

Projekt wellness služeb zaměřený na nový hotel v Lázně Luhačovice, a. s.

Bc. Sabina Marholtová

Diplomová práce
2018

 Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta managementu a ekonomiky

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta managementu a ekonomiky
Ústav podnikové ekonomiky
akademický rok: 2017/2018

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Sabina Marholtová**
Osobní číslo: **M16542**
Studijní program: **N6208 Ekonomika a management**
Studijní obor: **Podniková ekonomika**
Forma studia: **prezenční**

Téma práce: **Projekt wellness služeb zaměřený na nový hotel v Lázně Luhačovice, a. s.**

Zásady pro vypracování:

Úvod

Definujte cíle práce a použité metody zpracování práce.

I. Teoretická část

- Zpracujte literární rešerši zaměřenou na wellness služby cestovního ruchu.

II. Praktická část

- Charakterizujte současnou nabídku wellness služeb v Lázních Luhačovice, a. s.
- Analyzujte wellness subjekty a jejich současnou nabídku wellness služeb pro náročné zákazníky na trhu České republiky a v zahraničí.
- Na základě výsledků analýzy vypracujte projektové řešení wellness služeb zaměřených na náročné zákazníky.
- Projekt podrobte ekonomické, časové a rizikové analýze.

Závěr

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

Seznam odborné literatury:

FLETCHER, John. *Tourism: principles and practice*. Fifth edition. Harlow, England: Pearson, 2013, 643 s. ISBN 978-0-273-75827-3.
KREJČÍ, Milada a Václav HOŠEK. *Wellness*. Praha: Vysoká škola tělesné výchovy a sportu Palestra, 2016, 304 s. ISBN 978-80-271-0010-1.
KŘÍŽEK, Felix a Josef NEUFUS. *Moderní hotelový management: nové trendy a metody v řízení hotelů, aktualizované informace o hotelovém provozu a jeho organizaci, optimalizace provozu s ohledem na ekologii a etiku, praktické příklady a fotografická příloha*. 2., aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada, 2014, 224 s. ISBN 978-80-247-4835-1.
SMITH, Melanie a László PUCZKÓ. *Health, tourism and hospitality: spas, wellness and medical travel*. Second edition. London: Routledge, 2014, 508 s. ISBN 978-0-415-63865-4.

Vedoucí diplomové práce: **doc. Ing. Zuzana Tučková, Ph.D.**
Ústav logistiky
Datum zadání diplomové práce: **15. prosince 2017**
Termín odevzdání diplomové práce: **17. dubna 2018**

Ve Zlíně dne 15. prosince 2017



doc. Ing. David Tuček, Ph.D.
děkan



Ing. Petr Novák, Ph.D.
ředitel ústavu

PROHLÁŠENÍ AUTORA BAKALÁŘSKÉ/DIPLOMOVÉ PRÁCE

Prohlašuji, že

- beru na vědomí, že odevzdáním diplomové/bakalářské práce souhlasím se zveřejněním své práce podle zákona č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, bez ohledu na výsledek obhajoby;
- beru na vědomí, že diplomová/bakalářská práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému dostupná k prezenčnímu nahlédnutí, že jeden výtisk diplomové/bakalářské práce bude uložen na elektronickém nosiči v příruční knihovně Fakulty managementu a ekonomiky Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně;
- byl/a jsem seznámen/a s tím, že na moji diplomovou/bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, zejm. § 35 odst. 3;
- beru na vědomí, že podle § 60 odst. 1 autorského zákona má UTB ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- beru na vědomí, že podle § 60 odst. 2 a 3 autorského zákona mohu užit své dílo – diplomovou/bakalářskou práci nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen s tím, že vyrovnaní případného přiměřeného příspěvku na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše) bude rovněž předmětem této licenční smlouvy;
- beru na vědomí, že pokud bylo k vypracování diplomové/bakalářské práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tedy pouze k nekomerčnímu využití), nelze výsledky diplomové/bakalářské práce využít ke komerčním účelům;
- beru na vědomí, že pokud je výstupem diplomové/bakalářské práce jakýkoliv softwarový produkt, považuji se za součást práce rovněž i zdrojové kódy, popř. soubory, ze kterých se projekt skládá. Neodevzdání této součásti může být důvodem k neobhájení práce.

Prohlašuji,

1. že jsem na diplomové/bakalářské práci pracoval samostatně a použitou literaturu jsem citoval. V případě publikace výsledků budu uveden jako spoluautor.
2. že odevzdaná verze diplomové/bakalářské práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

Ve Zlíně 16. 4. 2018

Jméno a příjmení: ŠARBINA KARHOLTOVA


.....
podpis diplomanta

ABSTRAKT

Diplomová práce se zabývá tématem návrhu wellness služeb do nového wellness hotelu zaměřeného na náročné zákazníky ve společnosti Lázně Luhačovice, a. s. Je rozdělena na teoretickou, analytickou a projektovou část. Teoretická část se orientuje na poznatky získané studiem české a zahraniční odborné literatury zaměřené na cestovní ruch, lázeňský a wellness cestovní ruch, na samotný pojem wellness a také na charakteristiku analytických metod využitých v práci. Analytická část představuje společnost Lázně Luhačovice, a. s., zaměřuje se na analýzu wellness subjektů v České republice a v zahraničí a v poslední části je proveden řízený rozhovor. Ze získaných informací a poznatků je v projektové části diplomové práce vypracován projekt wellness služeb pro náročné zákazníky. Na závěr je tento projekt podroben nákladové, rizikové a časové analýze.

Klíčová slova: cestovní ruch, wellness, náročný zákazník, zahraniční wellness trendy, wellness služby

ABSTRACT

The diploma thesis deals with the topic of proposal wellness services into a new wellness hotel focused on demanding customers in the Lazne Luhacovice, a. s. It is divided into the theoretical, analytical and project part. The theoretical part focuses on the knowledge gained from the study of czech and foreign specialized literature focused on tourism, spa and wellness tourism, on the concept of wellness as well as on the characteristics of the analytical methods used in the work. The analytical part represents Lázně Luhačovice, a. s., focuses on the analysis of wellness hotels in the Czech Republic and abroad and in the last part is conducted a controlled interview. From the obtained information and knowledge, a project of wellness services for demanding customers is processed in the project part of the diploma thesis. Finally, this project is processed through cost, risk and time analysis.

Keywords: tourism, wellness, demanding customer, foreign wellness trends, wellness services

Ráda bych poděkovala paní doc. Zuzaně Tučkové, Ph.D. za ochotu, poskytnutí cenných rad a odbornou pomoc při vedení mé diplomové práce.

V neposlední řadě děkuji mé rodině a blízkým za jejich podporu a trpělivost po celou dobu mých studií.

Závěrem bych chtěla poděkovat panu Ing. Jiřímu Dědkovi, MBA za ochotu a čas při poskytování odborných informací pro zpracování diplomové práce a také za nabídku se tímto tématem zabývat.

Cestuj tak daleko, až poznáš sám sebe.

Sbírej zážitky, ne věci.

Neznámy autor

OBSAH

ÚVOD	9
CÍLE A METODY ZPRACOVÁNÍ PRÁCE	10
I TEORETICKÁ ČÁST	11
1 CESTOVNÍ RUCH	12
1.1 DEFINICE CESTOVNÍHO RUCHU	12
1.2 KLASIFIKACE CESTOVNÍHO RUCHU.....	14
1.2.1 Druhy cestovního ruchu	15
1.2.2 Formy cestovního ruchu.....	15
1.3 ZÁKLADNÍ TERMÍNY V CESTOVNÍM RUCHU	16
1.4 LÁZEŇSKÝ CESTOVNÍ RUCH.....	18
1.5 WELLNESS CESTOVNÍ RUCH.....	20
2 WELLNESS	22
2.1 DEFINICE WELLNESS.....	22
2.2 HISTORIE WELLNESS.....	22
2.3 VYMEZENÍ HOTELU	23
2.3.1 Kategorie ubytovacích zařízení.....	23
2.3.2 Klasifikace hotelů.....	24
2.4 SPECIFIKA WELLNESS HOTELU.....	24
2.4.1 Wellness služby.....	26
2.4.2 Wellness prostředí.....	28
2.4.3 Instituce v oblasti wellness.....	28
2.4.4 Výzkum wellness služeb	29
2.5 TRENDY V OBLASTI WELLNESS.....	29
2.5.1 Wellness venku	30
2.5.2 Čínská filozofie	31
2.5.3 Bylinné terapie a drahé kameny	32
2.5.4 Koncept wellness hotelu	32
2.5.5 Wellness i pro muže	32
3 TEORETICKÁ VÝCHODISKA ANALYTICKÝCH METOD	34
3.1 EKONOMICKÁ ANALÝZA A FINANČNÍ ANALÝZA.....	34
3.2 SWOT ANALÝZA	35
3.3 ANALÝZA KONKURENCE	35
3.4 ŘÍZENÝ ROZHOVOR	36
SHRNUTÍ TEORETICKÉ ČÁSTI	37
II PRAKTICKÁ ČÁST	38
4 PŘEDSTAVENÍ SPOLEČNOSTI LÁZNĚ LUHAČOVICE, A. S.	39
4.1 ZÁKLADNÍ INFORMACE.....	39
4.2 HISTORIE	39
4.3 ORGANIZAČNÍ STRUKTURA	40
4.3.1 Orgány společnosti.....	41
4.3.2 Vývoj počtu zaměstnanců	41

4.4	EKONOMICKÁ VÝKONNOST LÁZNÍ LUHAČOVICE, A. S.	41
4.5	SOUČASNOST.....	44
4.6	SWOT ANALÝZA	45
4.7	SOUČASNÝ STAV NABÍDKY SLUŽEB	47
5	ANALÝZA NABÍDKY WELLNESS SLUŽEB NA TRHU ČR	51
5.1	ANALÝZA WELLNESS SUBJEKTŮ VE ZLÍNSKÉM KRAJI.....	52
5.2	ANALÝZA WELLNESS SLUŽEB V ČR	55
6	ANALÝZA WELLNESS SUBJEKTŮ V ZAHRANIČÍ.....	61
7	ŘÍZENÝ ROZHOVOR.....	67
7.1	VYHODNOCENÍ VÝSLEDKŮ ŘÍZENÉHO ROZHOVORU.....	67
7.2	SHRNUTÍ VÝSLEDKŮ ŘÍZENÉHO ROZHOVORU.....	68
	ZÁVĚRY PRO PROJEKT	69
8	PROJEKT ZALOŽENÍ WELLNESS HOTELU	72
8.1	ÚVODNÍ INFORMACE	72
8.1.1	Cíl projektu a očekávané přínosy	72
8.1.2	Cílová skupina.....	72
8.1.3	Lokalizace produktu	74
8.1.4	Představení projektu.....	74
8.1.5	Základní informace o novém hotelu a ubytování.....	74
8.1.6	Filozofie hotelu	75
8.2	VENKOVNÍ VYBAVENÍ HOTELU	75
8.3	VNITŘNÍ VYBAVENÍ HOTELU A SLUŽBY	76
8.4	WELLNESS SLUŽBY	81
8.5	BALÍČKY SLUŽEB	85
8.6	NÁKLADOVÁ ANALÝZA	92
8.7	RIZIKOVÁ ANALÝZA	96
8.8	ČASOVÁ ANALÝZA	98
	ZÁVĚR	100
	SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....	101
	SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK.....	104
	SEZNAM OBRÁZKŮ	105
	SEZNAM TABULEK.....	106
	SEZNAM PŘÍLOH.....	107

ÚVOD

Cestovní ruch je v dnešní době významným odvětvím pro světovou ekonomiku. Velkou částí se podílí na světovém hrubém domácím produktu a na světové zaměstnanosti. Čím dál více lidí cestuje. Chtějí poznávat nová místa a kultury, chtějí zažít něco nového, neobvyklého, chtějí získat zážitky, na které budou vzpomínat.

V poslední době se velmi rozmohl pojem wellness, který je, jak se zdá rozvíjejícím se trendem současnosti. Tohle slovo slyšíme na každém rohu. V dnešní době plné technologií a zrychleného tempa života, hrozí lidem přepracovanost a vyčerpání. A právě wellness je jednou z možností, jak se uvolnit, vydechnout a na okamžik si odpočinout od každodenních starostí. Cílem wellness je, aby se člověk cítil dobře, což je velmi úzce spjato s duševní, fyzickou a sociální pohodou a také se zdravým životním stylem.

Tato diplomová práce se zabývá nabídkou wellness služeb v novém hotelu ve společnosti Lázně Luhačovice, a. s., se zaměřením na náročné zákazníky. Důvodem napsání této diplomové práce byla od vedení společnosti nabídka zabývat se právě wellness problematikou. Společnost má investiční záměr v horizontu pěti až sedmi let, který představuje rekonstrukci bývalého Vodoléčebného ústavu v Luhačovicích. Cílem rekonstrukce je přestavba ústavu na nový wellness hotel. Informace získané ze zahraničních wellness hotelů budou využity při návrhu wellness služeb v novém wellness hotelu v Luhačovicích. Diplomová práce se skládá ze tří částí – teoretické, analytické a projektové. V teoretické části budou popsány pojmy z oblasti cestovního ruchu, lázeňského a wellness cestovního ruchu. Dále definice samotného pojmu wellness, současné trendy v této oblasti a v poslední části budou teoreticky popsány analytické metody využití v práci. Analytická část se bude zabývat představením společnosti a její ekonomickou výkonností, analýzou wellness subjektů v České republice se zaměřením na wellness subjekty ve Zlínském kraji. Následně bude provedena analýza wellness subjektů v zahraničí. V poslední části bude rozebrán řízený rozhovor s výkonným ředitelem Lázní Luhačovice, a. s. V projektové části bude navrženo venkovní a vnitřní vybavení nového wellness hotelu, nabízené služby a wellness balíčky pro náročnou klientelu. Na konec bude provedena nákladová, časová a riziková analýza.

