

Teambuildingové akce v Bořeticích

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Autor práce: **Terezie Marečková**
Studijní program: **Ekonomika a management**
Obor: **Cestovní ruch**
Název práce: **Teambuildingové akce v Bořeticích**
Cíl práce: **Cílem práce je vytvoření teambuildingového programu pro konkrétní pracovní tým ve vinařské obci Bořetice. Analýzou prostředí a nabídky služeb v regionu bude vytvořeno několik alternativ programu teambuildingu.**


Mgr. Anica Djokic, MBA.
vedoucí bakalářské práce


RNDr. Eva Janoušková, Ph.D.
vedoucí katedry
Katedra cestovního ruchu

Prohlašuji, že předložená bakalářská práce je původní a zpracoval/a jsem ji samostatně. Prohlašuji, že citace použitých pramenů je úplná, že jsem v práci neporušil/a autorská práva (ve smyslu zákona č. 121/2000 Sb., o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů, v platném znění, dále též „AZ“).

Souhlasím s umístěním bakalářské práce v knihovně VŠPJ a s jejím užitím k výuce nebo k vlastní vnitřní potřebě VŠPJ .

Byl/a jsem seznámen/a s tím, že na mou bakalářskou práci se plně vztahuje **AZ**, zejména § 60 (školní dílo).

Beru na vědomí, že VŠPJ má právo na uzavření licenční smlouvy o užití mé bakalářské práce a prohlašuji, že **s o u h l a s í m** s případným užitím mé bakalářské práce (prodej, zapůjčení apod.).

Jsem si vědom/a toho, že užít své bakalářské práce či poskytnout licenci k jejímu využití mohu jen se souhlasem VŠPJ, která má právo ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, vynaložených vysokou školou na vytvoření díla (až do jejich skutečné výše), z výdělku dosaženého v souvislosti s užitím díla či poskytnutím licence.

V Bořeticích dne 7. prosince 2015

.....

Podpis

Poděkování

Chtěla bych poděkovat vedoucí Mgr. Anica Djokic, MBA za její odborné vedení a také rady, které mi pomohli při zpracování bakalářské práce. Dále chci také poděkovat své rodině a kamarádům, kteří mě podporovali při psaní této práce, ale i po celou dobu studia.

VYSOKÁ ŠKOLA POLYTECHNICKÁ JIHLAVA

Katedra cestovního ruchu

Teambuildingové akce v Bořeticích

bakalářská práce

Autor: Terezie Marečková

Vedoucí práce: Mgr. Anica Djokic, MBA.

Jihlava 2016

Abstrakt

MAREČKOVÁ, Terezie: Teambuildingové akce v Bořeticích. Bakalářská práce. Vysoká škola polytechnická Jihlava. Katedra cestovního ruchu. Vedoucí práce: Mgr. Anica Djokić, MBA. Stupeň odborné klasifikace: bakalář. Jihlava 2015. 65 stran

Tato bakalářská práce je zaměřená na vytvoření teambuildingových programů v obci Bořetice. Dále se práce věnuje analýze prostředí a nabídky na základě které budou vytvořeny teambuildingové programy pro konkrétní tým.

Klíčová slova: Analýza, cestovní ruch, management, motivace, teambuildingový program, Bořetice

Abstract

MAREČKOVÁ, Terezie: Teambuilding events in Bořetice. College of Polytechnics Jihlava. Supervisor: Mgr. Anica Djokić, MBA. Scale qualification: bachelor. Jihlava 2015. 65 pages

The bachelor thesis focuses on creating teambuilding programs in the village of Bořetice. Thereafter the thesis concerns analysis of surrounding and offer. At the base of this analysis will be teambuilding program created for a specific team.

Keywords: Analyst, tourism, management, motivation, teambuilding program, Bořetice

Obsah

Seznam zkratek.....	10
Úvod.....	11
Teoretická část.....	13
1. Cestovní ruch.....	13
1.1. Definice.....	13
1.2. Klasifikace.....	14
1.2.1. Druhy.....	15
1.2.2. Formy.....	15
2. Kongresový cestovní ruch.....	19
3. Incentivní cestovní ruch.....	21
3.1. Definice.....	21
3.2. Historie.....	21
3.3. Podmínky pořádání incentivních akcí.....	21
3.4. Cíl.....	24
3.5. Program.....	24
4. Teambuilding.....	25
4.1. Definice.....	25
4.2. Význam slova tým.....	25
4.3. Historie.....	26
4.4. Cíl.....	27
4.5. Organizační stránka teambuildingové akce.....	28
4.6. Principy fungování teambuildingu.....	28
4.7. Manažerské pojetí teambuildingu.....	29
4.8. Typy teambuildingových akcí.....	30
5. Metodika.....	35
Praktická část.....	36
6. Bořetice.....	36
6.1. O obci.....	36
6.2. Historie.....	36
6.3. Dopravní dostupnost.....	37
6.4. Ubytovací zařízení.....	37

6.5. Kultura a pamětihodnosti.....	39
6.6. Zajímavosti.....	40
6.6.1. Rozhledna pod Kraví horou.....	40
6.6.2. Přírodní rezervace Zázmoníky.....	40
6.6.3. Letiště Kraví hora.....	40
6.6.4. Svobodná spolková republika Kraví hora.....	41
7. Teambuildingový program.....	43
7.1. Program Jaro.....	43
7.1.1. Chronologická příprava.....	43
7.1.2. Detailní popis programu.....	44
7.1.3. Kalkulace programu.....	49
7.2. Program Podzim.....	50
7.2.1. Chronologická příprava.....	50
7.2.2. Detailní popis programu.....	51
7.2.3. Kalkulace programu.....	55
8. Závěr.....	56
9. Použitá literatura.....	58
9.1. Tištěná literatura.....	58
9.2. Internetové zdroje.....	59
10. Přílohy.....	61
10.1. Seznam příloh.....	61

Seznam zkratek

CK Cestovní kancelář

DPH Daň z přidané hodnoty

Úvod

Moje bakalářská práce se zabývá teambuildingovými akcemi v Bořeticích. Samotná práce je rozdělena na teoretickou a praktickou část.

Pro vytvoření teoretické části bylo potřeba nastudovat příslušnou literaturu. Nejdříve se zabývám cestovním ruchem a jeho definicí. Dále jsem se zaměřila na klasifikaci cestovního ruchu a rozdělení na druhy a formy. Protože toto dělení není jednotné, uvedla jsem porovnání dvou autorů. V další části píší o kongresovém cestovním ruchu, jako jedné z forem. Tady se zabývám jeho obecným vymezením a také specifiky kongresových akcí. Dále se podrobněji věnuji incentivnímu cestovnímu ruchu, který je zvláštním segmentem právě kongresového cestovního ruchu. V této části uvádím jeho definici a také historii. Dále se věnuji podmínkám pořádání incentivních akcí, mezi které je zařazován i teambuilding, co je cílem takovéto akce a jak vypadá program incentivní akce.

Nejdříve se zabývám vymezením teambuildingu, tedy jeho definicí. Následně uvádím, co je považováno za tým a vysvětlení jeho významu. Dále se zabývám historií teambuildingu a následně, co je jeho cílem. Pro mou práci bylo také důležité se zaměřit na organizační stránku a principy fungování teambuildingu. Za důležité jsem také považovala vysvětlení teambuildingu z manažerského pohledu. Další částí je rozdělení teambuildingových akcí podle účelu.

Na závěr teoretické části vysvětluji, čím jsem se zabývala v praktické části spolu s postupy.

Praktická část je rozdělena na dvě podkapitoly. V první se zabývám analýzou prostředí a nabídky. V této části popisuji obec Bořetice a její historii. Následně se věnuji dopravní dostupnosti a analýzou ubytovacích zařízení. Dále popisuji pamětihodnosti, kulturu v obci a zajímavosti obce.

Druhá podkapitola se již věnuje samotným teambuildingovým programům, které jsem vytvořila na základě analýzy prostředí a nabídky. Nejprve uvádím cílovou skupinu, pro koho jsou teambuildingové programy vytvořeny. Dále jsou popsány dva konkrétní

teambuildingové programy. U každém programu je uvedený časový harmonogram, detailní program a také orientační kalkulace teambuildingového programu.

Teoretická část

1. Cestovní ruch

1.1. Definice

Cestovní ruch je nedílnou součástí života lidí, jejich stylu a potřeb. Několik milionů lidí ročně vycestuje ve svém volném čase mimo své trvalé bydliště za účelem poznání, rekreace, obchodu a také z mnoha dalších důvodů [Ryglová, 2007].

Hlavním motivem cestování je změna prostředí, která člověku umožňuje uspokojit potřeby, které mu neposkytuje místo jeho běžného prostředí. Jedná se například o potřeby změny místa, poznání, odpočinku kulturních a estetických zážitků a dalších [Indrová, 2009].

Pojem cestovní ruch je charakteristický svou mnohaoborovostí, to znamená, že zasahuje do několika vědních disciplín, např. ekonomie, geografie, psychologie, sociologie, pedagogiky a případně dalších. Předmět jejich zkoumání je stejný – cestovní ruch, ale každá disciplína ho zkoumá jiným způsobem [Hesková, 2006].

Cestovní ruch je natolik složitý proces, že nalézt jeho přesnou a jednotnou definici je velmi složité. S postupem času a vědeckého zkoumání vznikalo mnoho teorií a definic. O průlom ve vymezení cestovního ruchu došlo ve 40. letech minulého století. Zasloužili se o něj švýcarští autoři a později také renomovaní profesori W. Hunziker a K. Krapf, kteří zpracovali a následně publikovali Všeobecnou nauku o cestovním ruchu, kde cestovní ruch definovali jako „*soubor vztahů a jevů, které vyplývají z pobytu na cizím místě, pokud cílem pobytu není trvalý pobyt nebo výkon výdělečné činnosti*“. V poválečném období bylo dílo velkým přínosem pro zkoumání cestovního ruchu a autorům se za něj dostalo mezinárodního uznání. V 70. letech minulého století začalo vznikat několik dalších definic, která se však od sebe významově příliš nelišila. Následně C. Kaspar navázal na práci švýcarských profesorů a definoval cestovní ruch jako „*souhrn vztahů a jevů, které vyplývají z cestování anebo pobytu osob, přičemž místo pobytu není hlavním ani trvalým místem bydlení nebo zaměstnání*“. Definice byla

v 80. letech minulého století převzata organizací AIEST jako oficiální definice. [Hesková, 2006].

V roce 1991 pořádala Světová organizace cestovního ruchu v Ottawě mezinárodní konferenci, jejímž hlavním cílem bylo sjednotit existující definice a názory na chápání cestovního ruchu a vymezení předmětu cestovního ruchu z hlediska statistiky. Z hlediska statistiky se tedy za cestovní ruch považuje „*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*“. Na základě této definice nemůžeme za cestovní ruch považovat dočasné přistěhování za práci, cesty v rámci místa trvalého bydliště a dlouhodobou migraci. [Hesková, 2006]

Shrneme-li tedy všechny výše uvedené definice, jsou podle Indrové [2009] základními znaky cestovního ruchu dočasná změna místa trvalého bydliště, pobyt a cesta nevýdělečného charakteru a vztahy mezi lidmi navzájem.

1.2. Klasifikace

V závislosti na tom, jak se cestovní ruch projevuje v jeho konkrétní podobě, se v odborné literatuře setkáváme s jeho členěním. Cestovní ruch byl doposud definován pouze obecně, avšak ve skutečnosti nabývá konkrétní podoby, která vystihuje jeho obsahovou stránku. V cestovním ruchu se rozlišují tedy druhy a formy. Autoři odborných publikací nejsou jednotní v tom, co je považováno za druh a co za formu cestovního ruchu.

Například Hesková [2006] charakterizuje formu cestovního ruchu podle příčin, které cestovní ruch ovlivňují a jejich důsledků. Formy rozděluje například:

- Z geografického hlediska: domácí, zahraniční, mezinárodní, vnitřní, národní a regionální cestovní ruch.
- Podle počtu účastníků: individuální, skupinový, masový, ekologický cestovní ruch.
- Podle ročního období: sezonní, mimosezonní, celoroční cestovní ruch.
- Podle způsobu organizování: individuální, organizovaný, klubový cestovní ruch

- Dále například podle věku účastníků, podle délky, podle použitého dopravního prostředku.

Druhy rozděluje z hlediska motivu účastníků na rekreační cestovní ruch, tematický cestovní ruch, sportovní, dobrodružný cestovní ruch, náboženský cestovní ruch, lázeňský, zdravotnický cestovní ruch, kongresový a incentivní cestovní ruch.

