Univerzita Palackého v Olomouci

Fakulta tělesné kultury

Fakulta
tělesné kultury

NÁVRH OPTIMALIZOVANÉHO PROJEKTU MODERNÍHO FITCENTRA NA ZÁKLADĚ ANALÝZY SILNÝCH A SLABÝCH STRÁNEK VYBRANÝCH FITCENTER NA ÚZEMÍ MĚSTA OLOMOUCE

Bakalářská práce

Autor: Silke Pařízková

Studijní program: Tělesná výchova a sport se zaměřením na vzdělávání se specializacemi

Vedoucí práce: Mgr. Vítězslav Prukner, Ph.D.

Olomouc 2022

Bibliografická identifikace

Jméno autora: Silke Pařízková

Název práce: Návrh optimalizovaného projektu moderního fitcentra na základě analýzy silných a slabých stránek vybraných fitcenter na území města Olomouce

Vedoucí práce: Mgr. Vítězslav Prukner, Ph. D.

Pracoviště: Katedra sportu

Rok obhajoby: 2022

Abstrakt:

Předložená bakalářská práce se zaměřuje na analýzu olomouckých fitcenter a jejich silných a slabých stránek. Bakalářská práce si jako hlavní cíl klade vytvoření optimalizovaného projektu moderního fitcentra na území města Olomouce. Nejdříve je však důležité pojetí tohoto tématu z teoretického hlediska. Jako první popisuji zdravý životní styl a determinanty zdraví. Dále charakterizuji pojem fitness, jeho počátky, až po samotná fitness centra a nejnovější trendy v této oblasti. Na teoretickou část věnovanou právě zdravému životnímu stylu, spánku, výživě i samotnému pohybu navazuje část praktická, která má za cíl provedení analýzy pomocí případové studie, SWOT analýzy a vyhodnocení, ze kterého vyvozuji samotné závěry mé bakalářské práce.

Klíčová slova:

Zdravý životní styl, fitcentra, výživa, pohyb, fitness, fitness centra

Souhlasím s půjčováním práce v rámci knihovních služeb.

Bibliographical identification

Author: Silke Pařízková

Title: Proposal of an optimized project of a modern fitness center based on the analysis of strengths and weaknesses of selected fitness centers on the territory of the city of Olomouc

Supervisor: Mgr. Vítězslav Prukner, Ph. D.

Department: Department of Sport

Year: 2022

Abstract:

The presented bachelor thesis focuses on the analysis of Olomouc fitness centres and their strengths and weaknesses. The main aim of the bachelor thesis is to create an optimized project of a modern fitness centre in the city of Olomouc. First of all, however, it is important to conceptualize this topic from a theoretical point of view. I first described healthy lifestyle and determinants of health. Next, I characterized the concept of fitness, its origins, to the fitness centers themselves and the latest trends in this area. The theoretical part dedicated specifically to healthy lifestyle, sleep, nutrition and exercise itself is followed by the practical part, which aims to conduct an analysis using a case study, SWOT analysis and evaluation, from which I draw the actual conclusions of my bachelor thesis.

Keywords:

Healthy lifestyle, fitness centre, nutrition, movement, fitness

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

Prohlašuji, že jsem tuto práci zpracovala samostatně pod vedením Mgr. Vítězslava Pruknera, Ph. D., uvedla všechny použité literární a odborné zdroje a dodržovala zásady vědecké etiky.

V Olomouci dne 26. dubna 2022

.....

Děkuji vedoucímu bakalářské práce panu Mgr. Vítězslavu Pruknerovi, Ph. D. za odborné vedení, poskytnuté rady a připomínky, které mi po celou dobu vypracovávání mé bakalářské práce poskytoval. Dále bych chtěla poděkovat mé rodině a mým přátelům, za velkou podporu během mého vysokoškolského studia.

OBSAH

Obsah 7
1 Úvod 9
2 Přehled poznatků 10
2.1 Zdraví 10
2.1.1 Determinanty zdraví 10
2.1.2 Duševní zdraví 11
2.2 Zdravý životní styl 11
2.2.1 Spánek 12
2.2.2 Výživa 12
2.2.3 Pohybová aktivita 13
2.2.4 Komunální rekreace 14
2.3 Fitness 14
2.3.1 Historie fitness 15
2.4 Fitcentra 16
2.4.1 Dělení fitcenter 16
2.4.2 Management ve fitness centrech 17
2.4.3 SWOT analýza 19
2.4.4 Trendy ve fitcentrech 19
2.4.5 Nabídka skupinových lekcí v olomouckých fitcentrech 20
2.4.6 Fitcentra na území města Olomouce 24
3 Cíle 25
3.1 Hlavní cíl 25
3.2 Dílčí cíle 25
4 Metodika 26
4.1 Výzkumný soubor 26
4.2 Metody sběru dat 27
4.3 Popis případových studií 28
5 Výsledky 29
5.1 Výsledky výzkumného šetření 29

5.2 SWOT analýza jednotlivých fitcenter 30
5.2.1 SWOT analýza – Infitness 30
5.2.2 SWOT analýza – NUTREND WORLD 35
5.2.3 SWOT analýza – OMEGA centrum sportu a zdraví 40
5.2.4 SWOT analýza – FITNESS CENTRUM AC BALUO 45
5.2.5 SWOT analýza – Fitcentrum Na Tribuně 49
6 Diskuse 54
7 Závěry 55
8 Souhrn 56
9 Summary 57
10 Referenční seznam 58
11 Přílohy 61

1 ÚVOD

V dnešní uspěchané době plné pracovních povinností a vysokých společenských nároků, je velmi důležité, aby byl pravidelný a cílený pohyb součástí našeho odpočinku. Z historického hlediska byl sport součástí zábavy, kdežto v dnešní době se dá brát i jako trend. Spolu s veganstvím, raw stravou a spoustou dalších nutričních alternativ, tvoří populární zdravý životní styl, o kterém můžeme číst ve spoustě lifestylových magazínech, sledovat v naučných pořadech v televizích nebo je nám dokonce podsouván influencery na sociálních sítích.

Pro mne je téma zdravého životního stylu velmi blízké. Již od útlého dětství jsem cvičila aerobik, kde je důležitý nejen sportovní výkon, ale také vzhled. Bylo mi tedy od velmi mladého věku vštěpováno, jak správně jíst, pít, spát a trávit svůj volný čas. Postupem času jsem také pronikla do trenérské sféry právě aerobiku, která šla ruku v ruce s trénováním ve fitness centrech, kde jsem začala věřit, že můj dětský sen – provozovat své vlastní fitness, by se mohl stát skutečností. Fitcentra jsou díky jejich popularitě podrobena velkým konkurenčním bojům, a tak musí neustále přicházet s novými inovacemi, aby k sobě nepřetržitě lákaly nové klienty a zároveň nepřicházely o ty stávající. Výhodou pro ně je, že lidé jsou v dnešní době ochotni zaplatit velké peníze za odborný dozor ve fitness centru nebo inovativní skupinové lekce.

Aby fitness centrum dokázalo dobře fungovat, je nutné, aby mělo kvalitně sestavenou marketingovou strategii, bezchybný management a musí stavět na určité cílové skupině. Má bakalářská práce se zaobírá pěti fitness centry na území města Olomouce, které jsou určené pro klienty bez zvláštních specifických potřeb a díky tomu cílí na širokou veřejnost tohoto města. Bakalářská práce je rozdělena na dvě části. Teoretickou, ve které popisuji zdraví a jeho determinanty. Dále nastíním historii fitness, poukáži na důležitost správného managementu a zmíním nejnovější trendy týkajících se skupinových lekcí v olomouckých fitcentrech. Praktická část mé bakalářské práce se zaměřuje na analýzu silných a slabých konkrétních fitness center v Olomouci, na základě ankety s klientelou těchto center. Dále jsem u každého z nich vypracovala SWOT analýzu, kde jsem zmínila danou problematiku a zároveň můj pohled, jak podpořit silné stránky a příležitosti a eliminovat slabé stránky a hrozby.

2 PŘEHLED POZNATKŮ

2.1 Zdraví

Podle světové zdravotnické organizace (WHO) je zdraví definováno jako stav úplné tělesné, psychické, duševní a sociální pohody a nikoli jen jako absenci nemocí či vad (WHO, 1946). Později byla tato definice doplněna a upřesněna. V roce 2000 se tedy přidala k předchozí charakteristice také schopnost vést sociálně a ekonomicky produktivní život. Avšak tento stav v lidském těle není trvalý a podle WHO se až 95 % lidí v dnešní společnosti bere jako nemocných nebo postižených (nepohodou, vadou) (Vos & Barber, 2015).

Z hlediska biomedicíny pojem zdraví odpovídá standartnímu, správnému, normálnímu vybavení a fungování lidského těla ve všech jeho systémech a stránkách. Zdraví můžeme oslabovat, ale i posilovat. Pakliže cvičíme, zlepšujeme kondici, zdatnost, výkonnost. (Křížová, 2018) Nejedná se tedy o izolovaný jev, jelikož ho za pomocí našeho životního stylu, který patří k nejdůležitějším determinantům zdraví, můžeme z velké části ovlivňovat (Kebza, 2005).

2.1.1 Determinanty zdraví

Determinanty neboli klíčové faktory pro zdraví člověka můžeme definovat jako ekonomické, společenské a osobní faktory a faktory životního prostředí, které se vzájemně ovlivňují a zároveň ovlivňují zdravotní stav člověka jako jedince, skupiny lidí, případně společnosti (Nutbeam, 1998).

Základní determinanty dělíme na vnitřní a vnější. Jsou vzájemně propojeny, působí na zdravotní stav jedince a výrazně jeho zdravotní stav ovlivňují (ať už pozitivně nebo negativně). Jsou to:

- Životní styl (50-60 %)
- Genetické předpoklady (10-15 %)
- Socioekonomické faktory a životní prostředí (20-25 %)
- Úroveň a dostupnost zdravotní péče (10-15 %)

Svým způsobem má člověk možnost ovlivňovat tyto determinanty zdraví tím, jak bude přistupovat ke svému životnímu stylu. Ať už provozovanými aktivitami, zvyky, návyky nebo „laděním psychiky“, což se týká úrovní osobní pohody (Kebza, 2005).

2.1.2 Duševní zdraví

Duševní zdraví je dle Světové zdravotnické organizace (WHO) definováno jako stav pohody, při kterém je osoba schopna realizovat své schopnosti, být produktivní, přispívat do společnosti a vyrovnávat se s běžnou zátěží (World Health Organization, 2001). Obecně je cílem duševního zdraví podporovat za pomocí duševní hygieny osobní pohodu, dbát na prevenci proti poruchám, podporovat léčbu a rehabilitaci osob, které mají s duševními poruchami problém (Míček, 1984).

K naplnění duševní rovnováhy ve všech těchto oblastech využívá duševní hygiena prvky jako například: masáže, hudbu, pohyb, relaxaci, životní styl a filozofii (Blahutová, Řehulka & Dvořáková, 2005).

Duševní zdraví je tedy jak pro jedince, tak pro společnost velmi důležitým faktorem. Jeho smysl je především jako:

1. Prevence psychických a tělesných nemocí
2. Ovlivňuje sociální vztahy
3. Významný pro subjektivní spokojenost
4. Zvyšuje pracovní schopnost (Míček, 1984).

2.2 Zdravý životní styl

Zdravý životní styl je velice rozsáhlou kapitolou, která je velice často popisována tak, že jednotlivé kategorie s sebou nemají na první pohled nic společného, ale přeci jen se navzájem doplňují tak, že společně aktivují psychické a fyzické zdraví jedince (Mirowsky et al., 1998). Pokud bychom se bavili o konkrétních kritériích, které nám dohromady tvoří zdravý životní styl, několik vědeckých článků a studií se opírá především o těchto šest požadavků (Olsen et al., 2004):

1. Nekouřit
2. Být psychicky odolný
3. Být tělesně aktivní
4. Konzumovat alkohol jen v rozumné míře
5. Jíst dostatek ovoce a zeleniny
6. Udržovat si zdravou tělesnou hmotnost

Všechny z těchto výše uvedených požadavků představují kombinaci pro udržení roviny zdravého životního stylu. Jejich porušování může mít být pro tělo doslova rizikové (Gochman, 1997).

Mezi aspekty zdravého životního stylu mimo jiné patří také zdravá a správná výživa, spánek nebo dostatečný pohyb (Šimik, 2013).

2.2.1 Spánek

Přestože spánkem trávíme přibližně jednu třetinu našeho života, není mu věnovaná až taková pozornost. V dnešní době je již známo, že spánek vysoce ovlivňuje fyzický i psychický stav člověka, tedy celkově naše zdraví a výkon. V běžném životě nepatří otázka *„Jak spíte?“* k těm, na které by se vás váš praktický lékař zeptal při běžné preventivní prohlídce (Idzikowski, 2012).
Díky vyspělým technologiím, které nám v dnešní době život velmi usnadňují a pomáhají natolik, že už bychom si bez nich náš běžný den jen stěží dokázali představit, v některých zdravotních souvislostech nám ale naopak náš život spíše komplikují. Ku příkladu vynález žárovky. Díky tomuto vynálezu se běžná pracovní doba prodloužila až o 20 %. Vzniká tu jasná souvislost mezi obezitou populace a prodlouženou pracovní dobou. Většina lidí totiž po práci vyhledává spíše sedavé aktivity než aktivity fyzicky náročnější. Možná je i souvislost s kratší dobou pro realizaci svých aktivit jako např. sport, čas strávený s rodinou, osobní život, což přináší do života více stresu a podněcuje tak k nespavosti (Magee, 2011).
Zkrácení spánku vede mimo jiné také k vyšším příjmům, co se týče potravy. Lidé, kteří méně spí, mají více času k tomu, aby během dne přijali více potravy (Dohnal, 2013).