Za velkou výhodu je považováno získání poznatků a současných trendů v oblasti wellness ze zahraničních hotelů, které jsou o kus napřed a aplikace těchto poznatků do nového wellness hotelu.

CÍLE A METODY ZPRACOVÁNÍ PRÁCE

Hlavní cíl:

Hlavním cílem diplomové práce bylo vypracování projektového řešení wellness služeb v novém hotelovém komplexu společnosti Lázně Luhačovice, a. s., které budou určeny pro náročné zákazníky.

Vedlejší cíl:

Vedlejšími cíly diplomové práce bylo zjištění současné nabídky wellness subjektů ve společnosti Lázně Luhačovice, a. s. Analýza wellness subjektů v České republice, konkrétně ve Zlínském kraji a především v zahraničí. Ze získaných informací pak příprava pro projekt. Dále literární rešerše z českých a zahraničních zdrojů, pro zjištění současných trendů v oblasti wellness a také zjištění chování náročných zákazníků.

Metody:

Metody zpracování práce jsou teoreticky popsány v kapitole 3. V praktické části byly tyto metody využity již při zjišťování ekonomické výkonnosti společnosti, kdy byla provedena ekonomická analýza. Součástí této analýzy byly výpočty ukazatelů rentability, zadluženosti a likvidity, dále pak graf celkových výnosů a hospodářských výsledků v letech 2012 až 2016. Následně byla provedena SWOT analýza pro zjištění současných silných a slabých stránek, příležitostí a hrozeb ve společnosti Lázně Luhačovice, a. s. Další metodou zpracování diplomové práce byla analýza wellness subjektů ve Zlínském kraji, následně v České republice a poslední částí byla analýza zahraničních wellness subjektů. Analýza zahraničních wellness subjektů byla rozdělena na wellness hotely v Rakousku a v ostatních státech. Tyto analýzy byly provedeny určením kritérií a následným zjišťováním výskytu tohoto kritéria v jednotlivých analyzovaných hotelech. V neposlední řadě byl proveden řízený rozhovor s panem Ing. Jiřím Dědkem, výkonným ředitelem společnosti Lázně Luhačovice, a. s., který byl pro diplomovou práci velkým přínosem. Ze zjištěných informací byly připraveny závěry pro projekt. Poslední metodou zpracování práce byla nákladová, riziková a časová analýza vytvořeného projektu wellness služeb pro náročné zákazníky.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 CESTOVNÍ RUCH

Podle Fletchera (2013, s. 2) má cestování jako aspekt lidské činnosti původ sahající až tisíce let zpět. Ovšem myšlenka cestování ve volném čase, za účelem vzdělání nebo zdraví, přišla během 18. století. Destinace v této době nabízely a poskytovaly možnosti a vybavení pro příjždějící turisty. Náklady na cestování byly obrovské, proto si cestování mohli dovolit pouze bohatí lidé. Následně, v 19. století vznikaly železnice a cestování bylo dostupné i pro normální populaci. Během 2. poloviny 20. století byl cestovní ruch omezen díky dvěma světovým válkám. Lze tedy říci, že cestovní ruch, který známe dnes, má kořeny v 50. letech 20. století. V této době byla založena UNWTO (United Nations World Tourism Organisation), která měla za cíl sběr statistických dat v mezinárodním cestovním ruchu a jeho rozvoj. Později se také zabývala domácím cestovním ruchem a sběru informací v něm.

Podle Kotíkové a Schwartzhoffové (2017, s. 7) je cestovní ruch v současné době významným odvětvím nejen světového hospodářství, ale i ekonomiky. Jelikož souvisí s příjmy a volným časem člověka, je považován za fenomén současné společnosti a odraz životní úrovně obyvatelstva dané země. Cestování je pro mnoho lidí součástí životního stylu.

Nejčastěji lidé cestují za rekreací, poznáváním a naplněním vlastních snů. Cestovní ruch se začal rozvíjet v období na přelomu 19. a 20. století. Začal se formovat především ve vyspělých krajinách, ve kterých je cestovní ruch v současnosti součástí spotřeby a způsobu života obyvatel. Cestovní ruch vyžaduje nejen primární nabídku, tj. přírodní a kulturně-historické podmínky, ale také možnost svobodného pohybu obyvatelstva, přiměřený disponibilní fond volného času a také volnou kupní sílu na uspokojování méně zbytných potřeb. Nezbytnou součástí je také výstavba a provoz dopravních, ubytovacích, stravovacích, sportovně-rekreačních, zábavních a dalších zařízení cestovního ruchu. (Hesková a spol., 2006, s. 9)

Podle Jakubíkové (2012, s. 20) jsou příčiny vzniku cestovního ruchu především potřeba obnovit spojení s přírodou, růst vzdělání a navazování styku s lidmi. Mezi základní podmínky rozvoje CR patří mír a příznivé mezinárodní klima. Rozvoj ovlivňují také činitelé přírodní, ekologické, demografické, ekonomické a další.

1.1 Definice cestovního ruchu

Podle Plzákové a Studničky (2014, s. 19-20) je cestovní ruch významným sektorem světového hospodářství. Tvrdí, že jeho význam neustále roste z hlediska ekonomického, regionálního, sociálního a ekologického. Stává se důležitým zdrojem ekonomické prosperity stále většího

počtu zemí, regionů a míst. Cestovní ruch zahrnuje jak pozitivní, tak negativní efekty. Pozitivní efekty představují realizaci příjmů, vytváření pracovních míst, rozvoj podnikatelské činnosti a daňových přínosů. Na druhé straně, negativní efekty se projevují ve fyzickém (emise, eroze, narušení biodiverzity, apod.) i v sociokulturním (duální společnost, výskyt patologických jevů, sezónní nezaměstnanosti, jádrová inflace) prostředí.

Jako jedni z prvních autorů, kteří definovali cestovní ruch, jsou švýcarští vědci Kurt Krapf a Walter Hunziker. Jejich definice zní následovně: *Cestovní ruch představuje soubor vztahů a jevů, které vyplývají z pobytu na cizím místě, přičemž cílem pobytu není trvalé usídlení nebo výkon výdělečné činnosti* (Hunziker a Krapf, 1942 podle Kotíkové a Schwartzhoffové, 2017, s. 9). Podle Heskové a kol. (2006, s. 10) prezentovali v knize *Všeobecná nauka cestovního ruchu* (Grundriss der Allgemeine Fremdenverkehrslehre) základy moderní, tzv. švýcarské školy cestovního ruchu sloužící pro rozvoj vědy i praxe. Věcný obsah tohoto díla byl velkým přínosem pro zkoumání cestovního ruchu nejen ve Švýcarsku, ale také v dalších evropských zemích.

“Za cestovní ruch je označován pohyb lidí mimo jejich vlastní prostředí do míst, která jsou vzdálená od místa jejich bydliště, za různými účely, vyjma migrace a výkonu normální denní práce“ (Jakubíková, 2012, s. 18).

Další definice, která byla přijata na konferenci v St. Gallen v roce 1971, zní: *Cestovní ruch je souborem vztahů a jevů, které vyplývají z cestování a pobytu osob, pro které místo pobytu není, ani hlavním místem bydliště, ani místem výdělečné činnosti.* (Kopšo, 1979 podle Kotíkové a Schwartzhoffové, 2017, s. 9).

Tato definice byla považována za oficiální a přijata Mezinárodním sdružením expertů v cestovním ruchu (AIEST – Association Internationale d’Experts Scientifique du Tourisme), (Kotíková a Schwartzhoffová, 2017, s. 9).

Podle Jakubíkové (2012, s. 18) je cestovní ruch zdrojem příjmů pro obec, zdrojem vytváření nových pracovních příležitostí, příležitostí k revitalizaci a zvelebování měst a obcí, ale pouze za předpokladu, že je správně rozvíjen. Je to rozsáhlý trh, který vyžaduje uspokojení různých potřeb a tím pádem vzbuzuje pozornost podnikatelů, veřejné a státní správy. Jsou dvě příčiny cestování. První je z povinnosti (podnikání, návštěva rodiny a přátel, zdravotní důvody). Druhou příčinou cestování je pro potěšení a zábavu (odpočinek, zábava, objev, sport, romantika aj.)

Podle Kotíkové a Schwartzhoffové (2017, s. 12) je v současné české odborné literatuře používán pojem cestovní ruch, ale také jeho mezinárodní ekvivalent turismus. Termíny jako je turistika či turistický ruch není správné označení pro pojem cestovní ruch. Definice cestovního ruchu podle WTO se od předchozích liší především proto, že cestovní ruch chápe nejen jako volnočasovou aktivitu ale vymezuje ji jako činnost lidí spojenou s cestováním a zdůrazňuje jako možný účel vedle volného času také obchod a jiné účely.

Definice cestovního ruchu podle WTO: *Cestovní ruch představuje činnost lidí spočívající v cestování a pobytu v místě mimo jejich obvyklého pobytu po dobu kratší jednoho roku za účelem využití volného času, obchodu a jinými účely* (Malá encyklopedie cestovního ruchu, 1998 podle Kotíkové a Schwartzhoffové, 2017, s. 10).

Specifika cestovního ruchu

1. Rozvoj cestovního ruchu je podmíněn politicko-správními podmínkami.
2. Produkt cestovního ruchu nelze vyrábět na sklad.
3. Místní vázanost, bezprostřední spojitost s místem, ve kterém se realizuje (přírodní prostředí).
4. Výrazná sezónnost.
5. Trh je vymezen přírodními faktory a dalšími nepředvídatelnými vlivy.
6. Vysoký podíl lidské práce.
7. Těsný vztah nabídky a poptávky.
8. Poptávka je významně ovlivňována důchody obyvatelstva, fondem volného času, motivací, módou, prestiží a dalšími faktory.
9. Nabídku velmi ovlivňuje rozvoj a využívání techniky a technologií (Jakubíková, 2012, s. 21).

1.2 Klasifikace cestovního ruchu

Klasifikace cestovního ruchu se snaží o jeho bližší definování a rozdělení podle určitých znaků. V praxi se také používá termín „typologie cestovního ruchu“ (Kotíková, Schwartzhoffová, 2017, s. 12-13). Specifikování cestovního ruchu pouze ve všeobecné rovině, by bylo nedostačující, proto cestovní ruch členíme na druhy a formy (Hesková a kol., 2006, s. 21).

Je potřeba připomenout, že dělení na druhy a formy se v zahraniční literatuře nepoužívá. Pojmy druhy, formy, typy označují stejný obsah. V poslední době se od členění v české literatuře upouští (Kotíková, Schwartzhoffová, 2017, s. 13).

Základní členění cestovního ruchu uvádí UNWTO. V tomto členění je respektováno geografické hledisko a podle něj rozlišujeme domácí CR a zahraniční CR, který se následně člení na příjezdový a výjezdový CR (Kotíková, Schwartzhoffová, 2017, s. 13).

1.2.1 Druhy cestovního ruchu

„O druzích cestovního ruchu hovoříme tehdy, když za základ posuzování cestovního ruchu vezmeme motivaci jejich účastníků, tj. účel, pro který cestují a pobývají přechodně na cizím místě“ (Hesková a kol., 2006, s. 21). Kotíková a Schwartzhoffová (2017, s. 13) tvrdí, že druhy cestovního ruchu jsou výstupem členění podle motivu účasti na cestovním ruchu.

Podle Heskové a kol.(2006, s. 22-24) se v praxi druhy CR nevyskytují v čisté podobě, ale jsou ve vzájemné kombinaci s jinými druhy CR. Například rekreační cestovní ruch se nejčastěji kombinuje se sportovním, zdravotním a kulturním CR. Lázeňský s kulturním a zdravotním cestovním ruchem. Mezi druhy cestovního ruchu patří:

- Rekreační cestovní ruch – charakteristický pasivní i aktivní odpočinek, obnova fyzických i psychických sil, pobyt v přírodním prostředí spojený s rekreačními aktivitami.
- Sportovní cestovní ruch – pobyt v přírodním prostředí spojený s vykonáváním aktivních sportovních činností, za účastníky pasivního cestovního ruchu jsou považováni sportovní diváci.
- Dobrodružný cestovní ruch – charakteristický touhou po neznámém, po objevování, s cílem zažít dobrodružství.
- Myslivecký cestovní ruch – motivace možnosti lovu zvěře a ptáků, součástí je rybářský cestovní ruch.
- Kulturní cestovní ruch – uspokojování duchovních potřeb lidí, poznávání kulturního dědictví, kultury, možnost zábavy a rozptýlení.
- Lázeňský cestovní ruch – zdravotně-preventivní a léčebné činnosti pod odborným zdravotnickým dohledem, důležitý je výskyt přírodních léčivých zdrojů.

Dalšími druhy cestovního ruchu jsou náboženský, zdravotní, obchodní, kongresový a stimulační cestovní ruch.

1.2.2 Formy cestovního ruchu

„O formách cestovního ruchu mluvíme, když jako základ posuzování cestovního ruchu vezmeme různé příčiny, které ho ovlivňují a důsledky, které přináší“ (Hesková a kol., 2006,

s. 21). Podle Kotíková a Schwartzhoffová (2017, s. 13) představují formy cestovního ruchu vymezení CR podle konkrétních podmínek, ve kterých je cestování uskutečňováno.

Formy cestovního ruchu se rozdělují z geografického hlediska, podle počtu účastníků, způsobu organizování, věku, délky účasti, převažujícího místa pobytu, ročního období, podle použitého dopravního prostředku, z hlediska dynamiky, ze sociologického hlediska (Hesková a kol., 2006, s. 21-22).

1.3 Základní termíny v cestovním ruchu

Subjekt cestovního ruchu

Jedná se o účastníka cestovního ruchu, kterým je z ekonomického hlediska každý, kdo spotřebovává produkty cestovního ruchu. Souběžně uspokojuje své potřeby v době cestování a pobytu mimo místo trvalého bydliště. Za účastníka cestovního ruchu je považován návštěvník, turista nebo výletník.