V mé práci se budu řídit podle klasifikace, která se nejčastěji vyskytuje v odborné literatuře. Forma zkoumá motiv návštěvníka na jeho účasti na cestovním ruchu. A druhem cestovního ruchu se rozumí způsob jeho realizace [Indrová, 2009].

1.2.1. Druhy

Druhy cestovního ruchu zohledňují způsob jeho realizace a jevový průběh v závislosti například na geografických a jiných podmínkách. Pro znázornění uvedu pouze příklady některých druhů cestovního ruchu. Dle místa realizace se cestovní ruch dělí na domácí a zahraniční. Podle vztahu k platební bilanci státu je členěn na zahraniční cestovní ruch aktivní a zahraniční cestovní ruch pasivní. Podle způsobu zabezpečení cesty a pobytu se dělí cestovní ruch na organizovaný a neorganizovaný. Dále se v odborné literatuře uvádí členění například podle věku účastníků, počtu účastníků, podle délky pobytu a další [Indrová, 2009].

1.2.2. Formy

Jak již bylo zmíněno výše, podle Indrové [2009] se forma cestovního ruchu zabývá motivem, proč lidé cestují a podílí se na cestovním ruchu. Za formy cestovního ruchu můžeme tedy považovat rekreační cestovní ruch, kulturně poznávací, cestovní ruch s náboženskou tematikou, se vzdělávacími motivy, společenskými motivy, sportovní cestovní ruch, zdravotní, cestovní ruch orientovaný na poznání přírodního prostředí, s dobrodružnou tematikou, specificky orientovaný a také cestovní ruch s profesními motivy. Formy se tedy dělí na:

- **Rekreační cestovní ruch** – je nejčastější formou cestovního ruchu. Podílí se na ní největší počet obyvatelstva. Je realizován ve vhodném prostředí, kde je hlavním motivem reprodukce fyzické a duševní stránky člověka. Nemusí být

realizován jen formou pasivního odpočinku, může být spojen také s aktivním odpočinkem při využití sportovních aktivit a podobně.

- **Kulturně poznávací cestovní ruch** – má významnou vzdělávací funkci. Je spojen s poznáváním kultury, tradic, historie vlastního národa, případně i jiných. Navštěvují se kulturně historické památky jako hrady a zámky, kulturní zařízení, například galerie, muzea a knihovny, ale také kulturní krajiny jako parky a zahrady.
- **Cestovní ruch s náboženskou orientací** – bývá označován jako náboženský či poutní cestovní ruch. Zahrnuje návštěvu posvátných míst, církevních památek a různých slavností a událostí jako jsou například poutě.
- **Cestovní ruch se vzdělávacími motivy** – jejímž cílem je získávání znalostí a dalšího vzdělání. Přizpůsoben je pak i program takovéto cesty a pobytu. Příkladem vzdělávací cesty jsou jazykové zájezdy nebo zájezdy do významných kulturních a archeologických míst.
- **Cestovní ruch se společenskými motivy** – je orientovaný na setkávání se s lidmi a na komunikaci. Můžou sem být zahrnuté návštěvy příbuzných či přátel, různých společenských událostí, ale také klubová turistika. Tyto pobyty mají bohatý program s animacemi a s bohatým společenským životem.
- **Sportovně orientovaný cestovní ruch** – má krátkodobý či dlouhodobý charakter. Cíl je zaměřen nejen na udržování a posilování zdraví člověka, ale je zaměřen také na očistu jeho psychické stránky. Příkladem může být pěší turistika, cykloturistika nebo vysokohorská turistika. Specifickou formou může být lovecká turistika, která je spojena s lovem zvěře nebo také sportovní diváctví, což je pasivní účast na sportovních akcích.
- **Zdravotně orientovaný cestovní ruch** – je významnou formou, protože lidé se více zajímají o svou zdravotní stránku a způsob života. Je tedy velmi důležitou složkou ve zdraví obyvatelstva. Hlavním cílem jsou cesty do lázní nebo jiných center za účelem prevence nebo také rekonvalescence z důvodu nemoci

- **Cestovní ruch orientovaný na poznání přírodního prostředí** – je motivován poznáním přírody a její fauny a flory. Je uskutečňován v místech, která jsou výjimečná svou přírodní atraktivitou, jako jsou chráněné krajinné oblasti nebo národní parky. Do této formy můžeme také zařadit ekoturistiku. Její účastníci jsou ohleduplní a odpovědní vůči přírodě.
- **Cestovní ruch s dobrodružnými motivy** – je samostatný typ cestovního ruchu. Účastníci toho cestovního ruchu vyhledávají aktivity, které jsou spojené s nebezpečím a fyzickou zátěží. Tito účastníci preferují intenzivní zážitky a poznání přírody, které mohou být spojené s nebezpečnými situacemi. Příkladem jsou extrémní sporty nebo výpravy do ledových oblastí.
- **Specificky orientovaný cestovní ruch** – má specifické motivy. Jedná se například o cesty do zahraničí za výhodnými nákupy. Mohou sem být zařazené i politické akce jako jsou sjezdy a shromáždění.
- **Cestovní ruch s profesními motivy** – probíhá především v pracovním čase účastníků a je spojen s profesními zájmy a profesní činností. Do této formy patří:

Obchodní cestovní ruch – jedná se o služební cesty, obchodní jednání mezi firmami, sjednávání obchodních kontaktů a další.

Kongresový cestovní ruch – je spojen s účastí na různých kongresech, seminářích, konferencích, kde si odborná veřejnost vyměňuje informace na národní nebo mezinárodní úrovni.

Cestovní ruch veletrhů a výstav – jsou nabízeny a vystavovány produkty a služby, jež mají oslovit účastníka. Veletrhy a výstavy jsou často místem pro uzavírání obchodů.

Incentivní cestovní ruch – jeho zařazení do profesního cestovního ruchu není úplně jednoznačné, avšak bývá do této formy cestovního ruchu zahrnován. V odborných literaturách je uváděn také jako motivační nebo stimulační cestovní ruch. Jeho podstatou je, že je využíván zaměstnavatelem k motivaci zaměstnance nebo jako odměna za jeho dosažené výsledky. Náklady, které jsou spojené s účastí zaměstnance hradí buď z části anebo celé jeho

zaměstnavatel. Jedná se například o dovolené pro nejlepší zaměstnance nebo teambuildingové akce.

2. Kongresový cestovní ruch

Podle Orišky [2003] je pro lidskou společnost přirozené vzájemné setkávání skupin, za účelem komunikace, výměny názorů a nových poznatků. Již ve středověku se lidé scházeli na setkáních náboženského charakteru. Po vzniku měst ve 13. století panovníci některým z nich udělovali právo k organizování výročních akcí. Za začátky novodobého kongresového cestovního ruchu lze tedy považovat mezinárodní kongres lékařů, který se konal v roce 1681 v Římě. A následný Vídeňský kongres v letech 1814-1815.

Mezi vyspělými státy je o kongresovou turistiku na vysoké úrovni velký zájem. Jedná se o velice efektivní formu cestovního ruchu a jeho pořádání je prestižní záležitostí. Kongresový cestovní ruch patří do cestovního ruchu s profesními motivy. Jde tedy o cesty, které jsou spojeny s profesní činností a jsou uskutečňovány v pracovním čase [Drobná 2004].

Hlavním předmětem cestovního ruchu podle Heskové [2006] je pořádání a organizování kongresů, konferencí, sympozií, seminářů a také výstav a veletrhů. Účast na kongresové akci je spojená s cestováním a s pobytem v kongresovém místě za účelem výměny odborných informací. Jsou zde také zahrnuty služební cesty a incentivní cestovní ruch.

Mezi specifika kongresových akcí Ryglová [2003] uvádí například:

- účastníci jsou vzdělaní lidé ze středních či vyšších vrstev
- cílem účasti na kongresové akci je setkání se s lidmi ze stejného oboru spojená s výměnou informací a poznatků, získávání nových informací a uspokojení společenských potřeb
- akce bývají pořádány mimo sezonu
- vysílací země zpravidla hradí náklady spojené s účastí
- kongresové akce jsou spojené s doprovodným programem, například společenskými událostmi
- pořádání akcí má pozitivní ekonomický vliv pro pořádající město z důvodu zajištění ubytování, stravování, dopravy a jiných doprovodných akcí

- pro pořádající město jsou kongresové akce otázkou prestiže

Orieška [2003] uvádí, že incentivní cestovní ruch je zvláštním segmentem kongresového ruchu. Proto se mu budu podrobněji věnovat v následující kapitole.

3. Incentivní cestovní ruch

3.1. Definice

Incentivní cestovní ruch je formou cestovního ruchu a v literatuře ho můžeme najít také pod názvem motivační, stimulační nebo také pobídkový cestovní ruch. Je nástrojem managementu a využívá se k motivaci zaměstnanců. Nejčastějším produktem incentivního cestovního ruchu je zájezd, který je placen celý anebo z části zaměstnavatelem a jeho hlavním cílem je utužování vztahů mezi zaměstnanci. Náplní takového zájezdu může být rekreace a poznání, ale také vzdělání, a to formou například přednášek a seminářů [Pásková, 2002].

Zaměstnanci jsou touto formou oceňováni za odvedenou práci. Pro velkou oblibu těchto akcí začaly na trhu působit organizace, které se specializují na incentivní turistiku a vytvářejí incentivní programy pro firmy přesně dle jejich přání [Indrová 2009].

Podle Rygllové [2007] zaměstnanci, kteří se účastní incentivní turistiky neočekávají jen poznání jiného místa, proto je organizační stránka složitější než u klasického zájezdu. Náklady jsou vyšší, protože firmy chtějí exkluzivnější služby s pestrým programem.

3.2. Historie

Za kolébku incentivního cestovního ruchu můžeme podle Institutu obchodu a cestovního ruchu [2006] považovat Spojené státy americké. Ve větších firmách v 50. letech 20. století začali používat zájezdy jako motivaci pro zaměstnance nebo obchodní partnery. Do České republiky pronikla tato forma cestovního ruchu v 90. letech 20. století, kdy na český trh začaly vstupovat nadnárodní společnosti.

3.3. Podmínky pořádání incentivních akcí

Incentivní cestovní ruch je specifickou formou cestovního ruchu a při pořádání incentivních akcí je třeba pomyslet na níže uvedené podmínky: [1]

- **Image destinace** – při plánování incentivních akcí je kladen důraz na politickou a ekonomickou situaci v zemi a také na její kulturu a historii. Přitažlivost

destinace se zvyšuje, pokud se v zemi pořádaly sportovní, kulturní nebo politické akce.

- **Kategorie incentivních akcí** – jedná se o kritéria, podle kterých se bude incentivní akce organizovat:

Dle očekávaného výsledku – rozdělujeme akce například za odměnu, někdy i s rodinnými příslušníky, s cílem stmelení kolektivu nebo za odměnu a zároveň spojené s pracovní složkou.

Dle počtu účastníků – počet závisí na druhu incentivní akce a kapacitních možnostech. Pro akce, které jsou spojené se sportem je maximálně 100 osob. Pro akce s kulturně společenským charakterem je maximálně 400 osob. Nad 400 osob jsou akce s pracovním charakterem. Nejmenší počet účastníků je 30 osob, aby byla zachována kolektivní akce.

Dle skladby účastníků – program je ovlivněn skladbou účastníků. Musí se brát v úvahu profesní i věková struktura, ale také zda se účastní i rodinní příslušníci.

Dle délky konání – akce se dělí na cesty bez přenocování, kde je většinu dne pracovní program a následuje společenský večer. Kratší cesty trvají tři až čtyři dny a jsou realizovány ve vzdálenějších lokalitách. U delších cest se počítá s víc než čtyřmi přenocováními a je zde velký kulturní a společenský podíl.

Dle destinace a místa konání – akce se dělí na tuzemské a zahraniční. Konají se většinou v hotelu nebo v sídle firmy, pokud to kapacitní podmínky umožňují. Počítá se s kulturním, zábavním a sportovním vyžitím v blízkosti.

Dle rozpočtu – rozlišují se akce ekonomické anebo luxusní.

- **Místo konání** – místo, kde se bude akce konat se vybírá na základě:

Kategorie ubytovacího zařízení – incentivní akce jsou pořádány většinou v hotelových kategoriích tři a čtyři hvězdy. Pokud se jedná o městské hotely, tak se vybírají kategorie vyšší stejně jako pro zahraniční hosty a významnější partnery. Pokud je ubytování v přírodně atraktivní oblasti, může být

i kategorie ubytování nižší. Důležitá je zde ovšem dostatečná kapacita pro všechny účastníky.

Stravovací služby – jsou motivačním nástrojem a účastníkům umožňují poznat výjimečné kulinářské zážitky a ochutnávku místních specialit.

