Provozování klubu zdravého životního stylu a wellness v hotelu

Vysoká škola polytechnická Jihlava

Tolstého 16, 586 01 Jihlava

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Autor práce:	**Michaela Novotná**
Studijní program:	Ekonomika a management
Obor:	Cestovní ruch
Název práce:	**Provozování klubu zdravého životního stylu a wellness v hotelu**
Cíl práce:	Cílem bakalářské práce je stanovit preference a problémy provozování klubu zdravého životního stylu a wellness v luxusním hotelu Hilton – konkrétně Cybex health club & spa a v hotelu InterContinental – Health club & spa InterContinental, zanalyzovat poskytované služby a jejich úroveň. Zároveň se práce zabývá možnostmi zlepšení a zatraktivnění poskytovaných služeb pro eventuálního podnikatele v této oblasti.

Mgr. Pavla Erbenová
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 **souhlasím** 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 Jihlavě dne 9. května 2012

.....

Podpis

Poděkování

Ráda bych poděkovala Mgr. Pavle Erbenové za ochotu, cenné rady a odborné vedení mé bakalářské práce. Velký dík patří samozřejmě společnostem Cybex health club & spa v hotelu Hilton a Health club & spa InterContinental. V neposlední řadě bych také chtěla poděkovat mým kolegům, přátelům a rodině za rady, trpělivost a podporu.

Vysoká škola polytechnická Jihlava

Obor cestovní ruch

Provozování klubu zdravého životního stylu a wellness v hotelu

Bakalářská práce

Autor: Michaela Novotná

Vedoucí práce: Mgr. Pavla Erbenová

Jihlava 2012

© 2012 Michaela Novotná

Abstrakt

NOVOTNÁ, Michaela: Provozování klubu zdravého životního stylu a wellness v hotelu. Bakalářská práce. Vysoká škola polytechnická Jihlava. Katedra Cestovního ruchu. Vedoucí práce: Mgr. Pavla Erbenová. Stupeň odborné kvalifikace: bakalář. Jihlava 2012. 63 stran

Cílem bakalářské práce je stanovit preference a problémy provozování klubu zdravého životního stylu a wellness v luxusním hotelu Hilton – konkrétně Cybex health club & spa a v hotelu InterContinental – Health club & spa InterContinental, zanalyzovat poskytované služby a jejich úroveň. Zároveň se práce zabývá možnostmi zlepšení a zatraktivnění poskytovaných služeb pro eventuálního podnikatele v této oblasti.

Klíčová slova: Analýza služeb. Fitness. Hotel. Klub zdravého životního stylu. Relaxačně – regenerační procedury. SPA. Wellness.

Abstract

NOVOTNA, Michaela: Running of health club and wellness in hotel. Bachelor thesis.Polytechnic College, Jihlava. Tourism Studies Department. Degree of Qualification: Bachelor. Supervisor Mgr. Pavla Erbenová. Jihlava 2012. 63 pages.

The goal of this bachelor´s thesis is to determine preferences and problems of running of health club and wellness in luxury hotel Hilton - specifically Cybex health club & spa and in hotel InterContinental – Health club & spa InterContinental, to analyse services and their level. At the same time, it deals with a more attractive way to improve the services provided for the eventual businessman in this field.

Keywords: Analysis of services. Fitness. Hotel. Health club. Relaxation and regeneration procedures. SPA. Wellness

Předmluva

Ke zpracování bakalářské práce na téma provozování klubu zdravého životního stylu a wellness v hotelu mne vedlo hned několik důvodů. Oblast wellness je mi velmi blízká, neboť s ní mám pracovní zkušenost. Ráda bych se v této sféře pohybovala profesně i nadále. Služby, které wellness zahrnuje, často také využívám i jako zákazník. Jsem přesvědčena, že žít v souladu s wellness je v dnešní době jistě trendem, ale zároveň i jakousi nutností našeho životního stylu, pokud se chceme cítit dobře. Většina lidí má nedostatek nejen pohybu, ale bohužel i času a navíc jsme denně ohrožováni stresem, proto je důležité udělat si čas pro sebe a věnovat se svému zdraví a psychické pohodě. Zaměřila jsem se na provozování fitness a wellness v luxusním hotelu.

Bakalářskou práci jsem zpracovala na základě odborných publikací, které se danou problematikou zabývají. Další možností byly internetové zdroje, kde jsou informace aktuálnější, a proto více využitelné. Nápomocni mi byli také zástupci jednotlivých subjektů, s nimiž jsem dělala rozhovory a také samotní klienti využívající těchto služeb, kteří mi odpovídali na dotazníky.

Předpokládanými adresáty bakalářské práce jsou lidé věnující se této problematice a dále zájemci, jimž je dané téma nějakým způsobem blízké. Dosažené výsledky je možno použít v rámci konkrétních subjektů, s kterými jsem v rámci této práce spolupracovala nebo jako inspiraci pro podnikatelský záměr eventuálním podnikatelům.

Obsah

1 Úvod 11

2 Wellness 12

2.1 Definice wellness 12

2.2 Historie a vývoj 14

2.3 Vývoj wellness v České republice 16

2.3.1 Česká Asociace Wellness 17

2.3.2 Asociace pracovníků v regeneraci 17

3 Fitness 18

4 Relaxačně-regenerační procedury 20

5 Cestovní ruch a sportovně-rekreační služby 23

6 Ekonomické hledisko a analýza potřeb zákazníků pro sektor wellness 25

6.1 Průzkum potřeb zákazníků pro sektor wellness 25

6.1.1 Obecná frekvence využití wellness centra 26

6.1.2 Důležitost obecných charakteristik wellness zařízení 26

6.1.3 Důležitost vybavení a služeb při výběru wellness zařízení 27

7 Hotelové wellness 29

7.1 Legislativa provozovatele 29

7.2 Fitness centrum 32

7.2.1 Technické parametry 32

7.2.2 Vybavení 34

7.2.3 Hudba 34

7.2.4 Personál 35

8 Metodika 35

8.1 Interview 36

8.2 Dotazník 37

9 Praktická část 37
9.1 Hotel Hilton Prague 37
9.1.1 Cybex health club & spa 38
9.2 Hotel InterContinental Praha 39
9.2.1 Health club & spa InterContinental 40
9.3 Interpretace výsledků 42
9.3.1 Zpracování rozhovorů 42
9.3.2 Zpracování dotazníků 46
10 Shrnutí 49
11 Závěr 51
Seznam použité literatury: 53
Internetové zdroje 55
Seznam tabulek 56
Seznam obrázků 56
Seznam příloh 56

1 Úvod

V úvodu této práce je nutné vymezit základní pojmy, které úzce souvisí s danou problematikou. Těmito pojmy jsou „health club“ a „SPA“. Health clubem rozumíme klub zdravého životního stylu, je také znám jako fitness klub či fitness centrum. Je to místo vybavené speciálními stroji za účelem fyzického cvičení. V současnosti jsou health cluby rozšířené o wellness služby a provoz bazénů. *„Pojmem SPA definujeme centrum nabízející preventivní a terapeutické služby, zahrnuje vodní procedury.“* (Cathala, 2007)

V dnešní uspěchané době se stává stále častějším problémem nadváha či obezita. Jejich hlavní příčinou je nadměrná spotřeba a nevhodné stravovací návyky, doprovázené nedostatečným pohybem. Není to ovšem jen problém „estetický“, obezita je spojena s výskytem celé škály chorob, ať už to jsou nemoci nervové soustavy, koronárních cév, trávicího ústrojí nebo výskyt cukrovky. Lidé si stále častěji uvědomují, že v rámci udržování svého zdraví a fyzické kondice a v neposlední řadě předcházení nadváze či chorobám s ní spojených potřebují i čas na regeneraci a relaxaci. Jsou ochotni věnovat svůj čas a prostředky na upevňování a prevenci zdravotního stavu. Toho si samozřejmě všímají i různé subjekty v oblasti wellness. Proto stále více zařízení, ať jsou to sportovní centra, pensiony nebo hotely, zařazují wellness programy do své nabídky. V rámci ubytovacích zařízení je to jistě vítané zpestření pro hosty. Navíc tato zařízení přilákají i další klienty a zvýší se povědomí o atraktivnosti objektu případně dané lokality. Vybudování takového sportovního centra však není jednoduchou záležitostí. Je třeba zvážit mnoho aspektů, které souvisí s provozem. Musíme si uvědomit finanční stránku provozu, technické možnosti, charakter zařízení, konkurenci, atraktivnost lokality či předpokládanou klientelu. Poté bychom si měli vybrat ze široké škály činností, které můžeme zařadit do nabídky a jenž budou lákat klienty. Mohou to být jak různé druhy pohybových aktivit, kosmetiky, masáží, formování těla neboli body stylingu, výživového poradenství a mnoho dalších. Navíc oproti lázeňským procedurám, u wellness není třeba žádného zdravotnického vyšetření, takže si vybere opravdu každý, kdo chce pracovat na svém zdraví, být fit a v psychické pohodě tedy být wellness.

V této práci se zabýváme problematikou provozování klubu zdravého životního stylu a wellness v hotelu v několika tematických rovinách. První rovinou je nastínění samotné oblasti wellness. Je zde popsán vývoj wellness od historie až po současnost. Dále se seznámíme s pojmem fitness a relaxačně regeneračními procedurami, které s wellness úzce souvisí. V následující rovině je demonstrována provázanost oblasti wellness s cestovním ruchem, neboť wellness patří do oblasti rekreace a sportovních aktivit. Další rovinou je ekonomické hledisko a analýza potřeb zákazníků pro sektor wellness. Navážeme zobecněním požadavků na hotelové wellness. V poslední rovině se nám naskytne pohled přímo do praxe provozování dvou námi vybraných health clubů umístěných v luxusních hotelích v Praze.

2 Wellness

2.1 Definice wellness

Pojem wellness pochází z anglického jazyka ze slov „wellbeing a „fitness“, která lze přeložit jako „být v pohodě“ a „ve formě“ či „fit“. Můžeme ho chápat jako holistický význam pro zdravý životní styl.

Existuje řada definic wellness. Cathala (2007) wellness definuje jako stav, při kterém se cítíme dobře, v pohodě, vyrovnaně, harmonicky. Je to cesta (tedy postupy, metody, principy), která nás vede k hledanému stavu. Je to také filozofie, která vytyčuje cestu a záměr a dává smysl tomuto stavu. Pojmem wellness označujeme strukturu, zařízení či provoz, kde je realizován program s touto filozofií. Může jít o konkrétní program, techniku, metodu, proceduru, menu, které navozují tento stav, činnosti působící příjemně, zdravě a pozitivně na naši entitu, na jednotu těla, mysli, duše a energie. Wellness je prostor pohody, krásy, klidu a míru. Wellness je stav, cesta, filozofie, provoz, program a prostor.

Podle Blahušové (1995) wellness přerůstá fitness. Lidem však nejde už jen o zdatnost, ale o celý životní styl. Zdatnost je jen součástí a základem zdravého způsobu života a pohody. Zdraví je chápáno jako absence nemoci a znamená stav úplné tělesné, duševní a sociální pohody. Wellness k němu značně přispívá. Cvičením a duševními terapiemi

můžeme ovlivnit průběh onemocnění někdy lépe než užíváním léků. Wellness je prevencí vůči různým onemocněním. Péče o zdraví začíná u lidí, kteří jsou zdrávi a chtějí zlepšovat svůj životní styl, aby dosáhli životní pohody a rovnováhy – a to je podstatou životního stylu wellness.

Ve sborníku Asociace pracovníků v regeneraci z roku 2011 definují wellness jako trend správného životního stylu v dnešní přetechnizované době. Je to jakoby návrat do antiky, kde se propagovala rovnováha těla a ducha. Wellness má několik neoddělitelných částí, kterými jsou pozitivní přístup k životu, péče o fyzickou kondici, správná výživa a udržování tělesné hmotnosti, péče o tělesnou schránku, tvorba duševní rovnováhy a ochrany proti stresu.

V současnosti na wellness nahlížíme jako na kombinaci relaxačních metod doplněných lázeňskými prvky, což mohou být různé kúry a naopak lázeňské procedury bývají často doplňovány aspekty wellness produktů. Wellness je určitá forma odpočinku, při níž člověk nachází jak relaxaci, rekondici, tak regeneraci sil. Zákazník může takto upevňovat své zdraví, ale je třeba si uvědomit, že wellness služby neobsahují kompetentní odborné vyšetření, jako je tomu v lázeňství. Tento rozdíl mezi wellness a lázeňstvím je třeba si uvědomit. Lázeňství obsahuje léčebnou funkci s cílem léčit či doléčovat zdravotní komplikace, kdežto wellness je zdravotní styl a prevence předcházející zdravotním problémům. (Poděbradský, 2008)

Etymologie slova wellness sahá do 17. století. Poprvé tento výraz použil v roce 1654 sir A. Johnson jako „wealnesse“. V anglickém jazyce byl definován pojmem „dobré zdraví“. Poté v 60. letech minulého století Dr. Halbert L. Dunn, americký lékař, zavedl nový termín wellness složený z well-being neboli dobré bytí a fitness či hapiness. Popsal ho jako disciplinovanou oddanost snaze o osobní dokonalost a jako životní styl orientovaný na dosažení povzneseného stavu fyzické a psychické pohody. Z jeho teorie vyšla v 80. letech myšlenka založení National Wellness Institute, který podporoval rozvoj zdravého způsobu života, nabízel informace pro veřejnost a služby podporující osobní a odborný růst pracovníků v oblasti wellness. Ve francouzštině je pro wellness výraz bien être, v italštině zase identické ben esere. Obojí můžeme přeložit jako být dobře, cítit se dobře. (Cathala, 2007)

2.2 Historie a vývoj

Existuje více výkladů, jak koncept wellness vznikl. Počátky wellness vycházejí samozřejmě z lázeňství. V jistém smyslu se tyto dvě oblasti prolínají a vyvíjely se do 20. století společně. Do této doby byly služby wellness poskytovány jen v lázeňských prostorách. (Poděbradský, 2008)

Vody se využívalo již od starověku k léčení, relaxaci či regeneraci. Za zakladatele vodních lázní můžeme označit starověké Řecko a Řím, kde se očista těla stala důležitým rituálem. Otec medicíny Hippokrates sestavil první pravidla hygieny a prozkoumal vliv teploty koupele na lidské tělo. Nejdříve se k těmto účelům používaly jen malé nádoby. Později vznikaly sprchy, vany a bazény. Tyto koupele se stávaly stále více oblíbenými a tak daly vzniku prvním veřejným lázním tzv. balaneionům. Byly situovány do blízkosti knihoven a sportovišť. Po koupelích se stávaly také populární masáže. Až do 5. stol. př. n. l. byly tyto procedury považovány za přepych vyšších vrstev. Už tehdy se lidé hýčkali bahenními zábaly, peelingy, pitnými kúrami a právě masážemi. V tomto století se také rozvinula parní a potní zařízení. S rozrůstáním říše se šířilo i zakládání těchto zařízení do střední a západní Evropy. Zásluhy na tom měli zejména legionáři, neboť relaxační centra byla vystavována na jejich popud především v římských koloniích v Evropě, severní Africe a Malé Asii. Od 2. do 4. století prošla dynamickým vývojem. Z původních asi 200 lázeňských zařízení vzrostl jejich počet na téměř 900. Návštěva takových zařízení sloužila především společenským setkáním, sportování a hygieně. Sortiment služeb se začal rozšiřovat také o kosmetickou péči, kdy se specialisté starali o odstraňování tvrdé kůže pemzou, nanášení mastí a pleťových zábalů. Prováděla se zde i depilace. Co se týká cvičení, byly oblíbené například míčové hry, zápas či hod diskem. Dědictvím Říma je i dnes používané slovo SPA, jež je vytvořeno z počátečních písmen spojení „Sanus Per Aquam“ (přeloženo znamená „léčit skrze vodu“). Používalo se pro označení horkých pramenů, vedle kterých se stavěly bazény. V nich římští legionáři po bitvách relaxovali a léčili si svá zranění. (Poděbradský, 2008)