Návštěvník

V domácím cestovním ruchu jde o osobu, která cestuje na jiné místo v zemi svého trvalého bydliště na méně než šest měsíců. V zahraničním cestovním ruchu se jedná o osobu cestující do jiné země na méně než jeden rok. V obou případech je hlavní účel cesty jiný než výdělečná činnost (Hesková a kol., 2006, s. 14).

Turista

Návštěvník, který v navštíveném místě alespoň jednou přenocuje (Kotíková, Schwartzhoffová, 2017, s. 19). Podle Heskové a spol. (2006, s. 14) je turista osoba splňující podmínky návštěvníka a účast na cestovním ruchu je spojena s minimálně jedním přenocováním. Dále se z hlediska délky turista rozděluje na turistu na dovolené a krátkodobě pobývacího turistu.

Výletník

Návštěvník, který v navštíveném místě stráví méně než 24 hodin (Kotíková, Schwartzhoffová, 2017, s. 19).

Rezident (stálý obyvatel)

Podle Heskové a kol. (2006, s. 13) je to v domácím CR osoba, která žije alespoň šest po sobě jdoucích měsíců v daném místě před příjezdem do jiného místa, ve kterém bude méně než šest měsíců. V zahraničním CR jde o osobu, která žije v zemi alespoň jeden rok před příjezdem do jiné země na dobu kratší jak jeden rok. Lze také říci, že rezident je osoba, jejíž rezidentská

země je stejná jako navštívená země. Může to být občan sledované země i cizí státní příslušník žijící ve sledované zemi.

Nerezident

Také zahraniční návštěvník je osoba, která cestuje do jiné země, než je její obvyklé bydliště na dobu nepřevyšující 12 měsíců a účel této cesty není výdělečná činnost. Nerezidentem je také osoba, jejíž navštívená země je jiná jako země jeho sídla a občan sledované země dlouhodobě žijící v cizině (Zelenka, Pásková, 2012, s. 636).

Příjezdový cestovní ruch (také aktivní)

Jedná se o cestovní ruch realizovaný do dané země obyvateli jiných zemí, jednodenními návštěvníky a turisty. Osoby se pohybují mimo jejich obvyklé prostředí a pobývají zde po dobu menší jak rok. Účelem cesty je trávení volného času, podnikání, společenské kontakty a jiné (Zelenka, Pásková, 2012, s. 458).

Domácí cestovní ruch

Cestování a pobytu občanů mimo místo jejich trvalého působení a ve vlastním státě. Účel cesty je využití volného času, rekreace, poznávání nebo za jiným nevýdělečným účelem (Zelenka, Pásková, 2012, s. 115).

Výjezdový cestovní ruch (také pasivní)

Cestovní ruch obyvatel dané země realizovaný do jiných zemí za účelem využití volného času, služební cesty a další (Zelenka, Pásková, 2012, s. 622).

Průmysl cestovního ruchu

Označení pro odvětví CR, které s cestovním ruchem přímo souvisejí, jsou tedy přímo závislá na cestovním ruchu. Patří sem ubytovací zařízení, cestovní kanceláře a agentury, průvodci, turistická informační centra, vybraní dopravci a turistické asociace. Jde o souhrn veřejných a soukromých firem a organizací, které se podílejí na vývoji, produkci, distribuci a poskytování produktů a služeb návštěvníkům (Zelenka, Pásková, 2012, s. 451).

Ekonomika cestovního ruchu

Ekonomika CR zahrnuje všechny podnikatelské aktivity cestovního ruchu, např. ubytovací zařízení všech typů, dopravu, infrastrukturu, organizátory cestovního ruchu, provozovatele a správce atraktivit CR, destinační organizátory, obory stavebnictví (Zelenka, Pásková, 2012, s. 451).

Objekt cestovního ruchu

Za objekt CR lze považovat vše, co se může stát cílem změny místa pobytu účastníka CR. Objekt je nositelem nabídky a jde o přírodu, kulturu, hospodářství a podobně. Je tvořen cílovým místem, podniky a institucemi cestovního ruchu. Cílové místo musí mít primární nabídku, za kterou považujeme přírodní a kulturní potenciál. Nezbytná je také sekundární nabídka, kterou je infrastrukturní vybavenost. Jde o podniky, zařízení a instituce, které nabízejí návštěvníkům využívání jejich služeb v cílovém místě, např. stravovací, ubytovací, sportovní, kulturní (Hesková a kol., 2006, s. 15).

1.4 Lázeňský cestovní ruch

Podle Schwartzhoffové (2016, s. 45) lázeňský cestovní ruch vyžaduje existenci zdravotnických zařízení, přírodních zdrojů, vhodného přírodního prostředí a odpovídající společensko-kulturní život lázeňského místa. Účelem je zlepšení zdravotního stavu, regenerace sil a rekreace.

Lázně jsou spojeny s výskytem přírodního léčivého zdroje, což je minerální voda, termální voda, peloidy a klima. V minulosti bylo více léčebných pramenů než dnes, ale vlivem nejrůznějších okolností se jejich počet snižoval. Postupně začala vznikat léčebná místa v blízkosti vývěrů minerálních a termálních vod. Slovo lázeň je odvozeno od řeckého slova *balaneion*, které lze do češtiny přeložit jako koupel či lázeň. Také se používá pojem spa, odvozený z latinského spojení *sanus per aquam* (léčení skrze vodu). Mezi jedny z neznámějších spa lázní patří spa v Belgii. Pojem spa je označován pro lázeňská, a zejména wellness zařízení (Schwartzhoffová, 2016, s. 7).

Lázně můžeme členit podle geografického hlediska, tedy v jakém kraji a kolik lázní se zde nachází. Nejvíce lázní najdeme v Olomouckém kraji (7 lázní), Karlovarském, Ústeckém kraji (po 5 lázních) a v Královéhradeckém kraji, kde se nachází 4 lázeňská zařízení. Členíme je také podle přírodních léčivých zdrojů. Můžu říci, že v největším počtu se vyskytují lázně s minerální vodou. Výskyt peloidů a příznivého klima v lázních je nižší. Dále lázeňská zařízení dělíme podle indikačního zaměření. V současné době se většina lázní v rámci konkurenční výhody snaží nabízet léčbu v co největšímu počtu indikačních skupin. Například ve Františkových lázních se léčí gynekologické nemoci a v Jeseníkách nemoci nervového charakteru. Poslední skupinou členění lázní je podle významu pro cestovní ruch. V tomto členění rozdělujeme lázně na tři skupiny. Na místa významná pro zahraniční cestovní ruch, místa významná pro domácí cestovní ruch a malá místa s převažující léčebnou funkcí. Mezi významné

lázně pro zahraniční klientelu patří lázně v Luhačovicích, v Karlových Varech nebo Mariánské Lázně. Jedná se o lázně odpovídající světovým lázním, kde je velká lůžková kapacita a komplexní infrastruktura (Schwartzhoffová, 2016, s. 13-17).

Lázeňství je nedílnou součástí cestovního ruchu ale také významnou součástí zdravotního systému ve většině zemí. Lázeňský cestovní ruch je tvořen lázněmi, které společně s ostatními institucemi tvoří lázeňské místo (Schwartzhoffová, 2016, s. 29).

V Evropě má pojem „spa“ mnoho rozdílných významů. Turisté ze střední a východní Evropy si pod pojmem představují historické léčebné lázeňství, zatímco turisté z USA nebo UK mohou očekávat spíše kosmetické procedury. Evropská lázeňská asociace prohlašuje, že jejím cílem je podporovat lázně a balneologii v Evropě a dbát na to, aby přírodní prostředky založené na minerálních vodách, krajině a podnebí byly k dispozici co největšímu počtu turistů. Mnoho lázní v Evropě má svoji tradiční léčbu metodu prostřednictvím vody. Nicméně, je rozdíl mezi minerálními, termálními a léčebnými vodami.

- Minerální vody mají stanovené minimální množství minerálů 500mg/l nebo 1000mg/l.
- Termální vody jsou přírodní vody s teplotou minimálně 30° C nebo 32°C (liší se podle jednotlivých zemí).
- Léčebné vody musí mít prokázané léčebné účinky. (Smith, 2014, s. 13)

Typy lázeňské péče

Podle Schwartzhoffové (2016, s. 24-25) základní léčebný pobyt lze charakterizovat jako lázeňskou léčebně rehabilitační péči poskytnutou pojištěnci poprvé. Opakovaný léčebný pobyt je další poskytnutý léčebný pobyt odpovídající indikaci.

Rozhodnutí o tom, která forma lázeňské péče bude pacientovi navržena, vyplývá z posouzení jeho zdravotního stavu navrhujícím lékařem a z legislativních podmínek stanovených zákonem.

Dle způsobu úhrady lázeňské péče rozlišujeme tyto formy:

a) Komplexní lázeňská péče (KLP)

V tomto případě zdravotní pojišťovny plně hradí léčebné, ubytovací a stravovací služby, které tvoří náplň tzv. ošetřovacího dne. Tento typ je určen pro pacienty po operacích, k doléčení stavu po pobytu v nemocnici, k léčbě chronicky nemocných nebo jako prevence k zabránění vzniku invalidity nebo její minimalizaci. Patří sem také nemoci z povolání či jiných druhů poškození zdraví při výkonu povolání. Délka základního léčebného pobytu je u vybraných

indikací 28 dní, jinak 21 dní a u dětí a dorostu je to také 28 dní. Návrh na lázeňskou péči vystavuje odborný lékař, případně obvodní lékař na doporučení odborného lékaře.

b) Příspěvková lázeňská péče (PLP)

U příspěvkové lázeňské léče hradí zdravotní pojišťovna jen léčbu. Tato léčba je určena pro pacienty s méně závažnými onemocněními, jako je chronické onemocnění, a to jednou za dva roky. Pacient si sám hradí ubytování, stravování, dopravu do lázní a zpět a také lázeňský poplatek. Pobyt v rámci příspěvkové lázeňské péče nelze rozdělit, tedy pacient nemůže být ubytovaný mimo lázeňské zařízení. Délka základního léčebného pobytu je 21 dní, v indikovaných případech 14 dní. Délka opakovaného léčebného pobytu je stanovena na 21 dní. Existuje i situace, kdy je pacientovi hrazena lázeňská péče jako součást ambulantní péče. Tento způsob využívají pacienti, kteří bydlí v okolí lázeňských míst. Ubytování a stravování není součástí pobytu a minimální doba léčby je dva týdny.

c) Samoplátci

V této formě lázeňské péče si klient hradí všechny náklady spojené s pobytem i léčbou sám. Klient nemusí mít doporučení od lékaře a délka pobytu není omezena. Nejsou zde žádné omezení, záleží na výběru klienta resp. jeho financí. Pobyt může být realizován jako léčebný nebo wellness (Schwartzhoffová, 2016, s. 29).

1.5 Wellness cestovní ruch

Wellness cestovní ruch je podle Schwartzhoffové (2016, s. 45) cestování, jehož motivem je zachovat a podpořit své zdraví a pohodu. Podmínkou je alespoň jedno přenocování ve speciálním zařízení. Charakteristické pro tuto formu cestovního ruchu je, že nemusí být realizována v lázeňském místě a tudíž nepotřebuje přírodní léčivé zdroje. Wellness životní styl je v současnosti trendem v oblasti volnočasových a regeneračních služeb zaměřených na pohodu, péči o zdraví, tělo, duši a krásu.

Podle Smitha (2014, s. 25) je wellness turismus cesta zaměřená na zdravotní stav, kde hlavním důvodem wellness je rovnováha fyzického, duševního, psychologického a sociálního zdraví. Důraz je kladen na prevenci, kdy vedle léčebných postupů jsou použity i terapie založené na životním stylu. Zkrátka motivem wellness cestování je zcela nebo částečně udržovat a podporovat zdraví a pohodu turistů. Jde o alespoň jednu noc ve specializovaném zařízení, které umožňuje posílit fyzické, psychické, duchovní a sociální blaho.

Hesková a kol. (2006, s. 25) napsala, že koncem 20. století se stala pohoda, péče o tělo a krása trendem. Wellness je velmi zajímavým ekonomickým konceptem pro hotelové a restaurační podniky, proto mnoho takových podniků zvažuje vybudování wellness zón. Z počátku se zdálo, že wellness je pouze aktuální módní výstřelek, ale jak se ukázalo, jde o dlouhodobý trend a dokonce můžeme tento pojem považovat za způsob života. Pod pojmem wellness si můžeme představit zdraví v té nejpřirozenější podobě. Uspokojuje tělo procedurami z léčivých bylin, využívá mořské řasy, mentální cvičení k uvolnění těla, stejně tak jógou či taichi.

Schwartzhoffová (2016, s. 59) také tvrdí, že wellness cestovní ruch je dnes velmi rychle se rozvíjející odvětví. Tento cestovní ruch umožňuje lidem cestovat a zároveň se věnovat svému zdraví a tělesné kondici.

2 WELLNESS

Pojem „wellness“ se skládá ze dvou anglických výrazů. Jedná se o *well* a *ness*. Slovo „well“ můžeme přeložit jako dobro. Protipólem slova „well“ je „ill“, což lze přeložit jako zlo či něco škodlivého, špatného. Pojem „ness“ překládáme jako směr či sklon (Krejčí, 2016, s. 15). Pod pojmem wellness si také můžeme představit širokou škálu pohybových a dalších činností, které umožňují dosáhnout fyzické a psychické kondice (Diderot, 1999 podle Mullerové, 2008, s. 13).

2.1 Definice wellness

„Slovo wellness znamená stav/pocit blahobytu, jenž je maximálně orientovaný na individuální možnosti člověka – vlastní osoby. Je to dlouhotrvající, stupňující se proces přeměny psychické, intelektuální, emoční, sociální, duchovní a okolní pohody. Wellness je také označení pro strukturu, zařízení a prostor, které jsou realizovány v konceptu s touto filozofií (architektura, design, barvy...) a pro programy, které k pocitům wellness vedou. Wellness prostor je v nás i v přírodě, pokud nám zajišťuje prožitek krásy, klidu a míru“ (Česká asociace WELLNESS podle Mullerové, 2008, s. 13).

