

Univerzita Palackého v Olomouci
Fakulta tělesné kultury

ANIMAČNÍ SLUŽBY V NABÍDCE CESTOVNÍCH KANCELÁŘÍ A HOTELŮ
Diplomová práce
(magisterská)

Autor: Bc. Monika Vodičková,
Aplikované pohybové aktivity
Vedoucí práce: Ing. Eva Schwartzhoffová, Ph.D.
Olomouc 2019

Bibliografická identifikace

Jméno a příjmení autora: Bc. Monika Vodičková

Název diplomové práce: Animační služby v nabídce cestovních kanceláří a hotelů

Pracoviště: Katedra aplikovaných pohybových aktivit

Vedoucí diplomové práce: Ing. Eva Schwartzhoffová, Ph.D.

Rok obhajoby diplomové práce: 2019

Abstrakt: V této diplomové práci jsem zjišťovala pomocí ankety, zda je o animační služby ze strany veřejnosti zájem. Výsledky mi pomohly ke zpracování podnikatelského plánu na založení své vlastní firmy, která bude nabízet animační služby pro cestovní kanceláře a hotely.

Klíčová slova: animace, cestovní ruch, osoby se zdravotním postižením, podnik, podnikatel, podnikatelský plán, živnostenské podnikání.

Souhlasím s půjčováním diplomové práce v rámci knihovních služeb.

Bibliographical identification

Author's first and surname: Bc. Monika Vodičková

Title of the thesis: Animation services offered by travel agencies and hotels

Department: Department of Adapted physical activities

Supervisor: Ing. Eva Schwartzhoffová, Ph.D.

The year of presentation: 2019

Abstract: In this diploma thesis I investigated by public inquiry whether the public is interested in animation services. The results helped me to develop a business plan to set up my own company that will offer animation services for travel agencies and hotels.

Keywords: animation, business, businessman, business plan, people with disabilities, tourism, trade business.

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

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

V Olomouci dne 17. dubna 2019

.....
Bc. Monika Vodičková

Děkuji Ing. Evě Schwartzhoffové, Ph.D., za odborné vedení a cenné rady, které mi poskytla při zpracování písemné diplomové práce.

OBSAH

1	ÚVOD.....	8
2	PŘEHLED POZNATKŮ	9
2.1	Cestovní ruch.....	9
2.2	Animace	10
2.2.1	Cíle animace	12
2.2.2	Historie a vývoj animace	13
2.2.3	Animace a současnost	14
2.2.4	Animátor.....	14
2.2.5	Animační tým a jeho složení	16
2.2.6	Druhy animačních aktivit	17
2.2.7	Animace osob se zdravotním postižením.....	20
2.3	Osoby se zdravotním postižením	22
2.3.1	Tělesné postižení.....	22
2.3.2	Sluchové postižení	23
2.3.3	Zrakové postižení.....	24
2.3.4	Mentální postižení.....	25
2.3.5	Osoby s poruchou autistického spektra.....	25
2.4	Podnikatel a podnik	26
2.4.1	Podnikatel.....	26
2.4.2	Podnik.....	27
2.4.3	Živnostenské podnikání.....	27
2.5	Podnikatelský plán.....	28
2.5.1	Struktura podnikatelského plánu	29
2.5.2	SWOT analýza.....	30
3	CÍLE A ÚKOLY PRÁCE	31
3.1	Cíle práce	31

3.2	Úkoly práce	31
4	METODIKA.....	32
5	PRAKTICKÁ ČÁST	33
5.1	Výsledky ankety	33
5.2	Podnikatelský plán.....	43
5.2.1	Cíle firmy.....	43
5.2.2	Vize firmy.....	43
5.2.3	Představení firmy	43
5.2.4	Popis služby	44
5.2.5	Segment zákazníků	44
5.2.6	Organizačně-právní forma podnikání	45
5.2.7	Analýza konkurence.....	45
5.2.8	Kvalifikace zakladatelky	46
5.2.9	Lidské zdroje	47
5.2.10	Organizačně-logistické zajištění firmy	49
5.2.11	Finanční plán.....	51
5.2.12	Zakladatelský rozpočet firmy	51
5.2.13	Marketing.....	54
5.2.14	SWOT analýza firmy.....	55
6	DISKUZE VÝSLEDKŮ	58
7	ZÁVĚR	60
8	SOUHRN	61
9	SUMMARY	62
	REFERENČNÍ SEZNAM	63
	PŘÍLOHY	66

1 ÚVOD

Lidé se čím dál více zajímají o svůj zdravý životní styl a do popředí se dostává nejen zdravější strava a dostatečný pohyb, ale i aktivní využívání volného času. Této skutečnosti využil cestovní ruch, který se na trhu neustále rozvíjí a to zejména díky novým službám. Nejúspěšnějším krokem k vytvoření širší nabídky služeb v tomto odvětví, bylo zavedení animace. Tato služba se snaží zprostředkovat silné zážitky ze zájmové činnosti a dobrou náladu prostřednictvím komunikativních a zážitkových aktivit. Což vede účastníky k tomu, aby se příště opět vrátily zpět na stejné místo, nebo znovu využily služeb daného subjektu.

První část diplomové práce je věnovaná problematice cestovního ruchu, animací, osobám se zdravotním postižením, podnikateli, podniku a podnikatelskému plánu. Praktická část představuje zjištění zájmu o animační služby ze strany široké veřejnosti, a to pomocí vlastně vytvořené ankety. Cílem je zjistit zda je o animační služby zájem, za jakých podmínek je lidé využívají a jestli se účastní aktivit i osoby se specifickými potřebami. Nesmí se totiž zapomínat na to, že i lidé s postižením chtějí žít plnohodnotný život a možnost využívat služeb cestovního ruchu, jako je animační služba, by měla být samozřejmou součástí nabídky cestovních kanceláří a hotelů. Ze zkušeností vím, že osoby s handicapem do animačních programů zapojování spíše nejsou, a to hlavně kvůli nepřipravenosti animátorů.

Mým hlavním motivem bylo zpracování podnikatelského projektu na založení firmy, v tomto případě animační služby, která bude nabízet bohaté animační programy pro cestovní kanceláře a hotely. Animátoři budou speciálně proškolení a připraveni upravit aktivity tak, aby se jich mohly zúčastnit i osoby s různým postižením. Výsledky z ankety mi poslouží jako marketingový průzkum trhu pro daný podnikatelský záměr. K tomu mi také dopomůžou zkušenosti z mé sedmileté animační praxe v zahraničí a studium oboru Aplikované pohybové aktivity na Fakultě tělesné kultury Univerzity Palackého v Olomouci. V budoucnu si hodlám založit vlastní firmu, která bude animaci nabízet. Touto prací si chci tedy ověřit, zda je o tuto službu zájem a v jakých oblastech je potřeba nabídku animačních služeb vylepšit.

2 PŘEHLED POZNATKŮ

2.1 Cestovní ruch

Světová organizace cestovního ruchu (UN World Tourism Organization, UNWTO) popsala cestovní ruch jako:

„Cestovní ruch představuje činnost lidí, spočívající v cestování a pobytu mimo místo jejich obvyklého pobytu po dobu kratší jednoho roku za účelem využití volného času, obchodu a jinými účely.“ (Čech, 1998, 14).

Cestovní ruch je fenoménem světového hospodářství posledních desetiletí a má veliký vliv na tvorbu HDP, zaměstnanost, vytváření devizových rezerv státu, záchranu kulturních historických památek a zvyšuje i všeobecnou vzdělanostní úroveň obyvatelstva (Fišerová, 2008).

Indrová (2009) vystihuje cestovní ruch jako složitý sociálně ekonomický jev, kdy uplatňujeme různá hlediska jeho zkoumání, a to:

- a) ekonomické - procesy nutné k zajištění účasti lidí na cestovním ruchu a účinek cestovního ruchu ve státní a mezinárodní ekonomice;
- b) ekologické - hodnocení možnosti území pro cestovní ruch, vztah cestovního ruchu a životního prostředí;
- c) geografické - vztah mezi místy bydliště a místy cestovního ruchu;
- d) sociologické a psychologické - vztah k člověku a jeho potřebám, vztahy mezi místním obyvatelstvem a účastníky cestovního ruchu.

Mezi klasifikační aspekty můžeme zahrnout například převažující motivaci účasti na cestovním ruchu, místo realizace či délku pobytu. Podnětem účastníků cestovního ruchu bývá hlavně kulturní poznání, rekreace, vzdělání, navazování vztahů a kontaktů či poznání přírody (Indrová, 2009). S vývojem společnosti se trendy pořád mění a účastníci bývají motivováni konkrétnějšími druhy, například cestovním ruchem dobrodružným, kulinářským či zdravotním.

Cestovní ruch je podstatný společensko-ekonomický jev jak z pohledu jednotlivce, tak i společnosti a každoročně představuje největší pohyb lidské populace nejen se záměrem rekreace, ale i poznávání. Kotíková (2013) ve své knize Nové trendy v nabídce cestovního ruchu uvádí, že o cestovním ruchu mluvíme tehdy, stává-li se cestování jevem masovým a je propojeno s poskytováním služeb, jež jsou pro cestovní ruch specifické (např. doprava,

ubytování, stravování aj.) a které jsou zabezpečeny specializovanými organizacemi. Jiným způsobem charakterizují cestovní ruch Drobná s Morávkovou (2010), a to jako oblast spotřeby, ve které jde především o uspokojování lidských potřeb, které v rámci cestovního ruchu tvoří zejména potřebu poznávání, odpočinku, lázeňské péče, kontaktu s lidmi, neobvyklých zážitků, návštěvy známých a příbuzných nebo potřebu kulturního a sportovního vyžití. K uspokojení přání a potřeb účastníka na cestovním ruchu je nezbytné, aby se vytvořila rozsáhlá řada profesí a profesionálních subjektů. Proto vznikly cestovní kanceláře, agentury, ubytovací zařízení (hotely, kempy, horské chaty), informační střediska a kanceláře, stravovací a zábavná zařízení či dopravní sítě (letecká, železniční a autobusová).

V dnešní době jsou podle Kirařové (2013) již účastníci cestovního ruchu zkušení cestovatelé a přeměny v chování jsou hnací silou rozvoje cestovního ruchu. Změny životního stylu aktérů cestovního ruchu tvoří poptávku po cílenější a individualizované nabídce. Služby cestovního ruchu se dělí podle významu na hlavní (ubytování, stravování, doprava) a vedlejší (animace), které jsou spojené s určitým využíváním destinace, jejichž kvalita ovlivňuje efekt a tím i spokojenost. Přítomným trendem je využívání forem zážitkového cestovního ruchu a vytváření jedinečných konceptů se zaměřením na pohybové aktivity v kombinaci se zábavou (Fišerová, 2008).

2.2 Animace

Pojmenování animace je převzato z románských jazyků a do češtiny se dostalo patrně z francouzštiny (animation) nebo z italštiny (animazione). Sloveso animovat vychází z latinského výrazu anima neboli oduševňovat, tzn. dávat duši, přičemž slovo duše se zde chápe jako ekvivalent slova život (Handlířová, Masák, Spalková, Syrovátková, & Šlechta, 2015). Oriška (1999) popisuje pojem animace podobně „Animaci je možno definovat i jako stimulování těla, myslí a účasti na společenských akcích. Sekundární je animace tiskem.“

Jaffari (2000) rozumí animaci jako péči o návštěvníky nebo turisty s cílem podpořit jejich chování a následně vyvolat jejich zájem o určitou aktivitu v cestovním ruchu a za účelem posílit specifické zkušenosti. Zelenka a Pásková (2012) chápou animaci jako stimulaci zábavy a organizaci účastníků zájezdu, návštěvníků či průvodcovské prohlídky, klientů hotelu nebo cestujících. Přitom se tento fenomén označovaný dnes slovem „animace“ objevuje v lidské společnosti již od pradávna. Odjakživa totiž existovaly aktivity, při nichž působili lidé jako animátoři, jejichž posláním bylo usnadňovat komunikaci a participaci na společenských

a kulturních akcích (Handlířová et al., 2015). Animace se chápe také jako nedirektivní pedagogická činnost a rozlišují se dva typy animace: přímá a nepřímá. Za přímou animaci se pokládá osobní animace, kde je podstatným činitelem sám animátor. Jako nepřímá animace se označují podněty a stimulační pomoci ukázky z představení, plakátů a jiných médií (Křižanová, 2005). Porozumění pojmu animace pro slovenské podmínky si přizpůsobil i Baranyai (2000), který definuje animaci jako „proces, který podporuje a podněcuje přemýšlení, rozhodování a společnou činnost skupiny, s cílem proměnit realitu“.

Ulbrich (2012) dospěl k názoru, že:

V poslední době se s animačními programy a animací, jako doplňkovou službou, setkáváme i v nabídkách cestovních kanceláří, hotelů a hotelových komplexů. Animace v cestovním ruchu znamená oživení, rozveselování, zábava hostů, o kterou se stará a zabezpečuje ji animátor, anebo početnější tým animátorů. Aby návštěvník v cestovním ruchu získal komplexní zážitek z účasti na cestovním ruchu, kromě základních služeb cestovního ruchu (doprava, ubytování, stravování) je nutné poskytovat také doplňkové služby trávení volného času (rekreační, sportovní, společenské, zábavní apod.) Právě doplňkovými službami využití volného času se zabývá animace (15).



Obrázek 1. Účinky animace (Ulbrich, 2012, 18).

2.2.1 Cíle animace

Cílem animace je zprostředkovat silné zážitky ze zájmové činnosti a dobrou náladu prostřednictvím komunikativních a zážitkových aktivit, případně k navázání nových vztahů na dovolené. Podle německé firmy Animation consult (Institut pro animaci a rozvoj komunikace v Německu), je animace v cestovním ruchu servis s centrálními službami, jejichž cílem je spokojený host (Fišerová, 2008). Oriška (1999) popisuje animaci podobně, jako uspokojování nároků, povzbuzení vlastní aktivity, zintenzivnění komunikace, navazování kontaktů, zábavu, příjemný zážitek a možnost využití nabytých zkušeností. Uspokojuje i vyšší potřeby účastníků zájezdu, vytváří neobyčejné zážitky a motivuje hosty k aktivnímu odpočinku. Prací animátorů je navodit přátelskou a příjemnou atmosféru, která zlepší jak komunikaci, tak celý zážitek z dovolené. Úkolem je odstranit nudu a to pohybovou aktivitou nebo tvořivými činnostmi, poznáváním, vzděláváním a vytvářením podmínek pro navazování společenských kontaktů (Oriška, 1999).

Animace	– oživení
Animovat	– rozveselovat – bavit – povzbuzovat
Animovaný	– čilý – živý – veselý – bujarý
Animace odstraňuje	– samotu – nejistotu – pasivitu

Obrázek 2. Úkoly animace (Ulbrich, 2012, 16).

2.2.2 Historie a vývoj animace

Počátky animace sledujeme v zemích západní Evropy a to v 50. letech 20. století. Vzniklý fond volného času podnítil rozvoj cestovního ruchu a související animační služby. První známky animace vznikly ve francouzských rodinných turisticko-prázdninových usedlostech a turistických klubech. Zde ještě nemluvíme o pojmu animace, ale o klubovém cestovním ruchu, který nabízí produkt v jedné ceně, a to ubytování, stravování a širokou nabídku doplňkových služeb (animačních nebo volnočasových aktivit) all inclusive (Oriška, 1999). Tento klubový cestovní ruch vzniká v roce 1950 založením stanového tábora Club Méditerranée sportovním idolem Belgičanem Geraldem Blizem na pláži Alcudia na Mallorce. Z dvaceti lidí sestavil svůj tým a už první den přivítalo více než 300 klientů a celkový počet za celé léto dosáhl 2300 klientů. Bliz usiloval o vytváření místa pro navazování kontaktů a mezilidských vztahů, které se již z uspěchaného života velkoměst vytrácely (Clubmed, 2015).

O čtyři roky později na tento projekt navázal Gilbert Trigano a vybudoval chatové osady v Řecku a to v polynéském stylu. Později byla v Evropě vybudována další zařízení, ale dodnes je Club MED (Club Méditerranée) stále největším organizátorem klubového cestovního ruchu ve světě (Clubmed, 2015).

V 70. letech 20. století přichází druhý největší pořadatel tohoto typu cestovního ruchu, a to německý klub Robinson. Postupem času začaly vznikat i nové kluby v dalších zemích, např. kluby Neckerman, Valtur, klub Aldiana, Calimera, Jamboree, Azor a také klubové lodě. Klubový cestovní ruch je tedy nejen v klubových hotelech, ale také v klubových střediscích nebo na zmiňovaných lodích. Kluby se především nachází u moře nebo na horách v lákavých střediscích. S rozmachem klubů se rozvíjela i animace a celková práce animátora. V České republice zaznamenáváme počátky animace v 70. - 80. let 20. století. Animace byla součástí odborových rekreací ROH, rekreací dětí a mládeže a lázeňských léčebných pobytů. Služby animace prováděli kulturní či sportovní referenti, kteří mají v České republice tradici a některé lázně je využívají dodnes. Záměrem byla aktivní regenerace fyzických i duševních sil členů odboru a jejich rodinných příslušníků. Nabízeli se sportovní, kulturně-výchovné a zábavní programy. V dnešní době jsou tyto služby poskytovány jen částečně a to v hotelech nebo akvaparcích (Ulbrich, 2012).