Myšlenkou hýčkání těla i duše se zabývali i na Dálném východě, kdy první zmínky o relaxačních procedurách pocházejí z dob 1100 let př. n. l. Budovaly se zde veřejné

lázně společné pro muže i ženy. V císařských palácích existovala i přepychová kosmetická a relaxační studia. (Poděbradský, 2008)

Ve středověku byl vývoj těchto relaxačních center potlačen, ale později se opět rozšířila i na hrady a zámky. Péči o tělo a zdraví si opět dopřávala nejvíce šlechta. (Poděbradský, 2008)

Samostatně se wellness začalo vyvíjet až v 60. letech 20. století. Jistě velmi významným krokem bylo v roce 1961 publikování knihy s názvem „High Level Wellness“, jejímž autorem byl americký lékař Halbert L. Dunn, jak již bylo zmíněno – zakladatel slova wellness. Kniha vycházela ze série jeho 13 přednášek v Unitarian Universalist Church ve Washingtonu z konce 50. let 20. století, v níž představil své myšlenky a názory na zdravý životní styl. (Poděbradský, 2008)

Wellness se stává fenoménem. V 70. letech se v USA rapidně zvýší náklady vydávané za zdravotní péči a tak je potřeba vymyslet řešení této situace a snížit spotřebu. Na objednávku vlády John Travis a Donald B. Ardell vypracují nový model managementu zdraví na principu odpovědnosti každého jedince za své zdraví a prevence. V 80. letech byl pojem wellness už v povědomí jak v Americe, tak i v západní Evropě. Po vlně fitness, který reprezentovala například průkopnice Jane Fondová s různými formami aerobiku, bodybuildingem, joggingem, spinningem a mnoha dalšími, přišlo na řadu wellness, jenž není založeno tak jako právě fitness na heslu „Pro krásu se musí trpět“, kdy se vedle transformovaného těla, pocitu stavu fit a dalších pozitivních výsledků skrývá pot, bolavé tělo, někdy i nehody systému srdečního a vazivového z neadekvátního přetížení, ale na programu hýčkání. (Cathala, 2007)

V průběhu posledních dvaceti let se wellness dále vyvíjelo a tak fitness centra začala přejímat pasivnější formy a pomalejší techniky jako například pilates, jógu, strečink, masáže jak sportovní, tak i v kombinacích s kosmetickými ošetřeními. To byl právě začátek přechodu generace fitness do generace wellness. Také lázeňská zařízení reagovala na ekonomický vývoj a začala rozšiřovat svou nabídku i pro klienty poptávající se po regeneračních a relaxačních programech v příjemných místech spojených s odborníky a vhodnými přírodními zdroji. V současnosti vznikají centra

s koncepcí vytvoření dokonalého prostoru, kde je možno spojit všechny výše zmiňované složky tak, aby vyhovovaly potřebám a touhám člověka, který má zájem o zdravý životní styl. (Cathala, 2007)

2.3 Vývoj wellness v České republice

Do České republiky dorazilo wellness až později kvůli událostem před rokem 1989, tedy v 90. letech 20. století. K jeho dynamickému rozvoji došlo až na začátku 21. století, kdy se začalo s aktivní propagací zdravého životního stylu a zdravé výživy. S postupem času se začíná více dbát na zdravotní stav, fyzickou kondici, relaxaci a důraz na osobní rozvoj jedince. Je také možné, že důvodem zpoždění mohl být i pohled Čechů na to, jak vnímají lázeňskou péči. Zatímco v západních zemích je vnímána jako synonymum pro relaxaci, odpočinek nebo kosmetické záležitosti, u nás jde spíše o charakter medicínský. (Poděbradský, 2008)

Wellness se stává stále populárnějším a perspektivnějším oborem podnikatelské činnosti. Služby, které nabízí, mohou být čerpány v rámci lázeňských míst, kde má wellness spíše funkci doplňkovou, či je zahrnuto do tzv. produktových balíčků nebo mohou být nabízeny ve formě specializovaných wellness center či kosmetických a fitness studií. Ve wellness centrech můžeme hledat obvykle prostory pro sport, tenisový či squashový kurt, sály na aerobik, spinning, jógu, pilates a jiné druhy cvičení. Rozšiřují se i nabídky masážních a kosmetických služeb, také saun, solárií a vířivek. Zákazníci hlavně zahraniční si poměrně rychle zvykli na vysoký standard poskytovaných služeb, tudíž je třeba zabezpečit jejich kvalitu. V České republice zatím standardy přesně stanovené nejsou, ale v roce 2010 probíhalo zpracování analýz kvality služeb pro sektory hotelnictví, gastronomie, wellness, průvodců, cestovních kanceláří a cestovních agentur, jehož cílem bylo zmapování kvality služeb v cestovním ruchu v daných sektorech, získání relevantních zkušeností ze zahraničí a navržení modelů fungování, v rámci kterých by mohla být systémovým způsobem kvalita služeb v České republice vyřešena, což jistě povede ke zlepšení poskytovaných služeb a zvýšení konkurenceschopnosti podnikatelských subjektů. V roce 2007, jenž můžeme považovat za mezník v historii wellness v České republice, byla založena Česká asociace wellness. (Poděbradský, 2008)

2.3.1 Česká Asociace Wellness

Česká asociace wellness, o.s. (ve zkratce ČAW) je státem registrovaná, nezávislá, nepolitická, odborná, dobrovolná a otevřená zájmová organizace. Je sdružením právnických a fyzických osob působících v oblasti wellness. Cílem této organizace je například rozvoj a propagace oblasti wellness všemi dostupnými prostředky, jako jsou publikace, konference, veletrhy. ČAW podporuje kvalitní rozvoj v oblasti wellness a certifikaci subjektů wellness. Chce rozvíjet vzdělávací aktivity v oblasti wellness, napomáhat vytváření podmínek pro zvyšování kvalifikace a zajišťování rekvalifikace pracovníků odvětví, pořádat či spolupořádat školení, kurzy a odborné semináře, poskytující aktuální informace z oboru. Dále pak nabízí společné marketingové aktivity nebo se snaží o kolegiální vztahy s odbornými organizacemi, institucemi a živnostenskými společenstvy v tuzemsku i zahraničí ke spolupráci a výměně zkušeností. [4]

V Evropě jsou pak dvě asociace s dlouholetou tradicí zaměřující se na SPA. Vytvářejí normy a jejich realizaci. První asociací je ESPA (Evropská asociace SPA), slučuje většinu evropských zemí. Další asociací je francouzská SPA-A, ta se k evropskému záběru teprve připravuje. Sdružuje nejvýznamnější odborníky v oblasti wellness a SPA v marketingu, vědě, vzdělávání, managementu a podobně. Přispívá různými formami k rozvoji zdravého životního stylu mezi širokou veřejností. (Cathala, 2007)

2.3.2 Asociace pracovníků v regeneraci

Dalším sdružením v oblasti wellness je organizace Asociace pracovníků v regeneraci, která sdružuje bazény, sauny, maséry, provozovatele a poskytovatele regeneračních služeb, projektanty, školící střediska a dodavatele produktů zdravého životního stylu. V rámci této organizace vznikají nové tematické sekce. Pořádají různé semináře, konference či exkurze, kde poskytují možnost odborného růstu pracovníkům pracující v této oblasti. Poskytují i poradenství pro investory při výběru dodavatelů a projektantů pro investiční činnost v oblasti bazénů, koupališť a ostatních regeneračních pracovišť i odbornou pomoc pro stavební úřady a hygienický dozor. [2]

3 Fitness

Součástí wellness je fitness neboli tělesná zdatnost, což je schopnost těla efektivně fungovat s optimální účinností a hospodárností. Má více částí a všechny souvisejí se zdravím. Jsou to svalová síla, svalová vytrvalost, složení těla, kloubní pohyblivost, kardiorespirační vytrvalost. Nejdůležitější součástí fitness je kardiorespirační vytrvalost. Tento pojem znamená schopnost přenášet důležité živiny, především kyslík, pracujícím svalům a odstraňovat přebytečné produkty vzniklé během dlouhého fyzického vypětí. To má za následek zlepšení funkce srdce, cév a plic, redukci rizikových faktorů jejich onemocnění. Nejúčinnějším prostředkem pro zlepšení vytrvalosti je aerobní cvičení. (Blahušová, 1995)

Podle Cathaly (2007) je fitness souhrn aktivit, které přinášejí cvičícímu formu „fit“, ať už z pohledu plastičnosti těla, nebo jeho funkčnosti a zdraví. Je to posilování částí těla, bodybuilding a cvičení různých forem.

Prostředkem, díky kterému zvyšujeme svou vytrvalost, může být kardiofitness. Kardiofitness aktivity jsou vytrvalostními disciplínami s prvky síly a rychlosti. Lze je provádět v podstatě v jakémkoli věku a jsou jak pro lidi s minimální kondicí, tak pro výkonnostní sportovce či lidi se zdravotním handicapem. Tyto aktivity mohou mít individuální i skupinový charakter a lze při nich využít i hudební doprovod. Cílem je zlepšit zdravotní stav, udržet věku odpovídající výkonnost, navodit dobrou náladu a radost z pohybu. Kardiofitness nám umožňuje udržovat si přiměřenou tělesnou zdatnost, mít zdravé a výkonné srdce, mít přiměřeně silné svalstvo, udržovat si pohyblivost kloubů, předcházet zdravotním problémům a v neposlední řadě mít dobrou náladu a radost z pohybu. (Dýrová, Lepková a kolektiv, 2008)

Další částí je svalová síla - schopnost svalu vydat maximální sílu proti odporu. Je charakteristická vysokou intenzitou a krátkou dobou trvání výkonu - například když zvedáme těžké břemeno. Svalovou sílu rozvíjíme s určitou zátěží, když cvičíme s činkami nebo posilujeme přímo na strojích. Oproti tomu svalová vytrvalost je schopnost svalu opakovaně vydávat sílu proti jistému odporu nebo také vydržet ve svalové kontrakci. Aktivita je dlouhodobější ale s nižší intenzitou. Svalovou vytrvalost

můžeme rozvíjet posilováním s lehkými činkami, cvičením s posilovacími gumami nebo kalanetikou. Strečinkem pak přispíváme k dobré kloubní pohyblivosti a flexibilitě, aby nedocházelo k poškozování kloubů, vazů a svalů. Množství podkožního tuku a množství základní tělesné hmoty ukazuje složení těla. Tělesnou hmotu tvoří svaly, kosti, tělesné orgány a tekutiny. Pro úroveň fitness je důležitější podíl podkožního tuku vzhledem k základní tělesné hmotě než celková tělesná hmotnost. U žen a mužů se o trochu liší. (Blahušová, 1995)

Úroveň zdatnosti můžeme zlepšit pravidelnou aerobní činností, která zlepšuje vytrvalost a zároveň zrychluje metabolismus, což je látková přeměna v těle, kdy se spalují zásoby podkožního tuku a zároveň se zabraňuje ztrátě svalové hmoty na úkor vaziva. Je také třeba nutit svaly k činnosti, neboť mají tendenci věkem chřadnout a zmenšovat se tedy atrofovat. Na to je vhodné posilování, svaly se zpevní a zvětší. Schopnější svaly nám umožní lepší pohyb. Optimální kloubní pohyblivost získáme pravidelným již zmiňovaným strečinkem. Zároveň si nebudeme poškozovat klouby a vazy. (Blahušová, 1995)

Strečink je přínosný pouze tehdy, pokud ho provádíme správnou technikou. Abychom měli výsledky, musíme ho zařadit jako pravidelnou součást svého tréninkového programu a věnovat se mu vícekrát během dne několik minut. Měli bychom ho provádět pozvolna, pomalu a správně. Tím předcházíme poranění v průběhu samotného protahování. Přínos strečinku spočívá v tom, že může přispět k prohloubení duševní a tělesné relaxace sportovce, zintenzivňuje pohybové vnímání, snižuje nebezpečí úrazu, může také zmírnit závažnost bolestivé menstruace u sportovkyň a také snižuje svalové napětí. (J. Alter, 1999)

Musíme si také hlídat, aby v těle nepřevažoval tuk, protože nadměrná vrstva tuku nám znepříjemní pohyb, zpomalí dýchání, krevní cirkulaci a v neposlední řadě zvýší krevní tlak. Cvičení je důležité, neboť člověk je tvor uzpůsoben tělesnému pohybu, kterému dnešní doba brání sedavým způsobem života. Není dost vhodných příležitostí k fyzické práci. Pokud chceme zdravě žít, je nutné do svého života zahrnout pravidelné cvičení. (Blahušová, 1995)

Důležité je také, jak správně cvičit. Určitě bychom měli postupovat pomalu. Začneme více chodit a prodloužíme dobu pohybu i tempo. Chůze je nejpřirozenější pohyb člověka, zapojuje se velké množství svalů, a tak je pozvolna připravíme na vyšší zátěž. Dalším krokem je navštívení fitcentra, kde provozují poradenskou službu. Odborný trenér nám pomůže vyřešit řadu otázek ohledně cvičení a stravy. Také nám pomůže sestavit vhodný cvičební plán včetně posilování i protahování. Zpočátku budeme zpevňovat svaly kolem páteře, což jsou svaly břicha, hýždí a zádové svaly. Pak budou následovat cviky posilující hrudník, prsa, paže, nohy a krk. Měli bychom si vybrat nějakou doplňující sportovní aktivitu jako například plavání nebo cyklistiku. U těchto sportů jsou minimalizovány nárazy na klouby. Pokud rádi cvičíme na hudbu, můžeme si vybrat z různých aerobikových programů. Pokud neradi cvičíme v kolektivu, dnes už není výjimkou najít si osobního trenéra. Trenér je nejlepší krok, jak se naučit správnou techniku, kdy střídat cviky protahovací s posilovacími a jak je řadit za sebou. Také nám poradí, kolikrát cviky opakovat a v jakém tempu. Je nutné mít na paměti, že půlka úspěchu práce na našem zdraví a vzhledu závisí na správné životosprávě. (Jarkovská H. a Jarkovská M., 2005)

4 Relaxačně-regenerační procedury

Relaxace je somatický i psychický stav uvolnění. V tomto stavu dochází k fyziologickým změnám, jako je: pokles svalového napětí, snížení prokrvení svalů, snížení dechové i tepové frekvence, krevního tlaku a změny metabolismu. K hluboké relaxaci dochází ve spánku. (Stackeová, 2011)

Podle Stackeové (2011) definujeme regeneraci jako proces, který zahrnuje všechny děje vedoucí k návratu tělesných i psychických sil, jejichž klidová rovnováha byla předcházející činností narušena. Schematicky tento proces můžeme znázornit jako práci – únavu – zotavení neboli regeneraci. Únavu označujeme jako komplexní děj, při kterém nastává snížená odezva tkání na podněty. Dochází jak k poklesu výkonu fyzického, tak i mentálního. Sníží se nám energetické rezervy a hromadí se produkty metabolismu – například laktát. Nastane narušení vnitřního prostředí organismu a poruchy nervosvalového přenosu. Odlišujeme únavu místní a celkovou. V průběhu

regenerace se obnovují energetické zdroje, homeostáza a upravují se regulační a koordinační mechanismy.