Wellness představuje propojení zdraví člověka s kvalitou jeho života. Za wellness aktivity a wellness procedury mohou být považovány pouze ty, které rozvíjejí zdraví jedince nebo skupiny a také podporují realizaci plného potenciálu člověka (Krejčí, 2016, s. 16).

Wellness rozdělujeme na aktivní a pasivní. Mezi aktivní wellness patří fyzické aktivity a nej-různější druhy sportu. Do pasivního wellness řadíme činnosti, jako jsou saunování, koupací a ochlazovací procedury, beauty procedury, lymfodrenáže (Schwartzhoffová, 2016, s. 56).

2.2 Historie wellness

Podle Mullerové (2008, s. 10) není wellness nic nového. Prapůvod lze hledat ve slově kalokagathía, které bylo používáno již ve starověku. Kalokagathia znamená harmonie krásného těla (kálos) a dobrého ducha (agáthos). Jménem boha Asklépia byly zřizovány útulky pro nemocné. Proto, aby se co nejdříve uzdravili, měli naordinovanou dietu, různá cvičení a masáže. Útulky se stavěly v příjemném prostředí, a aby byla dodržena rovnováha, součástí útulku byla také divadla a chrámy pro péči o psychickou pohodu pacientů.

V Římě se nacházely tzv. Caracallové lázně, které lze považovat za hranici mezi lázeňstvím a wellness. Šlo o kombinaci použití léčivých pramenů a doplňkových aktivit, které měly cha-

rakter odpočinku a relaxace (tělocvičny, obchody, odpočívárny). Původní termín „wellness“ byl poprvé použit v roce 1654 v monografii A. Johnsona. Pojem wellness vznikl po druhé světové válce, kdy v roce 1947 Světová zdravotnická organizace (WHO) definovala zdraví jako stav celkové tělesné, duševní a sociální pohody. Touto myšlenkou se inspiroval i americký lékař Halber Dunn, který je považován za duchovního otce wellness. Tento lékař je autorem myšlenky „high-level wellness“, díky které byl v roce 1977 v USA založen National Wellness Institute. Organizace byla založena na podporu zdravého životního stylu a osvětě. Do Evropy pronikl wellness v 80. letech. Na počátku 90. let v USA nastala změna koncepce wellness, která představovala zdůraznění nábožného a duchovního rozměru wellness. V Evropě se počátkem 90. let začal wellness spojovat s potěšením, radostí a dobrým pocitem (Schwartzhoffová, 2016, s. 53-54).

2.3 Vymezení hotelu

Podle Kříže a Neufuse (2014, s. 22) lze za hotel považovat místo, kde se za úplaty poskytují ubytovací služby pro všechny kategorie turistů. Vedle hlavní ubytovací služby jsou většinou poskytovány vedlejší služby, které představují například stravovací, společensko-zábavní, relaxační nebo konferenční služby.

2.3.1 Kategorie ubytovacích zařízení

Podle Křížka a Neufuse (2014, s. 22-23) jde o dělení ubytovacích zařízení do jednotlivých kategorií. Ubytovací zařízení rozdělujeme na hotel, hotel garni, motel, penzion, hotel, ubytovna, kolej, svobodárna, internát, kemp a skupiny chat nebo bungalovů apod.

Definice kategorií ubytovacích zařízení:

Hotel – ubytovací zařízení s minimálně 10 pokoji pro hosty vybavené pro přechodné ubytování a službami spojenými s ubytováním, dělí se do pěti tříd;

Hotel garni - ubytovací zařízení s minimálně 10 pokoji pro hosty vybavené pro přechodné ubytování ale s omezenými stravovacími službami, minimálně však snídaně;

Motel - ubytovací zařízení s minimálně 10 pokoji pro hosty vybavené pro přechodné ubytování a službami spojenými s ubytováním, zejména pro motoristy, umístěn v blízkosti pozemních komunikací a nutná možnost parkování, restaurace a recepce může být mimo ubytovací zařízení;

Pension – ubytovací zařízení s minimálně 5 a maximálně 20 pokoji pro hosty, omezený rozsah služeb – nemusí být restaurace;

Botel – ubytovací zařízení v trvale zakotvené osobní lodi.

Specifika hotelového zařízení:

Lázeňský/Spa hotel

Resort/Golf resort hotel

2.3.2 Klasifikace hotelů

Pro rozdělení hotelů do příslušných kvalitativních tříd používá sektor cestovního ruchu hlavně klasifikaci hotelů. Úroveň hotelu se odráží na ceně poskytovaných služeb v hotelu. Klasifikačním znakem jsou nejčastěji hvězdy. Avšak můžeme se setkat také s klíči, klobouky či letadélky (Křížek, Neufus, 2014, s. 23).

Problémem v Evropské unii byla nejednotnost kvality hotelů a tedy nemožnost srovnávání hotelů v jednotlivých státech. Proto byla vybranými profesními svazy sestavena Oficiální jednotná klasifikace ubytovacích zařízení v České republice. Tato jednotná klasifikace se stala součástí mezinárodního „evropského“ systému Hotelstars Union, do něhož jsou zapojeny evropské země (v roce 2013 – 15 evropských zemí), ve kterých je klasifikace hotelů sjednocena. (Křížek, Neufus, 2014, s. 23-24).

Hotel certifikovaný touto značkou představuje velkou výhodu oproti konkurenci, protože ručí za kvalitu poskytovaných služeb vybrané kategorie hotelu. Třídy ubytovacích zařízení rozdělujeme takto:

- * Tourist;
- ** Economy;
- *** Standard;
- **** First Class;
- ***** Luxury (Křížek, Neufus, 2014, s. 25).

2.4 Specifika wellness hotelu

Podle Schwartzhoffové (2016, s. 58) hotelový wellness znamená propojení wellness služeb s klasickými hotelovými službami. Rozdělujeme wellness hotel a hotel s poskytovanými wellness službami, podle toho zda je wellness hlavní službou v hotelu nebo je pouze jednou z doplňkových služeb. Hotel by se měl nacházet v lokalitě, kde je klid a také by zde měla být

možnost využití pohybových aktivit. Stravovací služby by měly odpovídat zdravé výživě a host by se měl cítit dobře. Wellness hotel podle České Oficiální jednotné klasifikace je definován jako „ubytovací zařízení, které splňuje veškeré požadavky pro kategorii 3*, 4* a 5* hotel a zároveň poskytuje wellness služby“.

Podle Křížka a Neufuse (2014, s. 200) je třeba wellness chápat jako celkový pozitivní přístup k sobě samému, skládá se z:

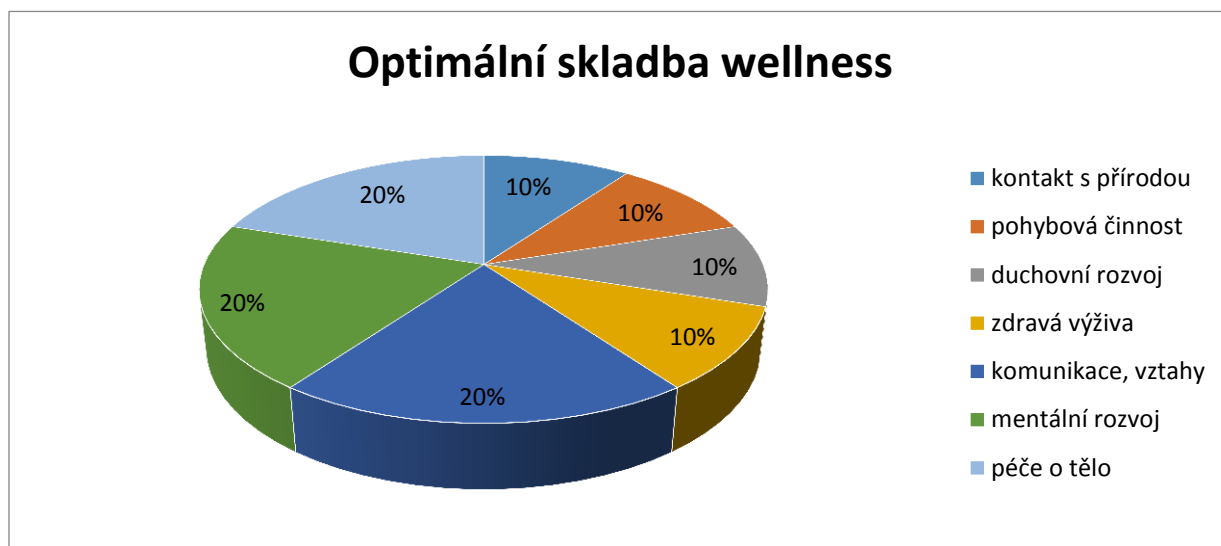
1. pohybové činnosti – nesilové sportovní aktivity a pohybové činnosti jako jsou jóga, aerobik, spinning, běh, plavání, apod.;
2. zdravé výživy – kvalitní zdravé suroviny, ovoce, zelenina, ryby, masité pokrmy, výběr čajů podle jejich stoupající popularity;
3. péče o tělo – velká nabídka procedur, masáže, koupele, peeling, rašelina;
4. komunikace se zákazníky, emocí, citů – možnost vzájemné nenucené komunikace mezi klienty a zaměstnanci;
5. kontaktu s přírodou – důležitý aspekt, interiér z přírodních materiálů, čerstvý vzduch, zahrada, kontakt s přírodou;
6. mentálního rozvoje – spolu s duchovním rozvojem jsou tyto oblasti pod vedením klientů samotných, vhodný prostor pro meditaci či knihovnu;
7. duchovního rozvoje.

Výše uvedené přístupy jsou ve stejném poměru, jsou tedy stejně důležité. Z toho vyplývá, že wellness hotel by měl hostům nabídnout všech sedm komponent, kdy poslední dvě jsou především v rukou samotných účastníků wellness.

Podle Schwartzhoffové (2016, s. 55) se wellness člení na jednotlivé části, které tvoří předpoklady wellness života. Mezi tyto části patří:

- tělesná krása a zdatnost,
- pozitivní přístup k životu,
- zdravá výživa,
- osobní návyky,
- vnitřní rovnováha.

Schwartzhoffová (2016, s. 55) představuje optimální skladbu wellness podle knihy Wellness – od vnějšího pohybu k vnitřnímu klidu od Hany Cathala:



Obrázek 1 Optimální struktura wellness (Schwartzhoffová, 2016, s. 55)

2.4.1 Wellness služby

Služby v zařízení wellness jsou poskytovány dvěma způsoby. Prvním způsobem je, že se stanou součástí pobytového zařízení (wellness hotely) nebo se služby poskytují zvlášť bez ubytování - wellness centra (Krejčí, Hošek a kol., 2016, s. 61).

Cíle většiny wellness služeb

- zlepšení celkového zdraví a fyzické formy,
- relaxace a aktivní odpočinek,
- zlepšení celkového vzhledu a odstranění drobných vnějších nedostatků,
- změna nezdravého životního stylu a nežádoucích návyků,
- zpomalení nežádoucích fyzických i mentálních důsledků stárnutí (Krejčí, Hošek a kol., 2016, s. 90).

Typy služeb

Služby v oblasti wellness rozdělujeme na aktivní, kam patří fyzické aktivity a různé druhy sportu a pasivní, což je saunování, koupací procedury, vířivky, lymfodrenáže, beauty procedury. Wellness aktivity mohou být provozovány individuálně nebo skupinově. Do skupinové aktivity patří sauny, parní lázně a aktivity ve vodě (aquaerobic, tanec, jóga, sportovní hry). Dalším členěním wellness služeb je na exogenní, kde se jedná o péči o tělo a endogenní, které se týkají psychické kondice (Schwartzhoffová, 2016, s. 56).

Masáže

Jedna z nejvyužívanějších a nejoblíbenějších služeb ve wellness centrech a hotelích. Tvoří 50 - 60 % všech nabízených služeb. Masáže ovlivňují krevní oběh a mohou ovlivnit funkce některých vnitřních orgánů. Wellness centra nabízí manuální kontakt či dotek jako lék. Nabídka masáže je opravdu velká. Většinou se používají masérské přípravky, jako jsou oleje, masti, emulze nebo pomůcky (kameny, lastury, bambusové tyčky). V České Republice jsou také oblíbené východní masážní techniky, které využívají práci s energetickými/akupunkturními body a speciálními hmaty (Krejčí, Hošek a kol., 2016, s. 91).

Zábaly

Zábaly dělíme podle principu a ošetřované plochy na částečné a celkové. Zábaly mohou mít preventivně-léčebný účinek nebo zlepšení povrchové cirkulace a vzhledu. Zábaly může i nemusí být tepelně stimulovaný a většinou jsou přidávány různé přísady (peloidy, bylinky, mořské řasy, čokoláda apod.). Součástí zábalu může být i peeling, který napomáhá odstranění odumřelých povrchových buněk. Hlavním účinkem zábalu je hydratace a regenerace kůže a odstranění bolesti kloubů a svalů (Krejčí, Hošek a kol., 2016, s. 91-92).

Vodní procedury

Při vodních procedurách neboli hydroterapiích je využíváno vody ve všech skupenství, minerální i termální. Již starověké metody a procedury daly základ dnešním wellness procedurám. Voda má pozitivní účinky na lidský organismus a tyto procedury dělíme na teplotní, mechanické a chemické. Teplotní jsou pozitivní (teplo dodávající procedury) a negativní (teplo odebírací procedury). Největšího účinku lze dosáhnout střídáním teplé a studené vody. Ve wellness se nejčastěji používají teploty v neutrální zóně, tj. 33 – 37°C (Krejčí, Hošek a kol., 2016, s. 92).

Péče o obličej

Důležitou součástí nabízených služeb je ošetření obličeje. Mnoho procedur poskytuje výživu kůže, hydrataci a zmírnění projevů stárnutí. Pro ošetření obličeje se využívají různé kosmetické přípravky spolu s jemnou masáží obličeje. V posledních letech jsou čím dál častěji používány přístroje pro ošetření, např. fototerapie laserem, LED lampy, mikrodermabrazivní přístroje a další (Krejčí, Hošek a kol., 2016, s. 92-93).