2.2.3 Animace a současnost

Camarda a Badau (2010) ve svém výzkumu dokazují, že zábavný program dovolené navyšuje kapacitu účastníků zájezdu. Hlavním zájmem organizátorů cestovního ruchu je zjistit aktivitu klientů podle motivace, očekávání, která se stále mění podle věku, vzdělání nebo charakteru osobnosti. Obecně platí, že dobrá organizace zábavy spolu s atraktivním obsahem představuje způsob, jak přilákat turisty. V dnešní době se v turismu rozjíždí další nový trend nazývaný soft animace. Zakládá si více na komunikaci, regeneraci a dobrovolné účasti klienta na animačním programu. Zábavný program je skromnější a personální zajištění menší. Hlavně jde o pravidelnou, nenucenou a přirozenou komunikaci animátorů s návštěvníky v jejich volném čase. Zároveň je čím dál větší zájem o klasickou klubovou animaci, jejíž programy poskytují pestrou nabídku celodenních sportovních a kulturních aktivit. Animační týmy jsou čím dál početnější a současně jsou na ně kladeny značně vyšší nároky (Ulbrich, 2012). Animační týmy, s kterými se čeští turisté setkávají, jsou většinou mezinárodní a mluví převážně v angličtině, ale vždy se najde v týmu někdo, kdo mluví dalšími mezinárodními jazyky (např. němčina, španělština, ruština). Na dovolenou ale jezdí i Češi, kteří stále neovládají jiný jazyk než ten svůj český. Proto je tu možnost využít služby cestovních kanceláří, které poskytují česky mluvící animátory.

2.2.4 Animátor

Animátor je v podstatě pracovník cestovní kanceláře, rekreačního střediska nebo pracuje samostatně. Zabezpečuje celodenní zábavný program a pečuje o hosty. Animátor musí mít minimálně 18 let. Měl by disponovat dobrým zdravotním stavem, mít středoškolské vzdělání, vítané je vysokoškolské odborné nebo univerzitní vzdělání a nejlépe i praktické zkušenosti. Z tradičních povolání jsou nejvhodnější učitelé tělocviku, tance, herectví, z uměleckých povolání potom moderátor, zpěvák a mnohé další (Handlířová et al., 2015). Animátoři se často specializují podle povolání, které vykonávají, např. na jednotlivé druhy sportu, tanec, hudbu, výtvarné umění, péči o děti atd. Zelenka a Pásková (2012) popisují animátora jako osobu, která je odpovědná za plánování a organizování sociálních, sportovních, kulturních a dalších aktivit volného času. Dále za stimulaci cestujících zúčastnit se těchto aktivit a to v hotelu nebo turistické destinaci. Hlavním úkolem animátora je zpříjemnit a obohatit dovolenou návštěvníkům prostřednictvím animace. Fišerová (2008)

pokládá za nejdůležitější, aby animátor disponoval schopností kontaktu a komunikace, kvalifikačním vzděláním, schopností plánovat a organizovat a byl všeobecně vzdělaný. Důraz také klade na dobrý vzhled, disciplínu, empatii, formu vystupování, znalost cizích jazyků, znalost dané lokality, životní zkušenosti a mnohé další. Důležité jsou také vlastnosti animátora. Animátor by měl být přátelský, sympatický, plný fantazie, poctivý, spolehlivý, čistotný, diskrétní a mít příjemný hlas (Orieška, 1999). Také Cerovic (1999) se přiklání ke stejnému názoru a zdůrazňuje další řadu důležitých rysů, které by každý správný animátor měl mít. Mezi tyto rysy patří např. optimální věk života (relativně mladý a zkušený), schopnost se rychle a správně rozhodovat, mít zájem a angažovat se, být poctivý, autoritativní, kreativní, pozorný, tvůrčí, pozitivní, inteligentní, mít dobré psychické a fyzické zdraví, jednat sebejistě, vystupovat profesionálně a mít touhu dosáhnout úspěchu. Jakovlev, Koteski & Bardarova (2013) se domnívají, že úplně nejdůležitější je schopnost komunikace a navazování kontaktů s návštěvníky. Umění komunikace je podle nich důležité především kvůli stálému kontaktu s návštěvníky. Animátoři musí věnovat velkou pozornost slovnímu výrazu a respektovat odlišné kultury a oblasti, ze kterých návštěvníci přicházejí.

Na pozici animátora je možné se připravit speciálními vzdělávacími kurzy nebo školením animátorů. Například agentura Pro-Staff nabízí školení animátorů v Praze za poplatek 990 Kč. Tento animátorský kurz je praktickou přípravou pro výběrové castingy na pozice animátorů do zahraničí. Součástí školení je casting na pozice animátorů v Čechách a na Slovensku. Účastníci školení získají praktické rady a zaškolení od zkušeného šéf animátora, certifikát Agentury Pro-Staff o absolvování školení a knihu Animátor volného času. Účast na školení je prvním předpokladem na získání práce animátora v ČR nebo v zahraničí a je výhodou při obsazování pracovních pozic.

V dnešní době je v České republice dokonce možné si zvolit animaci i jako studijní obor. Vybrat lze středoškolské vzdělání s maturitou v oboru Cestovní ruch - animátor na Akademii hotelnictví a cestovního ruchu v Plzni. Nebo vysokoškolské vzdělání v rámci bakalářského studia, obor Animátor sportovních aktivit na Masarykově univerzitě v Brně. Vhodné jsou i učitelské obory, a to zejména tělesná, výtvarná nebo dramatická výchova. Vzdělání pro animátory je nepochybně výhodou, ale není podmínkou. Podniky si totiž často podmínky určují sami a většina organizují před začátkem sezóny vlastní školení.

2.2.5 Animační tým a jeho složení

Animační tým se skládá z menší nebo větší skupiny animátorů, kteří spolupracují v jednom zařízení, každý má určitou úlohu a navzájem se doplňují, pomáhají a odpovídají za celkový chod animačního programu. Velikost animačního týmu se může lišit dle velikosti ubytovacího zařízení. Větší turistická střediska mají více animátorů než menší hotely. Nejde vždy pouze o velikost a kapacitu areálu, ale záleží také na sportovním vybavení ubytovacího zařízení (Fišerová, 2008). Animátory rozlišujeme podle hlavních funkcí a aktivit, které zastávají. V literatuře jsou uvedeny tyto hlavní funkce: šéf animátor, sportovní animátor, animátor bavič, choreograf, dětský animátor, animátor intelektuál, animátor psycholog a hostess. Cestovní kanceláře v České republice nabízejí spíše jen sportovní a dětské animátory, ale u hotelových animačních týmů můžeme vidět složení ještě pestřejší (Fišerová, 2008).

Hlavní postavení má **šéf animátor**, který odpovídá za tvorbu a plnění animačního programu. Zadává členům ze svého týmu úkoly, hlídá jejich plnění a motivuje je. Šéf animátor musí mít především dobré organizační a vedoucí schopnosti, být kreativní, mít bujnou fantazii a zajímat se o nejnovější trendy v animaci (Černák, 2009).

Následujícím velice důležitým a značně oblíbeným členem animačního týmu je **sportovní animátor**, který plní roli instruktora. Zodpovídá za realizaci a organizaci sportovních aktivit. Sportovní animátor musí být profesionálem a musí vědět, na kolik může zatížit začátečníka, seniora nebo člověka s fyzickými problémy. Zběhlost pravidel, technik nebo metodiky by měla být samozřejmostí, stejně tak schopnost být spravedlivým rozhodčím nebo poskytnout první pomoc. Velice podstatný je i jeho správný přístup k činnostem v práci. Nesmí se předvádět a dokazovat celému okolí svoji fyzickou zdatnost, ale naopak se snažit vytvářet přívětivé prostředí a pocit sounáležitosti pro všechny účastníky. Vhodné je občas úmyslně a nenápadně prohrávat a mít stále na paměti, že animační programy jsou vytvářeny pro hosty, nikoliv pro animátory (Fišerová, 2008).

Dětský animátor je nejvíce vyhledávaným. Úkolem dětského animátora je uspokojovat potřeby dětí, a to nebývá vždy úplně snadné. Zejména, když je věkové složení dětské skupinky hodně různorodé. V případě, že skupinka zahrnuje více menších dětí, je potřeba více pozornosti. Nejdůležitější vlastností dětského animátora je spolehlivost, zodpovědnost a opatrnost. A to proto aby mu rodiče mohli v klidu svěřit své dítě. Tito animátoři musí být kreativní, zruční, musí znát dětské hry a být schopni organizovat pro děti soutěže a různé další aktivity. K tomu všemu je musí ještě k těmto aktivitám dobře motivovat (Fišerová, 2008).

Choreograf má na starosti taneční nebo herecké představení animačního týmu. Musí mít s vytvářením choreografie pro představení značné zkušenosti a je jednoznačně nejlepším tanečníkem v animačním týmu. Proto ve večerních programech častokrát ztvárňuje hlavní postavu. Často spolupracuje v této kreativní části s šéf-animátorem. Jeho hlavní úlohou je vymyslet taneční nebo divadelní choreografii a naučit to své kolegy v animačním týmu. Vše musí perfektně secvičit a neustále s nimi danou choreografií opakovat. Na začátku sezóny má animační tým práce nejvíce. Musí kromě běžného animačního programu zvládnout ještě nacvičování na show a představení. V průběhu sezóny se konají generální zkoušky pro osvěžení paměti (Fišerová, 2008).

2.2.6 Druhy animačních aktivit

Podle zájmu o animační činnosti rozlišujeme aktivity na aktivní a pasivní.

Aktivní jsou určeny klientům, kteří mají rádi pohyb, soutěže a sport. Při jejich přípravě je důležité vybrat takové aktivity, které budou určeny buď pro začátečníky, pokročilé, děti nebo rodiče.

Pasivní aktivity zahrnují takové, které nevyžadují výborný tělesný stav účastníků. Zúčastnit se můžou všechny věkové kategorie, tělesně nebo zdravotně postižení, a to buď v interiéru, nebo v exteriéru (Handlířová et al., 2015).

„Cílem animačních aktivit je poskytnout lidem o dovolené co nejkomplexnější zážitek, který je v budoucnu bude lákat k opětovné návštěvě místa, která splnila jejich očekávání a požadavky.“ (Ulbrich, 2012).

Černák (2011) a Ulbrich (2012) nabízejí členění těchto animačních aktivit:

a) Pohybové a sportovní aktivity

Zde je podstatným požadavkem na osobu animátora sportovní kvalifikace. Základními rysy pro pohybové činnosti jsou radost z pohybu (tělesný zážitek), radost ze hry (duševní zážitek), kontakt s ostatními (společenský zážitek), změna a zážitek z úspěchu. Pohybem, hrami a sportem je možné dosáhnout odreagování od každodenního života, rutiny či stresu. Kolektivní sportovní činnosti, mají velice pozitivní vliv na lidskou psychiku a rozvíjejí komunikační schopnosti, usnadňují navazování nových kontaktů a spontánní způsobem umožňují vzájemné sblížení. K realizaci pohybových a sportovních aktivit je potřeba

perfektní materiální zabezpečení a dostatek vhodných a kvalitních pomůcek. Mezi nejčastější pohybové a sportovní aktivity realizované v rámci animace jsou: (a) míčové hry (fotbal, volejbal, vodní pólo), (b) pálkovací hry (tenis, stolní tenis, badminton, baseball, kriket), (c) gymnastická a posilovací cvičení (fitness, aerobik, pilates, bosu), (d) vytrvalostní sporty (turistika, cykloturistika, běh, kolečkové brusle, koloběžky), (e) zimní sporty (sjezdové a běžecké lyžování, snowboarding), (f) technické sporty (střelba, lukostřelba, potápění, šnorchlování), (g) aktivity ve vodě (plavání, aerobik, vodní pólo, nafukovací matrace, skoky do vody, hry, surfování).

b) Společenské a zábavní aktivity

Účelem společenských a zábavních aktivit je vzájemná komunikace a kontakt s lidmi. Tato forma zábavné činnosti vyžaduje dobrovolnou aktivní účast a spolupráci účastníků. Základními znaky pro společenské a zábavní činnosti jsou: styk a komunikace s lidmi, činnosti soudržnosti, aktivní nebo pasivní participace účastníka animace. Společenské a zábavní činnosti se dělí také na činnosti podle prostorových podmínek: v interiéru (taneční vystoupení, kvízový večer, diskotéka, módní přehlídka, hudební vystoupení, společenské hry), v exteriéru (táborák, slavnost na pláži, plavba na lodi). Prostřednictvím společenských a zábavních aktivit může účastník cestovního ruchu v animačním programu zažít pocity úspěchu, uznání, být v kontaktu, radovat se a těšit.

c) Tvořivé aktivity

Tvořivé a kreativní činnosti vyžadují od animátorů perfektní připravenost a znalosti. Umožňují klientům seberealizaci a zvyšují i sebevědomí. Tyto činnosti jsou ovšem nákladnější a vyžadují potřebné materiální zabezpečení. Můžeme je rozdělit na: činnosti volné tvořivosti (kreslení, koláže, malování), rukodělné práce (grafické techniky, hrnčířství, smaltování, pletení), činnosti s využitím technických přístrojů (fotografování a filmování), činnosti písemného projevu, herecké činnosti (pantomima a stínohra).

d) Vzdělávací a poznávací aktivity

Vzdělávací, poznávací a objevné činnosti provozujeme jak s aktivním, tak i pasivním přístupem zúčastněných na animaci. Klienti jsou na dovolené většinou otevření novým věcem, zvědaví a chtějí poznat či vyzkoušet něco nového nebo neznámého. Tyto činnosti můžeme uskutečňovat v interiéru pasivně (divadelní představení, přednášky, promítání, tematické večery, koncerty) anebo aktivně (kurzy, kvízy a diskuze). Exteriér nabízí účastníkům různorodé prohlídky pamětihodností a zajímavých míst v okolí. Nesmí se opomenout ani významná pozice, kterou zaujímají ochutnávky místní gastronomie a s ní spojené rituály.

e) Dobrodružné aktivity

Pro tuto činnost je typické, že se jedná o neobyčejné a nové činnosti, které mohou být pro hosta náročné a očekává v nich určité napětí a nebezpečí. Jedná se zejména o aktivity spjaté s přírodou, náročnější úkoly spojené s fyzickou zátěží, které nelze provozovat v libovolném hotelu, a jsou určeny pouze pro určitou skupinu animovaných. Jako příklad lze jmenovat let rogačem, plavbu na raftu, slaňování, noční výlety nebo stravování a přenocování v přírodě a jiné.

f) Aktivity pro děti a mládež

V cestovních kancelářích jsou velice oblíbené nabídky dětských klubů s nabídkou animačních služeb a animačního programu. Rodiče dovedou dítě do dětského klubu a zatím co si tam děti hrají, rodiče mohou nerušeně odpočívat. Zde se o zábavu stará dětský animátor. Podle Fišerové (2008) se tento typ animace dělí na 2 skupiny (a) Mini club a (b) Junior club.

Mini club patří dětem ve věku 4-10 let a pro tuto skupinu je důležité vymezit prostor, kde se děti scházejí, poznávají a hrají si kreativním způsobem (kresba, práce s prstovými barvami, modelování, razítkování, hraní divadla, karneval). Nechybí zde ani dynamická činnost, která je zaměřena na pohybové hry se sportovními prvky.

Junior club navštěvují děti od 10-16 let a aktivity se zaměřují zejména na sport a animace odpovídá přesně svým tematickým zaměřením her dané věkové skupině. V dětské

animaci je velice důležité mít na paměti, že jedno spokojené a šťastné dítě bude mít aplaus dvou rodičů.

2.2.7 Animace osob se zdravotním postižením

Pro tuto práci je vhodné si nejdříve vysvětlit, kdo jsou osoby se zdravotním postižením. Osoby se zdravotním postižením bývají označovány také jako osoby se specifickými potřebami, speciálně vzdělávacími potřebami nebo jako osoby s jinakostí. Pojmenování jinakost označuje určitý fenomén (v tomto případě osobu), který se odlišuje od běžně přijímané a známé normy. Příkladem můžou být normy komunikace, chování nebo pohybových kompetencí (Kudláček & Ješina, 2013). Pro pochopení názvů, které běžně používáme pro osoby se zdravotním postižením, patří podle Kudláčka a Ješiny (2013, 6) tyto pojmy:

- „Porucha: je problém tělesných funkcí nebo struktur, jako je signifikantní odchylka nebo ztráta.
- Postižení: je určitá odchylka ve zdravotním stavu osoby, která jej omezuje v určité činnosti (pohyb, kvalita života, uplatnění ve společnosti).
- Disabilita: je takový problém dané osoby, který je způsobený přímou chorobou, traumatem nebo jinými zdravotními problémy, které vyžadují lékařskou péči, zajištěnou léčením jedince prostřednictvím odborníků.
- Handicap: sociální znevýhodnění jedince v důsledku jeho postižení (tělesného, smyslového apod.)“

Setkání s jinakostí vyvolá u většiny osob různě silné emoce. Tyto emoce popisuje Kudláček (2013) jako: (a) strach a obavy z vlastní interakce a jednání se zdravotně postiženým (např. Zvládnou to? Co mu řeknu? Co udělám? Nedotkne se ho to?); (b) strach a obavy o vlastní selhání (např. Zvládnou daný úkol/situaci? Co když mu ublížím? Neublížím ostatním?); (c) nepřiměřený obdiv, tzv. „Superman effect“ (Ty jo ta musí být dobrá! To bych nedal!). Silnější emoce vyvolávají většinou těžší nebo kombinovaná postižení (Kudláček, 2013). Většinou jsou tyto emoce a pocity dány nedostatečnou vlastní zkušeností s danou populací. Se zdravotně postiženými se přitom setkáváme čím dál častěji, nebojí se již opouštět své domovy a vycházet ven, kde se jim čím dál více nabízí svět a jeho možnosti. Mezi tyto možnosti patří i cestovní kanceláře, které nabízí těmto osobám možnost cestovat do

zahraniční a využívat jejich služeb. Osoby se zdravotním postižením chtějí žít plnohodnotný život a možnost využívat služeb cestovního ruchu jako je animační program by měla být samozřejmou součástí nabídky cestovní kanceláře. Bohužel začlenění osob s postižením mezi intaktní společnost v průběhu animačních aktivit, může být pro animátory komplikovaná.