Relaxovat, uvolňovat svaly, prohřívat klouby, čistit pokožku a udržovat dobrou fyzickou i psychickou kondici chodíme do míst, která se nazývají SPA. Někteří užívají těchto procedur dokonce cíleně na určité nemoci či momentální poruchy. Jsou to ideální balíčkové procedury. Cílem je prohřát organismus, uvolnit ho, otevřít a pročistit póry pokožky a připravit i periferní oběhový systém na následující regenerační procedury, které probíhají pak již většinou individuálně. Většinou jsou tyto prostory často vybaveny spolu se společnými tepelnými procedurami relaxačním bazénem. Návštěva SPA je prevencí tělesného i psychického zdraví. Co se týká saun, jsou alternativou koupelen, prostorů pro očištění těla, relaxace tělesné a psychické a společenské místnosti. V severských zemích jsou tradičně používány. Mají tam dobré předpoklady a podmínky, aby měl saunu doma téměř každý. Teplota v sauně se pohybuje okolo 80–100 °C a relativní vlhkost je 10–15 %. Dochází zde vedle uvolnění i k pocení a ke zrychlení látkové výměny. Mohou být různého charakteru podle tvaru, velikosti, kvality dřeva, způsobu stavby, zdroje zahřívání. Nejznámější jsou ruská a finská sauna. Sauny se vyvíjejí a doplňují dalšími elementy tak, aby se zpříjemňoval pobyt a zlepšily se terapeutické účinky. Takovým příkladem může být procedura, kdy klient dostává v sauně peeling z medového krému, med v teple vydává své aroma a pokožka se zároveň rychle čistí. Po saunovém procesu je na řadě masáž, která může být také medová. Med působí zároveň detoxikačně. Není divu, že se populárními stávají i aromasauny, kdy vybrané esence provoní saunu a umocní psychické uvolnění. Esence jsou smíchány s vodou a jsou vstřikovány na lávové kameny na topidle a vůně se tepelným šokem rozlévá do prostoru. Pro astmatiky a alergiky je vhodná zase infrasauna. Funguje na principu prohřívání lidského organismu pomocí přenosu tepelné energie infrazářením ne horkým vzduchem v sauně. Nemají tak vysokou teplotu (cca 50–55 °C) a výsledkem nemusí být pocení. Může se provozovat i v oblečení. Slouží k předehřátí organismu, uvolní svalstvo, klouby, šlachy před výkonem. Také může zlepšit metabolismus. (Cathala, 2007)

Nejmodernější světové studie wellness zařízení a SPA je rozřazují podle typologie čínské tradiční filozofie do Pěti ročních období. Je to podle vybavení center a kategorie

klientů. Období léto představuje převahu tepelných zdrojů. Typickým zařízením je infrasauna. V letním období podle čínské medicíny zastupuje smyslový orgán řeč. V takových centrech probíhá lehká konverzace, diskuse a veselí. K tomuto období přísluší hořká chuť. Je doporučeno podávat hořké nápoje, jako jsou cinzano, becherovka, nesladký čaj a k tomu hořkou stravu – například hořké mandle. Klienty pak budou většinou muži, mladší a střední věkové kategorie, převážně v silné ekonomické pozici, podnikatelé, manažeři nebo právníci, s velkými ambicemi na společenský vzestup. Chtějí se zviditelnit a jejich vystupování je beze studu a hlučné. Podobné centrum bude mít s touto klientelou perspektivu prosperity. Ideální čas na otevření takového centra je samozřejmě léto. Podobně rozpracované studie jsou i pro ostatní čtyři typologie. Tam, kde dominuje vodní vybavení, jsou návštěvnicemi spíše ženy. V tomto prostředí se setkají s energiemi, najdou zde bezpečí, jistotu a oporu. Tato zařízení by měla mít tmavší design, voda by měla směřovat dolů, v podobě vodopádů. Není třeba, aby byla centra zaměřena na čínskou medicínu, ale mohou se inspirovat radami světových specialistů ve wellness poradenství. (Cathala, 2007)

K vysvětlení vzniku a významu SPA existují různé teorie. Jedna z nich říká, že je to zkrácenina latinského „sparsar“, stříkat a ostřikovat. Jsou to techniky terapeutické práce s vodou. Tato interpretace dává slovu vznik v období starověkého Řecka a Říma. Další teorií je, že SPA vzniklo sloučením prvních písmen výrazu Sanitas per Aquam, což znamená zdraví skrze vodu, hygiena z vody, což je asi ve světě wellness a SPA nejpravděpodobnější. V Americe pojem SPA nenavazuje na evropskou tradici lázeňství, kultivovanou mnoho tisíciletí. Můžeme se setkat se SPA salonem, který je kosmetický, SPA centrem nabízející solária nebo nehtové techniky. Podobně pojímá SPA také Velká Británie. (Cathala, 2007)

Další péče, které se nám dostává ve wellness zařízeních, jsou kosmetické služby. Nabízejí péči o pleť obličeje, ale i procedury těla. Dělí se na procedury těla – peeling, masáž, maska a tak dále. Tyto služby využívají hlavně ženy, ale v poslední době hranice padá i pro muže. Ti mají své vlastní procedury, originální řady, své krémy, parfémy a zábaly. (Cathala, 2007)

Dalšími procedurami jsou masáže. Působením dotyků se nám může dostat pomoci, pokud zamíříme přímo k fyzioterapeutovi, nebo opět docílíme příjemné relaxace a odpočinku. Po sportovních aktivitách pomáhají k uvolnění svalů a regeneraci. Někdy mohou být v kombinacích s různými peelingy, zábaly, speciálně zaměřené na odbourávání tuků, detoxikaci a podobně.

Dotekem nastolujeme tělesný kontakt nebo můžeme emocionálně ovlivnit, neboť hmat je první ze smyslů, který se u nás začíná vyvíjet už v zárodku v šestém týdnu těhotenství a je základem všech nástrojů komunikace. Po narození se dotýkáme a kvalita doteků, kterých se nám dostává, určují v dospělosti i naše sebevědomí, schopnost navazovat trvalé vztahy, také umění být v souladu sami se sebou jak po tělesné, tak i po duševní stránce. Účinky masáží jsou dokládány již tisíce let. Masáž prospívá a při pravidelném užívání se člověk cítí klidnější, zdravější a šťastnější. Je to způsobené tím, že masáž spouští pod povrchem kůže složité procesy. Některé způsobí stimulaci, některé zase relaxaci. Doteky zvyšují hladinu oxytocinu, hormonu, který člověka dokáže uvolnit a to je v dnešní uspěchané době velice důležité. (Kavanagh, 2008)

5 Cestovní ruch a sportovně-rekreační služby

„Cestovním ruchem se rozumí soubor činností zaměřených na uspokojování potřeb souvisejících s cestou a pobytem osob mimo místo trvalého bydliště, zpravidla ve volném čase, za účelem zotavení, poznání, společenského kontaktu, kulturního a sportovního vyžití, lázeňského léčení a pracovních cest.“ (Orieška, 1999)

Toto konstatování znamená, že člověk má určité potřeby neboli pocit nedostatku něčeho, co je pro jeho život důležité a nezbytné a nutí ho to k určitému chování. Potřeby jsou vymezovány a formovány vývojem společnosti, tradicemi, etickými a právními normami. Jsou uspokojovány volnými statky, což jsou hmotné statky tedy zboží a užitné efekty nehmotného charakteru – služby. Na trhu cestovního ruchu se prodávají především služby, jejichž výsledkem je buď individuální, nebo společensky užitečný efekt. Struktura služeb, jimiž se uspokojují potřeby účastníků cestovního ruchu, je různorodá a uspokojuje jak potřeby primární, například potřeba sportovního vyžití, poznávání kulturních a historických pozoruhodností, odpočinku, zábavy a podobně, tak

potřeby sekundární - realizační, jimiž podmiňujeme efektivní uspokojení cílových potřeb. Rozsah uspokojení potřeb účastníků cestovního ruchu vyjadřuje spotřeba. Ta úzce souvisí se životní úrovní. Nejčastěji se služby cestovního ruchu dělí podle funkcí ve vztahu k jednotlivým uspokojovaným potřebám. Služby wellness řadíme do sportovně-rekreačních služeb. Tyto služby je možné z hlediska cíle účasti na cestovním ruchu považovat za jedny z nejvýznamnějších. Účastníci mohou aktivně využít přírodních či uměle vytvořených předpokladů pro rozvoj sportu či rekreace. Jsou to služby, které souvisí s využíváním hřišť, tělocvičen, sportovních hal, bazénů jak otevřených tak krytých a dalších sportovních či rekreačních zařízení. Mnohdy označujeme tyto služby jako služby volného času. (Orieška, 1999)

Protože wellness se vyvíjí ruku v ruce s lázeňstvím, můžeme ho také řadit do zdravotního cestovního ruchu. Určitě je ale nutné tyto dvě odvětví oddělovat. Také bývá často spojován s jinými formami cestovního ruchu – jako například incentivního a kongresového cestovního ruchu. Účastníci kongresového cestovního ruchu často vyhledávají odreagování po náročných jednáních právě poblíž kongresových akcí. V rámci incentivního cestovního ruchu mohou účastníci využívat wellness jako doplněk různých teambuildingových programů, setkávání se zákazníky nebo jako odměnu úspěšným zaměstnancům. (Poděbradský, 2008)

V rámci hotelu jsou služby wellness služby doplňkové. Zejména pro hotely vyšších tříd je důležitá existence čerpání sportovních a relaxačních služeb. Hotel nabízí tento typ služeb podle velikosti a třídy hotelu. Tyto služby jsou všeobecně známé, ale uspokojují jen část potřeb hotelových hostů. Je také třeba najít jedinečnost v poskytovaných službách. Pro zajištění těchto služeb je potřebná jejich údržba. Tu zajišťuje ve většině případů technický úsek. U některých sportovišť je obvyklá přítomnost baru na občerstvení. (Beránek, Kotek, 2007)

Wellness centrum pro samotný hotel znamená určitě zvýšení atraktivity a konkurenceschopnosti. U hotelů vyšší kvality v dnešní době znamená wellness centrum podmínku úspěchu. Čím více chceme zaujmout, tím zajímavější služby bychom měli poskytovat. Zároveň je dobré ladit celkovou atmosféru hotelu. Rozšíření nabídky

o wellness procedury mohou prodloužit sezónu a tím pádem navýšit zisk. (Poděbradský, 2008)

6 Ekonomické hledisko a analýza potřeb zákazníků pro sektor wellness

Nejenže když náš život přizpůsobíme zdravému životnímu stylu, bude to mít pozitivní dopady na naše zdraví, pohybová aktivita má také značný ekonomický přínos. Nejvíce kladně ovlivní oblast redukce nákladů na léčbu, zvyšování produktivity práce a vytváření zdravějšího fyzického a sociálního prostředí. Ekonomické důsledky nízké úrovně pohybové aktivity mají vliv nejen na jednotlivce, ale i na celou společnost. Podle posledních statistických průzkumů se ve vyspělých zemích ukazuje, že zátěž nízké úrovně pohybové aktivity v populaci je značná. Když se opět vrátíme k USA, ekonomičtí odborníci spočítali, že investicí jednoho dolaru do podpory pohybové aktivity ušetříme 2 dolary ve zdravotnictví. Výzkum z roku 1998 ukazuje, že aktivní člověk průměrně ušetří 500 amerických dolarů za rok na výdajích na zdravotní péči. Na léčbu nemocí způsobených pohybovou inaktivitou v roce 2000 bylo vyčísleno americkým ministerstvem zdravotnictví na 75 miliard amerických dolarů, což je asi 9 % peněz z rozpočtu zdravotnictví (World Health Organization, 2003). V USA by se tedy mohlo ušetřit až 5,6 miliard dolarů, kdyby 10 % lidí se sedavým životním stylem začalo pravidelně chodit (Jones & Eaton, 1994). [5]

6.1 Průzkum potřeb zákazníků pro sektor wellness

Společnost INCOMA GfK zpracovala v dubnu v roce 2010 pro Ministerstvo pro místní rozvoj průzkum potřeb zákazníků pro sektor wellness. Průzkum byl prováděn dotazováním u vybrané cílové skupiny respondentů. Respondenti byli ve věku od 18 let a výše, posledních šest měsíců se neúčastnili žádného výzkumu trhu či veřejného mínění a nepracují v oblasti fitness a wellness. Tito respondenti sportují alespoň dvakrát týdně a během šesti měsíců využili služeb wellness centra. Výsledky výzkumu jsou uvedeny v následujících podkapitolách. [1]

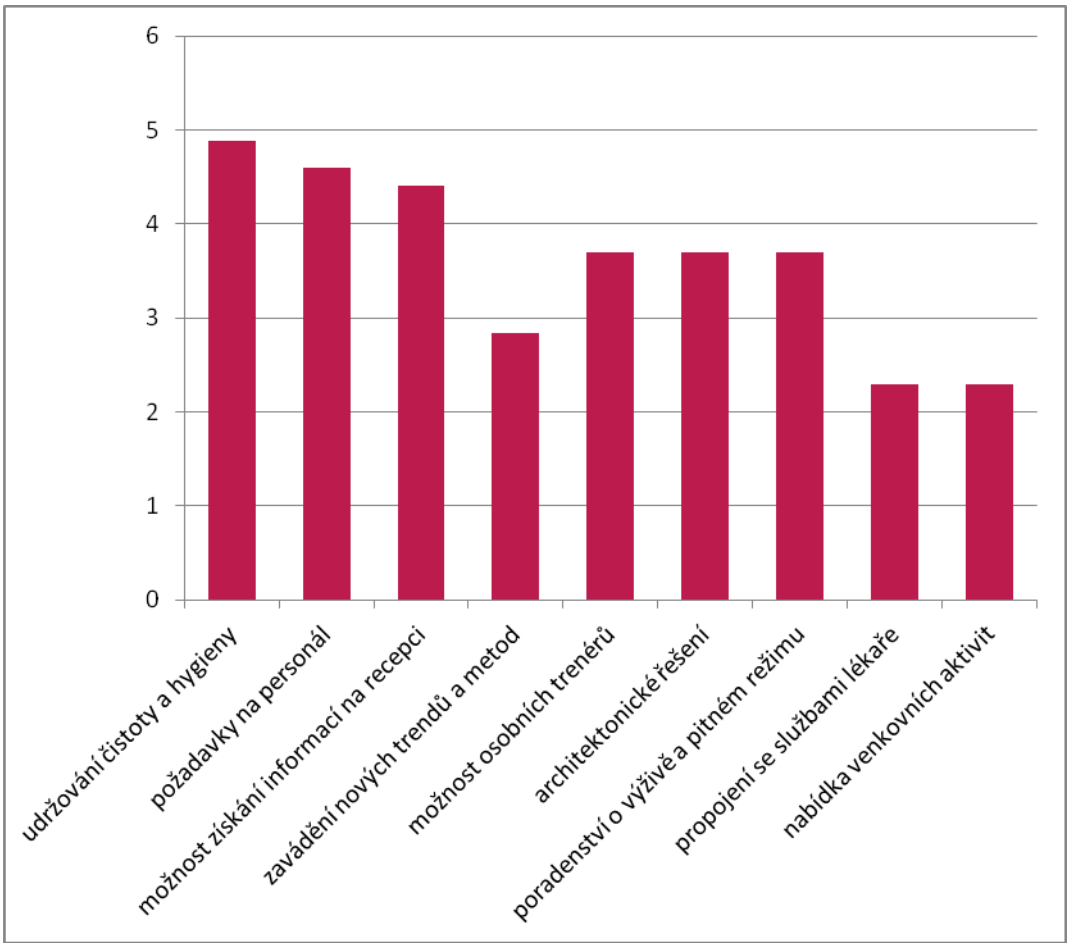
6.1.1 Obecná frekvence využití wellness centra