Stravovací služby

Dobrá zdravotní kondice souvisí se stravovacími návyky. Proto je důležité podávat a nabízet pokrmy, které zdravému životnímu stylu odpovídají. Stačí na jídelníčku omezit tradiční česká jídla a nahradit je např. zeleninovými jídly (Krejčí, Hošek a kol., 2016, s. 62).

Fitness

Charakteristika původního pojetí fitness je z celkového životního stylu, kdy cílem jednotlivce je všeobecná tělesná kondice a celková zdatnost, zlepšení držení těla, zlepšení optického vzhledu postavy a rozvoj obratnosti a síly. Ve wellness centrech jsou nejčastěji využívány přístroje vybavené trenažéry – speciální kola, chodítka, běhací pásy, šikmé plochy a posilovací přístroje. Velmi oblíbené je také cvičení ve vodě a provádění bikiingu, což je cvičení na vodním kole, které pomáhá posílit kardiovaskulární a pohybový systém bez jeho přetěžování (Krejčí, Hošek a kol., 2016, s. 105).

2.4.2 Wellness prostředí

„Bez relaxační zóny pobytu v přírodě není zařízení wellness kompletní.“ (Krejčí, Hošek a kol., 2016, s. 61).

Wellness centrum v hotelu se skládá z krytého zařízení a venkovního areálu. Venkovní aktivity se dělí na pobytové a pohybové. Uvnitř se provozy dělí na suché a mokré, doplněné zkrašlovacími provozy. Důležitá je sportovní infrastruktura (Krejčí, Hošek a kol., 2016, s. 61).

Všechny budovy a zařízení pro wellness podléhají vyhlášce č. 398/2009 Sb. o obecných technických požadavcích zabezpečujících bezbariérové využívání staveb. Jedná se o vyhrazení stání na parkovišti, umístění bezbariérových WC a sprch, pohyb v mokrých a suchých zónách, včetně šaten (Krejčí, Hošek a kol., 2016, s. 61).

2.4.3 Instituce v oblasti wellness

Podle Schwartzhoffové (2016, s. 59) mezi instituce v oblasti wellness patří:

Česká asociace wellness (ČAW)

Česká asociace wellness byla založena v roce 2007. Její hlavní činností je podpora a rozvoj oboru wellness. Snaží se o to, aby pojem wellness byl používán pouze pro činnosti, které splňují podstatu a obsah tohoto pojmu.

Asociace pracovníků v rehabilitaci (APR)

Jedná se o profesní sdružení provozovatelů soukromých rehabilitačních a fyzioterapeutických nestátních zdravotních zařízení a specialisty poskytující stejnou péči jako zaměstnanci.

„Society for Research in Wellness“

Je organizace, která působí na Vysoké škole tělesné výchovy a sportu Palestra v Praze. Její hlavní činností je vědecká a výzkumná spolupráce v oblasti wellness a také vydává odborný časopis „Acta Salus Vitae“.

2.4.4 Výzkum wellness služeb

Dle Schwartzhoffové (2016, s. 60-61) byl v roce 2010 realizován společností Incoma GfK pro Ministerstvo pro místní rozvoj marketingový výzkum zaměřený na wellness služby. Jejich cílem bylo zjištění intervalu využití a očekávání zákazníků wellness center v ČR. Pro dotazované byl nejdůležitějším parametrem ve wellness centrech udržování čistoty, personál, nové trendy, osobní trenér, poradenství o výživě. Venkovní aktivity většina oslovených nepovažovala za důležité. V oblasti vybavení je nutností bazén, recepce a celkové moderní vybavení. Dále pak fitness centrum, relaxační zóny, sauny a kosmetické služby. Nejčastěji využívanými procedurami byly s 92 % masáže, 66 % ošetření rukou a nohou, 52 % ošetření obličeje, 49 % peeling těla, 15 % speciální balíčky a s 9 % vodní procedury.

2.5 Trendy v oblasti wellness

V oblasti wellness budou muset evropské státy v příštích letech reagovat na zhoršující se zdravotní stav obyvatelstva, především růst obezity. Podle GWI se dá očekávat, že evropské státy přistoupí na zdanění sladkých nápojů v plechovkách, potravin s palmovým olejem či vysokým obsahem soli. Tomu tak již je ve Velké Británii, Skandinávii, Francii a Maďarsku. Budou přicházet nabídky wellness a zdravých potravin. Jednou z nejrychleji rostoucí oblastí v ekonomickém vývoji v Evropě bude cestovní ruch. Očekává se, že wellness turismus poroste jako nejprogresivnější segment. V období 2012 – 2017 odvětví wellness turismu rostlo průměrně o 7,3 % ročně. V některých evropských státech byl růst dokonce vyšší než 10 %. Pozitivní výhled je očekáván i nadále ale nadprůměrný růst je předpokládán v Itálii, Španělsku, Portugalsku, Rusku a dalších rychle se rozvíjejících ekonomikách.

Dnešní spotřebitelé jsou vystaveny velkému stresu, být stále on-line a přizpůsobovat se trendům dnešní doby. Tohle všechno se podepisuje na jejich psychické i tělesné kondici. Proto stoupá poptávka po klidu, tichu a maximálním uvolnění a odpočinku. Evropské wellness hote-

ly jsou na tuto poptávku připraveni a budou lákat na autenticitu a splynutí s přírodou – jak v oblasti designu, tak v nabídce procedur, občerstvení apod. Tomuto bude odpovídat i umístění provozů, budou tedy stavěny uprostřed lesů, v horách, u vody nebo v bývalých kláštrech. Dalším z trendů v oblasti wellness a spa bude zkracování pobytu na jedno až dvoudenní návštěvy a hosté budou vyžadovat občerstvení odpovídající aktuálním nutričním trendům, pohyb, relaxaci a čas pro meditaci. Tento trend byl dříve populární především ve skandinávských zemích. V příštích letech se rozšíří do celé Evropy.

Očekává se také, že evropští vyznavači wellness budou zaměřovat svoji pozornost na Východ. Hlavním důvodem bude hledání nových zážitků z oblastí mezi Baltským, Černým a Kaspickým mořem, které světu nabízejí neodhalené wellness tradice této části světa.

Trendy ve wellness se nevyhýbají ani v kosmetice. Dříve sloužily kosmetické přípravky k zamaskování nedokonalostí a ke zlepšení vzhledu, teď přichází trend s hlavním slovem „péče“. Heslo je: to co má být krásné, musí být zdravé. Proto kosmetické firmy začínají používat k výrobě produktů přírodní suroviny. Na druhou stranu budou wellness hotely používat nadále moderní technologie, u kterých je vidět okamžitý výsledek (ultrazvuk, počítačová analýza stavu pleti, aj.) (COT, 4/2017, s. 24-25).

2.5.1 Wellness venku

Mezi trendy v oblasti wellness se řadí wellness zážitky venku. Základem je spojení s přírodou, které nabízí uvolnění, prostor a hlavně pobyt venku na čerstvém vzduchu. Pro pobyt venku a organizaci venkovních aktivit může být použita zahrada hotelu s komfortním wellness nábytkem, masáže ve stínu stromů, u jezera nebo řeky, pobyt na louce či u jezírka. Pobyt u vody je velmi uklidňující a uvolňující. Krásný je pohled na hladinu jezírka nebo proud řeky. V ranních hodinách se mohou pořádat různá relaxační, dechová cvičení, tance s vějíři a šátky, zkrátka cokoliv, co nadchne zákazníky k pobytu venku. Můžeme brát inspiraci ze zahraničí v podobě zahrad s bylinkami, jahodami a dalším ovocem a zeleninou, jabloněmi či vinicemi, kde hosté načerpají úžasnou energii. Ve wellness zahradě mohou být různá zákoutí, odpočinkové kouty nebo relaxační chodníčky. Mnoho možností také nabízí venkovní wellness nábytek v mnoha variantách a také v podobě závěsných houpaček a sítí (Wellnesslife.cz, 2006).

Trendem jsou také lesy, louky a stezky v okolí hotelu. Skvělá možnost na krátkou relaxační procházku přírodou, kde načerpají hodně energie. Velmi lákavé a romantické jsou letní večery pod hvězdami. I tohle je trend ve wellness, který může být použit. Vířivka na terase, posezení

u osvětleného jezírka, svítící lampiony, lucerny a koktejlový bar, živý oheň je úžasným zpestřením. Součástí saunového světa může být venkovní ceremoniálová sauna s vodní a relaxační plochou, s osvětlením i živým ohněm přidají relaxaci další rozměr (Wellnesslife.cz, 2006).

Součástí procedur je i krátká procházka přírodou. Pokud není v blízkosti hotelu přírodní okolí, bubnování dešťových kapek na prosklené venkovní altánky může být také součástí terapie přírodou. Propojování vnitřních a venkovních aktivit ve wellness hotelích je velkým trendem. Venku se využívají zahrady, terasy, jezírka. Populární a krásné jsou také různé formy relaxačních chodníků. Jde o zábavnou formu relaxace a terapie, chodníčky nejsou náročné na provoz a klienti se mohou projít po různém povrchu a struktuře přírodního materiálu. Zahradu lze doplnit o již zmiňovanou bylinkovou zahrádku, která je velkým trendem (Wellnesslife.cz, 2016).

2.5.2 Čínská filozofie

Velkým trendem ve wellness je čínská filozofie. Konkrétně šaolinské masáže a Ajurvédská péče. Šaolinské bojové umění patří do oblasti kung-fu a do povědomí se dostalo především díky filmu Klášter Šaolin. Tento klášter slouží buddhistickým mnichům k meditaci a je dodnes aktivní. Někteří z mnichů studují umění rehabilitace a možnosti regenerace organismu, které přinášejí do uspěchané a stresem zmožené Evropy. Šaolinská masáž je osvěžující zážitek pohybující se na hranici mezi klasickou regenerační masáží, thajskou masáží a reflexní terapií. Při masáži dochází k uvolnění, odpočinku i vyladění drah, po kterých proudí energie v těle. Výsledkem je téměř hodinová relaxace a zklidnění mysli (Wellnesslife.cz, 2015).

Ajurvéda

Hitem současné doby je Ajurvédská kosmetika a filosofie. Ta se odkazuje k prastaré moudrosti medicíny starověké Indie. Ajurvéda je nejstarší medicínský systém, zaměřený na léčení chronických nemocí. Důraz je kladen na stravu, bylinnou léčbu a speciální očistné procedury. Základem je teorie rovnováhy mezi tělem, duší a myslí. Přípravky se vyrábí v ekologické oblasti středních Himalájí dle prastarých léčivých receptur, ruční technikou výroby z výtažků léčivých bylin přesně podle Ajurvédských receptur. Použití jako kosmetické ošetření se liší od klasických kosmetických metod. Aplikace Ajurvédské kosmetiky spočívá v neustálém nanášení přípravků, které se postupně vmasírovávají do pokožky a spolu s Ajurvédskou masáží mají pleť regenerovat a zároveň vytvořit ochrannou vrstvu mezi pokožkou a okolním světem (Svethg.cz, 2016).

2.5.3 Bylinné terapie a drahé kameny

Ve wellness je trendem návrat k přírodě a jejím zdrojům, s tím souvisí stále častější pozornost k tradiční bylinné péči. Bylinky nás oslovují svou krásou, vůní a hlavně léčivými a zkrášlujícími vlastnostmi. Bylinky ve wellness mohou být v mnoha variantách, například bylinky ve vodních lázních, v saunách, tělových i vlasových zábalech, jako bylinkový peeling nebo pleťové masky a bylinné čaje (Wellnesslife.cz, 2014).

Kameny jsou také trendem ve wellness. Dokážou léčit ale i potěšit, jsou silou čisté energie. Ve wellness se objevují jako doplňky pro doladění atmosféry. Klient ve wellness si může dopřát řadu zábalů a masáží, při kterých se využívají celé kameny nebo jejich prášek, terapie drahokamy využívá jejich energie a vibrací k neutralizaci fyzického napětí a ke znovunabytí rovnováhy, protože jsou schopny proniknout do zablokovaných oblastí a uvolnit je (Wellnesslife.cz, 2014).

2.5.4 Koncept wellness hotelu

Wellness je v dnešní době skoro nutností. Hotel, který nemá wellness centrum jako by nebyl. Skutečný wellness hotel musí mít koncept wellness vypracovaný od počátku projektu výstavby hotelu. Host by se měl ve wellness hotelu cítit dobře ihned po příjezdu. Nejdůležitější není vybavení, bazén či vířivka, ale poloha hotelu – nejlépe obklopený přírodou. Součástí wellness center by mělo být fitness centrum, mokrá zóna, rehabilitace, případně kadeřnický salón, kosmetika, pedikúra, manikúra. Mohou sem patřit i venkovní aktivity jako je jízda na koních, nordic walking či in-line bruslení (Svethg.cz, 2016).

Wellness centrum by nemělo být místem, které nabízí pouze masáže, koupele a procedury. Velmi důležité je okolí hotelu, ve kterém se host bude cítit příjemně a uvolněně. Wellness centrum pod horami s přírodou na dosah je mnohem lepší volbou v porovnání hotelu umístěného v rušném centru města. V dnešní době jsou zákazníci čím dál víc nároční. Bazén s vířivkou a mnoho druhů procedur dnes už nikoho neoslňuje. Kdo se chce odlišit, musí mít koncept. Koncept hotelu by měl působit na všechny smysly hosta. Zkrátka hotel musí mít myšlenku a vlastní duši (Svethg.cz, 2016).