Hanáková (2014) ve své bakalářské práci zjistila, že 77,7 % osob se zdravotním postižením (dotazník byl určen pouze pro osoby se zrakovým a tělesným postižením) se ještě nesešlo s nějakou speciální nabídkou cestovních kanceláří pro osoby se zdravotním postižením. Zbytek těchto dotazovaných 23,3 %, kteří se již s nějakou speciální nabídkou cestovních kanceláří setkali, odpovídali na otevřenou otázku, o jakou nabídku se jednalo. Část uvedla přímo cestovní kanceláře, které se specializují na zdravotně postižené klienty (např. Bezbatour). Některé cestovní kanceláře se nesespecializují na klienty se zdravotním postižením, ale mohou se klientům přizpůsobit. Například jsou schopny zařídit vhodné pokoje, nebo případně přítomnost lékaře po dobu pobytu. Respondenti však uváděli více organizace, které organizují různé akce a pobyty pro osoby se zdravotním postižením a ne cestovní kanceláře.

Nejen z výše uvedeného dotazování, ale i z mé sedmileté animační praxe v zahraničí usuzuji, že animační programy v cestovních kancelářích a hotelech nejsou uzpůsobeny pro osoby se zdravotním postižením a animátoři nejsou připraveni aktivity modifikovat či upravovat. Animátor by měl mít naplánovaný pasivní ale i aktivní aktivity, které dovolí zapojení všech návštěvníků. Většina osob s postižením zná svůj zdravotní stav a možnosti velmi dobře, a může tak animátora informovat. Důležité je, aby se animátor neostýchal postiženého zeptat, které aktivity je schopen zvládnout. Zdravotně postižené osoby se rády aktivit zúčastní, jak aktivně, tak i pasivně (např. v roli rozhodčích), a jsou většinou velmi vděční za tuto poskytnutou možnost (Ulbrich, 2012). Účast na animačních programech může být pro ně skvělá příležitost k navazování nových kontaktů, k sebepoznání a zažití pocitu štěstí.

2.3 Osoby se zdravotním postižením

V této kapitole se seznámíme s nejčastějšími druhy zdravotního postižení.

2.3.1 Tělesné postižení

Charakteristickým znakem pro osoby s tělesným postižením je celkové nebo částečné omezení hybnosti. Porucha hybnosti vzniká následkem postižení pohybového, nosného nebo nervového ústrojí. Tělesné postižení se projevuje narušením motorických kompetencí jedince. Pohyb je velmi úzce spojen i s kognitivními a emočními procesy člověka, proto má tělesné postižení dopad na celou jeho osobnost (Vítková, 2003).

Kudláček et al. (2013, 7) uvádí, že:

Omezení hybnosti může být vrozené nebo získané a vzniká několika způsoby. Primárně vzniká v důsledku přímého poškození pohybového aparátu (např. amputace, deformace) nebo jako následek postižení centrální či periferní nervové soustavy (např. dětská mozková obrna, úrazy míchy, rozštěpy páteře). Sekundární porucha hybnosti vzniká v důsledku nemoci či poruchy, které omezují pohyb nemocného (např. nemoci srdeční, revmatické, nemoci kostí).

Dle Kudláčka a Ješiny (2013) jsou nejčastěji se vyskytujícími typy tělesného postižení:

(a) Dětská mozková obrna (DMO) - Patří k nejčastějším tělesným postižením. DMO je neprogresivní a nestacionární postižení centrálního nervového systému vedoucí k poruchám volní hybnosti, parézám nebo mimovolním pohybům.

(b) Rozštěpy páteře (spina bifida) - Patří k vrozeným vývojovým vadám. Rozštěpy páteře vznikají nedokonalým uzavřením medulární trubice. Jedná se o částečný výhřez míchy, který se obvykle vyskytuje v bederní oblasti jako různě velký nádorovitý útvar.

(c) Progresivní svalová dystrofie - Projevuje se tím, že svaly postupně chudnou, ubývá svalových vláken, která se rozpadají, a místo nich se vytváří funkčně bezcenné vazivo s nesteroidně velkou příměsí tuku.

(d) Ochrnutí po poranění míchy - K poškození míchy může dojít při těžkých úrazech páteře a výjimečně při určitých onemocněních. V těchto případech vznikají ochrnutí v rozsahu závislém na výšce poškození míchy.

(e) **Amputace dolních a horních končetin** - Důvody vedoucí k amputaci končetiny jsou převážně: vážné devastující poranění, nezvládnutelné infekce ohrožující život, dlouhotrvající nevléčitelné místní onemocnění. Odolnost pahýlu závisí na kvalitě a umístění operačních jizev.

2.3.2 Sluchové postižení

Abychom mohli lépe pochopit problematiku volnočasových aktivit osob se sluchovým postižením, je třeba si vytvořit alespoň základní náhled na uvedené postižení. „Sluchová vada je snížená nebo chybějící schopnost vnímat sluchové informace, je to snížená až ztráta výkonnosti sluchového analyzátoru. Některé případy ztráty sluchu jsou vratné lékařskou léčbou, mnohé vedou k trvalému postižení.“ (Panská, 2013, 10). Světová zdravotnická organizace (World Health Organization - WHO) sestavila škálu sluchových poruch a velikost sluchový poruch vyjádřila v decibelech (dB). Tuto klasifikaci sluchových vad popisuje Panská (2013) takto:

- Normální sluch - 0-25 dB
- Lehká nedoslýchavost - 26-40 dB
- Střední nedoslýchavost - 41-55 dB
- Středně těžké poškození sluchu - 56-70 dB
- Těžké poškození sluchu - 71-90 dB
- Velmi závažné poškození sluchu - 91 dB a více

Lehká nedoslýchavost nepřináší postiženému zásadní omezení v běžném životě. Jedinec je schopný komunikovat normálním způsobem. Určitý problém v komunikaci může nastat v příliš hlučném prostředí nebo při šepotu. Dále mívají obtíže se slyšením a porozuměním mluveného slova v hovoru s několika osobami najednou, při návštěvě kina či divadelního představení. **Střední nedoslýchavost** přináší jedinci již zásadní omezení v běžném životě. Osoba se střední nedoslýchavostí je schopna rozumět mluvené řeči maximálně do vzdálenosti 3 metrů od svého ucha. Tito lidé již potřebují mít sluchadla, která jim umožňují lépe porozumět hlasité řeči. **Těžká nedoslýchavost** se používá u osob, které jsou schopny vzhledem k rozsahu zbytků sluchu, komunikovat mluvenou řečí do vzdálenosti jednoho metru od ucha. Zde je sluchová protetika nutností a tito lidé i s kompenzací sluchadly v prostředí kde je hluk, se velmi špatně orientují a mluvené řeči nerozumí. U **velmi těžké**

nedoslýchavosti slyší postižený jedinec jen z těsné blízkosti, ale zbývající sluch v žádném případě nestačí k tomu, aby mohl komunikovat běžným způsobem. Vysoce kvalitní sluchová protetika, umožňuje v akusticky vhodných podmínkách porozumět mluvenému slovu obvykle s pomocí dalšího prvku vnímání řeči a tou je odezírání. **Hluchota** je chybějící schopnost vnímat zvukové informace a je nejtěžším a nejzávažnějším stupněm poškození sluchu. Postižený jedinec není schopen komunikovat běžným způsobem a je odkázán na příjem informací pomocí zraku. Porozumění řeči v případě hluchoty umožňuje rehabilitace po zavedení kochleárního implantátu. Neslyšící lidé komunikují především znakovým jazykem, tyto komponenty sdělování vnímají (a nakonec i produkují) komplexně (Panská, 2013).

2.3.3 Zrakové postižení

„Z tyflopedického hlediska nemůžeme říci, že každý jedinec který má zrakovou vadu, je i zrakově postižený. Za zrakově postiženého považujeme toho člověka, kterému jeho vada činí i po korekci problémy v běžném životě.“ (Ludíková & Stoklasová, 2005, 5).

Specifikovat zrakové postižení lze z několika rozdílných hledisek, přičemž k těm podstatným patří vedle hlediska zrakové ostrosti a zrakového pole také doba vzniku, předpokládaný vývoj, etiologie a další. Proto se objevují snahy pro stanovení kritérií vedoucích k systému posuzování této závažnosti.

Stručné vyjádření obecně srozumitelných příznaků poškození zraku nebo vidění popisují tyto hlavní skupiny:

- „nevidomí (slepí)
- se zbytky vidění (zbytky zraku, prakticky slepí)
- slabozrací (těžce, středně, lehce)
- binokulárně vadní (tupozrací, šilhaví, jednoocí)“ (Jesenský, 2002, 27).

V současné době se opíráme i o stávající kategoriální systém rozlišení zrakového postižení podle IBSA (Mezinárodní organizace sportu zrakově postižených). Tuto sportovní klasifikaci zrakového postižení popisuje Český svaz zrakově postižených sportovců - ČSZPS (2015) takto:

- „I. stupeň (B1) - Zahrnuje zrakovou ostrost slabší než LogMAR 2.60.
- II. stupeň (B2) - Zahrnuje zrakovou ostrost v rozmezí od LogMAR 1.50 po 2.60 (včetně) a/nebo zorné pole zúžené na méně než 10 stupňů.
- III. stupeň (B3) - Zahrnuje zrakovou ostrost v rozmezí od LogMAR 1.40 po 1 (včetně) a/nebo zorné pole zúžené na méně než 40 stupňů“.

2.3.4 Mentální postižení

Mentální postižení je komplex specifík vzhledem k osobnosti, sociální adaptabilitě, chování, motorice, pozornosti a řadě dalších. Mezi charakteristiky mentálního postižení patří: „závislost na rodičích, nedostatky v intrapersonální identifikaci, opoždění psychosexuálního vývoje, zvýšená potřeba uspokojení a bezpečí, porucha interpersonálních vztahů, komunikace, zpomalené chápání, někdy ulpívání na detailech, deficit v oblasti paměti, poruchy vizumotoriky a pohybové koordinace“ (Kudláček & Ješina, 2013, 10).

Dobře vedené programy nejen s osobami s mentálním postižením, ale i jedinci v jejich bezprostředním okolí, jsou velmi vhodným prostředkem rehabilitace, reedukace i kompenzace specifík postižení. Pohybové aktivity rozvíjejí bezprostřední vnímání, pozornost, paměť, obrazotvornost, představivost, myšlení a řeč. Klasifikační stupně mentálního postižení z pohledu 10. Revize. WHO:

- F 70 Lehké mentální postižení 69-50 (IQ)
- F 71 Středně těžké mentální postižení 49-35 (IQ)
- F 72 Těžké mentální postižení 34-20 (IQ)
- F 73 Hluboké mentální postižení 20 a níže (IQ)
- F 78 Jiné
- F 79 Nespecifikované mentální postižení (Kudláček & Ješina, 2013).

2.3.5 Osoby s poruchou autistického spektra

Poruchy autistického spektra (PAS) patří k vývojovým pervazivním poruchám. Porucha je trvalá a označení pervazivní poukazuje na to, že se jedná o postižení ve více oblastech. Podle 10. revize Mezinárodní klasifikace nemocí (MKN) má PAS, pod číslem F84, několik základních kategorií:

- „F 84.0 - Dětský autismus
- F 84.1 - Atypický autismus
- F 84.2 - Rettův syndrom
- F 84.3 - Jiná dezintegrační porucha v dětství
- F 84.4 - Hyperaktivní porucha sdružená s mentální retardací a stereotypními pohyby
- F 84.5 - Aspergerův syndrom
- F 84.8 - Jiné pervazivní vývojové poruchy
- F 84.9 - Nespecifikované pervazivní vývojové poruchy“ (Kudláček & Ješina, 2013, 14).

Autismus a mentální postižení jsou dva rozdílné syndromy, přestože se mohou částečně překrývat. Je velice důležité rozlišovat poruchu autistického spektra a mentální postižení. Podstatným rozdílem je skutečnost, že dítě s poruchami autistického spektra má typicky nevyrovnaný vývojový profil, ale dítě s mentálním postižením má vývojový profil srovnatelný s intaktním dítětem nižšího věku (Jelínková & Netušil, 1999).

2.4 Podnikatel a podnik

2.4.1 Podnikatel

Definice podnikatele z Občanského zákoníku zní “kdo samostatně vykonává na vlastní účet a odpovědnost výdělečnou činnost živnostenským nebo obdobným způsobem se záměrem činit tak soustavně za účelem dosažení zisku, je považován se zřetelem k této činnosti za podnikatele“ (Zákon č. 89/2012 Sb.).

Synek & Kislingerová (2015) popisuje podnikatele jako člověka, který je inovativní a velmi motivovaný k využívání lidského a technického potenciálu. K charakteristickým rysům podnikatele patří schopnost přicházet s novými věcmi, tvořivost, využívat příležitosti anebo je popřípadě i vytvářet.

2.4.2 Podnik

Na podnik lze nahlížet z více úhlů a můžeme ho chápat jako subjekt, ve kterém dochází k přeměně vstupů na výstupy. Podnik je ekonomicky a právně samostatná jednotka existující za účelem podnikání a patří k němu odpovědnost vlastníků za veškeré výsledky podnikání. Hlavní podstatou podniku je možnost vstupovat bez omezení na trh a uzavírat na něm obchodní smlouvy, ze kterých vyplývají práva a povinnosti (Srpková & Řehoř, 2010).

Podniky rozdělujeme nejen podle počtu zaměstnanců, ale i podle dosažených obrátů a vzniká tak několik forem. V této diplomové práci se podle kritérií EU bude jednat o Mikropodnik, který je definován hranicí 10 zaměstnanců a obrátem do 2 mil. Euro.

2.4.3 Živnostenské podnikání

Živnost je podle živnostenského zákona: „soustavná činnost provozovaná samostatně, vlastním jménem, na vlastní odpovědnost, za účelem dosažení zisku a za podmínek stanovených tímto zákonem“ (Zákon č. 455/1991 Sb.).

K provozování této živnosti musí podnikatel splnit všeobecné podmínky, které jsou uvedeny v § 6 odst. 1 Živnostenského zákona. Těmito podmínky jsou: a) dosažení věku 18 let, b) způsobilost k právním úkonům, c) bezúhonnost, d) předložení dokladu o tom, že fyzická osoba, pokud na území České republiky podniká nebo podnikala, nemá daňové nedoplatky (Doklad vyhotoví místně příslušný úřad), e) předložení dokladu o tom, že fyzická osoba, pokud na území České republiky podniká nebo podnikala, nemá nedoplatky na platbách pojistného na sociálním zabezpečení a příspěvku na státní politiku zaměstnanosti.

Rozdělení živnosti

- a) **živnosti ohlašovací** - které při splnění stanovených podmínek smějí být provozovány na základě ohlášení. Ty se dělí:
 - živnosti řemeslné - řemeslo je zde bráno z pohledu profesní činnosti v určitém oboru a z toho důvodu je vyžadována speciální odborná způsobilost, kterou je možno získat vyučením v oboru a určitou délkou praxe

- živnosti vázané - u těchto živností je vyžadováno získání vyšší kvalifikace, která se většinou prokazuje dokladem vydaným zvláštní institucí. Jejich obsahem mohou být činnosti technického charakteru
 - živnosti volné - jde o živnosti, pro jejichž provozování se nevyžaduje prokázání odborné ani jiné způsobilosti. Pro získání živnostenského oprávnění musí být splněny všeobecné podmínky
- b) **živnosti koncesované** - smějí být provozovány na základě koncese. Považujeme za ně činnosti, kde je jejich provozování vázáno na povolení od věcně příslušného orgánu státní správy. Často je také žádáno i prokázání určité odborné způsobilosti (Zákon č. 455/1991 Sb.).

2.5 Podnikatelský plán

„Podnikatelský plán je písemný dokument, který popisuje všechny podstatné vnější i vnitřní faktory související s podnikáním firmy, a to zejména s jejím založením a fungováním v horizontu, na který se plán sestavuje (Veber, & Srpová, 2008).

Původem myšlenky pro vytvoření nového podnikatelského plánu je mnoho. Inspirací mohou být zákazníci prostřednictvím svých sdělených přání a názorů, rozvoj již existujících společností a monitoring chování, pozorování fungování jednotlivých distribučních článků nebo vlastní aktivita v oblasti výzkumu. Hlavním úkolem je vygenerovat nejvhodnější nápad a ten převést do formy uskutečnitelného návrhu perspektivního výrobku nebo služby (Hisrich, Peters, & Shepherd, 2007).

Struck (1992) považuje podnikatelský plán za písemnou studii zahrnující formulaci cílů v oblasti výroby, odbytu, financování podniku, vývoje a následné určení strategií vedoucích k uskutečnění těchto podnikových záměrů. Všechny tyto procesy by měly vést k příznivému růstu podniku. Samotná příprava a sestavení podnikatelského záměru se řadí k nejdůležitějším činnostem nezbytných k založení nového podniku (Parmová 2004). Podnikatelský plán by měl obzvlášť sloužit podnikateli k interním záměrům. Často se sestavuje ve chvíli, kdy ho od podnikatele požaduje banka, budoucí společník nebo investor.