Konferenční prostory – u incentivních akcí není kladen takový důraz na tyto prostory jako u kongresových akcí. Hotel by měl mít zasedací sál alespoň pro 100 osob a základní technické vybavení.

- **Dopravní dostupnost** – dostatečná infrastruktura je jedním z hlavních požadavků. Používá se individuální nebo kombinovaný způsob dopravy. Účastníci se shromáždí na předem stanoveném místě a odtud budou společně přepraveni na místo konání.
- **Program incentivní akce** – součástí programu je jak pracovní, tak i relaxační nebo zážitková část. Některé aktivity se odehrávají i mimo areál hotelu a je zde často využíváno i služeb specializovaných agentur. V hotelu probíhá například zahájení akce, vzdělávací aktivity, představení změn ve společnosti nebo také společenské akce.
- **Typologie incentivních akcí** – existuje mnoho nejrozličnějších akcí, které se týkají incentivního cestovního ruchu, například:

Několikadenní programové výjezdy – jsou zaměřené na pracovní, studijní nebo sportovní tematiku.

Krátkodobé prezentační výjezdy – bývají většinou jednodenní a jsou spojené s prezentací výrobků a někdy i jejich prodejem a také s exkurzemi.

Sportovní akce spojené s výukou sportů – může se konat ve sportovních zařízeních nebo v přírodě, například golfové areály, aquaparky, potápění, vysokohorská turistika.

Firemní filantropie – má velmi přínosné výsledky ve stmelování kolektivu. Jedná se například o pomoc při odstraňování následků živelných pohrom, kdy si účastníci odnesou nezapomenutelné zkušenosti s pocitem soudržnosti.

Teambuildingové akce – jsou zaměřené na vztahy mezi zaměstnanci. Pomocí her, úkolů a jiných aktivit účastníci rozvíjí komunikaci a spolupráci mezi sebou navzájem. Teambuilding je také útekem od stereotypu v kolektivu a tím také pomáhá odbourávat stresové situace.

3.4. Cíl

Hlavním cílem incentivního cestovního ruchu je odměnit zaměstnance nebo své obchodní partnery za dobře odvedenou práci a úspěch. Nejčastěji využívanou formou odměny je zájezd, který může být i pro rodinné příslušníky. Cílem je také prožití nových zážitků, které jsou spojené s incentivní akcí. Může se jednat například o poznání nové destinace, kde účastníci zpravidla čerpají i vyšší úroveň služeb [Institut obchodu a cestovního ruchu, 2006].

3.5. Program

Incentivní akce nemusí mít jen podobu zájezdu. Rozmanitost akcí je velká. Jak bude akce vypadat záleží na skladbě účastníků, destinaci a také na cíli akce. Zda bude převažovat relaxační, poznávací, nebo pracovní a vzdělávací složka je individuální a záleží tedy pouze na konkrétní skupině [Institut obchodu a cestovního ruchu, 2006].

Jak již bylo zmíněno výše, do programu incentivních akcí je nejčastěji zahrnováno poznávání nových míst a návštěva atraktivit dané destinace, například historické památky, galerie, koncerty. Dále se mohou do akcí zahrnovat i sportovní aktivity v závislosti na skladbě účastníků. Může se jednat o sporty, které jsou méně náročné až po sporty adrenalinové. Do incentivních akcí se také zařazuje teambuilding, který klade důraz na mezilidské vztahy mezi zaměstnanci, na jejich spolupráci a budování efektivního týmu [Institut obchodu a cestovního ruchu, 2006]. Podrobněji se budu teambuildingovým akcím věnovat v další kapitole.

4. Teambuilding

4.1. Definice

Teambuilding napomáhá jedincům lépe spolupracovat, což je velmi důležité k dosažení požadovaných výsledků. Je to nástroj ke zlepšování mezilidských vztahů a sociálního chování. Teambuilding vede ke zlepšení spolupráce mezi jednotlivci tak, aby provedení úkolů a plnění cílů bylo co nejefektivnější. Využívá se také jako nástroj, který pomáhá týmům k dosažení svého maxima [Payne 2007].

4.2. Význam slova tým

Termínem slova tým se vyznačuje skupina či kolektiv. Má tedy dva a více členů, mají jasně definované cíle a k jejich dosažení je potřeba vzájemné spolupráce jedinců [Hermochová, 2006].

Payne [2007] definuje tým jako „*skupinu vzájemně na sobě závislých lidí, kteří si navzájem doplňují schopnosti a mají společný smysluplný záměr a specifické cíle.*“ Jedinci ve skupině mají společný přístup k práci a vzájemně mezi sebou spolupracují, každý má jasně vymezenou roli a odpovědnost a jsou si navzájem odpovědní za výkon týmu. Základem výkonného týmu je nadšení, sebedůvěra a také snaha o neustálé zlepšování práce.

Charakteristickými znaky týmu podle Payne [2007] jsou:

- specifické a měřitelné cíle
- společný přístup k práci se vzájemnou spoluprací
- každý člen má svoji roli a odpovědnost
- členové jsou si vzájemně odpovědní za výkon týmu
- předpoklady k plnění zadané práce a také neustálému zlepšování se
- nadšení, zaujetí a sebedůvěra k podávání maximálních výkonů

Organizace potřebují týmy k plnění výzev a úkolů. Týmy musí fungovat, proto se využívá teambuildingů, kde se týmy budují a nejsou jen nahodile vytvořeny [Payne 2007].

Podle Hermochové [2006] je účast v týmu závažnou součástí našeho života. Účast v týmu může být pro nás buď zdrojem energie, nebo zdrojem vyčerpání. S týmy se můžeme setkat prakticky kdekoli, například se jedná o pracovní skupiny ve firmách, v občanských sdruženích a také ve školách. K úspěšnosti týmu je důležité mít předem:

- jasně definované cíle
- vnitřní strukturu týmu
- členy připravené k plnění úkolů
- vhodné prostředí k týmové spolupráci
- uznání a podporu
- odborné vedení

4.3. Historie

V západních zemích můžeme za začátky považovat 70. léta minulého století. U nás se tehdy začaly objevovat první náznaky. Zlom nastal otevřením hranic po roce 1990, kdy na český trh začaly vstupovat zahraniční firmy, které se specializovaly na výcvik manažerů, týmů a řešení konfliktů. K nám se teambuildingové aktivity dostávaly jako součást vzdělání odborníků například psychologů a lékařů [Hermochová 2006]

Teambuilding původně vycházel ze skupinové dynamiky a sociální psychologie. Proto byl kladen důraz na budování a zlepšování vztahů ve skupině, jejich soudržnost a harmonii. Původní koncept měl vést ke zlepšení mezilidských vztahů a sociálního působení. Teprve později, kdy začala růst jeho popularita a dostala se do povědomí obchodních organizací, se pozornost zaměřila na plnění cílů a úkolů. Proto se v dnešním pojetí teambuilding zabývá tím, jak týmy plní úkoly, ale také jak spolu jednotlivci vycházejí [Payne 2007].

4.4. Cíl

Týmová práce je velice přínosná, proto se ve firmách stále častěji vytvářejí týmy, aby se zabývaly zadanými problémy. Spolupráce s ostatními členy v týmu je efektivnější, pokud spolupráce funguje. Naopak pokud je tým nefunkční, tak ani odvedená práce není kvalitní a takový tým je spíše zátěží. Pro firmu je tedy prioritou fungující tým. Proto využívají teambuildingů jako aktivity, která má vliv na komunikaci mezi členy v týmu, na jejich spolupráci a atmosféru v týmu. Vzhledem k nedostatku času v době existence týmu se personalisté uchylují k programům a aktivitám, které vytvářejí podmínky pro podporu správného fungování týmu. Pro všechny teambuildingové aktivity je cílem vytvoření podmínek pro vzájemnou spolupráci členů týmů. [2]

Teambuildingové programy se zaměřují na rozvoj osobnosti, protože právě ta má větší vliv na chování pracovníků a týmů více než vzdělávací programy, které jsou zaměřené na technické znalosti. Jedná se o tzv. Soft skills (měkké dovednosti). Výhodou je zapojení účastníků a možnost jejich otestování v praxi. Pro účastníky je spojení zážitkových vzdělávacích metod přirozenější než klasické vzdělávání. [3]

Hermochová [2006] ve své knize uvádí, že podle psychologů si zapamatujeme přibližně:

- 20% z toho, co slyšíme
- 30% z toho, co vidíme znázorněno graficky
- až 70% z toho, co současně slyšíme a také vidíme
- 80% z toho, co slyšíme, vidíme a zároveň o tom mluvíme
- až 90% z toho, co nejenom slyšíme, vidíme, ale co zároveň aktivně vykonáváme

Naopak další výzkumy na zapomínání ukázaly, že:

- 28% z toho, co vidíme, zapomeneme po třech hodinách
- 80% z toho, co vidíme, zapomeneme po třech dnech
- 30% z toho, co slyšíme, zapomeneme po třech hodinách

- 90% z toho, co slyšíme, zapomeneme po třech dnech
- 15% z toho, co slyšíme a vidíme současně, zapomeneme po třech hodinách
- 35% z toho, slyšíme a vidíme současně, zapomeneme po třech dnech

4.5. Organizační stránka teambuildingové akce

Neexistuje žádná jednotná předloha a způsob, jak by teambuildingová akce měla vypadat. Jedná se o akce, které jsou individuální a tvoří se přímo na míru danému týmu. Jinak bude program vypadat u nově vzniklého týmu, který potřebuje strávit čas poznáváním a vytyčením cílů a rolí. U týmu, který je sestavený pro krátkodobý projekt se bude soustřeďovat na vzájemnou spolupráci, tak aby dosáhli zadaného cíle. A týmy, které řeší problém, se budou zaměřovat na řešení konfliktů. Na těchto příkladech vidíme odlišnost a jedinečnost každého týmu s jinými potřebami a problémy [Payne 2007].

4.6. Principy fungování teambuildingu

Aby byla teambuildingová akce úspěšná a přinesla efektivitu, je potřeba se držet následujících principů: [4]

- **Dobrovolnost** – v průběhu aktivit si účastníci zvolí, zda se chtějí zúčastnit nebo ne. Pouze účastníci, kteří se zapojí a budou aktivní mají šanci si odnést zkušenosti.
- **Návaznost** – teambuildingových aktivit je mnoho, proto je potřeba zvolit pořadí od méně náročných aktivit, která nevyžadují velkou fyzickou ani psychickou zátěž. Na konci by měly být aktivity náročnější, které prověří schopnosti jak jednotlivce, tak i týmu.
- **Určení vstupů a cílů** – důležité je skupinu specifikovat. Určit pracovní pozici, věk a zhodnotit jejich spolupráci
- **Přiměřenost** – každý teambuildingový program je jedinečný, jak již bylo zmíněno výše. Jiný program bude pro nové členy v týmu a jiný program pro členy, kteří se již znají. Využívá se rozsáhlého množství programů od méně

náročných, jako jsou společenské akce, až po fyzicky i psychicky náročné programy.

4.7. Manažerské pojetí teambuildingu

Důležitou součástí manažerské práce je prosazování řídicích záměrů. Důležité je přesvědčit zaměstnance, aby akceptovali a realizovali úkoly svých vedoucích. V tomto směru je velmi důležité pochopit, co zaměstnance motivuje. Pro manažery je zásadní docílit toho, aby zaměstnanci vykonávali úkoly a dosahovali tak požadovaných výsledků. Může se využít osvědčených praktik, jako přímé a nepřímé řízení, ale také modernější přístupy, kdy se klade důraz na vedení lidí k větší samostatnosti, iniciování změn a jejich angažovanosti [Veber a kol., 2000].

Podle Vebera a kol. [2000] je v řízení zaměstnanců důležitá:

- **Motivace** – jejím hlavním úkolem je, aby se chování zaměstnanců a také jejich myšlení shodovalo s cíli firmy. Manažer musí v zaměstnancích probudit vůli a nadšení aktivně se podílet na plnění úkolů, které jsou důležité k dosažení cílů. K motivování se využívá manažerských systémů, jako jsou odměny nebo tresty. Motivace je jednou ze základních složek vedení lidí.
- **Vedení lidí** – úkolem je probudit u zaměstnanců aktivitu, která nebude plnit jen stanovené úkoly, ale bude se snažit o další zlepšování. Vedení lidí je jedna z důležitých funkcí manažera a má několik podob:

Vedení sdílenou vizí – jedná se o sdílení dění v organizaci s pracovníky. Jsou seznámeni s cíli, hodnotami a zásadami. Tohle sdílení vzbuzuje v zaměstnancích důvěru.