2.5.5 Wellness i pro muže

Velkou část klientů wellness tvoří ženy, které vyhledávají převážně masáže či kosmetickou péči. Měli bychom se zaměřit i na mužské potřeby, vyplatí se to. V USA tvoří muži polovinu zákazníků. Průměrný wellness klient je ve věku 25 - 44 let, pracuje na vysoké úrovni ma-

nagementu a jeho roční příjem je zhruba 50 000 dolarů. Do wellness přivádí tyto zákazníky stres, kterému jsou dennodenně vystaveni díky své pracovní pozici. (Svethg.cz, 2016)

3 TEORETICKÁ VÝCHODISKA ANALYTICKÝCH METOD

3.1 Ekonomická analýza a finanční analýza

Ekonomickou analýzu lze chápat jako sledování určitého ekonomického celku, rozklad na dílčí složky a jejich podrobnější zkoumání a hodnocení za účelem zlepšení jeho fungování a zvýšení výkonnosti. Tento postup zahrnuje další činnosti jako je syntéza, specifické matematicko-statistické metody nebo metody hodnocení. Ekonomická analýza se může týkat podniků, závodů i dalších vnitropodnikových útvarů a může zahrnovat všechny podstatné jevy a činnosti v těchto jednotkách. Předmětem může být nejen finanční činnost, ale i ostatní činnosti. Přechází i do „technického“ rozboru a používá i neekonomické ukazatele. Důležitou součástí této ekonomické analýzy je hodnocení a návrhy na zlepšení současného stavu (Synek, 2009, s. 152).

Jedná se o systematický přístup k určení optimálního využití omezených zdrojů. Zahrnuje porovnání dvou nebo více alternativ pro dosažení konkrétního cíle. V úvahu jsou brány určité předpoklady a omezení (BusinessDictionary, 2018).

Za význam finanční analýzy lze považovat celkové zhodnocení finanční situace podniku. Finanční analýzu potřebujeme pro krátkodobé a hlavně dlouhodobé finanční řízení podniku. (Knápková a Pavelková, 2010, s. 15). Podle Managementmania (© 2011-2016) finanční analýzu lze chápat jako soubor činností, které mají za cíl zjistit a komplexně vyhodnotit finanční situaci podniku. Měla by rozpoznat zdraví podniku, odhalit slabé stránky, které by se mohly v budoucnu stát hrozbou. Také identifikovat silné stránky, které by mohly být příležitostí. Vychází z dat z minulých let a zároveň je podkladem pro rozhodování o budoucnosti. Finanční analýza hodnotí podnik jako celek a ve všech faktorech ovlivňujících finanční situaci podniku. Konkrétně jde o následující situace.

- Krátkodobá finanční situace podniku – platební schopnost v horizontu 1 roku.
- Dlouhodobá finanční situace – schopnost hradit dlouhodobé závazky.
- Efektivní fungování podniku – dosahovaná výnosnost.

3.2 SWOT analýza

SWOT analýza je komplexní metodou kvalitativního vyhodnocení stránek fungování firmy a její současné pozice. Základem je klasifikace a ohodnocení jednotlivých faktorů rozdělených do čtyř základních skupin. Jedná se o silné stránky (Strengths), slabé stránky (Weaknesses), příležitosti (Opportunities) a hrozby (Threats). SWOT analýza tedy představuje kombinaci dvou analýz, S – W, O – T. Předpokladem je, že organizace dosáhne strategického úspěchu maximalizací předností a příležitostí, a minimalizací nedostatků a hrozeb. Analýza je velmi užitečná, jelikož poskytuje manažerům logický rámec pro hodnocení současné a budoucí situace organizace. Manažeři podle této analýzy rozhodují o budoucích strategických plánech (Křížek, Neufus, 2014, s. 98).

Podle managementmania (© 2011-2016) je využití SWOT analýz velmi široké. Podstatou však je identifikace silných a slabých stránek **uvnitř podniku**, tedy v čem je organizace dobrá a v čem špatná. Ve **vnějším prostředí** je důležité znát klíčové příležitosti a hrozby, které se v okolí nachází. Cílem SWOT analýzy je identifikace a následné omezení slabých stránek, podpora silných stránek, využívání příležitostí a předcházení hrozbám. SWOT analýza se zdá být jednoduchá, ale bez dodržení základních pravidel, vznikne jen vyplněná tabulka bez smysluplného výsledku. Za základní postup SWOT analýzy lze považovat:

- zaměřit se na **klíčové a důležité věci**,
- zahrnovat pouze **fakta a objektivní faktory**, ne domněnky nebo spekulace,
- využít **týmovou spolupráci**, věci, na kterých se shodne více lidí, mají váhu,
- **rozepsat faktory** do 4 SWOT kvadrantů,
- **vyhodnotit** co s tím.

3.3 Analýza konkurence

Analýza konkurence je důležitou částí plánování. Je důležité identifikovat své přímé, nepřímé i potenciální konkurenty.

Analýza konkurentů slouží především:

- k pochopení jejích konkurenčních výhod a nevýhod oproti ostatním;
- k pochopení minulých, současných a budoucích strategií konkurentů a jejich marketingových rozhodnutí v budoucnu;
- k předpovědi reakce konkurentů na naše marketingová rozhodnutí;
- k definici strategií, které pomůžou k dosažení konkurenční výhody v budoucnu;

- k předpovědi návratnosti z investic;
- k povědomí o příležitostech a hrozbách (Blažková, 2007, s. 61).

Analýza konkurence slouží k určení přímých konkurentů, nepřímých a také potenciálních konkurentů. Zaměřuje se na přesné určení klíčových konkurentů společnosti. Snaží se odhalit strategické cíle konkurenta, strategii konkurenta a jeho specifické předpoklady. Jde také o odhalení výhod a nevýhod konkurenčních výrobků či služeb. Je vhodná k tomu, aby společnost zjistila své výhody a nevýhody oproti konkurenci, pochopila minulé, současné i budoucí marketingové strategie konkurentů, mohla předpovídat návratnost očekávanou z plánovaných investic a další (Marke, 2015).

3.4 Řízený rozhovor

Ve výzkumu lze pracovat se dvěma typy primárních dat. Jedná se o kvantitativní a kvalitativní data (Kozel, Mynářová a Svobodová, 2011, s. 158). V diplomové práci se zaměříme na kvalitativní metodu výzkumu, konkrétně na Individuální hloubkový rozhovor.

Cílem kvalitativního výzkumu je hledání motivů, příčin, postojů apod. prostřednictvím dotazování jednotlivců nebo malých skupin. Názory se analyzují přímo psychologicky a jsou využity hloubkové rozhovory. Podstatou kvalitativního výzkumu je formulování nových pohledů na realitu, poznání jak spotřebitelé přemýšlí. Analýza vychází z velkého počtu informací o malém množství jedinců (Kozel, Mynářová a Svobodová, 2011, s. 165-167).

Individuální hloubkový rozhovor je osobním dotazováním mezi dvěma osobami. Vzniká zde uvolněná atmosféra a díky tomu lze zjistit velké množství pravdivých, subjektivních názorů. Tyto informace pomohou odhalit, co si myslí dotazovaný a je důležité pečlivě vybrat dotazovaného. Doporučená doba dotazování je do 1 hodiny. Metoda se využívá v případě, kdy je cílová skupina příjmově náročná nebo časově vytížená. Jedná se o manažery, majitele podniku, vysoké úředníky a další. Při rozhovoru je důležité správně klást otázky, případně změnit jejich pořadí, doptávat se a formulovat je tak, aby byly pro tázaného co nejbližší, srozumitelné a navazovaly atmosféru, že se nejedná o výzkumné dotazování (Kozel, Mynářová a Svobodová, 2011, s. 167-168).

SHRNUTÍ TEORETICKÉ ČÁSTI

Cílem teoretické části diplomové práce bylo představit základní pojmy zabývající se danou problematikou. Teoretické termíny byly získány studiem české a zahraniční literatury.

Teoretická část je rozdělena na tři kapitoly. V první kapitole je stručně charakterizován cestovní ruch a následně rozdělen na druhy a formy. Další část představuje základní termíny v cestovním ruchu. Dále je definován lázeňský a wellness cestovní ruch. Druhá kapitola se zabývá pojmem wellness, který je zásadní v této diplomové práci. Zde je definován wellness, popsána jeho historie a specifika. Také je zde vysvětleno vymezení hotelu a jeho kategorizace a klasifikace. Poslední a velmi důležitým bodem v této kapitole jsou aktuální trendy v oblasti wellness služeb. Ve třetí, tedy poslední části jsou popsány teoretická východiska analytických metod použitých v práci.

II. PRAKTICKÁ ČÁST

4 PŘEDSTAVENÍ SPOLEČNOSTI LÁZNĚ LUHAČOVICE, A. S.

Město Luhačovice se nachází v jihovýchodní části České republiky, ve Zlínském kraji. Východní a jihovýchodní část okolí je součástí Chráněné krajinné oblasti Bílé Karpaty. Lázně Luhačovice, a. s. je největší lázeňskou společností v Luhačovicích. Léčí onemocnění dýchacích cest, pohybového aparátu, nemoci onkologické a cukrovku. Nabízí také týdenní a víkendové relaxační a wellness pobyty. Jako jediná pečuje o vnitřní lázeňské území Luhačovic, o všechny veřejné stavby, infrastrukturu i vývěry minerálních pramenů v něm.

Lázně Luhačovice jsou největšími lázněmi na Moravě a mají více jak 300letou lázeňskou tradici. Prosluly především díky přírodním léčivým pramenům, příznivým klimatickým podmínkám a příjemnému prostředí. Každou hodinu vyvěrá na povrch 15 tisíc litrů minerální vody, kvůli které přijíždí do Luhačovic řada návštěvníků (Internetové stránky Lázní Luhačovice, a.s., 2015).

4.1 Základní informace

Název subjektu:	Lázně Luhačovice, a. s.
Spisová značka:	B 809 vedená u Krajského soudu v Brně
Sídlo:	Lázeňské náměstí 436, 763 26 Luhačovice
IČO:	46347828
Právní forma:	Akciová společnost
Základní kapitál:	100 165 000,- Kč
Den zápisu:	30. dubna 1992

Předmět podnikání společnosti je uveden v Příloze I.

4.2 Historie

První písemná zmínka a obci Luhačovice pochází z roku 1412. V tomto roce náležela obec rodu Šternberků, a v roce 1590 obec získal rod Bartodějských z Bartoděj. Po bitvě na Bílé Hoře získal Luhačovice Maxmilián z Lichtenštejnska, který ji v roce 1629 odprodal Gabriellovi Serenyimu. V jeho rodě zůstaly Luhačovice do roku 1945. Serenyjové zde v roce 1736 postavili barokní zámek. Léčivé vody se staly známé až po roce 1669, kdy je popsal brněnský doktor Hertod z Todtenfeldu. Hrabě Vincenc Serenyi nechal postavit v roce 1789 první dřevěné koupelny s kabinami, hostinec pro hosty, a v roce 1809 měly Luhačovice svého lékaře,

pokoje a promenádu. K největšímu rozmachu došlo za vlády hraběte Jana (1811 – 1854), který mimo jiné, pojmenoval léčivé prameny křestními jmény svých předků. Tato pojmenování jsou ve většině případů dochována dodnes. Novou éru v historii započalo založení Akciové společnosti Lázní Luhačovice MUDr. Františkem Veselým (Místopisy.cz, 2018).

Společnost Lázně Luhačovice, a. s. spravuje soubor staveb Dušana Jurkoviče, které byly vystaveny během pouhých tří let. Základy luhačovického lázeňství sahají do 17. století, ale o architektuře lázní lze hovořit až od konce 18. století. V tomto období byla postavena první skupina jednoduchých lázeňských budov, která se dodnes ve většině případů nedochovala. Za nejvýznamnější stavební etapu se považuje první třetina 20. století, kdy vznikl ojedinělý soubor staveb architekta Dušana Jurkoviče, následovaný dalšími díly secese, rané moderny a funkcionalismu. Dochované typy staveb odpovídají vývoji lázeňství v Luhačovicích. V 19. století převažovaly pitné kúry k léčení zažívání, ve 20. století se lázně orientovaly na inhalační léčbu horních cest dýchacích. Dále se specializovaly na minerální koupele a vodoléčbu. V menším měřítku k nim v průběhu 20. století přibývaly i jiné typy léčby, sirné koupele (nemoci kloubů a kůže), peloidní procedury (slatinné lázně) apod. (Internetové stránky Lázní Luhačovice, a.s., 2018).

4.3 Organizační struktura

Lázně Luhačovice, a. s. se organizačně člení na provozní vnitropodnikové jednotky - hospodářská střediska. Těmi jsou:

- Palace – Morava
- Dětské léčebny
- Společenský dům
- Alexandria Spa & Wellness hotel
- Dům Bedřicha Smetany

Řídícím článkem operativního řízení společnosti je ředitelství společnosti v čele s generálním a výkonným ředitelem.

Lázně Luhačovice, a. s. jsou konsolidující účetní jednotkou, která v souladu se zákonem sestavuje konsolidovanou účetní závěrku. Do konsolidačního celku patří:

- Léčebné lázně Jáchymov a. s.,
- Energie Jáchymov, s.r.o.,
- Lázeňská kolonáda Luhačovice, o. p. s. (Účetní závěrka 2015 a 2016).

Ve společnosti je využíváno organizační uspořádání založené na liniové struktuře. Jsou zde tedy jasné vztahy nadřízenosti a podřízenosti a tyto vztahy jsou orientovány vertikálně. Liniová struktura je dále rozšířena na štábní útvary, které podporují řídicí činnosti. Díky této struktuře jsou přiřazovány jednotlivým pracovníkům funkce, pracovní povinnosti, pravomoci a odpovědnosti. Každý zaměstnanec má jasně daného svého nadřízeného a podřízeného. Řízení společnosti podléhá interním dokumentům, jako je organizační řád firmy, kolektivní smlouva a pracovní řád. Organizační struktura společnosti je uvedena v příloze II.

4.3.1 Orgány společnosti

Mezi orgány společnosti patří statutární orgán – představenstvo, které tvoří předseda představenstva, místopředseda představenstva a člen představenstva. A také dozorčí rada tvořená předsedou a dvěma členy. V roce 2016 došlo ke změně ve složení dozorčí rady. Dosud byl předsedou Ing. Josef Krůžela, CSc., nyní je jím Ing. Petr Bič a novou členkou se stala JUDr. Helena Pyszková (Účetní závěrka 2015 a 2016).