Srpová a Řehoř (2010) definují: „Uvnitř slouží podnikatelský plán jako plánovací nástroj, podklad pro rozhodovací proces, nástroj kontroly atd., zejména v případech, kdy

podnikatel firmu zakládá a kdy firma stojí před výraznými změnami, které mohou mít dlouhodobé důsledky na její chod“. Za to vnější subjekty analyzují na základě podnikatelského záměru schopnost firmy realizovat podnikatelský projekt nebo se ucházet o některý druh podnikatelské podpory. Kvalitně zpracovaný podnikatelský plán může významně přispět k získání potřebného kapitálu.

Není žádná právní forma, která by nám přesně vymezovala skladbu podnikatelského plánu. Na trhu jsou firmy různých zaměření, velikostí, způsobu řízení, právní formy atd. Proto nelze stanovit jen jednu strukturu podnikatelského plánu.

Podnikatelský plán by měl být jasný a zároveň i jednoduchý, což podporuje srozumitelnost plánu a zároveň i průhlednost vazeb jednotlivých aspektů.

2.5.1 Struktura podnikatelského plánu

Neexistují pravidla, která by upravovala strukturu podnikatelského plánu, protože každý investor nebo banka můžou mít jiné požadavky ohledně struktury. Můžeme se pouze držet rad a doporučení z odborné literatury, které nám pomohou se orientovat při tvorbě vlastního podnikatelského plánu. Srpová, Svobodová, Skopal a Orlík (2011, 14) uvádí strukturu podnikatelského plánu takto:

- „titulní list
- obsah
- úvod, účel a pozice dokumentu
- shrnutí
- popis podnikatelské příležitosti
- cíle firmy a vlastníků
- potenciální trhy
- analýza konkurence
- marketingová a obchodní strategie
- realizační projektový plán
- finanční plán
- hlavní předpoklady úspěšnosti projektu
- rizika projektu
- přílohy“

2.5.2 SWOT analýza

V této diplomové práci bude použita jedna z nejčastěji využívaných analýz při tvorbě strategie, což je SWOT analýza. SWOT analýza poukazuje na všechny potenciální příležitosti a hrozby v kombinaci se silnými a slabými stránkami podniku, jež jsou výstupem interních strategických analýz (Kovář & Krchová, 2007).

SWOT je zkratka slov, které v překladu z angličtiny znamenají přednosti, nedostatky, příležitosti a hrozby. Význam těchto slov je dle Košťana a Šuleře (2002) následující:

- Přednosti (silné stránky) znázorňují vnitřní podmínky podniku, které pozitivně ovlivňují podnik a zároveň mohou vytvářet konkurenční výhodu. Může se jednat o kompetence, personální zdroje, materiálové zdroje, technologie nebo finanční kondice podniku.
- Nedostatky (slabé stránky) jsou také vnitřními podmínkami podniku, které ale negativně ovlivňují podnik a jeho tržní postavení.
- Příležitosti tvoří vnější prostředí a znázorňují budoucí podmínky podniku, které pozitivně ovlivní jeho fungování či postavení. Například se může jednat o politické prostředí, přístup k technologiím nebo vznik nového tržního segmentu, kde může podnik působit.
- Hrozby z vnějšího prostředí jsou podmínky, které do budoucna mohou podnik negativně ovlivnit. Opět se může jednat o politické prostředí, technologie či vstup silného konkurenta na stejný trh.

3 CÍLE A ÚKOLY PRÁCE

3.1 Cíle práce

Hlavním cílem mé diplomové práce je zjistit pomocí ankety, zda je o animační služby ze strany veřejnosti zájem. Hlavně o jaké služby je zájem, za jakých podmínek je lidé využívají a zda se animačního programu účastní i osoby se specifickými potřebami.

Dílčím cílem je zpracování podnikatelského plánu na založení firmy, která bude nabízet animační služby pro cestovní kanceláře a hotely.

Výsledky z ankety mi poslouží jako marketingový průzkum trhu pro daný podnikatelský projekt.

3.2 Úkoly práce

- Rešerše odborné literatury vztahující se k dané problematice
- Zpracování ankety
- Vyhodnocení ankety
- Zpracování podnikatelského plánu

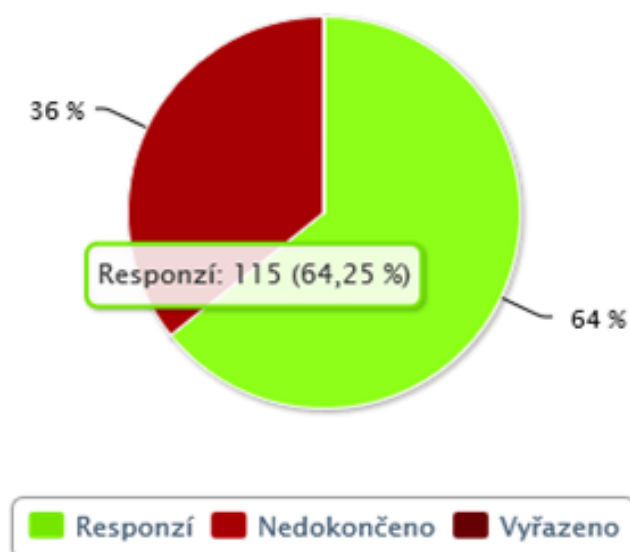
4 METODIKA

Kvantitativní výzkum jsem prováděla formou online dotazování prostřednictvím portálu www.survio.cz. Vlastní konstrukci ankety jsem vytvořila ve spolupráci s vedoucí diplomové práce. Anketa se skládala ze 13 uzavřených a otevřených otázek. Pečlivě jsem vybírala takové otázky, které se týkají zejména zjištění zájmu o animační služby v nabídce cestovních kancelářů a hotelů. Výsledky mi zároveň posloužily k realizaci mého podnikatelského záměru.

K účasti na výzkumu jsem oslovila všechny mé přátele na sociálních sítích, skupinu studentů oboru APA a ATV Fakulty tělesné kultury Univerzity Palackého v Olomouci, rodiny, na které jsem získala kontakt během mé animační praxe v zahraničí a účastníky projektu Expedice Přes Bar, který proběhl v roce 2018. Výzkumu se tedy zúčastnily i osoby se specifickými potřebami. Dále mohl vyplnit anketu kdokoliv z řad široké veřejnosti. Celkem odhaduji okolo 700 oslovených lidí a to formou mého mailu, kde byl uvedený online odkaz na anketu.

Anketa byla určena pouze lidem, kteří se již v minulosti zúčastnili animačních služeb. Proto uvedený odkaz navštívilo celkem 179 lidí, ale na všechny otázky ankety odpovědělo 115. Uvedená návratnost tedy činila 64,25 % (Obrázek 3). Nebyla vyřazena žádná odpověď.

Anketa byla umístěna na survio.cz od 12. 1. 2019 do 1. 3. 2019. Mohla by pokračovat i déle, ale je zde dána podmínka provozovatele. Pokud bych chtěla získat více vyplněných dotazníků, musím zaplatit poplatek 754 Kč za prémiové služby. Srozumitelnost ankety jsem před umístěním finálové verze odzkoušela na 5 respondentech.



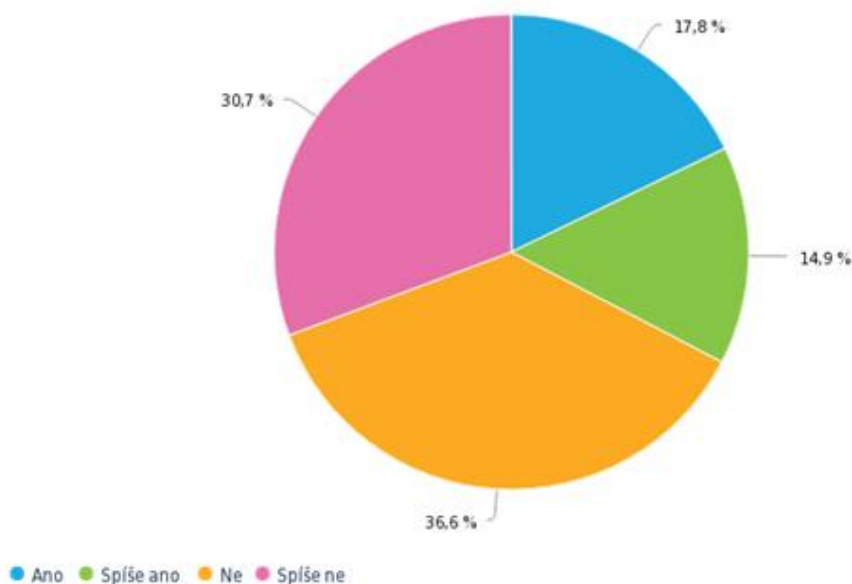
Obrázek 3. Návratnost ankety

5 PRAKTICKÁ ČÁST

5.1 Výsledky ankety

Anketa byla určena lidem, kteří se v minulosti zúčastnili animačních služeb. Týkala se zejména zjištění zájmu široké veřejnosti o animační služby v nabídce cestovních kanceláří a hotelů a výsledky mi pomohly k realizaci mého podnikatelského záměru. Skládal se ze 13 otázek, a to 12 uzavřených a 1 otevřené otázky (viz. Příloha č.1).

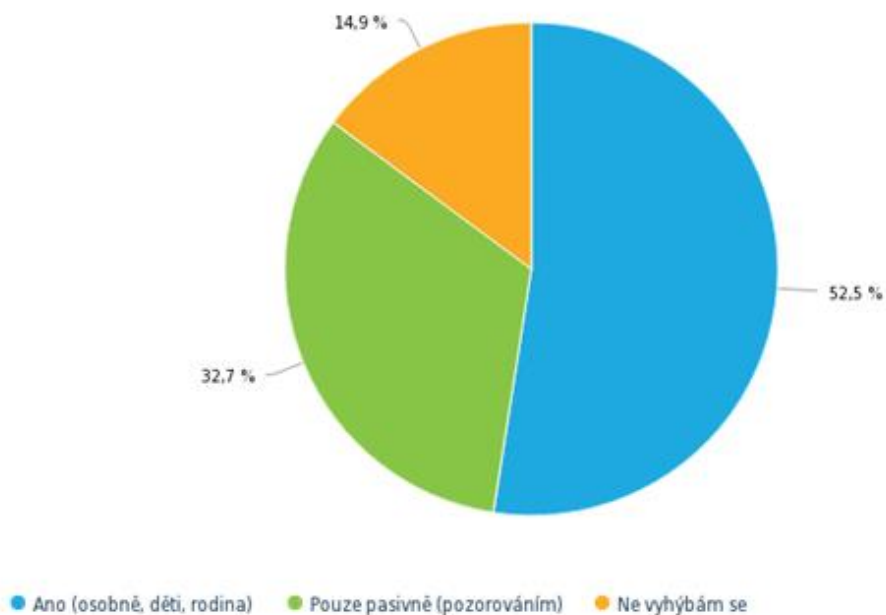
Otázka č. 1. Upřednostňujete při výběru zájezdu takový, jehož součástí je animační program?



Obrázek 4. Zájem o animační služby

Na otázku zda dotazovaní upřednostňují při výběru zájezdu takový, jehož součástí je animační program, odpověděli nejčastěji **ne 36,6 %** a **spíše ne 30,7 %**. Ano odpovědělo pouze 17,8 % dotazovaných a spíše ano 14,9 %. Z toho plyne, že animační programy nejsou rozhodující při výběru zájezdu.

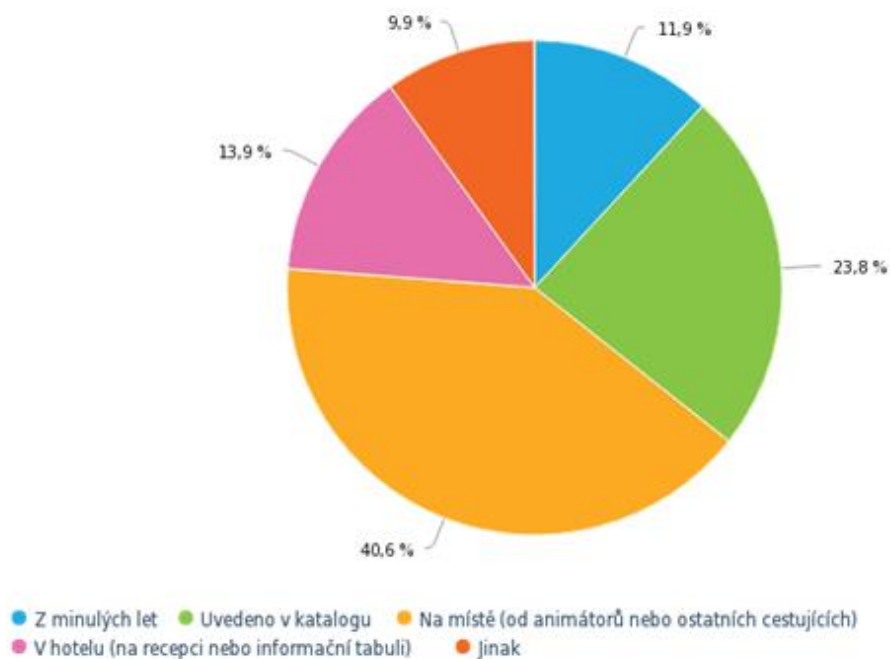
Otázka č. 2. Účastníte se takovýchto programů?



Obrázek 5. Osobní účast na animačních programech

Na otázku zda se takovýchto animačních programů účastní, odpověděli nejčastěji **ano 52,5 %** a to buď osobně, s dětmi nebo celou rodinou.

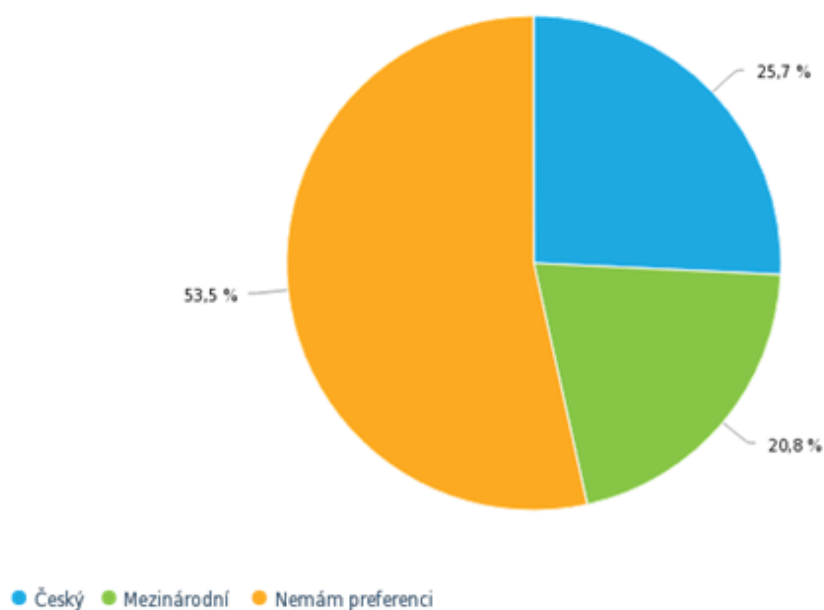
Otázka č. 3. Jak jste se dozvěděl/a o animačních programech?



Obrázek 6. Informovanost o animačních programech

Skoro polovina dotazovaných se dozvídá o animaci až **na místě od animátorů nebo ostatních cestujících (40,6 %)**. Okolo **23,8 %** respondentů se dozvědělo o animačních programech **z katalogu** cestovních kanceláří nebo hotelů a **13,9 %** se dozvědělo o animaci přímo **v hotelu na recepci nebo z informačních tabulí**. Lze říci, že více jak polovina lidí, kteří odpověděli na mou anketu, se dozvídá o animaci až na místě.

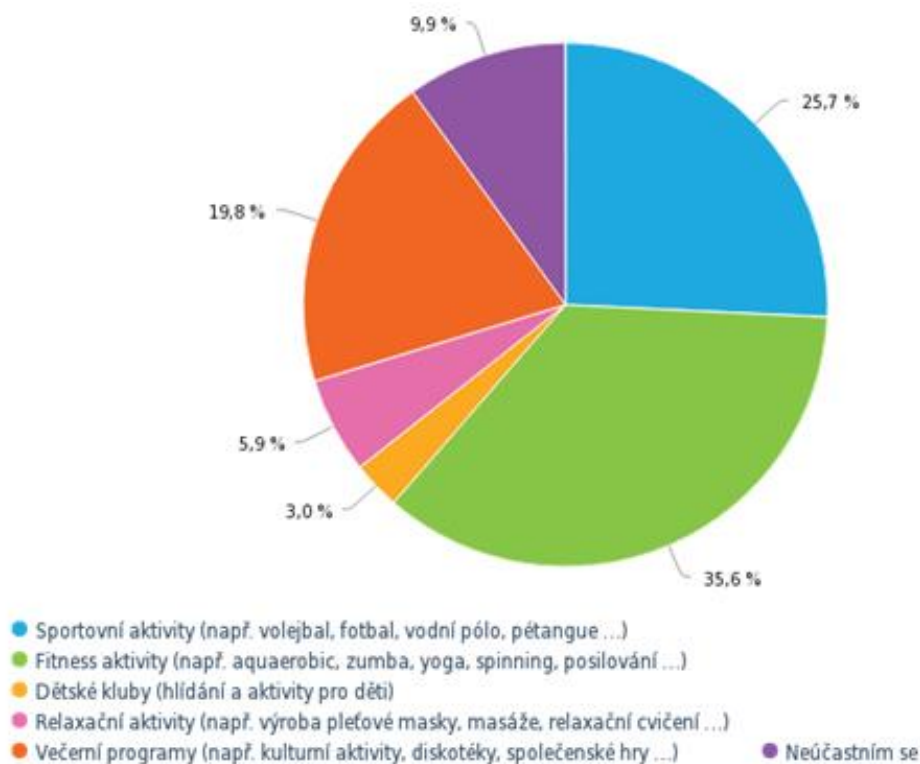
Otázka č. 4. Preferujete český nebo mezinárodní animační program?