Koučování – je to forma poradenství. Na kouče, který bývá k dispozici manažerům se mohou obrátit, pokud potřebují pomoc s řešením problémů. Kouč zná názory a problémy ve svém týmu a motivuje je k vyšším výkonům. Manažer zastávající roli kouče by měl být rádce a ne velitelem.

Zmocňování – poskytuje zaměstnancům míru samostatnosti při vykonávání své práce. Jsou činnosti, kde je nutné dodržování přesných pokynů, ale je také

možné dát prostor zaměstnanci k vlastnímu rozhodnutí a také přijetí zodpovědnosti.

Týmová práce – tým je chápán jako skupina lidí, kteří mají společný cíl a snaží se ho dosáhnout. Je také chápán jako pracovní skupina, která společně řeší zadaný úkol, a to i nad rámec svých povinností. K dosažení zadaných cílů je důležitá spolupráce v týmu. Jednotlivci v týmu se na sebe mohou obrátit, pokud si nevědí rady a ostatní členové mu pomohou. Mezilidské vztahy v týmu jsou neformální a přátelské.

- **Koordinace** – je důležitá při stanovování cílů v organizaci. Dosažení jednoho cíle by nemělo negativně ovlivňovat cíle jiné. Důležitá je také správná poslušnost při sestavování plánů. Čím více úkolů a plánů je ke splnění, tak tím větší koordinace je potřeba.

4.8. Typy teambuildingových akcí

Teambuildingové akce se podle Mohauptové [2005] dělí do několika programů podle účelu:

Stmelení kolektivu

- **Cíl** – vytvoření společného zážitku, seznámení lidí mimo pracovní prostředí, prohloubení vzájemné spolupráce a důvěry a stmelování kolektivu.
- **Cílová skupina** – program je určen pro nové týmy, spojená oddělení nebo menší firmy do 40 zaměstnanců
- **Použitá metoda** – pro rozvoj týmu se využívají zážitkové aktivity. Klade se důraz na prožitý zážitek a na vzájemné poznávání účastníku. Důležité je stupňování programu, kde se musí brát ale také ohled na možnosti týmu. Využívá se indoor i outdoor programů.
- **Výhody** – program probíhající mimo známé prostředí působí na účastníky jako odměna a jako forma odpočinku. Takto se nenuceným způsobem stmelí kolektiv a zlepší i jeho fungování.

- **Nevýhody** – může nastat záměna za firemní večírek a podobné akce, proto je potřeba od začátku stanovit cíl. Aby program byl přínosem je potřeba, aby účastníci byli motivováni. Nelze zaměstnance změnit pouze zážitkovým kurzem.

Budování týmu

- **Cíl** – zvýšení efektivity v týmu, zlepšení komunikace, lepší spolupráce mezi jednotlivými týmy.
- **Cílová skupina** – program je určen pro oddělení ve firmách a týmy.
- **Použitá metoda** – aktivity by měly na sebe navazovat a doplňovat se tak, aby vedly tým k rozvoji. Následuje rozbor aktivit a diskuse o situaci ve firmě. Zda bude diskuse neformální nebo bude mít konzultantský či učitelský styl závisí na lektorovi, který ji vede.
- **Výhody** – lidé přemýšlí nad svými slabými a silnými stránkami. Sebekritika vede k rozvoji týmu, lidé díky tomu mohou o sobě nebo svém týmu zjistit mnoho věcí.
- **Nevýhody** – velmi důležitý je lektor, který musí mít spoustu zkušeností a umět vést lidi k diskuzi. Pokud lidé v týmu nejsou spolu zvyklí komunikovat, pak bude delší dobu trvat, než se společná komunikace začne prohlubovat. S motivací účastníků je potřeba pracovat již před začátkem kurzu.

Koučink týmu

- **Cíl** – pokud probíhá v týmu náročné období spojené se změnami, zvyšováním výkonu a jiných změnách v týmu, tak se využívá kouč, který dlouhodobě tým provází tímto obdobím.
- **Cílová skupina** – koučink se využívá v pracovních a projektových týmech.
- **Použitá metoda** – na začátku je potřeba si stanovit pravidla a následnou spolupráci s týmem. Dále je důležité si srozumitelně stanovit cíl týmu a rozebrat aktuální situaci v týmu a možnosti jak se dostat ke stanovenému cíli.
- **Výhody** – je to velmi účinná metoda pro týmy, které mezi sebou nemají větší problém a potřebují v krátké době dosáhnout změny.

- **Nevýhody** – metodu koučování nelze vnutit, všichni s ní musí souhlasit. Téměř žádný účinek nemá v týmech, kde převažuje direktivní vedení. Pokud někdo z týmu práci ignoruje, pak koučování týmu zabere mnohem více času než u týmu fungujícího.

Vzdělávání zážitkem

- **Cíl** – je kladem důraz na trénink, a aby si účastníci prakticky vyzkoušeli změny či nové poznatky.
- **Cílová skupina** – tato metoda je určena pro týmy do 15 lidí.
- **Použitá metoda** – jedná se o vzdělávání spojené s outdoorovými aktivitami. Důraz je kladen na aplikování znalostí. Účastníci si nové poznatky vyzkoušejí v praxi.
- **Výhody** – tato metoda je pro účastníky více zábavná, protože se jí přímo účastní a mají aktivní přístup.
- **Nevýhody** – hlavní nevýhodou je cena. Příprava takovéto akce je finančně náročná, protože je sestavována přímo na míru týmu. Finančně náročnější jsou i outdoorové aktivity oproti indoorovým.

Outdoor assessment

- **Cíl** – tato metoda se používá k hodnocení schopností buď celého týmu anebo jednotlivce.
- **Cílová skupina** – je určena pro projektové týmy, pro provozní management a vedení firmy.
- **Použitá metoda** – assessment centrum umožňuje lépe poznat uchazeče o pracovní pozici anebo stávající zaměstnance. Je složena z několika metod, díky kterým je může hodnotit z více stránek. Používají se případové testy, rozhovory nebo diagnostické testy. Jedna z možných metod je i outdoor, která využívá orientaci v přírodě a připravuje komplikovanější a náročnější aktivity.

- **Výhody** – zpestření a poznání neobvyklých zážitků. Při využití této metody se projeví například zvládání stresu, reakce na změnu situace, samostatnost, spolupráce v týmu nebo práce s malým množstvím informací.
- **Nevýhody** – metoda je náročná z hlediska prostředí, protože je potřeba vybrat klidné prostředí, kde účastníci nebudou rušeni. Z hlediska organizace je náročná, protože její příprava je časově náročnější. A také je zde finanční náročnost, protože je potřeba zajištění kvalitní organizace.

Expedice a náročné projekty

- **Cíl** – fungování týmu je aplikováno na běžných situacích, ale také v situacích náročnějších. Cílem je prožít společný zážitek, překonávat své hranice a podpořit sebevědomí.
- **Cílová skupina** – metoda je určena pro menší pracovní týmy.
- **Použitá metoda** – velmi důležitá je dobrá fyzická kondice a fungující tým, který je motivovaný k překonávání překážek. Je důležité brát v úvahu pro koho je kurz zvolen. Pokud je součástí například sjíždění divoké řeky, je potřeba zajištění profesionálního instruktora.
- **Výhody** – náročné projekty mohou vést ke stmelení kolektivu. Pokud vše probíhá správně a tým je fungující, tak se vztahy uvnitř týmu utužují.
- **Nevýhody** – naopak pokud tým nefunguje, není v dobré fyzické kondici, nebo jsou tam velké rozdíly, pak vyvolané stresové situace tým nezvládá a je narušen průběh kurzu.

Zábavné akce

- **Cíl** – cílem bývá odměna zaměstnanců nebo obchodních partnerů a také motivace k dalším výkonům. Neřeší se problémy v týmu, snahou je umožnit pozitivní zážitek. Zábavné akce mohou být součástí školení jako zpestření programu.
- **Cílová skupina** – jak již bylo zmíněno výše, program je určen pro zaměstnance nebo obchodní partnery. Na akce pro obchodní partnery mohou být pozváni

i rodinní příslušníci. Tyto akce se konají většinou o víkendech. Akce pro zaměstnance se doporučují pořádat v pracovní době. Jsou zaměřeny na prohlubování mezilidských vztahů.

- **Použitá metoda** – program těchto kurzů může mít mnoho podob, například výlet, posezení u dobrého jídla a pití nebo zorganizování sportovního zápasu. Důležité je zvolit místo, které není pro účastníky obvyklé a také sestavit správný program kurzu. Buď se zvolí program, kde si sami účastníci budou volit pořadí aktivit anebo jsou skupiny pevně dané po celou dobu.

Účastníci si sami sestavují program

- **Výhody** – každý si vybere to, co ho zajímá. Spokojenost účastníků při různorodosti aktivit.
- **Nevýhody** – tvoří se skupiny, které se mezi sebou znají. Nepoznávají se s jinými lidmi. Je zde velká časová náročnost z důvodu, že si každý vybírá aktivitu sám, o některé aktivity může být velký zájem a o některé zase žádný.

Účastníci mají pevně dané skupiny po celou dobu

- **Výhody** – kontrola akce, pestrý program, pokud je vše dobře zorganizováno, tak jsou i minimální časové ztráty. Každý si může vybrat aktivitu, která se mu líbí.
- **Nevýhody** – je nutné mít více organizátorů, protože je zde potřeba větší logistické zajištění akce. Nevýhodou je také seznámení účastníků jen v rámci týmu.

5. Metodika

Cílem mé bakalářské práce je vytvořit teambuildingové programy pro konkrétní skupinu ve vinařské obci Bořetice. Protože z obce Bořetice pocházím, zvolila jsem k ohodnocení celkové nabídky metodu osobních prohlídek. Poznatky, které v praktické části uvádím, znám z vlastní zkušenosti. V praktické části popisuji obec Bořetice, atraktivitu obce a také ubytovací možnosti v obci. Z ubytovacích možností jsem zvolila pouze čtyři ubytovací kapacity, protože ty jediné splňují počty lůžek pro větší skupinu osob.

Dále jsem v praktické části navrhla dva programy teambuildingových aktivit v obci, kde jsem využila poznatky z první části a také z osobních prohlídek. Atraktivitu, které obec Bořetice nabízí jsem podle vlastní zkušenosti aplikovala do teambuildingových programů pro konkrétní pracovní tým.

Praktická část

6. Bořetice

6.1. O obci

Vinařská obec Bořetice s necelými třinácti sty obyvateli se nachází v jedné s nejsušších a nejteplejších oblastí jižní Moravy. Obec byla zvolena v roce 2005 Vesnicí roku České republiky. Rozloha obce činí přibližně 903 hektarů a leží asi 13 kilometrů jihovýchodně od Hustopečí a asi 16 kilometrů severně od Břeclavi. Obec leží na úpatí Žďánického lesa a v údolí potoka Trkmanka, kterému se říká Svodnica. Trkmanka je levým přítokem řeky Dyje. Návrší, na které je obec rozdělena jsou součástí Kyjovské pahorkatiny, která je nejjižnějším výběžkem pohoří Chřibý. Bořetice leží uprostřed vinařského kraje, spadají do vinařské podoblasti Velkopavlovické [Grůza, 2013].

6.2. Historie

Osídlení obce se podle archeologických nálezů v katastru obce datuje do doby bronzové. Osídlení Slovany nebylo zatím doloženo. První zmínka o obci je z roku 1222 spojená se jmenováním dědičného rychtáře. První zmínka o vinařství obce se datuje do roku 1335. Část vesnice také patřila významnému rodu pánů z Kunštátu. V roce 1617 byla obec spojena s hodonínským velkostatkem. Poté od roku 1850, kdy byly zřízeny okresy spadaly Bořetice k hustopečskému okresu, poté k okresu Brno-Židlochovice a Klobouky, Hodonín a od roku 1960 byli Bořetice součástí okresu Břeclav. [5]

Předpokládá se, že jméno obce Bořetice je odvozeno od starobylého jména Bořetovi. Tímto jménem se nazývala osada, kde se lidé, kteří v ní žili, nazývali Bořetovi a zjednodušeně se jim říkalo Bořetici. Jak již bylo zmíněno výše, první zmínka o obci pochází z roku 1222 v listině Přítlucké. Předpokládá se, že zakladatelem obce byl neznámý středověký šlechtic, který dostal za odměnu od svého panovníka území s konkrétními pozemky, na kterých měl založit osadu a za níž měl odvádět pravidelně desátky nebo jiné dávky [Grůza, 2013].