2.2.2 Výživa

V dnešní době máme k dispozici hned několik studií, které nám říkají, že správná výživa je pro naše zdraví velmi důležitá. Dokonce se prokázalo, že správná výživa v dětství má vysoký vliv na výskyt rizika vlivu civilizačních chorob v dospělosti (Velemínský, 2009). Nesprávně nastavená strava může dopomoci k rozvoji akutních zdravotních obtíží. Nedostatečné množství přijímaných potravin a nekvalitní složení stravy v dlouhodobém horizontu může vést k chorobám typu bulimie a mentální anorexie. Naopak nadměrná konzumace jídla, které je bohaté na tuky, cukry, konzervanty, vede k přejídání a může způsobovat obezitu, choroby kardiovaskulárního systému, diabet, degenerativní a onkologické onemocnění (Wilkinson & Marmot, 2005).
Správná strava by měla býti kaloricky vyváženou, kvalitní a měla by zahrnovat především bílkoviny, vlákninu, ovoce a zeleninu s omezeným množstvím tuků a cukrů (Velemínský, 2009). Mimo jiné je také správná strava úzce spojena se zdravým životním stylem a dostatečnou tělesnou aktivitou.

2.2.3 Pohybová aktivita

Pohyb charakterizujeme jako základní ukazatel existence živočichů, jako naší základní a hlavní potřebou. Z fyziologického hlediska se jedná o svalovou kontrakci, která nám zvyšuje energetický výdej.

Pohybová aktivita patří k základním elementům, které nám přispívají ke zkvalitnění našeho života a k celkovému zdraví (Mužík & Krejčí, 1997).

Hlavní funkce pohybových aktivit jsou především:

1. Rozvoj fyzické zdatnosti a odolnosti
2. Upevnění zdraví
3. Uspokojení přirozené potřeby pohybu
4. Zotavení po psychicky náročné zátěži
5. Příjemný prožitek
6. Výchovné aspekty = usměrnění jedince tím, že je ovlivněn názory a postoji lidí, se kterými se setkává na dané fyzické aktivitě (Jansa & Dovalil, 2007).

Mezi hlavní důvody, proč pohybovou aktivitu provozovat patří v dnešní době především estetické hledisko, tedy úprava a redukce hmotnosti. Dále také snížení stresu z pracovního prostředí nebo zvýšení fyzické kondice. Bohužel se mezi dospělou populací v dnešní době nesetkáváme tolik s případy, kdy se daná pohybová aktivita vykonává „jen tak“ pro radost. Hlavním důvodem je již zmíněná prodloužená pracovní doba a vyhledávání spíše sedavých aktivit, ale také neznalost pohybových aktivit a jak je vykonávat, špatné počasí nebo obava, že díky neznalosti správné techniky si aktivitou ublíží (Bunc, 2014).

Není pochyb, že mezi pohybovou aktivitou a zdravím je velmi důležitý vztah. Na nás (nebo na osobě způsobilé pro posouzení (např. lékař, certifikovaný trenér ve fitcentru či jiný odborník v oblasti zdravého životního stylu) je abychom si vybrali pro nás vhodnou pohybovou aktivitu. V potaz bychom měli brát zajisté naší fyzickou zdatnost, místo bydliště, aktuální zdravotní stav, náš věk, pohybové předpoklady a možnosti nebo možnosti finanční a časové. V neposlední řadě také jaký chceme, aby naše pohybová aktivita měla cíl. Zda zredukovat hmotnost, nabýt fyzickou kondici aj. Proto bychom měli zvážit tyto čtyři záležitosti, které by nám v naší nerozhodnosti měli pomoci (Hendl & Dobrý a kol., 2011):

Zkratka „FITT“ (z anglického jazyka tedy: Frequency, Intensity, Time and Type), která hovoří o těchto determinantech:

F – Frekvence – minimální frekvence by měla být 3x týdně, po dobu nejméně třiceti minut

I – Intenzita – intenzita je závislá na všech ostatních determinantech a je zároveň rozhodující v případě efektu aplikované pohybové aktivity

T – Doba trvání dané pohybové aktivity – minimální doba jedné tréninkové jednotky by podle Bunce (2006) měla být 30 minut, avšak optimální se bere rozmezí mezi 45–60 minutami v závislosti na intenzitě cvičení

T – Druh dané pohybové aktivity – druh by měl vycházet především našeho cíle pro danou pohybovou aktivitu. Avšak jakmile zapojíme do cvičení největší svalové skupiny (trup a dolní končetiny) dosáhneme tím největšího efektu v oblasti.

Pohybová aktivita je také charakterizována svou pravidelností, dlouhodobějším charakterem a lze u ní předpokládat pozitivní změny v našem organismu (Frömel, Novosad & Svozil, 1999).

2.2.4 Komunální rekreace

Komunální (občas také označována jako komunitní) rekreace je pojem, který označuje organizované trávení volnočasových aktivit na určitém území nebo v určité oblasti.

V zájmu každého státu, či menších společenství jako jsou města, kraje a obce by měla být motivace občanů všech věkových i sociálních skupin k vykonávání pohybových aktivit v daném území. Poskytnout jim možnost využívat prostory i materiální vybavení, které danému celku přísluší. Nemusí jít konkrétně o aktivity spojené čistě s formou sportu a pohybu, ale také o zájmové činnosti typu hudební a výtvarné kroužky, kutilství či zahrádkaření (Dohnal, 1997). V této práci se budeme zaobírat těmi, které mají ryze sportovní charakter.

2.3 Fitness

Definici slova fitness můžeme hlouběji chápat jako pohybovou aktivitu, která je provozována na místech, které pro ni mají předpoklady ve svém vybavení. Jsou to fitcentra, venkovní workoutová hřiště, či jiná místa pro fitness určená. Náplní návštěv fitcenter je posílení a procvičení svalových partií celého těla za pomocí různých strojů, os, činek, tréninkových trenažérů a dalšího druhu náčiní. Avšak fitness není jen a pouze o tělesné stránce jedince, nýbrž o jeho celkové zdatnosti (Stejskal, 2004).

Do oblasti fitness patří těchto pět oblastí (Blahušová, 1995):

1. Kardiorespirační vytrvalost – nejdůležitější složka fitness, jejím úkolem je redukovat negativní složky vzniklé při konání fyzické aktivity, má pozitivní důsledky na zlepšení kardiovaskulárních a kardiorespiračních funkcí
2. Svalová síla – schopnost vyvinout maximální možnou sílu proti jakémukoliv odporu, dále je charakterizována krátkým trváním, ale vysokou sílou, jako např. mrtvý tah
3. Kloubní pohyblivost – jinými slovy flexibilita, se kterou se dá navíc za pomocí protahovacích cviků do jisté míry pracovat, jejíž hlavní funkcí je správné a bezpečné provádění cviků vůči kloubům, vazům a šlachám
4. Svalová vytrvalost – vytrvalost svalové kontrakce nebo také schopnost vykonávat opakovaně svalovou kontrakci proti odporu
5. Složení těla – poměr mezi podkožním tukem a svalovou hmotou, kdy by měla výrazně převládat v těle svalová hmota nad podkožní tukovou

Podle Koloucha a Boháčkové (1994) má posilování na člověka velmi dobrý vliv, především na jeho organismus, ať už jde o dospělé ženy a muže nebo mládež právě v těchto oblastech:

1. Kardiovaskulární systém – zvyšuje aerobní kapacitu, dále má pozitivní vliv na složení krevních lipidů a také pozitivně působí na některé druhy hypertenze
2. Složení těla – brání poklesu svalové hmoty, udržuje (nebo zvyšuje) podíl aktivní svalové hmoty, je prevencí proti zvýšení nepotního tuku
3. Psychika – upevňuje a zvyšuje sebevědomí a jistotu v sám sebe a vlastní sílu, zajišťuje přenos kladných psychických vlastností, je prevencí proti vytváření negativních vzorců chování, zdokonaluje vnímání signálů, které od těla dostáváme a zkvalitňuje proces znovuobnovení síly
4. Hybný systém – je prevencí proti svalové atrofii, zvyšuje pevnost kostí, předchází poškození kloubů a svalovým dysbalancím, snižuje riziko poranění, urychluje rehabilitaci po zraněních
5. Energetický metabolismus – udržuje vyšší úroveň výdeje energie, pomáhá k tomu, aby si člověk vytvořil zdravé stravovací návyky

2.3.1 Historie fitness

Lidé si již od počátku naší existence udržovali (i když nevědomky) svou kondici. Především z důvodu každodenních situacích, které je potkávaly (např. za dob lovců mamutů k lovu těchto zvířat). Avšak starověké civilizace začaly budovat myšlenku, že fyzická aktivita je spojena s dobrým pocitem při konání nebo poté (Brooks, 2003).

Počátek fitness se tedy píše již od dob starověkého Řecka a Říma. Fitness totiž neodmyslitelně patří ke kulturistice, která má právě tady své kořeny. V Řecku, v tehdejších olympijských hrách a v Římě, ve hrách gladiátorských. Přesto se však fitness ve 20. století začalo odlišovat, až se nakonec oddělilo úplně (Thorne & Embleton, 1998).

Na počátku 20. století ve Spojených státech amerických začal své myšlenky realizovat americký kulturista Jack Lalanne, jehož ideou bylo vytvoření prvních systémů posilovacích cviků, sestavení jednoduchého nářadí a utvoření speciálních cvičebních programů. Dalším významným představitelem tohoto oboru byl Angličan Eugen Sandow, který se zasloužil o vznik nového pojmu „body building“. Účelem cvičení bylo podle něj sledování a ovlivnění tvaru a rozměrů těla (Brooks, 2003).

V Československu se historie fitness a fitcenter pro širší obyvatelstvo začala psát po roce 1989. Do té doby tu tento pojem prakticky neexistoval. V těchto letech vznikl také Svaz kulturistiky. Soukromá fitcentra vznikala na počátku 90. let, ale bylo prakticky nemožné, aby se do nich širší veřejnost dostala a mohla je pravidelně používat. Jejich zakladateli byli především kulturisté (Kleiner, 2010). Od roku 2000 patří provoz fitcenter mezi živnosti, ke kterým je zapotřebí získání vysokoškolského vzdělání v tělovýchovném zaměření. Také instruktoři fitness musí vykonávat řadu přezkušování a absolvovat kurzy s akreditací Ministerstva školství, mládeže a tělovýchovy České republiky (Stackeová, 2008).

2.4 Fitcentra

Fitcentrum je prostorná, moderní, osvětlená a větratelná místnost, která je vybavená zařízeními umožňující budování a posilování svalstva člověka (jednoruční činky, lavičky, žebřiny, hrazdy a další posilovací stroje a přístroje). Měla by disponovat zrcadly, reproduktory (ze kterých se pouští moderní hudba) a místem pro doplňkový prodej občerstvení. Samozřejmostí je také úplné sociální vybavení (toalety, sprchy, šatny). Instruktory by zde měli dělat jen osoby s náležitou kvalifikací (Kolouch & Kolouchová, 1990).

2.4.1 Dělení fitcenter

V dnešní době bychom zajisté našli několik desítek možností, jak daná fitcentra rozdělit. Ať už podle cílové skupiny, ziskovosti, enviromentálního hlediska, umístění, stáří nebo různým inovacím aj. Kolouch a Boháčková (1994) fitcentra dělí následovně :

Dělení dle velikosti:

- Malá – od 30 do 100 m², intimní a přátelské prostředí, cvičící si vzájemně pomáhají, služby doplňkového prodeje jsou omezené

- Střední – od 100 do 350 m², s téměř dokonalým vybavením, stroje bývají často zdvojeny, další zařízení jako lavičky, zrcadla, bar, solárium, masáže bývají často zahrnuty v sortimentu
- Velká – větší než 350 m², velmi široká nabídka doplňkových služeb a doplňkového prodeje, nejnovější posilovací stroje a aerobní stroje, velký počet klientů na jednom místě, soukromí je zcela ztracené

Dělení dle účelu:
- Sportovní – je soustředěno na výkonnostní aspekty klientů, navštěvováno vrcholovými sportovci, vyskytují se zde často instruktoři, tvoří se zde specifické programy připravené přesně podle potřeb vrcholových sportovců, cyklování přípravy
- Účelová – zaměřeno na určitou klientelu (mladí lidé, ženy, starší osoby apod.), vybavení odpovídá skupině, na kterou fitcentrum cílí
- Rehabilitační – tato fitcentra spolupracují s léčebnými zařízeními a ústavy, jsou velmi specifická, co se týče typu cvičení s klienty, personál musí být zcela specializovaný
- Kondiční – fitcentrum, které často vede soukromý podnikatel, který sleduje zejména obchodní aspekty, škála cvičení je velice rozsáhlá a každý klient si zde může cvičit sám podle svých vlastních potřeb

Dělení dle vybavení:
- Víceúčelová – kombinací mezi variantou cvičení na posilovacích strojích, aerobních strojích, činkami, vahou vlastního těla či za použití jiných pomůcek
- Na bázi posilovny – vybavení se stroji, činkami a dalšími pomůckami
- Aerobně posilovací – je zde široký výběr aerobních strojů (veslovací trenažéry, běžecké pásy, eliptické trenažéry, spinningová kola)

2.4.2 Management ve fitness centrech

Pojem management, tedy řízení, se v dnešní době spojuje právě s chodem podniku, kde je nutností fungování jak v jednotlivých funkcionální činnostech, tak v celém jeho rozsahu.
V české i světové literatuře posledních desetiletí můžeme nalézt hned několik definic týkajících se právě managementu a s nimi také další spojené interpretace. Neexistuje tedy všeobecné a jednoznačné chápání tohoto pojmu (Vodáček & Vodáčková, 1994).