Obrázek 7. Preferovaný jazyk animačního programu

Více jak polovina dotazujících **nemá preferenci v jazyce (53,5 %)**. Pouze **25,7 % preferuje český jazyk** a zbytek **20,8 % preferuje spíše cizí jazyk**.

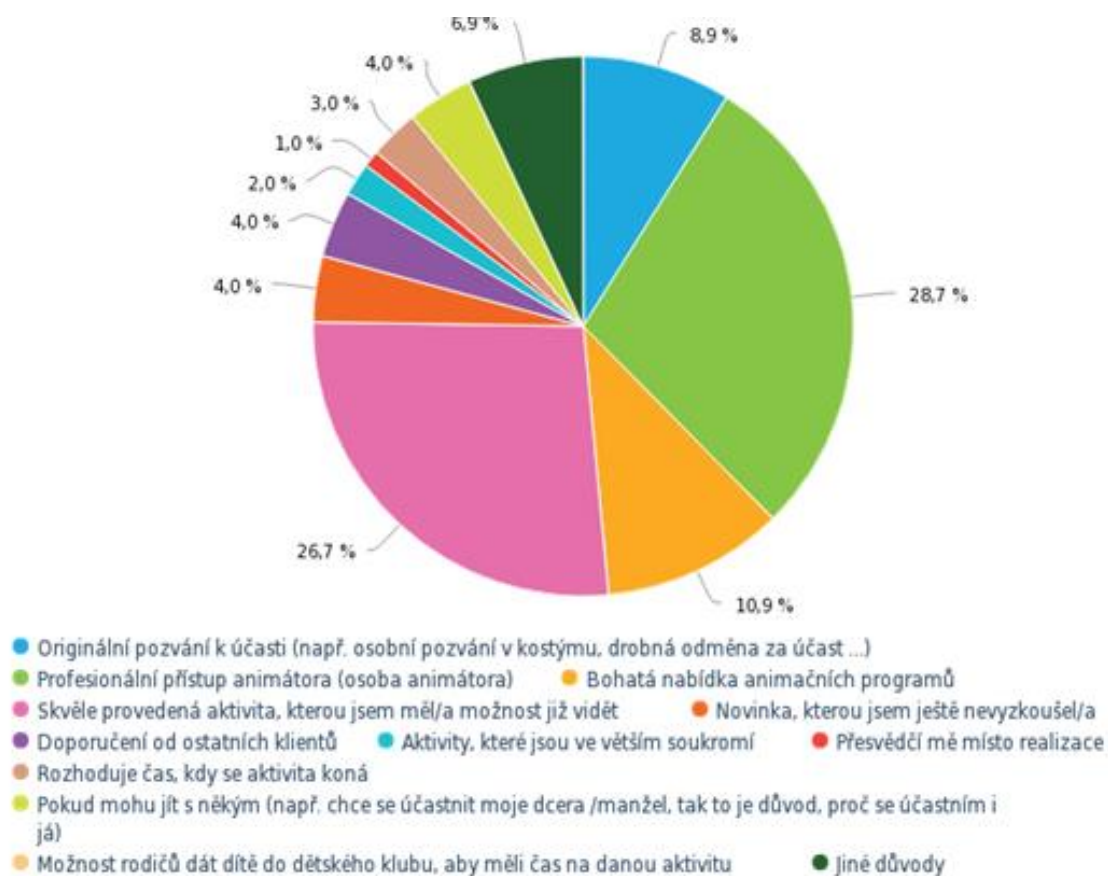
Otázka č. 5. Které z nabízených animačních aktivit se nejraději účastníte?



Obrázek 8. Oblíbenost animačních programů

Oblíbenými aktivitami jsou zejména **fitness (35,6 %)** a **sportovní (25,7 %)** aktivity. Další oblíbenou aktivitou jsou **večerní programy (19,8 %)** a **9,9 %** dotazovaných se aktivit **neúčastní** vůbec. Mezi nejméně atraktivní aktivity se řadí relaxační aktivity (**5,9 %**) a návštěva dětských klubů pro děti (**3%**).

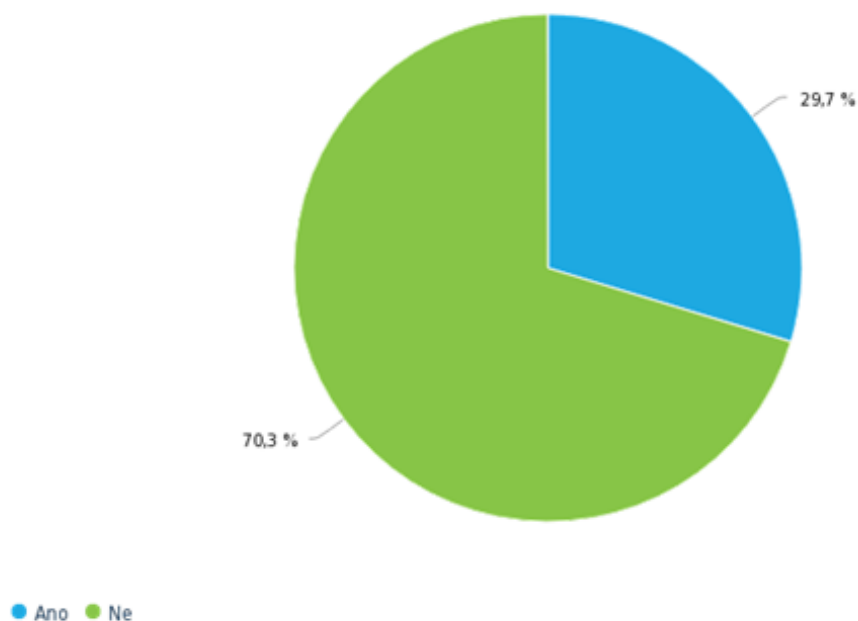
Otázka č. 6. Co Vás přesvědčí k aktivní účasti na animačních programech?



Obrázek 9. Důvod k aktivní účasti

K aktivní účasti na animaci přesvědčí dotazované nejvíce **profesionální přístup animátora (28,7 %)** a **skvěle provedená aktivita, kterou měli možnost během pobytu již vidět (26,7 %)**. Dále přesvědčila i **bohatá nabídka animačních programů (10,9 %)** a **originální pozvání k účasti (8,9 %)**.

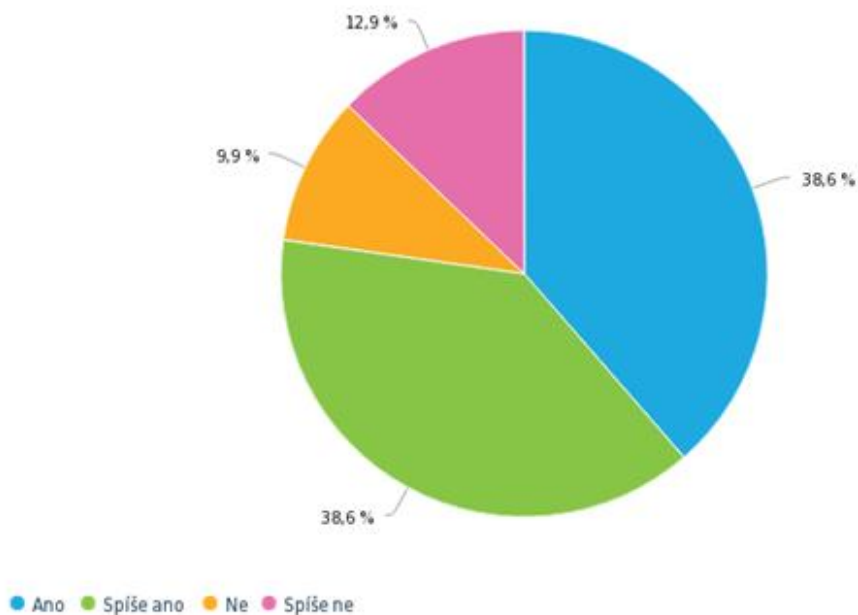
Otázka č. 7. Setkal/a jste se s animačním programem, kde byly zapojeny i osoby s postižením?



Obrázek 10. Zapojení osob s postižením

Celkem **70,3 %** respondentů se nepotkalo s animačním programem, kde by byly zapojeny i osoby s postižením. To potvrzuje moje zkušenosti z dlouholeté praxe, kde jsem sama zažila to, že osoby s postižením se aktivit neúčastnili, to hlavně z důvodů nepřipravených animátorů.

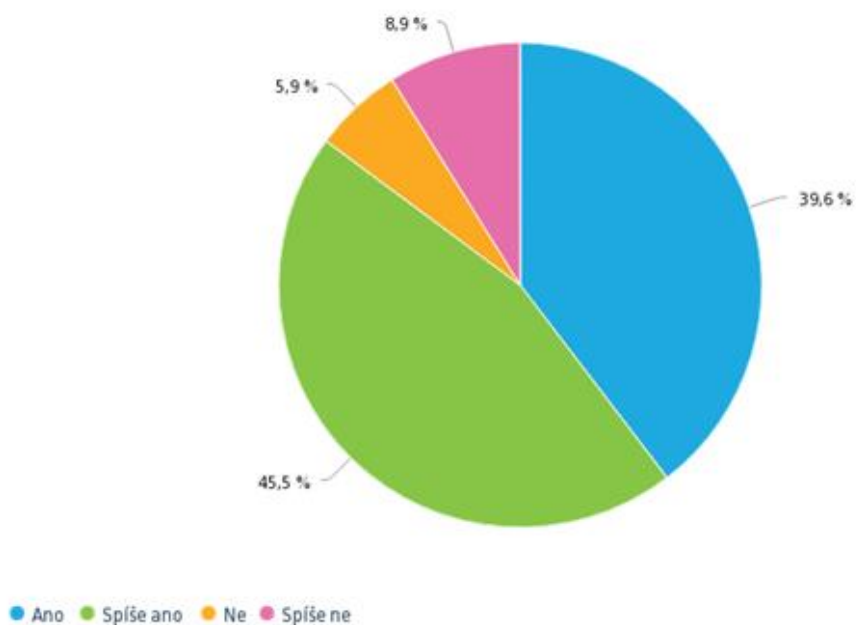
Otázka č. 8. Přispěl animační program k celkově větší spokojenosti v rámci zájezdu?



Obrázek 11. Spokojenost s animačním programem

Zda přispěl animační program k celkové větší spokojenosti v rámci zájezdu, odpovědělo **38,6 % dotazovaný ano** a zároveň odpovědělo **stejně procento dotazovaných spíše ano**.

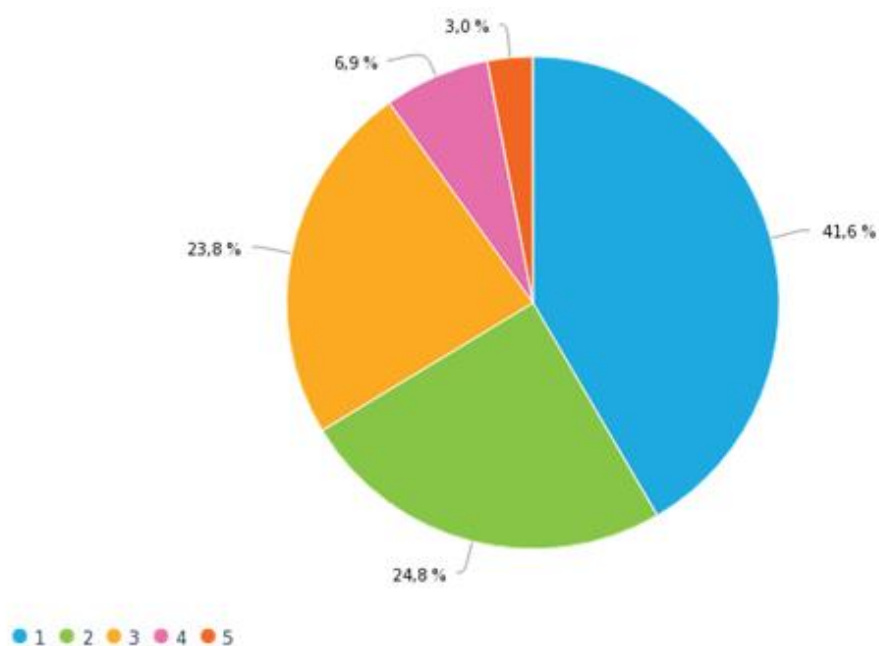
Otázka č. 9. Byla skladba animačního programu dostatečná a bylo z čeho vybírat?



Obrázek 12. Spokojenost se skladbou animačního programu

Na otázku zda byla skladba animačního programu dostatečná, a jestli bylo z čeho vybírat odpovědělo **45,5 % dotazovaných spíše ano** a **39,6 % ano**. Což vede až k 85 % spokojenosti klientů se skladbou animačního programu.

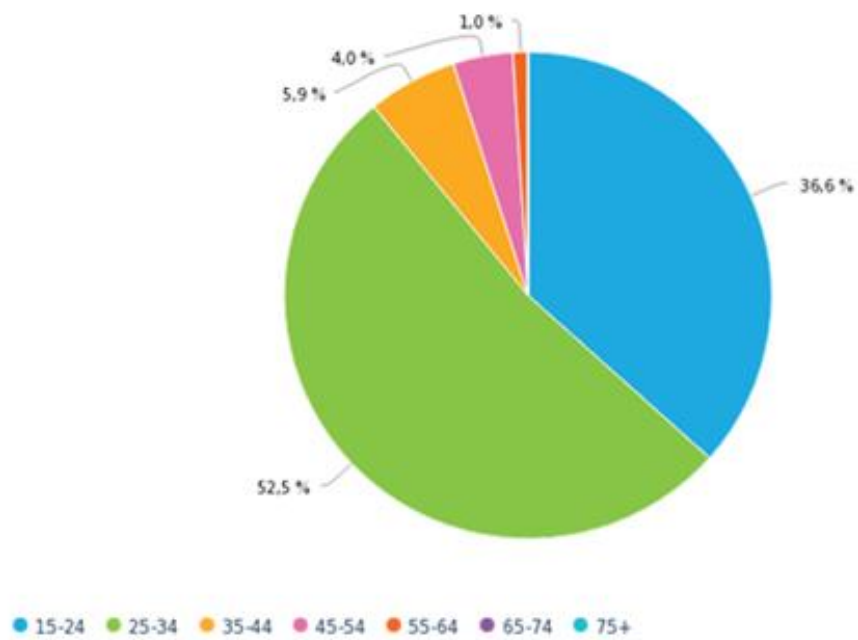
Otázka č. 10. Jak jste byl/a spokojena s prací animátorů?



Obrázek 13. Spokojenost s prací animátorů

Na otázku jak jsou spokojení s prací animátorů, měli dotazovaní vybrat známku jako ve škole 1 (nejlepší) – 5 (nejhorší). Největší procento získalo odpověď známkou **1** a to **41,6 %**. Hodně procentově vyrovnané byly odpovědi známkou **2** (**24,8 %**) a **3** (**23,8 %**).

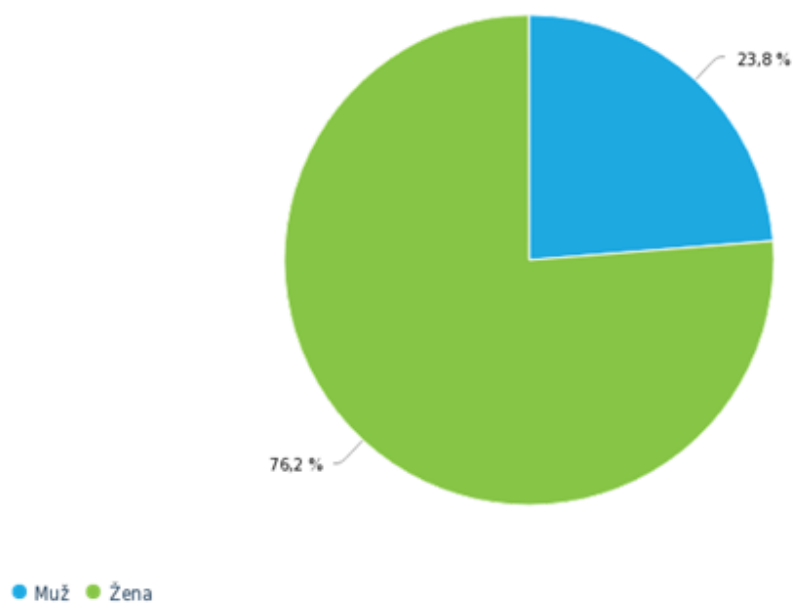
Otázka č. 11. V jaké jste věkové kategorii?



Obrázek 14. Věk dotazujících

Převládající věk (52,5 %) respondentů je mezi 25 až 34 rokem.

Otázka č. 12. Jakého jste pohlaví?



Obrázek 15. Pohlaví dotazujících

Nejvíce aktivní u vyplňování ankety byly ženy (76,2 %)

Otázka číslo 13. Co můžete doporučit pro zlepšení animačních programů?

Na tuto otázku odpovídali dotazovaní slovně (Tabulka 1) nebo jí mohli jednoduše přeskočit.