6.3. Dopravní dostupnost

Bořetice mají velmi výhodnou polohu. Jsou v blízkosti větších měst, jako je Břeclav i Hodonín. S Hodonínem mají Bořetice přímé vlakové spojení, s Břeclaví a Brnem je vlakové spojení s přestupem. Cesta vlakem do Brna trvá asi 40 minut, proto mnoho občanů do Brna za prací dojíždí. Díky dobrému dopravnímu spojení jsou Bořetice hojně navštěvovány turisty z Brna a okolí. Obec také leží v blízkosti dálnice D2.

6.4. Ubytovací zařízení

V Bořeticích se nachází 4 ubytovací zařízení, která splňují požadavky na ubytování většího počtu lidí. Jedná se o 2 hotely a 2 penziony. Ostatní ubytování jsou v soukromí ve vinných sklípkách.

Hotel Kraví hora

Hotel je situován v srdci vinných sklepů. Tato část obce se nazývá Svobodná spolková republika Kraví hora, podle ní je tedy pojmenován i samotný hotel. Hotel byl vybudován v roce 2004 a v současné době rozšiřuje svoji ubytovací kapacitu. Přímo pod hotelem je vybudován vinný sklípek, kde probíhají degustace vín s výkladem.

Hotel disponuje 82 pokoji s deseti přistýlkami. Konkrétně první hotel má 15x dvoulůžkový pokoj, 1x dvoulůžkový bezbariérový pokoj, 1x třílůžkový pokoj, 1x apartmán se dvěma dvoulůžkovými ložnicemi (možnost až 6 osob na pokoji), 1x více lůžkový pokoj (možnost až 7 osob na pokoji), 3x dvoulůžkový apartmán LUX s vířivou vanou (možnost až 4 osob na pokoji). Druhý novější hotel má 5x dvoulůžkových pokojů, 5x dvoulůžkových pokojů s balkonem, 2x jednolůžkový pokoj. K hotelu patří restaurace pro 80 hostů. Ráno se zde podává bezplatná snídaně formou bufetu. V restauraci à la carte se podávají modernější jídla a ve vinném sklípku se konají degustace vín na objednání. V letních měsících je možnost posezení na terase. V hotelové zahradě se nachází dětské prolézačky a houpačky. Je zde také wellness, které nabízí finskou aroma saunu a parní lázeň s mořským klimatem. K dispozici je také vířivá vana, tepidárium a vyhřívaná lehátka. K využití jsou také masérské služby. Pro aktivní trávení volného času je k dispozici víceúčelové hřiště na nohejbal, volejbal či tenis, které má i večerní osvětlení. Je možné si zapůjčit rakety. Dále je možné si

zapůjčit kola, elektrokola a vozičky segway. Je možné zahrát si petanque a kriket. Všechny výše uvedené sportovní možnosti jsou za poplatek. Hotel nabízí také konferenční prostory, 2 salonky a 1 konferenční sál. Salonek Presúz je pro 38 hostů, salonek Altán má kapacitu 50 osob a konferenční sál až pro 100 osob. Tady je možnost vystavení i větších zařízení, například automobilu. Hotel je velmi často využíván pro oslavy a svatby.

Hotel Modré hory

Hotel se nachází v samotné obci Bořetice. Byl vybudován v budově bývalého Zemědělského družstva. Zařízením i svými službami je doporučován spíše pro méně náročnou klientelu. Hotel má k dispozici 12 pokojů s celkovou kapacitou 37 lůžek. Pokoje jsou dvoulůžkové a třílůžkové a také jeden apartmán. Pokoje jsou včetně sociálního zařízení a jsou vybaveny televizí, chladničkou a internetovou přípojkou. Hotel má svou restauraci s kapacitou 48 míst a s možností plné penze. Pod hotelem je vybudován také vinný sklep, který má kapacitu 36 hostů. Ve venkovních prostorách hotelu se nachází terasa a pro hosty je k dispozici také parkoviště přímo před hotelem. Hotel nabízí půjčení kol.

Penzion Mlýn

Penzion byl vybudován v roce 2005 v budově starého mlýna. Naproti penzionu se nachází ještě menší domek, který je součástí penzionu a lze se v něm ubytovat. Ubytování je možné ve dvoulůžkových až čtyřlůžkových pokojích a k dispozici je také jeden apartmán. Celková kapacita penzionu je 70 lůžek. Na pokojích je sociální zařízení. V oddělené budově je pokoj vybaven kuchyňským koutem s vařičem a lednicí. Kuchyň je vybavena nádobím. Součástí je také vlastní restaurace, kde je možnost stravování formou plné penze. V penzionu je školící místnost, která má kapacitu 40 osob. Možnost připojení na Wi-Fi je v celém areálu. Pro cykloturisty je zde možnost úschovy kol. Součástí je také parkoviště pro hosty.

Penzion pod Kraví horou

Penzion leží přímo uprostřed vinných sklepů v Kraví hoře. Jedná se o dvě budovy s vlastním vinařstvím. Penzion poskytuje ze stravování jen snídaně, které nejsou zahrnuty v ceně. Dále nabízí možnost zakoupení programu, kde je součástí posezení ve

sklípku s teplou i studenou večeří, nealkoholickými nápoji a neomezenou konzumací sudového vína.

Penzion A nabízí ubytování pro 36 osob. Jsou zde k dispozici 2x dvoulůžkové pokoje, 10x dvoulůžkové pokoje s balkonem a 4x trojlůžkový pokoj s balkonem. Pokoje jsou vybaveny vlastním sociálním zařízením, ledničkou a televizí. Na pokojících je také možnost připojení na Wi-Fi. Pod penzionem je vybudován sklípek s kapacitou 60 osob, který je využíván k různým společenským akcím. Součástí penzionu je také venkovní terasa a parkoviště.

Penzion B je menší. Jeho kapacita je 24 lůžek. Ubytování je možné v 1x dvoulůžkovém pokoji, 2x čtyřlůžkovém pokoji s balkonem, 1x čtyřlůžkovým pokojem, 1x pětilůžkovém pokoji a 1x v pětilůžkovém apartmánu. Vybavení pokojů je stejné jako v penzionu A. Pod penzionem je také vybudován sklípek, který má menší kapacitu a to pro 30 osob. Součástí je venkovní terasa.

6.5. Kultura a pamětihodnosti

Na nejvyšším místě Bořetic se nachází kostel, který je zasvěcen sv. Anně. Barokní kostel je nejvýznamnější církevní památkou v obci a pochází z konce 17. století. Vedle kostela se nachází hřbitov, který je obehnan zdí z 18. století. Z původního zdiva bylo dochováno pouze 20 metrů. Dominantou je barokní brána. V roce 1605 byl kostel zničen vojsky Bočkajovců a současný kostel se začal stavět až v roce 1680. [6]

Každoročně se v červenci koná pout' okolo svatostánku svaté Anny a týden po ní, se v obci konají krojované hody. Tato třídní slavnost, která se koná od neděle do úterý je považována za největší kulturní akci v Bořeticích. Tradice a folklor se v obci dodržuje. Pořádají se zde různé plesy, jarmarky, koncerty a také akce spojené přímo s vinařstvím jako výstavy vín, svěcení mladého vína a jiné.

6.6. Zajímavosti

6.6.1. Rozhledna pod Kraví horou

Rozhledna se nachází na kopci nad Kraví horou. Jedná se o dřevěnou rozhlednu, která byla postavena v roce 2006. Postavili ji řemeslníci z Bořetic a její výška je 15 metrů. U rozhledny se nachází kaplička Boží muka se slováckými motivy a také posezení sloužící k odpočinku při výletech, protože kolem rozhledny vede turistická i cykloturistická stezka Modré hory a v blízkosti je cyklostezka Krajem André. Z rozhledny je nádherný výhled na obec Bořetice, ale i sousední vinařské vesnice se spoustou viničních tratí. Z rozhledny můžeme dohlédnout na Pálavské vrchy s přilehlými Novomlýnskými nádržemi a také na přírodní rezervaci Zázmoníky. [7]

6.6.2. Přírodní rezervace Zázmoníky

Zázmoníky byly přírodní rezervací vyhlášeny roku 1986. Rezervace se nachází asi 2,5 kilometru na sever od Bořetic a má rozlohu před 4,5 hektaru. Jedná se o prudký svah, který začíná na okraji lesa a končí hlubokým údolím. Díky terénu, ve kterém se přírodní rezervace nachází a obtížnější dostupnosti si Zázmoníky zachovaly ráz nedotčené krajiny. Místo je významné výskytem vzácných teplomilných druhů rostlin a živočichů. Zázmoníky jsou jediným místem na jižní Moravě, kde roste velmi vzácný Včelník rakouský. Právě v jarních měsících je zde nádherná podívaná, kvete zde Hlaváček jarní, vzácný kavil Ivanův a v lese jsou nekonečné lány kvetoucích konvalinek. Na začátku přírodní rezervace, tedy na hranici lesa, je postavena kaplička Boží muka a nachází se zde také posezení, odkud je jedinečný výhled na okolní krajinu, kde lze vidět kontrast mezi obdělávanými vinicemi, zemědělskou půdou a původní přírodou. [8]

6.6.3. Letiště Kraví hora

Vznik letiště navazovalo na recesistickou republiku Kraví hora, která reprezentuje region a právě letiště mělo ještě více popularizovat tuto oblast a také zavést zde kromě pěší a cykloturistiky také turistiku leteckou. Svobodná spolková republika Kraví hora je členem leteckého klubu NAD KRAJEM ANDRÉ o.s.

Letiště vzniklo v roce 2009 a bylo vybudováno v blízkosti Kraví hory. Vzletová dráha je dlouhá půl kilometru a široká 35 m. Letiště je určeno pro ultralehká sportovní letadla, ale je určena i pro záchranné vrtulníky. Každým rokem bývá pořádán letecký den a na objednání jsou pořádány také vyhlídkové lety.

6.6.4. Svobodná spolková republika Kraví hora

Vinařské tratě, které ležely severně od obce byly odděleny jezerem a rybníky. Hrozny by se do domů v obci musely přepravovat na loďkách, proto se právě pod vinohrady vykopaly vinné sklepy. Hlavní účel sklepů bylo zpracování vína, ve válce ale zároveň sloužily jako úkryt.

Svobodná spolková republika Kraví hora vznikla v roce 2000. Založili ji místní vinaři jako recesi. Republika organizuje různé kulturní akce a přispívá k propagaci obce. Sídlo republiky je ve vinném sklepě. Součástí jsou vlastní pasy, poštovní známky, vlastní hymna a také platidlo, kterému se říká Kravihorec a má cenu asi 1 euro. Republika má také vlastní ústavu a vládu v čele s prezidentem, předsedou vlády a ministry vinohradnictví, vinařství, obrany, zahraničí, financí, životního prostředí a vnitra.

Vinařské sklepy jsou od obce vzdáleny asi 1 kilometr a jsou rozděleny na tři části: Kraví hora, Hliníky a Zahraničí. V současnosti se zde nachází asi 260 vinných sklepů. Díky své poloze a půdě se zde pěstují vynikající vína, která bývají oceňována na soutěžích a výstavách. [9]

Obec i republika Kraví hora jsou po České republice vyhlášeny svým vínem. Každoročně sem přijíždí mnoho turistů k ochutnání místních vín. Během roku bývají pořádány akce, které již mají letitou tradici. V jarních měsících se pořádá Velikonoční výstava vín, kde místní vinaři vystavují svá nejlepší vína. Období po vinobraní, které začíná v září a končí během října je známé burčákovými akcemi. První ochutnávka mladých vín je na svatého Martina. Během roku se také pořádá Den otevřených sklepů, kdy návštěvníci mohou ochutnávat vína od téměř všech místních vinařů. Mezi těmito nejznámějšími akcemi je zejména o víkendech pod Kraví horou stále mnoho turistů, kteří sem přijíždí v rámci firemních akcí nebo různých oslav a srazů. [Příloha č. 1]

Obec i přilehlá Kraví hora jsou součástí mikroregionu Modré hory spolu s dalšími čtyřmi sousedními obcemi. Mikroregion je pořadatelem projektu Moravské vinařské stezky. Jedná se o několik okruhů cyklostezek dlouhých 1 200 kilometrů. Do projektu je zapojeno asi 280 vinařských obcí a každá vinařská oblast má vlastní okruh vinařských stezek.

7. Teambuildingový program

Teambuildingové programy v mé bakalářské práci jsou vytvořeny pro zaměstnance menší firmy se sídlem v Brně. Jedná se o firmu s 15 zaměstnanci. Hlavními organizátory teambuildingu a zároveň i vedoucími programu jsou tři manažeři firmy. Cílem obou programů je stmelit pracovní tým, zlepšit komunikaci, poznání mimo běžné pracovní prostředí a také motivování členů k dalším výkonům. Náplní programu jsou teambuildingové aktivity, pracovní školení, ale také poznání místa a nových zážitků. Program je vhodný pro všechny věkové skupiny zaměstnanců, s ohledem na pěší a cyklo výlety spíše pro aktivnější skupiny.

