanimátorce, ale ta nám řekla, že každý není stejný. Tak se s tím máme smířit a narovinu s ní řešit, s čím bychom chtěli pomoci apod.“

Animátor C: „Po delší době si mohou lidé začít lézt na nervy. Ale vždy to byly jen drobné neshody, které vykrystalizovaly.“

Animátor D: „Tady jsem žádný problém neměla, ba naopak se mi s nimi velice dobře spolupracovalo a ráda bych se sem zase vrátila. V jiných destinacích se mi takhle lehce nepracovalo, s takovou radostí. V některých to bylo opravdu těžký si porozumět s hotelovými šéfanimátory a zajistit si některé věci, co jsou potřeba na program a měl by je poskytnout hotel.“

Animátor E: „Negativním zkušenostem se snažím hned od začátku předejít a vše řešit domluvou. V každé destinaci se může stát, že osobnosti animátorů z různých týmů jsou natolik dominantní, že ani jeden se nehodlá podřídit, potom lze upravit program a snažit se předejít společnému působení v miniklubu.“

Otázka č. 6: Obecně zhodnoťte sezónu s těmito dvěma souběžnými programy - její průběh a spolupráci s druhým animačním týmem:

Animátor A: *„Po sloučení některých aktivit, jak jsem již popsala dříve, šlo vše úplně hladce. Děti byly velice spokojené a rodiče také. Kdybychom nechali programy, tak jak byly, nebyli bychom schopni takové skvělé spolupráce. Celá sezóna proběhla velice dobře. Velice milé náš celý animační tým překvapilo, když animátorce nepřišly žádné děti, že nám pomáhala s těmi, které přišly do našeho hotelového. Musím říci, že i toto bylo milým překvapením a utužilo to vztahy nejen po pracovní stránce.“*

Animátor B: *„No, minulý rok byl super. Opravdu bezchybná sezóna, úžasná spolupráce, žádné problémy, a když už byly, tak se ihned řešily. Tento rok bych hodnotila trochu méně pozitivně. Bylo to dobré, ale nemohu se zbavit toho, abych je neporovnávala. Tak se omlouvám za ne moc objektivní názor.“*

Animátor C: *„Spolupráce byla příjemnější mimo hlavní sezónu. V hlavní sezóně bylo vše dost chaotické a všichni jsme často přepracovaní. Pokud bylo třeba odběhnout, animátorka byla ochotná s dětmi v miniklubu počkat. Během sezóny se dalo inspirovat jinými nápady a aktivitami.“*

Animátor D: *„Sezóna byla velice povedená. Do miniklubu chodilo opravdu velké množství dětí. Zejména v době německých a rakouských jarních prázdnin. To byla vlna, která jak rychle začala, tak po cirká jeden a půl měsíce zase pominula. Byly to ale fofry. Po prvním týdnu jsme opravdu začali dělat hodně aktivit dohromady, protože si to i děti vyžadovali. Nebylo lehké jim vysvětlit, že máte něco jiného na programu. Pak už jsme byli opravdu sladěný tým. I když mi nikdo na program z českých dětí nepřišel, pomáhala jsem jim s ostatními. Celkově to byla velmi dobrá sezóna.“*

Animátor E: *„Konkrétně na Katschbergu byla spolupráce přínosná pro obě strany, animátoři si vycházeli navzájem vstřícně a díky přátelským osobním vztahům nedocházelo k problémům ani v práci. Výhodou bylo i sdílení materiálu, který byl v omezeném množství pro obě společnosti. Například nebylo zapotřebí používat několikery vodové barvy nebo lepidla, když se spotřebovaly jedny, našly se další.“*

Otázka č. 7: Řekněte mi tři 3 pozitiva a 3 negativa na společné fungování těchto dvou programů:

Animátor A:

Pozitiva:

- *„Díky našim skvělým vztahům jsme zlepšili hodnocení od hostů (co se týče hotelového programu).*
- *Zlepšení komunikace s dětmi a rodiči – učení se od sebe navzájem různým trikům a tipům, jak se dají situace řešit.*
- *Díky jinému programu jsme dostali nové nápady a témata na vyrábění a hry.“*

Negativa:

