

Projekt na rozšíření volnočasových aktivit s přímým důsledkem na tržby Wellness hotelu Horal

Bc. Petra Hlaváčová

Diplomová práce
2013



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta managementu a ekonomiky

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta managementu a ekonomiky
Ústav podnikové ekonomiky
akademický rok: 2012/2013

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Petra Hlaváčová**
Osobní číslo: **M11495**
Studijní program: **N6208 Ekonomika a management**
Studijní obor: **Podniková ekonomika**
Forma studia: **prezenční**

Téma práce: **Projekt rozšíření volnočasových aktivit s přímým
důsledkem na tržby Wellness hotelu Horal**

Zásady pro vypracování:

Úvod

I. Teoretická část

- Systematicky zpracujte a zhodnoťte literární poznatky na téma volnočasové aktivity a wellness.
- Popište analytické metody používané v diplomové práci.

II. Praktická část

- Analyzujte současný stav využití volnočasových aktivit ve Wellness hotelu Horal.
- Na základě výsledků analýzy zpracujte projekt na rozšíření volnočasových aktivit včetně ekonomického zhodnocení.

Závěr

Rozsah diplomové práce: cca 70 stran
Rozsah příloh:
Forma zpracování diplomové práce: tištěná/elektronická

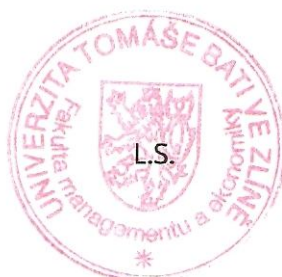
Seznam odborné literatury:

- BERÁNEK, Jaromír a Pavel KOTEK. Řízení hotelového provozu. 4. přeprac. vyd. Praha: MAG Consulting, s. r. o., 2007, 240 s. ISBN 978-80-86724-30-0.
CATHALLA, Hana. Wellness: od vnějšího pohybu k vnitřnímu klidu. 1. vyd. Praha: Grada, 2007, 168 s. ISBN 978-80-247-2323-5.
HORNER, Susan a John SWARBROOKE. Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času. 1. vyd. Praha: Grada, 2003, 486 s. ISBN 80-247-0202-9.
MATIAS, Álvaro, Peter NIJKAMP a Manuela SARMENTO. Tourism economics: impact analysis. 1. vyd. Berlin: Physica-Verlag, 2011, 293 s. ISBN 978-3-7908-2724-8.
TESONE, Dana. Zásady řízení pro obor hotelnictví, gastronomie a turismu. 1. vyd. Praha: Wolters Kluwer Česká republika, 2011, 389 s. ISBN 978-80-7357-655-4.

Vedoucí diplomové práce: Ing. Zuzana Tučková, Ph.D.
Ústav podnikové ekonomiky
Datum zadání diplomové práce: 22. února 2013
Termín odevzdání diplomové práce: 2. května 2013

Ve Zlíně dne 22. února 2013

prof. Dr. Ing. Drahomíra Pavelková
děkanka



doc. Ing. Boris Popesko, Ph.D.
ředitel ústavu

PROHLÁŠENÍ AUTORA DIPLOMOVÉ PRÁCE

Beru na vědomí, že:

- odevzdáním diplomové práce souhlasím se zveřejněním své práce podle zákona č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, bez ohledu na výsledek obhajoby¹;
- diplomová práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému,
- na mou diplomovou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, zejm. § 35 odst. 3²;
- podle § 60³ odst. 1 autorského zákona má UTB ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;

¹ zákon č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, § 47b Zveřejňování závěrečných prací:

(1) Vysoká škola nevydělečně zveřejňuje disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce, u kterých proběhla obhajoba, včetně posudků oponentů a výsledku obhajoby prostřednictvím databáze kvalifikačních prací, kterou spravuje. Způsob zveřejnění stanoví vnitřní předpis vysoké školy.

(2) Disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce odevzdané uchazečem k obhajobě musí být též nejméně pět pracovních dnů před konáním obhajoby zveřejněny k nahlázení veřejnosti v místě určeném vnitřním předpisem vysoké školy nebo není-li tak určeno, v místě pracoviště vysoké školy, kde se má konat obhajoba práce. Každý si může ze zveřejněné práce pořizovat na své náklady výpisy, opisy nebo rozmnoženiny.

(3) Platí, že odevzdáním práce autor souhlasí se zveřejněním své práce podle tohoto zákona, bez ohledu na výsledek obhajoby.

² zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 35 odst. 3:

(3) Do práva autorského také nezasahuje škola nebo školské či vzdělávací zařízení, užije-li nikoli za účelem přímého nebo nepřímého hospodářského nebo obchodního prospěchu k výuce nebo k vlastní potřebě dílo vytvořené žákem nebo studentem ke splnění školních nebo studijních povinností vyplývajících z jeho právního vztahu ke škole nebo školskému či vzdělávacímu zařízení (školní dílo).

³ zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 60 Školní dílo:

(1) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení mají za obvyklých podmínek právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla (§ 35 odst. 3). Odpírá-li autor takového díla udělit svolení bez vážného důvodu, mohou se tyto osoby domáhat nahrazení chybějícího projevu jeho vůle u soudu. Ustanovení § 35 odst. 3 zůstává nedotčeno.

- podle § 60⁴ odst. 2 a 3 mohu užít své dílo – diplomovou práci - nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen s předchozím písemným souhlasem Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše);
- pokud bylo k vypracování diplomové práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tj. k nekomerčnímu využití), nelze výsledky diplomové práce využít ke komerčním účelům.

Prohlašuji, že:

- jsem diplomovou práci zpracoval/a samostatně a použité informační zdroje jsem citoval/a;
- odevzdaná verze diplomové práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

Ve Zlíně 29.4.2013

Hanačovičová

⁴ zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 60 Školní dílo:

- (2) Není-li sjednáno jinak, může autor školního díla své dílo užít či poskytnout jinému licenci, není-li to v rozporu s oprávněnými zájmy školy nebo školského či vzdělávacího zařízení.
- (3) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení jsou oprávněny požadovat, aby jim autor školního díla z výdělku jim dosaženého v souvislosti s užitím díla či poskytnutím licence podle odstavce 2 přiměřeně přispěl na úhradu nákladů, které na vytvoření díla vynaložily, a to podle okolností až do jejich skutečné výše; přitom se přihlédne k výši výdělku dosaženého školou nebo školským či vzdělávacím zařízením z užití školního díla podle odstavce 1.

ABSTRAKT

Tato diplomová práce se zabývá rozšířením stávajících volnočasových aktivit ve Wellness Horal s důsledkem na tržby. V hlavní části bude analýza využití současných volnočasových aktivit a následné návrhy pro jejich možné rozšíření s následkem na jejich tržby. Práce je rozdělena na teoretickou, analytickou a projektovou část.

V teoretické části je vypracována literární rešerše týkající se volnočasových aktivit a wellness. Analytická část je zaměřena na představení Wellness Horal a jeho činnosti. Následně je zpracována analýza využití volnočasových aktivit. Na základě analytické části jsou vybrány dva projekty na rozšíření volnočasových aktivit. V projektové části jsou popsány kroky, které je nutné udělat pro zavedení jednotlivých návrhů.

Klíčová slova: volný čas, volnočasové aktivity, cestovní ruch, wellness

ABSTRACT

This diploma thesis deals with the extension of leisure activities at the Wellness Horal with the result of the sales. The main part of the analysis will use the current leisure activities and subsequent proposals for possible expansion resulting in sales. The work is divided into theoretical, analytical and project part.

A literature research regarding to leisure activities and wellness is developed in the theoretical part. The analytical part is focused on the performance Wellness Horal and its activities. Subsequently, with the analysis of the use of leisure time activities. Based on the analysis of a selected two projects to expand leisure activities. In the project section describes the steps that have to be done for the introduction of individual proposals.

Keywords: leisure, leisure activities, tourism, wellness

Touto cestou bych ráda poděkovala vedoucí mé diplomové práce Ing. Zuzaně Tučkové, Ph.D. za odborné vedení a cenné rady, které mě usměřňovaly při psaní této práce.

Dále bych chtěla poděkovat řediteli volnočasových aktivit Wellness Horal za poskytnutí materiálů a rad potřebných ke zpracování této diplomové práce.

Prohlášení

Prohlašuji, že odevzdaná verze diplomové práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

OBSAH

ÚVOD	11
I TEORETICKÁ ČÁST	12
1 VOLNÝ ČAS A VOLNOČASOVÉ AKTIVITY	13
1.1 DEFINICE VOLNÉHO ČASU	13
1.1.1 Dimenze volného času	13
1.2 VOLNOČASOVÉ AKTIVITY	14
1.3 SOUČASNÝ VÝVOJ VOLNOČASOVÝCH AKTIVIT	14
1.3.1 Současný vývoj volnočasových aktivit	16
1.4 VÝZNAM CESTOVNÍHO RUCHU VE VOLNÉM ČASE	17
2 WELLNESS	18
2.1 POJEM A DEFINICE WELLNESS	18
2.2 HISTORIE A VÝVOJ WELLNESS	19
2.3 DIMENZE WELLNESS	20
2.4 WELLNESS JAKO SOUČÁST VOLNÉHO ČASU	21
2.5 CESTOVNÍ RUCH A WELLNESS	22
2.6 WELLNESS TURISTIKA	23
2.7 KVALITATIVNÍ KRITÉRIA PRO ROZVOJ WELLNESS TURISTIKY	23
2.8 SOUČASNÉ TRENDY ŽIVOTNÍHO STYLU WELLNESS	24
2.9 TRENDY V OBLASTI WELLNESS V ROCE 2013	25
2.10 WELLNESS V HOTELNICTVÍ	26
2.10.1 Prvky wellness zařízení	27
2.10.2 Technické vybavení hotelového wellness centra	27
2.10.3 Přínosy wellness centra pro provoz hotelu	28
2.10.4 Kvalita wellness	28
3 ANALYTICKÉ METODY	30
3.1 SWOT ANALÝZA	30
3.2 PROJEKTOVÉ ŘÍZENÍ	31
3.3 STRUKTURA PROJEKTU	31
3.3.1 Kalkulační schéma	32
II PRAKTICKÁ ČÁST	33
4 ANALYTICKÁ ČÁST	34
4.1 CHARAKTERISTIKA WELLNESS HORAL	34
<i>PŘEDMĚT PODNIKÁNÍ HP TRONIC, S.R.O.:</i>	34
4.2 SWOT ANALÝZA WELLNESS HORAL	36
4.3 ZHODNOCENÍ SWOT ANALÝZY	37
4.4 RESORT VALACHY	38
4.5 VOLNOČASOVÉ AKTIVITY WELLNESS HORAL	38
4.5.1 Termální bazény	39
4.5.2 Saunový svět	39
4.5.3 Masáže	40
4.5.3.1 Thajské masáže	40

4.5.3.2	Ajurvédské masáže	40
4.5.4	Kardio fitness	41
4.5.5	Segway	41
4.5.6	Multifunkční hřiště	41
4.5.7	Lanový park	42
4.5.8	Animační programy	42
4.5.8.1	Animační programy pro dospělé	42
4.5.8.2	Animační programy pro děti	42
5	ANALÝZA VOLNOČASOVÝCH AKTIVIT	43
5.1	ANALÝZA NÁVŠTĚVNOSTI TERMÁLNÍCH BAZÉNŮ	43
5.1.1	Celkový počet návštěvníku v termálních bazénech 2012	44
5.1.2	Rozdělení počtu hostů dle ubytování	45
5.1.3	Porovnání návštěvnosti termálních bazénů s rokem 2011	45
5.2	ANALÝZA VYUŽÍVÁNÍ SAUNOVÉHO SVĚTA	46
5.2.1	Změna počtu návštěvníku v porovnání s rokem 2011	48
5.3	ANALÝZA VYUŽITÍ MASÁŽÍ	49
5.3.1	Srovnání využití masáží s rokem 2011	49
5.4	ANALÝZA VYUŽITÍ SEGWAY	50
5.4.1	Vytíženost strojů během 1 dne	51
5.4.2	Celkový počet osob na Segway	52
5.5	ANALÝZA VYUŽITÍ LANOVÉHO PARKU	53
5.6	ANALÝZA VYUŽITÍ MULTIFUNKČNÍHO HŘIŠTĚ	54
6	ZÁVĚRY Z ANALYTICKÉ ČÁSTI	55
7	PROJEKT NA ROZŠÍŘENÍ VOLNOČASOVÝCH AKTIVIT	56
7.1	POPIS PROJEKTŮ	56
8	PROJEKT ZAVEDENÍ PRIVÁTNÍ WHIRPOOL SE SEKTEM A JAHODAMI	57
8.1	PŘEDMĚT PROJEKTU	57
8.1.1	Cíl projektu	57
8.1.2	Očekávané přínosy	57
8.2	ČASOVÝ HARMONOGRAM PROJEKTU	57
8.2.1	Ganttův diagram	58
8.3	NÁKLADOVÁ ANALÝZA	59
8.3.1	Náklady na zavedení aktivity	59
8.3.2	Náklady na marketingové aktivity	61
8.4	NÁKLADY NA JEDNU AKTIVITU	61
8.4.1	Personální náklady	61
8.4.2	Režijní náklady	62
8.4.3	Náklady na materiál	62
8.4.4	Další náklady	62
8.4.5	Rezerva na nepředvídatelné náklady	62

8.5	STANOVENÍ CENY	63
8.6	ODHAD VYTÍŽENOSTI V ROCE 2013	63
8.7	ODHAD TRŽEB V ROCE 2013.....	64
8.8	ANALÝZA RIZIK.....	65
8.9	ANALÝZA KONKURENCE.....	65
9	PROJEKT VÝUKY S TRENÉREM.....	67
9.1	PŘEDMĚT PROJEKTU	67
9.1.1	Cíl projektu.....	67
9.1.2	Očekávané přínosy	67
9.1.3	Místo a čas výuky.....	67
9.2	NÁPLŇ LEKCE - HARMONOGRAM VÝUKY	67
9.2.1	Náplň 50 minutové lekce	68
9.2.2	Náplň vícehodinové lekce	68
9.2.3	Požadavky na trenéra.....	68
9.3	ČASOVÝ HARMONOGRAM PROJEKTU	69
9.3.1	Ganttův diagram	70
9.4	NÁKLADOVÁ ANALÝZA	71
9.4.1	Náklady na zavedení aktivity	71
9.4.2	Náklady na marketingové aktivity.....	71
9.4.3	Materiální zabezpečení výuky.....	72
9.5	NÁKLADY NA HODINU	72
9.5.1	Personální náklady.....	72
9.5.2	Režijní náklady.....	73
9.5.3	Náklady na materiál.....	73
9.5.4	Další náklady.....	73
9.5.5	Rezerva na nepředvídatelné náklady	73
9.6	STANOVENÍ CENY	74
9.6.1	Ceník individuální výuka:.....	74
9.6.2	Ceník skupinové výuky:	75
9.7	ODHAD VYTÍŽENOSTI V ROCE 2013	75
9.8	ODHAD TRŽEB V ROCE 2013.....	76
9.9	ANALÝZA RIZIK.....	77
9.10	ANALÝZA KONKURENCE.....	77
	ZÁVĚR.....	78
	SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY	79
	SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK.....	82
	SEZNAM OBRÁZKŮ.....	83
	SEZNAM TABULEK	84
	SEZNAM PŘÍLOH.....	85

ÚVOD

Cestovní ruch je dynamicky se rozvíjející odvětví, které přispívá nezanedbatelnými příjmy do státního rozpočtu každé země. Díky neustále rostoucí životní úrovni, zvyšujícímu se fondu volného času a rozvoji technologie a infrastruktury je předpoklad rozvoje cestovního ruchu i v budoucnu. Způsob trávení volného času je na rozhodnutí každého. Je mnoho forem či možností jak využít svůj volný čas a jaké aktivity během něj dělat.

Wellness turistika je v ČR stále novým a vyvíjejícím se trendem, který si získal velkou oblibu u českých i zahraničních cestovatelů. Možná je to způsobeno velmi uspěchaným a neklidným životním stylem. Lidé si uvědomují tlaky, které na ně ze všech stran působí. Proto se snaží najít možný způsob jak si od toho na chvíli odpočinout a zapomenout. Tuto možnost mohou najít ve wellness centrech či wellness hotelích, kde se na chvíli ponoří do klidu, harmonie a zapomenou na starosti všedních dnů. Filozofie wellness ovšem dalece přesahuje pouhé procedury wellness center a hotelů. Neopominutelnou součástí zdravého životního stylu je totiž také správná životospráva a racionální strava

Ve své diplomové práci se budu zabývat projekty rozšíření stávajících volnočasových aktivit ve Wellness Horal. Wellness Horal jsem si vybrala z toho důvodu, že zde již několik let pracuji a dle mého názoru toto zařízení patří ke špičce ve svém oboru.

Cílem práce bude návrh několika aktivit s důsledkem na návštěvnost a tržby Wellness Horal. Předcházet tomu bude analýza rozdělení volnočasových aktivit, které Wellness Horal nabízí a analýza návštěvnosti za rok 2012 a srovnání s rokem 2011. Díky analýze následně vyberu několik možností pro rozšíření stávajících aktiv. Pro projekty bude zpracován nákladová analýza, odhad tržeb za sledované období a časový harmonogram projektu.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 VOLNÝ ČAS A VOLNOČASOVÉ AKTIVITY

Volný čas je čas, v němž člověk nevykonává činnosti pod tlakem pracovních závazků či nutnosti zachování svého biofyziologického či rodinného systému. Může být charakterizován svobodnou volbou, očekáváním příjemných prožitků. (Zelenka, Pásková, 2012, str. 615)

1.1 Definice volného času

Pojem volný čas je široký pojem, který nemá přesnou definici.

Němec (2002, str. 17) se dívá na volný čas jako čas, ve kterém si sami svobodně volíme a děláme činnosti, které nám přináší radost potěšení, zábavu, odpočinek, které obnovují a rozvíjejí naše tělesné a duševní schopnosti, případně i schopnosti tvůrčí.