Lidé, kteří byli dotazováni, aktivně sportují alespoň dvakrát týdně. Frekvence dvakrát až třikrát týdně je charakteristická pro dvě třetiny sportujících, denně z nich pak sportuje 15 %. Více jak čtyřikrát týdně a i častěji sportují hlavně muži, vysokoškoláci a obyvatelé žijící ve velkých městech. [1]

V této zmíněné skupině respondentů alespoň jednou týdně využívá wellness zařízení 24 % lidí, jednou za měsíc pak 37 % lidí. Vyšší frekvence návštěv je u vzdělanějších, lépe situovaných respondentů a také u obyvatel větších měst. [1]

6.1.2 Důležitost obecných charakteristik wellness zařízení

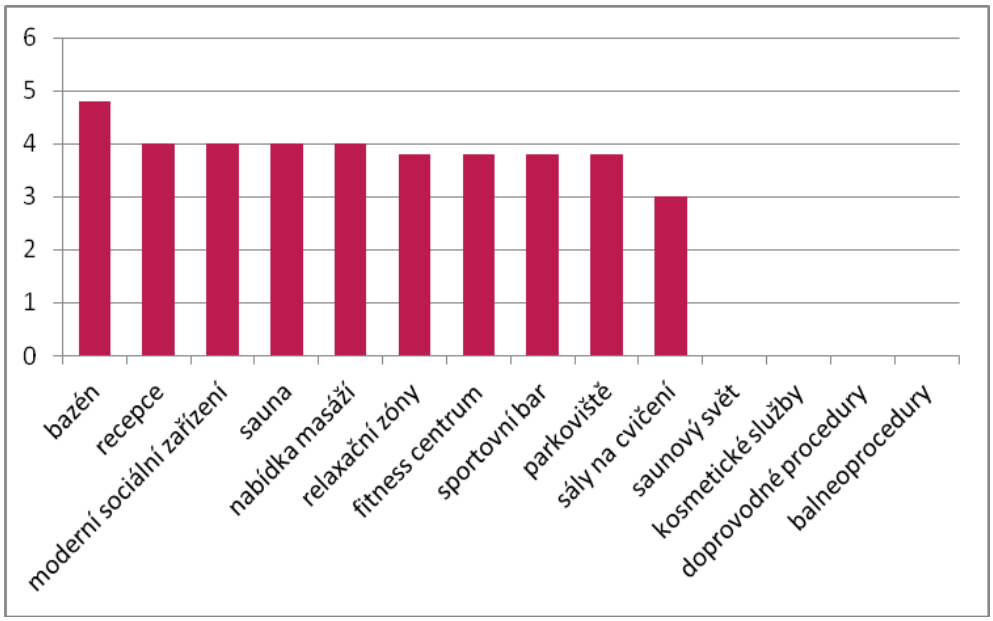
Jednoznačně nejdůležitějším parametrem wellness centra je udržování čistoty a hygieny. Je to velmi důležité pro většinu dotázaných - zejména pro starší, ženy, vzdělané a obyvatele větších měst. Dalším stěžejním parametrem jsou požadavky na personál: vstřícnost, přátelský přístup a kvalifikace. Za nimi je možnost získání informací přímo na recepci. Další kritéria jsou pro někoho důležitá a pro někoho naopak ne. Patří sem zavádění nových trendů a metod, poté možnost osobních trenérů, architektonické řešení, poradenství o výživě a pitném režimu. Relativně málo dotázaných považuje za důležité propojení se službami lékaře (spolupráci se zdravotnickým zařízením, diagnostické prohlídky – jsou důležitější pro ženy, starší klienty a v případě malých lázeňských měst) a nabídku venkovních aktivit. [1]



Obrázek 1 – Důležitost obecných charakteristik wellness (zdroj: vlastní)

6.1.3 Důležitost vybavení a služeb při výběru wellness zařízení

Naprostá většina respondentů považuje za základní pilíř nabídky wellness centra bazén. Dále je nutností recepce, moderní sociální zařízení, sauna a nabídka masáží, těsně následují relaxační zóny a fitness centrum. Relativně vysokou důležitost má přítomnost sportovního baru a dostatečného parkoviště. Nižší je zájem o sály na cvičení (dáno nižším zájmem mužů), u dalších prvků jde často o přístup „může a nemusí“ u části klientů – to se týká saunového světa, kosmetických služeb, doprovodných procedur, balneoprocedur. V případě vitálního světa, SPA zóny a částečně i kardiozóny je kromě indiferentního postoje častá i neznalost náplně pojmu – „neví“ až čtvrtina dotázaných. [1]



Obrázek 2 – Důležitost vybavení a služeb při výběru wellness zařízení (zdroj: vlastní)

Míra využití vybavení a služeb wellness center závisí na více faktorech – na nabídce wellness centra a na skutečnosti, zda nabídku zákazník vůbec zaznamenal a samozřejmě na míře jeho zájmu o ni. Často je využíváno a k dispozici už ve většině wellness centrech recepce, poskytnutí moderního sociálního zařízení, bazénu, parkoviště a sportovním baru. Velká nabídka, ale střední využití je u saun, relaxačních zón, fitness centra a masáží. Střední nabídka a střední využití je u sálů na aerobní cvičení, kosmetických služeb, vodních a balneo procedur. Malé povědomí o nabídce a nižší využití je u SPA zóny, cardio zóny, vitálního světa a doprovodných procedur. [1]

Speciálně byla zjišťována míra využití posilovny v rámci wellness center. Její využití připouští necelá polovina návštěvníků (48 %), více muži, vzdělanější respondenti, využití klesá s rostoucím věkem. S odborným dohledem posiluje raději 40 % z nich (spíše ženy a starší cvičenci) – trenér je pro ně zárukou správného a bezpečného provádění cviků a odborných rad. Samostatně cvičí raději 47 %, kteří si rádi sami stanoví tempo a zátěž při cvičení. [1]

7 Hotelové wellness

Hotely mohou nabízet tyto služby buď jako součást nabídky hotelových služeb nebo jako hlavní specializaci ubytovacích zařízení. Zpravidla zde bývá k dispozici relaxační centrum, fitness centrum, kosmetický salón a bazén. (Poděbradský, 2008)

Pokud si máme představit místo, kde se nám dostává individuální péče, většině z nás se vybaví kosmetický salon nebo lázeňské zařízení. Ve světovém wellness je už ale mnoho míst, kde najdeme podobné služby, a to jak individuální, skupinové nebo kombinované. V posledních letech se rozrůstá seznam hotelů, kde wellness nebo spa centrum je již standard a také marketingová výhoda, nejen známka luxusu. V některých zařízeních se můžeme setkat také s výchovně vzdělávacími a informačními programy, přednáškami, semináři a školeními. (Cathala, 2007)

7.1 Legislativa provozovatele

Hotelové zařízení jakožto provozovatel služeb klientům se řídí ustanovením Živnostenského zákona. V červenci v roce 2008 proběhla novelizace tohoto zákona na provozování sportovních a tělovýchovných zařízení. Živnost „Provozování tělovýchovných a sportovních zařízení a organizování sportovní činnosti“ je nově živností volnou (příloha č. 4 Živnostenského zákona). Není už nutné, aby měli provozovatelé rekvalifikační kurz, ani vyšší vzdělání tak, jak tomu bylo dříve. Při zajištění provozu se ale podnikatel musí řídit přílohou č. 5 Živnostenského zákona, která stanovuje „Seznam živností, jejichž výkon je podnikatel povinen zajistit pouze fyzickými osobami splňujícími odbornou způsobilost, a odborné způsobilosti pro výkon těchto činností“ (dříve byl podobný seznam součástí Nařízení vlády).

Tato příloha přesně stanovuje požadavky na způsobilost mimo jiné u:

- poskytování tělovýchovných a sportovních služeb v oblasti …
- masérských, rekondičních a regeneračních služeb

- provozování solárií
- kosmetických služeb
- pedikúry, manikúry

Následující živnosti už jsou tedy vázané. Tyto oblasti se přímo dotýkají provozovatelů sportovních a wellness zařízení, celkově je v příloze č. 5 deset činností. Dá se říci, že podnikatelům se usnadnil začátek podnikání v oboru.

K vydání Živnosteného listu je třeba:

- výpis z trestního rejstříku (ne starší než 3 měsíce) si úřad vyžádá sám
- poplatek 1000 Kč
- občanský průkaz
- potvrzení o vzdělání pro příslušný obor činnosti [9]

Pokud stavíme či přestavujeme prostory pro zřízení sportovně regeneračních a relaxačních center, je třeba mít stavební povolení. Žádost o vydání stavebního povolení řeší vyhláška č. 526/2006 Sb. Kompletní vydání musí obsahovat:

- žádost o stavební povolení
- projektovou dokumentaci
- přílohy k žádosti o stavební povolení

Při zpracování projektu musíme brát ohled na vlastnictví prostor popřípadě nemovitosti, kde chceme dělat stavební úpravy. Je nutné mít výpis z listu vlastnictví či nájemní smlouvu (zplnomocnění k vyřizování úředních záležitostí, souhlas všech vlastníků se stavebními pracemi). V případě, že stavební úpravy změní užívání prostor stávajících, je

třeba žádat o povolení stavebních úprav prostor za účelem zřízení sportovního a relaxačního centra a podobně stavební odbor. Tato změna užívání je obsažena v § 85 stavebního zákona 50/76 Sb. Pokud se objekt nachází v památkově chráněné oblasti, pak je ještě nezbytné žádat o povolení i Odbor památkové péče. Jen oprávněný subjekt může provést projektovou dokumentaci, elektroinstalaci, rozvody vody, kanalizace, topení a plynu.

Další organizace vyjadřující se ke stavebním úpravám: Městská hygienická stanice, Hasičský záchranný sbor, Vodovody a kanalizace, Plynárny, Energetika

Po dohotovení stavebních prací nebo stavebních úprav je třeba kolaudace. Žádost o provedení kolaudačního řízení je upravena § 78-82 Stavebního zákona 50/76 Sb. Každý případ je samozřejmě posuzován individuálně a podmínky se mohou lišit. Po dokončení stavebních prací a vybavení provozovny podnikatel oznámí umístění provozovny na obvodním úřadě, přihlásí živnost na Živnostenském a Finančním úřadě, sjedná za sebe a své zaměstnance sociální a zdravotní pojištění. (Lesová, 2008)

Nutno ještě dodat, že osoby zodpovědné za provoz musí mít odpovídající vzdělání. Provoz solárií je také vázanou živností. Je nutno předložit osvědčení o rekvalifikaci nebo jiný doklad o odborné způsobilosti, které lze získat školením u instituce akreditované Ministerstvem školství, mládeže a tělovýchovy. Další možností je doklad o absolvování vyšší odborné školy zdravotnické, střední zdravotnické školy zakončené maturitní zkouškou a osvědčení podle zvláštních předpisů. Je důležité sledovat aktualizace Živnostenského zákona, neboť dochází často ke změnám. Pokud podnikatel nesplňuje nařízení o vzdělání, může ho nahradit odpovědný zástupce. Tady je ale podmínkou, že musí splňovat odborné vzdělání pro konkrétní podnikatelskou činnost. Musí být s podnikatelem v právním vztahu a měl by se patřičně účastnit na provozu. Nemůže být zároveň ustanoven do funkce odpovědného zástupci pro více než 4 podnikatele. (Lesová, 2008)

Ministerstvo zdravotnictví upravuje provoz bazénů, koupaliť a saun. Je třeba se řídit podle §108 odst. 1 a 2 zákona 258/2000 Sb. o ochraně veřejného zdraví a o změně některých souvisejících zákonů ve znění zákona č.264/2003 Sb. k provedení §6 odst. 3

písmeno a) až c), odst. 4 a §13 odst. 2 zákona. Tato vyhláška nabývá účinnost 17.března 2004. Zákon se týká jakosti vody, kontroly a hodnocení jakosti vody, hygienických zařízení bazénů a saun, mikrobiologických podmínek a osvětlení. Stanoví teplotu bazénové vody, jakost plnící i ředící vody, vybavení, čištění a úklid prostor koupaliště, úpravu, desinfekci a recirkulaci vody, podmínky a místa pro odběr vzorků vody pro kontrolu. Provozovatel sauny musí zajistit, že provoz sauny nebude mít negativní vliv na životní prostředí, nevzniknou žádné emise, hluk ani prašnost. Teplo vyvinuté provozem sauny musí být izolováno konstrukcí samotné kabiny, která je uzpůsobená k tomuto účelu. Povolení k provozování bazénu vydává městská hygienická stanice podle zákona 258/2000 Sb. §6 odst. 3 písmeno d) o ochraně lidského zdraví. Musíme zajistit bezpečnost na podlahách. Asociace pracovníků v regeneraci jako profesní odborová organizace připravila pracovní materiál „Bezpečnost koupališť“. Je možný použít jako předlohu závazného předpisu pro bezpečnost provozu bazénu. V neposlední řadě je nutné vyvěsit provozní řád koupaliště. (Lesová, 2008)

7.2 Fitness centrum

Fitness centrum představuje pro klienty možnost jak formování těla, tak i psychickou relaxaci. Je to přímo životní styl spojený s tělesným cvičením, správnou stravou a snahou o odreagování či aktivní relaxaci. Návštěvníci přichází zpevňovat svaly a následně odbourávat tuk, formují tělo pomocí posilovacích strojů a zařízení. Nápomocni by měli být odborní pracovníci – v tomto případě vzdělaní instruktoři, kteří jsou schopni vybrat odpovídající cviky individuálně podle potřeb klientů a také zvládnou sestavit vhodný cvičební plán. (Lesová, 2008)

7.2.1 Technické parametry

Pokud navrhujeme wellness zařízení, projektant musí vycházet z finančních, prostorových možností a také z představ samotného investora, co vše by chtěl v provozu mít. Vše by mělo být jasné ještě před realizací projektu, aby se nestalo, že kombinace a vazby jednotlivých částí areálu budou postrádat logiku. Je vhodné prodiskutovat způsob a organizaci poskytování služeb. Pokud chceme pronajímat některé prostory jiným subjektům, které budou dotvářet svou činností ráz zařízení a budou tedy

zprostředkovávat další služby, je třeba si také ujasnit, kde co bude a jak budeme společně fungovat. Zda bude jeden centrální vstup, kde budou odbavováni všichni klienti, či nájemci budou přijímat odděleně i klienty „z ulice“ jinde. Tím máme na mysli kadeřnictví, kosmetiku, masáže, manikúru či pedikúru a další. Je třeba si vybrat opravdu kvalifikovaného architekta, který by měl být seznámen se všemi procesy jednotlivých procedur. Některé procedury je možno kombinovat – například ty, které absolvujeme ve shodném oblečení. Naopak se zcela vylučuje kombinovat mrazivé procedury s jakýmikoliv činnostmi, kde dochází k namočení těla. Může to být zdraví škodlivé či dokonce nebezpečné. Je třeba respektovat prostory a přizpůsobit je případnému přechodu mezi jednotlivými procedurami, aby zde bylo možno převlečení či svlečení. Neměli bychom podceňovat ani zázemí wellness center – tedy místo pro zaměstnance a technologii (zajištění topení, přípravu teplé vody a systém úpravy výměny vzduchu). Také nesmíme zapomenout na skladovací místa a prostory na pomůcky. (Tradiční a nové technologie, zkušenosti s bazénovými a wellness provozy, 2011)