Například francouzský neoklasický ekonom Henri Fayol dělí manažerské činnosti na pět základních aktivit (Thomson, 2007):

1. Organizování

   Organizace je systematický proces různých aktivit, činností a postupů tak, aby byla společnost schopna dosáhnout svých cílů, byly zde systematicky rozložené úkoly a mohlo tak docházet k efektivnímu naplnění všech povinností (Štěpaník, 2010).

2. Kontrolování

Kontrola je funkce, která je zaměřena pouze na sledování aktivit a garanci shodných výsledků s prvotním zadáním úkolu. Díky kontrole máme také možnost upravit podstatné rozdíly, které případně začínají vznikat. Hlavním smyslem samotného kontrolování je nabývání přesvědčení o tom, zda se celkový vývoj ubírá správným směrem a dojde tak ke splnění zadaných cílů (Veber, 2009).

3. Rozhodování

Rozhodování se prolíná do veškerých činností manažera podniku. Dochází zde k výběru mezi alespoň dvěma možnostmi a tím pádem nám tvoří princip volby. Rozhodování může navíc zásadně ovlivnit fungování podniku i jeho budoucí vývoj, kdy nesprávné rozhodnutí může mít pro podnik fatální následky (Mládková, 2009).

4. Komunikace

Komunikace je také jednou ze stěžejních funkcí v oblasti manažerského rozhodování. Může probíhat buďto na úrovni osobní nebo neosobní, papírové, elektronické či ústní. Při zvolení správné komunikace můžeme docílit zaujetí k danému tématu, pochopení problematiky a dosažení tak výsledků, které si pro svůj podnik přejeme. K tomu, aby komunikace fungovala tak, jak má, je důležité, aby mé sdělení bylo: výstižné, přehledné a jednoduché (Veber, 2009).

5. Plánování

   Plánování je proces, díky kterému jsme schopni dívat se do budoucnosti, předvídat rizika, nastavit si cíle a metody, kterými se můžeme k našim cílům přiblížit. Plánování navíc poskytuje manažerovi podniku možnost ujasnit si cíle, zdroje a způsoby, jakými těchto cílů podnik dosáhne (Vodáček & Vodáčková, 1994). Jak už je z názvu tohoto procesu patrné, plánování se netýká pouze problémů současnosti, ale také budoucnosti. Rozlišujeme tedy plány (Mládková, 2009):

a) krátkodobé (operativní) – do jednoho roku

b) střednědobé (taktické) – v rozmezí jednoho až dvou let

c) dlouhodobé (strategické) – nad tři roky

2.4.3 SWOT analýza

SWOT analýza je souhrnná metoda, jejíž pomocí jsme schopni identifikovat silné (Strong) a slabé (Weaknesses) stránky podniku, jejich příležitosti (Opportunities) a případné hrozby (Threats). Díky tomuto analyzování jsme schopni komplexně vyhodnotit chod společnosti, nalézt nové možnosti jejího růstu, nebo naopak problémy, které je potřeba vyřešit. SWOT analýza je součástí dlouhodobého plánování společnosti. Základem této metody je klasifikování a ohodnocování jednotlivých faktorů, které jsou zmíněné do 4 základních skupin – silných stránek, slabých stránek, příležitostí a hrozeb. Mezi nimi panuje vzájemná interakce. Výstupem analýzy je maximalizování předností, minimalizace svých nedostatků a hrozeb (Dědková, 2012).
SWOT analýzu budu nadále používat v praktické části mé bakalářské práce k porovnání fitcenter na území města Olomouc, zanalyzování a vytvoření optimalizovaného projektu moderního fitness centra.

2.4.4 Trendy ve fitcentrech

V dnešní době nejvíc převažuje zájem o fitcentra tzv. komplexního charakteru. Jsou to taková fitcentra, která kombinují jak pohybové aktivity (běh, posilování, strečink atd.), tak aktivity, při kterých se návštěvník dokáže zrelaxovat, ať už před nebo po výkonu. Těmito aktivitami se myslí například: solárium, masáže, wellness, bazén, restaurace a kavárna, kadeřnictví, kosmetika, výživové poradenství, prodej sportovního vybavení, sauny apod.
Velmi populární jsou fitcentra, která jsou zaměřena jen na určitou část populace. Jako konkrétní příklad bych uvedla fitness centra pro ženy. Důvodem popularity těchto center může být nízké sebevědomí některých klientek, které se při sportovním výkonu necítí dobře v přítomnosti mužů. Vybavení i samotný interiér fitcentra působí více žensky i samotná nabídka doplňkových služeb je této klientele více přizpůsobena.
Ženy jsou ty, které velmi často vyhledávají nejnovější trendy v oblasti fitness a jsou (na rozdíl od mužů) otevřené novým stylům v oblasti cvičení. I díky tomu si můžeme všímat velkému tlaku ze strany komerce, která neustále přichází s objevy v oblasti formování postavy (Stackeová, 2003).

Mezi muži je velmi populární tzv. „street workout“. Jedná se o cvičení ve venkovním prostředí na bázi gymnastiky v kombinaci se silovými prvky. Cviky se provádí na hrazdách, bradlech či v multifunkčních „workoutových klecích“. Tato varianta cvičení je levná a dostupná a díky tomu roste její oblíbenost (Contreras, 2014).

V dnešní době je také velice rozšířen trend tzv. skupinových lekcích. Ty probíhají uvnitř ve fitness centrech a klienti tyto lekce navštěvují s velkou oblibou. Největší výhoda pro klienta spočívá v tom, že v relativně krátkém časovém intervalu procvičí celé tělo, je pod neustálým dohledem lektora, cvičí se velice často na hudbu, takže lekce bývají zábavné. Dalším aspektem je, že cvičení probíhá v kolektivu, který se navzájem motivuje k lepším výkonů. Posledním faktorem bývá cena, která je přijatelnější, než kdyby si klient zaplatil lekci soukromou.

2.4.5 Nabídka skupinových lekcí v olomouckých fitcentrech

Jelikož se má bakalářská práce zabývá konkrétně Olomoucí, zmapovala jsem nabídku místních fitcentrech a našla dostupné tyto lekce:

Kruhový trénink – Tento typ cvičení je jedním z mnoha funkčních tréninků. Cvičí se na jednotlivých stanovištích, které se po sobě střídají. Jedná se o komplexní cvičení, které je několik let ověřené, na velice jednoduchém principu. Hlavním úkolem je za pomocí cviků (zpravidla jedna svalová partie na jedno stanoviště) rozvinout vytrvalostní a silové schopnosti (Dovalil, 2008).

HIIT – Z anglického High Intensity Interval Training. Jak už je z tohoto názvu patrné, toto velmi vysoce intenzivní intervalové cvičení je charakteristické právě střídající se intenzitou cvičení. Základním znakem je krátká doba (cvičí se v řádu několika vteřin do jedné minuty), kterou střídá interval odpočinku nebo také interval nízko-intenzivního pohybu. Variant tohoto cvičení je spousta (Gibala, 2012).

BodyPump – Velmi oblíbená pohybová aktivita, která je charakteristická svými 60minutovými lekcemi s nakládací činkou. Cvičení probíhá v deseti blocích, které lektor postupně představí. Tyto lekce jsou zaměřené na budování svalů, zlepšení vytrvalosti a všeobecného kondičního základu (Greco, 2011).

Zdravotní cvičení – Ve většině Fitcenter probíhají také různá zdravotní cvičení, která jsou velice žádaná a vyhledávaná. V nabídce jsou jak skupinové lekce tohoto charakteru, tak soukromé lekce s kvalifikovaným trenérem. Principem těchto lekcí je sladění pohybu, který přispívá a podporuje zdraví klienta (Levitová & Hošková, 2016).

Funkční trénink – Tento trénink charakterizujeme jako trénink, při kterém zapojujeme maximální množství svalových skupin. Přitom simulujeme aktivity, které cvičenci provádí v běžném životě (Doležal & Jebavý, 2013).

Jumping – Cvičení na trampolínách, které původně vzniklo ve Spojených státech amerických za dob 2. světové války. Trampolíny zde pomáhaly pilotům a také kadetům námořního letectva k udržení fyzické i psychické zdatnosti. Jumping jako takový vznikl v České republice. Pro toto cvičení jsou vymyšlené speciální trampolíny, které mají navíc opěrná řídítka, která se při lekcích používají. Každá lekce obsahuje zhruba desítku písní, na které klienti v různých intenzitách „dupou“ podle instrukcí lektora (Försterová, 2012).

Tabata – Typickým znakem Tabata cvičení je vysoká intenzita a interval 20-10. Tedy dvacet vteřin práce, deset vteřin pauza, v časovém intervalu čtyř minut. Obecně zde volíme cviky, při kterých zapojujeme větší svalové skupiny. Můžeme pracovat buď s vlastní vahou nebo si dopomoci činkami a dalšími pomůckami (Tabata, 2019).

TRX – Pod touto zkratkou se ukrývá název Total-body Resistence Exercises, což z anglického překladu znamená odporové cvičení celého těla. Myšlenkou tohoto cvičení je za pomocí závěsného systému z popruhů, které si klient může sám nastavit, cvičit s částečnou oporou o zem. Výhodou tohoto cvičení je, že celý tento systém je velice dobře přenosný. Tato forma posilování vznikla na základnách amerického námořnictva, jako velmi efektivní forma terénního cvičení mimo základnu. Skvěle působí na koordinaci, zpevnění celého těla, ale třeba i rovnováhu (Honová, 2012).

Velké míče – Toto velmi zábavné, fyzicky účinné cvičení má blahodárné účinky na celé tělo a duši. Cviky probíhají v sedě, a díky vratkým pozicím se aktivně posiluje široká škála svalů. Zároveň zkrácené svaly protahujeme a vyrovnáváme svalovou dysbalanci klientů (Jarkovská, 2007).
Indoor cycling (Spinning) – Spinning je kondiční cvičení, které je založené na jízdě na speciálním stacionárním kole tzv. spinneru. Lekce probíhá pod vedením zkušeného lektora za doprovodu

speciální stimulující hudby. Toto cvičení napomáhá k rozvoji a kultivaci zdatnosti, výkonnosti i zdraví (Chavarrias, 2019).

Pilates – Tento program slučuje prvky cvičení pocházejících z Asie (jógy, tai-či, chi-kung atd.) s rehabilitačními cviky. Záměrem je propojení celého těla s myslí a kladení důrazu na správné dýchání, precizní provádění cviků a soustředění se. Aktivně se zde zapojují svaly středu těla. Cílem tohoto cvičení je v zajištění vnitřní rovnováhy, posílení svalstva, protažení zkrácených svalů, odstranění různých dysbalancí, úprava vadného držení těla a podpoření životně důležitých orgánů (Ungaro, 2012).

Jóga – Jóga je cvičení, které nejenže pomáhá k získání a zlepšování tělesné kondice, vypracování svalů a lepší flexibilitě, ale také napomáhá k pokroku v oblastech tělesné, duševní i citové stránky našeho života. Podporuje správné dýchání, rovnováhu a držení těla (Mahéšvaránanda, 2006).

Thajský box – Toto kontaktní bojové umění kombinuje techniky nohou, paží, pěstí, lokty i kolen. Lekce tohoto typu probíhají velmi aktivní formou na bázi zlepšování fyzické kondice, flexibility, motoriky, tvarování postavy, zpevňování středu těla a zároveň zdokonalení základní i pokročilé techniky tohoto bojového umění (Pavelka, 2012).

Bodystyling – Typ skupinového cvičení aerobního charakteru, které probíhá za doprovodu hudby. Je zaměřeno na zlepšení fyzické kondice, ale hlavně jak je již v názvu naznačeno, hlavním cílem tohoto cvičení je formování postavy. Součástí lekcí jsou prvky klasického aerobiku a samotné posilování, přičemž tempo se řídí podle svalové skupiny, která je zrovna posilována. V hodinách se používají balanční (BOSU ®) i posilovací (overbally, gumy) pomůcky (Střeštíková & Pokorná, 2017).

Fitbox – Zábavné, vysoce účinné, energeticky náročné cvičení, které probíhá na speciálních boxovacích totemech. Principem tohoto aerobního cvičení je propojení hudby, motivace, kondice, zábavy tak, aby tyto lekce oslovily jak muže, tak ženy v každém věku i tělesné zdatnosti. Hlavní výhodou je zapojení téměř všech svalových skupin a redukce váhy díky velkému množství spálených kalorií (Vinkler, 2010).