Volný čas je částí lidského života mimo čas pracovní a tzv. čas vázány, který zahrnuje biofyziologické potřeby člověka (spánek, jídlo, osobní hygienu) chod rodiny, provoz domácnosti, péči o děti, dojíždění za prací a další nutné mimopracovní povinnosti. Volný čas je dobou, kterou má po splnění těchto potřeb a povinností člověk k dispozici pro činnosti sebeurčující a sebevytvářející. (Hájek, Hofbaur a Pávková, 2008, str. 10)

„Vědecké bádání poprvé provedl Francouz J. Dumazedier. Vymezil volný čas jako soubor činností, jimž se jedinec může oddávat zcela podle své vůle pro odpočinek nebo zábavu, rozvoj své informovanosti, osobnosti, svobodné tvůrčí schopnosti pro splnění svých závazků. Zdůrazňuje, že vymožeností dnešní doby není materiální blahobyt, ale všeobecnost existence volného času.“, (Veselá, s. 24. 1999)

1.1.1 Dimenze volného času

V 80. letech byla poprvé definována podstat trávení volného času. Podle UNESCO se volný čas vyznačuje dimenzemi pohledu:

- ekonomického - volný čas vymezený vůči času a práci,
- sociologického – volný čas asociován s aktivitou, spokojeností, jinými činnostmi než pracovními,
- sociálně psychologického – čas pro realizaci osobnosti,
- psychologického – čas, pro realizaci zvláštního stylu života, ve kterém se člověk realizuje. (Čertík, Fišerová, 2009, str. 7)

Funkce volného času

Ze společenského hlediska je možné specifikovat tři funkce volného času

- Instrumentální funkce – počátky 19. století přináší změny stylu řízení práce v průmyslové výrobě a vzhledem k vysoké produktivitě práce i nutnost zajistit dělníkům dostatek regenerace sil.
- Humanizační funkce – shrnuje výchovné vzdělávací a socializační možnosti volného času. Kultivace ducha a těla se prolíná volným časem ve všech etapách historického vývoje společnosti. Volný čas pomáhá uchovat kulturní dědictví každé populace prostřednictvím lidových zvyků a slavností.
- Zábavná funkce se úzce váže k sociálně psychologickým a psychologickým aspektům volného času. Volný čas dává prostor pro věnování se osobního zájmům a zálibám, jejich naplnění navozuje pocity uspokojení, pocit příjemného prožitku. (Čertík, Fišerová, 2009, str. 10)

1.2 Volnočasové aktivity

Způsob trávení volného času ovlivňuje řada okolností, vždy však představuje svobodnou volbu jedince, pro jakou aktivitu se rozhodne. Typické volnočasové aktivity jsou různorodé zájmové činnosti jako např. sběratelství, kutilství, návštěva divadel, kin, kostela, sportovní aktivity, turistika, cestování.

Organizovanost aktivit ve volném čase můžeme rozdělit do tří základních skupin:

- činnost spontánní (na otevřených hřištích a sportovištích),
- činnost zájmová (sportovní turnaje, cykly přednášek, divadelní představení, exkurze, výlety),
- činnost pravidelná (celoroční, sportovní kroužky, kurzy). (Čertík, Fišerová, str. 10-11)

1.3 Současný vývoj volnočasových aktivit

Způsob trávení volného času je v dnešní společnosti značně různorodý. Můžeme jej však rozdělit do dvou základních skupin, a to aktivní formy trávení volného času a pasivní formy trávení volného času.

Aktivní formy trávení volného času můžeme rozdělit na manuální, fyzické, kulturní, intelektuální a sociální činnosti.

Manuální činnosti se projevují jako činnost řemeslnická a zahrádkářství. Manuální činnost je také obsažena v domácím kutilství.

Fyzické činnosti můžeme označit jako všechny druhy činností uskutečněných v přírodě – procházky, táboření, turistika.

Kulturní činnosti do této oblasti aktivit ve volném čase patří četba, návštěva divadla, kina, výstavy, poslech hudby, hra na hudební nástroje. Tyto činnosti vyvolávají v člověku fantazii, obrázkotvornost, estetické cítění.

Intelektuální činnosti jsou zaměřeny na dobrovolné prohlubování svých znalostí a zdokonalování svých dovedností, které vedou k rozvoji osobnosti. Patří sem četba novin a odborných časopisů, vědecké literatury. Dnešní doba vyžaduje celoživotní vzdělávání a učení se novým věcem.

Sociální činnosti jsou naplněna sociálními vztahy – rozmluvy a besedování s přáteli, příbuznými nebo v různých organizacích.

Mezi **pasivní formy** trávení volného času patří především tyto činnosti:

- sledování televize, hraní počítačových her,
- nicnedělání.

Trávení volného času by mělo splňovat tyto funkce:

- aktivní přístup člověka k provádění činnosti,
- náhrada jednotvárné činnosti (dlouhodobá duševní činnost),
- vytváření zdravého způsobu života. (Čertík, Fišerová, 2009, str. 14 -15)

H. W. Opaschowski předložil podrobný přehled osmi zásadních potřeb na základě moderního výzkumu volného času, dovolené a zdraví, kterým vystihl aktuální požadavky společnosti. Poukázal tím také na prolínání, vnitřní závislost a také na rozdílné zdůrazňování a pořadí:

1. **Rekreace** – potřeba zotavení a osvěžení zdraví, obnova fyzických a psychických sil, sexuální potřeby, oprostění se od nároků všedního dne, osvobození se od neadekvátních a nepřiměřených požadavků, odpočinek, spánek, dobrá tělesná i duševní kondice.

2. **Kompenzace** – potřeba odreagování, potěšení, napravení nedostatků, zbavení se námahy, oprostění se od nařízení, pravidel, norem, povinností, zbavení se zátěže, starostí, záměrné užívání radosti ze života.
3. **Edukace** – potřeba poznávat a zažívat nové, záměna rolí a zkoušení chování a jednání v jiných rolích, sebepoznání a sebe uvědomování, rozvíjení svého já, potřeba učení a zkoumání vlastních možností.
4. **Kontemplace** – potřeba klidu a pohody, rozjímání, sebevědomí, vyhradit si čas pro sebe sama, sebereflexe, osvobození, uvolnění se od stresu a nervového vypětí, potřeba samostatného života, uvědomění si vlastní individuality, nalezení identity.
5. **Komunikace** – potřeba sdělování, kontaktu, sdružování, pospolitosti, být s někým, hledání kontaktů, přání rozličných společenských vztahů, vyhrazení času pro druhé, potřeba společných prožitků, lásky, něhy, porozumění, sexuálních kontaktů.
6. **Integrace** – potřeba společenských vztahů, začlenění do kolektivu, vytváření sociálních skupin, hledání emocionální jistoty, sociální stability a bezpečí, pocit propojení, vzájemné spolupráce, uznání, spoluprožívání, tolerance, ohleduplnosti, společné hry a jiné činnosti, potřeba rodinných vztahů.
7. **Participace** – potřeba angažování, sebe pojetí, prostor pro vlastní iniciativu, spoluúčast na dění, snaha o realizaci kolektivních záměrů a dosahování společných cílů, spolurozhodování, spolupráce, sdílená odpovědnost, podílení se na utváření sociálního prostředí.
8. **Enkulturační** – potřeba produktivního uplatnění a účasti na kulturním životě, kreativního růstu, nezávislého rozvoje vlastních schopností, uplatnění svého talentu, fantazie, prosazování vlastních nápadů a osobitě řešení různých situací, kulturní činnost, aktivita, iniciativa. (Vážanský, 1999, s. 36-40)

1.3.1 Současný vývoj volnočasových aktivit

Tento vývoj není příliš pozitivní, prohlubuje se pasivnost a snižuje se frekvence činností. Nejčastěji prováděné aktivit ve volném čase nebo polovolném čase:

- sledování televize
- domácí práce
- četba časopisu a zábavné literatury
- koníčky a záliby
- péče o děti

- sport, vycházky
- pasivní odpočinek

1.4 Význam cestovního ruchu ve volném čase

Cestovní ruch má s volným časem společné moderní rysy, oba tyto pojmy stejně odráží vliv společenských trendů a životního stylu. Cestovní ruch se převážně uskutečňuje ve volném čase a v poslední době výrazně oživuje problematiku trávení volného času. Přičemž účast na cestovním ruchu patří k oblíbeným a atraktivním způsobům trávení volného času.

Propojenost volného času a cestovního ruchu dokládají i stále se měnící tendence vývoje volnočasových aktivit, které mohou zároveň charakterizovat nejen tendence animačních služeb, ale i vývoj cestovního ruchu.

Současným trendem je využívat formy zážitkového cestovního ruchu a vytvářet jedinečné koncepty se zaměřením na pohybové aktivity v kombinaci se zábavou. (Čertík, Fišerová, 2009, str. 35)

2 WELLNESS

Slovo wellness, v posledních letech slyšíme na každém kroku. Všichni o něm mluví, ale přesně je velmi těžko definovatelné.

Wellness je stav, cesta, filozofie, provoz, program a prostor. Wellness je stav, při kterém se cítíme dobře, v pohodě, vyrovnaně, harmonicky. Cesta (tedy postupy, metody, principy), která nás k hledanému stavu vede. Filozofie, která vytyčuje cestu a záměr a dává smysl tomuto stavu. Označení struktury, zařízení či provozu, kde je realizován program touto filozofií. Mezi hlavní pilíře wellness zahrnuje společenství, přírodu a sebenaplnění. (Cathalla, 2007, s. 19)

Je to dlouhotrvající - stupňující se proces přeměny Vaší psychické, intelektuální, emoční, sociální, duchovní a okolní pohody. Tyto parametry jsou nejdůležitější součástí wellness. Wellness je také označení pro strukturu, zařízení a prostor, které jsou realizovány v konceptu s touto filozofií (architektura, design, barvy atd.) a pro programy, které nás k pocitům wellness vedou (procedury, balíčky, menu atd.). Příroda hraje důležitou roli v oblasti wellness. (spa-wellness.cz, ©2008 - 2013)

2.1 Pojem a definice wellness

Neexistuje všeobecně přijímaná definice wellness. Proto bude zmíněno několik definic.

Termín wellness vznikl v 60. letech a skládá se z anglických výrazů „wellbeing“ (zdraví a pohoda) a „fitness“ (fyzická kondice). Původní myšlenkou při vytvoření tohoto pojmu bylo pomoci jemného a blahodárného pohybu znovu nastolit harmonii těla, duše a ducha. (Tröndle, 2008, s. 8)

V současné době je wellness dynamicky rostoucí trend, který se posunul od trendu budování svalů k trendu udržení zdravého životního stylu, který působí jako prevence proti negativním důsledkům dnešní uspěchané doby na lidské zdraví. Hektický způsob života moderního člověka, jeho pracovní vypětí a stres, to vše vyvolalo potřebu uvolnění, odpočinku a relaxace, což vedlo k prudkému rozvoji a diferenciaci wellness - nabídky a wellness - turistiky. Wellness se skládá z pěti součástí, všech mají vliv na úroveň životní pohody - žádnou z nich nelze opomenout, pouze rovnováha mezi nimi může vést k nejvyšší úrovni wellness.

Součástí wellness je:

- fitness
- výživa
- zvládnutí stresu
- pozitivní přístup k životu
- osobní návyky

K dosažení optimálních výsledků je důležitý dobře, vypracovaný koncept, zaměřený na atmosféru zařízení (kouzlo prostoru), na správnou péči, dobré výrobky, pozorné služby tak, aby v hostech vzbuzoval dobrý pocit a uspokojení z relaxace. Na základě dobře promyšleného a jednoznačně definovaného konceptu uspořádání prostoru musí být v popředí jasná vize spokojeného hosta, který si odnáší své zážitky.

V oboru wellness jsou pro navození atmosféry důležité prvky, které harmonicky dokreslují atmosféru a celkový vzhled místnosti - vonné svíčky, relaxační hudba, osvětlení, ale i jednotlivé metody přikrývání a odkrývání produktů používané cílena pro individuální procedury. (Čertík, Fišerová, 2009, str. 51)

2.2 Historie a vývoj wellness

Wellness turistika patří mezi nejstarší formy turistiky. Starověké civilizace již v letech 500 1000 př. n. l. praktikovaly mnoho terapií, které se nacházejí v lázních a wellness dnes. Staří Řekové zavedli procedurami pro Římské říše. Římané postavili jedny z prvních lázní v Evropě. V 18 století se židé zabývali rituály ponořením do Mrtvého moře jako očistný proces, Osmanská říše postavila první turecké lázně a využívaly první formy thalasotherapy (návštěva středisek s mořskou vodou). (Smith, Macleond, 2010. str. 89)

V 70. letech explodují v USA náklady vydávané na zdravotnictví a specialisté mnoha oborů se začnou zajímat o možnosti zpomalení této potřeby. Donald B. Ardell a Jahn Travis vypracují na objednávku vlády nový model managementu zdraví, postavený na prevenci zdraví a na vlastní odpovědnosti jedince za svůj celkový zdravotní stav. Psychologické faktory sebe odpovědnosti a uvědomělé výživy jsou doplněny udržováním dobré tělesné formy, zvládnutím managementu stresu a senzibilitou k životnímu prostředí.

V letech osmdesátých byl pojem wellness již pevně zakotven v podvědomí společnosti, a to nejenom americké, ale i té v západní Evropě. Během posledních dvaceti let prošlo také

budování wellness center svým vývojem. Pro pocit wellness nejsou měřítka - kromě těch vnitřních, kdy si uvědomujeme, jak dalece jsme v pohodě.

V posledních letech vznikají centra, která sledují s determinací a s kompletním nasazením možných prostředků cíl vytvořit tento dokonalý prostor, jenž bude působit na všechny smysly, na všechny složky jedince (tělo, mysl, ducha, emoce), bude sloužit všem jeho potřebám a touhám a bude ho vychovávat k zdravému a naplňujícímu přístupu k životu a k autonomii. (Cathala, 2007, s. 15)

2.3 Dimenze wellness

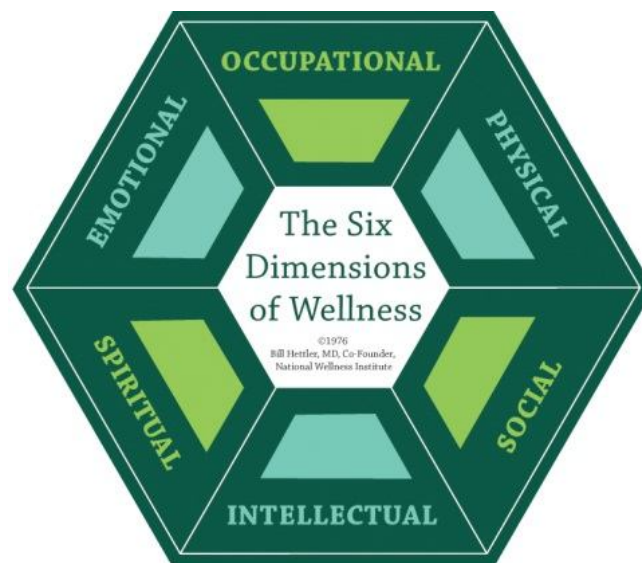
U wellness dimenzí je snaha o spojení všech důležitých oblastí, kterých se wellness týká. Dimenze pojmenoval poprvé Dr. Bill Hettler, spoluzakladatel Národního Wellness Institutu (NWI).

Dimenze wellness můžeme rozdělit na několik rozměrů:

- **Pracovní rozměr** – tento rozměr uznává osobní spokojenost a obohacení v životě skrze práci. Pracovní rozvoj souvisí s postojem ke svému přesvědčení. Dodává přesvědčení, že je lepší vybrat si kariéru, která je v souladu s našimi osobními hodnotami, zájmy a názory. Volba povolání, uspokojení z práce, kariéra jsou všechno důležité části spokojenosti z propojení všech částí.
- **Fyzický rozměr** – potřeba pravidelné fyzické aktivity. Tento trend a vývoj podporuje učení se o stravě a výživě a vyvarování se užívání návykových látek. Řídí se principy, kdy se preferuje konzumace potravin a nápojů zvyšující dobrý zdravotní stav, je lepší být fyzicky fit, než z formy.
- **Sociální rozměr** - vybízí k přispívání k péči o životní prostředí a zdůrazňuje vzájemnou závislost mezi ostatními dimenzemi a přírodou. Snaha o co největšímu přispívání k obecnímu blahu než myslet pouze jen na sebe, lepší je žít v harmonii s ostatními než v rozporu.
- **Duševní dimenze** – kreativně stimuluje duševní aktivitu. Rozšiřování znalostí a dovedností s ostatními. Principy této dimenze spočívají ve snaze neustálého intelektuálního procvičování a snaha o řešení problému okamžitě a neodkládat je na později

- **Duchovní dimenze** – snaha o hledání smyslu lidské existence. Snaha o toleranci víry druhých a přemýšlení o ní, snaha každého dne chovat se v souladu se svými hodnotami a životním přesvědčením.
- **Emociální dimenze** – zahrnuje pozitivní myšlení a spokojenost se sebou samým. Schopnost vyrovnání se se stresovými situacemi, schopnost ovládnutí svých pocitů. Snaha o přijetí svých pocitů než jejich potlačování. Dívat se na svět optimisticky než pesimisticky.

Obrázek 1: Dimenze wellness



Zdroj: nationawellness.org, ©2008-2013

Všechny dimenze jsou spolu úzce provázány a spjaty. Pomocí tohoto rozdělení dimenzí si může zvolit člověk, jaký život bude žít a jak se bude chovat ke svému okolí. (Nationawellness.org, ©2008-2013)

2.4 Wellness jako součást volného času

V případě, že se rozhodneme žít stylem wellness, stává se wellness naší součástí a nevnímáme jej jako časově náročnou záležitost. Je to mu tak především proto, že činnosti, které podstupujeme, podstupujeme svobodně a navíc jsou nám velmi příjemné, odpočíváme při nich, nebo se bavíme. Pokud navštěvujeme wellness zařízení, cestujeme do wellness hotelu, trávíme čas wellness pobytem, znamená to pro nás, že jsme si zvolili wellness jako způsob trávení volného času. Kromě výše zmíněných aktivit, patří k wellness prakticky vše, co každého v danou chvíli naplňuje! Ať už je to setkání se s přáteli, návštěva kina, válení se v trávě atd. A to beze sporu za volný čas považujeme.

Hektický způsob života moderního člověka, jeho pracovní vypětí a stres, to vše vyvolalo potřebu uvolnění, odpočinku a relaxace, což vedlo k prudkému rozvoji a diferenciaci wellness – nabídky a wellness – turistiky.

2.5 Cestovní ruch a wellness

Wellness turistika jako součást cestovního ruchu

Cestovní ruch je komplexní společenský jev, zahrnující aktivity osob cestujících mimo jejich obvyklé prostředí nebo pobývajících v těchto místech ne déle než jeden rok za účelem zábavy, rekreace, vzdělávání, pracovní či jiným účelem. (Zelenka, Pásková, 2012, str. 83)

Cestovní ruch patří mezi významné ekonomické a sociální jevy současné moderní společnosti. Přesně vymezit a definovat cestovní ruch je velmi obtížné. Definice Světové organizace cestovního ruchu (WTO) je cestovní ruch je činnost osoby, cestující ve volném čase na přechodnou dobu do místa mimo její trvalé bydliště, a to za jiným účelem, než je vykonávání výdělečné činnosti v navštíveném místě.

Cestovní ruch charakterizujeme jako:

- oblast spotřeby, při které jsou uspokojovány lidské potřeby, jako je potřeba odpočinku, poznávání, potřeba kulturního a sportovního vyžití, lázeňské péče, neobvyklých zážitků, kontaktu s lidmi
- významnou součástí národní ekonomiky, kterou tvoří řada podnikatelských aktivit v rámci zajištění účasti lidí na cestovním ruchu (doprava, ubytovací služby, stravovací služba, služby cestovních kanceláří, průvodcovské služby). (Drobný, 2010, str. 9)

Wellness cestovní ruch řadíme společně s lázeňským cestovním ruchem pod zdravotní cestovní ruch. Od lázeňského cestovního ruchu se liší především svými preventivními účinky na organismus člověk. Wellness cestovního ruchu je často spojen i s jinými formami cestovního ruchu. Businessmani často vyhledávají hotely s wellness zařízením, kde mají možnost odreagovat se po stresujícím dni a firmy zase volí wellness hotely jako místa organizace různých teambuildingových programů, setkání se zákazníky či jako formu odměny pro úspěšné zaměstnance. Wellness cestovní ruch se řadí spíše mezi krátkodobé formy cestovního ruchu - průměrná délka wellness pobytu je 2,6, dne. (Poděbratský, 2008, str. 103)

2.6 Wellness turistika

Wellness turistika patří mezi nejstarší formy turistiky. Starověké civilizace již v letech 500 1000 př. n. l. praktikovaly mnoho terapií, které se nacházejí v lázních a wellness dnes. Staří Řekové zavedli procedurami pro Římské říše. Římané postavili jedny z prvních lázní v Evropě. V 18 století se židé zabývali rituály ponořením do Mrtvého moře jako očistný proces, Osmanská říše postavila první turecké lázně a využívaly první formy thalassotherapy (návštěva středisek s mořskou vodou).