7.1. Program Jaro

Jedná se o třídení program, kdy účastníci budou ubytováni v rodinném Penzionu pod Kraví horou. Účastníci budou mít zajištěné snídaně, obědy a večeře. Program se bude konat v jarních měsících (duben nebo květen), protože většina aktivit se koná venku. Účastníci budou dopraveni mikrobusem a budou si brát také vlastní kola.

7.1.1. Chronologická příprava

Pátek:

- 15:30 sraz na autobusovém nádraží naproti Grand hotelu v Brně
- 16:00 odjezd mikrobusu z Brna
- 17:00 příjezd do Bořetic
- 17:30 – 18:00 ubytování v Penzionu pod Kraví horou
- 18:00 – 19:30 společné zahájení a vnitrofiremní školení
- 19:30 – 20:30 večeře
- od 20:30 večerní program (předpokládaný závěr cca 24:00)

Sobota:

- 7:00-8:00 snídane
- 8:15 – 9:45 prohlídka vinic
- 10:00 – 12:00 dopolední program – školení obchodních dovedností
- 12:00 – 13:00 oběd
- 13:30 – 17:30 cyklovýlet
- 18:30 – 19:30 večere
- od 20:00 večerní program (předpokládaný závěr cca 24:00)

Neděle

- 7:30 - 9:00 snídane
- 9:15 – 11:30 rybaření
- 12:00- 13:00 oběd
- 13:00 – 16:00 pěší turistika s občerstvením
- 16:30 – 17:15 zhodnocení programu a závěr
- 17:30 odjezd do Brna

7.1.2. Detailní popis programu**Pátek:**

- Cesta z Brna do Bořetic

Sraz účastníků bude v Brně na autobusovém nádraží naproti Grand hotelu. Na cestu z Brna do Bořetic je pronajat mikrobuse pro 20 lidí. Bořetice jsou od Brna vzdálené asi 45 kilometrů a počítá se, že cesta bude trvat přibližně hodinu. Hlavní trasa cesty vede po dálnici D2 směrem na Bratislavu, kde se bude sjíždět na Hustopeče exitem 25. Dále se pojedje po silnici II. třídy po trase Hustopeče – Starovičky – Velké Pavlovice – Bořetice. [Příloha č. 2]

- Ubytování v Penzionu pod Kraví horou

Po příjezdu na místo se účastníci ubytují v penzionu. Penzion leží uprostřed vinných sklepů v Kraví hoře. Jedná se o rodinný penzion s vlastním vinařstvím. Účastníci budou ubytováni ve dvoulůžkových pokojích s přistýlkou a balkonem. Na pokoji je možnost připojení na Wifi a také se na pokojích nachází televize a lednička. Pod penzionem se nachází kvelbený sklep, který má kapacitu až 60 osob a je využíván na různé společenské události. Dále se u penzionu nachází venkovní posezení, kde je při příznivém počasí možnost grilování a pořádání společenských události s výhledem na obec Bořetice a přilehlé okolí. [Příloha č. 3]

- Společné zahájení a vnitrofiremní školení

Po ubytování účastníků se všichni sejdou na venkovní terase nebo v prostorách vinného sklepa, záleží na počasí. Vedení firmy představí program a účastníkům rozdá harmonogram, a budou řešit případné organizační záležitosti.

V rámci toho bloku budou zaměstnanci seznámeni s aktuálními realizovanými projekty firmy a průběžnými hospodářskými výsledky. Představena a diskutována bude také strategie na další období.

- Večerní program

V penzionu bude zajištěna večeře formou rautu. Po večeři bude následovat večerní program s několika hrami, které jsou zaměřené na hlubší poznání zaměstnanců mezi sebou.

Hra Co máme společného?

Účastníci budou rozděleni do dvou družstev. Cílem hry je za 10 minut najít co nejvíce společných věcí členů ve skupině. Například všichni členové v týmu mají rádi zelenou barvu, všichni členové v týmu mají rádi pizzu, všichni členové mají psa a tak dále. Oba týmy si navzájem sepsané věci přečtou, případně rozeberou a který tým má nejvíce společného, tak vyhrál. [10]

Hra Seřad' se

Cílem hry je seřazení účastníků podle přání vedoucího. Vedoucí bude mít nachystáno několik variant, například řekne, aby se účastníci seřadili podle data narození od nejmladšího po nejstarší. Účastníci mezi sebou budou muset zjišťovat, kdy se narodili. Další možnou otázkou je seřazení podle doby, jak dlouho se znají, podle abecedy a tak dále.

Poté je pro účastníky nachystána degustace vín z rodinného místního vinařství a volná zábava. Připraveno je také občerstvení.

Sobota:

- Prohlídka vinic

Po snídani je připravena prohlídka vinic za doprovodu místního vinaře, který účastníkům ukáže důležité práce spojené s péčí o vinice. Účastníci si budou moci vyzkoušet zelené práce, jako je odlistění a zastrkování letorostů nebo probírka hroznů. Místní vinař je teoreticky provede celým procesem od péče o vinice až po zpracování vína.

Hra Vinařské dovednosti

Účastníci budou rozděleni do tří týmů a v čase pěti minut budou muset zvládnout na daném úseku péči o vinici. To znamená, že daný úsek budou muset správně odlistit, zastrčit letorosty a okopat zeminu. Po uběhnutí časového limitu vinař zhodnotí práci týmů, zda byla provedena správně a stanoví vítěze.

- Dopolnední program

Školení obchodních dovedností formou praktického workshopu s externím školitelem. Cílem tréninku bude zlepšení dovedností obchodníků, celého týmu firmy a obecně posílení sebevědomí a psychiky týmu.

- Cyklovýlet

Po obědě je pro účastníky připraven cyklovýlet po zdejší cyklistické stezce. Mapku trasy mít nebudou. Na každém stanovišti, bude pro ně nachystaná indície k další

zastávce. Indicii k prvnímu stanovišti dostanou na startu u Penzionu pod Kraví horou. Cílem je posbírat všechny indicie a dostat se zpět k ubytování.

Cyklostezka Modré hory

Tato trasa prochází vinařskými vesnicemi Velké Pavlovice – Němčičky – Bořetice – Kobylí – Vrbice. Je dlouhá 31 km s celkovým převýšením 600 metrů a středně pokročilou náročností. Trasa vede mezi vinicemi, kde budou mít účastníci několik stanovišť. [Příloha č. 4]

Rozhledna Slunečná ve Velkých Pavlovicích – je vysoká téměř 19 metrů a výhled do okolí je z nadmořské výšky 240 metrů nad mořem. Dohlédnout můžeme na okolní vinařské obce a všudypřítomné vinice. Je odsud také výhled na Pálavské vrchy, přilehlé Dívčí hrady a Novomlýnské nádrže. Na dohled je slovenské město Senica a také rakouské hranice, kde především ve večerních hodinách je výhled na blikající větrné elektrárny.

Šlechtitelská stanice vinařská Velké Pavlovice – leží uprostřed vinic, ze kterých vyrábí víno a jiné produkty. Součástí je také luxusní penzion André, který je obklopen udržovaným okolím. Ve šlechtitelské stanici se již v minulosti šlechtily různé druhy odrůd a nyní šlechtitelská stanice vede udržovací šlechtění odrůd. Majitelé se také věnují včelařství a vyrábí produkty.

Sportovní areál Němčičky – nachází se zde koupaliště, ale také lyžařský areál. Koupaliště je tvořeno dvěma bazény včetně dětského brouzdaliště. Součástí areálu je také víceúčelové nebo fotbalové hřiště. Lyžařský areál, který je tu vybudován, je nejnižše položeným areálem ve střední Evropě. Je zde vlek typu poma a svah bývá pravidelně zasněžován. V provozu je také lyžařská či snowboardová škola.

Black rose ranch – nachází se mezi obcí Němčičky a Bořetice. Jedná se o rodinný ranč, kde se starají o své koně a je zde také možnost pronájmu stájí. Na ranči se pořádají příměstské tábory pro děti, školní výlety, vyjížďky na koních, ale také svatby a teambuildingy.

Vinné sklepy na Vrbici – vesnice Jihomoravského kraje 2014 a zároveň druhá nejvýše položená vesnice v okrese Břeclav. Nachází se zde unikátní stavba vinných sklepů, které

svou podobou připomínají hobití domy z Pána prstenů. Sklepy ze 17. století jsou vykopány do pískovcového kopce.

- Večerní program

Na večer je pro účastníky připravena návštěva místního vinařství, kde pro ně bude připravena večeře. V rámci večerního programu bude nachystán mini kurs sommeliérství, kde se účastníci naučí základní informace o odrůdách vín a naučí se poznávat základní chutě vína. Přichystány jsou soutěže s vinařskou tematikou, například tahání košťtýřem nebo sabráž, což je technika otevírání lahví pomocí šavle. Po večeři, před zahájením degustace, si účastníci zahrají hru.

Hra Prodej mi to

Budou vytvořeny 3 týmy. Týmy dostanou za úkol prodat láhev jakostního vína v hodnotě 70 Kč za 10 tisíc Kč. Cílem je, aby týmy vymyslely kreativní řešení, vytvořily návrhy a dokázali víno za tuto cenu prodat. Časový limit bude 10 minut a poté každý tým představí jejich návrh. Vedoucí zhodnotí, který tým odvedl práci nejlépe.

Neděle:

- Rybaření

Bořetice nejsou jen vinařskou obcí, ale jsou zde také rybníky. Proto se ráno po snídani účastníci vydají k nádržím, kde ukáží své rybářské dovednosti, případně se jim naučí. Pro účastníky budou zajištěny jednorázové povolenky i potřebné vybavení. Během rybaření proběhne s účastníky hodnocení programu. [Příloha č. 5]

- Pěší výlet

Po obědě je pro účastníky naplánován pěší výlet. Účastníci dostanou mapu, podle které se budou muset zorientovat. Na mapě budou vyznačená místa, kterými účastníci musí projít. Cílem je, aby účastníci mezi sebou komunikovali a společně se dostali na určené místo. Délka trasy je 12,5 kilometru a začíná u hotelu Kraví hora, odkud účastníci půjdou k rozhledně, která se tyčí na kopci nad Kraví horou a budou muset zvládnout prudký výšlap. U rozhledny si účastníci budou moci odpočinout. Poté se vydají po ní

cestou směrem k lesu a k přírodní rezervaci Zázmoníky, kde najdou kapličku Boží muka. Asfaltovou cestou, která vede lesem přijdou až k farmě Ovčí terasy. [Příloha č. 6]

Rodinná farma se nachází uprostřed lesa, kde chovají vlastní ovce, slepice a také pěstují vlastní ovoce a zeleninu. K farmě patří také ubytování a restaurace, kde převážně vaří z vlastních surovin. Ze svých zdrojů vyrábějí ovčí sýry, klobásy a další delikatesy.

Zde je připraveno překvapení v podobě pasení oveček a s ním spojeného pikniku. Odtud se účastníci vydají zpět do obce.

- Zhodnocení programu a závěr

Před odjezdem se všichni účastníci sejdou a zhodnotí celý teambuilding, zda pro ně byl přínosem anebo ne. Následně i firma zhodnotí, zda program byl úspěšný a splnil jejich očekávání.

- Odjezd

Po ukončení akce budou účastníci dopraveni zpět do Brna pronajatým mikrobusem

7.1.3. Kalkulace programu

Náklady na dopravu: 5 000 Kč (cesta Brno - Bořetice, Bořetice - Brno)

Náklady na ubytování: 6 200 Kč (15 osob na dvě noci)

Náklady na stravování: Snídaně 3 000 Kč (15 osob, druhý a třetí den)

Večeře s degustací vín 10 500 Kč (15 osob, první a druhý den)

Obědy 4 000 Kč (15 osob, druhý a třetí den)

Odpolední piknik 7 500 Kč (15 osob, třetí den)

Náklady na aktivity: Prohlídka vinic 1 500 Kč (15 osob, druhý den)

Vinařský kurz 1 500 Kč (15 osob, druhý den)

Rybolov 2 000 Kč (15 osob, třetí den)

Školící program: 11 000 Kč (dvě hodiny, externí lektor včetně dopravy)

Náklady celkem: 52 200 Kč bez DPH

Provize CK: 15 660 Kč

Koncová orientační cena teambuildingového balíčku: 67 860 Kč bez DPH, tj. 82 111 Kč včetně DPH.

Provize pro cestovní kancelář je ve výši 30% a je počítána z celkových nákladů. Sazba DPH je 21%. Teambuildingový program je pro firmu nákladovou položkou, tudíž je pro firmu relevantní cena bez DPH.