Crossfit – Sportovní disciplína, kterou můžeme charakterizovat jako gymnasticko-atletickou s prvky vzpírání, jejímž cílem je zvýšení fyzické zdatnosti za použití vzpěračských os, hrazd, kruhů, činek, kettlebellů aj. Tato metoda cvičení vznikla ve Spojených státech amerických, pod

hlavičkou amerického gymnasty Graga Glassmana, který v roce 1995 otevřel v Santa Cruz v Californii svou první crossfitovou tělocvičnu (Glassman, 2004).

EMS cvičení – Neboli elektromyostimulace. Toto cvičení se řadí k tzv. „novým sportům“. Původně pochází z fyzioterapie a využívá nízkofrekvenční elektrické impulzy, které stimulují svaly. Tento trénink trvá pouze okolo 20 minut a jsou při tom stimulovány všechny velké svalové skupiny. Největší výhodou tohoto tréninku je, že i přes značně kratší trvání je trénink stejně efektivní, jako ty, které probíhají mnohonásobně delší dobu bez pomoci elektrické stimulace (EMS training, 2019).

Krav Maga – Moderní, prověřená a praktická soustava sebeobranných technik, které jsou koncipovány tak, aby odpovídaly současným podmínkám a podmínkám rychle se měnícího světa. Toto cvičení se vyznačuje logickým a souvislým přístupem ke konfliktní situaci. Prezentuje se jako ideální souhrn sebeobranných metod pro muže i ženy, bez rozdílu věku a kondice. Skupinové lekce jsou velice kondičně náročné a je zde velice důležitá kázeň cvičenců. Během jedné hodiny se klient učí nové bojové techniky, které pak v průběhu lekce driluje. Je zde také místo na kondiční posilování a flexibilitu (Sde-Or, 2003).

Alpinning – Tato pohybová aktivita probíhá za doprovodu hudby na speciálních stacionárních trenažerech tzv. Alpintrack trenažérech. Toto cvičení je energeticky velice účinné a bylo vyvinuto pro lidi každého věku a úrovně zdatnosti. Výhodou těchto lekcí pro klienty určitě je, že si každý dokáže upravit trenažéry tak, aby odpovídaly úrovni jeho zdatností (Marková, 2020).

Kickbox – Moderní sport, který vznikl jako konfrontační způsob boje různých bojových umění. Lekce jsou zaměřené na úctě, poslušnosti, kázni a sebeovládání. Rozvíjí se zde celé tělo a obsahem hodin jsou údery pěstmi, úhyby, kopy, obrana a údery koleny. Tento sport je skvělý pro zpevnění, zhubnutí, budování kondice a všeobecnou pohybovou průpravu (Buse, 2009).

2.4.6 Fitcentra na území města Olomouce

Všechny skupinové lekce, které byly v přechozí kapitole popsány, jsem našla na webových stránkách různých fitcenter v Olomouci. Jelikož se jedná o velké množství nabízených center v tomto městě, vybrala jsem k dalšímu zpracování mé teoretické části této práce těchto pět: Infitness, NUTREND WORLD, Fitness centrum AC BALUO, Fitcentrum Na Tribuně a Fitness v OMEGA centru sportu a zdraví.

3 CÍLE

3.1 Hlavní cíl

Vytvoření optimalizovaného projektu moderního fitcentra na základě výsledků provedených analýz konkurenčních subjektů na území města Olomouce.

3.2 Dílčí cíle

1) Provedení analýzy tržní poptávky na území města Olomouce
2) Provedení analýzy konkurence (5 zvolených fitcenter poskytující služby na území města Olomouce)
3) Stanovení prioritních kritérií pro optimalizaci nabízených služeb v moderním fitcentru souvisejících se současným zdravým životním stylem

4 METODIKA

V následujících podkapitolách popíši základní metody a postupy, které budou využity pro výzkumnou část práce. Cílem mé práce bude za pomocí předem připravené ankety zjistit, jaký názor má sportující obyvatelstvo města Olomouce na konkrétní fitcentra a jaké změny by zde uvítali. Anketu povedu s respondenty přímo ve fitcentrech, která jsem si na území tohoto města vybrala. Dále provedu několik SWOT analýz týkajících se těchto komplexů a na závěr vytvořím optimalizovaný projekt, který by odpovídal jak výsledku analýzy, tak provedené anketě s potencionálními klienty.

Fitcenter na území města je v dnešní době velké množství a neustále zde také přibývají. Pro tuto práci jsem vybrala pět komplexů, která sama po dobu svého studia v Olomouci navštěvuji, jsou si navzájem blízká, ať už velikostí nebo nabídkou služeb a jejich doba působení na trhu je dostatečně dlouhá na vytvoření stávající klientely.

4.1 Výzkumný soubor

Hlavní skupinou, na kterou byla tato anketa zaměřena byla pravidelně sportující populace v olomouckých fitcentrech. Do výzkumného šetření jsem zapojila šedesát respondentů, z čehož 50 % mužů a 50 % žen, ve věkových kategoriích: mladí studující lidé (do 26 let) a ekonomicky činní (starší 26 let). Mým úkolem bylo především získání co nejvíce odpovědí na mé otázky a zpětná vazba na stávající fitcentra v Olomouci. Návštěvníci byli oslovováni náhodně.

Tabulka 1. Pohlaví respondentů

Pohlaví	Počet	%
Muži	30	50
Ženy	30	50
Celkem	60	100

Věkové rozložení respondentů je uvedeno v tabulce č. 2.

Tabulka 2. Věk respondentů

Věk	Počet	%
Mladí, studující lidé (do 26 let)	30	50
Ekonomicky činní (starší 26 let)	30	50
Celkem	60	100

4.2 Metody sběru dat

Hlavní metodou pro sběr dat, potřebných k vyhodnocení mé bakalářské práce je anketa. Anketu jsem prováděla v pěti předem vybraných fitcentrech na území města Olomouce v průběhu několika týdnů. Svých respondentů jsem se zeptala na patnáct otázek celkové spokojenosti s daným komplexem, ve kterém se zrovna nacházeli. Jejich odpovědi jsem si zaznamenávala na záznamník mého mobilního telefonu.

Pět vybraných fitcenter, kde jsem svou anketu prováděla:
Infitness
NUTREND WORLD
OMEGA centrum sportu a zdraví
FITNESS CENTRUM AC BALUO
Fitcentrum Na tribuně

Jednotlivé otázky zněly:

- Jak hodnotíte dostupnost fitcentra?
- Jaký je váš první dojem po vkročení do komplexu?
- Jak hodnotíte úroveň technologického vybavení fitness centra?
- Jak hodnotíte rozdělení zón v daném fitness centra?
- Přijde vám úměrná cena vstupného a doplňkových služeb ke kvalitě fitcentra?
- Pracuje zde podle vás příjemný personál?
- Co si myslíte o čistotě v místním zázemí (sprchy, toalety, šatny)?
- Jak jste spokojeni se skladbou klientů ve fitcentru?
- Jak se zde u cvičení cítíte?

- Přijdou vám doplňkové služby na recepci (např. prodej výživových doplňků, zapůjčení ručníků atd.) dostatečné?
- Je zde podle vás čisto?
- Pakliže dojíždíte autem, přijde vám parkoviště dostačující?
- Líbí se vám hudba, která se pouští z místních reproduktorů?
- Napadá vás něco, co by zde vyloženě chybělo?
- Kdyby to šlo, udělal/a byste zde nějakou změnu?

Při sestavování těchto otázek jsem se snažila zabrat co nejširší spektrum zabývající se jak hlavní částí posiloven – a to samotných strojů, tak koutků s doplňkovým prodejen, které často ve fitness centrech dělají velice milou a příjemnou atmosféru.

4.3 Popis případových studií

Případovou studii jsem provedla z výsledků polostrukturovaného rozhovoru s jednotlivými klienty fitcenter, abych poté mohla vytvořit své „ideální“ centrum, které se odráží právě od silných a slabých stránek místních komplexů.

5 VÝSLEDKY

5.1 Výsledky výzkumného šetření

Z důvodu velkého rozsahu odpovědí všech šedesáti respondentů a zároveň velkého počtu shodných odpovědí, jsem se rozhodla výsledky mého výzkumu shrnout do následujících odstavců:

Infitness

Klienti, kteří toto fitness centrum navštěvují si nejvíce pochvalují jeho dostupnost. Vyhovuje jim tramvajová zastávka, která je odsud minutu chůzí. Jako další benefit berou cenu vstupného, díky kterému sem také chodí největší klientela ve věkové kategorii 17-23, což je zároveň pro ekonomicky činnou klientelu tohoto fitness bráno jako mínus. Negativně vidí klienti velmi častou přeplněnost fitness, častý nepořádek v zázemí (šatny a toalety). Dále zde podle některých chybí prostor pro posilování pouze s vlastní vahou a relaxační zóny.

NUTREND WORLD

Na toto fitness jsem kromě komplikovanější dostupnosti nedostala jedinou výtku. Jelikož se jedná o fitcentrum, které je finančně náročnější, než jiné olomoucké komplexy, je zde vytříbená klientela a cvičení zde je velice příjemné.

OMEGA centrum sportu a zdraví

Omega dopadla v mém šetření velmi dobře. Klienti si pochvalují stroje, krásný prostor, milou a vstřícnou obsluhu, ale také možnost po cvičení navštívit mokrou zónu. Jediná negativní odpověď, která se vyskytovala ve všech odpovědích, byla absence toalet ve fitness a nutnost tak navštěvovat toalety v šatnách, které nejsou pro klienty v blízkosti.

FITNESS CENTRUM AC BALUO

Klientela Balua se ukázala převážně jako studentská, popřípadě studentská z programu Erasmus, a tak jsem se zde nesetkala s tolika stálými klienty, jako tomu bylo v ostatních případech. Návštěvníkům ve většině nevyhovují místní stroje, které jim přijdou zbytečně komplikované a určené spíše pro lehké zacvičení si, než budování svalové hmoty. Setkala jsem se zde s názory, že od tak honosné budovy, jako je aplikační centrum, by klienti očekávali daleko prostornější fitness, které by mělo více prostoru pro cvičení s vlastním tělem nebo relaxační zónu.

Fitcentrum Na tribuně

Většina názorů na toto fitness byla taková, že by tomuto centru prospěla rekonstrukce. Některým přijde posilovna zmatená a dali by jí nějaký řád. Mezi stroji je podle klientů málo místa, nehraje zde moderní hudba a zázemí jako např. sprchy a toalety by též potřebovaly rekonstruovat. Naopak zde klienti kladně hodnotí milou obsluhu a jejich ochotu s čímkoliv pomoci.

5.2 SWOT analýza jednotlivých fitcenter

5.2.1 SWOT analýza – Infitness

Tabulka 5.1 – Silné stránky a jak je udržet

SILNÉ STRÁNKY	JAK JE UDRŽET
Levné, velice dostupné fitness centrum	Udržovat ceny na stejných nebo podobných cenových hranicích. Pořádání akcí na vstupné např. pro ženy, pro matky v den matek, za dobré studijní výsledky apod.
Velké množství strojů	Neustálá péče o stroje, aby nedošlo k poškození.
Mladistvá atmosféra	Nabídka nejnovějších trendů, které zajímají mladé lidi. Slevy na vstupném pro studenty, happy hours, akce 2+1 zdarma při vstupu.
Lokalita – fitcentrum je v blízkosti sídliště	V okolí rozvěšet plakáty, vytisknout letáky, které by pověřená osoba roznášela po schránkách, případně umístit billboard, který by upozorňoval na přítomnost fitcentra.
Doplňkový prodej	Neustále doplňovat novinky ve stravování ze světa fitness, dotazovat se mezi klienty, které doplňky jim chutnají nejvíce a vytvářet ochutnávky produktů, které se zatím moc neuchytily.
Síť fitness center po celé republice	Stále podporovat propojení sítí fitness center této značky a pořádat například akce typu: výjezdy do fitcenter v jiném městě,

	výměnu zkušeností mezi trenéry této sítě fitness center a pořádání seminářů v jednotlivých městech.
Možnost využít benefitních karet, permanentky	Neustálé rozšiřování možnosti uplatnění různých benefitních karet, které lze ve fitness uplatit. Nabízet slevy na doplňkový prodej a snažit se klientům nabízet levnější členství v případě placení spolu s benefitní kartou.
Možnost parkování v blízkosti fitcentra	Parkoviště umístit za závoru, za kterou by mohli jen členové, kteří by měli např. vstupní karty, a tím by se jim zaručilo parkovací místo.
Kvalifikovaní osobní trenéři	Podporovat vzdělávání trenéru, přispívat jim na nové kurzy. Důležité je také hledání odborníků, kteří by je v oblasti fitness školili.
Příjemná a zároveň motivující hudba hrající uvnitř fitcentra	Tvoření nových playlistů, popřípadě dát možnost klientům se zapojit do jejich tvorby na streamovacích platformách.

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka 5.2 – Slabé stránky a jak je eliminovat

SLABÉ STRÁNKY	**JAK JE ELIMINOVAT**
Chybějící relaxační zóna	Díky chybějícímu wellness by bylo vhodné zvážit, zda by nešla ve fitness zařídit místnost, kde by se konaly masáže, popřípadě pořídit vířivku či saunu, což by klienti určitě uvítali.
Chybějící dětský koutek	V místech, kde jsou stoly na občerstvení vytvořit koutek, kde by seděla pověřená osoba a hrála by si s dětmi, které by měly k dispozici např. deskové hry.