4.3.2 Vývoj počtu zaměstnanců

Tabulka 1 Vývoj počtu zaměstnanců

	2012	2013	2014	2015	2016
Průměrný počet zaměstnanců	492,4	479,6	511,9	548	573
z toho řídicí	10,1	10,1	10,1	6	6

Zdroj: Vlastní zpracování z účetních závěrek jednotlivých let

Společnost zaměstnává v průměru 520 stálých zaměstnanců od roku 2012 do roku 2016. Z tabulky je patrné, že počet zaměstnanců od roku 2013 roste. Jak jde vidět, v roce 2015 se snížil počet řídicích pracovníků. Tento skok způsobil vznik zákona, který zakazuje, aby členové představenstva byli zaměstnanci. Nejde tedy o to, že by byli propuštěni řídicí zaměstnanci.

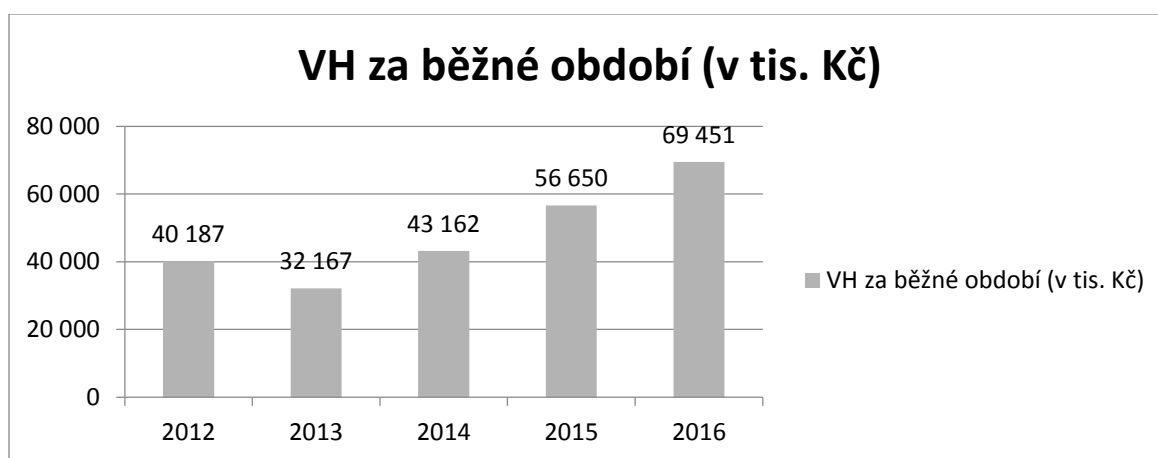
4.4 Ekonomická výkonnost Lázní Luhačovice, a. s.

V této kapitole zhodnotím krátkou finanční analýzu společnosti. Cílem je přiblížit ekonomickou výkonnosti společnosti. Zhodnotím vývoj čistého peněžního toku z provozní činnosti, výsledek hospodaření za běžné období a celkové výnosy v jednotlivých letech. Rozpětí sledovaných hodnot budu provádět v období od roku 2012 do roku 2016, tedy v pěti letech. Také budou uvedeny hodnoty vybraných ukazatelů, rentability, likvidity a zadluženosti.

Výsledek hospodaření za běžné období

V následujícím grafu jsou uvedeny částky hospodářského výsledku v jednotlivých letech. Jak můžeme, vidět od roku 2013 výsledek hospodaření za běžné období výrazně roste. V roce 2013 hodnota poklesla oproti předchozímu roku zhruba o 8 milionů korun. Tento pokles byl pravděpodobně způsoben vznikem legislativních změn a změn v indikačním seznamu v roce 2012. Díky těmto změnám byl rok 2013 kritický, společnost neinvestovala a dokonce dvoje lázně v České republice zkrachovaly.

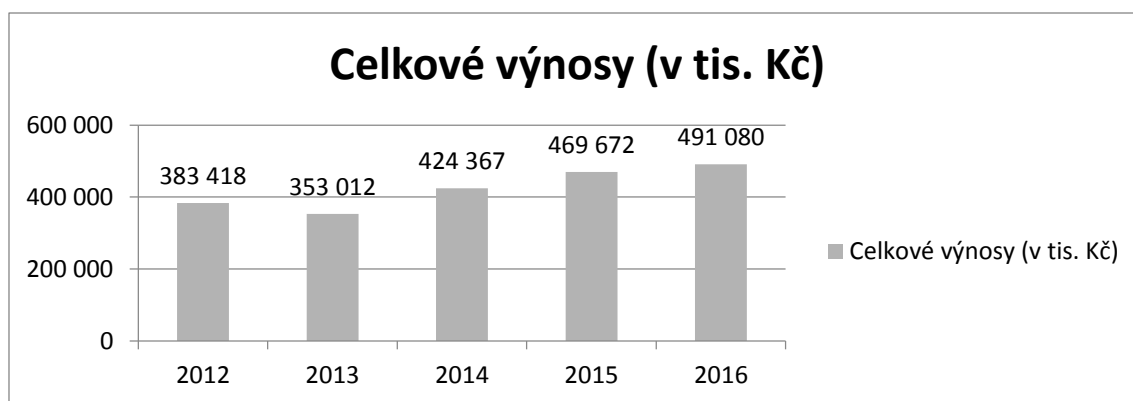
Také je patrná vzrůstající tendence výsledku hospodaření, až na hodnotu v roce 2013, kdy byl zaznamenán mírný pokles. Důležité je, že za posledních pět let je generován zisk, což vypovídá o efektivním finančním hospodaření společnosti.



Obrázek 2 Výsledek hospodaření za běžné období (vlastní zpracování dle účetních závěrek)

Celkové výnosy

Celkové výnosy souvisejí s výsledkem hospodaření popisovaným v předchozím grafu. I zde můžeme vidět stoupající tendenci od roku 2013. Stejně tak jako v předchozím grafu i tady je mírný pokles celkových výnosů v roce 2013 z důvodu vydání nové vyhlášky o stanovení nového Indikačního seznamu pro lázeňskou léčebně rehabilitační péči o dospělé, děti a dorost a jeho změny.



Obrázek 3 Celkové výnosy (vlastní zpracování dle účetních závěrek)

ROE – rentabilita vlastního kapitálu

Tabulka 2 Rentabilita vlastního kapitálu (vlastní zpracování dle účetních závěrek)

Ukazatel	2012	2013	2014	2015	2016
ROE	9,44	7,02	8,61	10,16	11,07

Rentabilita je ukazatel výkonnosti, který nám ukazuje, jak se zhodnocuje vložený kapitál a ziskovost firmy. Lze tedy říci, čím větší procento, tím je vyšší ziskovost. V tabulce vidíme od roku 2013 zvyšující se hodnoty ukazatele rentability vlastního kapitálu, což je velmi pozitivní zpráva. Znamená to, že firma v roce 2016 utržila 0,11 Kč z jedné vynaložené koruny vlastního kapitálu. V roce 2013 to bylo nejméně a to 7,02 %.

ROA – rentabilita aktiv

Tabulka 3 Rentabilita aktiv (vlastní zpracování dle účetních závěrek)

Ukazatel	2012	2013	2014	2015	2016
ROA	5,48	4,79	6,29	7,18	9,14

Výsledky rentabilita aktiv neboli ROA můžeme hodnotit velmi příznivě. Tak jako u předchozích ukazatelů a hodnot i zde od roku 2013 rentabilita roste. V roce 2013 je opět nejnižší hodnota díky již zmiňovanému důvodu. Firma tedy v roce 2016 utržila 0,0914 Kč z jedné vynaložené koruny celkového kapitálu.

Likvidita

Tabulka 4 Porovnání skutečných hodnot likvidity s doporučenými (vlastní zpracování dle účetních závěrek)

Ukazatel	Doporučená hodnota	Skutečné hodnoty				
		2012	2013	2014	2015	2016
Okamžitá likvidita	0,2 - 0,5	0,34	0,27	0,55	0,42	0,2
Pohotová likvidita	1,0 - 1,5	0,84	0,56	0,94	1,02	0,5
Běžná likvidita	1,5 - 2,5	0,89	0,62	0,99	1,08	0,54

V tabulce jsou uvedeny doporučené a skutečné hodnoty likvidit ve sledovaných letech. Okamžitá likvidita se převážně pohybuje v doporučených hodnotách, což svědčí o efektivnosti využívaných finančních prostředků. V roce 2014 tuto hodnotu malinko přesáhla. Pohotová likvidita dosáhla doporučené hodnoty pouze v roce 2015. A běžná likvidita nedosáhla ani v jednom sledovaném roce doporučených hodnot. Skutečné hodnoty se pohybují v rozmezí od 1,08 – 0,54. Tyto hodnoty jsou pod doporučenou hranicí a může to tedy vypovídat o nižší solventnosti.

Zadluženost

Tabulka 5 Zadluženost (vlastní zpracování dle účetních závěrek)

Ukazatel	2012	2013	2014	2015	2016
Celková zadluženost	51,46%	44,61%	39,82%	37,60%	32,22%
Míra zadluženosti	1,06	0,81	0,66	0,6	0,48

Celková zadluženost hodnotí finanční strukturu z dlouhodobého hlediska. Doporučená hodnota je 30 – 60 % a v tomto rozmezí se hodnoty také pohybují. Nejvyšší procento je v roce 2012, kdy se jednalo o necelých 52 %. Tohle procento značí, že firma financovala svůj majetek z cizích zdrojů právě 52 %. V tabulce vidíme, že celková zadluženost se každým rokem snižuje. Míra zadluženosti má klesající charakter. Nejvyšší hodnota je v roce 2012 a nejnižší v roce 2016. Doporučená hodnota je do hodnoty 1 a tuhle podmínku společnost splňuje s výjimkou roku 2012.

4.5 Současnost

V současnosti patří Lázně Luhačovice k nejkrásnějším místům v České republice. Lázeňský park prošel v roce 2014 velkou renovací a dnes dotváří jedinečnost luhačovických lázní. Pro-

měnou také prošla ul. Dr. Veselého (spojující centrum města s lázně), kde se nachází řada cukráren, kaváren, restaurací a obchodů. Společnost každoročně ubytuje na 33 000 hostů. Využívá přírodní léčivé minerální vody při lázeňských procedurách. Ročně provede na 80 000 přírodních uhličitých koupelí a bezmála 200 000 inhalací minerální léčivé vody.

Lázně Luhačovice se společně s Léčebnými lázněmi Jáchymov sdružuje do skupiny SPA & WELLNESS NATURE RESORTS.

Společnost také získala řadu certifikátů kvality a mnoho ocenění. Jsou členy různých profesních organizací. Lázně Luhačovice, a.s., získaly od Evropského svazu lázní jako vůbec první společnost v České republice prestižní certifikát za vítězství v soutěži ESPA Innovation Awards 2016 za nejlepší evropskou inovaci v oblasti léčebného lázeňství. Získala také ocenění Czech hotel awards 2016. Společnost je členem Asociace hotelů a restaurací, oficiální jednotné klasifikace ubytovacích zařízení „Hotelstars Union“, Czech top 100, Svazu Léčebných lázní České republiky.

4.6 SWOT analýza

Tabulka 6 SWOT Analýza

SILNÉ STRÁNKY	SLABÉ STRÁNKY
Významné postavení na trhu ČR	Špatná dostupnost - chybí dálnice
Podíl zahraničních zákazníků	Rušná hlavní cesta v centru města
Specializovaný a kvalifikovaný personál	Málo parkovacích míst
Množství ocenění a certifikátů	Pouze jeden wellness hotelu ve vlastnictví společnosti
Významná architektura a tradice	
Množství nabízených ubytovacích zařízení	
Široká nabídka služeb	
PŘÍLEŽITOSTI	HROZBY
Rychlý růst zájmu o nový wellness hotel	Nový hotel nebude atraktivní
Využití poznatků a trendů ze zahraničí	Nedostatek kvalifikovaných zaměstnanců
Vyznávání zdravého životního stylu	Nedostatek stálých zaměstnanců - vysoká fluktuace
Zhoršující se zdravotní stav lidí (přepřacovanost) - větší poptávka po wellness službách	Nepřijatelná cena pro zákazníky
Dobrá marketingová strategie - slevy, výhody, balíčky služeb	Na trhu se objeví konkurenční wellness hotel
Zájem o přírodní léčení a bio produkty	Služby hotelů nebudou odpovídat ceně
	Zvýšený zájem o jiné lázeňské zařízení v ČR

Zdroj: Vlastní zpracování

Silné stránky

Společnost má velmi významné postavení na trhu České republiky a také je největší lázeňskou společností v Luhačovicích. Velkou výhodou je zájem o pobyty této společnosti i zahraničními zákazníky z Německa a Rakouska, také z Izraele a Ruska a v neposlední řadě ze sousedního Slovenska. Silnou stránkou společnosti jsou především specializovaní a kvalifikovaní zaměstnanci, díky nimž jsou služby společnosti opravdu kvalitní. Lázně Luhačovice, a. s. získala řadu ocenění, více je popsáno v kapitole Současnost. Dominantou je významná architektura a více než třisetletá tradice společnosti. Dušan Jurkovič zanechal v lázních kus své originální architektury, která předčila svou dobu. Tahle architektura je lákadlem mnoha turistů a hostů. Samozřejmě nabízí širokou škálu služeb a spoustu ubytovacích zařízení, od lázeňských léčebných hotelů až po wellness hotel Alexandria**** zaměřený na náročné zákazníky.