Tabulka 1. Slovní odpovědi respondentů

Odpověď	Počet stejných odpovědí
Nic, byl/a jsem spokojená	10
Přísnější výběr animátorů (jazyky, schopnosti, dovednosti, profesionalita)	9
Kreativita	4
Novinky	3
Rozšířenější nabídka	3
Komunikace	3
Nevím	3
Zapojit všechny věkové kategorie	2
Nenutit do aktivit	2
Více kvalitních pomůcek	2
Více profesionální večerní vystoupení	2

Ostatní odpovědi
Lepší skladba animačního týmu
Zlepšit kvalitu zázemí
Více diskoték pro dospělé
Dostatečná motivace a odměna pro animátory
Kurzy surfování
Společenské hry
Více aktivit na pláži a u moře
Workout
Úsměv
Širší věkové spektrum animátorů (25+)

5.2 Podnikatelský plán

5.2.1 Cíle firmy

Cílem podniku je vytvořit animační službu, která bude nabídnuta hotelům a cestovním kancelářím. Smyslem animační služby je zpříjemnit dovolenou návštěvníkům prostřednictvím animace. Záměrem animační služby je obohatit pobyt o sportovní, relaxační, kulturní aktivity a navazování nových přátelství tak, aby si člověk odnesl co největší prožitek ze zájezdu, a to vše prostřednictvím animačního týmu. Důsledkem je udržet cestovním kancelářím a hotelům stále klienty a zároveň jim přilákat pořád nové.

5.2.2 Vize firmy

V případě příznivého vývoje, dostatku zakázek a z toho vyplývajícího rozvoje podniku, je možné v dalších letech počítat s dalšími lidskými zdroji. Tím je myšleno rozšířit firmu o další animační týmy, které by zajišťovaly animaci v jiných hotelech a destinacích. Dále by se rozšířila nabídka poskytovaných animačních služeb podle požadavků klientů. Jednalo by se o zajištění animačních služeb na několik hodin, dní nebo na celé léto. Představuji si tím akce pro děti, dospělé, seniory nebo osoby se specifickými potřebami. Jako několikahodinové akce plánuji zejména taneční a herecké vystoupení, v případě celodenních programů se bude jednat o dětské dny plné her a zábavy. Při pronájmu animačních služeb na celé léto, by se nabídl vypracovaný projekt na celé období a personálně zabezpečil vyškolenými animátory. Hlavní silnou stránkou podniku bude originalita široké nabídky animačních služeb v České republice a schopnost pružně reagovat na požadavky klientů. Snaha podniku bude využít chybějící nabídky služeb a poskytnout komplexnější programy než u jiných cestovních kanceláří a hotelů.

5.2.3 Představení firmy

Firma Bc. Moniky Vodičkové bude založena za účelem poskytování animační služby, která bude využitelná v turismu. Bude se jednat o animační službu, kterou tvoří tým animátorů. Hlavní náplní práce animátora je snaha zapojit účastníky do animačních aktivit a tím obohatit celkový zážitek z dovolené strávené v hotelu nebo turistické destinaci.

Animace je čím dál známější a důležitější služba, která pomáhá cestovnímu ruchu na trhu. Posláním animační služby je přilákat hotelům a cestovním kancelářím více nových návštěvníků a udržovat ty stávající.

Rozhodla jsem se tedy skloubit své poznatky, které jsem nasbírala po dobu svého bakalářského studia oboru Aplikované tělesné výchovy, navazujícího magisterského oboru Aplikované pohybové aktivity a sedmileté praxe v mezinárodních animačních týmech a zrealizovat svou vlastní firmu, která nabízí animační služby.

5.2.4 Popis služby

Animační službu bude tvořit tým pěti animátorů, kteří se postarají o celý animační program plný působivých sportovních, relaxačních, kulturních aktivit nebo o širokou nabídku dětského programu, a to v hotelu nebo turistické destinaci. Od stávajících podniků se bude tato animační služba odlišovat především komplexně vyškoleným týmem animátorů, kteří budou schopni modifikovat a upravit aktivity tak, aby byly dostupné naprosto všem a to i lidem s různým druhem postižení. K tomuto mi dopomohlo studium na Fakultě tělesné kultury Univerzity Palackého oboru Aplikovaná tělesná výchova, kde jsem napsala bakalářskou práci na téma Aplikované pohybové aktivity při práci animátora, kterou mohu k tomuto účelu použít.

5.2.5 Segment zákazníků

Cílovou skupinou pro nabízení této animační služby budou především cestovní kanceláře a hotely.

Domnívám se, že na českém trhu chybí kvalitní animační služby, které by tzv. vyčnívaly nad ostatními a nabízely širokou nabídku animačních programů, a to i pro osoby se specifickými potřebami. Proto jsem se rozhodla navázat na mou bakalářskou práci, kde popisuji aplikované pohybové aktivity při práci animátora a snažit se zacílit animaci nejen na zdravé klienty, ale i na zákazníky s postižením.

Animátoři budou speciálně proškolení a připraveni upravit aktivity tak, aby se jich mohly zúčastnit i osoby s různým handicapem. Po proškolení budou schopni do animačního programu zaintegrovat i osoby s tělesným, sluchovým, zrakovým nebo mentálním postižením. Protože i osoby se specifickými potřebami chtějí žít plnohodnotný život a možnost využívat

služeb cestovního ruchu jako je animace, by měla být nepochybnou součástí nabídky cestovních kanceláří a hotelů.

5.2.6 Organizačně-právní forma podnikání

Zpracovatel bude podnikat jako fyzická osoba podnikající dle živnostenského zákona. Jde o živnost ohlašovací volnou, tento obor se nachází pod číslem 71 Provozování cestovní agentury a průvodcovská činnost v oblasti cestovního ruchu. U tohoto druhu živnosti nejsou potřeba žádné zvláštní požadavky na vzdělání či kvalifikaci. Živnost ohlásím na kterýkoliv živnostenský úřad, zaplatím 1000 Kč a doložím všeobecné podmínky pro udělení živnosti. Povinnost nahlásit se na Správě sociálního zabezpečení, zdravotní pojišťovně a finančním úřadě splním rovnou na živnostenském úřadě vyplněním Jednotného registračního formuláře (Peníze, 2017).

5.2.7 Analýza konkurence

Pro zjištění cestovních kanceláří na trhu, které nabízí animační služby, jsem se rozhodla zmapovat cestovní kanceláře v Olomouckém kraji. K tomu mi pomohl internetový katalog cestovních kanceláří www.atlasck.cz, kde jsem zadala výběr pro Olomoucký kraj. Vyhledala jsem tyto cestovní kanceláře: Geovita, Atlantika, České kormidlo, Ancora, Atlantika, Bohemian Fantasy, Moje volno, Adria Sun, Akvila Travel, Blue Style, Exim tours, Firo tour, Fischer, Invia, KM Travel, Bavi, Babytour, Čedok, Quick, Jesenia tour, CA-lera, Peřej, Viktoria, Maják, Minitrans, Moundi tour, Rekos, Evropa Tour, Alexandria. Všechny výše uvedené cestovní kanceláře jsem e-mailem kontaktovala a zjišťovala, zda nabízejí svou vlastní animační službu.

Mezi cestovní kanceláře, které nabízí své animátory a to minimálně pro děti patří: CK Alexandria (Animační programy s Karcoolkou a Lexou v klubových hotelech), CK Fischer (Funtazie - program pro děti), CK Blue Style (Croco Club (dětský klub) a Blue Club (animační programy pro dospělé)), Exim tours (Mango club), Firo tour (dětský klub Firáček) nebo Čedok (dětský klub - Hotel Transylvania 3). Zbytek cestovních kanceláří svoje animační programy nenabízí nebo nabízí pouze zájezdy, kde si tuto službu zajišťují jednotlivé resorty sami.

Z třiceti vyhledaných cestovních kanceláří nabízí pouze šest nejznámějších a největších cestovních kanceláří svou animační službu a to většinou spíše jen pro děti v češtině a ve formě dětských klubů (Tabulka 2).

Tabulka 2. Přehled cestovních kanceláří nabízející animaci minimálně pro děti

Cestovní kancelář	Animační program
Alexandria	Animační programy s Karcoolkou a Lexou
Fischer	Funtazie
Blue Style	Croco Club a Blue Club
Exim tours	Mango club
Firo tour	Firáček
Čedok	Hotel Transylvania 3

Na trhu je tedy určitě potřeba rozšířit animační nabídku o animační programy i pro dospělé, seniory a lidi se zdravotním postižením.

5.2.8 Kvalifikace zakladatelky

Vstupním předpokladem majitelky firmy je vystudovaná střední škola Obchodní akademie a Jazykové školy v Přerově. Dále vystudovaný bakalářský titul na Fakultě tělesné kultury Univerzity Palackého v Olomouci oboru Aplikovaná tělesná výchova a studium navazujícího magisterského oboru Aplikovaná pohybová aktivita. Zároveň má majitelka sedmiletou praxi v českých a mezinárodních animačních týmech a to v Bulharsku, dvakrát na Rhodosu, Krétě, Gran Canarii, Fuerteventuře a Mallorce. V animačních týmech působila nejen jako animátor všeho druhu, ale i jako choreograf, fitness trenér a dostala se i na pozici vedoucího celého animačního týmu. Dalším vstupním předpokladem je dlouholetá spolupráce s Českým animačním týmem a cestovní kanceláří Alexandria.

5.2.9 Lidské zdroje

Majitelka firmy bude nabízet animační službu pětičlenného týmu:

- Animátor, který zajišťuje sportovní aktivity a připravuje taneční večerní programy (Sportovní animátor/Choreograf)
- Animátor, který zajišťuje zábavný program pro děti v dětských klubech (Dětský animátor)
- Šéf-animátor, který dohlíží na animátory, chod animačních aktivit a večerních programů, vytváří animační programy, dekoraci, komunikuje a informuje majitele služby (koordinátora).

Animátoři budou pracovat na základě Smlouvy o umělecké činnosti podle autorského zákona, kdy budou vůči firmě ve vztahu dodavatelů animačních služeb (OSVČ). Podobně tak jako jiní umělci (spisovatelé, herci, zpěváci, umělečtí fotografové, výtvarníci atp.) podnikají podle autorského zákona a nepotřebují tak ke své činnosti živnostenské oprávnění (viz ústní sdělení od zástupce CK Alexandria). Jako OSVČ u mě budou pracovat především osoby, které jsou studenty. Potom zdravotní pojištění za studenty hradí stát. Student nemusí řešit minimální vyměřovací základ, ani zálohy na zdravotní pojištění. Nicméně mají povinnost oznámit zdravotní pojišťovně zahájení činnosti a to nejpozději do 8 dnů ode dne, kdy tuto činnost zahájí (Finance, 2018).

Na začátku podnikání musí student na Okresní správě sociálního zabezpečení (OSSZ - dle místa pobytu) oznámit začátek podnikání. Pokud student podniká jako OSVČ, tak se jedná o vedlejší činnost a povinnost platit sociální pojištění se na něho nevztahuje. Ale pozor, pokud jeho čistý příjem bude činit více než každoročně stanovovaná rozhodná částka, která pro rok 2019 činí 78 476 Kč, tak má povinnost platit sociální pojištění. Minimální záloha na sociální pojištění pro rok 2019 je 2 388 Kč a za 12 měsíců činí 28 656 Kč (Finance, 2019)

Zakladatelka firmy je sama studentkou a není součástí pětičlenného animačního týmu. Připravuje tým na animační sezónu a funguje jako koordinátor.

Základní podmínky práce animátorů

Dětský animátor

Pracovní doba:

- Ranní dětský klub od 10:00 – 13:00
- Odpolední dětský klub od 15:00 – 17:00
- Mini-diskotéka od 19:00 - 20:00
- Večerní program od 20:00 - 22:00

Dětské animátory pracují 8 hodin denně a v neděli mají všichni volno, tedy animace celý den neprobíhá. Měsíční odměna dětského animátora je 15 500 Kč. Ubytování, stravu v hotelu, dopravu do destinace a pojištění mají zdarma, což je pro ně velice výhodné a nemusí nic víc řešit.

Choreograf/sportovní animátor

Pracovní doba:

- ranní fitness/sportovní aktivita 10:00 – 13:00 hodin
- odpolední fitness/sportovní aktivita 15:00 – 17:00 hodin
- přípravy na večerní program 19:00 - 20:00 hodin
- večerní program 20:00 – 22:00 hodin

Choreograf/sportovní animátor pracuje 8 hodin denně, šest dní v týdnu a v neděli má volno jako ostatní animátory z týmu. V neděli tedy animace celý den neprobíhá. Měsíční odměna choreografa, který zastává i fitness a sportovní aktivity je 17 500 Kč. Ubytování, stravu v hotelu, dopravu do destinace a pojištění má také zdarma.

Šéf animátor

Pracovní doba:

Šéf animátor má stejné podmínky jako ostatní animátory. Pracuje 8 hodin, 6 dní v týdnu, ale jeho program se liší. Během těchto hodin dohlíží na animátory a jejich aktivity, pomáhá

jim, sestavuje harmonogram, dohlíží na nástěnky, provádí public relations, komunikuje s koordinátorem, dohlíží na pracovní dobu animátorů a samozřejmě nesmí chybět na večerních programech. Měsíční odměna šéf animátora je 18 500 Kč. Ubytování, stravu, dopravu do destinace a pojištění má zdarma jako všichni ostatní animátoři.

5.2.10 Organizačně-logistické zajištění firmy

Cestovní kancelář nebo hotel zajišťuje a hradí veškerý transport animátora do dané destinace, ubytování a stravu v hotelu, ve kterém pracuje. Dále musí disponovat materiálem a pomůckami, které jsou potřeba na zabezpečení animačních programů (fitness a sportovní potřeby, hračky, kancelářské potřeby a materiál na výzdobu). Proto je potřeba po domluvě s cestovní kanceláří nebo přímo hotelem, zjistit zda mají připravený všechn tento potřebný materiál a pokud tomu tak není, tak ho nechat zajistit. Pokud i přes to bude materiál chybět a hotel si bude přát animační program, tak počítám se záložním plánem. V tomto případě se zařídí základní materiál a pomůcky z naší strany. Mezi tento základní materiál a pomůcky, které by neměly při animaci chybět, patří: podložky pro fitness aktivity, míče pro sportovní hry, Pétanque, dětské míče, lano, kancelářské potřeby, omalovánky, hračky, atd. Cenu tohoto základního materiálu a pomůcek odhaduji na 10 000 Kč. Tímto nákupem budou zajištěny pomůcky pro klasické animační aktivity. Ovšem vždy záleží na domluvě s hotely a cestovními kancelářemi, kolik chtějí do animace investovat. Je potřeba si uvědomit, že úroveň animačních programů a celková spokojenost klientů se odvíjí od kvality a možností aktivit, které se neobejdou bez dobrého vybavení.

Zároveň chci nabízet animaci i pro osoby se specifickými potřebami, kde je nezbytné zajistit prostorové podmínky, personální podmínky a materiální podmínky v určitých hotelech a destinacích.

U prostorových podmínek se zejména zaměříme na architektonické bariéry. Prozkoumáme okolí hotelu, protože některé aktivity vyžadují specifické podmínky. Je nezbytné zjistit, jaké jsou k dispozici hřiště, tělocvičny, travnaté plochy a zda jsou v hotelu dostatečně prostorné chodby. Například osoby s tělesným postižením potřebují dostatečný prostor pro pohyb na vozíku, s chodítkem nebo berlemi. Může se jednat o dostatečně širokou chodbu bez překážek, široké dveře (minimálně 80 cm) a prostory bez schodů s ne příliš strmými nájezdy. Vhodné jsou i automaticky otevíratelné dveře s dostatečně dlouhým intervalem otevření. Krátký interval dveří otevíraných fotobuňkou může osobě na invalidním

vozíku způsobit značné problémy. Ohrožující jsou i dveře umístěné v bezprostřední blízkosti schodů a dveře, které se otevírají z místnosti ven do užší chodby a mohou osobu s horší mobilitou jdoucí po chodbě omezit, či jí způsobit značné problémy. Dalšími bariérami mohou být výtahy s vnitřními, manuálně uzavíratelnými dveřmi, úzké výtahy, málo hluboké výtahy, vysoko umístěné vypínače a vysoko umístěné otevírání oken. Lidé používající ortopedický vozík se neobejdou bez speciálně upraveného prostoru, jako jsou bezbariérové koupelny a toalety s větším vnitřním prostorem a oddělenou kabinkou pro vozičkáře. U osob, které využívají k mobilitě chodítka nebo berle, je důležité mít na paměti nebezpečí, které pro ně představuje například kluzká podlaha nebo rizika vyplývající z pomalé chůze (Krása, n.d.). Podstatné je vědět, jaká pláž se nachází v místě pobytu, jak daleko je od hotelu a jaký je vstup do moře. Kamenné pláže se strmým vstupem do vody jsou nevhodné a stejně tak i betonové vstupy po schodech. Nejlepší jsou pláže s chodníčky, které vedou k moři, protože invalidní vozík hlubokým pískem neprojede.

K personálním podmínkám řadíme výběr animátora, který se stane vedoucím jednotlivých aplikovaných pohybových aktivit. Nejvhodnější je vybrat specialistu v oboru aplikované pohybové aktivity nebo aplikovaná tělesná výchova. Důležité je i zvážit počet osob, které se zúčastní programu, jejich věk a zkušenosti s danou aktivitou. Zároveň nesmíme zapomenout určit, zda jsou potřeba další animátoři nebo asistenti.

Materiálními podmínkami myslíme řadu kompenzačních a speciálních pomůcek, které mohou napomáhat při zapojení osob se specifickými potřebami do animačního programu. Podle druhu postižení používají osoby s postižením různé kompenzační pomůcky. V případě osoby s tělesným postižením, se může jednat o chodítka, elektrický vozík, mechanický vozík, berle, hole nebo protézy. Pokud jde o osobu se zrakovým postižením, tak může využívat slepeckou hůl a osoba se sluchovým postižením zase sluchadlo nebo kochleární implantát. Mezi speciální pomůcky, které mohou pomoci při zapojení osob s postižením do animačního programu, patří: měkké míče, barevné vlajky, obruče, kužely, Boccia, lano, aj. Proto je důležité předem vědět, jaké osoby s postižením naše služby chtějí využít a být na to připraven.