Wellness turistika zahrnuje volný čas a rekreaci (kosmetické procedury, sport, rozmazlování v lázních), celostní činnosti, jóga, meditace a duchovní činnosti v ústraní) a také léčebný wellness - utvrzování zdravotního stavu (strava a životní styl poradenství, speciální wellness hotely či kliniky) Stále více návštěvníků projevuje zájem o vyvážení těla, mysli a ducha a celá řada lázeňských zařízení a hotelových komplexů začínají nabízet celou škálu turistických aktivit zdraví a zábavu. (Smith, Macleond, 2010, str. 90)

Wellness turistika zahrnuje skupiny lidí, kteří cestují do jiného místa, aby aktivně rozvíjeli činnosti, které zachovávají či zlepšují jejich osobní zdraví a lepší psychickou kondici a kteří hledají unikátní, autentické nebo jedinečné zážitky či terapie, které nemají doma.

2.7 Kvalitativní kritéria pro rozvoj wellness turistiky

Frankfurtský specializovaný provozovatel na úseku zdravotních pobytů, prezentoval dvanáct kvalitativních kritérií pro moderní zdravotní turismus – wellness.

1. Kvalita destinace,
2. přírodní lázeňské a léčebné předpoklady, peloidy, termální voda, mořské řasy, vzduch, klima,
3. filozofie zařízení orientovaný zcela na wellness,
4. osobní péče o hosty (pojmy „starat se“ a „pečovat“ o hosty musí být hodnověrné),
5. kvalitní vybavení hotelu, stylové, pohodlné a velkoryse vybavené pokoje,
6. gastronomie zaměřená na plnohodnotnou stravu, diety, vegetariánské pokrmy, regionální speciality,
7. lékařsky fundované aplikace a psychické relaxace v architektonicky kvalitně ztvárněném úseku wellness,
8. individuální péče vysoce kvalifikovaného, ale i motivovaného personálu s jazykovými znalostmi,

9. velkorysé prostory v úseku wellness, bezplatné používání zařízení, dlouhé otevírací doby, klidová a relaxační zóna, čajový bar, zařízení pro vodní terapii s různými teplotními úseky,
10. kosmetický úsek s dostatečným počtem kabiněk pro jednotlivé způsoby ošetření (péče o pleť a tělová péče),
11. kvalitní fitness prostory s moderním vybavením a profesionálním vedením,
12. důležité jsou detaily: koupací pláště, ručníky, pantofle na přezutí, dostupné ve všech úsecích v dostatečném počtu a zdarma. (Čertík, Fišerová, 2009, str. 54)

2.8 Současné trendy životního stylu wellness

Trendem poslední doby je bezesporu žít zdravě, splňovat ideály wellness. Z prvopočátku byl wellness chápán jen jako novinka, která může ovlivnit poptávku trhu na krátké období a poté přijde na trh jiná a lepší filozofie, která současný wellness trend nahradí. Ukázalo se však, že wellness je schopen přizpůsobovat se tržním podmínkám a zachovávat si při tom i svou podstatu. Lázeňství a wellness, obě tato odvětví často též označována jako wellness & spa, jsou významným segmentem v oblasti cestovního ruchu. Díky lidskému uvědomění si, že zdraví je jen jedno a je nepostradatelné a mnohdy i těžko nahraditelné, se ho lidé snaží chránit před negativními vlivy okolí spjatými s dnešním rychlým tempem a způsobem života. (Poděbratský, 2008, str. 67)

Alpienne je název unikátního wellness, na jehož vývoji pracovali lékaři farmaceuti z univerzity v Innsbrucku, odborníci v lázeňství a z kosmetických firem. Tato péče spojuje tradiční procedury s přípravky vytvořenými na základě nejnovějších vědeckých poznatků. Suroviny (arniku, propolis, limbové dřevo, alpský med, třezalku, měsíček) pro oleje, krémy a masti dodávají sedláci z tyrolských údolí. Procedury jsou zaměřené na koupele, masáže a zábaly s použitím kamenného oleje. Kromě procedur jsou nabízené aminační programy nordic walking, ranní vodní gymnastiky, individuální fitness program.

Selfness – tento nový trend má čtyři základní atributy:

- vlastní odpovědnost za zdraví
- rovnováha mezi prací a životem (work life balance)
- kompetence k individuálnímu vývoji a zrání
- způsobilost rozhodnout, co je pro mě nejlepší

- selfness klade důraz na odpovědnost sebe sama a schopnost těla a duše aktivně spolurozhodovat o tom, zda se člověk bude cítit dobře. (Čertík, Fišerová, 2009, str. 54 -55)

Wellness párty – novým trendem se stanou eventy ve wellness provozech. Roste zájem o akce pořádané v zajímavých destinacích, spojené se zajímavým zážitkem, v hotelech s wellness provozem, vzniká poptávka po uspořádání různých setkání, možnostech uspořádání rodinných oslav, setkání, výročí, speciálních příležitostí a svateb v místech, které mohou nabídnout více než jen gastronomii a ubytování. Hosté se zdrží déle než jen na jeden den a užijí si.

Rodinné zázemí – wellness a lázně se stávají novým životním stylem pro celé rodiny. Nový životní styl se přenáší i na malé děti v rámci fungování rodiny. Celé rodiny vyjíždí za zážitky a wellness, žádají pohodlí, komfort a služby pro všechny své členy, tedy i nabídku služeb produktů pro ty opravdu nejmenší.

Po čem ženy touží, skvělá figura a věčné mládí – ženy tvoří převážnou část pravidelných klientů wellness, kam chodí především na masáže. Od specializovaných beauty center, které vyhledávají zejména ve věku 30 – 50 let, chodí především na pravidelnou manikúru a kosmetické ošetření. Ve většině provozů jednoznačně dominují služby spojené s modelací těla a boj proti vráskám. Rozvíjet se bude zejména sektor „přístrojového wellness“ laserů a výplňových materiálů, nejen pro modelaci obličeje, ale celého těla.

Chlad a led jsou in – wellness procedury se ji tradičně točí spíše kolem tepla, čehož jsou důkazem různé sauny, parní lázně, masáže horkými lávovými kameny atd. Nyní však wellness vstupuje do éry chladu. Začne býti více procedur s kontrastem tepla a chladu, jež pozitivně ovlivňují záněty svalů a kloubů a uvolňují endorfiny. (wellnesslife.cz, ©2013)

2.9 Trendy v oblasti wellness v roce 2013

- *Zdravé hotely* - předpokládá se, že běžné prázdninové pobyty a pohostinství tak, jak je běžně v hotelích známe, budou měnit. Očekává se posun v nabídce stravy a nápojů, který se již postupně upravuje na nabídku zdravých potravin a nápojů, zařazuje se například bezlepková strava, veganská strava, jež se postupně stávají

standartní nabídkou. Přehodnocení nabídky, kdy je velmi rozšířená nabídka fitness, zaměřená na kondici, bude ubírat více směrem wellness = wellness menu.

- *Soustředěné masáže* - ležet na masážním stole s hlavou plnou starostí není efektivní způsob terapie masáží. Pasivnímu způsobu aplikace masáží, kdy klient s terapeutem během masáže společně proberou všechny starosti a masáž je spíše pokec odzvonilo. Účinná, kreativní směs dvou efektivních vlivů, které se uplatňují při masážích, zejména pozornost - všímavost a práce s tělem pomáhají klientům lépe a rychleji relaxovat. Uplatňují se takové techniky jako je dechové cvičení, reflexní práce s tělem - klientem, kdy se terapeut dostává do role režiséra, který díky zkušenostem vede masáž tak, aby nedocházelo k oboustranné symfonii mezi terapeutem a klientem. Výsledkem je hlubší práce s klientem - intenzivnější terapie.
- *Uzemňování* - nastává období opětovného kontaktu přímo s přírodou, přímo se zemí jako takovou - „uzemňování“. Tento nový směr odkazuje na přímý kontakt s půdou, například prostřednictvím chůze na bosu. Předpokládá se, že tímto kontaktem dochází ke stabilizaci našeho těla, uzemnění, upevnění, obnovují se přirozené rytmy organismu, podporuje se imunita. Od tohoto směru se očekává stále více a předpokládá se jeho větší rozvoj i v oblasti služeb wellness a spa. Uplatňují se i další „základy přírody“ v širším slova smyslu napříč všemi terapiemi. Například místo hudby jako kulisy se dává přednost přirozeným přírodním zvukům ze skutečné přírody. Snaha o nabytí ztracené rovnováhy - upevňování zdraví, přímý kontakt s půdou.
- *Lepší nabídka pro muže* - mnohem více mužů vyhledává služby ve wellness a spa, ale také v oblasti služeb estetické a korektivní medicíny a dermatologie či v oblasti plastické chirurgie. Jsou však jiní než ženy, potřebují jiný přístup a mají trochu jiné potřeby v péči o tělo a obličej než ženy. Očekává se, že budou rozšiřovat provozy s propracovanější nabídkou služeb pro muže. Provozy by měl nabízet kosmetickou péči, depilaci a beatu služby šité na míru přesně jim. (wellnesslife.cz, ©2013)

2.10 Wellness v hotelnictví

Wellness produkty se stále častěji stávají součástí služeb nabízených hotely. Konkurenční tlak vedl k tomu, že kvalitní hotel bez wellness centra nemá na trhu příliš velkou šanci. Hotelový wellness znamená připojení wellness služeb ke klasickým hotelovým službám.

Některé wellness hotely nabízejí širší nabídku wellness, jiné užší. V případě vysoce specializovaných wellness hotelů se jedná nejen o existenci wellness centra, ale i o celkovou atmosféru hotelového zařízení. Samozřejmostí je pak i možnost zdravého stravování v hotelové restauraci. Zázemí wellness centra je tvořeno především sportovním centrem, relaxačním centrem a kosmetickým salónem. (Poděbratský, 2008, str. 55)

2.10.1 Prvky wellness zařízení

Wellness centrum je zařízení s nabídkou preventivních a terapeutických služeb. Jeho posláním je navodit svým návštěvníkům pocit, prožitek a stav, kdy se budou cítit dobře. Aby vše fungovalo jako celek, musí také hotel, provozující vlastní wellness centrum, jako celek vypadat. Proto je důležité pro provoz každého dobrého wellness, aby se jeho majitel zaměřil na interiér wellness, působící na naše smysly po celou dobu. Důležité je správně prostorové řešení jednotlivých částí, design, hra barev, světla, vůně a celková atmosféra, kterou dokáže vyvolat. Součástí recepce by měl být bar s občerstvením, vhodný pro regeneraci po procedurách. Velmi důležitý je výběr kvalifikovaného personálu, který bude dělat milý dojem na hosta od prvního setkání po celou dobu a dokáže odborně poradit návštěvníkům při výběru a provádění jednotlivých procedur. Nesmí chybět ani odborníci, kteří poradí každému klientovi se zásadami správného jídelníčku. Součástí většího wellness centra by měly být osobní a skupinová cvičení a cardio zóna v prostorách fitness centra, které je neodmyslitelnou součástí wellness centra, na něj navazuje vitální svět, určený k regeneraci, kde nalezneme vodní SPA zónu a saunový svět. Do programu může wellness zařadit vnitřní i venkovní aktivity jako nordic walking, inline bruslení nebo třeba jízdu na kole (Poděbratský, 2010, str. 104 -110)

2.10.2 Technické vybavení hotelového wellness centra

Vybavení wellness hotelů se výrazně liší. Menší wellness centra jsou tvořena zpravidla jen vířivkou, saunou, posilovnou, případně malým bazénem. V případě větších wellness center přibývají další služby. Příkladem technického vybavení hotelových wellness center:

- spa, vodní terapie: vířivá vana, vana pro perličkové koupele, aromalázně, vichy, sprcha (afuzní sprchy masírující tělo v různých frekvencích a silách),
- světelné terapie: solárium, infrakabina (slouží k prohřátí celého těla, vhodné jako náhrada sauny pro kardiaky či astmatiky),
- centrum pro kosmetickou péči,

- různé druhy saun: finská sauna (do 100°C), vário sauna (umožňuje volit kromě klasické finské sauny i mezi tropickou lázní a vlhkou bylinnou lázní, solná (navazuje atmosféru přírodního prostředí),
- bazén či aquapark,
- fitness centrum (posilovna, spinning, yoga, aerobic apod.). (Poděbratský, 2008, str. 111)

2.10.3 Přínosy wellness centra pro provoz hotelu

Hlavním přínosem wellness centra pro hotel je zvýšení jeho atraktivity pro zákazníka a tím i jeho konkurenceschopnosti. V dnešní době jsou wellness centra tak rozšířená, že se u hotelů vyšší kvality stávají téměř podmínkou úspěchu. Proto v případě, že chce hotel získat větší konkurenční výhodu, je nucen nabídnout něco více, poskytnout zákazníkovi méně obvyklé služby. Jedním z dalších přínosů wellness centra je také prodloužení sezóny. Wellness centrum je možné využívat celoročně. Některé služby, například sauny, tepelné a světelné terapie jsou navíc častěji vyhledávány v zimě, jako odpočinek od chladného počasí, kdy je obsazenost většiny hotelů nejnižší. Významným přínosem také může být zvýšení atraktivity hotelu pro business cestovní ruch. Manažeři jsou často vyčerpaní svým náročným zaměstnáním. Wellness zařízení je pro manažery atraktivním místem pro odbourání stresu, získání nových sil a relaxaci. (Poděbratský, 2008, str. 111)

2.10.4 Kvalita wellness

Kvalita poskytovaných služeb je alfou a omegou úspěchu podnikání ve světě wellness. Wellness nespočívá jen v hmotné nabídce wellness služeb jako je bazén, vířivka či fitness centrum. Klíčová je celková atmosféra. Wellness zařízení v hotelech by měla navozovat pocit blahobytu maximálně orientovaný na osobnost zákazníka. Tyto snahy by měly ovlivňovat psychické, intelektuální, emoční, sociální, duchovní pocity zákazníků a naplňovat je prožitkem krásy, klidu a míru. Pokud se tohoto u zákazníků dosáhne je úspěch v podnikání wellness téměř zaručen. Ačkoliv tedy neexistuje konkrétní seznam kritérií pro určení kvality v českých wellness zařízeních, je možné se inspirovat z požadavků některých evropských asociací jako například European Wellness Union či Deutsche Wellness Verband.

Deutsche Wellness Verband klade na wellness hotely, které se chtějí stát členy asociace, tyto minimální požadavky:

- minimálně 3 - hvězdičková kvalita
- přírodě blízká poloha
- nekuřácké zóny (pokoje i společné místnosti)
- nabídka wellness zdravého stravování
- wellness centrum pro pohyb, odpočinek, regeneraci a kosmetiku. (Poděbratský, 2008, str. 113)

3 ANALYTICKÉ METODY

3.1 SWOT analýza

Strengths (silné stránky)

Silné stránky jsou v podstatě konkurenční výhodou, která existuje uvnitř firmy. Může mít podobu personálních nebo manažerských schopností, unikátních zdrojů, mocná image značky, výhodných dodavatelsko-odběratelských vztahů nebo tržní dominance.

Weaknesses (slabé stránky)

Slabé stránky jsou konkurenční nevýhodou, která je identifikována uvnitř firmy. Může to být nedostatek personálních a manažerských schopností, zdrojů, image, postavení na trhu nebo dodavatelsko - odběratelských vztahů.

Opportunities (příležitosti)

Příležitost je příznivá situace ve firemním okolí. Příležitosti mohou být využity k zajištění větších prodejů a vyšší výnosnosti. Jedná se např. o růst firemního potenciálu nebo o naskytnutí se nového segmentu, o změny v právní regulaci podnikání (daňové zákony, poskytování odvětvových podpor)

Threats (hrozby)

Hrozba je nepříznivý aspekt ve firemním okolí. Hrozby mohou potenciálně působit na schopnost firmy operovat v dané tržní situaci. Hrozby mohou mít formu např. nebezpečí konkurence, klesajícího tržního potenciálu nebo změny v právních předpisech. (Beránek a Kotek, 2007, s. 131-133)

3.2 Projektové řízení

Projektové řízení je řízením procesu změna a řízení í cesty od jednoho stavu k druhému. Projektové řízení je aplikací vědomostí, zručností, nástrojů a technik na aktivity projektu pro dosažení jeho požadavků. Podstatu tohoto řízení reprezentuje projekt. Projekt je soubor konkrétních aktivit směřujících k naplnění jedinečného cíle. Je vymezen časem, financemi, lidskými a materiálními zdroji. (Štefánek a kolektiv, 2011, str. 12 -14)

Pro řízení projektů je možné využít i softwarovou podporu. Jedna z možností může být nabídka Microsoft Project, která je nejčastěji používaná začínajícími projektovými manažery. (Svozilová, 2006, str. 52)

3.3 Struktura projektu

Plán projektu by měl mít písemnou podobu a ve svém rozsahu by se měl zaměřit na detaily, aby se neopomenulo něco důležité. Plán projektu by měl strukturu, ve které se začíná stanovením cíle projektu, poté se definují a popisují výsledky projektu, vytvoří se seznam všech plánovaných aktivit, časový harmonogram projektu poslední částí je popis financování projektu. (Štefánek a kolektiv, 2011, str. 20)

Stanovení cíle projektu

Cíle projektu představují slovní popis účelu, jehož má být prostřednictvím realizace projektu dosaženo. Obvykle se jedná o hierarchickou strukturu definovaných stavů, podmínek a vlastností popisující budoucí výsledek projektu. Cíl projektu je nová hodnota - předmět, služby nebo jejich kombinace, která je výsledkem projektu a je reprezentována popisem určitého stavu, jenž má v budoucnosti existovat.

Definování a popis výsledku

Podrobná popis stanovených cílů a výsledků, které chtějí projektem docílit. Cíl projektu funguje také jako kontrolní jednotka po ukončení projektu. Zda projekt splnil vytyčené cíle.

Vytvoření seznamu všech plánovaných aktivit

Vymezení všech důležitých činností pro projekt. Od samotného zahájení projektu až po jeho ukončení.

Časový harmonogram projektu

Plánování projektu je proces, což naznačuje, že existuje dobře definovaná cesta, kterou je třeba následovat. Každý dobrý plán projektu musí dát odpovědi na dvě základní otázky: Co se bude dít? Jak se toho dostáhne?