Prostor by měl být tak velký, aby bylo dostatečné místo pro volný pohyb osob při ovládaní příslušného zařízení. Velikost prostoru na cvičení je odpovídající celkovému prostoru sportovního zařízení. Co se týká osvětlení, intenzita musí být minimálně 500 luxů, umístění světla v požadované výšce a dokonale plošně rozložené, aby neoslňovalo cvičící a zároveň nedělalo stíny či polostíny, které mohou vést k úrazům. Podlaha je třeba pevná omyvatelná nebo krytá zátěžovým kobercem či gumovými podložkami. Měla by být odolná proti oděru, spolehlivá ochranou namáhaných kloubů a odolná vůči špičatým a ostrým předmětům, také zvukově izolovaná. Stěny fitcentra musí být čisté obložené zrcadly. Neustále je třeba místnost větrat. Co se týká technického zázemí, je zde požadavek z hlediska obecně platných hygienických zásad. Pro každé pohlaví s ohledem na počet návštěvníků sprchové kouty, umyvadla, teplá a studená voda, toalety, uzamykatelné skříňky pro osobní věci klientů, lavice na sezení v šatnách. Je doporučená pravidelná revize nejméně jednou ročně. Optimální prostory plně vybaveného fitness centra jsou 750 m^2, což zahrnuje jak cvičební plochu, tak šatny, recepci, posezení a další podpůrné prostory, jako jsou sklady, kanceláře. Není zde zahrnuta mokrá zóna, na kterou postačí 50 m^2. Horní hranici využitelného prostoru definovat nelze. Kompletní fitness – wellness centrum má průměrně 1200-1500 m^2 a je dostačující jak pro komfort,

tak šetření financí. Každopádně je dobré si uvědomit, že prostory klubu určují kapacitu klientů. (Lesová, 2008)

7.2.2 Vybavení

Provozovatel by se měl určitě soustředit na vybavení klubu profesionálním zařízením ne náčiním z teleshopingu a výprodejních akcí obchodních řetězců. Investice do takovýchto zařízení je poměrně vysoká a můžeme předpokládat, že nejrychlejší návratnost a největší výtěžnost z metru čtverečního bude z indoor cyclingu neboli také spinning programu. Na poměrně malý prostor totiž připadne velký počet lidí za celkem krátkou dobu. Investice do strojů je několikanásobně vyšší, což může být v počátku nevýhoda. Poměr mezi kardio trenažéry a posilovacími stroji je doporučován minimálně 50 % kardio trenažérů, což jsou například rotopedy, steppery neboli stroje imitující chůzi do schodů, běžecké trenažéry. Trendem je více kardia, méně posilovacích strojů a činek. Nejlepší je komplexnost. Je dobré se na fitness podívat jako na soubor aktivit, které dohromady tvoří nejefektivnější celek. Právě komplexnost vytváří největší přidanou hodnotu. Kvalitní fitness centra řeší i otázku hlídání dětí, když jejich rodiče cvičí, zřízením dětských koutků. Jednou z posledních novinek jak děti zabavit je vybavení dětského koutku odpovídajícími stroji na cvičení pro děti. Jsou to speciální dětské stroje přitahující pozornost dítěte už jen svým designem. Jsou vhodně uzpůsobeny tak, aby dětem neublížily a zároveň, aby cvičení na nich bylo účinné. Nenásilnou formou se učí kruhovému tréninku a procvičování celého těla. Manažeři si tak vlastně vychovávají budoucí klienty. Ani v dětském koutku by neměl chybět dohled. (Lesová, 2008)

7.2.3 Hudba

Dalším aspektem v health clubu je správně zvolená hudba tak, aby příjemně dokreslovala prostředí. Neměla by být přehnaně hlasitá a agresivní a kvůli věkově odlišné klientele vyhraněná pro určitou generaci. Vhodná je tzv. ambientní hudba, což znamená hudba dotvářející neutrální prostředí. Původ má před první světovou válkou ve Francii. V moderním pojetí jde o vhodný výběr již hotové hudby. V oblasti wellness se nejčastěji využívá hudba relaxační, uklidňující a meditační, u aerobního cvičení je třeba

hudby určující potřebnou frekvenci tempa. Měli bychom investovat do kvalitní aparatury, kde bude součástí mikroport, CD/MP3 přehrávač, mixážní pult, zesilovače a reprosoustavy. (Lesová, 2008)

7.2.4 Personál

Je velmi důležité kvalitní vzdělání instruktorů. Ti dokážou pečovat o cvičící, poradit jim, opravit případné chybné provádění cviků a jsou schopni připravit individuální trénink. Dobrý instruktor by měl mít samozřejmě kladný vztah k této oblasti, odpovídající vědomosti, měl by také sledovat nové trendy v metodice cvičení. (Lesová, 2008)

8 Metodika

Cílem práce je zjistit preference a problémy provozování klubu zdravého životního stylu a wellness služeb v luxusním hotelu. Pro tuto práci jsme si zvolili dva konkrétní hotely umístěné přímo v centru Prahy, a to Hilton Prague a hotel InterContinental Praha. Oba hotely poskytují služby na úrovni pětihvězdičkového zařízení. Hotel InterContinental má svůj vlastní health club & spa provozovaný přímo hotelem InterContinental, zatímco hotel Hilton má health club & spa zprostředkovaný firmou Towers & Flowers, s.r.o. Cybex health club & spa (dále jen Cybex). Cybex tedy působí na základě outsourcingu, což je jedna z nejmodernějších metod řízení podniku. Porovnání bylo uskutečněno po osobní návštěvě těchto klubů. Dále jsme oslovili manažery klubů, zda by bylo možno získat více informací prostřednictvím strukturovaného interview. V hotelu InterContinental jsme mluvili 21. března 2012 s Ivanou Müllerovou, manažerkou SPA a v hotelu Hilton to byla 22. dubna 2012 Naďa Reiterová - manažerka, která má na starost prodej a péči o zákazníky. Abychom měli komplexnější srovnání, oslovili jsme také klienty těchto zařízení. Šetření jsme provedli pomocí krátkých dotazníků umístěných na více frekventovaném místě tak, aby je mohli klienti vyplnit, ale necítili se nuceni a rušeni. Dotazníkový výzkum probíhal na základě domluvy s hlavní manažerkou health clubu Cybex v hotelu Hilton Sandrou Poldauf v období od 23. dubna 2012 do 4. května 2012. Délka dotazníku byla vytvořena tak, aby klienti neměli pocit, že jsou rušeni či zdržováni a také s ohledem na koncept klubu, kdy

je kladen důraz na soukromí a diskrétnost ke klientům. Návratnost byla poněkud nižší z důvodu prodlouženého víkendu, jelikož byl státní svátek, a tak návštěvnost klubu byla nižní než obvykle. Toto šetření nám pomohlo zanalyzovat služby a jejich úroveň. Zároveň jsme získali podněty na možnost zlepšení a zatraktivnění úrovně služeb.

První šetření bylo provedeno na základě kvantitativně orientovaného výzkumu. Pro získání informací jsme využili strukturovaného interview uskutečněného se dvěma zástupci z řad managementu vybraných klubů umístěných v pražských luxusních hotelích. Otázky a alternativy odpovědí byly pevně dány. Vzor otázek použitých v tomto strukturovaném interview je přiložen v příloze C. Jako první bylo třeba kategorizovat data a rozdělit do celků. Takto jsme získali jemnější obraz o zjišťované tématice. Pro interpretaci jsme použili slovní popis a tam, kde se to jevilo jako účelné, jsme použili tabulkového srovnání.

8.1 Interview

Interview je slovo anglického původu a můžeme ho překládat jako rozhovor. Interview používáme jako výzkumnou metodu, která nám umožní získat nejen fakt, ale hlouběji proniknout do postojů respondenta. Jelikož je tazatel tváří tvář dotazovanému, může sledovat i některé jeho vnější reakce a dále rozhovor usměrňovat. Je třeba navodit přátelskou atmosféru, aby nám dotazovaný důvěřoval a mluvil s námi otevřeně. Můžeme použít otázky uzavřené, polouzavřené a otevřené. V průběhu rozhovoru se dají samozřejmě přeformulovat podle potřeby. Můžeme si nechat leccos dovysvětlit, pokud nám odpověď není jasná. Vzorek respondentů u interview bývá malý, a proto se soustřeďujeme na výzkum právě extenzívně, neboť ponor do problematiky bývá hlubší. Je to dobrý explorativní nástroj, který nám pomáhá zmapovat problematiku, se kterou nemáme jako výzkumníci velkou nebo dostatečnou zkušenost. (Gavora, 2000)

Druhé šetření bylo prováděno formou krátkých dotazníků, kdy souborem probandů byla skupina 30 lidí. Jednalo se o záměrný výběr, kdy skupina byla určena relevantním znakem, kterým je v tomto případě pravidelná návštěva fitness a wellness zařízení provozovaném v luxusním pražském hotelu a využití jejich služeb. V první části dotazníku byla zjišťována demografická data (údaje o pohlaví, věku a dosaženém

vzdělání), v druhé části bylo užito jedné uzavřené a čtyřech otevřených otázek týkajících se nabízených služeb, členství v klubu a umístění klubu. Vzor otázek použitých v dotazníku je přiložen v příloze D.

8.2 Dotazník

Dotazník je způsob písemného kladení otázek a následného získávání písemných odpovědí. Je to nejfrekventovanější metoda zjišťování údajů, neboť je poměrně rychlá a má velký počet odpovídajících. (Gavora, 2000)

Pro potřeby našeho výzkumu byl použit tabulkový procesor soubor Excel (Office 2007), kde byly údaje ukládány do jednotlivých buněk v textové a číselné podobě. Dále byly shodné vlastnosti symbolizovány, vesměs číselnými kódy. Pro interpretaci výsledků jsme použili tabulky a grafy – tam, kde se to jevilo jako účelné, pak slovní popis.

9 Praktická část

9.1 Hotel Hilton Prague

Hilton Prague je moderní hotel, největší v České republice i střední a východní Evropě. Nabízí vysoký komfort a pohostinnost klientům na cestách za obchodem i odpočinkem. Příjemně zařízené pokoje, pestrá paleta restaurací a špičkově vybavené zasedací prostory pro různé typy akcí jsou pro hosty zárukou příjemně stráveného a produktivního pobytu. Fitness klub Cybex health club & spa, Casino Atrium či obchody a butiky nabízejí různé možnosti využití volného času. O kvalitě služeb svědčí i to, že hotel Hilton Prague byl v roce 2012 vyhlášen nejlepším hotelem v České republice magazínem Travel Trade Gazette už popáté za sebou. V září 2011 byl zvolen jako „Nejlepší hotel pro obchodní klientelu ve východní Evropě“ v Business Traveller Awards 2011 a „Nejlepší hotel pro obchodní klientelu v České republice“ v Business Destinations Travel Awards 2011. Budova hotelu Hilton Prague je situovaná na pravém břehu řeky Vltavy v centru hlavního města. Hotel je dobře dostupný. Díky tomu umožňuje pěší návštěvu všech historických památek, divadel, galerií, obchodních a

komerčních center, která jsou v jeho bezprostřední blízkosti. Hotel nabízí 791 pokojů pro hosty a konferenční prostory o celkové rozloze téměř 5000 m^2. Tento hotel je velice dobrou volbou pro jakoukoli akci, firemní i soukromou – konference a kongresy v Praze, svatby či oslavy narozenin. Kongresový sál nabízí kapacitu až pro 1500 účastníků, elegantní sál Hilton Grand Ballroom pojme 650 osob a dále je k dispozici 37 multifunkčních konferenčních salónků a zasedacích místností. Ceny za ubytování se pohybují od 3750 korun za noc. [7]

9.1.1 Cybex health club & spa

Cybex je sportovní a relaxační klub otevřený v prostorách pražského hotelu Hilton. Své služby nabízí členům a hotelovým hostům od července roku 2002. Klientům je k dispozici fitness a wellness zařízení na ploše 2000 m^2 zahrnující prostornou a klimatizovanou posilovnu, celou řadu kardio přístrojů vybavených LCD obrazovkami se satelitním příjmem, kurt na Squash, skupinové programy aerobiku a indoor cyclingu, bazén se zahradou, venkovní horolezeckou stěnu, jacuzzi, saunou a párou. Kromě cvičení si hosté mohou dopřát masáže. K dispozici je také profesionální kadeřník, kosmetička, hotelový bar a prodej produktů plavecké značky Speedo. Fitness se rozkládá na 500 m^2 a nabízí 42 strojů pro kardiovaskulární cvičení, 24 posilovacích stanovišť, 12 stanovišť s volnou zátěží (rozpětí jednoruček 0,3 – 60 kg) a mnoho dalších. Součástí vybavení jsou eklipticke trenažéry. Jak už naznačuje název Cybex i vybavení posilovny je značky Cybex, což jsou profesionální posilovací stroje sloužící jako vybavení posiloven pro prestižní kluby, hotelová fitness a wellnesss a pro náročné zákazníky. Toto zboží je vyráběné v USA. Pro klienty – jak členy, tak i hotelové hosty jsou také připravené různé lekce cvičení od aerobiku, zumby, pilates, power jógy, až po různé posilovací lekce a indoor cycling. Hodiny vedou vyškolení instruktoři. Každá lekce je prováděna ve skupinách. Není třeba žádná rezervace. Na tyto lekce jsou určeny dva menší sály. Sál na indoor cycling a jeden ze cvičebních sálů jsou umístěny za recepcí u vstupu do klubu, další cvičební sál je umístěn přímo v posilovně. Tento druhý sál je možno využívat jako strečinkovou místnost. Je vybaven strečinkovými podložkami, švihadly a dalšími cvičebními pomůckami. Další možností aktivního odpočinku je squashový kurt. Pro hotelové hosty je zpoplatněný a většinou je zde třeba rezervace, jelikož je kurt často využíván. Je možné si také zapůjčit rakety a míčky za

poplatek. Součástí klubu je samozřejmě bazén, dále sauna, pára a jacuzzi neboli vířivka. Bazén je dlouhý 12 m a 6 m široký. Standardní teplota je kolem 28°C. V této části jsou k dispozici i lehátka, kde si mohou klienti i hoteloví hosté odpočinout. Je poměrně často využívána. Z bazénu je možnost projít na terasu, která je oficiálně otevřena od května. V letních měsících tedy klienti mohou relaxovat nebo se jen opalovat na rozlehlé zahradě. Dominantou terasy je horolezecká stěna. V zeleni, na čerstvém vzduchu a za svitu slunečních paprsků se stěna Cybex Arch přibližuje opravdovým skalám. Výkonnostní lezce i úplné začátečníky zde čeká 80 m^2 s 8 lezeckými cestami. Dalším velmi lákavým prvkem jsou téměř opravdové jeskynní krápníky. Stěna těchto dispozic je unikátem mezi českými stěnami a její situování umožňuje téměř celoroční využití. Projektantem a následně zhotovitelem ocelové konstrukce s laminátovým opláštěním, je moravská firma RockPlast, která tímto poprvé vytvořila model ve tvaru skály. Jako vzor sloužil známý skalnatý oblouk v americkém státě Utah. K dispozici je také dětský koutek, který je situován vedle místnosti na indoor cycling. Je zde možnost pravidelného hlídání v určité dny pro členy v rámci členství. [3]