- *„Rozdílné materiály – například u malování triček jsme měli jiné a ne potištěné.*
- *V tomto případě se to nestalo, ale lepší hodnocení pouze jednoho týmu by mohlo vést k žárlení.*
- *U některých aktivit bylo těžké vymyslet, jak je sloučit, aby to bylo pro všechny přijatelné.“*

Animátor B:

Pozitiva:

- *„Nové zkušenosti ve spolupráci;*
- *poznání nových her a technik;*
- *další člen týmu jinak jazykově vybavený.“*

Negativa:

- *„Porovnávání materiálů a uniforem mezi týmem a dalším animátorem;*
- *pokud máme s animátorem nějaký problém, může se to odrazit na hodnocení hostů;*
- *porovnávání spolupráce mezi jednotlivými animátory.“*

Animátor C:

Pozitiva:

- *„Přátelská atmosféra mezi týmy;*
- *možnost vypůjčení materiálu od animátorky;*
- *možnost připojení se k jinému programu.“*

Negativa:

- *„Sdílení materiálu;*
- *omezení prostoru;*
- *jednání s rodiči dětí druhého klubu.“*

Animátor D:

Pozitiva:

- *„Sdílení materiálů;*
- *nová témata, inspirace;*
- *učení se novým řešením situací.“*

Negativa:

- *„Psychická náročnost při velkém množství dětí;*
- *rodiče některých dětí mohou být až nepříjemní, pokud nemluvíte jejich jazykem, jelikož vás berou jako součást týmu a ten daný jazyk ovládá;*
- *pokud si tým nesejde, je tu velká pravděpodobnost nemožnosti spolupráce.“*

Animátor E:

Pozitiva:

- *„Rozvoj jazykové vybavenosti dětí a jejich tolerance a pochopení sousedních národů;*
- *efektivnější zacházení s materiálem a jeho úspora;*
- *kreativnější přístup k animaci využitím toho nejlepšího z obou subjektů.“*

Negativa:

- *„Velká potřeba tolerance a vstřícnosti ze strany animátora k odlišným zvyklostem ostatních národů. Například, co považují za samozřejmé české děti, nepovažují za samozřejmé děti italské, německé, rakouské...;*
- *nepřehlednost při velkém počtu dětí;*
- *případná nedorozumění, která plynou z příchodů rodičů v čase, kdy je jediný český animátor například na toaletě a rodiče mají pocit, že jsou jejich děti bez dozoru, ačkoliv český animátor má jistotu, že je na děti dohlédnuto kolegy z ostatních klubů.“*

**Otázka č. 8: Myslíte si, že rodiče vždy preferují mateřský jazyk animace?
Kolika rodičům na tom záleží (odhadem, procentuálně)?**

Animátor A: „Řekla bych, že všem. Ale určitě to jsou Rusové – ti požadují jenom svůj jazyk pomalu na 98 %. Nechtějí se moc přizpůsobovat. Tím, že vesměs všichni mluvíme německy nebo jsme z Rakouska, nemáme s německy mluvícími národy žádný problém. Maďarům je to jedno, většina z nich rozumí anglicky a s dětmi do miniklubu přicházejí a zůstávají tam s nimi. Všichni se snažíme vždy naučit pár nejdůležitějších slov toho jazyka jako ahoj, jak se máš, hezké, pojd', jdi tam, levá, pravá nebo maminka přijde za půl hodiny. Toho si všichni rodiče cení a nemají tak velké obavy, že ho tam nechávají s člověkem, který by si nevěděl rady.“

Animátor B: „Hodně rodičů se nás ptá, zda umíme i anglicky, maďarsky, italsky, rusky. Když jim řekneme alespoň pár slov, většinou jsou spokojeni. U hodně malých dětí jsou buď rodiče extrémně vystresovaní, nebo je jim to jedno, že dítě nerozumí. Protože je třeba dítě zvyklé navštěvovat cizojazyčnou školku a rodiče nás žádají, abychom na ně mluvili tím druhým jazykem. Někdy to bylo vtipné, ale děti opravdu rozuměly. Pokud vás zajímají Češi, tak mimo sezónu, kdy tu není česky mluvící animátor, se ani na jazyk neptají. Jednoduše sem společně dají sourozence, kamarády a ti si v komunikaci vystačí. Vyrábění odpozorují, a pokud je hra nebaví, jsou společně v bludišti. Je opravdu zvláštní, jak se jejich chování přizpůsobí situaci.“