5.2.11 Finanční plán

Vlastní kapitál se skládá z úspor a je ve výši 100.000 Kč. V případě potřeby můžu například využít cizí kapitál ve výši 50.000 Kč a to úvěr pro začínající podnikatele u Komerční banky se splatností do 5 let a úrokem maximálně 9,9 % (Komerční banka, 2019).

Rozpočet výdajů na založení firmy

Při založení podniku musíme nejprve počítat s jednorázovými pořizovacími náklady, které představují především živnostenský list. Vybavení firmy musí obsahovat počítač a kancelářské potřeby. Velice důležitá součást pořizovacích nákladů je dobrá reklama, v tomto případě se jedná o tvorbu loga animační služby a webových stránek. Dále pronájem tělocvičny nebo společenské místnosti pro školení a nacvičování, uniformy pro zaměstnance a personální náklady, kterými jsou platy zaměstnanců. A v neposlední řadě pojištění, které je nezbytnou součástí.

5.2.12 Zakladatelský rozpočet firmy

Jednorázové pořizovací výdaje

Webové stránky + logo	10 000 Kč
Vybavení firmy (zahrnuje PC a kancelářské potřeby)	20 000 Kč
Živnostenský list	1 000 Kč
Pronájem tělocvičny nebo společenské místnosti (školení, nacvičování)	6 000 Kč
Animační uniforma (5x)	10 000 Kč
Rezerva 10 %	4 700 Kč
Celkem	51 700 Kč

Pojištění (5 animátorů na 4 měsíce)

Kalkulaci pojištění pro tento podnikatelský plán mi pomohla sestavit Šárka Citová - Ředitelka agentury Přerov, ČSOB Pojišťovna, a.s. (viz. Příloha 2).

Pojištění léčebných výloh	15 990 Kč
Pojištění úrazu	1 845 Kč
Pojištění odpovědnosti za újmu	3 075 Kč
Celkem	20 910 Kč

Náklady na zajištění animační sezóny (5 animátorů na 4 měsíce)

Dětský animátor (3 osoby)	15 500 Kč x 3 osoby = 46 500 Kč
Choreograf/Sportovní animátor	17 500 Kč
Šéf animátor	18 500 Kč
Celkem za celé léto (x 4 měsíce)	82 500 Kč x 4 = 330 000 Kč

Výdaje celkem

Jednorázové pořizovací výdaje	51 700 Kč
Pojištění	20 910 Kč
Mzdové výdaje za celé léto (4 měsíce)	330 000 Kč
Celkem	402 610 Kč

Příjmy celkem

Z praxe vím, že se obvyklá odměna dětského nebo sportovního animátora, kteří jsou pod českou cestovní kanceláří, pohybuje okolo 14 000 Kč a u zahraniční cestovní kanceláře je to okolo 20 000 Kč.

Cestovní kancelář nebo hotel zaplatí za animační tým (5 členů na 4 měsíce):

Dětský animátor	30 000 x 3 = 90 000 Kč
Choreograf/Fitness animátor	33 000 Kč
Šéf-animátor	36 000 Kč
Celkem	159 000 Kč x 4 měsíce= 636 000 Kč

Výpočet daně

Příjmy – Výdaje = Rozdíl

Základ daně: 636 000 Kč – 402 610 Kč = 233 390 Kč

Daň před využitím slev na dani: 233 390 Kč / 100 x 15 = 35 009 Kč

Sleva na dani na poplatníka za rok 2019 = 24 840 Kč za 12 měsíců

Sleva na studenta za rok 2019: 4 020 Kč za 12 měsíců

Daň po uplatnění slev = 35 009 Kč – 24 840 Kč – 4 020 Kč = 6 149 Kč

Vyměřená daň: 6 149 Kč

Postup při výpočtu výše odvodu na sociální a zdravotní pojištění z příjmu podnikatele

Vyměřovacím základem pro zdravotní a sociální pojištění je polovina rozdílu mezi příjmy a výdaji. Odvody na sociální pojištění se odvozují jako 29,2 % vyměřovacího základu a na zdravotní pojištění jako 13,5 % vyměřovacího základu.

Příjmy – Výdaje = Rozdíl

636 000 Kč – 402 610 Kč = 233 390 Kč

$\frac{1}{2}$ = 116 695 Kč

ZP 13,5 % = 15 754 Kč (jako studentka nebudu muset platit do 26 let)

SP 29,2 % = 34 075 Kč (tato částka bude muset být odvedena státu a proto s ní kalkuluji)

V mém případě je zisk větší než každoročně stanovována rozhodná částka a tak musím platit minimální zálohu, která je 2 388 Kč. Za 12 měsíců činí minimální záloha 28 656 Kč.

Čistý příjem podnikatele za čtyři měsíce trvání projektu

Příjmy – Výdaje = Zisk

636 000 Kč – 402 610 Kč = 233 390 Kč

Zisk – Daň = Čistý zisk po zdanění

233 390 Kč – 6 149 Kč = 227 241 Kč

Čistý zisk po zdanění – minimální záloha SP = Čistý příjem podnikatele

227 241 Kč – 34 075 Kč = 193 166 Kč

5.2.13 Marketing

Reklama bude realizována formou:

- Webových stránek s vlastním logem firmy
- Sociální sítě (Facebook a Instagram)
- Vztahy s veřejností tzv. „Public relation“

Prvně si nechám vytvořit stručné logo pro mou animační firmu. Reklama bude realizována zejména formou webových stránek. Zde bude představena bohatá nabídka animační služby. Na logo firmy a webové stránky odhaduji, že bude potřeba cca 10 000 Kč. Důležitou formou marketingu jsou i sociální sítě (facebook a instagram). Na vytvořených profilech se budou přidávat novinky, fotky a videa, které by nalákaly nejen klienty, ale i nové zaměstnance. Nesmíme zapomenout ani na tzv. „Public relation“, které se soustředí na dlouhodobé cíle jako je image, vztahy a komunikace s cílovými skupinami. Reklama přes sociální sítě a Public relation jsou zcela zdarma.

Důležité je oslovit všechny potenciální klienty, kteří by mohli mít o animační službu zájem a to nejlépe formou osobního kontaktu nebo e-mailem. Zejména bych se obrátila na všechny největší Cestovní kanceláře v České republice. Animační programy bych ale zkusila nabídnout i menším cestovním kancelářím. Dále bych kontaktovala hotely, o kterých vím, že disponují prostory a dobrým zázemím pro animační programy. Odhaduji, že se osobně nebo e-mailem obrátím na cca sto potenciálních klientů.

5.2.14 SWOT analýza firmy

Uvedená analýza je psána z perspektivy před vlastním založením firmy.

SILNÉ STRÁNKY (interní)	SLABÉ STRÁNKY (interní)
1) Dlouholetá praxe zakladatelky v oboru	1) Začínající firma – potřeba uvedení na trhu
2) Znalost prostředí sociálních sítí	2) Nedostatečný vlastní kapitál
3) Všechny cílové skupiny (i osoby se zdravotním postižením)	
4) Znalost konkurenčního prostředí	
PŘÍLEŽITOSTI (externí)	HROZBY (externí)
1) Uchycení se na trhu	1) Nižší příjmy obyvatel
2) Rozšíření služeb mimo oblast cestovního ruchu	2) Obavy klientů
	3) Organizační plán a materiální vybavení hotelu
	4) Konkurenční animační služby

Vysvětlení SWOT analýzy firmy

SILNÉ STRÁNKY

1) Dlouholetá praxe zakladatelky v oboru

Podnikatelka se animačním činnostem věnuje již od 18 let. Pracovala v Bulharsku, na Rhodose, Krétě, Gran Canarii, Fuerteventuře a Mallorce. Jde o mnoholetou praxi a to ve všech oborech (dětský animátor, sportovní animátor, fitness animátor, choreographer, šéf-animátor). Tato cenná zkušenost mi pomůže při začínajícím podnikání a uchycení se na trhu.

2) Znalost prostředí sociálních sítí

Spravím účet na facebooku a instagramu, kde budu sama komunikovat s širokou veřejností a informovat je například o možnostech výběrového řízení animátorů. Nebude chybět ani zveřejňování fotek, videí, přímých přenosů nebo recenzí animačních služeb.

3) Všechny cílové skupiny (i osoby se zdravotním postižením)

Firma bude nabízet službu i osobám se specifickými potřebami. Podnikatelka zná podmínky a umí upravit animační aktivity tak, aby se do programu zapojili i tyto osoby. Tímto má firma možnost se odlišit od ostatních animačních služeb, které jsou spíše pro osoby zdravé, což jsem při dlouholeté praxi zaznamenala a to neustálým nezařazováním a nemodifikováním aktivit pro tyto osoby.

4) Znalost konkurenčního prostředí

Bývalá zaměstnankyně u firem, které nabízí animační služby pro cestovní kanceláře a hotely.

SLABÉ STRÁNKY

1) Začínající podnikání

Faktor je slabou stránkou proto, že firma bude nově začínající na trhu a tím zranitelná. Nejdůležitějším krokem bude dostat se do povědomí potenciálních klientů.

2) Nedostatečný vlastní kapitál

Slabou stránkou firmy bude možný nedostatečný vlastní kapitál.

PŘÍLEŽITOSTI

1) Uchycení se na trhu

Pokud se služba zalíbí a bude mít klienty a kvalitní pracovníky, kterých bude přibývat, tak bude moct zvětšit nabídku svých služeb a rozrůst se.

2) Rozšíření služeb mimo oblast cestovního ruchu

Do budoucna počítá podnikatelka rozšířit animační služby i mimo oblast cestovního ruchu. Může se jednat o tábory nebo jednodenní akce (např. dětský den, narozeninová oslava, atd.)

HROZBY

1) Nižší příjmy obyvatel

Klienti se budou snažit vybírat levnější varianty zájezdů bez animačních programů.

2) Obavy klientů

Obavy klientů z bezpečnostních důvodů, které snižují zájem o dovolenou v zahraničí.

3) Organizační plán a materiální vybavení hotelu

Nevyhovující či nedostatečné vybavení hotelu.

6 DISKUZE VÝSLEDKŮ

Cílem diplomové práce bylo zjistit pomocí ankety, zda je o animační služby ze strany veřejnosti zájem. Především o jaké služby je zájem, za jakých podmínek je lidé využívají, a zda se animačního programu účastní i osoby se specifickými potřebami. Dílčím cílem je zpracování podnikatelského projektu na založení firmy, která bude nabízet animační služby pro cestovní kanceláře a hotely.

Provedu-li shrnutí výsledků mé ankety, dojdou k zajímavému zjištění. Překvapující bylo, že 67 % respondentů odpovědělo, že neupřednostňují při výběru zájezdu takový, jehož součástí je animační program, ale 77 % pak uvedlo, že animační program přispěl k jejich celkové spokojenosti. Dokonce se zjistilo, že až 85 % dotazovaných se rádi animace účastní, jen každý volí jiný druh animace. Příčinou proč 67 % respondentů odpovědělo, že neupřednostňují při výběru zájezdu takový, jehož součástí je animační program, může být špatnou propagační nabídky animace u cestovních kancelářích.

Navíc nadpoloviční procento respondentů odpovědělo, že se dozvídá o animaci až na místě. Z toho vyplývá, že se neinformovaní klienti nemůžou dopředu připravit a často nemají s sebou patřičné oblečení či obuv, což můžou z vlastních zkušeností jen potvrdit. Klienti si často zapomínají do svého zavazadla přibalit například tenisky, neboť nepočítají s tím, že se mohou na dovolené setkat s aktivitami jako je jumping nebo spinning, při kterých je to bohužel nezbytné. A to potom ovlivňuje celkovou účast na těchto aktivitách. Přitom si za animační služby mnohdy nevědomky připlácí.

Pouze jedna třetina dotazujících se účastnila programu, kde byly zapojeny i osoby s postižením. To potvrzuje moje zkušenosti z dlouholeté praxe, kde jsem sama byla svědkem toho, že se osoby s postižením aktivit neúčastní. Důvodem bývá nepřipravenost animátorů, kteří nemají dostatek informací o tom, jak tyto osoby zapojit do aktivit. Dalším problémem může být nedostatek nabídky služeb, které by se soustředili na animaci i pro osoby se specifickými potřebami. V mé budoucí firmě budou animátoři speciálně proškolení a připraveni upravit aktivity tak, aby se jich mohli zúčastnit všichni včetně osob s různým handicapem.

Téměř 30 % dotazovaných nejvíce přesvědčí k aktivní účasti dobrý animátor. Ale v otevřené otázce by 9 lidí doporučilo změnit právě kvalitu animátorů. Hlavně by zlepšili jejich jazykové znalosti, dovednosti a celkovou profesionalitu. Animátoři většinou prochází výběrovým castingem, kde se vybírají pouze schopní a vhodní kandidáti na animátory.

Bohužel se to během jednoho dne nemusí vždy dobře odhadnout a zjistí se to až v průběhu sezóny. Touto analýzou jsem si potvrdila, jak je velice důležité vybrat dobrého animátora. K tomuto mi dopomůže školení animátorů, kde se budu snažit poskládat pouze kvalitní animační tým.

Co se týká limitů této práce, jedním z nich byl např. i fakt, že více než polovina respondentů byla ve věku 25 až 34 let. Dotazník tedy vyplňovali především mladí lidé (studenti). Tento výsledek mohlo ovlivnit to, že jsem k účasti na výzkumu oslovila všechny mé přátele na sociálních sítích, skupinu studentů oboru APA a ATV Fakulty tělesné kultury Univerzity Palackého v Olomouci, účastníky projektu Expedice Přes Bar, což jsou převážně studenti nebo mladí lidé v tomto věku. Oslovila jsem i rodiny s dětmi, na které jsem získala kontakt během mé animační praxe v zahraničí, ale zřejmě dotazník moc nevyplňovaly. Nejspíše i proto byly oblíbenou aktivitou převážně fitness a sportovní aktivity a například hlídání dětí v dětských klubech pro tuto skladbu respondentů nebylo tolik atraktivní. Vliv to mělo určitě také na výsledek u otázky preference české či mezinárodní animace. Studentům totiž už nedělá problém se dorozumět minimálně v anglickém jazyce. Dokonce z vlastních zkušeností vím, že si rádi cizí jazyk s animátorem během konverzace procvičí. Mladí lidé jsou obecně aktivnější a mohou si svůj volný čas sami naplánovat, a proto pouze 33 % respondentů upřednostňuje při výběru zájezdu takový, jehož součástí je animační program.

Mohla jsem oslovit pomocí osobního dotazování více rodin s dětmi nebo starších lidí. Také jsem si mohla zaplatit prémiové služby na Survio.cz a posbírat více odpovědí.

Měla jsem připravenou anketu, přes kterou jsem chtěla formou osobního dotazování získat data do mého výzkumu i od manažerů hotelů na Mallorce. Bohužel návratnost u ní, respektive ochota manažerů byla příliš nízká, a proto jsem vytvořila novou verzi ankety určenou pro širokou veřejnost, jakožto možného zákazníka mé firmy.

Ve své práci jsem vypracovala podnikatelský plán se všemi náležitostmi, které doporučují teoretické zdroje a pomohly mi stanovit finanční náročnost firmy.

V případě mé firmy, byl počáteční kapitálový výdaj na investici 100 000 Kč a čistý zisk vyšel 193 166 Kč. Lze vidět, že čistý zisk je již v prvním roce větší než počáteční kapitálový výdaj na investici.

7 ZÁVĚR

Ve své diplomové práci jsem se zabývala zjištěním, zda je o animační služby ze strany široké veřejnosti zájem. Dotazníkové šetření pomocí ankety bylo zaměřeno na lidi, kteří se v minulosti zúčastnili animačních služeb. Ve druhé části jsem zpracovala podnikatelský plán na založení firmy, která bude nabízet animační služby pro cestovní kanceláře a hotely.

Z výzkumu vyplynuly tyto závěry:

- Zájem o animační služby má 33 % respondentů.
- Dohromady se animačních aktivit účastní 85 % respondentů, což je většina dotazujících.
- Nadpoloviční většina respondentů se dozvídá o animaci až na místě.
- U oslovených více jak polovina nepreferuje žádný konkrétní jazyk, ve kterém budou animační programy realizovány.
- Oblíbenými aktivitami jsou zejména fitness (36 %) a sportovní (26 %) aktivity.
- K aktivní účasti na animaci přesvědčí dotazované nejvíce profesionální přístup animátora (29 %).
- Celkem 70 % respondentů se nesetkalo s animačním programem, kde by byly zapojeny i osoby se zdravotním postižením.
- 77 % dotazovaných odpovědělo, že animační program přispěl k jejich celkové větší spokojenosti v rámci zájezdu.
- Až 85 % respondentů bylo spokojeno se skladbou animačního programu.
- 42 % respondentů hodnotilo práci animátora známkou výborně.
- Nadpoloviční většina respondentů je ve věku 25 až 34 let.
- Nejvíce aktivní u vyplňování ankety byly ženy (76 %).
- 9 dotazovaných by doporučilo pro zlepšení animace přísnější výběr animátorů.

Dle zpracovaného finančního rozpočtu nebude firma ztrátová. Na základě výše uvedených výsledků, které potvrzují zájem o animační služby ze strany veřejnosti a s přihlédnutím k finančním propočtům uvedeným v podnikatelském plánu, se domnívám, že navrhovaný projekt na založení firmy zabývající se poskytováním animačních služeb je životaschopný a realizovatelný.