Navzdory tomu, že každý projekt je jiný, téměř všichni projektoví manažeři při řízení projektů rádi využívají různé grafické nástroje, protože umožňují sestavit komplexní a srozumitelný obrázek aktivit projektu, jsou dobrým prostředkem komunikace. Jednou z nejrozšířenějších metod jsou Ganttovy diagramy. (Štefánek a kolektiv, 2011, str. 106 - 108)

Financování projektu s určením nákladů projektu

Realizace projektů vyžaduje samozřejmě nejen účast lidí, tedy jejich vědomostí, schopností a dovedností a dalších zdrojů společnosti, ale také značný podíl finančních prostředků, které jsou často jedním z nejdůležitějších prvků projektů. Nejen příprava, ale hlavně realizace projektu je spojena s náklady (výzkum, vývoj, příprava nové výroby, propagace atd.). Nedostatek finančních prostředků je často vnímán jako největší překážka realizace projektu. Finance jsou však kritickým zdrojem, bez něhož nemůže podnikatelská činnost probíhat. Než se začne zjišťovat potřeba finančních prostředků, je vhodné, aby si společnost uvědomila, jaké vlastní zdroje má k dispozici a jaké zdroje využívá. Snahou je vždy náklady vynakládané na projekt minimalizovat. (Štefánek a kolektiv, 2011, str. 177)

3.3.1 Kalkulační schéma

Náklady připadající na hodinu

- Personální náklady (vlastní pracovníci či externisté)
- Režijní náklady (voda, elektřina, plyn, teplo, nájemné)
- Náklady na materiál (podle druhu akce)
- Marketing (rozeslání, reklama)
- Další náklady (pronájem, dekorace prostor, jízdné, hlídací služby)
- Rezerva na nepředvídatelné náklady (přibližně 10 – 15 %) (Parmová, 2004, str. 60)

Analýzu potenciálních rizik

Analýza rizik by měla přinést odpověď na otázku, působení jakých hrozeb je společnost vystavena, jak moc jsou její aktiva vůči těmto hrozbám zranitelná, jak vysoká je pravděpodobnost, že hrozba nastane a jaký dopad by to na společnost mohlo mít.

II. PRAKTICKÁ ČÁST

4 ANALYTICKÁ ČÁST

V první části bude představena společnost HP TRONIC, s.r.o. a Wellness Horal. Bude provedena SWOT analýza Wellness Horal a její zhodnocení. Následně budou charakterizovány volnočasové aktivity, které Wellness Horal nabízí. V poslední části bude provedena analýza využití volnočasových aktivit v roce 2012 a srovnání s předcházejícím obdobím. Každá aktivita bude analyzována zvlášť.

4.1 Charakteristika Wellness Horal

Wellness Horal oficiálně patří společnosti **HP TRONIC, s.r.o.** Zakladatelem společnosti, která byla dne 8. 3. 1994 zapsána do obchodního rejstříku, je společnost HP TRONIC Zlín, spol. s.r.o. Společnost se zaměřuje na provoz a rozvoj turistických objektů v podhůří Javorníků a Beskyd. HP TRONIC s.r.o. je v současnosti jedním z nejvýznamnějších zaměstnavatelů ve zlínském regionu. Wellness Horal je součástí Resortu Valachy.

Předmět podnikání HP TRONIC, s.r.o.:

- koupě zboží za účelem jeho dalšího prodeje a prodej,
- výroba a prodej nenahraných nosičů zvukových nebo zvukově obrazových záznamů a prodej a půjčování nahraných zvukových a zvukově obrazových záznamů,
- poskytování služeb pro rodinu a domácnost,
- ubytovací služby,
- hostinská činnost,
- pozemní doprava vyjma železniční a silniční motorové dopravy,
- poskytování služeb pro hospodaření v lesích a myslivost,
- provozování tělovýchovných a sportovních zařízení sloužících k regeneraci a rekondici, masérské, rekondiční a regenerační služby,
- poskytování tělovýchovných a sportovních služeb v oblasti lyžování,
- směnárenská činnost,
- pronájem a půjčování věci movitých,
- provozování lyžařských vleků,
- kosmetické služby,
- taxislužba,

- silniční motorová doprava osobní (interní zdroje společnosti HP Tronic s.r.o.)

Obrázek 2: Logo Wellness Horal



Zdroj: wellnesshoral.cz, ©2013

Hotel Horal nejprve v polovině devadesátých let prošel základní rekonstrukcí. V roce 2006 začala jeho zásadní přeměna, která si dosud vyžádala 336 milionů korun. K rekonstrukci byly využívány finanční prostředky z operačních programů Evropské unie ROP na projekt Rozšíření ubytovacích a sportovně relaxačních služeb hotelu horal a také v rámci Státního programu podpory cestovního ruchu byla poskytnuta dotace ve výši 51 milionů korun. Zbylá část byla investována z vlastních prostředků firmy.

Nejprve bylo v roce 2006 vybudováno relaxační centrum Wellness Horal ve kterém probíhaly pouze masáže a začalo se aktivně pracovat na vybudování Sportovně – relaxačního centra s termálními bazény, kardio fitness a multifunkční hřištěm. Kompletní rekonstrukce byla dokončena v roce 2011 a slavnostní otevření proběhlo v srpnu téhož roku. V této době je Wellness Horal jedním z nejmodernějších zařízení na Moravě. Svými jedinečnými a kvalitními službami se snaží být vždy o krok dopředu před konkurencí. (*hotel-horal.cz, ©2013*)

4.2 SWOT Analýza Wellness Horal

Cílem této SWOT analýzy je zjistit jak silné a slabé stránky, tak i jeho příležitosti a hrozby. Analýza může pomoci vedení při důležitých rozhodování či při přijímání důležitých opatření v budoucnu.

Tabulka 1: SWOT analýza

Silné stránky	Slabé stránky
Široká nabídka volnočasových aktivit	Neznalost zaměstnanců cizího jazyka
Jedinečnost služeb	Omezená kapacita
Propagace	Kvalifikace personálu
Umístění Wellness Horal	Vysoké provozní náklady
Příležitosti	Hrozby
Zvyšující se životní úroveň	Rostoucí cena energií
Rostoucí trend v oblasti wellness služeb	Konkurence
Zvyšující se počet zahraničních klientů	

Zdroj: vlastní zpracování

Silné stránky

Silnou stránkou je široká nabídka volnočasových aktivit a jejich jedinečnost. Wellness Horal má velmi rozsáhlou reklamní a marketingovou kampaň převážně ve Zlínském kraji, ale snaží se také rozšiřovat působnost na jiné kraje České Republiky i zahraničí – převážně Slovensko.

Díky svému umístění v Chráněné krajinné oblasti Beskydy může svým klientům nabídnout nikým nerušené strávení volného času v typicky valašské krajině v čistém prostředí a neposkvrněné krajině.

Slabé stránky

V regionu je velmi obtížné najít osoby s vzděláním odpovídajícím požadavkům pro tuto kategorii hotelů. Se zvyšujícím se počtem zahraniční klientely je zvyšující potřeba personálu se znalostí minimálně jednoho světového jazyka. Tato znalost převážně většině zaměstnanců chybí.

Wellness Horal je postaven primárně pro hotelové hosty Resortu Valachy. A proto je neubytovanými hosty pouze doplňována kapacita, která činí v termálních bazénech 120 osob a v saunovém světě 40 osob. V období sezóny se často stává, že neubytovaným hostům není dovolen vstup.

Díky specifickým službám, které nabízí Wellness Horal je v některých případech obtížné najít personál s odpovídajícím vzděláním nebo předchozími zkušenostmi.

Příležitosti

Díky neustále zvyšující se životní úrovni je možné o neustále rozšiřování klientely a také udržení stálých zákazníky, kterým firma přikládá velký důraz. Snaží se je udržet pomocí věrnostních programů či výhodných permanentek.

Wellness služby prožívají v posledních několika letech v našich zemích obrovský rozmach a zájem veřejnosti neustále roste.

Neustálá globalizace zvyšuje možnosti vniknutí do povědomí i zahraniční klientele. Díky své poloze je ideálním výchozím bodem pro slovenskou a polskou klientelu.

Hrozby

Velká část veškerých nákladů tvoří náklady za energie, proto je zkoumaný objekt vysoce závislý na jejich cenách. A jejich neustálé zvyšování je velkou hrozbou, která může silně ovlivnit budoucí vývoj podniku.

Ve Zlínském kraji jsou největší konkurenční hrozbou wellness hotely převážně umístěné v Luhačovicích.

Konkurence

- Augustiánský dům – Luhačovice
- Alexandria – Luhačovice
- Hotel Pohoda – Luhačovice

4.3 Zhodnocení SWOT analýzy

Ze SWOT analýzy je zřejmé, že díky svým silným stránkám si Wellness horal vybudoval silnou konkurenční pozici. Ovšem, je zde vysoká závislost na rostoucích cenách energií, které v posledních letech vykazují neustálý růst, což se projevuje do nákladů firmy. Díky stále rostoucí konkurenci by se měla firma zaměřit na vzdělávání svých zaměstnanců,

jelikož zde vidím velké rezervy a možnosti zlepšení v oblasti cizích jazyků. Jelikož tento nedostatek ovlivňuje zahraniční klientelu, která je stále častější. Větší zaměření se na polský trh, který naskýtá možnosti především v příhraničních oblastech.

4.4 Resort Valachy

Resort Valachy nabízí ubytování v Beskydech všech úrovní ubytování doplněné řadou zajímavých služeb. Spojení několika hotelových objektů s celkovými 313 lůžky patří k jednomu z největších ubytovacích zařízení v Beskydech.

- **Spa hotel Lanterna** – luxusní čtyřhvězdičkový hotel s nabídkou mnoha špičkových služeb, zážitkovou gastronomií a s jedinečným relaxačním centrem L - spa.
- **Hotel Horal** je tříhvězdičkový hotel, který nabízí ubytování v rezidencích A, B, C na své si zde přijdu i hosté, které vyhledávají luxus v čtyřhvězdičkové rezidenci E, která je spojena přímo s termálními bazény a saunovým světem.
- **Hotel Galík** - dvouhvězdičkový hotel a je výborným výchozím bodem mnoha turistických, cyklistických i běžeckých tras. Nabízí ubytování v jednoduše zařízených pokojích.
- **Ski areál Razula** tvoří celkem čtyři sjezdovky, nejdelší z nich je dlouhá jeden kilometr. Právě pod nejdelší sjezdovou Razula je k dispozici gril srub.
- **Golf club Horal** veřejné devíti-jamkové golfové hřiště s kvalitním zázemím a s širokou nabídkou dalších služeb. V zimních měsících je možno zdokonalovat schopnosti na indoor trenažeru. (valachy.cz, ©2013)

4.5 Volnočasové aktivity Wellness Horal

Do volnočasových aktivit můžeme zařadit převážnou činnost Wellness Horal. V následující kapitole bude představení těchto aktivit.

Volnočasové aktivity:

- termální bazény,
- saunový svět,
- masáže,
- kardio fitness,
- multifunkční hřiště,

- segway,
- lanový park,
- animační programy.

Následně budou jednotlivé volnočasové aktivity podrobně popsány a specifikovány.

4.5.1 Termální bazény

Wellness Horal od roku 2011 nabízí možnost koupání v termálních bazénech se slanou vodou vyhřívanou až na 36°C. Bazény jsou plněny vodou z vlastního vrtu z hloubky 100 metrů. Ta se vzhledem k vysoké kvalitě před použitím chemicky neupravuje, pouze vyhřívá na teplotu termálních pramenů – plavecká část na 28°C a relaxační na 36°C. Voda obsahuje minerální látky, které mají příznivé účinky na kůži. Blahodárný vliv ještě násobí použití soli, již se denně spotřebuje až 70 kilogramů. Otevírací doba termálních bazénů je od 7 hodiny do 22 hodiny večerní.

Areál tvoří:

- Plavecký bazén – 20 metrů
- Zábavně relaxační bazén – 20 metrů, ve kterém najdeme divou řeku, hydromasážní lavice, trysky, bubbler, kačení zobák, jeskyni.
- Dětský bazén s vodním hřibem

Hosté mohou využít možnosti občerstvení ve Vital baru přímo v prostorách termálních bazénu. V teplejším počasí může být využita také venkovní terasa vybavená lehátky nebo je možnost přejít na slunící terasu na louce u hotelu.(wellnesshoral.cz, ©2013)

4.5.2 Saunový svět

Saunový svět se rozkládá na dvou poschodích pod hlavní terasou hotelu Horal. Nabízí několik druhů saun (bylinková sauna, bylinná parní lázeň, sauna Dome s pravidelnou nabídkou saunovacích rituálů) vnitřní a venkovní Whirlpool, tepidarium s ojedinělou technologií v ČR a kneippův oblázkový chodník.

Saunové rituály probíhají každý den v 9:00, 10:30, 13:00, 15:00, 17:00 a 19:00 a jsou prováděny profesionálními saunéry. (wellnesshoral.cz, ©2013a)

4.5.3 Masáže

Wellness Horal jako jeden z mála nabízí hostům masáže od zkušených masérů z Thajska, Srí lanky a Filipín. Tyto masáže jsou následně rozděleny na masáže Thajské a Ajurvédské.

4.5.3.1 Thajské masáže

Technika thajských masáží se velice liší od klasických masáží orientujících se pouze na svaly a měkké tkáně, jak známe v Evropě. Zaměřují se na celé tělo, přičemž největší působení je soustředěno na svaly nohou, kloubů, chodidel a zad, protože tyto části těla jsou při současném životním stylu nejvíce namáhány.

Wellness Horal nabízí několik druhů thajských masáží:

- Thajská tradiční masáž začíná drobnými protaženími a rytmickými houpavými pohyby, které vedou k úvodnímu uvolnění. Pokračuje se prací na energetických liniích zvaných seny. Ošetření vrcholí zaujímáním pasivních jógových pozic, které přirozeně upravují, popřípadě stimulují energetický tok v těle. Klient je při masáži oděn do lehkého oděvu.
- Thajská olejová masáž je vysoce relaxační a na rozdíl od klasické thajské masáže je prováděna na holé pokožce těla s použitím olejů.
- Thajská bylinkovo - olejová masáž je obdobou thajské olejové masáže ovšem doplněna o použití nahřátých bylinkových měšců, kde bylinky pomáhají uvolnění svalů.
- Thajská tradiční bylinková masáž je obdobou thajské tradiční masáže ovšem doplněna o použití nahřátých bylinkových měšců, kde bylinky pomáhají uvolnění svalů.
- Thajská relaxační masáž nohou vychází z nauky o tělesných energetických drahách, které jsou spojovacím článkem mezi chodidly a jednotlivými částmi těla a tělesnými orgány.
- Thajská masáž hlavy, ramen a šíje vychází z tradiční masáže se zaměřením na záda, ramena a šíji. Masér při ní využívá nejrůznější hmaty a tlaky, jimž docílí uvolnění svalů.

4.5.3.2 Ajurvédské masáže

Ajurvéda neboli nauka života usiluje o dosažení fyzické a duševní harmonie, která je základním předpokladem zdraví a životní spokojenosti. Podstatou ajurvédské masáže je

stimulace lymfatického i nervového systému a krevního oběhu. Harmonizuje veškeré tělesné i duševní procesy a napomáhá detoxikaci organismu. Jedná se o vysoce relaxační proceduru, která zpomaluje stárnutí a obnovuje životní sílu. Masáž je prováděna na celém těle včetně hlavy a obličeje.

Wellness Horal nabízí několik druhů ajurvédských masáží:

- ajurvédská masáž celého těla
- ayurvédská masáž hlavy a krku
- ayurvédská masáž nohou

Délka všech masáží se pohybuje od 40 minut do 110 minut, dle přání hosta. (wellnesshoral.cz, ©2013b)

4.5.4 Kardio fitness

Kardio fitness je výborný prostředek pro zvýšení kondice. Kardiofitness aktivity jsou vytrvalostními disciplínami s prvky síly a rychlosti. Nejčastějšími aktivitami jsou nordic walking, rotoped, stacionární kolo, veslařský tretražér, stepper či běžecký tretražér orbitrek. Kardio fitness se nachází v proskleném sále nad termálními bazény. Výhled na bazény i venkovní prostory je příjemným zpestřením pobytu v cvičebním sále. Kardio fitness je vybaveno speciálními stroji, činkami a dalšími pomůckami značky Panatta sport. (wellnesshoral.cz, ©2013c)

4.5.5 Segway

Segway je dvoukolevý dopravní prostředek pro jednoho pasažéra, pohaněný elektromotory a ovládaný pro pohyb vpřed i vzad pouhým náklonem těla. Díky nejmodernější technologii s bezpečným a intuitivním chováním není k řízení zapotřebí žádných speciálních dovedností, zvládnutí segway je zpravidla otázkou pár minut. Segway je zkonstruován tak, aby zvládl jakýkoliv terén, je schválen i pro provoz po chodníku a v pěších zónách. V nabídce jsou projížďky v délce 30 minut nebo 60 minut. Každé projížďce musí být přítomen instruktor, proto se projížďky provádějí ve skupinách. K dispozici mají klienti několik různých tras v různé délce a obtížnosti. (hotel-horal.cz, ©2013)

4.5.6 Multifunkční hřiště

Multifunkční hřiště je víceúčelové sportovní hřiště, které se nachází pod hlavní terasou hotelu Horal, vedle prosklené haly s termálními bazény Wellness Horal. Hřiště je

vybaveno umělou trávou prosypávanou pískem. Lze je využít pro tenis, malý fotbal, floorball, volejbal, streetball, nohejbal a jiné míčové hry. (hotel-horal.cz, ©2013a)

4.5.7 Lanový park

Lanový park nabízí překážky různé náročnosti a své lezecké schopnosti a dovednosti je možné vyzkoušet v lanovém parku Horal u hotelu. Jedenáct překážek různé náročnosti zvládnou i začátečníci či děti. Je možnost zapůjčení potřebné lezecké výbavy a prilby. (hotel-horal.cz, ©2013b)

4.5.8 Animační programy

Animační programy jsou připravovány jak pro dospělé tak také pro děti. Jsou v provozu především o víkendech a dnech sezóny. V zimním období probíhají animační programy úterý, čtvrtek, pátek, sobota, neděle. V letním období jsou animační programy každý den. Pro ubytované hosty resortu Valachy, jsou tyto služby k dispozici zdarma. Pro neubytované jsou za poplatek.

4.5.8.1 Animační programy pro dospělé

Pro hosty jsou pravidelně připravovány různé druhy sportovních aktivit v předem naplánovaných časech pod vedením zkušených instruktorek. Přesný harmonogram animačních programů pro následující týden je vždy zveřejněn na webových stránkách resortu či k dispozici na hotelových recepcích ve firemním zpravodaji. Hosté si mohou vybrat aqua fitness, body stylingu, bootcamp, core training, dechových cvičení, nordic walking, fitness box, chi-toning, jóga pro děti, kompenzační cvičení na záda, kruhový trénink, outdoor trénink, pilates, salsa, power jóga, rubber walking, priessnitzův walk a mnoha jiných. Tyto programy jsou realizovány v různých částech hotelu, dle potřeby. Některé činnosti jsou směřovány na hotel Lanterna.