Častá přelidněnost fitcentra	Vhodným řešením pro přelidněná fitcentra by bylo stanovení horní hranice návštěvnosti, nad kterou by nebylo možné dovnitř vstoupit. Možnou alternativou by bylo také tvoření rezervací tak, aby návštěvník měl své místo jasné a nenastalo by tak k nevpuštění dovnitř.
Nepořádek v zázemí	Nepořádek může být pro klienty rozhodujícím faktorem k nenavštěvování fitcentra, a proto je důležité, aby každé fitcentrum mělo personál určený pouze k uklízení. Uklízeči by se střídali v pravidelných intervalech po určitý čas a procházeli by celé fitness a omezovali tak hromadění nepořádku jak ve cvičící zóně, tak v útrobách.
Často porouchané stroje	Neustálá péče o stroje, aby nedošlo k poškození.
Chybějící prostor pro cvičení s vlastní vahou	Spoustu klientů si v dnešní době vyhrazuje čas, který v posilovně chce strávit tím, že bude cvičit pouze s vlastní vahou. Je tedy nutné, aby takový prostor byl k dispozici. Ideální řešení by bylo vymezit místo v rohu, kde by si tito klienti mohli zacvičit dle svých potřeb a poté se vrátili ke strojům.
Absence skupinových lekcí	Ideálním řešení tohoto problému je rozvržení pár hodin v týdnu, kdy by docházelo ke skupinovému cvičení, ať už na strojích nebo mimo ně. Klient by tak dostal možnost zjistit správnost cvičení na strojích a měl by pocit lépe odtrénované hodiny, díky dozoru, který by nad sebou měl. Ideální by také bylo vystavení sálu, kde by mohly lekce

	probíhat, ale zde musíme brát v potaz, zda má fitcentrum místo na zřízení.
Málo volného prostoru mezi stroji	Dobrým řešením by bylo vyhodnotit, zda nejsou některé stroje již natolik opotřebované, že by pomohlo jejich odstranění a tím došlo ke zvětšení volného prostoru. Popřípadě rozhodnout, zda některé stroje nejsou zastoupeny ve fitness vícekrát, než je doopravdy potřeba.
Nepříjemná obsluha na recepci	Nejlepším řešení tohoto problému by zajisté byla konverzace s recepčními, zjištění důvodu, co je vede k tomuto chování, popřípadě recepční vyměnit.

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka 5.3 – Příležitosti a jak je využít

PŘÍLEŽITOSTI	**JAK JE VYUŽÍT**
Rozšíření klientské základny	Podporovat kvalitu služeb, rozšiřovat nabízené skupinové lekce, vymýšlet soutěže, nabízet členům různé slevy, zaměstnávat kvalifikovaný personál a starat se o neustále vzdělávání trenérů v oboru.
Trend zdravého životního stylu	V dnešní době je velice moderní navštěvovat posilovny, zdravě se stravovat a celkově o sebe dbát. Fitcentra by toho měly co nejvíce využít a vytvářet si kampaně o tom, že s nimi budou klienti fit a cítit se dobře.
Nejčastější typ zaměstnání – sedavé	Většina prací v dnešní době je spojena s IT oborem, kdy lidé denně sedí několik hodin za počítačem a poté jdou domů a opět sedí, např. u televize. Fitcentra by tedy mohla využít tento poznatek a vytvořit lekce, které

	by měly za cíl protažení klientů po jejich pracovní době a budování svalové hmoty.
Rozšíření nabídky lekcí	Fitcentra by měla kontrolovat nabídky skupinových lekcí jak v okolí, tak sledovat zahraniční trendy a přicházet s nimi do jejich nabídky. Tím by došlo k přilákání nové klientely.
Rozšíření fitness o wellness zónu	Díky chybějícímu wellness by bylo vhodné zvážit, zda by nešla ve fitness zařídit místnost, kde by se konaly masáže, popřípadě pořídit vířivku či saunu, což by klienti určitě uvítali.

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka 5.4 – Hrozby a jak je eliminovat

HROZBY	**JAK JE ELIMINOVAT**
Rostoucí konkurence	Stále být v obraze, s jakými novinkami přichází konkurenční fitcentra a snažit se na ně reagovat. Nutné je také sledování zahraničních trendů a snaha o to, být vždy o krok napřed před ostatními. Pořádat akce pro stávající i nové členy.
Rostoucí poplatky za energie, provoz a údržbu	V této době je energie a údržba velkým tématem, jelikož prochází razantním zdražováním. Fitcentra by mohla na toto reagovat drobným zdražením svých služeb, popřípadě se snažit tyto náklady co nejvíc snížit. Například: méně svítit, kontrolovat, aby v šatnách bylo zhasnuto, když v ní nejsou klienti, kontrolovat, aby netekla zbytečně voda atd..

Zdroj: Vlastní zpracování

5.2.2 SWOT analýza – NUTREND WORLD

Tabulka 5.5 – Silné stránky a jak je udržet

SILNÉ STRÁNKY	JAK JE UDRŽET
Velké množství kvalitních strojů	Neustálá péče o stroje, aby nedošlo k poškození.
Otevírací doba	Otevřeno je zde po celý den, a díky tomu si zde každý klient najde čas, ve který se to hodí právě jemu. Proto je tedy udržování otevírací doby po celý den tou správnou cestou.
Možnost parkování v blízkosti fitcentra	Parkoviště umístit za závoru, za kterou by mohli jen členové, kteří by měli např. vstupní karty, a tím by se jim zaručilo parkovací místo.
Kvalifikovaní osobní trenéři	Podporovat vzdělávání trenéru, přispívat jim na nové kurzy. Důležité je také hledání odborníků, kteří by je v oblasti fitness školili.
Skupinové lekce	Skupinové lekce jsou v dnešní době velice populární, a tak je také pro fitcentra velmi výhodné je do svého prostoru vkládat. Díky tomu dochází k získání nové klientely, jelikož někteří lidé by možná do fitness centra na cvičení na strojích ani nešli, kdežto na skupinové lekce se odváží přijít.
Fitcentrum s velkou rozlohou	Výhodou tohoto fitcentra je velká rozloha, díky které si může fitness dovolit stále přikupovat nové cvičící stroje, přidávat relaxační zóny a mít také více klientů uvnitř najednou.
Diagnostika a výživoví poradci	Nabízení členům fitcentra levnější poradenství by mohlo být lákadlem pro větší zájem o výživového poradce. Je možné také

	pořádat soutěže o sezení s poradci nebo o jednorázovou diagnózu, pomocí měření.
Online rezervační systém	Fungující rezervační systém je základ pro skupinové lekce, na které se díky tomu mohou klienti odkudkoliv přihlásit, popřípadě se dozvědět z portálu o nových nabízených, v případě, že by jejich lekce byla zrušena.
Prostor pro cvičení dětí	Díky možnosti cvičení dětí u lezecké stěny si rodiče mohou bez starostí své dítě vzít s sebou do fitness a mít ho stále na očích. Dítě se tak nebude nudit, může cvičit s rodičem a rodič může mít dobrý pocit, že se jeho dítě taktéž hýbalo.
Dozorový trenér	Dozorový trenér je velkým benefitem pro klienty, kteří si třeba neví rady s posilovacím strojem nebo zda je jejich cvik dobře prováděn. Stačí se jen zeptat dozorového trenéra, který poradí a klient si tak daný cvik rychleji osvojí a může na sobě více pracovat.
Pořádané akce	Doprovodné akce mohou přilákat do fitness novou klientelu, která by možná o existenci tohoto fitness neměla tušení. Ke vstupnému na pořádanou akci by mohlo být přidáno např. 1x vstupné zdarma do fitness plus sleva na uzavření členství, čímž by mohlo dojít k získání nové klientely.
Restaurace, wellness, hotel	Klienti si zde mohou zaplatit ubytování a využít nejen fitness, ale také wellness a další relaxační služby. Navíc je v komplexu také restaurace, do které si mohou vždy zajít. Pro přilákání nových hostů by mohlo fitcentrum vytvářen slevové balíčky při využití všech služeb, popřípadě slevy dělit na vyšší, kdy by

	klient zaplatil za veškeré služby nebo nižší, kdy by využil jen některé z nabízených služeb.
Sál pro bojové sporty	V tomto sále by mohl trénovat kterýkoliv oddíl bojových sportů. Fitness centru by se tak zvýšil příjem, který by oddíl dával v podobě měsíčního nájemného, což by opět pomohlo fitcentru k příchodu nové klientely.
Čistota v zázemí	Čisté zázemí může být pro klienty rozhodujícím faktorem v navštěvování fitcentra. Je tedy důležité, aby každé fitcentrum mělo personál určený pouze k uklízení. Uklízeči by se střídali v pravidelných intervalech po určitý čas a procházeli by celé fitness a omezovali tak hromadění nepořádku jak ve cvičící zóně, tak v útrobách.
Příjemná a zároveň motivující hudba hrající uvnitř fitcentra	Tvoření nových playlistů, popřípadě dát možnost klientům se zapojit do jejich tvorby na streamovacích platformách.
Velké množství pomůcek	Fitness centra by měla dbát na dostatečném počtu pomůcek vzhledem k počtu klientů, kteří dané fitcentrum navštěvují. Zároveň by měla fitness centra dbát na to, aby pomůcky byly v co nejlepším stavu a odpovídaly trendům cvičení dnešní doby.
Rozložení fitness	Fitness centrum je rozloženo podle svalových partií, které se v jednotlivých sekcích dají posilovat a také zónou pro posilování s vlastní vahou. Díky tomu dochází k dobré orientaci klientů ve fitness, které působí více sofistikovaně.
Doplňkový prodej	Neustále doplňovat novinky ve stravování ze světa fitness, dotazovat se mezi klienty,

	které doplňky jim chutnají nejvíce a vytvářet ochutnávky produktů, které se zatím moc neuchytily.
Nabídka permanentek a členství	Neustálé rozšiřování možnosti uplatnění různých benefitních karet, které lze ve fitness uplatit. Nabízet slevy na doplňkový prodej a snažit se klientům nabízet levnější členství v případě placení spolu s benefitní kartou.
Příjemná obsluha	Milá obsluha je také pro mnohé klienty velice důležitým faktorem kvalitního fitness. Proto je důležité, aby byla tato skutečnost zaměstnancům stále připomínána a nedošlo tak ke změně přístupu zaměstnanců ke klientům.
Propagace na sociálních sítích	Propagace na sociálních sítích je v dnešní době velmi důležitá pro šíření informací o chodu fitcentra. Ta by měla mít zájem o budování profilu, kde by zákazníky informovala o novinkách, připravovaných akcích, soutěžích, nových lekcích a všem, co by se týkalo chodu fitness.

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka 5.6 – Slabé stránky a jak je eliminovat

SLABÉ STRÁNKY	**JAK JE ELIMINOVAT**
Lokalita – daleko od centra města, chybějící MHD zastávka v blízkosti	V okolí rozvěšet plakáty, vytisknout letáky, které by pověřená osoba roznášela po schránkách, případně umístit billboard, který by upozorňoval na přítomnost fitcentra.
Vyšší vstupné	Vyšší vstupné je v tomto případě důkaz prestiže fitness centra.

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka 5.7 – Příležitosti a jak je využít

PŘÍLEŽITOSTI	JAK JE VYUŽÍT
Rozšíření nabídky lekcí	Fitcentra by měla kontrolovat nabídky skupinových lekcí jak v okolí, tak sledovat zahraniční trendy a přicházet s nimi do jejich nabídky. Tím by došlo k přilákání nové klientely.
Trend zdravého životního stylu	V dnešní době je velice moderní navštěvovat posilovny, zdravě se stravovat a celkově o sebe dbát. Fitcentra by toho měly co nejvíce využít a vytvářet si kampaně o tom, že s nimi budou klienti fit a cítit se dobře.
Rozšíření klientely	Podporovat kvalitu služeb, rozšiřovat nabízené skupinové lekce, vymýšlet soutěže, nabízet členům různé slevy, zaměstnávat kvalifikovaný personál a starat se o neustále vzdělávání trenérů v oboru.
Nejčastější typ zaměstnání – sedavé	Většina prací v dnešní době je spojena s IT oborem, kdy lidé denně sedí několik hodin za počítačem a poté jdou domů a opět sedí, např. u televize. Fitcentra by tedy mohla využít tento poznatek a vytvořit lekce, které by měly za cíl protažení klientů po jejich pracovní době a budování svalové hmoty.

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka 5.8 – Hrozby a jak je eliminovat

HROZBY	JAK JE ELIMINOVAT
Rostoucí poplatky za energie, provoz a údržbu	V této době je energie a údržba velkým tématem, jelikož prochází razantním zdražováním. Fitcentra by mohla na toto reagovat drobným zdražením svých služeb, popřípadě se snažit tyto náklady co nejvíc snížit. Například: méně svítit, kontrolovat,

	aby v šatnách bylo zhasnuto, když v ní nejsou klienti, kontrolovat, aby netekla zbytečně voda atd..
Konkurence, OMEGA centrum sportu a zdraví	Stále být v obraze, s jakými novinkami přichází konkurenční fitcentrum a snažit se na ně reagovat. Nutné je také sledování zahraničních trendů a snaha o to, být vždy o krok napřed před ostatními. Pořádat akce pro stávající i nové členy.