8 SOUHRN

V této práci jsem zjišťovala, zda je o animační služby zájem, za jakých podmínek je lidé využívají a zda se účastní aktivit i osoby se zdravotním postižením. Jako dílčí cíl jsem zpracovala podnikatelský plán na založení firmy, který bude nabízet animační služby pro cestovní kanceláře a hotely.

Diplomovou práci jsem rozdělila na teoretickou a praktickou část. V teoretické části jsem vymezila základní pojmy týkající se cestovního ruchu, animace, osob se zdravotním postižením, podnikatele, podniku, podnikatelského plánu a jeho obecné struktury.

Praktickou část jsem orientovala na výzkum pomocí ankety a na podnikatelský plán. Primární výzkum formou ankety jsem zacílila na lidi, kteří se v minulosti zúčastnili animačních služeb. Dotazováno bylo celkem 115 respondentů. Z výsledku ankety vyplývá, že se dotazovaní o animačních programech dozvídají až na místě po příjezdu a že se aktivně během zájezdu účastní animačních aktivit. Nicméně výsledky ukazují, že účast lidí se zdravotním postižením je malá. Výsledky ankety také zjistily, že osoba animátora přiláká na animační aktivity nejvíce. Dále průzkum potvrdil, že animace významně přispívá k celkové spokojenosti klientů během zájezdů.

V druhé části jsem představila firmu již s konkrétními představami pro budoucí realizaci. Zabývala se segmentem zákazníků, organizačně-právní formou podnikání, analýzou konkurence, kvalifikací zakladatelky, lidskými zdroji, organizačně logistickým zajištěním firmy, finančním plánem, zakladatelským rozpočtem, marketingem a SWOT analýzou. Dle finančního rozpočtu by měla být firma, která nabízí animační služby již v prvním roce zisková, a proto se jeví jako realizovatelná.

9 SUMMARY

In this diploma thesis I found out whether there is an interest in animation services, under what conditions people use them and whether also people with disabilities can participate in these activities. As a partial goal I wrote a business plan for a newly established company that offers animation services for clients such as travel agencies or hotels.

The thesis I divided into a theoretical and a practical part. In the theoretical part I defined basic terms related to tourism, animation, people with disabilities, business and entrepreneurship and the structure of a business plan.

The practical part I focused on research using a survey and writing a business plan. The primary research conducted through a survey was aimed at people who already had experience with animation activities. In total, 115 respondents were interviewed.

The results of the survey show that the respondents usually get informed about the animation activities on the place after arrival and that they actively participate in the animation activities. However, the outcome of the research shows that participation of people with disabilities is low. The survey shows that the personality of the animator is an essential aspect that attracts most of the people to take an active part in the animation programmes. Also, the survey validated the hypothesis that animation activities significantly contribute to the total satisfaction of clients on tours.

In the second part of the thesis I introduced the individual steps to establish the company. In this chapter I also dealt with the specification of the customer segment, the organisational structure, the legal form of business, the competition analysis, the qualification of the founder, human resources, and logistics of the company, the financial plan, budgeting, marketing and SWOT analysis. According to the financial estimates, the proposed company that offers animation activities should be profitable already in the first year of its operations; therefore it seems feasible.

REFERENČNÍ SEZNAM

- Baranyai, L. (2000). *Animácia skupín*. Bratislava: Združenie saleziánskej mládeže.
- Camarda, A., & Badau, D. (2010). Entertainment and sports animation-effects and benefits. *Ovidius University Annals, Series Physical Education & Sport/Science, Movement & Health*. 10(2). Retrieved from <http://eds.a.ebscohost.com/eds/pdfviewer/pdfviewer?vid=5&sid=58ae1ce4-968f-4255-98e3-ed94dc493ceb%40sdc-v-sessmgr02>
- Cerovic, Z. (1999). *Characteristics of animators in tourism animation in hotel tourism offer*. Opatija: Croatian Association of Hoteliers and Restaurateurs.
- Club med. (2015). *Historie Club Med*. Retrieved from <http://www.clubmed.cz/historia>
- Čech, J. (1998). *Malá encyklopedie cestovního ruchu*. Praha: Idea Servis.
- Černák, R. (2009). *Animátor volného času – Průručka pro začínajících animátorov. 1. vyd.* Bratislava: Pro-staff.
- Černák, R. (2011). *Animátor volného času*. Praha: Pro-staff.
- Drobná, D., & Morávková, E. (2010). *Cestovní ruch: pro střední školy a pro veřejnost*. Praha: Fortuna.
- Finance. (2018). *Studenti a podnikání: 6 věcí, na které si dát pozor*. Retrieved from <https://www.finance.cz/514607-student-podnikatel-socialni-a-zdravotni/>
- Finance. (2019). *Nové zálohy pro OSVČ v roce 2019*. Retrieved from <https://www.finance.cz/515713-minimalni-zalohy-osvc/>
- Fišerová, V. (2008). *Volný čas a jeho animace v cestovním ruchu*. Praha: Vysoká škola hotelová.
- Hanáková, P. (2014). *Cestovní ruch osob se zdravotním postižením*. Bakalářská práce, Univerzita Palackého, Fakulta tělesné kultury, Olomouc.
- Handlířová, P., Masák, J., Spalková, D., Syrovátková, J., & Šlechta, P. (2015). *Úvod do animace v cestovním ruchu*. Jablonec nad Nisou: Educa.
- Hisrich, R. D., Peters, M. D., & Shepherd, D. A. (2007). *Entrepreneurship. Starting, Developing, and Managing a New Enterprise*. New York: Irwin-McGraw Hill.
- Hoch, M., & Černušák, V. (1968). *Plavání*. Praha: Státní pedagogické nakladatelství.
- Indrová, J. (2009). *Cestovní ruch: (základy)*. Vyd. 2. Praha: Oeconomica.
- Jaffari, J. (2000). *Encyclopedia of Tourism*. London: Routledge.

- Jakovlev, Z., Koteski, C., & Bardarova, S. (2013). Animator roles in enriching the content of tourist stay. *Journal of Tourism and Hospitality Management*, 2(3), 133-139. Retrieved from file:///C:/Users/Uživatel/AppData/Local/Packages/Microsoft.MicrosoftEdge_8wekyb3d8bbwe/TempState/Downloads/AnimatorsRolesinEnrichingtheContentofTouristStay%20(1).pdf
- Jelínková, M., & Netušil, R. (1999). *Autismus I: problémy komunikace dětí s autismem*. Praha: Institut pedagogicko-psychologického poradenství.
- Jesenský, J. (2002). *Základy komprehenzivní tyflopédie I. Přehled systému komprehenzivní tyflopédie*. Hradec Králové: Gaudeamus.
- Kiráľová, A., & Straka, I. (2013). *Vliv globalizace na marketing destinace cestovního ruchu*. Praha: Ekopress.
- Klasifikace zrakového postižení ČSZPS (2015). Retrieved from http://www.sport-nevidomych.cz/index.php?dir=klasifikace&page=klasifikace_v_CR
- Komerční banka (2019). Profi úvěr Start. *Úvěr na rozjezd vašeho podnikání*. Retrieved from <https://www.kb.cz/cs/podnikatele-a-male-firmy/financovani/na-cokoli/profi-uver-start>
- Košťan, P., & Šuleř, O. (2002). *Firemní strategie, plánování a realizace*. Praha: Computer Press.
- Kotíková, H. (2013). *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. Praha: Grada.
- Kovář, F., & Krchová, H. (2007). *Strategický management*. Praha: Vysoká škola ekonomie a managementu.
- Krása, V. (n.d.). *Zásady správné komunikace s osobami s pohybovým postižením*. Retrieved from http://www.diverzitaproozp.cz/system/files/zasady_telesne_postizeni.doc
- Križanová, D. (2005). *Teoria a metodika animačných činností I*. Bratislava: SPN – Mladé letá.
- Kudláček, M., & Ješina, O. (2013). *Integrovaná tělesná výchova, rekreace a sport*. Olomouc: Univerzita Palackého.
- Kudláček M., Spurná, M., Ješinová, L., Honzátková, L., Pokuta, J., Gregor, M., ... Alina, P. (2013). *Aplikované pohybové aktivity osob s tělesným postižením*. Olomouc: Univerzita Palackého.
- Ludíková, L., & Stoklasová, V. (2005). *Tyflopédie pro výchovné pracovníky*. Olomouc: Univerzita Palackého.

- Michalík, J. (2000). *Školská integrace dětí s postižením*. Olomouc: Univerzita Palackého.
- Orieška, J. (1999). *Technika služeb cestovního ruchu*. Praha: Idea Servis.
- Panská, S. (2013). *Aplikované pohybové aktivity osob se sluchovým postižením*. Olomouc: Univerzita Palackého.
- Parmová, D., (2004). *Řízení služeb: Služby*. České Budějovice: Jihočeská univerzita.
- Peníze (2017). *Jak založit živnost. Krok za krokem*. Retrieved from <https://www.penize.cz/podnikani/328279-jak-zalozit-zivnost-krok-za-krokem>
- Srpová, J., & Řehoř, V. (2010). *Základy podnikání. Teoretické poznatky, příklady a zkušenosti českých podnikatelů*. Praha: Grada.
- Srpová, J., Svobodová, I., Skopal, P., & Orlický, T. (2011). *Podnikatelský plán a strategie*. Praha: Grada.
- Struck, U. (1992). *Přesvědčivý podnikatelský plán*. Praha: Management Press.
- Synek, M., & Kislíngerová, E. (2015). *Podniková ekonomika: 6. přepracované vydání*. Praha: C.H.Beck,
- Ulbrich, T. (2012). *Animace v hotelnictví a cestovním ruchu*. Brno: Vysoká škola obchodní a hotelová.
- Veber, J., & Srpová, J. (2008). *Podnikání malé a střední firmy*. Praha: Grada.
- Vítková, M. (2003). *Integrativní školní (speciální pedagogika). Základy, teorie, praxe*. Brno: MSD.
- Zelenka, J., & Pásková, M. (2012). *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Praha: Linde
- Zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník.
- Zákon č. 455/1991 Sb., živnostenský zákoník

PŘÍLOHY

Příloha 1. Formulář ankety pro zjištění zájmu o animační služby

Příloha 2. Cenová kalkulace pojištění u ČSOB

Příloha 1. Formulář ankety pro zjištění zájmu o animační služby

Dobrý den,

jmenuji se Monika Vodičková a ráda bych Vás požádala o vyplnění následujícího dotazníku k mé diplomové práci, který se týká zjištění zájmu o animační služby v nabídce cestovních kanceláří a hotelů.

Dotazník je určen lidem, kteří se zúčastnili zájezdu s nabídkou animačních služeb.

Najdete zde třináct otázek, které by Vám neměly zabrat více jak pět minut času.

Vyplněním dotazníku mi velice pomůžete se zpracováním mé diplomové práce.

1. Upřednostňujete při výběru zájezdu takový, jehož součástí je animační program?

Vyberte jednu odpověď

- a) Ano
- b) Spíše ano
- c) Ne
- d) Spíše ne

2. Účastníte se takovýchto programů?

Vyberte jednu odpověď

- a) Ano (osobně, děti, rodina)
- b) Pouze pasivně (pozorováním)
- c) Ne vyhýbám se

3. Jak jste se dozvěděl/a o animačních programech?

Vyberte jednu odpověď

- a) Z minulých let
- b) Uvedeno v katalogu
- c) Na místě (od animátorů nebo ostatních cestujících)
- d) V hotelu (na recepci nebo informační tabuli)
- e) Jinak

4. Preferujete český nebo mezinárodní animační program?

Vyberte jednu odpověď

- a) Český
- b) Mezinárodní
- c) Nemám preferenci

5. Které z nabízených animačních aktivit se nejraději účastníte?

Vyberte jednu odpověď

- a) Sportovní aktivity (např. volejbal, fotbal, vodní pólo, pétangue ...)
- b) Fitness aktivity (např. aquaerobic, zumba, yoga, spinning, posilování ...)
- c) Dětské kluby (hlídání a aktivity pro děti)
- d) Relaxační aktivity (např. výroba pleťové masky, masáže, relaxační cvičení ...)
- e) Večerní programy (např. kulturní aktivity, diskotéky, společenské hry ...)
- f) Neúčastním se

6. Co Vás přesvědčí k aktivní účasti na animačních programech?

Vyberte jednu odpověď

- a) Originální pozvání k účasti (např. osobní pozvání v kostýmu, drobná odměna za účast ...)
- b) Profesionální přístup animátora (osoba animátora)
- c) Bohatá nabídka animačních programů

- d) Skvěle provedená aktivita, kterou jsem měl/a možnost již vidět
- e) Novinka, kterou jsem ještě nevyzkoušel/a
- f) Doporučení od ostatních klientů
- g) Aktivity, které jsou ve větším soukromí
- h) Přesvědčí mě místo realizace
- i) Rozhoduje čas, kdy se aktivita koná
- j) Pokud mohu jít s někým (např. chce se účastnit moje dcera /manžel, tak to je důvod, proč se účastním i já)
- k) Možnost rodičů dát dítě do dětského klubu, aby měli čas na danou aktivitu
- l) Jiné důvody

7. Setkal/a jste se s animačním programem, kde byly zapojeny i osoby s postižením?

Vyberte jednu odpověď

- a) Ano
- b) Ne

8. Přispěl animační program k celkově větší spokojenosti v rámci zájezdu?

Vyberte jednu odpověď

- a) Ano
- b) Spíše ano
- c) Ne
- d) Spíše ne

9. Byla skladba animačního programu dostatečná a bylo z čeho vybírat?

Vyberte jednu odpověď

- a) Ano
- b) Spíše ano
- c) Ne
- d) Spíše ne

10. Jak jste byl/a spokojena s prací animátorů? Vyberte známku jako ve škole

1(nejlepší) - 5 (nejhorší)

Vyberte jednu odpověď

- a) 1
- b) 2
- c) 3
- d) 4
- e) 5

11. V jaké jste věkové kategorii?

Vyberte jednu odpověď

- a) 15-24
- b) 25-34
- c) 35-44
- d) 45-54
- e) 55-64
- f) 65-74
- g) 75+

12. Jakého jste pohlaví?

Vyberte jednu odpověď

- a) Muž
- b) Žena

13. Co můžete doporučit pro zlepšení animačních programů?

Vypište slovně

Příloha 2. Cenová kalkulace pojištění u ČSOB



Cenová kalkulace - pojištění Individuální CP Pro klienta: Monika Vodičková Číslo: 1519185

ČSOB Pojišťovna, a. s., člen holdingu ČSOB zájemce o pojištění výslovně upozorňuje, že tato cenová kalkulace v žádném případě není nabídkou (návrhem) pojistné smlouvy ve smyslu ustanovení § 1731 a násl. a § 2758 zákona č. 89/2012 Sb. občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů (dále také jen „OZ“), ani není smlouvou o smlouvě budoucí ve smyslu ustanovení § 1785 a násl. OZ. Tato právně nezávazná cenová kalkulace sama o sobě nevyvolává žádné právní účinky a nemůže sama o sobě vést ke vzniku pojištění v ní specifikovaného.

ÚDAJE O POJIŠTĚNÍ

Tarif Individuální		Varianta Zahraničí		
Uzemní platnost Evropa		Typ cesty Rekreační sporty	Druh cesty Pracovní cesta manuální	
Datum uzavření pojistné smlouvy 11.03.2019	Počátek pojištění 01.05.2019	Datum zahájení zájezdu 01.05.2019	Konec pojištění 31.08.2019	Počet dní 123

POJIŠTĚNÉ OSOBY

děti do 18 let vč.	dospělí od 19 do 69 let	dospělí od 70 let vč.
0	5	0

ROZSAH POJIŠTĚNÍ

Pojištění léčebných výloh (LV)		Limit pojistného plnění 3 500 000 Kč	
Denní pojistné / osoba (rodina)	děti do 18 let vč.	dospělí od 19 do 69 let	dospělí od 70 let vč.
		26 Kč	
Celkové denní pojistné za LV	130 Kč	Celkové pojistné za LV	15 990 Kč

Asistenční služby: Automatickou součástí pojištění LV jsou základní asistenční služby. Rozšířené asistenční služby jsou součástí pojištění LV při sjednání limitu pojistného plnění v pojištění LV 7 ml. a vyššího. Pokud je v pojistné smlouvě uveden tarif Roční karta, poskytnou pojištěl rozšířené asistenční služby k pojištění LV, a to bez ohledu na výši sjednaného limitu pojistného plnění.

Pojištění úrazu	Pojistná částka - Smrt následkem úrazu 200 000 Kč	Pojistná částka - Trvalé následky úrazu (od 10 %) 400 000 Kč
	Denní odškodné za léčení úrazu od 29. dne (max. 365 dní) 50 Kč / den	Jednorázové odškodné za hospitalizaci 1 000 Kč
Denní pojistné / osoba (rodina)	jednotlivec 3 Kč	rodina
Celkové denní pojistné za pojištění úrazu	15 Kč	Celkové pojistné za pojištění úrazu 1 845 Kč

Pojištění odpovědnosti za újmu	Limit pojistného plnění - Na zdraví nebo uštkáním / Maječková újma 4 000 000 Kč / 2 000 000 Kč	
Denní pojistné / osoba (rodina)	jednotlivec 5 Kč	rodina
Celkové denní pojistné za pojištění odpovědnosti za újmu	25 Kč	Celkové pojistné za pojištění odpovědnosti za újmu 3 075 Kč

Sleva 0,00 %	Celkové jednorázové pojistné a cena za asistenční služby před slevou 20 910 Kč
------------------------	--

Celkové jednorázové pojistné a cena za asistenční služby po slevě **20 910 Kč**

Kalkulace pojištění vytvořena dne: 11. 3. 2019

Tato kalkulace pojištění platí do konce kalendářního měsíce, ve kterém byla vytvořena.