4.5.8.2 Animační programy pro děti

Pro děti jsou animační programy přizpůsobovány věku a schopnostem dětí. Zaměřeny jsou na tvůrčí činnost dětí, aby měli možnost si odnést nějaký svůj výtvar domů. V zimních měsících probíhají animační programy ve speciálně určené místnosti v letních měsících je snaha animátorů být s dětmi co nejvíce na čerstvém vzduchu. (hotel-horal.cz, ©2013c)

5 ANALÝZA VOLNOČASOVÝCH AKTIVIT

V následné kapitole bude provedena analýza návštěvnosti a využití volnočasových aktivit v časovém období 2012 a srovnání s rokem 2011. Srovnání bude vždy procentuální. Časové období bude rozděleno po jednotlivých měsících v daném roce.

5.1 Analýza návštěvnosti termálních bazénů

Termální bazény jsou primárně určeny pro hotelové hosty resortu Valachy, avšak jsou přístupné i pro veřejnost. Veřejnost této možnosti nejvíce využívá v období státních svátku, víkendů a prázdnin ve školách. Standartní vstup je zde na 2 hodiny, je možnost prodloužení. Wellness horal nabízí zvýhodněné rodinné vstupy a vstupy pro osoby starší 55 let, proto jsou nejčastějšími návštěvníky rodiny s dětmi a senioři. Otevírací doba termálních bazénů je 7 do 22 hodiny a kapacita 120 osob.

5.1.1 Celkový počet návštěvníků v termálních bazénech 2012

Do celkového počtu návštěvníků jsou zařazeni všichni hosté, také ti kteří navštívili saunový svět či masáže, jelikož v rámci toho vstupu mají hosté termální bazény již v ceně. Počet účastníků je rozdělen na dospělé a děti, do kterých patří děti od 4 do 14 let. Děti do 4 let nejsou do statistik zahrnuty.

Tabulka 2: Počet návštěvníků v roce 2012

Období	Počet návštěvníků	
	Dospělí	Děti
Leden	8 638	2 186
Únor	10 307	3 856
Březen	8 429	2 183
Duben	7 149	1 313
Květen	6 938	1 062
Červen	6 897	1 067
Červenec	8 735	2 343
Srpen	10 474	3 108
Září	8 205	1 150
Říjen	7 347	1 116
Listopad	7 761	1 036
Prosinec	7 867	1 603
Celkem	98 747	22 023

Zdroj: vlastní zpracování z interních zdrojů společnosti

Z tabulky je patrné, že nejvíce hostů navštěvuje termální bazény v zimních měsících a o letních prázdninách. A to převážně v měsících únor a srpen. Také největší počet hostů přichází v odpoledních hodinách. Často je díky tomuto plná kapacita. V těchto případech jsou hosté na recepci wellness zapsáni do čekací listiny a při uvolnění míst jsou kontaktováni.

Nejméně vytíženými měsíci jdou květen a červen. Pokles je zde o více než 30 % proti měsíci únoru.

5.1.2 Rozdělení počtu hostů dle ubytování

Důležité je rozdělení hostů na ubytované hosty hotelu Horal, ubytované hotelu Lanterna a neubytované hosty. Do počtu ubytovaných jsou započítáni všichni hosté, jelikož mají všichni neomezený vstup do termálních bazénů v ceně pobytu.

Tabulka 3: Rozdělení hostů na ubytované a neubytované

Období	neubytovaní hosté		ubytovaní hosté Horal		ubytovaní hosté Lanterna	
	Dospělí	děti	dospělí	děti	Dospělí	Děti
Leden	4 586	1 573	2 267	370	1 785	243
Únor	5 737	2 214	2 393	965	2 177	677
Březen	4 876	1 505	2 188	461	1 365	217
Duben	4 036	1 033	1 816	155	1 297	125
Květen	3 452	875	2 010	126	1 476	61
Červen	3 369	841	2 056	132	1 472	94
Červenec	4 647	1 410	2 513	632	1 575	301
Srpen	5 489	1 836	2 667	664	2 318	591
Září	4 272	858	2 300	154	1 633	138
Říjen	3 902	911	2 082	110	1 363	95
Listopad	4 311	857	1 877	88	1 573	91
Prosinec	4 473	1 081	2 001	275	1 393	247
Celkem	53 150	14 994	26 170	4 132	19 427	2 880

Zdroj: vlastní zpracování z interních zdrojů společnosti

Ačkoliv jsou termální bazény určený primárně hotelovým hostům, převládá počet neubytovaných hostů, a také tito hosté tvoří větší část tržeb. Nejčastějšími hosty jsou rodiny s dětmi a to převážně v odpoledních hodinách a víkendech. Pro tyto skupiny hostů jsou zde výhodnější vstupy – rodinné vstupy.

5.1.3 Porovnání návštěvnosti termálních bazénů s rokem 2011

V následující tabulce je zobrazen růst či pokles návštěvnosti ve srovnání s rokem 2011. Rok 2011 byl prvním rokem provozu termálních bazénů.

V následující tabulce je znázorněn růst počtu hostů v roce 2012 oproti roku 2011.

Tabulka 4: Porovnání návštěvnosti s rokem 2011

Období	Počet návštěvníků		Tržby v Kč
	ubytovaní hosté	neubytovaní hosté	
Leden	11%	110%	102%
Únor	21%	28%	60%
Březen	5%	38%	73%
Duben	7%	85%	94%
Květen	10%	54%	68%
Červen	3%	33%	57%
Červenec	-2%	-5%	3%
Srpen	7%	12%	34%
Září	3%	27%	52%
Říjen	-8%	19%	24%
Listopad	5%	23%	31%
Prosinec	3%	15%	29%
Celkem	5,4 %	36,6 %	52,3%

Zdroj: vlastní zpracování z interních zdrojů společnosti

Velký nárůst v zimních měsících byl způsoben zvýšením povědomí o termálních bazénech, jelikož v roce 2011 byly termální bazény nově otevřeny. V červenci je zřejmý mírný pokles a to díky tomu, že v roce 2011 bylo velmi nepříznivé léto a koupání ve veřejných bazénech či koupalištích nebylo možné. Velké množství návštěvníků proto využilo krytých termálních bazénů. Tržby za celé sledované období byly vyšší než předchozí období. Je to způsobeno delší dobou pobytu v termálních bazénech. Tržby rostly rychleji než počet návštěvníků. Při plné kapacit termálních bazénů je opravdu plno. Nárůst počtu návštěvníků není žádaný.

5.2 Analýza využívání saunového světa

Vstup do saunového světa mají ubytovaní hosté v rámci pobytu zdarma. Neubytovaní hosté mají možnost dokoupit si saunový svět k termálním bazénům. Zakoupení vstupu pouze do saunového světa není možné, pouze v kombinaci se vstupem do termálních bazénů a kardio fitness na standartní dobu 4 hodin. Hosté v rámci jakékoliv zakoupené masáže či procedury mají jednorázový neomezený pobyt ve všech prostorách Wellness

Horál již v ceně. Také v den svých narozenin mají volný vstup do saunového světa. Počet osob v saunovém světě má omezenou kapacitu 40 osob.

V následující tabulce je přehled návštěvnosti Saunového světa z roku 2012. Tabulka je rozdělena na nebytované a bytované hosty.

Tabulka 5: Návštěvnost saunového světa v roce 2012

Období	Návštěvnost saunového světa	
	ubytovaní hosté	neubytovaní hosté
Leden	942	4 052
Únor	1 108	4 570
Březen	1 060	3 553
Duben	1 115	3 113
Květen	835	3 486
Červen	877	3 528
Červenec	826	4 088
Srpen	1 051	4 985
Září	1 078	3 933
Říjen	1 114	3 455
Listopad	1 434	3 461
Prosinec	1 390	3 394
Celkem	12 830	45 618

Zdroj: vlastní zpracování z interních zdrojů společnosti

Z tabulky vyplývá, že v letních měsících zájem o saunový svět klesá, tento pokles je způsoben preferencí outdoorových aktivit, díky příznivému počasí. Saunování je hosty upřednostňováno v zimních měsících, kdy má také největší efekt na zdraví člověka. Zájem o saunování vzrostl po zavedení pravidelných saunovacích rituálů na začátku roku 2012. Rituály jsou prováděny vyškolenými saunéry a získaly si velkou oblibu u hostů. Také velké oblíbě se těší saunová noc, která je vždy každou první sobotu v měsíci. Saunový svět je v tu dobu otevřen do 24 hodiny. Nejvíce je navštěvována páry.

Zde je možnost zvýšení návštěvnosti saunového světa, jelikož stávající návštěvnost je přibližně 50 procentní z celkové možné kapacity.

5.2.1 Změna počtu návštěvníků v porovnání s rokem 2011

V následující tabulce bude opět porovnán nárůst či pokles v porovnání s rokem 2011 v návštěvnosti saunového světa. Položka celkem udává průměrný nárůst za sledované období

V tabulce je porovnána změna využití saunového svět s přechozím rokem

Tabulka 6: Porovnání návštěvnosti s rokem 2011

Období	Návštěvnost saunového světa		Tržby v Kč
	ubytovaní hosté	neubytovaní hosté	
Leden	11%	193%	52%
Únor	21%	318%	50%
Březen	5%	214%	25%
Duben	7%	256%	30%
Květen	10%	146%	29%
Červen	3%	198%	-2%
Červenec	-1%	41%	-13%
Srpen	7%	111%	4%
Září	3%	105%	18%
Říjen	-8%	45%	-10%
Listopad	5%	57%	3%
Prosinec	3%	145%	4%
Celkem	5,5 %	152,4%	16%

Zdroj: vlastní zpracování z interních zdrojů společnosti

Rapidní nárůst můžeme pozorovat u neubytovaných hostů. Počet ubytovaných hostů se příliš nelišil od předchozího období. Tržby ovšem v poměru neodpovídají rychlému nárůstu počtu hostů. Tento ukazatel můžeme přisoudit k rostoucímu zájmu o masáže, kde v ceně masáže je jich zahrnut vstup do saunového světa, ale tržbu z návštěvnosti saunového světa neovlivní. Také toto číslo ovlivňují narozeninové vstupy, které se neustále zvyšují a které mají vstup do saunového světa zdarma. Položka celkem je silně ovlivněna měsícem únor, kdy nárůstu návštěvnosti byl 318 procent. Takto vysoký nárůst byl způsoben velmi malým počtem návštěvníků v únoru 2011.

5.3 Analýza využití masáží

Masáže jsou prováděny profesionálními maséry ze Srí Lanky, Thajska a Filipín. Tito maséři provádí thajské a ajurvédské masáže. Pro neubytované hosty je od pondělí do čtvrtku k dispozici balíček Wellness den pro zdraví, který v rámci ceny masáže obsahuje tříhodové fitness menu, zvolenou masáž, neomezený pobyt ve Wellness Horal, ručníkový a čajový servis.

Tabulka 7: Počet masáží v roce 2012

Období	Masáže	
	ubytovaní hosté	neubytovaní hosté
Leden	421	272
Únor	510	292
Březen	517	259
Duben	380	405
Květen	392	335
Červen	385	351
Červenec	494	335
Srpen	580	421
Září	550	309
Říjen	553	323
Listopad	458	500
Prosinec	450	465
Celkem	5 690	4 267

Zdroj: vlastní zpracování z interních zdrojů společnosti

Velké počet masáží využívaných hotelovými hosty je v rámci hotelového balíčku, který si hosté kupují již spolu s ubytováním. Velký podíl na rostoucím počtu masáží u neubytovaných hostů má zavedení produktu Wellness den pro zdraví. Tento produkt je u zákazníků ve velké oblibě a díky této možnosti jsou masáže téměř plně využity i v pracovních dnech.

5.3.1 Srovnání využití masáží s rokem 2011

V následující tabulce je zobrazeno srovnání s předcházejícím rokem. Díky velkému zájmu o masáže byl zvýšen počet masérů.

Tabulka 8: Porovnání počtu masáží s rokem 2011

Období	Masáže		Tržby v Kč
	ubytovaní hosté	neubytovaní hosté	
Leden	101%	199%	118%
Únor	100%	152%	105%
Březen	47%	162%	82%
Duben	36%	275%	102%
Květen	88%	122%	96%
Červen	97%	51%	91%
Červenec	13%	-5%	-9%
Srpen	73%	29%	27%
Září	46%	-14%	20%
Říjen	16%	55%	-6%
Listopad	42%	77%	38%
Prosinec	-10%	49%	1%
Celkem	54%	96%	55,4%

Zdroj: vlastní zpracování z interních zdrojů společnosti

Oproti předchozímu roku byl nárůst masáží rapidní převážně v zimních měsících. Zajímavé je pokles v měsících červenec a září. Tento pokles je přiřazován slunečnému počasí, kdy hosté upřednostňovali využití jiných volnočasových aktivit. Pokles v měsíci červenci se projevil také na výši tržeb za masáže, i když byl pokles počtu masáží i v jiných měsících tento pokles se neprojevil v tržbách. Přes nárůst masáží v měsíci říjnu tržby nejsou rostoucí, jelikož cena masáží se pohybuje v rozmezí od 750 Kč do 1490 Kč. V roce 2011 si hosté dávaly sice menší počet masáží, ale ve vyšší ceně. Díky této skutečnosti je v tomto měsíci pokles tržeb.

5.4 Analýza využití segway

Provoz strojů Segway začal loňského roku od června, kdy bylo nakoupeno 7 nových strojů. Jejich provoz je přímo závislý na počasí a také je komplikován nutností nabíjení jejich baterie. Výdrž baterie je závislá na více faktorech, jako je hmotnost klienta, rychlost jízdy, počasí, délky nepřetržité jízdy, převýšení. Projížděky mohou být organizovány individuálně

či pro více osob, vždy je nutná projížďka se zkušeným instruktorem. Délka projížďky je 30 minutová či hodinová.

5.4.1 Vytíženost strojů během 1 dne

Celková možná vytíženost 7strojů, které jsou k dispozici. Vždy je počítán jeden stroj, který je určen pro instruktora. Základní rozpočet dispozice stroj je počítáno se 4 stroji pro hodinové vyjížděky a 3 stroje určené pro třicetiminutové vyjížděky. Počet je přizpůsobován dle individuálních požadavků a objednávek ze strany hostů.

Tabulka 9: Možná vytíženost strojů během dne

Individuální vyjížděky pro 3 lidi (4 segway) na 1h	
10:00	3+1
12:00	3+1
13:10	Výměna baterií segway, které byly na obou vyjížděkách
14:00	3+1
16:00	3+1
Mezitím 2 lidi (3 segway) na 30 min	
9:30	2+1
10:10	2+1
10:50	2+1
11:30	2+1
12:10	Výměna baterií
12:50	2+1
13:30	2+1
14:10	2+1
14:50	2+1
15:30	Výměna baterií - maximálně 3 baterie
16:10	2+1
16:50	2+1

Zdroj: vlastní zpracování z interních zdrojů společnosti

Z tabulky je patrné, že celkový počet osob, které mohou za den využít segway je 34. Tento počet je ovšem závislý na více faktorech, které byly již zmíněny. Musí být počítána časová rezerva pro výměnu baterií a jejich nabíjení. Při třicetiminutových vyjížděkách se baterie rychleji vybíjí a je nutno je častěji nabíjet či vyměnit. Počet baterií určených na výměnu je pouze 3.

5.4.2 Celkový počet osob na Segway

V následující tabulce lze vidět celkový počet osob, které využily projížďky na Segway. Třicetiminutovou projížďku je možné také zakoupit v hotelovém balíčku v rámci ubytování. Proto je zde rozdělený počet hostů na ubytované hosty, neubytované a hosty, kteří to měli v rámci balíčku již v ceně pobytu.

Tabulka 10: Počet návštěvníků v roce 2012

Období	Segway		
	ubytovaní hosté	neubytovaní hosté	Ubytování v rámci balíčku
Leden	0	0	0
Únor	0	0	0
Březen	0	0	0
Duben	0	0	0
Květen	0	0	0
Červen	18	0	19
Červenec	38	11	235
Srpen	43	8	355
Září	23	3	63
Říjen	6	0	1
Listopad	0	0	4
Prosinec	0	0	0
Celkem	128	22	677

Zdroj: vlastní zpracování z interních zdrojů společnosti

Z tabulky je patrné že nejvíce využívány segway v rámci hotelového balíčku. Tedy že již hosté si kupují v rámci ubytování také jízdu na segway. Největší počet byl zaznamenán v červenci a srpnu. V těchto měsících bylo velmi málo deštivých dnů, ve kterých jsou vyjíždky nemožné. Díky příznivému počasí také v září a říjnu byl celkový počet vyjížděk dosti vysoký a kapacita byla téměř naplněna.

5.5 Analýza využití lanového parku

Lanový park je využíván pouze v letních měsících. V následující tabulce bude zobrazen počet osob, které využily lanový park. Tabulka bude rozdělena na ubytované hosty, kteří si vstup zaplatili, na neubytované hosty a poslední budou ubytovaní hosté, kteří měli vstup do lanového parku v ceně pobytu. Provoz lanového parku je omezen počasím, jelikož lanové překážky nesmí být mokré.

Tabulka 11: Počet návštěvníků v roce 2012

Období	Lanový park		
	ubytovaní hosté	neubytovaní hosté	ubytovaní v rámci balíčku
Leden	0	0	0
Únor	0	0	0
Březen	0	0	0
Duben	0	0	0
Květen	0	0	0
Červen	6	69	3
Červenec	19	83	70
Srpen	139	152	108
Září	44	97	13
Říjen	6	8	0
Listopad	2	0	0
Prosinec	0	0	0
Celkem	216	409	194

Zdroj: vlastní zpracování z interních zdrojů společnosti

Z tabulky je patrné, že nejvíce lanový park využívali neubytovaní hosté. Kteří přišli zvláště do lanového parku. Je také dosti využíván ubytovanými hosty, kteří jej nemají v rámci hotelového balíčku. Častými návštěvníky jsou také skupiny například školy, tábory. Jelikož každou skupinu musí doprovázet instruktor, zvýšení návštěvnosti by vyvolalo potřebu dalšího instruktora.

5.6 Analýza využití multifunkčního hřiště

Multifunkční hřiště má široké možnosti volnočasového využití. Je ovšem také závislé na počasí. V roce 2012 bylo velmi příznivé počasí, které bylo ideální pro provoz hřiště.

Tabulka 12: Počet návštěvníků v roce 2012

Období	Multifunkční hřiště	
	ubytovaní hosté	neubytovaní hosté
Leden	0	0
Únor	0	0
Březen	0	0
Duben	0	0
Květen	0	0
Červen	18	0
Červenec	38	11
Srpen	43	8
Září	23	3
Říjen	6	0
Listopad	0	0
Prosinec	0	0
Celkem	128	22

Zdroj: vlastní zpracování z interních zdrojů společnosti

Z následující tabulky lze vyvodit, že hřiště není využíváno naplno a jsou zde rezervy. Nejčastější délka pobytu je jedna hodina. I přes příznivé počasí, v nejméně vytížených měsících, tedy v červenci a srpnu, je počet hodin využití multifunkčního hřiště pouze 49 a 51. Zde je velký potenciál možnosti rozšíření či doplnění nabídky služeb pro zvýšení vytíženosti hřiště, jelikož hřiště nabízí ideální podmínky pro různé druhy sportů. Je v provozu pouhé dva roky a je ve výborném stavu.