Zdroj: Vlastní zpracování

5.2.3 SWOT analýza – OMEGA centrum sportu a zdraví

Tabulka 5.9 – Silné stránky a jak je využít

SILNÉ STRÁNKY	**JAK JE UDRŽET**
Velké množství kvalitních strojů	Neustálá péče o stroje, aby nedošlo k poškození.
Otevírací doba	Otevřeno je zde po celý den, a díky tomu si zde každý klient najde čas, ve který se to hodí právě jemu. Proto je tedy udržování otevírací doby po celý den tou správnou cestou.
Možnost parkování v blízkosti fitcentra	Parkoviště umístit za závoru, za kterou by mohli jen členové, kteří by měli např. vstupní karty, a tím by se jim zaručilo parkovací místo.
Kvalifikovaní osobní trenéři	Podporovat vzdělávání trenéru, přispívat jim na nové kurzy. Důležité je také hledání odborníků, kteří by je v oblasti fitness školili.
Skupinové lekce	Skupinové lekce jsou v dnešní době velice populární, a tak je také pro fitcentra velmi výhodné je do svého prostoru vkládat. Díky tomu dochází k získání nové klientely, jelikož někteří lidé by možná do fitness centra na

	cvičení na strojích ani nešli, kdežto na skupinové lekce se odváží přijít.
Velká rozloha fitcentra	Výhodou tohoto fitcentra je velká rozloha, díky které si může fitness dovolit stále přikupovat nové cvičící stroje, přidávat relaxační zóny a mít také více klientů uvnitř najednou.
Diagnostika a výživoví poradci	Nabízení členům fitcentra levnější poradenství by mohlo být lákadlem pro větší zájem o výživového poradce. Je možné také pořádat soutěže o sezení s poradci nebo o jednorázovou diagnózu, pomocí měření.
Čistota v zázemí	Čisté zázemí může být pro klienty rozhodujícím faktorem v navštěvování fitcentra. Je tedy důležité, aby každé fitcentrum mělo personál určený pouze k uklízení. Uklízeči by se střídali v pravidelných intervalech po určitý čas a procházeli by celé fitness a omezovali tak hromadění nepořádku jak ve cvičící zóně, tak v útrobách.
Příjemná a motivační hudba hrající uvnitř fitcentra	Tvoření nových playlistů, popřípadě dát možnost klientům se zapojit do jejich tvorby na streamovacích platformách.
Power plate – přístroj na trénování	Power plate je revoluční přístroj v oblasti hubnutí. Z tohoto důvodu by ve fitness mohl být vždy dostupný trenér, který by klientům poskytoval informace, jak na power plate cvičit, jak s ním pracovat a jemu by z této poradenské činnosti, popřípadě samotného trenérství přicházelo bonusové finanční ohodnocení.
Mokrá zóna	Wellness (mokrá zóna), jako součást členství zcela zdarma je skvělým benefitem, díky

	kterému se vyplatí si členství na recepci založit.
Doplňkový prodej	Neustále doplňovat novinky ve stravování ze světa fitness, dotazovat se mezi klienty, které doplňky jim chutnají nejvíce a vytvářet ochutnávky produktů, které se zatím moc neuchytily.
Nabídka permanentek a členství	Neustálé rozšiřování možnosti uplatnění různých benefitních karet, které lze ve fitness uplatit. Nabízet slevy na doplňkový prodej a snažit se klientům nabízet levnější členství v případě placení spolu s benefitní kartou.
Ostatní služby mimo fitness	V případě, že by klient měl zájem o jinou sportovní aktivitu než jen fitness centrum, je v tomto komplexu spousta dalších aktivit, které se dají provozovat (tenis, badminton, squash atd.). Oproti jiným má toto fitness centrum daleko širší spektrum nabízených služeb, které mohou svým klientům v rámci členství levněji nabídnout.
Lokalita fitcentra – blízko centru města	V okolí rozvěšet plakáty, vytisknout letáky, které by pověřená osoba roznášela po schránkách, případně umístit billboard, který by upozorňoval na přítomnost fitcentra.
Příjemná obsluha	Milá obsluha je také pro mnohé klienty velice důležitým faktorem kvalitního fitness. Proto je důležité, aby byla tato skutečnost zaměstnancům stále připomínána a nedošlo tak ke změně přístupu zaměstnanců ke klientům.
Propagace na sociálních sítích	Propagace na sociálních sítích je v dnešní době velmi důležitá pro šíření informací o chodu fitcentra. Ta by měla mít zájem o

	budování profilu, kde by zákazníky informovala o novinkách, připravovaných akcích, soutěžích, nových lekcích a všem, co by se týkalo chodu fitness.

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka 6 – Slabé stránky a jak je eliminovat

SLABÉ STRÁNKY	JAK JE ELIMINOVAT
Cena za vstup	Vyšší vstupné je v tomto případě důkaz prestiže fitness centra.
Absence toalet	V tomto případě by bylo vhodné do fitness toalety přistavět, jelikož je to zásadní věc, která klientům vadí.

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka 6.1 – Příležitosti a jak je využít

PŘÍLEŽITOSTI	JAK JE VYUŽÍT
Rozšíření nabídky lekcí	Fitcentra by měla kontrolovat nabídky skupinových lekcí jak v okolí, tak sledovat zahraniční trendy a přicházet s nimi do jejich nabídky. Tím by došlo k přilákání nové klientely.
Oslovení co nejširší klientely	Podporovat kvalitu služeb, rozšiřovat nabízené skupinové lekce, vymýšlet soutěže, nabízet členům různé slevy, zaměstnávat kvalifikovaný personál a starat se o neustále vzdělávání trenérů v oboru.
Trend zdravého životního stylu	V dnešní době je velice moderní navštěvovat posilovny, zdravě se stravovat a celkově o sebe dbát. Fitcentra by toho měly co nejvíce využít a vytvářet si kampaně o tom, že s nimi budou klienti fit a cítit se dobře.
Nejčastější typ zaměstnání – sedavé	Většina prací v dnešní době je spojena s IT oborem, kdy lidé denně sedí několik hodin za

	počítačem a poté jdou domů a opět sedí, např. u televize. Fitcentra by tedy mohla využít tento poznatek a vytvořit lekce, které by měly za cíl protažení klientů po jejich pracovní době a budování svalové hmoty.

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka 6.2 – Hrozby a jak je eliminovat

HROZBY	**JAK JE ELIMINOVAT**
Rostoucí poplatky za energie, provoz a údržbu	V této době je energie a údržba velkým tématem, jelikož prochází razantním zdražováním. Fitcentra by mohla na toto reagovat drobným zdražením svých služeb, popřípadě se snažit tyto náklady co nejvíc snížit. Například: méně svítit, kontrolovat, aby v šatnách bylo zhasnuto, když v ní nejsou klienti, kontrolovat, aby netekla zbytečně voda atd..
Konkurence, NUTREND WORLD	Stále být v obraze, s jakými novinkami přichází konkurenční fitcentrum a snažit se na ně reagovat. Nutné je také sledování zahraničních trendů a snaha o to, být vždy o krok napřed před ostatními. Pořádat akce pro stávající i nové členy.

Zdroj: Vlastní zpracování

5.2.4 SWOT analýza – FITNESS CENTRUM AC BALUO

Tabulka 6.3 – Silné stránky a jak je udržet

SILNÉ STRÁNKY	JAK JE UDRŽET
Mladistvá atmosféra	Nabídka nejnovějších trendů, které zajímají mladé lidi. Slevy na vstupném pro studenty, happy hours, akce 2+1 zdarma při vstupu.
Možnost parkování v blízkosti fitcentra	Parkoviště umístit za závoru, za kterou by mohli jen členové, kteří by měli např. vstupní karty, a tím by se jim zaručilo parkovací místo.
Možnost regenerace a občerstvení	Klienti si zde mohou zaplatit nejen fitness, ale také vstup do bazénu a občerstvení v bistru. Pro přilákání nových hostů by mohlo fitcentrum vytvářen slevové balíčky při využití všech těchto služeb.
Doplňkový prodej	Neustále doplňovat novinky ve stravování ze světa fitness, dotazovat se mezi klienty, které doplňky jim chutnají nejvíce a vytvářet ochutnávky produktů, které se zatím moc neuchytily.
Smart zóna	Chytrá aplikace podle vstupního měření vyhodnotí zdarma online tréninkový plán, podle kterého může klient cvičit. Tato výhoda by mohla být tlumočena všem novým klientům bez členství jako jeden z benefitů tohoto fitness.

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka 6.4 – Slabé stránky a jak je eliminovat

SLABÉ STRÁNKY	JAK JE ELIMINOVAT
Stroje a chybějící osy	Neustálá péče o stroje, aby nedošlo k poškození.
Chybějící zóna pro cvičení se svou vlastní vahou	Spoustu klientů si v dnešní době vyhrazuje čas, který v posilovně chce strávit tím, že bude cvičit pouze s vlastní vahou. Je tedy nutné, aby takový prostor byl k dispozici. Ideální řešení by bylo vymezit místo v rohu, kde by si tito klienti mohli zacvičit dle svých potřeb a poté se vrátili ke strojům.
Cena za vstupné	Zvýšení kvality služeb, rozšíření nabídky posilovacích strojů tak, aby vstupné stálo za to, ho platit.
Nepříjemná obsluha	Nejlepším řešení tohoto problému by zajisté byla konverzace s recepčními, zjištění důvodu, co je vede k tomuto chování, popřípadě recepční vyměnit.
Absence skupinových lekcí	Ideálním řešení tohoto problému je rozvržení pár hodin v týdnu, kdy by docházelo ke skupinovému cvičení, ať už na strojích nebo mimo ně. Klient by tak dostal možnost zjistit správnost cvičení na strojích a měl by pocit lépe odtrénované hodiny, díky dozoru, který by nad sebou měl. Ideální by také bylo vystavení sálu, kde by mohly lekce probíhat, ale zde musíme brát v potaz, zda má fitcentrum místo na zřízení.
Omezená otevírací doba o víkendu	Omezená otevírací doba vede k nižšímu obratu, ale také dojmu, že tu fitness není pro své klienty pořád. Z tohoto důvodu by se mohl vytvořit průzkum, který by za pomocí jednoduché otázky, zda klientům nechybí méně omezená otevírací doba, zjistil jejich

	názor. Tím by fitness dostalo zpětnou vazbu, která by mohla vést k příchodu nové klientely.

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka 6.5 – Příležitosti a jak je využít

PŘÍLEŽITOSTI	**JAK JE VYUŽÍT**
Oslovení co nejširší skupiny lidí	Podporovat kvalitu služeb, rozšiřovat nabízené skupinové lekce, vymýšlet soutěže, nabízet členům různé slevy, zaměstnávat kvalifikovaný personál a starat se o neustále vzdělávání trenérů v oboru.
Trend zdravého životního stylu	V dnešní době je velice moderní navštěvovat posilovny, zdravě se stravovat a celkově o sebe dbát. Fitcentra by toho měly co nejvíce využít a vytvářet si kampaně o tom, že s nimi budou klienti fit a cítit se dobře.
Nejčastější typ zaměstnání – sedavé	Většina prací v dnešní době je spojena s IT oborem, kdy lidé denně sedí několik hodin za počítačem a poté jdou domů a opět sedí, např. u televize. Fitcentra by tedy mohla využít tento poznatek a vytvořit lekce, které by měly za cíl protažení klientů po jejich pracovní době a budování svalové hmoty.

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka 6.6 – Hrozby a jak je eliminovat

HROZBY	JAK JE ELIMINOVAT
Rostoucí ceny za energii, provoz a údržbu	V této době je energie a údržba velkým tématem, jelikož prochází razantním zdražováním. Fitcentra by mohla na toto reagovat drobným zdražením svých služeb, popřípadě se snažit tyto náklady co nejvíc snížit. Například: méně svítit, kontrolovat, aby v šatnách bylo zhasnuto, když v ní nejsou klienti, kontrolovat, aby netekla zbytečně voda atd..
Velká konkurence v oblasti fitcenter	Stále být v obraze, s jakými novinkami přichází konkurenční fitcentra a snažit se na ně reagovat. Nutné je také sledování zahraničních trendů a snaha o to, být vždy o krok napřed před ostatními. Pořádat akce pro stávající i nové členy.
Poptávka po skupinových lekcích	Fitcentra by měla kontrolovat nabídky skupinových lekcí jak v okolí, tak sledovat zahraniční trendy a přicházet s nimi do jejich nabídky. Tím by došlo k přilákání nové klientely.