Uvedená kalkulace je pro celou skupinu a může se měnit podle počtu osob a programu.

7.2. Program Podzim

Tento program se bude konat začátkem září, tedy v době vinobraní, kdy jsou teploty ještě příznivé pro venkovní aktivity. Účastníci budou ubytováni v Hotelu Kraví hora, kde budou mít zajištěné stravování.

7.2.1. Chronologická příprava

Pátek:

- 15:30 sraz na autobusovém nádraží naproti Grand hotelu v Brně
- 16:00 odjezd mikrobusem z Brna
- 17:00 příjezd do Bořetic
- 17:30 – 18:00 ubytování v Hotelu Kraví hora
- 18:00 – 19:30 společné zahájení a vnitrofiremní informace a školení
- 19:30 – 20:30 týmová hra
- 20:30 – 21:30 večeře
- od 21:30 večerní program (předpokládaný závěr cca 00:30)

Sobota:

- 7:30-9:00 snídane
- 9:15 – 12:00 dopolední program – školení time managementu
- 12:30 – 13:30 oběd
- 14:00 – 16:00 sběr vína
- 17:00 – 18:30 odpolední program
- od 18:30 grilování s večerním programem (předpokládaný závěr cca 24:00)

Neděle

- 7:30 – 9:00 snídane
- 9:15 – 12:00 návštěva ranče
- 13:00 – 14:00 oběd
- 14:00 – 14:45 zhodnocení programu a závěr
- 15:15 odjezd do Brna

7.2.2. Detailní popis programu**Pátek:**

- Cesta z Brna do Bořetic

Sraz účastníků bude v Brně na autobusovém nádraží u Grand hotelu. Do Bořetic budou dopraveni pronajatým mikrobusem. Trasa cesty je stejná jako u předešlého balíčku, pojedete se po dálnici D2 a po sjezdu na Hustopeče cesta povede směrem na Velké Pavlovice až do Bořetic. [Příloha č. 2]

- Ubytování v hotelu Kraví hora

Po příjezdu na místo se účastníci ubytují v hotelu Kraví hora. Hotel leží na okraji vinných sklepů v Kraví hoře. Pro účastníky je připraveno ubytování ve dvoulůžkových pokojích s přistýlkou. Na pokoji je možnost připojení na Wifi a také se na pokojích

nachází LCD televize, chladnička a trezor. Součástí hotelu jsou konferenční prostory a vinný sklep. Mezi další služby hotelu patří wellness, které mohou hosté využít. Je zde také možnost sportovního vyžití. V zahradě hotelu se nachází venkovní posezení, kde je možnost grilování. [Příloha č. 7]

- Společné zahájení a vnitrofiremní informace a školení

Po ubytování se účastníci sejdou v konferenční místnosti hotelu, kde bude zahájen teambuilding. Účastníkům bude sdělen harmonogram a případně se budou řešit další organizační záležitosti.

Součástí zahájení bude také sdělení vnitrofiremních informací, trénink a školení na nové produkty v nabídce firmy.

- Týmová hra

Po zahájení a školení bude pro účastníky připravena sportovní hra. V hotelovém areálu se nachází osvětlené víceúčelové hřiště, proto ani pozdější hodina nebude problémem.

Volejbal

Jednou z nejoblíbenějších sportovních a zároveň týmových her je volejbal. Účastníci jsou rozděleni na dvě družstva. Účelem je odehrát míč přes síť tak, aby soupeřům spadl na zem. Hraje vždy pět hráčů a jeden je na střídání. Rozhodčími jsou vedoucí programu.

- Večerní program

Pro účastníky bude v hotelu nachystaná večere. Po večeři se přesunou do vinného sklepa hotelu, kde jsou pro ně připraveny hry.

Hra Sochy

Vedoucí napíší jména všech účastníků a hodí je do pytlíku. Každý účastník pak vylosuje jedno jméno a tu dotyčnou osobu musí ukázat jako sochu. Účastníci se o sobě dozví, jak působí na své okolí a jak je vnímají ostatní. [11]

Hra Pustý ostrov

Při této hře se účastníci rozdělí do tří týmů. Každý tým bude muset během tří minut vymyslet tři věci, které by si vzal na pustý ostrov a následně si vybrané věci obhájit.

Vedoucí zhodnotí, který tým vymyslel lepší argumenty. Cílem je vymyslet co nejlepší argumenty a obhájit svůj výběr.

Poté je připravena degustace vína s výkladem.

Sobota:

- Dopolední program

Školení na time management pro všechny zaměstnance firmy zaměřené na plánování času, zvýšení efektivnosti a zvládání stresu v případě nedostatku času.

- Sběr vína

Pro účastníky je na odpoledne připraven program ve formě sběru vína. Místní vinař je provede vinicemi a popíše jim práce, které jsou spojené se sběrem vína, a také popíše proces následného zpracování vína. Pro účastníky je zde připravena soutěž. [Příloha č. 8]

Hra Vinobraní

Účastníci budou rozděleni do tří družstev a budou soutěžit, kdo v časovém limitu nasbírá více kilo hroznů a dopraví je do vinného sklepa. Při této hře je důležité, aby si účastníci mezi sebou rozdělili úkoly, kdo bude stříhat hrozny, kdo bude hrozny vysypávat do vinařských beden a kdo bedny s hrozny odveze do vinného sklepa, kde se následně zváží jejich hmotnost. Následně si účastníci vyzkouší lisování hroznů a mošt uloží do sudů.

- Odpolední program

Po obědě se účastníci sejdou v konferenční místnosti hotelu a budou mít za úkol navrhnout si vlastní etiketu na víno. Z hroznů, které si sami posbírali, vinař udělá víno, zašle do sídla firmy a každý z účastníků dostane jednu láhev. Firma by navíc měla možnost objednat větší množství takto vyrobeného vína, které by posloužili jako vánoční dárky pro klienty.

- Grilování

Protože v areálu hotelu je venkovní posezení, je pro účastníky na poslední večer nachystáno grilování. Grilování může být i společenskou záležitostí, proto si účastníci vše připraví sami za dozoru kuchaře a personálu hotelové restaurace, od rozdělání ohně až po samotnou přípravu jídla. Při této aktivitě se zapojí všichni účastníci a společně se budou podílet na přípravě. Po večeři bude připravena hra.

Hra Kopírka do paměti

K této hře budou potřeba obrázky, které se snadno popisují, například dům. Účastníci jsou rozdělení do týmu po třech. Mezi sebou si určí, kdo bude pozorovatel, spojka a kdo kreslíč. Určí se místo kde budou obrázky. Okolo obrázků se smí pohybovat pouze pozorovatelé a nikdo je nesmí vidět. Pozorovatel se musí pokusit popsat spojce, co je na obrázku. Musí popsat tvar, rozměry a tak dále, ale nemůže opustit ochranné pásmo kolem obrázků. Spojka si musí co nejvíce zapamatovat a předat kreslíči, který pak obrázky kreslí. [12]

Neděle:

- Návštěva ranče

Po snídani se účastníci vydají na ranč, který je vzdálen asi jeden kilometr. Tam bude možnost si vyzkoušet typické rančerské práce, jako je uklizení stájí, samotná péče o koně, jeho čištění, sedlání a krmení.

Pro účastníky je připravena soutěž, kde budou rozdělení do tří týmů a budou muset v co nejkratším časovém limitu zvládnout vyčistit stáje, očistit koně a osedlat ho. Cílem hry je správné rozdělení úkolů a posílení vzájemné spolupráce a komunikace.

Na posílení po náročné práci bude připraveno opékání špekáčků.

- Zhodnocení programu a závěr

Všichni účastníci zhodnotí program, zda pro ně byl přínosem nebo ne. Zhodnocení proběhne i ze strany vedení firmy, zda program a zejména zapojení zaměstnanců do aktivit proběhlo dle předpokladu.

- Odjezd

Po ukončení programu budou účastníci dopraveni zpět do Brna pronajatým autobusem.

7.2.3. Kalkulace programu

Náklady na dopravu: 5 000 Kč (Brno - Bořetice, Bořetice - Brno)

Náklady na ubytování: 10 500 Kč (15 osob na dvě noci včetně snídaně)

Náklady na stravování: Večeře s degustací vín 7 500 Kč (15 osob, první den)

Oběd 5 000 Kč (15 osob, druhý a třetí den)

Večerní grilování 4 500 Kč (15 osob, druhý den)

Náklady na aktivity: Pronájem hřiště 300 Kč (jedna hodina)

Sběr vína 1 500 Kč (15 osob, druhý den)

Návštěva ranče 4 000 Kč (15 osob, třetí den)

Školící program: 11 000 Kč (dvě hodiny, externí lektor včetně dopravy)

Náklady celkem: 49 300 Kč bez DPH

Provize CK: 14 790 Kč

Koncová orientační cena teambuildingového balíčku: 64 090 Kč bez DPH, tj. 77 549 Kč včetně DPH

Provize pro cestovní kancelář je ve výši 30% a je počítána z celkových nákladů. Sazba DPH je 21%. Teambuildingový program je pro firmu nákladovou položkou, tudíž je pro firmu relevantní cena bez DPH.

Uvedená kalkulace je pro celou skupinu osob a může se měnit podle počtu osob a programu.

8. Závěr

Hlavním cílem mé bakalářské práce bylo vytvořit teambuildingové programy ve vinařské obci Bořetice. Programy byly vytvořeny na základě analýzy prostředí a nabídky služeb v regionu.

Z obce Bořetice pocházím, a proto jsem byla ráda, že ve své práci mohu využít a aplikovat vlastní zkušenosti. Bořetice jsou vyhledávanou lokalitou na jižní Moravě a nabízí spoustu možností, které mohou být součástí teambuildingových programů.

Velmi důležitou součástí této práce bylo analyzovat dané prostředí a nabídku, jak již bylo zmíněno výše. Na základě této analýzy jsem došla k závěru, že nabídka z hlediska ubytování, stravování, dopravy a atraktivit je dostačující pro pořádání teambuildingových akcí.

Důležitou součástí teambuildingových programů je ubytovací zařízení, tady jsem porovnávala kapacitu a vybavení včetně konferenčních prostor. Ze čtyř vybraných ubytování jsem jako vhodné shledala dvě ubytovací zařízení, jeden penzion a jeden hotel, které současně nabízejí i stravování.

Co se týče dopravy, má obec Bořetice velmi výhodnou polohu. Leží v blízkosti dálnice D2 a nachází se zde i vlaková zastávka s možností spojení do Brna a Břeclavi.

Další důležitou částí k vytvoření programů byly atraktivita, které obec i přilehlé okolí nabízí. Hlavním cílem, proč lidé do Bořetic přijíždí, je zpravidla vždy Svobodná spolková republika Kraví hora a vinařská turistika. Proto jsem chtěla v teambuildingových programech této atraktivity využít a zvolila jsem ji jako jeden z hlavních cílů.

Programy, které jsem vytvořila, jsou k využití v jarních a podzimních měsících. Tato dvě období jsem zvolila především z důvodu příznivého počasí, protože možnosti, které obec Bořetice nabízí, jsou zejména outdoorové. Nicméně podle mého názoru jsou Bořetice pro pořádání teambuildingových akcí vhodné celoročně. V zimních měsících by v programu převažovaly indoorové aktivity.

Hlavním cílem teambuildingu je budování a posilování vztahů a komunikace v týmu. Důležité je teambuilding zorganizovat takovou formou, která bude pro zaměstnance zábavná, a budou se učit na základě vlastních zážitků. Proto jsem do teambuildingových aktivit aplikovala týmové hry, které jsou nepostradatelnou součástí.

Na základě vytvořených teambuildingových programů jsem ke každému programu vytvořila orientační kalkulaci. Průměrná cena na osobu a den z obou balíčků je 1 750 Kč bez DPH, proto se jedná spíše o střední kategorii teambuildingových programů.

9. Použitá literatura

9.1. Tištěná literatura

DROBNÁ, Daniela a Eva MORÁVKOVÁ. 2004. *Cestovní ruch pro střední školy a pro veřejnost*. 1. vyd. Praha: Fortuna, 205 s. ISBN 80-716-8901-7.

GRŮZOVÁ, Ludmila. *Bořetice v proměnách času*. Bořetice: Pro obec Bořetice vydal Petr Brázda, 2013, 488 s. Knihnice Jižní Moravy. ISBN 978-80-87387-23-8.

HERMOCHOVÁ, Soňa. *Teambuilding*. Vyd. 1. Praha: Grada, 2006, 113 s. Vedení lidí v praxi. ISBN 80-247-1155-9.