6 ZÁVĚRY Z ANALYTICKÉ ČÁSTI

V první části analýzy byla analýza Wellness Horal. Zde jsem dospěla k závěru, že Wellness Horal má možnost zvýšení svých tržeb pomocí rozšíření stávajících aktivit. Jelikož je nabídka volnočasových aktivit velká, jeví se jako neoptimálnější pouhé rozšíření aktivit, pro oslovení jiné cílové skupiny než zavedení úplně nové aktivity. Díky vysoké kvalitě služeb a skvělé pověsti existuje pravděpodobnost zvýšení tržeb z rozšíření stávajících volnočasových aktivit. Wellness Horal si zakládá na kvalitě nabízených aktivit a služeb, což je hodnoceno jako jejich silná stránka. Snaha společnosti je také o jedinečnost služeb. Nedostatkem je omezená kapacita, která v nejvytíženějších dnech nemůže uspokojit všechny zájemce o volnočasové aktivity a přímá závislost mnoha aktivit na počasí. V nepříznivém počasí není možné některé aktivity provozovat.

V druhé části analýzy byla analyzována návštěvnost jednotlivých volnočasových aktivit ve sledovaném období 2012 a porovnáváno s obdobím předcházejícím 2011. Porovnání nebylo možné u aktivit lanového parku a multifunkčního hřiště, jelikož nejsou k dispozici data z roku 2011. U půjčování strojů segway není možné meziroční srovnání, protože provoz začal v roce 2012. Je patrné, že společnost většinu svých volnočasových aktivit teprve nedávno zavedla. Svědčí o tom také rychlý nárůst návštěvnosti oproti předchozím létům. Důležitá byla také analýza nárůstu tržeb oproti předchozímu období jednotlivých aktivit. Tržby ze všech volnočasových aktivit bylo v roce 2012 vyšší než v roce 2011.

Pro zvýšení tržeb je několik možností rozšíření stávajících volnočasových aktivit, které zvýší jedinečnost a kvalitu současných volnočasových aktivit společnosti. Rozšířením aktivit si může společnost rozšířit svoji klientelu a oslovit nové potencionální zákazníky. Oslovení a udržení stávající klientely je pro společnost velmi důležité.

Z analýzy bylo zjištěno, že možnost rozšíření aktivit je:

- privátní pronájem vířivky v saunovém světě
- multifunkční hřiště s trenérem
- turnaje

7 PROJEKT NA ROZŠÍŘENÍ VOLNOČASOVÝCH AKTIVIT

Na základě provedené analýzy viz kap. 6 budou dále zpracovány předešlé návrhy.

7.1 Popis projektů

Struktura zpracování projektů vychází teoretické části viz. kap. 3.3.

Předmět projektů:

Rozšíření vybraných volnočasových aktivit s nabídkou nových služeb. Uvedené návrhy nejsou na sobě přímo závislé, a proto se jejich realizace může navzájem časově prolínat. Projekty budou analyzovány z hlediska nákladů, případných rizik a také bude odhad vytíženosti a tržeb po uskutečnění těchto projektů.

Cíl projektů:

Návrh rozšíření stávajících volnočasových aktivit, které zvýší tržby a povědomí o kvalitních službách Wellness Horal a zvýší návštěvnost volnočasových aktivit ze strany neubytovaných i ubytovaných hostů.

Přínos projektů

Přímý přínos projektu bude:

- zvýšení tržeb
- zvýšení návštěvnosti Wellness Horal
- zvýšení povědomí veřejnosti
- zvýšení vytíženosti volnočasových aktivit

8 PROJEKT ZAVEDENÍ PRIVÁTNÍHO PRONÁJMU WHIRPOOL V SAUNOVÉM SVĚTĚ

Možnost rozšíření služeb saunového světa pro zvýšení tržeb je privátní pronájem vířivky v přímo určených hodinách. Tento produkt by byl zaměřen především na páry.

8.1 Předmět projektu

Předmětem projektu je zavedení pronájmu whirlpool v saunovém světě s lahví sektu a jahodami. Celý tento projekt je financován z vlastních zdrojů firmy HP Tronic s.r.o. Nejvíce vhodný čas se jeví od 22:00 do 23:00 hodiny. V této době je již wellness uzavřen, čímž by se hostům umožnilo úplné soukromí. Přístup do dalších částí by byl umožněn pouze do odpočívací zóny s lehátky a vodními postelemi, kde by byla připravena láhev sektu s jahodami. V odpočívací zóně by byly rozsvíceny svíčky.

8.1.1 Cíl projektu

Cílem projektu je poskytování jedinečných služeb široké veřejnosti především párům či osobám, které vyhledávají soukromí.

8.1.2 Očekávané přínosy

Díky realizaci projektu se zvýší nabídka volnočasových aktivit a tím zvýšení návštěvnosti saunového světa. V důsledku zvýšení návštěvnosti stoupne poptávky po ostatních aktivitách, což povede ke zvýšené ziskovosti podniku a také zvýšení povědomí široké veřejnosti o wellness.

8.2 Časový harmonogram projektu

Průběh realizace projektu je stanoven na období tří měsíců přípravných činností a tří měsíce realizace činnosti.

Květen

- testování produktu
- dekorace místnosti
- fotografování
- zpracování a úprava fotografií
- zpracování návrhů pro konečnou podobu

- tisk propagačního materiálu

Červen

- zahájení marketingových činností
- pronájem billboardů

Červenec - prosinec

- prodej služby
- propagace

Leden 2014

- zhodnocení výnosnosti
- nové možnosti na zlepšení služby
- analýza zpětných vazeb od zákazníků

8.2.1 Ganttův diagram

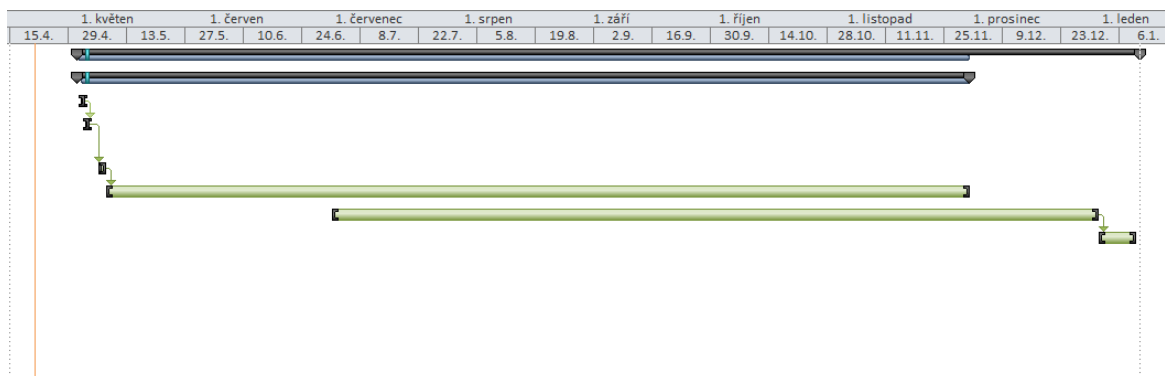
Pro grafický přehled o jednotlivých činnostech projektu a jejich délce trvání zpracovala jsem harmonogram projektu v programu MS Project. Délka projektu je 183 dnů.

Obrázek 3: Pomocná tabulka v programu MS Project

	i	Režim úkolu	Název úkolu	Doba trvání	Zahájení	Dokončení	Předchůdci
1			celkový projekt	183 dny	1.5. 13	10.1. 14	
2			Propagace	154 dny	1.5. 13	30.11. 13	
3			fotografování	1 den	2.5. 13	2.5. 13	
4			zpracování a úprava fotografií	1 den	3.5. 13	3.5. 13	3
5			návrh a tisk letáků	2 dny	6.5. 13	7.5. 13	4
6			propagace služby	149 dny	8.5. 13	30.11. 13	5
7			Pronájem whirlpool	132 dny	1.7. 13	31.12. 13	
8			Vyhodnocení projektu	7 dny	1.1. 14	9.1. 14	7

Zdroj: vlastní zpracování

Obrázek 4: Průběh projektu v Gantově diagramu



Zdroj: vlastní zpracování

8.3 Nákladová analýza

Projekt zavedení výuky bude financován z vlastních prostředků firmy. Veškerá potřebná zařízení jsou již nyní vybudována a není potřeba žádných dalších investic do stavebních úprav či dalších nákladů na proškolení pracovníků.

Náklady projektu

- náklady na zavedení aktivity
- náklady na jednotlivou aktivitu.

Rozdělení nákladů na aktivitu

- Personální náklady
- Režijní náklady
- Náklady na materiál
- Další náklady
- Nepředvídatelné náklady

8.3.1 Náklady na zavedení aktivity

Projekt sebou nese minimální počáteční náklady. Největšími počátečními náklady budou náklady na propagaci zaváděné služby.

Propagace

K návrhu a tisku propagačního materiálu je nutné získat identické fotografie. Náklady spojené s fotografováním byly stanoveny na částku 5 000 Kč. Zpracování fotografií a textu do propagačního materiálu bude mít na starosti marketingové oddělení firmy. Tisk

propagačního materiálu byl stanoven na 5 000 ks letáku velikosti 15 cm x 21 cm jednostranného barevného tisku. Cena za jeden výtisk 0,6 Kč. Dále bude zhotoveno 30 plakátů na billboardy a zajištěn přelep billboardů, které si společnost k této příležitosti pronajme. Zde je cena 500 Kč/ kus. Před zavedením produktu bude reklama vystavena na 5 billboardech. Reklama bude zaměřena převážně na Zlínský a Moravskoslezský kraj, jelikož tato služba nebude obsahovat nocleh a tyto kraje jsou v největší blízkosti a snadno dostupné. Konkrétní umístění ploch bylo zvoleno podle nejvíce vytižených silnic ve směru do Velkých Karlovic, kde se Wellness Horal nachází.

Tabulka 13: Umístění billboardů

	Místo	Cena
1. reklamní plocha	Zlín, T. Bati č. 165	4 500 Kč
2. reklamní plocha	Zlín, T. Bati, brána areálu Svit	4 500 Kč
3. reklamní plocha	Hlavní tah Vsetín – Velké Karlovice	4 500 Kč
4. reklamní plocha	Ostravice, směr Beskydy	6 000 Kč
5. reklamní plocha	Ostrava, hlavní tah FM – Ostrava	5 900 Kč
Celkem		25 400 Kč

Zdroj: vlastní zpracování

Celková cena za pronájem reklamních ploch – billboardů za měsíc bude 25 400 Kč. Pronájem by byl pro zatím stanoven na 6 měsíců a to do konce listopadu 2013. Pokud by tyto plochy vyhovovaly, mohou být využívány i na presentaci jiných akcí pořádaných resortem Valachy a nájem ploch může být tedy prodloužen.

8.3.2 Náklady na marketingové aktivity

V následující tabulce je uveden rozpis nákladů na marketingové aktivity.

Tabulka 14: Náklady na marketingové aktivity

Činnost	Náklady
Pořízení fotografií	5 000
Grafický návrh propagačního materiálu	2 000
Tisk letáků	3 000
Tisk plakátů	15 000
Cena za pronájem reklamních ploch	25 400 Kč/měsíc
Výlep, polep	3 000
Celkem	53 400 Kč

Zdroj: vlastní zpracování

Výše nákladů na marketingové aktivity se může během realizace mírně změnit. Ceny byly stanoveny dle ceníků společností poskytující tyto služby ve Zlínském kraji.

8.4 Náklady na jednu aktivitu

Náklady na hodinu aktivity jsou rozděleny dle kalkulačního vzorce, kde jsem vycházela z teorie uvedené v kapitole 3.3.6.

8.4.1 Personální náklady

Prodloužení pracovní doby o 1, 5 hodiny bude mít největší vliv na pracovní pozici lázeňské, která má na starosti saunový svět a péči o hosty v něm. Proto bude hostům k dispozici a při jejich odchodu je doprovodí ven a uzamkne za nimi všechny prostory.

Klasicky v této době probíhá celkový úklid. Tento úklid by byl na dobu od 22:00 do 23:00 hodiny přesunut do bazénových prostor a tím by nijak nenarušoval pracovní dobu úklidu.

Během této doby probíhá také čištění whirlpool po celodenní činnosti. Proces, který má na starosti noční údržba, je možné posunout na pozdější dobu. A pracovní dobu či proces noční údržby to nijak neovlivní.

Do celkových personálních nákladů bude tedy počítáno pouze prodloužení pracovní doby lázeňské o 1,5 hod.

Personální náklady: $1,5 \times 100 \text{ Kč} = 150 \text{ Kč}$

8.4.2 Režijní náklady

Doba provozu whirlpool a saun se prodlouží o 1 hodinu. Náklady na hodinu provozu se pohybují od 300 Kč do 360 Kč. Náklady na osvětlení budou stejné, jelikož veškeré osvětlení bude stejné jako při úklidu daných prostor.

Pro každého z páru bude připraven ručníkový servis, který obsahuje župan a osušku. Vznikají tím náklady na prádelnu, které činí za každý servis 10 Kč.

Režijní náklady: $360 + 20 = 380 \text{ Kč}$

8.4.3 Náklady na materiál

V kyblíku s ledem bude připraven vychlazený sekt značky Cremant 0,7 l, jehož nákupní cena činí 120 Kč. Jahod bude podáváno 250 g v misce ozdobené mátou. Cena jahod se bude lišit dle období. Průměrně do nákladů bude počítáno s 20 Kč/ 250 g. Okolo whirlpool budou naskládány a rozsvícené svíčky - 10 kusů. Náklady na 1 hodinu hoření svíček je 20 Kč.

Náklady na materiál: $120 + 25 + 20 = 165 \text{ Kč}$

8.4.4 Další náklady

Do dalších nákladů byla zahrnuta dekorace prostor, hlídané parkoviště. Tyto náklady nevznikají díky této aktivitě, proto je velmi těžké určit přesnou částku na jednu hodinu.

Další náklady: 30 Kč

8.4.5 Rezerva na nepředvídatelné náklady

Je nutné počítat také s nepředvídatelnými náklady. Není možné určit jejich přesnou výši. Nejčastěji jsou stanovovány ve výši 10 až 15 % celkových nákladů na jednotku.

Nepředvídatelné náklady: 75 Kč

Do celkových nákladů tedy můžeme započítat personální náklady, režijní náklady, náklady na materiál, další náklady a nepředvídané náklady.

Tabulka 15: Celkové náklady na jednotku aktivity

Činnost	Náklady
Personální náklady	150 Kč
Režijní náklady	380 Kč
Náklady na materiál	165 Kč
Další náklady	30 Kč
Nepředvídatelné náklady	75 Kč
Celkem	800 Kč

Zdroj: vlastní zpracování

8.5 Stanovení ceny

Prodejní cena je stanovena dle těchto kritérií:

- cenová politika firmy
- prvotřídní kvalita služeb
- požadovaná marže společnosti – společnost požaduje min. 200 % marže na tuto proceduru
- image Wellness hotelu Horal

Dle těchto kritérií byla stanovena prodejní cena ve výši 2 490 Kč za službu pro dvě osoby.

8.6 Odhad vytíženosti v roce 2013

Vytíženost služby je omezená, jelikož je možné provádět aktivitu jednou denně. Služba bude úplnou novinkou, není předpoklad, že by byla nedostatečná kapacita.

V následující tabulce bude odhad využití privátního pronájmu vířivky. Je odhadováno období do konce roku 2013. Kdy služba bude v provozu a po tomto období bude vyhodnocováno, jestli bude dále nabízena.

Tabulka 16: Odhad vytíženosti v roce 2013

Období	Předpoklad na rok 2013
Červenec	8
Srpen	11
Září	12
Říjen	12
Listopad	12
Prosinec	14
Celkem	69

Zdroj: vlastní zpracování

Odhad vytíženosti aktivity byl stanoven na celkový počet 69 ze sledovaných 6 období. Zavedení aktivity na trh je novinkou. Proto byl stanoven tento odhad. Maximální vytíženost aktivity je 29 - 30 aktivit v měsíci v závislosti na počtu dní v měsíci. Pokud by v budoucnu byl velký zájem o tuto službu, je zde možnost zavedení další a to od 23 do 24 hodiny. Tím by se zvětšila kapacita na dvojnásobek současné kapacity.

8.7 Odhad tržeb v roce 2013

Odhad tržeb za rok 2013 bude rozdělen dle měsíců, kdy bude procedura probíhat. Odhad tržeb je počítán z odhadu předpokládané vytíženosti.

Tabulka 17: Odhad tržeb v roce 2013

Období	Předpokládané Tržby
Červenec	19 920 Kč
Srpen	27 390 Kč
Září	29 880 Kč
Říjen	29 880 Kč
Listopad	29 880 Kč
Prosinec	34 860 Kč
Celkem	171 810 Kč

Zdroj: vlastní zpracování

8.8 Analýza rizik

Každý projekt sebou nese určitá rizika. Jedním z největších rizik, které tu může vzniknout je nedostatečná kapacita. Proceduru je možné provádět pouze jednou denně. Při větším zájmu, je riziko neuspokojení dostatečného počtu zákazníků. Může být také dlouhá čekací doba na volný termín pro proceduru.

Dalším rizikem je možný zájem o aktivitu pouze o víkendech a svátcích, kdy je vytíženost saunového světa také vyšší než přes všední dny.

Možné riziko projektu je nízký zájem o zavedenou aktivitu. Tento případ může nastat při neefektivním a nedostatečné propagaci.

Tabulka 18: Riziková analýza

Riziko	Pravděpodobnost	Závažnost
Nedostatečná kapacita	Vysoká	Střední
Dlouhá čekací doba na volný termín	Střední	Nízká
Zájem pouze o víkendech a státních svátcích	Vysoká	Střední
Nízký zájem o aktivitu	Nízká	Vysoká

Zdroj: vlastní zpracování

8.9 Analýza konkurence

Průzkum konkurence ukázal, že obdobná nabídka je také v hotelu Tatra ve Velkých Karlovicích. Zde se jedná o pouhý pronájem bez dodatkových služeb a servisu. Kvalita zavedené služby bude na vyšší úrovni než v konkurenčním zařízení. V hotelu Abácie ve Valašské Meziříčí je možnost pronájmu soukromé spa. Velikost zařízení je menší a nabízí menší možnosti využití než Wellness Horal.

Konkurence:

- Hotel Tatra, Velké Karlovice nabízí privátní pronájem whirlpool pro uzavřenou společnost bez dodatkových služeb.
- Hotel Abácie ve Valašském Meziříčí nabízí soukromé spa, toto zařízení je menší než Wellness Horal.

- Augustiánský dům - Luhačovice - nabízí pouze volné vstupy do wellness a jiné služby jako masáže, rituály.
- Hotel Pohoda v Luhačovicích nabízí wellness jenom pro ubytované hosty. Nabízí dva druhy balíčků pro páry vždy s ubytováním, polopenzí.

9 PROJEKT VÝUKY S TRENÉREM

V analytické části viz. kap. 5.6. byly zjištěny značné rezervy ve využívání volnočasových aktivit u multifunkčního hřiště, kde je možný potenciál růstu jeho využití.