Zdroj: Vlastní zpracování

5.2.5 SWOT analýza – Fitcentrum Na Tribuně

Tabulka 6.7 – Silné stránky a jak je udržet

SILNÉ STRÁNKY	JAK JE UDRŽET
Lokalita fitcentra – blízko k centru města	V okolí rozvěšet plakáty, vytisknout letáky, které by pověřená osoba roznášela po schránkách, případně umístit billboard, který by upozorňoval na přítomnost fitcentra.
Možnost parkování v blízkosti fitcentra	Parkoviště umístit za závoru, za kterou by mohli jen členové, kteří by měli např. vstupní karty, a tím by se jim zaručilo parkovací místo.
Pořádání seminářů	Semináře mohou přilákat do fitness novou klientelu, která by možná o existenci tohoto fitness neměla tušení. Ke vstupnému na pořádanou akci by mohlo být přidáno např. 1x vstupné zdarma do fitness plus sleva na uzavření členství, čímž by mohlo dojít k získání nové klientely.
Skupinové lekce	Skupinové lekce jsou v dnešní době velice populární, a tak je také pro fitcentra velmi výhodné je do svého prostoru vkládat. Díky tomu dochází k získání nové klientely, jelikož někteří lidé by možná do fitness centra na cvičení na strojích ani nešli, kdežto na skupinové lekce se odváží přijít.
Osobní trenér	Podporovat vzdělávání trenéru, přispívat jim na nové kurzy. Důležité je také hledání odborníků, kteří by je v oblasti fitness školili.
EMS trénink	Tento revoluční trénink by mohl mít pravidelné semináře (např. 1x za měsíc), kde by se klientům vysvětlovalo, jak toto cvičení funguje a došlo by tak k zvýšení povědomí o tomto typu tréninku.

Doplňkové služby (Solárium, masáže)	Tyto doplňkové služby slouží jako náhrad za chybějící wellness. Ke zvýšení využití těchto služeb by došlo, pakliže by si klient mohl jednou za určitou dobu zkusit tuto službu za sníženou cenu v rámci členského benefitu.
Fitness obchod, doplňkový prodej	Neustále doplňovat novinky ve stravování ze světa fitness, dotazovat se mezi klienty, které doplňky jim chutnají nejvíce a vytvářet ochutnávky produktů, které se zatím moc neuchytily. V obchodě s fitness potřebami mít vše vystavené, klientům poskytovat rady a tipy, co jim cvičení ulehčí a stojí tak za koupi. Tím si fitness centrum získá větší důvěru od klientů, kteří sem budou chodit nakupovat častěji.
Diagnostické vážení	Nabízení členům fitcentra levnější poradenství by mohlo být lákadlem pro větší zájem o výživového poradce. Je možné také pořádat soutěže o sezení s poradci nebo o jednorázovou diagnózu, pomocí měření.

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka 6.8 – Slabé stránky a jak je eliminovat

SLABÉ STRÁNKY	**JAK JE ELIMINOVAT**
Staré stroje	Neustálá péče o stroje, aby nedošlo k poškození.
Chybějící zóna pro cvičení se svou vlastní vahou	Spoustu klientů si v dnešní době vyhrazuje čas, který v posilovně chce strávit tím, že bude cvičit pouze s vlastní vahou. Je tedy nutné, aby takový prostor byl k dispozici. Ideální řešení by bylo vymezit místo v rohu, kde by si tito klienti mohli zacvičit dle svých potřeb a poté se vrátili ke strojům.

Stáří fitcentra	Toto fitness působí spíše starším dojmem. Proto by bylo vhodné zvážit renovaci. Díky tomu by došlo k příchodu nové klientely.
Příjemná a zároveň motivující hudba hrající uvnitř fitcentra	Tvoření nových playlistů, popřípadě dát možnost klientům se zapojit do jejich tvorby na streamovacích platformách.
Nečistoty v zázemí	Nepořádek může být pro klienty rozhodujícím faktorem k nenavštěvování fitcentra, a proto je důležité, aby každé fitcentrum mělo personál určený pouze k uklízení. Uklízeči by se střídali v pravidelných intervalech po určitý čas a procházeli by celé fitness a omezovali tak hromadění nepořádku jak ve cvičící zóně, tak v útrobách.
Velikost fitcentra	Rozloha fitcentra není přizpůsobena tomu, aby v něm byla spousta strojů. Z tohoto důvodu by mohlo dojít k vyřazení nepoužívaných strojů, popřípadě změny konceptu fitness na zcela privátní, tím pádem by nevadilo, že fitness je menší a pojme tedy najednou méně klientů. Tím pádem by došlo k nižší potřebě strojů, které by se mohly obměnit za zcela nové.
Výše vstupného	Vstupné je poněkud vyšší za fitness centrum těchto kvalit, proto by fitness mělo zvážit, zda do vstupného nepřiřadí kteroukoliv z doplňkových služeb zdarma, jako dárek pro klienty, čímž by opět mohlo dojít k příchodu nové klientely.
Chybějící rozdělení do zón	Jakmile se fitness centrum rozdělí na zóny, bude fitness vypadat daleko víc uspořádaně, klienti se v něm také lépe vyznají, ale také

	nebudou muset během cvičení přecházet z jedné strany fitcentra na druhou.
Omezená otevírací doba o víkendu	Omezená otevírací doba vede k nižšímu obratu, ale také dojmu, že tu fitness není pro své klienty pořád. Z tohoto důvodu by se mohl vytvořit průzkum, který by za pomocí jednoduché otázky, zda klientům nechybí méně omezená otevírací doba, zjistil jejich názor. Tím by fitness dostalo zpětnou vazbu, která by mohla vést k příchodu nové klientely.

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka 6.9 – Příležitosti a jak je využít

PŘÍLEŽITOSTI	**JAK JE VYUŽÍT**
Rozšíření klientské základny	Podporovat kvalitu služeb, rozšiřovat nabízené skupinové lekce, vymýšlet soutěže, nabízet členům různé slevy, zaměstnávat kvalifikovaný personál a starat se o neustále vzdělávání trenérů v oboru.
Trend zdravého životního stylu	V dnešní době je velice moderní navštěvovat posilovny, zdravě se stravovat a celkově o sebe dbát. Fitcentra by toho měly co nejvíce využít a vytvářet si kampaně o tom, že s nimi budou klienti fit a cítit se dobře.
Nejčastější typ zaměstnání – sedavé	Většina prací v dnešní době je spojena s IT oborem, kdy lidé denně sedí několik hodin za počítačem a poté jdou domů a opět sedí, např. u televize. Fitcentra by tedy mohla využít tento poznatek a vytvořit lekce, které by měly za cíl protažení klientů po jejich pracovní době a budování svalové hmoty.

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka 7 – Hrozby a jak je eliminovat

HROZBY	JAK JE ELIMINOVAT
Růst cen za energie, provoz a údržbu	V této době je energie a údržba velkým tématem, jelikož prochází razantním zdražováním. Fitcentra by mohla na toto reagovat drobným zdražením svých služeb, popřípadě se snažit tyto náklady co nejvíc snížit. Například: méně svítit, kontrolovat, aby v šatnách bylo zhasnuto, když v ní nejsou klienti, kontrolovat, aby netekla zbytečně voda atd..
Rostoucí konkurence	Stále být v obraze, s jakými novinkami přichází konkurenční fitcentra a snažit se na ně reagovat. Nutné je také sledování zahraničních trendů a snaha o to, být vždy o krok napřed před ostatními. Pořádat akce pro stávající i nové členy.

Zdroj: Vlastní zpracování

6 DISKUSE

Vzhledem k tomu, že mi žádný z manažerů neposkytl data týkající se aktuální finanční situace fitcenter v podobě výročních zpráv, je tedy analýza založené pouze na vlastním úsudku a anketním šetření klientů fitcenter. Z celkového počtu šedesáti respondentů, kteří byli zahrnuti do mého anketního šetření se v rámci jednotlivých kategorií výsledky příliš neměnily. Mladí, studující lidé se shodli na stěžejních faktorech – dostupnosti MHD a širokému spektru posilovacích strojů. Ekonomicky činní, tedy osoby starší 26 let, považují za velmi důležitý osobní prostor. Nevyhovuje jim přelidněnost a přítomnost spousty studentů. Ke shodě došlo napříč těmito kategoriemi v oblasti čistoty, kdy obě dvě posuzované kategorie odradí nepořádek ve fitness nebo jeho zázemí. Dále také příjemnost obsluhy a možnost návštěvy skupinových lekcí.

K porovnání výsledků jsem si zvolila dvě diplomové práce, které se věnovaly mapování klientely fitness center ve městech Praha a Brno, kdy došly k výsledkům:

Klienti pražských fitcenter berou podle Peška (2013) jako stěžejní čistotu, ochotu a vstřícnost personálu, v čemž se shodují s olomouckou klientelou. Nedůležitou součástí fitness center je podle pražské klientely existence dětských koutků, popřípadě hlídání dětí. Tento požadavek mi žádný z respondentů mé ankety ani nezmínil, čímž opět došlo ke shodě. Návštěvníci brněnských fitness center si podle Chalupy (2017) ve spoustě případech stěžují na nevyhovující ovzduší, což je faktor, který žádný z mých respondentů v Olomouci též nezmínil.

Jelikož se nejedná ve většině případů o razantní změny, které by byly pro běžnou klientelu v olomouckých fitcentrech nutné provést, rozhodla jsem se inovace fitcenter zaměřit na vrcholové sportovce.

Žádné z posuzovaných fitcenter nemá k dispozici atletický ovál, syntetický led, basketbalové koše nebo umělý trávník s brankami. Doplněním těchto prvků by se výrazně napomohlo ke zlepšení tréninkových podmínek pro vrcholové sportovce, v porovnání s podmínkami světových fitcenter, kde je tento koncept velice populární.

Jednotlivé příklady těchto fitness center jsem zahrnula do příloh této práce.

7 ZÁVĚRY

Cílem mé bakalářské práce bylo na základě výsledků provedených analýz konkurenčních subjektů na území města Olomouce vytvořit optimalizovaný projekt moderního fitcentra. Všechny stanovené cíle jsem splnila a rozebrala ve výsledkové části této práce.

Zjistila jsem, že na klienty olomouckých fitcenter kladně působí:

- Čistota zázemí a celkově fitness center
- Klid u cvičení
- Méně návštěvníků a tím pádem větší prostor na cvičení
- Možnost regenerace po docvičení

Zatímco negativně na ně působí:

- Často chybějící zóny pro cvičení s vlastní vahou
- Příliš složité stroje
- Špatné rozdělení do zón nebo jejich úplná absence
- Nepořádek v zázemí
- Nepříjemná obsluha na recepcích

Změny, které by běžní klienti ve fitness centrech uvítali, se týkaly převážně doplnění zón určených na cvičení s vlastní vahou. Pro speciální klientelu, jako jsou vrcholoví sportovci, by bylo vhodné inovovat fitcentra v podobě doplnění prvků, které by jim stimulovaly herní nebo soutěžní podmínky. Tím by se český vrcholový sport přiblížil podmínkám, které mají reprezentanti na světové úrovni.

8 SOUHRN

Hlavním tématem mé bakalářské práce je analyzování silných a slabých stránek fitcenter na území města Olomouce. Provedení ankety s klienty, kteří tato centra pravidelně navštěvují a následné vytvoření SWOT analýz k jednotlivým komplexům.

Svou bakalářskou práci dělím na dvě části. Teoretickou a praktickou část.

Teoretická část je zasvěcena zdraví, zdravému životnímu stylu, výživě, spánku, fitness a nejnovějším trendům v oblasti fitness. Zmiňuji zde také dělení fitness center a důležitost managementu v tomto odvětví.

Praktická část mé bakalářské práce je zaměřena na samotné analyzování fitcenter. Každé z pěti vybraných jsem osobně navštěvovala, abych sama dokázala zapřemýšlet o silných a slabých stránkách každého z nich. Později jsem provedla anketu spokojenosti se stálými klienty. Zvolila jsem cestu patnácti otázek širokého spektra. Zajímaly mne pozitiva i negativa každého z nich, dostupnost, názor na posilovací stroje, ochotu personálu, až po čistotu v zázemí a nápady na inovace, které by se klientům zamlouvaly. Výsledky jsem poté spolu se svými poznatky převedla do SWOT analýz. Jako poslední jsem zvážila nutnost výstavby nového fitness komplexu, který by stavěl na požadavcích klientů a zároveň dokázal uspět v konkurenci ostatních olomouckých fitcenter.

Věřím, že v této bakalářské práci si najde své každý, kdo přemýšlí o výstavbě nového fitcentra, popřípadě zaměstnanci posuzovaných fitness center, kteří by usilovali o zlepšení svých služeb a dosažení tak vyšší spokojenosti klientů.

9 SUMMARY

The main topic of my bachelor thesis is analysing the strengths and weaknesses of fitness centres in the city of Olomouc. I conducted a survey with clients who regularly visit these centres and then created SWOT analyses for each complex.

I divide my bachelor thesis into two parts. Theoretical and practical part.

The theoretical part is dedicated to health, healthy lifestyle, nutrition, sleep, fitness and the latest trends in fitness. I also mention here the differentiation of fitness centres and the importance of management in this sector.

The practical part of my bachelor thesis is focused on analysing fitness centres themselves. I personally visited each of the five selected ones to be able to think about the strengths and weaknesses of each one myself. Later I conducted a satisfaction survey with frequent clients. I chose the route of fifteen broad questions. I was interested in the positives and negatives of each facility, accessibility, opinion for quality of fitness machines, helpfulness of the staff, cleanliness of the facilities itself or ideas for innovations from the client's perspective. I then translated the results along with my findings into SWOT analyses. Lastly, I considered the necessity of building a new fitness complex that would build on the clients' requirements and at the same time succeed in the competition of other Olomouc fitness centres.