9.2 Hotel InterContinental Praha

Hotel InterContinental Praha je umístěn přímo v centru města v ulici Pařížská, která spojuje historické Staroměstské náměstí s břehem Vltavy. Je snadno dostupný chůzí jak od Starého Města, tak z Karlova mostu, Židovského města i Pražského hradu. Návštěvník má možnost obdivovat město z unikátní střešní restaurace Zlatá Praha. Tento mezinárodní hotel nabízí 372 pokojů, má celkem 13 konferenčních místností s max. kapacitou 580 delegátů. Kromě hlavního sálu hotelu nabízí 7 menších místností, které se nacházejí na střešním podlaží. Stravování: Bar Duke & Café je místem pro setkání v uvolněné atmosféře. Cena se pohybuje od 3500 korun za noc. [8]

9.2.1 Health club & spa InterContinental

Tento klub působí na trhu od roku 1995. Health Club & Spa hotelu InterContinental Prague zahrnuje plně klimatizované profesionální fitness centrum, aerobic studio, bazén s prosklenou střechou a se slanou vodou, sauny, několik druhů masáží, kosmetická ošetření pleti, solarium, jacuzzi, relaxační zónu, strečinkovou místnost a zahradu pro členy. Lze si vybrat z několika druhů dlouhodobých členství nebo vstupových karet. Klub disponuje kardio zónou a posilovnou s denním světlem a výhledem do hotelové zahrady. Kardio zóna je vybavena stroji řady TechnoGym Excite s plasmovými TV. K dispozici jsou tyto kardio stroje: běhátka, lyže, rotopedy, kola stacionární, stepper, veslice. Dále poskytuje několik druhů posilovacích strojů doplněných volnými činkami. V nabídce je také místnost určená pro strečink, ve které jsou velkoplošná zrcadla, cvičební balony, strečinkové podložky, švihadla a malé činky. Další službou jsou již zmiňované masáže, kosmetika, manikúra, pedikúra, hotelový bar, prodej sportovního oblečení. Co se relaxace týká, je zde tzv. „mokrá zóna“. Voda v bazénu je speciálně čištěna solí, aby byla co nejšetrnější k pokožce. Trysky umístěné na boku a dně bazénu promasírují lýtka, či plosky nohou. Teplota vody je standardně udržována na 28°C. Tato zóna má prosklenou střechu. Součástí bazénu je i jacuzzi, s teplotou vody 36°C. Suché finské sauny se nacházejí odděleně v dámských a pánských šatnách. Každá sauna je doplněna ochlazovacím bazénkem, s teplotou vody 7°C. K relaxaci po sauně mohou klienti využít lehátka u bazénu, v letních měsících i lehátka umístěná na zahradě hotelu. Dá se také relaxovat v relaxační zóně umístěné nad bazénem. Součástí Health Club & Spa je i letní zahrada určená pro relaxaci a opalování. Zahrada je otevřena vždy za slunečného počasí od 10:00 - 19:00 hodin a kromě opalovacích prostředků, oblečení a občerstvení je zde možné zajistit na požádání i relaxační masáž. [6]

	Cybex health club & spa	Health club & spa InterContinental
poloha	Praha 8, Pobřežní 1	Praha 1, Pařížská 30
rozloha	2000 m^2	1000 m^2
otevírací doba	6-22, víkend a svátky 7-22	6-22, víkend a svátky 8-22
bazén	ano	ano se slanou vodou
recepce	ano	ano
sauna	ano (společná)	ano 2x (oddělené v šatnách)
pára	ano	ne
jacuzzi	ano	ano
nabídka masáží	ano/s produkty Thalgo	ano/s produkty Thalgo
kosmetické služby	ano/s produkty Darphin	ano/s produkty Darphin
manikúra/pedikúra	ne	ano
kadeřnictví	ano	ne
relaxační zóna	ano kolem bazénu	ano kolem bazénu+speciální zóna
fitness centrum	ano/stroje Cybex	ano/stroje TechnoGym
strečinková místnost	ano	ano
squash	ano	ne
sportovní bar	ano	ano
parkoviště	ano	ano
sály na cvičení	ano 2x	ano
aerobik/různé formy	ano	ano
indoor cycling	ano	ne
jóga	ano	ano
pilates	ano	ano
zumba	ano	ano
bojové sporty	ano/kick box class	ne
cvičení ve vodě	ne	ano
dětský koutek	ano	ne
zahrada/terasa	ano	ano
horolezecká stěna	ano	ne
solarium	ano	ano
ručníky	ano	ano (možno i s vlastnímy iniciály)
plazmové TV	ano	ano
možnost trenéra	ano 500,-	ano 1000,-
možnost občerstvení	ano	ano (káva, ovoce zdarma)

Tabulka 1- Srovnání health clubů (zdroj: vlastní)

9.3 Interpretace výsledků

9.3.1 Zpracování rozhovorů

Obě organizace si vedou databázi klientů. Ze získaných informací vyplývá, že klub Cybex v hotelu Hilton má větší přehled o celkové návštěvnosti, neboť evidují každého příchozího. Cybex má pro nečleny tzv. „lidi z venku“ speciální formuláře (viz příloha F), kde vyplňují jméno, kontakt, identifikační údaje a podpis. Dále evidují členy Dimond clubu (partnerská společnost) na základě poukazů, které tito lidé nosí při vstupu do klubu. Na recepci se evidují hoteloví hosté pomocí čísla pokoje a samozřejmě mají svou databázi členů. InterContinental nevede evidenci „lidí z venku“, hotelové hosty evidují pomocí speciálních formulářů (viz příloha E), kde se vyplňuje jméno hosta, číslo pokoje a datum s podpisem. Také mají databázi členů.

Celkový počet členů je výrazně vyšší v Cybex health clubu, jelikož má podstatně více soukromých členství a i více firemních členství. Tento fakt je ovlivněn i kapacitou zařízení. Návštěvnost hotelových hostů se odvíjí u obou hotelů od obsazenosti hotelu a sezónnosti.

Firemní členství nabízejí oba health cluby a v obou případech oslovují v první řadě okolní společnosti. Health club InterContinental se navíc specializuje ještě na právnické společnosti a lékaře. Ze získaných informací se tento klub jeví jako flexibilnější ve vytvoření členství přímo na míru konkrétním společnostem. Na druhé straně Cybex přihlíží na počet členství v jednotlivých firmách a i délku členství, z čehož jednotlivým firmám vyplývají také určité výhody.

Nejvíce navštěvují tato zařízení muži v průměru nad 30 let s vyšším vzděláním, což se projevilo i v dotazníkovém šetření. Návštěvnost žen je znatelnější spíše prostřednictvím firemních členství. Tyto ženy převážně navštěvují různé lekce aerobiků, zumby, pilates, jógy a podobně. Věk u žen se pohybuje průměrně převážně nad 25 let.

Výraznější marketing má health club Cybex, který pravidelně umísťuje reklamu do různých dámských časopisů, jako jsou Cosmopolitan, Elle, Marianne. Také

spolupracuje s Hospodářskými novinami a Mladou frontou DNES. Pro health club InterContinental řeší tuto oblast převážně obchodní oddělení hotelu. Dělají reklamu spíše nárazově – například v časopise In Style. Dále umísťují reklamu na internetových stránkách expats.cz, které jsou určeny zahraničním klientům pracujícím v České republice. Health club Cybex každoročně propaguje svou značku na veletrhu Expat Expo. Navíc má Cybex spoty v pražských obchodních centrech a také samozřejmě v samotném hotelu na veřejných místech. Účastní se pravidelně tzv. Golf tours. Obě společnosti se každoročně připomínají v okolních firmách kvůli potencionálním novým firemním členstvím.

Prodej členství podporuje Cybex health club zkušebními vstupy či zkušebními členstvími pro firmy a v letních měsících zvýhodněným členstvím. Health club InterContinental sází na to, že dokáže přizpůsobit členství přímo „na míru“ individuálně každému klientovi, který již přišel rozhodnut využívat právě tohoto zařízení.

Co se týká samotných členů, InterContinental přizpůsobuje jednotlivá členství klientům, avšak vychází ze stálé nabídky. Cybex také vychází ze stálé nabídky a standardně poskytuje k půlročnímu a ročnímu VIP členství třikrát 50% slevu na masáž, a 3 návštěvy pro hosta. Všichni členové mají 25% slevu na masáže vždy, 50% slevu na občerstvení na baru, kadeřníka, solárium. Děti členů do 15 let mají vstup zdarma, navíc dvakrát v týdnu i s bezplatným hlídáním. Oba kluby poskytují ručníky. Dále je v ceně členství úvodní hodina s trenérem. U obou společností je možnost zvýhodněného členství pro rodinné příslušníky. Konkrétní ceny a druhy členství viz přílohy A, B.

Jako další věc navíc InterContinental pořádá pro své věrné klienty každoročně společenský večírek. Vždy má tato akce nějaké téma. Cybex měl tuto akci jen jednou a z důvodů nákladů od těchto akcí prozatím upustil.

Oba health cluby se drží spíše své standardní nabídky v základu a trendům moc nepodléhají. Snaží se přizpůsobovat požadavkům klientů a vycházet jim vstříc na základě jejich připomínek.

Oběma zařízením největší výnos přináší členství samotné a v druhé řadě pak masáže a kosmetické procedury. V InterContinentalu mají doplňkové služby klienti v rámci

členství, takže nelze jasně specifikovat další využití. V Cybexu využívají masáží z větší části hoteloví hosté a nečlenové.

Co se týká spolupráce s cestovními kancelářemi, InterContinental nespolupracuje s žádnou, naopak Cybex s 8 zahraničními CK, kdy nabízejí převážně balíčky zahrnující vstup, masáž a občerstvení.

Hotel ovlivňuje obě zařízení výrazným způsobem z hlediska fungování – například schvaluje otevírací hodiny, všechny změny je třeba hlásit předem, dále schvaluje veškeré stavební úpravy. Oba kluby se řídí etickým kodexem hotelů. V případě Cybexu v hotelu Hilton je třeba brát ohled na průběh konferencí probíhající v okolních sálech. V tomto má výhodu InterContinetal, který je situován „stranou“ od běžného chodu hotelu. U Cybexu v hotelu Hilton platí ještě „omezení“ jakožto amerického hotelového řetězce, že vybavení posilovacích strojů musí mít amerického výrobce, jehož zboží bylo i v Americe vyráběno. Proto právě značka Cybex.

Co se týká umístění health clubů v hotelu, zásadní rozdíl je, že health club InterContinental je zřizován přímo hotelem InterContinental, oproti tomu Cybex health club je vnější společnost zajišťující služby hotelu. Výhodami jsou prestiž hotelu, hoteloví hosté zvyšující tržby. Ovšem na druhou stranu mohou být hoteloví hosté i nevýhodou v době, kdy je jich velký počet a health cluby tak mohou být přeplněny. Dalším pozitivem je také technická podpora hotelu, prádelna a v neposlední řadě jídelna pro zaměstnance.

Zaměstnanci health clubů jsou převážně mladí lidé ovládající minimálně jeden světový jazyk – většinou anglický, kteří by měli být komunikativní, vstřícní, přátelští a měli by mít rozhodně vztah k oblasti, ve které pracují – v tomto případě wellness a fitness. U terapeutů a trenérů je nutné mít odpovídající kvalifikaci. Co se týká jejich školení, v hotelu InterContinental prochází zaměstnanci povinně tzv. crosstrainingovým programem po celém hotelu, aby věděli, jak spolu vzájemně spolupracují všechna odvětví hotelu. Pak už je čeká intenzivní školení na konkrétní pozici. V Cybexu se školí na konkrétně pozici rovnou a je možná prohlídka hotelu pro lepší představu o chodu celého komplexu. Pro zaměstnance je přínosnější varianta, kdy musí hotelem projít

povinně. Dresscode zaměstnanců odpovídá jejich pracovní náplni. V InterContinentalu mají recepční bílý vršek a černé kalhoty, terapeuti komplet bílé oblečení a trenéři vlastní sportovní oblečení. V Cybexu nosí recepční tričko partnerské sportovní značky Speedo a tmavé sportovní kalhoty, terapeuti hnědé triko a bílé kalhoty a trenéři opět sportovní oblečení značky Speedo. Teambuildingové akce dělá každoročně Cybex, kdy se pořádá večírek pro zaměstnance na výletní lodi. Také na své zaměstnance myslí v den narozenin, kdy dostávají dort a dámy ještě květinu. InterContinental nedělá žádné teambuildingové akce, protože razí názor, že to jsou v dnešní době náklady navíc.

Svou přidanou hodnotu vidí health club InterContinental v individuálním přístupu ke klientům. Velkou výhodou je poloha přímo v centru, jejich zahrada a bazén se slanou vodou. Cybex sází na poskytování komplexnosti služeb se zájmem o klienty. Umístění v hotelu vidí jako pozitivum a známku exkluzivity. Oba kluby shodně vidí jako pozitivum své zaměstnance. Soudí tak podle ohlasů klientů a také z vlastních zkušeností.

Do budoucna plánuje Cybex velkou rekonstrukci, kde plánuje obnovení SPA zóny včetně instalace nové sauny, dále nová podlaha v posilovně, nová malba a zvelebení terasy. V InterContinentalu proběhla výrazná rekonstrukce v roce 2008, nic výraznějšího zatím neplánují.