9.1 Předmět projektu

Předmětem projektu je zavedení výuky s profesionálním trenérem, který by zaštil vyučování tenisu, volejbalu, fotbalu či jiných míčových her. Výuka bude rozdělena na individuální a skupinovou. Individuální výuka by probíhala nejčastěji tenisu. Skupinová by byla určena spíše pro míčové hry. Individuální výuka by probíhala v přímém kontaktu s trenérem. Pro možnost provozování výuky je nezbytné rozšířit oblast podnikání v obchodním rejstříku. HP Tronic, s.r.o již má zapsáno poskytování tělovýchovných a sportovních služeb v oblasti lyžování, tuto živnost by dále rozšířila na všeobecnou sportovní činnost. Nejčastějším zájemcem o výuku budou děti od 4 do 15 let. Průběh výuky proto bude přizpůsoben na tuto věkovou kategorii. Pro případné zájemce z jiné věkové kategorie bude výuka přizpůsobena možnostem a schopnostem zájemce.

9.1.1 Cíl projektu

Cílem projektu je rozšíření volnočasových aktivit se zaměřením na dětskou klientelu. Oslovení nové skupiny osob. Zvýšení vytíženosti multifunkčního hřiště. Větší počet akcí pořádaných firmami s pevným programem – pořádáním firemních či jiných turnajů.

9.1.2 Očekávané přínosy

Díky realizaci projektu se zvýší nabídka volnočasových aktivit a tím zvýšení vytíženosti multifunkčního hřiště s následkem i na tržby.

9.1.3 Místo a čas výuky

Výuka bude probíhat na prostorách multifunkčního hřiště, pokud to umožní počasí. Výuka bude probíhat od 9 do 18 hodin každý den včetně víkendů a svátků. Při větší poptávce bude čas výuky přizpůsoben požadavkům klientů.

9.2 Náplň lekce - harmonogram výuky

Časový harmonogram výuky bude rozdělen do 50 minutových lekcí s 10 minutovou přestávkou.

9.2.1 Náplň 50 minutové lekce

Rozložení lekce:

- rozcvička 10 min
- zjištění úrovně 5 minut
- teoretická výuka 5 minut
- praktická výuka 30 minut

Při větším počtu lekcí najednou bude mezi každou lekcí 10 minut přestávka na odpočinek.

9.2.2 Náplň vícehodinové lekce

- rozcvička 10 min
- zjištění úrovně 5 minut
- teoretická výuka 10 - 15 minut
- praktická výuka 20 - 25 minut

přestávka 10 minut

- zopakování teoretických poznatků 10 minut
- zopakování praktických poznatků 10 minut
- pokračování ve výuce 30 minut

9.2.3 Požadavky na trenéra

Základní požadavky, které budou požadovány po potencionálním uchazeči.

1. znalost a zkušenost jednání s lidmi
2. držitel průkazu – 3. trenérská třída (možnost dodělání)
3. kreativita
4. komunikativnost
5. komunikativní znalost minimálně 1 cizího jazyka
6. odpovídající zdravotní stav
7. zkušenosti vítány

Turnaje a závody

Multifunkční hřiště je ideální místo pro uspořádání různých skupinových či jednotlivých turnajů. Převážně pro firemní klientelu, která je častým návštěvníkem hotelu.

Nejčastějšími klienty by byly firmy, které mají na hotelu Horal školení, jednání či jiné pracovní závazky. Počet účastníků je dostatečný na možný turnaj, který by jim zpestřil pobyt.

Tyto turnaje by byly pořádány přímo na míru dle požadavků zájemců. Trenér by zde figuroval jako rozhodčí a koordinátor celé akce. Turnaje je možné pořádat v mnoha různých sportech – tenisové, nohejbalové, volejbalové nebo také v jiných disciplínách jako například závody zručnosti či rychlosti.

Pro tyto turnaje by byly připraveny šablony diplomů či památných listů, rozlišovací trikoty – na požadavek je možné vyrobit trička s požadovaným logem a zanechat je účastníkům

9.3 Časový harmonogram projektu

Časový harmonogram byl stanoven na rok 2013. Začátek realizace projektu začne v květnu 2013, jelikož se jedná o sezónní aktivitu, bude provoz ukončen na konci září.

Květen

- fotografování
- zpracování a úprava fotografií
- zadání inzerátu na pracovní pozici – oslovení potenciálních uchazečů (vysoké školy)
- návrh a tisk leták
- pohovor se zájemci
- výběr vhodného kandidáta
- zahájení propagace
- stanovení nákladů na aktivitu
- stanovení prodejní ceny

Červen

- zahájení výuky
- pokračování v propagaci

Červen – září

- výuka

Říjen

- porovnání skutečnosti s odhadem vytíženosti
- zhodnocení výnosnosti
- nové možnosti na zlepšení služby
- odhad na rok 2014

9.3.1 Ganttův diagram

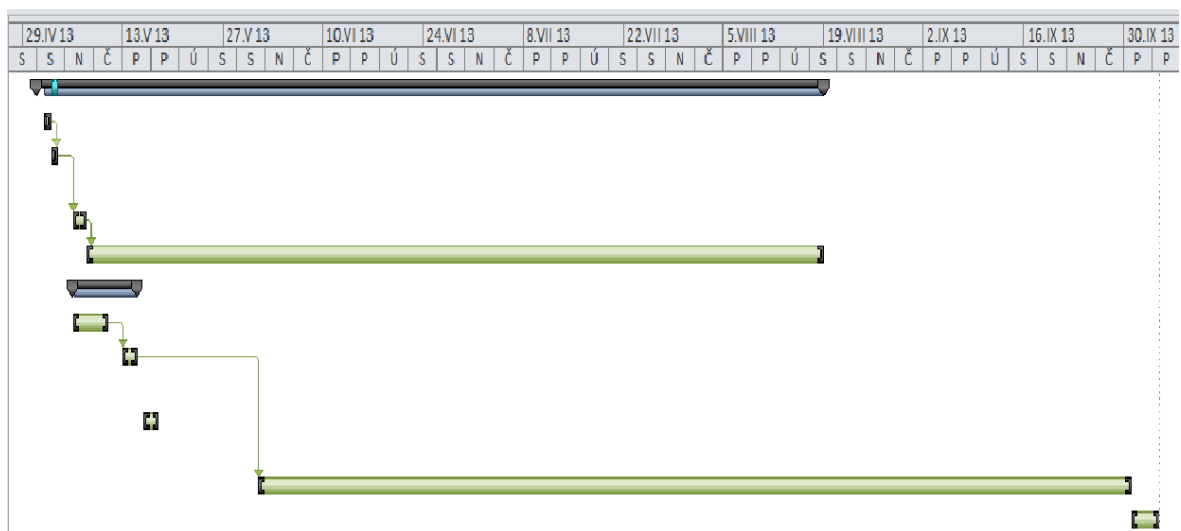
Pro grafický přehled o jednotlivých činnostech projektu a jejich délce trvání zpracovala jsem harmonogram projektu v programu MS Project. Délka projektu je 113 dnů.

Obrázek 5: Pomocná tabulka v programu MS Project

		Režim úkolu	Název úkolu	Doba trvání	Zahájení	Dokončení	Předchůdci
1			celkový projekt	113 dny	1.5. 13	4.10. 13	
2			Propagace	79 dny	1.5. 13	18.8. 13	
3			fotografování	1 den	2.5. 13	2.5. 13	
4			zpracování a úprava fotografií	1 den	3.5. 13	3.5. 13	3
5			návrh a tisk letáků	2 dny	6.5. 13	7.5. 13	4
6			propagace služby	74 dny	8.5. 13	18.8. 13	5
7			Personál	10 dny	6.5. 13	17.5. 13	
8			pohovor se zájemci	5 dny	6.5. 13	10.5. 13	
9			výběr vhodného ka	2 dny	13.5. 13	14.5. 13	8
10			výuka	87 dny	1.6. 13	30.9. 13	9
11			vyhodnocení projektu	4 dny	1.10. 13	4.10. 13	10

Zdroj: vlastní zpracování

Obrázek 6: Průběh projektu v Gantově diagramu



Zdroj: vlastní zpracování

9.4 Nákladová analýza

9.4.1 Náklady na zavedení aktivity

Pro zahájení aktivity nejsou nutné žádné nové stavební úpravy. Největší náklady opět budou na propagaci akce, aby se aktivita dostala do povědomí veřejnosti a převážně do povědomí hotelových hostů, kde se předpokládá, že budou největšími zájemci o tuto aktivitu.

9.4.2 Náklady na marketingové aktivity

K návrhu a tisku propagačního materiálu je nutné získat identické fotografie aktivity při jejím průběhu. Do nákladů, které jsou spojené s fotografováním, jsou zahrnuty provize fotografe, modelům a přípravě na focení a následná úprava fotografií. Tyto náklady byly stanoveny na částku 3 000 Kč. Zpracování fotografií a textu do propagačního materiálu je stanoveno na 1 000 Kč. Tisk propagačního materiálu byl stanoven na 2 000 Kč letáku velikosti 21 cm x 15cm jednostranného barevného tisku. Díky smluvním podmínkám u tiskové společnosti je cena za jeden výtisk 0,6 Kč. Dále bude zhotoveno 10 plakátů na billboardy a zajištěn přelep stávajících billboardů, kterými společnost prezentuje své aktivity. Zde je cena 500 Kč/ kus a pronájem reklamní plochy za měsíc činí 4 500 Kč. Před zavedením produktu bude reklama vystavena na 3 billboardech.

Tabulka 19: Náklady na zavedení aktivity

Činnost	Náklady
Pořízení fotografií	3 000
Grafický návrh propagačního materiálu	1 000
Tisk letáků	1 200
Tisk plakátů	5 000
Cena za pronájem reklamních ploch	13 500 Kč/měsíc
Výlep, polep	3 000
Celkem	26 700 Kč

Zdroj: vlastní zpracování

9.4.3 Materiální zabezpečení výuky

Pro provoz výuky je nutné rozšíření počtu stávajícího sportovního nářadí. A také zakoupení nových sportovních pomůcek, které umožňují efektivnější výuku a udržení pozornosti žáků. Sportovní pomůcky bude možné použít i při jiných aktivitách jako například při animačních programech a to jak pro děti tak pro dospělé.

Největší počet zájemců je odhadován na zájemce o výuku tenisu, proto by se jednalo převážně o tréninkové pomůcky zaměřené na výuku tenisu.

Tabulka 20: Náklady na materiální zabezpečení výuky

Pomůcka	Počet kusů	Cena ks	Cena celkem
Dětské rakety	5	620	3 100
Pěnový míček pro začátečníky	24	58	1 392
Tenisový míček Prince	50	40	2 000
Sběrný koš na míče	1	749	749
Míč volejbalový - tréninkový	5	239	1 195
Míč basketbal	5	510	2 550
Míč volejbal	5	340	1 700
Rozlišovací dresy	30	132	3 960
Celkem			16 646 Kč

zdroj: vlastní zpracování

9.5 Náklady na hodinu

Náklady na hodinu aktivity jsou rozděleny dle kalkulačního vzorce, kde jsem opět vycházela z teorie uvedené v kapitole 3.3.6.

9.5.1 Personální náklady

Výuka by byla zaštiťována pouze brigádníky, jelikož by se jednalo pouze o sezónní období (červen – září). U brigádníků by byla uzavřena dohoda o provedení práce, kde je možné během 1 kalendářního roku odpracovat 300 hodin u jednoho zaměstnavatele. Hodinová sazby je počítána za odučené lekce. Za odučenou lekci je 140 Kč v nezávislosti na počtu osob (individuální či skupinová výuka).

Personální náklady: $1 \times 140 \text{ Kč} = 140 \text{ Kč}$

9.5.2 Režijní náklady

Osvětlení a ozvučení hřiště sebou přináší náklady ve výši 15 Kč za hodinu.

Režijní náklady: 15 Kč

9.5.3 Náklady na materiál

Po absolvování lekce dostane každý účastník diplom za účast a sladkou odměnu. Náklady na výtisk jednoho diplomu jsou 1 Kč a na sladkou odměnu, která bude mít podobu čokoládové tyčinky 5 Kč.

Náklady na materiál: 6 Kč

9.5.4 Další náklady

Žádné další náklady nevznikají při této akci.

9.5.5 Rezerva na nepředvídatelné náklady

Rezerva na nepředvídatelné náklady byla stanovena ve výši 24 Kč.

Nepředvídatelné náklady: 24 Kč

Do celkových nákladů tedy můžeme započítat personální náklady, režijní náklady, náklady na materiál, náklady na marketing, další náklady a nepředvídané náklady

Tabulka 21: Celkové náklady na jednotku aktivity

Činnost	Náklady
Personální náklady	140 Kč
Režijní náklady	20 Kč
Náklady na materiál	6 Kč
Další náklady	0 Kč
Nepředvídatelné náklady	24 Kč
Celkem	190 Kč

zdroj: vlastní zpracování

9.6 Stanovení ceny

Prodejní cena je stanovena dle těchto kritérií:

- cenová politika firmy
- prvotřídní kvalita služeb
- požadovaná marže společnosti – společnost požaduje min. 300 % marže na tuto proceduru
- dle cen zařízení poskytující obdobné služby. V blízkosti není v nabídce stejná služba, proto jsem si řídila cenami firem, provozující výuku v oblasti sportu v zimních měsících (lyžařské školy).

9.6.1 Ceník individuální výuka:

Ceny byly sestavovány dle nákladů na jednu lekci výuky a také dle podniků, které poskytují výuku lyží a snowboardu v zimních měsících. Jedná se také o 50 minutové lekce. Důležitým faktorem zde byla hodnota služby pro zákazníka, a jak vysokou cenu je ochoten za danou službu dát. Pro některé zákazníky může být cena indikátorem kvality služby. A to převážně proto, že nemá zákazník žádné hmatatelné důkazy o kvalitě služby. V ceně výuky by již byla započítána cena za pronájem multifunkčního hřiště. Zapůjčení pomůcek k výuce.

Tabulka 22: Ceník individuální výuky

Ceník	1 osoba	2 osoby
1 lekce (50 min)	590 Kč	990 Kč
2 lekce (100 min)	1 090 Kč	1 590 Kč
permanenka 5 lekcí	1 990 Kč	2 590 Kč

Zdroj: vlastní zpracování

9.6.2 Ceník skupinové výuky:

V ceně výuky je již započítán pronájem multifunkčního hřiště.

Tabulka 23: Ceník skupinové výuky

Ceník	Skupina od 4 - 15 osob
1 lekce (50 min)	399 Kč/ osoba
2 lekce (100 min)	349 Kč/ osoba
permanentka 5 lekcí	329 Kč/ osoba

Zdroj: vlastní zpracování

9.7 Odhad vytíženosti v roce 2013

Vytíženost této aktivity přímo závisí na počasí, které nelze ovlivnit. Dle předchozích analýz je možné říci, že během letní sezóny počet nedeštivých dnů a tedy dnů vhodných k výuce je 15 – 20 dnů v měsíci. Předpokládaný nárůst počtu využitých hodin je stanoven ve výši minimálně 100 % oproti roku 2012.

V tabulce bude definován odhad využití multifunkčního hřiště. Jsou zde zahrnuty hodiny s výukou a také soukromý pronájem hřiště, který byl stanoven na stejný počet jako v roce 2012. Uvedené hodnoty jsou hodiny vytížení hřiště.

Tabulka 24: Odhad vytíženosti hřiště 2013

Období	rok 2012	Předpoklad rok 2013
Červen	18	40
Červenec	49	100
Srpen	51	120
Září	26	50
Celkem	144	310

Zdroj: vlastní zpracování

Z tabulky je patrné, že největší počet návštěvníků je odhadován na měsíc srpen, kdy je také největší využití volnočasových aktivit a také největší počet návštěvníků hotelu Horal.

9.8 Odhad tržeb v roce 2013

Odhad tržeb za rok 2013 bude rozdělen na položku – pouze pronájem hřiště a výuka na hřišti. Odhad tržeb z pronájmu hřiště byl stanoven dle předchozího roku ve stejné výši. Odhad tržeb za výuku je rozdělen na individuální výuku a skupinovou výuku. Sledovaná období jsou dle harmonogramu projektu od zahájení výuky v červnu po její ukončení v září. Cena za hodinu pronájmu hřiště je 300 Kč.

Tabulka 25: Odhad tržeb v roce 2013

	Červen	Červenec	Srpen	Září	Celkem
pronájem hřiště	5 400	14 700	15 300	7 800	43 200
individuální výuka	13 200	28 000	38 500	13 300	93 000
skupinová výuka	6 000	15 000	19 000	4 000	44 000
Celkové tržby	24 600	57 700	72 800	25 100	180 200

Zdroj: vlastní zpracování

Pronájem hřiště se v odhadu od předchozího období nezměnil, jelikož by se jednalo o skupinu klientů, kteří si přišli zahrát a trenéra ke hře nepotřebují či nevyžadují. Individuální výuka byla stanovena 80 % z celkové poptávky po výuce. U skupinové výuky není možné odhadnout počet zájemců, protože velikost skupiny může být různá a mohou vzniknout velké rozdíly v tržbách.

9.9 Analýza rizik

Zavedení této aktivity sebou nese několik rizik. Riziko a také velká nevýhoda, že může probíhat souběžně pouze jedna lekce, jelikož je k dispozici pouze jedno hřiště k využití.

Někteří zájemci mohou tedy déle čekat. Aby se vyvarovalo těmto nepříjemnostem, bude výuka probíhat na objednávku.

Tabulka 26: Riziková analýza

Riziko	Míra rizika	Závažnost
Nedostatečná kapacita	Vysoká	Střední
Dlouhá čekací doba na volný termín	Střední	Nízká
Zájem pouze o víkendech a státních svátcích	Vysoká	Střední
Nízký zájem o aktivitu	Střední	Vysoká
Závislost poskytování služeb na počasí	Vysoká	Vysoká

Zdroj: vlastní zpracování

9.10 Analýza konkurence

Ve Zlínském kraji bylo zjištěno, že tato služba je poskytována pouze na několika místech v kraji. Nejvíce těchto služeb je situováno ve Zlíně, dále tako v Rožnově pod Radhoštěm a Vsetíně.

Konkurence:

- nafukovací hala Moskva v centru Zlína umožňuje individuální výuky tenisu s trenérem. Cena jedné hodiny s trenérem je 250 Kč. V této ceně není ještě započítán pronájem hřiště. Pronájem hřiště se pohybuje od 270 do 390 Kč za hodiny.
- Výuka tenisu Jiří Mana ve Zlíně. Cena při jednom studentovi činí 350 Kč při dvou a více je 400 Kč. V této ceně opět není pronájem hřiště.
- Tenis Mládcová, kde probíhá skupinová výuka tenisu pro děti různých věkových kategorií.
- Rožnov pod Radhoštěm – probíhá zde tenis víkend od 20. 6. do 23. 6.

ZÁVĚR

Díky současnému trendu aktivního trávení volného času jsou pro hotelová zařízení důležité nabídky volnočasových aktivit neustále rozšiřovat.

Cílem diplomové práce bylo navrhnout několik projektů, které by měly vliv na výši tržeb Wellness hotelu Horal.