HESKOVÁ, Marie. 2006. *Cestovní ruch: pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. 1. vyd. Praha: Fortuna, 223 s. ISBN 80-716-8948-3 .

INDROVÁ, Jarmila. 2009. *Cestovní ruch: (základy)*. Vyd. 2., přeprac. V Praze: Oeconomica, 122 s. ISBN 978-80-245-1569-4.

Kongresový a incentivní cestovní ruch. Vyd. 1. Praha: MAG Consulting, 2006, 79 s. ISBN 80-867-2420-4.

MOHAUPTOVÁ, Eva. *Teambuilding: cesta k efektivní spolupráci*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2005, 173 s. ISBN 80-7367-042-9.

PÁSKOVÁ, Martina. *Výkladový slovník cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj, 2002. 448 s. ISBN 80-239-0152-4.

PAYNE, Vivette. *Teambuilding workshop: trénink týmových dovedností*. Vyd. 1. Brno: Computer Press, c2007, vi, 339 s. Business books (Computer Press). ISBN 978-80-251-1588-6.

RYGLOVÁ, Kateřina. *Cestovní ruch: (soubor studijních materiálů)*. Vyd. 2., (1. v nakl. Key Publishing). Ostrava: Key Publishing, 2007, 81 s. Ekonomie (Key Publishing). ISBN 978-80-87071-44-1.

VEBER, Jaromír. *Management: základy, prosperita, globalizace*. Vyd. 1. Praha: Management Press, 2000, 700 s. ISBN 80-7261-029-5.

9.2. Internetové zdroje

- [1] Event marketing v cestovním ruchu. *Ministerstvo pro místní rozvoj* [online]. [cit. 2015-12-01]. Dostupné z: http://www.mmr.cz/getmedia/e03db80c-ee66-4a98-8bfa-8e73a2289031/GetFile9_4.pdf
- [2] Teambuilding. *Integrity Consulting* [online]. [cit. 2015-11-30]. Dostupné z: http://www.integrity-consulting.cz/publ_teambuilding.php
- [3] Teambuilding - budování týmu. *Tern* [online]. [cit. 2015-12-01]. Dostupné z: <http://www.tern.cz/teambuilding>
- [4] Principy teambuildingu. *Zážitkový teambuilding* [online]. [cit. 2015-12-01]. Dostupné z: <http://www.zazitkovyteambuilding.cz/teambuilding-principy>
- [5] O obci. *Bořetice* [online]. [cit. 2015-12-01]. Dostupné z: <http://www.boretice.cz/o-obci>
- [6] Kostel sv. Anny. *Bořetice* [online]. [cit. 2015-12-01]. Dostupné z: <http://www.boretice.cz/kostel-sv.-anny-dominanta-obce>
- [7] Rozhledna nad Kraví horou. *Bořetice* [online]. [cit. 2015-12-01]. Dostupné z: <http://www.boretice.cz/o-obci-z-historie-i-soucasnosti-zajimavosti>
- [8] Přírodní rezervace Zázmoníky. *Bořetice* [online]. [cit. 2015-12-01]. Dostupné z: <http://www.boretice.cz/o-obci-z-historie-i-soucasnosti-zajimavosti>
- [9] Historie Kravíhorské Republiky. *Svobodná spolková republika kraví hora* [online]. [cit. 2015-12-01]. Dostupné z: <http://www.republikakravihora.cz/republika-kravi-hora>
- [10] Co máme společného. *Hranostaj* [online]. [cit. 2015-12-01]. Dostupné z: <https://www.hranostaj.cz/hra1287>
- [11] Sochy. *Hranostaj* [online]. [cit. 2015-12-01]. Dostupné z: <https://www.hranostaj.cz/hra3761>
- [12] Kopírka do paměti. *Hranostaj* [online]. [cit. 2015-12-01]. Dostupné z: <https://www.hranostaj.cz/hra52>

- [13] Víno a vinařství. *Bořetice* [online]. [cit. 2015-12-03]. Dostupné z: <http://www.boretice.cz/vino-a-vinarstvi>
- [14] Základní. *Mapy.cz* [online]. [cit. 2015-12-03]. Dostupné z: <http://mapy.cz/s/nhGr>
- [15] Ubytování. *Pod Kraví horou* [online]. [cit. 2015-12-03]. Dostupné z: <http://www.podkravihorou.cz/ubytovani/>
- [16] Turistická. *Mapy.cz* [online]. [cit. 2015-12-03]. Dostupné z: <http://mapy.cz/s/nhF3>
- [17] Zajímavosti. *Bořetice* [online]. [cit. 2015-12-03]. Dostupné z: <http://www.boretice.cz/o-obci-z-historie-i-soucasnosti-zajimavosti>
- [18] Turistická. *Mapy.cz* [online]. [cit. 2015-12-03]. Dostupné z: <http://mapy.cz/s/nhHU>
- [19] Hotel Kraví hora Bořetice. *Svobodná spolková republika Kraví hora* [online]. [cit. 2015-12-03]. Dostupné z: <http://www.republikakravihora.cz/ubytovani-boretice/hotel-kravi-hora>

10. Přílohy

10.1. Seznam příloh

Příloha 1: Svobodná spolková republika Kraví hora

Příloha 2: Trasa Brno - Bořetice

Příloha 3: Penzion pod Kraví horou

Příloha 4: Trasa cyklostezky

Příloha 5: Bořetické rybníky

Příloha 6: Trasa pěšího výletu

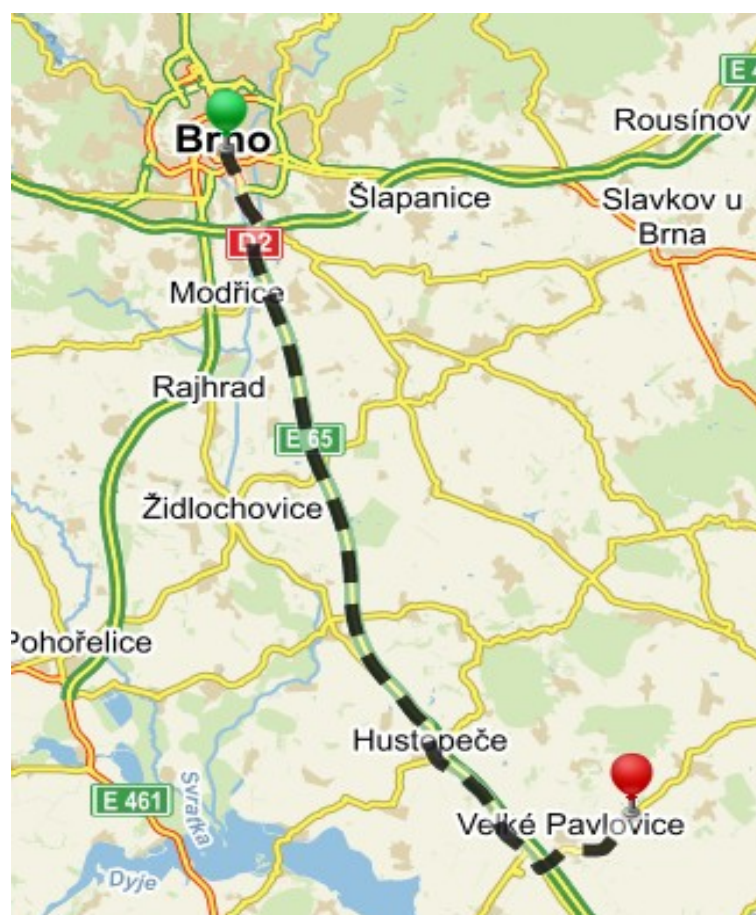
Příloha 7: Hotel Kraví hora

Příloha 8: Sběr vína

Příloha 1: Svobodná spolková republika Kraví hora [13]



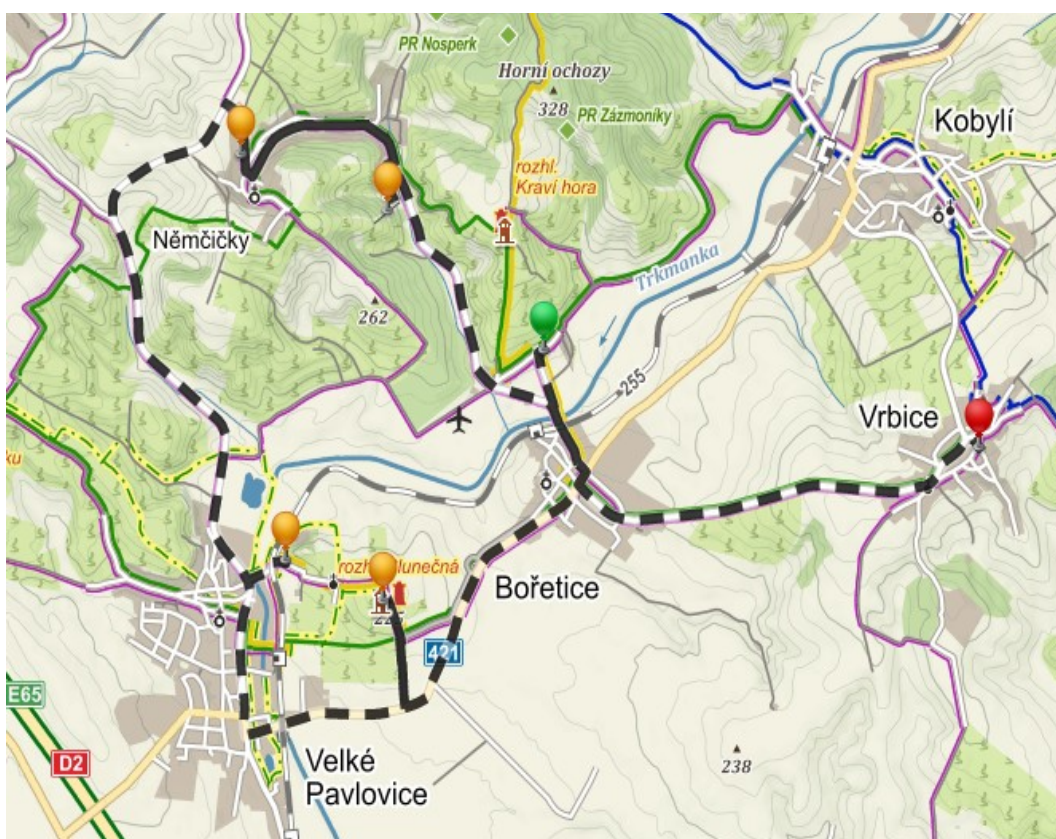
Příloha 2: Trasa Brno – Bořetice [14]



Příloha 3: Penzion pod Kraví horou [15]



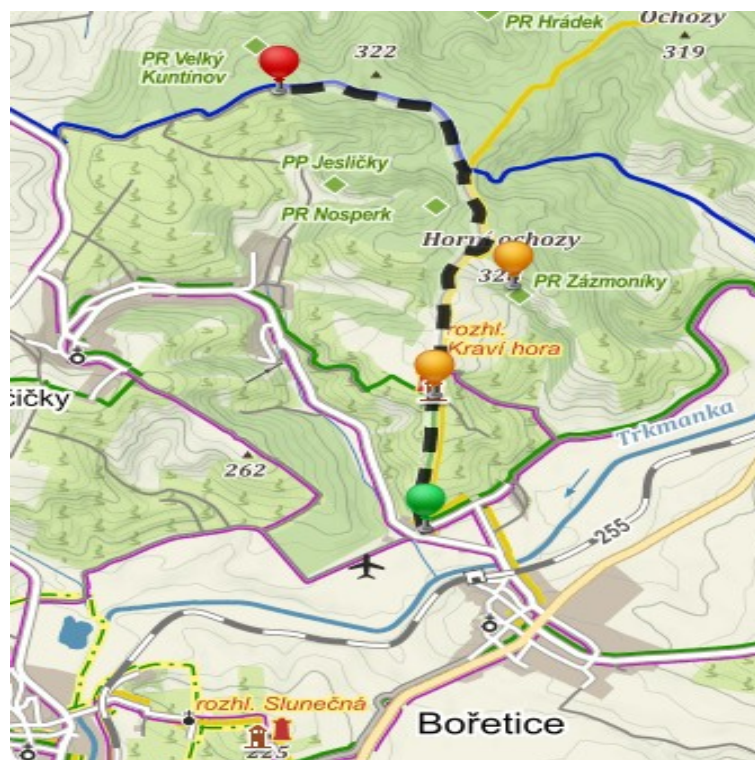
Příloha 4: Trasa cyklostezky [16]



Příloha 5: Bořetické rybníky [17]



Příloha 6: Trasa pěšího výletu [18]



Příloha 7: Hotel Kraví hora [19]



Příloha 8: Sběr vína [vlastní fotografie, 2015]