	Cybex health club & spa	Health club & spa InterContinental
přehled návštěvnosti	✔	
počet členů	✔	
firemní členství	✔	✔
marketing	✔	
podpora prodeje členství	✔	
kulturní akce pro členy		✔
trendy	ne výrazně	ne výrazně
spolupráce s CK	✔	
školení zaměstanců		✔
péče o zaměstnance	✔	
umístění health clubu		✔

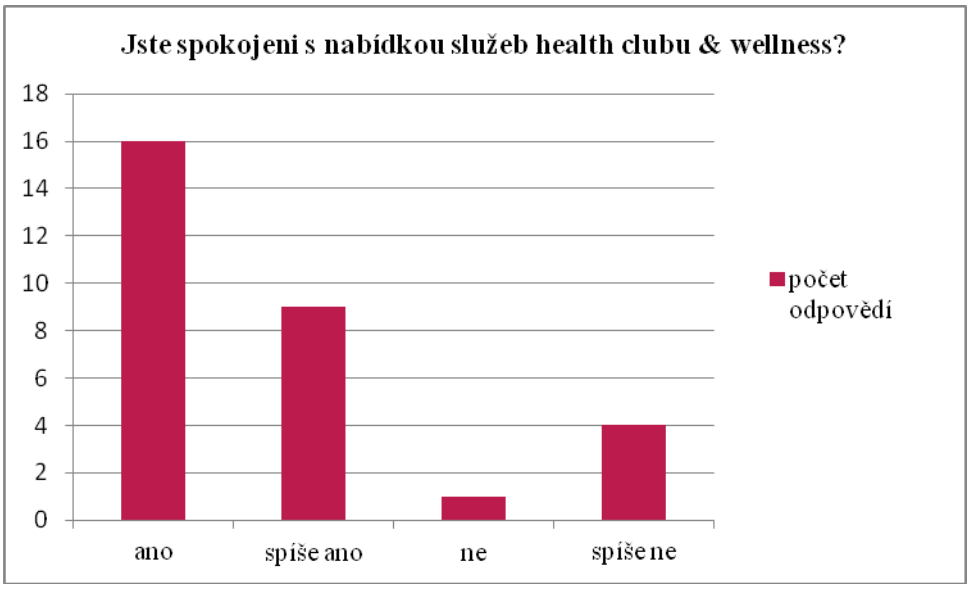
pozn: ✔ = jeví se lépe

Tabulka 2 - Srovnávací tabulka (zdroj: vlastní)

9.3.2 Zpracování dotazníků

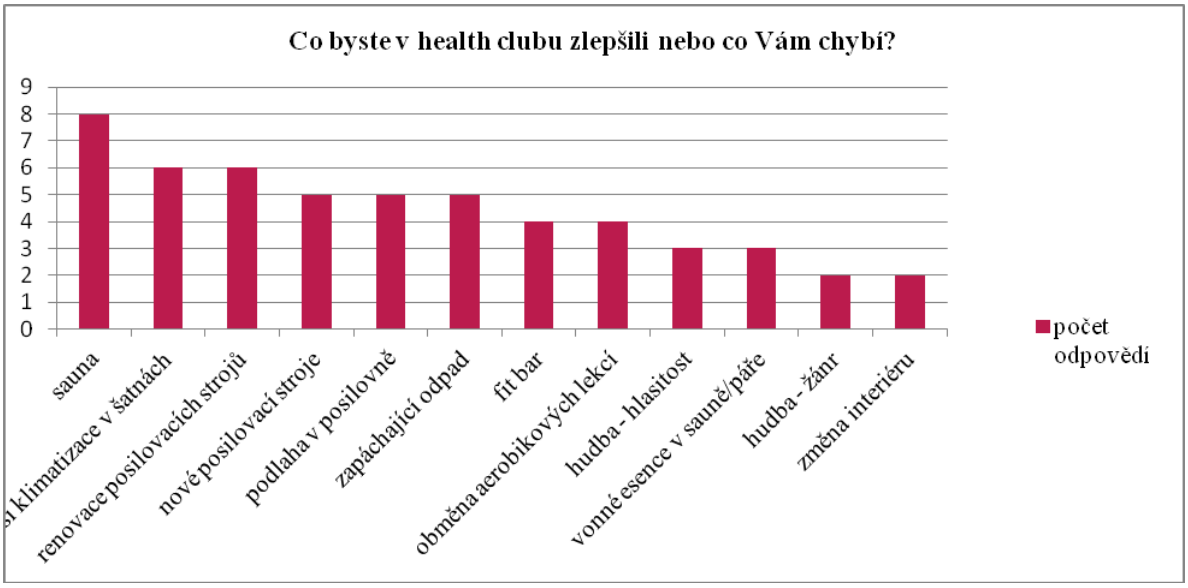
Celkem se zúčastnilo 77 % klientů mužského pohlaví a 23 % ženského pohlaví. Věkový průměr se pohybuje kolem 30 let a více. Vzdělání je spíše vysokoškolské, což jen potvrzuje výsledky průzkumu, jehož výsledky jsou uvedeny v této práci (viz podkapitola 6.1.1).

První otázka se týkala spokojenosti klientů se stávající nabídkou klubu. Většina respondentů byla spokojena.

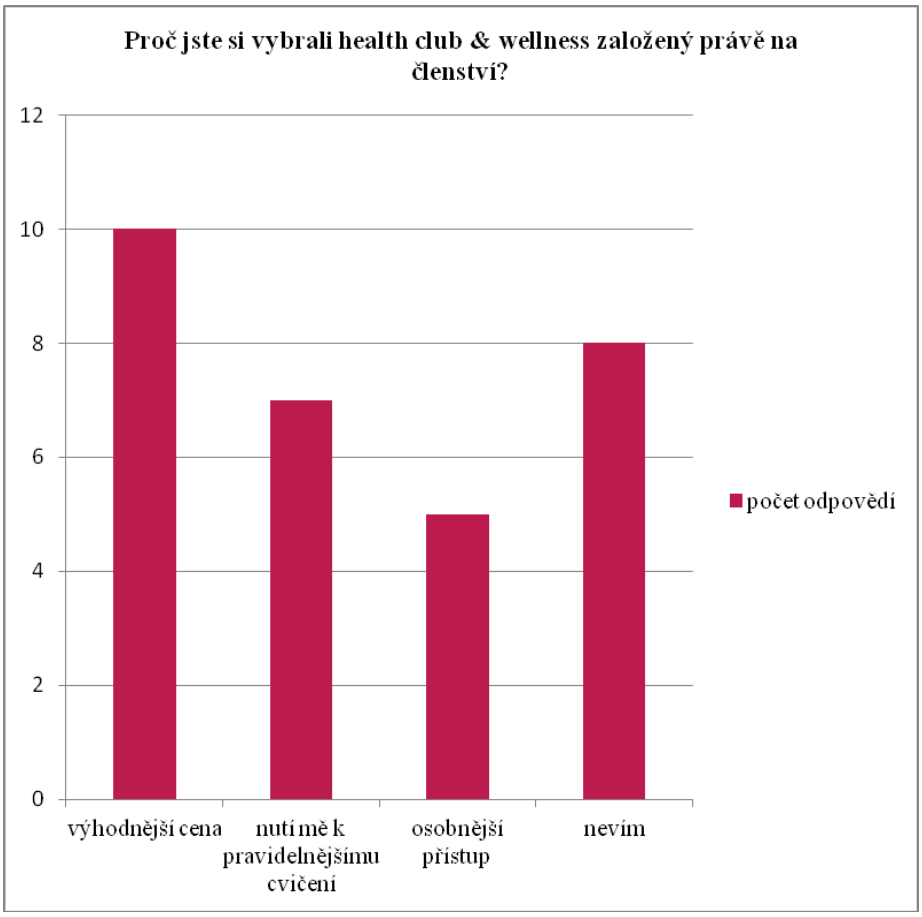


Obrázek 3 – Jste spokojeni s nabídkou služeb health clubu & wellness (zdroj: vlastní)

Dále jsme se ptali, co by klienti zlepšili, nebo co jim v klubu chybí. Výsledky jsou interpretovány v následujícím grafu. Pro zlepšení klimatizace v šatnách a renovaci posilovacích strojů byli většinou spíše muži. Ostatní odpovědi byly v rámci pohlaví vyrovnané.



Obrázek 4 - Co byste v health clubu zlepšili nebo co Vám chybí? (zdroj: vlastní)



Obrázek 5 - Proč jste si vybrali healh club & wellness založený právě na členství? (zdroj: vlastní)

V následující otázce jsme se zajímali, zda mělo na klienty vliv při výběru členství umístění health clubu & wellness právě v hotelu. V případě, že mělo, ptali jsme se z jakého důvodu. Z výsledků je zřejmé, že ovlivněno umístěním v hotelu bylo 50 % respondentů, a to většinou z důvodu, že v hotelu je příjemné prostředí, má výhodnou polohu v centru, je to jistá známka image a zároveň záruka kvality, také klienti využívají další služby v hotelu a je jim dopřáno komfortu.

Poslední otázka byla, co vnímají klienti jako negativum hotelového fitness a wellness. 70 % respondentů negativum neuvedlo a zbylých 30 % uvedlo jako negativum občasnou „přeplněnost“ klubu způsobenou využíváním zařízení hotelovými hosty zvláště při vyšší obsazenosti hotelu.

10 Shrnutí

Poloha vybraných hotelů je více než dobrá. Oba se nachází v samotném centru Prahy. Dostupnost městskou dopravou je netřeba zmiňovat. Oba kluby v zásadě splňují doporučené technické parametry. Dokonce mají nadstandardní rozlohu, neboť optimální je 750 m^2. Další nespornou výhodou je dostatek přístupu denního světla velkými okny, což mnohdy ve veřejných posilovnách nebývá.

Pokud začneme porovnáním dle základní srovnávací tabulky č. 1, je zřejmé, že výhodou Cybexu v hotelu Hilton oproti InterContinentalu je značně větší rozloha, má navíc páru, kadeřnické služby, squash, více cvičebních sálů, indoor cycling, bojový sport- kick box, horolezeckou stěnu, dětský koutek a levnější trenérské služby. Oproti tomu InterContinental má slanou vodu v bazénu, která je lepší ze zdravotního hlediska, 2 oddělené sauny, poskytuje manikúru a pedikúru, speciální relaxační zónu, cvičení ve vodě, možnost ručníků s vlastními iniciály, občerstvení zdarma (kávu, vodu, ovoce). Zde je třeba zvážit, jaké máme nároky na vybavení takového typu zařízení a jaké služby chceme využívat. Tabulka č. 2 naznačuje, že po vyhodnocení rozhovorů s manažery obou klubů, se jeví lépe health club Cybex. Toto je ale spíše z hlediska fungování společnosti. Faktem je, že čím lepší fungování podniku, tím větší spokojenost zákazníků.

V dotazníkovém šetření se první otázka zabývala spokojeností klientů se stávajícími službami. Většina zákazníků je spokojena, což se dalo předpokládat, neboť pokud by nebyli, využívali by jiný klub s podobnou nabídkou. V pražských hotelích jsou v dnešní době tyto health cluby a wellness celkem rozšířené. Je pravdou, že většinou mají ale malou posilovnu a ne vždy je tam bazén. V tomto mají jak Cybex, tak InterContinental velkou výhodu.

Na otázku, co by klienti zlepšili, byla nejčastější odpověď sauna. Cybex plánuje tento rok větší rekonstrukci a je zde zahrnuto i zbudování nové sauny, takže v blízké době se tato záležitost vyřeší. Větším problémem se jeví klimatizace v pánských šatnách zmiňovaná na druhém místě, neboť je to otázka dlouhodobější technického rázu. Toto řeší samotný hotel. Další položkou jsou posilovací stroje. Renovace či koupě nových

strojů se řeší průběžně. Investice do takovýchto strojů je poměrně velká, je nutné to zvážit a naplánovat. Podlaha v posilovně je rovněž zahrnuta do plánované rekonstrukce. Ovšem problém s občasným zápachem odpadu, je také dlouhodobější. Opět technický problém způsobený závadou budovy, řeší se. Dále fitbar – v nabídce jsou různé nápoje, zde by bylo vhodné rozšířit nabídku i na míchané nápoje či ovoce a další doplňkový sortiment. To by jistě uvítala hlavně pánská část klientů. Jako další podnět jsou vonné esence v páře a sauně, což by určitě tato zařízení zatraktivnilo. Ohledně hudební produkce, zde je to velmi individuální, takže by nejspíše pomohla častější obměna žánrů. Aerobikové lekce se během roku mění. Možná by bylo optimální dělat častější workshopy, kde by byl přehled těchto lekcí a klienti si mohli vyzkoušet a vybrat, co by chtěli v nabídce. Poslední položkou jsou změny v interiéru. Ty by v malém rozsahu mohly prospět, ale větší časté změny by narušovaly chod podniku.

V otázce proč si klienti zvolili health club a wellness postavené právě na členství většinou odpovídali, že důvodem byla cena a že jsou pak klienti svým způsobem vedeni k pravidelnějšímu cvičení, když už si členství zaplatí. Faktem je, že pokud člověk toto zařízení využívá často a komplexně, je to určitě výhodnější a navíc už se nemusí delší dobu o nic starat. Tento systém v poslední době nahrazuje klasické permanentky a mimo jiné zahrnuje více služeb v globálu.

Umístění zařízení v hotelu má vliv především v komfortu a soukromí. Je to jistě známka prestiže. Výhodou jsou doplňkové služby samotného hotelu. Negativem pro členy mohou být občasně hoteloví hosté, kteří způsobují dočasnou přeplněnost klubu. Hosté mají návštěvu posilovny a mokré části v rámci ubytování, takže chodí celkem pravidelně.

V této části bychom ještě doplnili pár návrhů na zlepšení služeb. Vybrali jsme méně nákladné činnosti nenarušující nijak zásadně chod klubů. Pro InterContinental by to bylo rozšíření stávajících služeb o pestřejší nabídku a pro Cybex novinka. Máme na mysli cvičení ve vodě. Poměrně známý je aqua-aerobik, ale jsou i další formy cvičení ve vodě, jako aqua-relax, aqua-fitness, aqua-boxing nebo také aqua-strečink. Zde záleží na tempu a intenzitě cvičení. Cvičení ve vodě je šetrnější ke kloubům, dochází ke zlepšení funkce pohybového, metabolického a oběhového systému a je zde menší

hrozba úrazu. Bylo by nutné se domluvit s hotelem ohledně mírného omezení vstupu na bazén v průběhu těchto lekcí hotelovým hostům v případě, že by se neúčastnili samotné lekce.

11 Závěr

Na základě teoretických poznatků je zřejmé, že služby wellness mají v současné době významný potenciál a rychle se integrovaly i do hotelových zařízení. Pro klienty je to známka určité exkluzivity, neboť v oboru hotelnictví se klade velký důraz na kvalitu nabízených služeb. Nabídka služeb se vyrovnává i zahraničním subjektům s podobným konceptem, což je velkým pozitivem. Možnosti se navíc stále rozšiřují a zlepšují.

Cílem práce bylo zjistit preference a problémy provozování klubu zdravého životního stylu a wellness v hotelu. Z tohoto pohledu byl cíl splněn především po zpracování interview s manažery námi vybraných zařízení, kdy jsme zjišťovali mimo jiné vliv hotelu na fungování zařízení pro volný čas. Dalším cílem byla analýza služeb, což jsme provedli pomocí srovnání obou zařízení po osobní návštěvě a opět po konzultaci s manažery. Doplňující informace jsme zjistili na recepci, z internetových stránek a v neposlední řadě nám poskytli další pohled na věc i samotní klienti. Navrhli jsme jistá konkrétní zlepšení pro vybrané kluby a pro eventuálního podnikatele jsme vytvořili jakýsi nástin možností pro podnikání v této sféře. Fakticky záleží na podnikateli, jaký vztah má k této oblasti, co preferuje za služby, které chce nabízet, jak komplexní je chce mít a ještě na jaké klienty se specializuje. Také je třeba brát ohled na prostorové a finanční možnosti podnikatele, jeho vizi do budoucna, zda bude chtít například služby rozšiřovat. Pokud umístí takovéto zařízení do hotelu, která omezení a naopak jaké preference z toho plynou.

Výhodou může být i to, že hotel má prostory, které si člověk podnikající v této oblasti může pronajmout a investovat tak více do vybavení. Navíc luxusnější hotely už standardně disponují zařízením, jako jsou bazén a zahrada. Tak tomu bylo i v našem případě. Nespornou výhodou jsou doplňkové služby hotelu.

Je vhodné sledovat trendy a řídit se doporučeními odborníků v tomto odvětví. Pokud se specializujeme na určitý segment, doporučujeme se inspirovat různými typologiemi a psychologickými studiemi. Je dobré vědět, co který segment upřednostňuje a jak ho ovlivňují nejen služby samotné, ale i doplňková nabídka, servis nebo třeba interiérové řešení.

Zpracování bakalářské práce bylo pro mne velmi přínosné. Zjistila jsem spoustu zajímavých informací a objevila nové možnosti. Utvrdila jsem se, že wellness je perspektivní obor, zvlášť ve spojitosti s cestovním ruchem.