Animátor C: „Myslím si, že pro 80 % rodičů je mateřský jazyk rozhodující, ale pokud chtějí, aby jejich dítě plynule ovládalo i jiný jazyk, tak jinou řeč než rodnou uvítají. Rodičům se líbí, když do některých aktivit zařadíme pár slovíček třeba anglických, alespoň z toho děti mají radost a pamatují si některé. Děti jsou ale ohledně jazyka velmi flexibilní.“

Animátor D: „Od hotelových animátorů vím, že pokud jim někteří Češi do miniklubu přišli, moc jim na jazyce nezáleželo, anebo tam děti nenechali samotné. Ty starší si přicházejí a odcházejí, jak se jim zachce. Od klientů cestovní kanceláře ale vím, že pokud si už dovolenou u cestovní kanceláře zakoupí, tak těch služeb využívají. Alespoň částečně. Někdy si program připraví sami a nechávají pouze mladší děti na hlídání nebo na program. Odhadem je to půl na půl. Horší je to s Maďarskými hosty, kteří skoro žádný jazyk neovládají nebo mluví trochu anglicky, ale jenom rodiče. Když teď tak přemýšlím..ještě Italové mají docela rádi, když jsme schopni alespoň nějakého slovíčka. I když je pravda, že i tak děti na hlídání dávají a nikdo jim nerozumí.“

Animátor E: „Převážná většina rodičů preferuje animaci v mateřštině, a to je i důvod, proč do dovolené investují více peněz. Myslím, že procentuálně by to mohlo být 85 % mateřština, 15 % jiný jazyk.“

Otázka č. 9: Máte nějaké návrhy a doporučení na zlepšení spolupráce?

Animátor A: „Myslím si, že by bylo přínosem a ulehčením celé situace, kdyby proběhla nějaká domluva již předtím, než animátorka dorazí do hotelu. Pokud má daná cestovní kancelář informaci, že je miniklub společný, bylo by dobré, aby se vedení pobavilo o tom, zda je možný úplně jiný program nebo ne. Také by nebylo od věci, kdyby šéfanimátor domluvil jakousi seznamovací schůzku, abychom se lépe poznali.“

Animátor B: „Minulý rok byla animátorka zároveň delegátka ještě jednoho hotelu kromě našeho. Letos s námi byla tato celou sezónu pouze v miniklubu. Což bylo lepší. Nevím, proč to takto nešlo domluvit už minulý rok, bylo to trochu hektické a přitom mi přišlo, že za ní na schůzky nikdo moc nechodil. Spíše si popovídát než něco řešit. Proto bych pro další sezónu doporučovala nechat animátorku také jen jako animátorku.“

Animátor C: „V některých případech by animátoři cestovní kanceláře měli své problémy řešit sami s hotelovým vedením a nenechávat řešení na hotelových animátorech. Jako další připomínku bych řekla, že pokud má animátor volno a náš hotelový tým pracuje, bylo by dobré své klienty o tom dostatečně informovat.“

Animátor D: „Myslím si, že program byl dobře sklouben. I když byl začátek těžší, postupem času jsme byli schopni vyhodnotit, co je a není možné dělat společně a v jaký čas. Chtělo by to více promyslet pár detailů programu a materiálů. Jinak nemohu říci jedinou výtku. Možná by bylo dobré udělat i obědy s českými dětmi. V programu jsme měli pouze večeři. Lehké to není, ale děti by to uvítaly.“

Animátor E: „Důkladná školení animátorů na obou stranách, předeslání případných krizových situací, kterým je možno předejít. Důsledné vysvětlení, že animace je práce jako každá jiná – zodpovědná a není synonymem pouze dovolené zadarmo. Adekvátní sankce za případné nedodržení povinností animátora.“

BIBLIOGRAFICKÉ ÚDAJE

Jméno autora: Simona Doležánová

Obor: Management cestovního ruchu

Forma studia: denní

Název práce: Analýza animačních služeb se zaměřením na miniklubové programy

Rok: 2015

Počet stran textu bez příloh: 58

Celkový počet stran příloh: 13

Počet titulů českých použitých zdrojů: 13

Počet titulů zahraničních použitých zdrojů: 0

Počet internetových zdrojů: 8

Počet ostatních zdrojů: 2

Vedoucí práce: Ing. Dana Šrámková