V teoretické části jsem se věnovala vymezení důležitých pojmů v oblasti volného času, volnočasových aktivit. Dále jsem se snažila definovat wellness a jeho propojení s cestovním ruchem a hotelnictvím.

Analýza byla rozdělena na dvě hlavní části. V první části byl představen Wellness Horal a volnočasové aktivity, které nabízí. V druhé části byla analýza návštěvnosti těchto volnočasových aktivit v loňském roce a následné procentuální srovnání s rokem 2011. Důsledkem této analýzy byly zvoleny projekty na rozšíření těchto aktivit.

V projektové části byly zpracovány dva projekty na rozšíření volnočasových aktivit. V prvním projektu se zabývám rozšířením služeb v saunovém světě pomocí jeho privátního pronájmu. V tomto projektu jsem podrobně zpracovala důležité kroky, které obsahují hlavní cíl projektu, podpůrné činnosti, finanční, časovou náročnost na zavedení aktivity a odhad tržeb a vytíženosti za sledované období. Druhý projekt je zaměřen na zvýšení návštěvnosti a vytíženosti multifunkčního hřiště pomocí výuky s trenérem. Také v tomto projektu jsem zpracovala důležité kroky, které obsahují hlavní cíl projektu, podpůrné činnosti, finanční, časovou náročnost na zavedení aktivit a odhad tržeb a vytíženosti ve sledovaném období. Jelikož se jedná pouze o rozšíření stávajících aktivit, nejsou nutné žádné stavební úpravy.

Věřím, že cíl diplomové práce byl splněn a navrhované projekty budou mít vliv na výši tržeb a konečné rozhodnutí o realizaci projektu v pravomoci společnosti.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY**Monografie**

- [1] BERÁNEK, Jaromír a Pavel KOTEK. 2007, *Řízení hotelového provozu*. 4. přeprac. vyd. Praha: MAG Consulting, 240 s. ISBN 978-80-86724-30-0.
- [2] CATHALA, Hana. 2007, *Wellness - od vnějšího pohybu k vnitřnímu klidu*. 1. Vyd. Praha: Grada, 168 s. ISBN 978-80-247-2323-5.
- [3] ČERTÍK, Miroslav a Věra FIŠEROVÁ. 2009, *Volný čas, životní styl a cestovní ruch*. Vyd. 1. Praha: Vysoká škola hotelová v Praze 8, 103 s. ISBN 978-80-86578-93-4.
- [4] DROBNÁ, Daniela a Eva MORÁVKOVÁ, 2010. *Cestovní ruch: pro střední školy a pro veřejnost*. 2., upr. vyd. Praha: Fortuna, 200 s. ISBN 978-80-7373-079-6.
- [5] HÁJEK, Bedřich, Břetislav HOFBAUER a Jiřina PAVKOVÁ. 2008, *Pedagogické ovlivňování volného času: současné trendy*. Vyd. 1. Praha: Portál, 239 s. ISBN 978-80-7367-473-1.
- [6] HORNER, Susan a John SWARBROOKE. 2003, *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*. Praha: Grada, 486 s. ISBN 80-247-0202-9.
- [7] MATIAS, Álvaro, Peter NIJKAMP a Manuela SARMENTO. 2011, *Tourism economics: impact analysis*. Berlin: Psysical – Verlag, 293s. ISBN 978-3-7908-2724-8.
- [8] NĚMEC, Jiří, 2002. *Kapitoly ze sociální pedagogiky a pedagogiky volného času pro doplňující pedagogické studium*. Brno: Paido, 119 s. ISBN 8073150123.
- [9] PARMOVÁ, Dagmar. 2004. *Řízení služeb: přednášky*. 1. Vyd. V Českých Budějovicích: Jihočeská univerzita, Zemědělská fakulta, 96 s. ISBN 80 -7040-673-9.
- [10] PAVKOVÁ, Jiřina, 2002. *Pedagogika volného času: [teorie, praxe a perspektivy výchovy mimo vyučování a zařízení volného času]*. 3., aktualiz. vyd. Praha: Portal, 231 s. ISBN 807187116.
- [11] PODĚBRATSKÝ, Jiří. 2008, *Wellness v ČR*. 1. Vyd. Praha: EPO consult, s.r.o. 129 s.

- [12] SMITH, Melanie, Nicola E MACLEOND a Margaret Hart ROBERTSON, 2010, *Key concepts in tourist studies*. 1 st publ. Los Angeles: Sage, vii, 208.s. ISBN 978-1-4129-2105-3.
- [13] SVOZILOVÁ, Alena. 2006. *Projektový management*. 1. Vyd. Praha: Grada, 356 s. ISBN 80-247-1501-5.
- [14] ŠTEFÁNEK, Radoslav a kolektiv. 2011 *Projektové řízení pro začátečníky. 7 základních lekcí projektového managementu*. 1. Vyd. Brno: Computer Press, 304 s. ISBN 978-80-251-2835-0.
- [15] TRÖNDLE, Pamela, 2008. *Wellness: domácí rozmazlování*. 1. vyd. Praha: Grada, 96 s. ISBN 978-80-247-2528-4.
- [16] VÁŽANSKÝ, Mojmír, 2001. *Základy pedagogiky volného času*. 2. doplň. Vyd. Brno: Typia, 175 s. ISBN 80-86-384-00-4.
- [17] VESELÁ, Jana, 1999. *Základy sociologie volného času*. 1. vyd. Pardubice: Univerzita Pardubice, FES, 80 s. ISBN 80-7194-187-5.
- [18] ZELENKA, Josef a Martina PÁSKOVÁ, 2012. *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Kompletně přeprac. a dopl. 2. vyd. Praha: Linde Praha, 768 s. ISBN 978-80-7201-880-2.
- [19] Interní materiál společnosti HP Tronic s. r.o.

Internetové zdroje

- [20] ČESKÁ ASOCIACE WELLNESS. Význam slova wellness. *spa-wellness.cz* [online] ©2008 - 2013 [cit. 2013-04-10]. Dostupné z: <http://www.spa-wellness.cz/ceska-asociace-wellness/vyznam-slova-wellness>
- [21] HETTLER, Bill. Six dimensions of Wellness. *nationalwellness.org* [online] ©2008 - 2013 [cit. 2013-04-10]. Dostupné z: http://www.nationalwellness.org/?page=Six_Dimensions
- [22] HOTEL HORAL. Půjčovna segway. *Hotel-horal.cz* [online] ©2013 [cit. 2013-04-11]. Dostupné z: <http://www.horal-hotel.cz/sport-horal/pujcovna-segway-1.aspx>
- [23] HOTEL HORAL. Sportovní hřiště. *Hotel-horal.cz* [online] ©2013a [cit. 2013-04-11]. Dostupné z: <http://www.horal-hotel.cz/sport-horal/sportovni-hriste.aspx>

- [24] HOTEL HORAL. Lanový park. *Hotel-horal.cz* [online] ©2013b [cit. 2013-04-11]. Dostupné z: <http://www.horal-hotel.cz/sport-horal/lanovy-park-horal-1.aspx>
- [25] HOTEL HORAL. Animační programy. *Hotel-horal.cz* [online] ©2013c [cit. 2013-04-11]. Dostupné z: http://www.valachy.cz/kalendar-akci/aid_67/animacni-programy.aspx
- [23] VALACHY. Resort Valachy. *Valachy.cz cz* [online] ©2013c [cit. 2013-04-11]. Dostupné z: <http://www.valachy.cz/>
- [24] WELLNESS HORAL. Termální bazény. *Wellnesshoral.cz* [online] ©2013 [cit. 2013-04-10]. Dostupné z: <http://www.wellnesshoral.cz/termalni-bazeny-wellness-horal/>
- [24] WELLNESS HORAL. Saunový svět. *Wellnesshoral.cz* [online] ©2013a [cit. 2013-04-10]. Dostupné z: <http://www.wellnesshoral.cz/saunovy-svet-wellness-horal/>
- [25] WELLNESS HORAL. Masáže a procedury. *Wellnesshoral.cz* [online] ©2013b [cit. 2013-04-10]. Dostupné z: <http://www.wellnesshoral.cz/masaze-a-procedury/>
- [26] WELLNESS HORAL. Kardio fitness. *Wellnesshoral.cz* [online] ©2013c [cit. 2013-04-10]. Dostupné z: <http://www.wellnesshoral.cz/kardio-fitness-wellness-horal/>
- [29] WELLNESS LIFE. Wellness trendy pro rok 2013. *wellnesslife.cz* [online] ©2008 – 2013 [cit. 2013-04-10]. Dostupné z: <http://www.wellnesslife.cz/wellness-trendy-pro-rok-2013/>

SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK

Aj	a jiné
Apod.	a podobně
Atd.	a tak dále
ČR	Česká Republika
Hod.	hodin
Kap.	kapitola
Kč	korun českých
Např.	například
NWI	Národní Wellness Institut
Popř.	popřípadě
Tzv.	takzvaně
UNESCO	United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization
WTO	Světová organizace cestovního ruchu

SEZNAM OBRÁZKŮ

<i>Obrázek 1: Dimenze wellness</i>	21
<i>Obrázek 2: Logo Wellness Horal</i>	35
<i>Obrázek 3: Pomocná tabulka v programu MS Project</i>	58
<i>Obrázek 4: Průběh projektu v Gantově diagramu</i>	59
<i>Obrázek 5: Pomocná tabulka v programu MS Project</i>	70
<i>Obrázek 6: Průběh projektu v Gantově diagramu</i>	70
<i>Obrázek 7: Termální bazény</i>	86
<i>Obrázek 8: Termální bazény při saunové noci</i>	86
<i>Obrázek 9: Saunový rituál</i>	86
<i>Obrázek 10: Relaxační zóna – vodní postele</i>	86
<i>Obrázek 11: Ajujvédská masáž</i>	86
<i>Obrázek 12: Kardio fitness</i>	86
<i>Obrázek 13: Segway</i>	87
<i>Obrázek 14: Multifunkční hřiště</i>	87

SEZNAM TABULEK

<i>Tabulka 1: SWOT analýza</i>	36
<i>Tabulka 2: Počet návštěvníků v roce 2012</i>	44
<i>Tabulka 3: Rozdělení hostů na ubytované a neubytované</i>	45
<i>Tabulka 4: Porovnání návštěvnosti s rokem 2011</i>	46
<i>Tabulka 5: Návštěvnost saunového světa v roce 2012</i>	47
<i>Tabulka 6: Porovnání návštěvnosti s rokem 2011</i>	48
<i>Tabulka 7: Počet masáží v roce 2012</i>	49
<i>Tabulka 8: Porovnání počtu masáží s rokem 2011</i>	50
<i>Tabulka 9: Možná vytíženost strojů během dne</i>	51
<i>Tabulka 10: Počet návštěvníků v roce 2012</i>	52
<i>Tabulka 11: Počet návštěvníků v roce 2012</i>	53
<i>Tabulka 12: Počet návštěvníků v roce 2012</i>	54
<i>Tabulka 13: Umístění billboardů</i>	60
<i>Tabulka 14: Náklady na marketingové aktivity</i>	61
<i>Tabulka 15: Celkové náklady na jednotku aktivity</i>	63
<i>Tabulka 16: Odhad vytíženosti v roce 2013</i>	64
<i>Tabulka 17: Odhad tržeb v roce 2013</i>	64
<i>Tabulka 18: Riziková analýza</i>	65
<i>Tabulka 19: Náklady na zavedení aktivity</i>	71
<i>Tabulka 20: Náklady na materiální zabezpečení výuky</i>	72
<i>Tabulka 21: Celkové náklady na jednotku aktivity</i>	73
<i>Tabulka 22: Ceník individuální výuky</i>	74
<i>Tabulka 23: Ceník skupinové výuky</i>	75
<i>Tabulka 24: Odhad vytíženosti hřiště 2013</i>	75
<i>Tabulka 25: Odhad tržeb v roce 2013</i>	76
<i>Tabulka 26: Riziková analýza</i>	77

SEZNAM PŘÍLOH

- PI Wellness Horal
- PII Ceník Wellness Horal 2013
- PIII Ceník masáží a procedur 2013
- PIV Trasy pro segway

PŘÍLOHA P I: WELLNESS HORAL



Obrázek 7: Termální bazény

Zdroj: wellnesshoral.cz, ©2013



Obrázek 8: Termální bazény při saunové noci

Zdroj: wellnesshoral.cz, ©2013



Obrázek 9: Saunový rituál

Zdroj: wellnesshoral.cz, ©2013



Obrázek 10: Relaxační zóna – vodní postele

Zdroj: wellnesshoral.cz, ©2013



Obrázek 12: Kardio fitness

Zdroj: wellnesshoral.cz, ©2013



Obrázek 11: Ajuvédská masáž

Zdroj: wellnesshoral.cz, ©2013



Obrázek 13: Segway

Zdroj: wellnesshoral.cz, ©2013



Obrázek 14: Multifunkční hřiště

PŘÍLOHA P II: CENÍK WELLNESS HORAL 2013

CENÍK WELLNESS HORAL 2013

WELLNESS
HORAL

Provozní doba Wellness Horal

Termální bazény, kardio fitness	7:00 - 22:00
Saunový svět (pro rodiče s dětmi denně od 8:00 - 10:00)	8:00 - 22:00
Masáže	10:00 - 22:00
Vital bar	8:00 - 22:00

Termální bazény (vstup na 2 hodiny)	po - čt	pá - ne (svátky)
děti 1 – 3 roky	zdarma	zdarma
děti 4 – 13 let	99 Kč	99 Kč
dospělí a mládež od 14 let	250 Kč	290 Kč
senioři od 55 let a držitelé průkazu ZTP	99 Kč	290 Kč
2 dospělí a 1 až 3 děti	450 Kč	490 Kč
1 dospělý a 1 až 2 děti	290 Kč	350 Kč
celodenní vstup do všech prostor - dospělí	1000 Kč	1000 Kč

Saunový svět + kardio fitness (celkem 4 hodiny)	po - čt	pá - ne (svátky)
dospělí a mládež od 14 let (jednorázový příplatek)	190 Kč	290 Kč
saunování a plavání při svíčkách (1. sobota v měsíci - 20:00 - 24:00)		590 Kč
saunování dětí (denně 8:00 - 10:00)	dospělí 290 Kč / dítě 190 Kč	

Dětské saunování je skvělou prevencí proti onemocnění. Zahrnuje dětský saunovací rituál za asistence profesionálních saunerů v 9:00 hodin.

- Vstup do saunového světa a kardio fitness je možný pouze v kombinaci se vstupem do termálních bazénů
- Vstup do saunového světa je možný pouze bez plavek
- Za každých započatých 30 minut bude automaticky započtena částka 70 Kč /osoba (včetně dětí)

Využijte věrnostní program (informace na požádání v recepci):

každý 11. vstup zdarma při vyplnění registračního dotazníku (info v recepci)
celodenní vstup do všech prostor Wellness Horal v den narozenin zdarma!

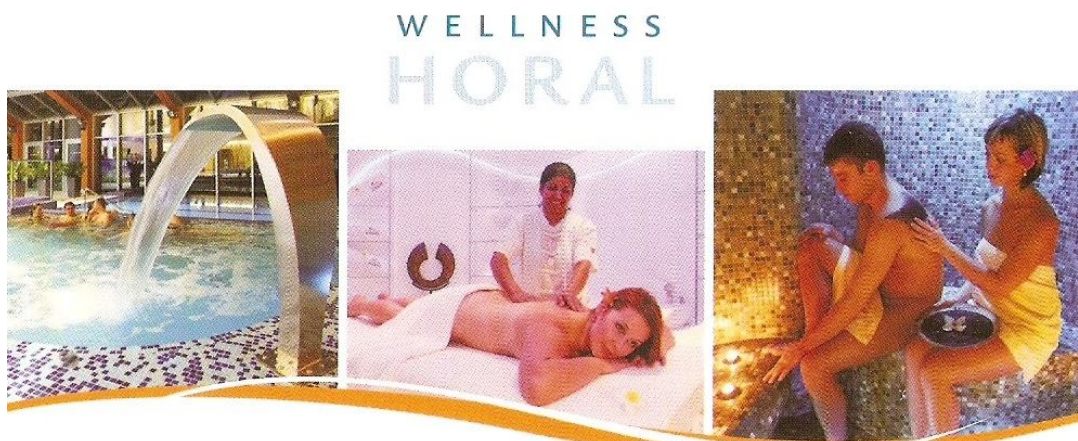
*Cena vstupu dětí i dospělých je platná dnem narozenin.
Provozovatel si vyhrazuje právo na změnu ceníku.
Vstup do Wellness Horal se řídí provozním řádem.*

HOTEL HORAL
WELLNESS CLUB COUNTRY



kontakty: Hotel Horal, Velké Karlovice - Léskové 583, telefon: +420 571 495 570
e-mail: wellness-recepce@valachy.cz, Facebook.com/ResortValachy
Rezervujte snadno on-line na: www.wellnesshoral.cz

PŘÍLOHA P II: CENÍK MASÁŽÍ A PROCEDUR 2013



CENÍK MASÁŽÍ A PROCEDUR

TIP NA DÁREK!

Dárkový poukaz na
Wellness den pro zdraví



V CENĚ MASÁŽE JE ZAHRNUTO:

- **neomezený pobyt v relaxačním centru Wellness Horal s termálními bazény!**
- **čajový a ručníkový servis** (*župan, osuška*)
- **kardio fitness**
- **saunovací rituály**

Při masážích používáme exkluzivní přírodní oleje a produkty Pure Fiji v bio kvalitě!

✓ Thajská tradiční masáž	50 / 80 / 110 min	990 / 1490 / 1990 Kč
✓ Thajská tradiční bylinková masáž	50 / 80 / 110 min	1190 / 1490 / 1990 Kč
✓ Thajská olejová masáž	50 / 80 min	1190 / 1490 Kč
✓ Thajská bylinkovo-olejová masáž	50 / 80 min	1190 / 1490 Kč
✓ Thajská relaxační masáž nohou	40 min	850 Kč
✓ Thajská masáž zad	40 min	850 Kč
✓ Thajská masáž hlavy, ramen a šíje	40 min	850 Kč
✓ Ayurvédská masáž celého těla	50 / 80 / 110 min	1190 / 1490 / 1990 Kč
✓ Ayurvédská masáž hlavy a krku	40 min	850 Kč
✓ Ayurvédská masáž krku a ramen	40 min	850 Kč
✓ Ayurvédská masáž nohou	40 min	850 Kč
✓ Ayurvédská masáž zad	40 min	850 Kč
✓ Rasul - ošetření jílem, jasmínem nebo vanilkou	30 min	650 Kč
✓ Rasul - současně dvě osoby	30 min	1190 Kč

Využijte věrnostní program - každá 11. masáž zdarma! Věrnostní karta na požádání v recepci wellness. Ceny jsou uvedeny včetně DPH. Provozovatel si vyhrazuje právo změny ceníku masáží a procedur.

Využijte další nabídku masáží (*Fiji rituály, švédská, havajská, reflexní, lávovými kameny...*) v relaxačním centru L-Spa hotelu Lanterna. Při rezervaci masáže v L-Spa zajistíme zdarma transfer z hotelu Horal.

PŘÍLOHA P IV: TRASY PRO SEGWAY