I believe that this bachelor thesis will be useful for everyone who is thinking about building a new fitness centre, or for the employees of the fitness centres under consideration who would strive to improve their services and achieve higher client satisfaction.

10 REFERENČNÍ SEZNAM

Blahušová, E. (1995). *Životní styl wellness, Zdravé cvičení pro pohodu*. *Praha: Olympia*, 50-51.

Blahutková, M., Řehulka, E., & Dvořáková, Š. (2005). *Pohyb a duševní zdraví*. Paido.

Brooks, D. (2003). *The complete book of personal training*. Champaign: Human Kinetics Publisher.

Bunc, V. (2014). Hypokinéza–příčiny a následky. *Studia Kinanthropologica*, *15*(3), 141-145.

Buse, G. J. (2009). Kickboxing. In *Combat sports medicine* (pp. 331-350). Springer, London

Chavarrias, M., Carlos-Vivas, J., Collado-Mateo, D., & Pérez-Gómez, J. (2019). Health benefits of indoor cycling: A systematic review. *Medicina*, *55*(8), 452.

Chalupa, M. (2017). *Komparační analýza vybraných českých a amerických fitness center.* Diplomová práce, Masarykova Univerzita, Fakulta sportovních studií, Brno.

Contreras, B. (2014). Posilování: na anatomických základech. Praha: Grada.

Dědková, J. (2012). Analýza SWOT. *Základy marketingu v průmyslové výrobě*.

Dohnal, P. (2013). Výživa a spánek. *Interní medicína pro praxi*, *15*(2), 75-78.

Dohnal, T. (1997). Rekreace a současný člověk. Olomouc: Univerzita Palackého.

Doležal, M., & Jebavý, R. (2013). *Přirozený funkční trénink*. Grada.

Dovalil, J. (2008). *Lexikon sportovního tréninku*. Karolinum.

EMS training. (2019). What you need to know about ems training. Retrieved 25. 4. 202 from the World Wide Web: https://www.ems-training.com/magazine/article/what-you-need-to-knowabout-ems-training

Försterová, D. (2012). Jumping.

Frömel, K., Novosad, J., & Svozil, Z. (1999). *Pohybová aktivita a sportovní zájmy mládeže*. Univerzita Palackého.

Gibala, M. J., Little, J. P., MacDonald, M. J., & Hawley, J. A. (2012). Physiological adaptations to low-volume, high-intensity interval training in health and disease. *The Journal of physiology*, *590*(5), 1077-1084.

Glassman, G. (2004). What is crossfit. *The CrossFit Journal*, *56*, 1-7.

Gochman, D. S. (1997). Provider determinants of health behavior. In *Handbook of Health Behavior Research II* (pp. 397-417). Springer, Boston, MA.

Greco, C. C., Oliveira, A. S., Pereira, M. P., Figueira, T. R., Ruas, V. D., Gonçalves, M., & Denadai, B. S. (2011). Improvements in metabolic and neuromuscular fitness after 12-week Bodypump® training. *The Journal of Strength & Conditioning Research*, *25*(12), 3422-3431.

Hendl, J., & Dobrý, L. (2011). *Zdravotní benefity pohybových aktivit: monitorování, intervence, evaluace*. Karolinum.

Honová, K. (2012). AKTIVACE HLUBOKÉHO STABILIZAČNÍHO SYSTÉMU S VYUŽITÍM MODERNÍCH FITNES POMŮCEK (BOSU, FLOWIN, TRX). *Rehabilitation & Physical Medicine/Rehabilitace A Fyzikalni Lekarstvi*, *19*(1).

Idzikowski, C. (Ed.). (2012). *Sleep Disorders*. BoD–Books on Demand.

Jansa, P., & Dovalil, J. (2007). *Sportovní příprava: Vybrané teoretické obory.*

Jarkovská, H. (2007). *Cvičení na velkém míči*. Grada Publishing as.

Kebza, V. (2005). *Psychosociální determinanty zdraví*.

Kleiner, S. (2010). *Fitness výživa*. Praha: Grada.

Kolouch, V., & Boháčková, L. (1994). Cvičení ve fitcentrech - posilování. [Skriptum]. Olomouc: Univerzita Palackého.

Kolouch, V., & Kolouchová, L. (1990). *Kondiční kulturistika*. Olympia.

Křížová, E. (2018). *Zdraví–kultura–společnost*. Charles University in Prague, Karolinum Press.

Kwik Rink Synthetic Ice (2022). Retrieved 25. 4. 2022 from the World Wide Web: https://www.kwikrinksyntheticice.com/gallery/

Levitová, A., & Hošková, B. (2016). *Zdravotně-kompenzační cvičení*. Grada Publishing as.

Magee, C. A., Caputi, P., & Iverson, D. C. (2011). Short sleep mediates the association between long work hours and increased body mass index. *Journal of behavioral medicine*, *34*(2), 83-91.

Mahéšvaránanda, P. S., ČAKRÁCH, P. S. O., VODY, S. D., & MÍR, R. P. S. (2006). Systém jóga v denním životě. *Praha: Mladá fronta*.

Marková, V. (2020). Metodika Alpinningu.

Mirowsky, J., & Ross, C. E. (1998). Education, personal control, lifestyle and health: A human capital hypothesis. *Research on aging*, *20*(4), 415-449.

Míček, L. (1984). *Duševní hygiena*. Státní pedagogické nakladatelství.

Mužík, V., & Krejčí, M. (1997). *Tělesná výchova a zdraví*. Hanex.

Nutbeam, D. (1998). Evaluating health promotion—progress, problems and solutions. *Health promotion international*, *13*(1), 27-44. https://doi.org/10.1093/heapro/13.1.27

Olsen, S. (2004). *Instruments for clinical health-care research*. Jones & Bartlett Learning.

Opsis Architecture (2022). Retrieved 25. 4. 2022 from the World Wide Web: https://www.opsisarch.com/project/wade-king-student-recreation-center/

Pavelka, R., & Stich, J. (2012). *Vývoj bojových sportů*. Karolinum.

Pešek, O. (2013). *Typologie zákazníka pražských fitness center*. Diplomová práce, Univerzita Karlova, Fakulta tělesné výchovy a sportu, Praha.

Sde-Or, I., & Yanilov, E. (2003). *Krav Maga: umění čelit ozbrojenému útočníkovi: moderní, jednoduchý avšak razantní a efektivní izraelský systém sebeobrany a praktického bojového nácviku, prověřený ve střetnutích, nesvázaný středověkými rity a formami*. Naše vojsko.

Stackeová, D. (2003). *Fitness–trendy a perspektivy*. FTVS UK.

Stackeová, D. (2008). *Fitness programy. Teorie a praxe, 2*.

Stejskal, P. (2004). *Proč a jak se zdravě hýbat*. Břeclav: Presstempus.

Stejskalová, B. (2014). Využití animačních programů pro ovlivnění zdatnosti a redukci hmotnosti.

Střeštíková, R., & Pokorná, A. (2017). Bodystyling.

Šimik, O. (2013). *Výchova předškolního dítěte ke zdravému způsobu života*. Ostravská univerzita, Pedagogická fakulta.

Štěpaník, J. (2010). *Nejčastější chyby a omyly manažerské praxe*. Grada Publishing as.

Tabata, I. (2019). Tabata training: one of the most energetically effective high-intensity intermittent training methods. *The Journal of Physiological Sciences*, *69*(4), 559-572.

Thorne, G. (1998). *Encyklopedie kulturistiky: Vše, co potřebujete vědět o budování svalu od AZ!*. Svět kulturistiky.

Ungaro, A. (2012). Pilates: tělo v pohybu. (L. Maříková, Trans.). Praha: Ikar.

Veber, J. (2009). Základy moderní manažerské přístupy výkonnost a prosperita.

Velemínský, M. (2009). *Vybrané kapitoly z pediatrie* (6. vyd). České Budějovice: Jihočeská univerzita, Zdravotně sociální fakulta.

Velocity training club (2021). Retrieved 25. 4. 2022 from the World Wide Web: https://www.instagram.com/p/CNiWmAzHR4i/?igshid=YmMyMTA2M2Y=

Vinkler, M. (2010). Manuál instruktora FitBoxu. Bevitec, s. r. O

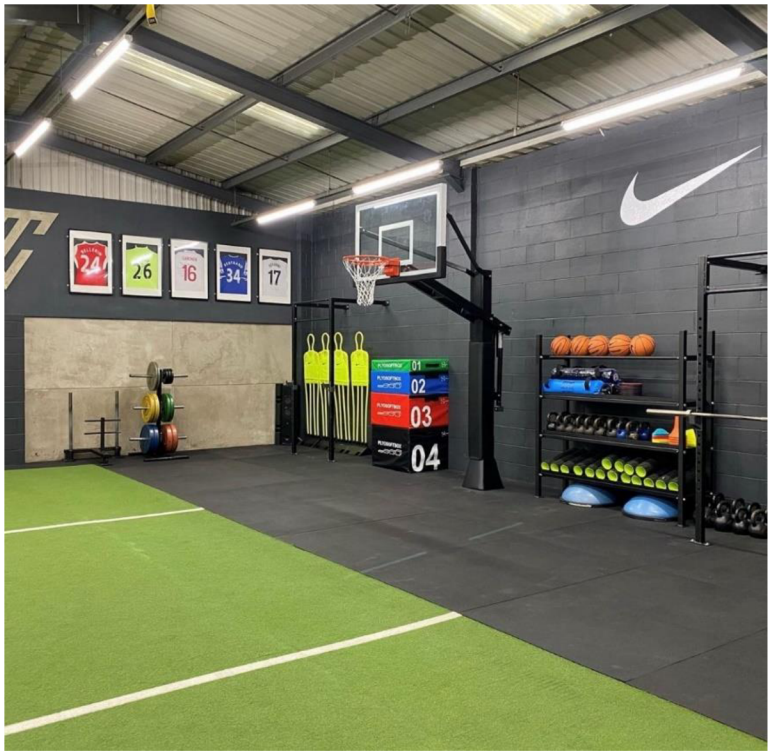
Vodáček, L., & Vodáčková, O. (1994). *Management: Teorie a praxe 80. a 90. let*. Management Press.

Vos, T., Barber, R. M., Bell, B., Bertozzi-Villa, A., Biryukov, S., Bolliger, I., ... & Brugha, T. S. (2015). Global, regional, and national incidence, prevalence, and years lived with disability for 301 acute and chronic diseases and injuries in 188 countries, 1990–2013: a systematic analysis for the Global Burden of Disease Study 2013. The lancet, 386(9995), 743-800. https://doi.org/10.1016/S0140-6736(15)60692-4

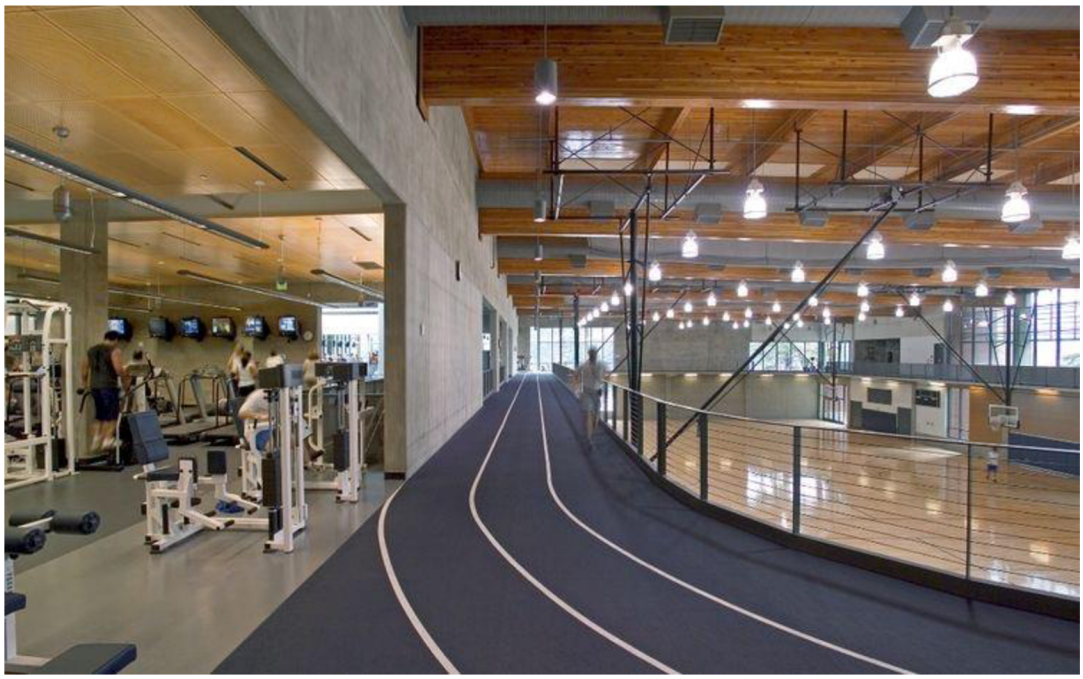
World Health Organization. (2001). The World Health Report 2001: Mental health: new understanding, new hope.

11 PŘÍLOHY

Obrázek 1. Syntetický led (Kwik Rink Synthetic ice, 2022)



Obrázek 2. Basketbalový koš (Velocity Training Club, 2021)



Obrázek 3. Fitness centrum s atletickým oválem a basketbalovým hřištěm (Opsis Architecture, 2022)