Seznam použité literatury:

ASOCIACE PRACOVNÍKŮ V REGENERACI. *Tradiční a nové technologie, zkušenosti s bazénovými a wellness provozy*: sborník pro účastníky konference v Luhačovicích. První vydání. Praha, 2011, 43 s. ISBN 978-80-904904-0-6.

BERÁNEK, Jaromír a Pavel KOTEK. *Řízení hotelového provozu*. Čtvrté, přepracované vydání. Praha: Grada MAG Consulting, 2007, 240 s. ISBN 978-80-86724-30-0.

BLAHUŠOVÁ, Eva. *Wellness*: *zdravé cvičení pro pohodu*. Praha: Olympia, 1995, 141 s. ISBN 80-7033-362-6.

CATHALA, Hana. *Wellness*: *od vnějšího pohybu k vnitřnímu klidu*. První vydání. Praha: Grada, 2007, 168 s. ISBN 978-80-247-2323-5.

DÝROVÁ, Jitka.; LEPKOVÁ H. a kol. *Kardiofitness*: *vytrvalostní aktivity v každém věku*. První vydání. Praha: Grada, 2008, 192 s. ISBN 978-80-247-2273-3.

GAVORA, Peter. *Úvod do pedagogického výzkumu*. Vladimír Jůva. Brno: Paido, 2000, 207 s. ISBN 80-85931-79-6.

J.ALTER, Michael. *Strečink*: *311 protahovacých cviků pro 41 sportů*. První vydání. Praha 7: Grada Publishing, spol. s.r.o., 1999. ISBN 80-7169-763-X.

JARKOVSKÁ, Helena a Markéta JARKOVSKÁ. *Posilování*: *s vlastním tělem 417 krát jinak*. Praha: Grada Publishing, 2005, 212 s. ISBN 80-247-0861-2.

KAVANAGH, Wendy. *Základy masáže*: *Jak si poradit s bolestí, napětím a únavou*. první české vydání. Praha 3: Svojtka&Co., s.r.o., 2008, 128 s. ISBN 978-80-7352-781-5.

LESOVÁ, Miluše. *Wellness a hotelové sporty*. Vysoká škola hotelová v Praze 8, spol. s.r.o. Praha, 2008, 124 s. ISBN 978-80-86578-77-4.

ORIEŠKA, Ján. *Technika služeb cestovního ruchu*. První vydání. Praha: IDEA SERVIS, 1999, 244 s. ISBN 80-85970-27-9.

STACKEOVÁ, Daniela. *Relaxační techniky ve sportu.* První vydání. Praha: Grada, 2011. 133 s. ISBN 978-80-247-3646-4.

Internetové zdroje

[1] Analýza potřeb zákazníků pro sektor wellness. [online]. Citace. [cit. 2012-5-3]. Dostupné z www: http://vyzkumy.czechtourism.cz/#;q=wellness;orderby=novinky

[2] Asociace pracovníků v regeneraci. [online]. Citace. [cit. 2012-5-3]. Dostupné z www: http://www.aprcz.cz/

[3] Cybex health club & spa. [online]. Citace. [cit. 2012-5-3]. Dostupné z www: http://www.cybex-fitness.cz/

[4] Česká asociace wellness. [online]. Citace. [cit. 2012-5-3]. Dostupné z www: http://www.spa-wellness.cz/ceska-asociace-wellness/stanovy/

[5] Ekonomický přínos zdravého životního stylu. [online]. Citace. [cit. 2012-5-3]. Dostupné z www: http://www.vippa.upol.cz/publikace/kap01.pdf

[6] Health club & spa InterContinental. [online]. Citace. [cit. 2012-5-3]. Dostupné z www: http://www.icfitness.cz/cs/

[7] Hotel Hilton Prague. [online]. Citace. [cit. 2012-5-3]. Dostupné z www: http://www.hiltonprague.com/czech/index.cfm

[8] Hotel InterContinental Praha. [online]. Citace. [cit. 2012-5-3]. Dostupné z www: http://www.guideprague.com/intercontinental/hotel-intercontinental-praha.php

[9] Legislativa provozovatele. [online]. Citace. [cit. 2012-5-3]. Dostupné z www: http://www.bazeny-wellness.cz/pages/clanky/osveta/legislativa_07.pdf

[10] Průzkum potřeb zákazníků pro potřeby wellness. [online]. Citace. [cit. 2012-5-3]. Dostupné z www:http://vyzkumy.czechtourism.cz/#;q=wellness;orderby=novinky

Seznam tabulek

Tabulka 1 – Srovnání health clubů (zdroj: vlastní)..... 41

Tabulka 2 – Srovnávací tabulka (zdroj: vlastní)..... 46

Seznam obrázků

Obrázek 1 – Důležitost obecných charakteristik wellness (zdroj: vlastní)..... 27

Obrázek 2 – Důležitost vybavení a služeb při výběru wellness zařízení (zdroj: vlastní) 28

Obrázek 3 – Jste spokojeni s nabídkou služeb health clubu & wellness? (zdroj: vlastní) 47

Obrázek 4 – Co byste v health clubu zlepšili nebo co Vám chybí? (zdroj: vlastní) 47

Obrázek 5 – Proč jste si vybrali health club & wellness založený právě na členství? (zdroj: vlastní)..... 48

Seznam příloh

Příloha A – Ceník health clubu & SPA InterContinental 57

Příloha B – Ceník health clubu Cybex & SPA hotel Hilton..... 58

Příloha C – Otázky strukturovaného interview..... 59

Příloha D – Otázky dotazníku..... 61

Příloha E - Vstupní formulář pro hotelové hosty health clubu InterContinental..... 62

Příloha F - Vstupní formulář do health clubu Cybex..... 63

Příloha A

PERSONALIZED LONG TERM MEMBERSHIP CARDS

HEALTH CLUB SPA INTERCONTINENTAL

Services	OFF PEAK	GOLD	PLATINUM
Gym	✓	✓	✓
Aerobic	✓	✓	✓
Swimming pool	✓	✓	✓
Whirlpool	✓	✓	✓
Sauna	✓	✓	✓
Solarium 600 for 10min.	✓	✓	✓
Intro training + Health check	✓	✓	✓
Personalized bathrobe & towels			✓
12x Massage 50 min			✓
50% discount for parking	✓		
Free parking (max. 4 hours)		✓	✓
25% discount on Food & Beverage consumption*	✓	✓	✓
20% discount on massages, body, nail and facial treatments	✓	✓	✓
50% discount for locker rental			✓
Price CZK 1 month	**3 200**	**4 400**	
Price CZK 3 months	**6 900**	**9 900**	
Price CZK 6 months	**12 900**	**18 900**	
Price CZK 1 year	**22 900**	**34 000**	**45 000**

* 25% discount on Food & Beverage consumption in Duke's Bar and Zlata Praha Restaurant with exception of Saturday & Sunday Brunch. Applicable for long term membership card holders.

VISIT CARDS – TRANSFERABLE

Entry Card	10 Peak	20 Peak	30 Peak	10 Off Peak	20 Off Peak	30 Off Peak
Valid	6 months	1 year	1 year	6 months	1 year	1 year
Gym	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Aerobic	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Swimming pool	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Whirlpool	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Sauna	✓	✓	✓	✓	✓	✓
50% discount for parking	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Price CZK	**4 900**	**8 500**	**10 800**	**3 200**	**5 950**	**7 800**

All visit cards are subject to a maximum of 4 entries a day.

SINGLE ENTRANCE

One-shot entry	1,5 hour	350 CZK
One-shot entry	3 hours	600 CZK
One day entry	1 day	800 CZK
Personal training	1 hour	1000 CZK
*Children up to 3 years	(except for swimming lessons)	Free of charge
*Children up to 12 years	(except for swimming lessons)	250 CZK
*Swimming card for child up to 12 years	10 entries to pool	2 000 CZK
*Swimming lesson for child 0 – 12 years	Entrance fee to pool	250 CZK
*Swimming lesson for child 0 – 12 years	40 minutes with instructor	400 CZK
Solarium 600	10 minutes	300 CZK

* Children must be accompanied by parent

OPENING HOURS

Monday - Friday 06:00 – 22:00 (OFF PEAK 06:00 – 16:00)
Saturday - Sunday 08:00 – 22:00 (OFF PEAK 08:00 – 16:00)
Exceptional for Public holidays will be announced in advance.

All prices are quoted in CZK, include VAT and are subject to change without notice. Price list is valid from 15 January 2012.

Příloha B

CYBEX health club & spa City of Prague

More than a Gym >>
Víc než jen posilovna

Otevírací doba:

Pondělí – Pátek	06:00 – 22:00
Sobota – Neděle	07:00 – 22:00

Zvýhodněná členství - 12 měsíců

Mimo špičku: 09:00 – 16:00 ..... 17 900 Kč

Rodinné: 2 dospělí + 2 děti *(děti nemůžou do posilovny)* ..... 57 000 Kč

Zahrnuje: posilovna, squash, aerobik, indoor cycling, bazén, sauna, pára

VIP členství

1 měsíc ..... 3 900 Kč

6 měsíců ..... 19 900 Kč

12 měsíců ..... 29 900 Kč

Zahrnuje: posilovna, squash, aerobik, indoor cycling, bazén, sauna, pára

Jednodenní vstup

Posilovna, squash, aerobik, indoor cycling, bazén, sauna, pára ..... 990 Kč

Multi karta – 10 vstupů ..... 6 200 Kč

Host člena klubu - posilovna, aerobik, indoor cycling, bazén, sauna, pára 550 Kč

Dítě do 15-ti let, v doprovodu rodiče - bazén, sauna, pára, squash .. 300 Kč

Členství podle vybrané služby - 12 měsíců

Posilovna ..... 22 900 Kč

Bazén, sauna, pára, jacuzzi ..... 18 900 Kč

Aerobik, Indoor Cycling ..... 18 900 Kč

Squash ..... 22 900 Kč

V rámci členství je možné využívat pouze vybranou službu.

Ostatní služby

Squash – kurt na 1 hodinu ..... 990 Kč

Squash – host člena klubu na 1 hodinu ..... 350 Kč

Turbo solárium – 1 interval *(3 minuty)* ..... 120 Kč

Kosmetické služby ..... od 680 Kč

Masáže ..... od 1 200 Kč

Cybex, health club & spa at the Hilton Prague | Pobřežní 1, 186 00 Praha 8 | tel: +420-224 842 713 | fax: +420-224 842 372 | E-mail: info@cybex-fitness.cz | www.cybex-fitness.cz

Příloha C

Vedete si nějakým způsobem přehled celkové klientely/návštěvnosti? (jak členů, tak nečlenů)

Kolik má Váš klub v současnosti členů?

Kolik klientů je z řad nečlenů?

Poskytujete i členství pro firmy? Pokud ano, nabízíte jim nějaké finanční zvýhodnění?

Jací jsou podle Vás Vaši klíčoví zákazníci? (ženy, muži, věkové skupiny, národnostní skupiny apod.)

Jak tyto zákazníky oslovujete?

Jak podporujete prodej členství?

Nabízíte členům nějaké výhody či bonusové programy?

Mají např. možnost koupit zvýhodněné členství pro rodinu či přátele?

Co marketing? Jakým způsobem u Vás řešíte PR?

Používáte nějaké propagační materiály? Pokud ano, jaké?

Najímáte si nějakou reklamní agenturu nebo si reklamu zpracováváte sami?

Myslíte na členy, když mají například narozeniny nebo významná výročí?

Pořádáte nějaké společenské akce pro klienty?

Jak často měníte portfolio Vašich služeb?

Které z Vašich služeb Vám přinášejí největší finanční přínos či užitek?

Využívají těchto služeb spíše členové či nečlenové?

Děláte tzv. akční nabídky pro klienty nabízené přes CK? (například rozlučka se svobodou apod.)

Jaká je Vaše vize do budoucna? Plánujete nějaké změny?

Do jaké míry a jakým způsobem Vás ovlivňuje hotel v rámci provozování fitness a wellness?

Přináší Vám umístění health clubu v hotelu nějaké výhody či naopak nevýhody?

Podle čeho si vybíráte zaměstnance?

Jak školíte, případně doškolujete zaměstnance?

Jaký je Váš dresscode?

Děláte tzv. teambuildingové akce?

V čem jste odlišní od ostatních podobných společností? V čem vidíte Vaši přidanou hodnotu oproti konkurenci?

Proč si to myslíte?

Příloha D

Milí klienti,
chtěli bychom Vám dát možnost vyjádřit svůj názor a přání na fungování našeho health clubu & wellness prostřednictvím tohoto krátkého dotazníku, který je anonymní a samozřejmě dobrovolný.

pohlaví: a) žena b)muž
věk: a) 0 – 20 let b) 21- 30 let c) 31 – 40 let d) 41 – 50 let e) 50 a více let
nejvyšší dosažené vzdělání: a) základní b) středoškolské c) vysokoškolské

Jste spokojeni s nabídkou našich služeb?
a) ano b) spíše ano c) ne d) spíše ne

Co byste zlepšil/a nebo co Vám u nás chybí?

Proč jste si vybrali health club & wellness zařízení postavený právě na členství?

Mělo na Váš výběr vliv umístění tohoto zařízení právě v hotelu?

Co vnímate jako negativum hotelového fitness & wellness?

Děkujeme za Váš čas a přejeme příjemný den
Cybex team

Příloha E

HEALTH CLUB & SPA
GUEST BOOK

Name: _____

Room no.: _____

Date: _____

I was informed that the Proprietors accept no liability for any injury or illness to persons or loss of personal effects howsoever such injury, illness, loss or damage may be caused. I agree to use all available facilities at my own risk.

Before using the solarium I will read the operating instructions, displayed warnings and check my skin type. I acknowledge that the way the solarium is going to be used, as well as the determination of the length of treatment and the selected intensity, are all based on my explicit request and I will be fully liable for any potential consequences.

"I hereby declare that my current health condition does not interfere with the intended usage of the services I have chosen, and that it does in no way represent a potential risk to the other guests."

I am aware and I agree that all my valuable belongings such as valet, money, mobile phone, etc. have to be stored in secured sealed envelope in the HC&S reception safety box, otherwise the HC&S Proprietors do not take any liability for any loss or damage.

I agree to be charged 200,- CZK for any borrowed HC&S equipment lost (key, locker, headphones, etc.)

Signature:

Příloha F

ONE DAY ENTRY

JEDNORÁZOVÝ VSTUP

Date / *Datum:* _____

Name / *Jméno:* _____

Telephone Number / *Telefonní číslo:* _____

E-mail / *E-mail:* _____

Payment / *Platba:*

550 Kč/ 350 Kč ☐ Membership N. / *Číslo člena:* _____

390 Kč ☐ ID / *Č. občanského průkazu:* _____

300 Kč ☐ dítě do 15 let

Voucher / *Poukázka* ☐

Voucher type / *Typ poukázky:*

GZK	☐	Number / *Číslo:*	_____
C	☐	Number / *Číslo:*	_____
H	☐	Number / *Číslo:*	_____
Free / *Zdarma*	☐	Number / *Číslo:*	_____
Spa / *Lázně*	☐	Number / *Číslo:*	_____

Member's child / *Dítě člena* ☐ Membership N / *Číslo člena:* _____

Bonus for Member / *Bonus člena* ☐ Membership N. / *Číslo člena:* _____

Trial Visit / *Zkušební návštěva* ☐

Other / *Ostatní* ☐ _____

I wish to have membership info / Zajímám se o nabídku členství ☐

I agree with the visitor rules / *Souhlasím s návštěvním řádem*

Signature / *Podpis:* _____

CYBEX