Slabé stránky

Za slabé stránky lze považovat špatnou dostupnost do Luhačovic. Chybí napojení na dálnici, případně letiště v blízkém okolí. Posílení těchto stránek by určitě přineslo více zákazníků. Nedostatkem je také rušná silnice v centru města a nedostatečná kapacita parkovacích míst. Mimo sezónu, kdy Luhačovice nenavštěvuje takové množství turistů, je kapacita dostačující. Ovšem v hlavní sezónu, kdy je město plné turistů prakticky denně, je obtížné najít parkovací místo. Společnost vlastní pouze jeden oficiální wellness hotel. Určitě by se hodil i další wellness hotel ve vlastnictví společnosti.

Příležitosti

Za příležitost pro společnost je považován rychlý růst zájmu o nový hotel zaměřený na náročné zákazníky. Důležitá bude kvalitní marketingová propagace, například prostřednictvím různých slev, výhod a nabízených zajímavých pobytových balíčků, která hosty přiláká. Velkou příležitostí je využití trendů a poznatků o wellness hotelech ze zahraničí, protože jsou o kus dál v oblasti wellness trendů. Taková inspirace vnese do české wellness nabídky něco nového a výjimečného, a o to právě společnosti jde. Zhoršující se zdravotní stav lidí, vyčerpání a přepracovanost, je velkou příležitostí, protože tito lidé budou wellness hotely vyhledávat, aby se uvolnili a odpočinuli si. S tím souvisí i zájem o přírodní léčení, bio produkty a celkově vyznávání zdravého životního stylu. Právě takové zaměření nový wellness hotel předpokládá.

Hrozby

Velkou hrozbou pro společnost je představa rekonstrukce nového wellness hotelu, o který nebude očekávaný zájem, nebude pro společnost atraktivní. S tím souvisí absence kvalifikovaného a ochotného personálu a také kvalita poskytovaných služeb. Jelikož kvalitní personál

a služby jsou nejdůležitějšími částmi celého hotelu, musí na ně být kladem důraz. Hrozbou také je zájem zákazníků o jiný konkurenční wellness hotel nebo o jiné lázeňské zařízení v ČR. S takovou hrozbou musí počítat marketéři, kteří se starají o propagaci hotelu, která je opravdu velmi důležitá.

4.7 Současný stav nabídky služeb

Lázně nabízí spoustu variant ubytování. Hosté mohou být ubytováni v hotelu, vile či penziónu a mohou si vybrat mezi léčebnými či relaxačními pobyty, wellness v hotelu Alexandria****, různými typy balíčků a akcí například Silvestrovské a Vánoční pobyt. Společnost také nabízí možnost firemních akcí a konferencí ve Společenském domě nebo v Hotelu Alexandria****. Co se týká kulturních akcí, v Luhačovicích rozhodně nuda nebude. Program kulturních představení a zábavy je opravdu pestrý, od divadelních představení, přes každoroční Dny slovenské kultury až po Reprezentační lázeňský ples. Hojně navštěvované jsou dny Otevírání pramenů, kdy se zahajuje hlavní lázeňská sezóna. Pro aktivní hosty nabízí společnost také sportovní využití, jako je například koupání a rybaření u přehrady nedaleko lázeňského centra, fitness, tenis, kuželky, jízda na koni nebo si mohou zahrát různé hry v parku. Turisticky založené návštěvníky určitě potěší procházky pěšky, na kole, bruslích nebo vyhlídkovým vláčkem. V okolí Luhačovic mohou navštívit spoustu zajímavých míst. Existuje zde CA Luhanka, která nabízí organizované výlety a poznávání krás v okolí. Mezi nejzajímavější patří Zlín, Kroměříž nebo Jízda Králů ve Vlčnově.

Rozdělení hotelů v Lázně Luhačovice, a. s.

V současnosti nabízí Lázně Luhačovice, a. s. pobyty ve wellness hotelu nebo v léčebných hotelech. Lázně považují za wellness hotel pouze hotel Alexandria****. Avšak v Jurkovičově domě jsou také wellness služby nabízeny. V nabídce léčebných hotelů jsou tři hotely, ve kterých jsou provozovány léčebné procedury a je zde zajištěno ubytování i stravování.

Spa & Wellness Hotel Alexandria****

Wellness hotel Alexandria**** je jediným wellness hotelem ve vlastnictví společnosti Lázně Luhačovice, a. s. Tento hotel se nachází v centru města, nedaleko lázeňské kolonády. Nabízí wellness centrum ve stylu starořímských lázní, zážitkovou gastronomii a noční klub orientovaný na téma první republiky. Vybavení hotelu se nese ve stylu 30. let minulého století a spojuje tradice s moderní architekturou.

- **Wellness služby**

Wellness centrum má dvě podlaží, propojené panoramatickým výtahem, krásný bazén se dvěma zlatými slunci na dně, whirlpool, saunový svět, Kneippův chodník, ochlazovací sprchy, ledovou studnu, relaxační odpočinkové lavice a odpočinkové zóny. Nachází se zde také recepce. Vstup do wellness i fitness centra je zdarma v rámci ceny pobytu. Je zde možnost využívat wellness a fitness centrum veřejností. Dále hotel nabízí wellness balíčky, spa rituály a Day spa, což jsou zážitkové balíčky pro veřejnost. Příklady nabízených balíčků a jejich ceny jsou uvedeny v následující tabulce.

Tabulka 7 Wellness balíčky v Alexandrii

Název balíčku	Služby	Cena
Zážitky v Alexandrii	2 hod. vstup do wellness centra (14 - 21 hod.), wellness masáž dle vlastního výběru 25 min. (dle aktuální nabídky), káva a dezert podávaný v Lobby baru, ručníkový servis,	780 Kč
Zážitkový wellness den	celodenní vstup do wellness centra (10 - 21 hod.), poukaz na konzumaci ve Francouzské restauraci v hodnotě 500 Kč, zapůjčení županu, ručníkový servis	1 190 Kč
Exotický wellness	2 hod. vstup do wellness centra (14 - 21 hod.), 1x Havajská masáž, masáž lávovými kameny nebo masáž Bali, exotický koktejl v Lobby baru, ručníkový servis	780 Kč
Fitness a wellness	60 minut ve fitness centru, 0,7 l minerální voda, 2 hod. vstup do wellness centra (14 - 21 hod.), ručníkový servis	500 Kč

Zdroj: Internetové stránky hotelu Alexandria****

- **Hotelové služby**

Hotel má recepci v hlavní historické budově, nachází se zde i směnárna, internetový koutek, lobby bar, noční klub, výtah či letní terasa. Co se týká stravování, snídaně a večere jsou podávány formou bufetu a obědy výběrem A la carte ve Francouzské restauraci. Hosté mohou zaparkovat své auto cca 100 m od hotelu na krytém parkovišti za poplatek. V hotelu je zakázáno kouření a vstup se zvířaty. Hotelové služby smí využívat děti starší 12 let v doprovodu dospělé osoby. Dále je zde možnost firemních a společenských akcí, a konferencí pro malé a střední firmy zajištěné na klíč podle požadavků zákazníků.

- Typy pokojů

Hotel je tvořen dvěma vzájemně propojenými objekty. Obě hotelové části nabízí komfortní ubytování v 56 pokojích s celkovou kapacitou 106 lůžek. Kategorie pokojů jsou popsány v následující tabulce.

Tabulka 8 Kategorizace pokojů Alexandria ****

Kategorie	Pokoj	Počet	Vybavení pokoje
SUPERIOR	2lůžkový	14	2lůžkový pokoj s vlastním příslušenstvím, nová budova - bez udání orientace, TV, telefon, minibar, fén, župan, koupelna je vybavena vanou, wi-fi ZDARMA
SUPERIOR K	2lůžkový	5	pokoj s vlastním příslušenstvím, hlavní budova - bez udání orientace, TV, telefon, minibar, fén, župan, koupelna je vybavena vanou/sprchou, klimatizace, wi-i ZDARMA
	1lůžkový	10	
LUX	2lůžkový	14	prostornější pokoj s vlastním příslušenstvím, nová budova - orientace v čelní části, balkon, TV, telefon, minibar, fén, župan, koupelna je vybavena vanou, wi-i ZDARMA
LUX K	2lůžkový	8	prostornější pokoj s vlastním příslušenstvím, hlavní a nová budova - orientace v čelní části, TV, telefon, minibar, fén, župan, koupelna je vybavena vanou/sprchou, klimatizace, wi-i ZDARMA
LUX PLUS K	2lůžkový	3	prostornější pokoj s vlastním příslušenstvím, nová budova - orientace v čelní části, 4. patro s krásným výhledem na Luhačovice, terasa, TV, telefon, minibar, fén, župan, koupelna je vybavena vanou/sprchou, klimatizace, wi-i ZDARMA
	4lůžkový	1	2 vzájemně oddělené pokoje (dvoulůžko) se společným příslušenstvím (koupelna je vybavena vanou), nová budova - orientace jednoho pokoje v čelní části, druhý pokoj je orientován do zadního traktu, velká terasa, každý pokoj je vybaven - TV, telefon, minibar, fén, župan, klimatizace, wi-i ZDARMA
APARTMÁ	2lůžkový	1	2 vzájemně oddělené místnosti - obývací pokoj, ložnice (dvoulůžko), velká terasa, hlavní budova - orientace v čelní části, TV, telefon, minibar, fén, župan, koupelna je vybavena vanou, klimatizace, wi-i ZDARMA

Zdroj: Internetové stránky hotelu Alexandria****

Léčebné hotely

Léčebné hotely ve vlastnictví společnosti Lázně Luhačovice, a. s., ve kterých jsou poskytovány léčebné procedury, jsou tři. Jedná se o Jurkovičův dům****, Palace**** a Morava***superior. V ostatních hotelech je zajištěno pouze ubytování a strava. Léčebné procedury probíhají v nedalekých lázeňských zařízeních, jimiž jsou: Lázeňská poliklinika, Inhalatorium a Centrální lázně. V těchto zařízeních je samozřejmě lékař. Stejný způsob léčení je praktikován při pobytech ve vilách nebo penzionech. V hotelu Společenských dům je možnost ubytování, ale také je zde zajištěno stravování pro pacienty z okolních ubytovacích zařízení. Na-

cházi se zde sál s kapacitou pro 220 osob a 7 salónek pro 10-80 osob pro větší firemní a společenské akce. Následující tabulka představuje tři hlavní léčebné hotely.

Tabulka 9 Léčebné hotely v Lázně Luhačovice, a. s.

Název léčebného hotelu	Poloha	Počet lůžek	Lázeňské služby	KLP/PLP	Cena pobytu-7 nocí
Jurkovičův dům****	v srdci lázeňské kolonády	80	Lékař, přírodní uhličitě koupele a další lázeňské procedury, sauna	Lázeňské služby nejsou poskytovány	10 290 Kč/os
Hotel Palace****	v centru města	235	Lékař, 24hodinová služba zdravotní sestry, přírodní uhličitě koupele, inhalace a dalších více jak 60 druhů léčebných procedur, sauna, bazén	Lázeňské služby jsou poskytovány, vyšší kategorie ubytování s příplatkem	8 505 Kč/os
Morava***superior	v centru města	154	Lékař, 24hodinová služba zdravotní sestry, přírodní uhličitě koupele, inhalace a další léčebné procedury, na některé procedury se dochází do centrálních balneoprovozů	Lázeňské služby jsou poskytovány, vyšší kategorie ubytování s příplatkem	7 070 Kč/os

Zdroj: Internetové stránky jednotlivých léčebných hotelů

5 ANALÝZA NABÍDKY WELLNESS SLUŽEB NA TRHU ČR

Tato část diplomové práce se zaměřuje na analýzu wellness hotelů v České republice a také konkrétně ve Zlínském kraji. Teoretická část diplomové práce se zabývá trendy v oblasti wellness. Díky těmto teoretickým poznatkům je možné analyzovat ty wellness hotely v České republice, které nejvíce odpovídají aktuálním trendům. Analyzovat budu z hlediska vybavení, nabízených služeb a nabízených balíčků služeb. Kritéria výběru wellness hotelů jsou následující:

- umístění hotelu v klidném prostředí, v přírodě;
- využívání přírodní kosmetiky a bio produktů;
- wellness vybavení z přírodních materiálů – dřevo, kámen;
- zahrada;
- 4* nebo 5* hotel;
- odpočinková místnosti;
- fitness centrum;
- gastronomický zážitek.

Důležitá je myšlenka „vrácení se k přírodě“. Nejde o obvyklý wellness hotel s bazénem, saunou a vířivkou. Tyto hotely mají svoji duši a určitý koncept, který je propojený všemi oblastmi hotelu. Zatímco v zahraničí, především v Rakousku či Švýcarsku, je takových hotelů spousta, v České republice je jich poskromnu.

Díky analýze hotelů lze zjistit charakteristiku cílové skupiny zákazníků, která do těchto hotelů jezdí. Za co jsou ochotni zaplatit, co očekávají a co je do hotelů nejvíce láká. Díky této analýze budou připraveny poznatky pro projekt.

5.1 Analýza wellness subjektů ve Zlínském kraji

Tabulka 10 Kritéria výběru wellness subjektů ve Zlínském kraji

KRITÉRIUM	ANO/NE	
	GRANDHOTEL TATRA	AUGUSTINIÁNSKÝ DŮM
umístění hotelu v klidném prostředí, v přírodě	ANO, hory a příroda	ANO
využívání přírodní kosmetiky a bio produktů	ANO, bylinky z místních luk, bio produkty	ANO, bylinky, ovoce na zahradě
wellness vybavení z přírodních materiálů – dřevo, kámen	ANO	Převážně ANO
zahrada	ANO, menší	ANO, zahrada 6 smyslů
4* nebo 5*hotel	4*	4*
odpočinková místnost	ANO	ANO, s lehkým občerstvením
fitness centrum	ANO	NE
gastronomický zážitek	ANO, suroviny z místní farmy	ANO

Zdroj: Internetové stránky jednotlivých hotelů

GRANDHOTEL TATRA

Grandhotel Tatra leží na slunném svahu valašské krajiny v obci Velké Karlovice, v Chráněné krajinné oblasti Beskydy. Okolí hotelu nabízí krásnou přírodu v podobě lesů a údolí, čistý vzduch a také se zde nachází zachovalé pastviny s menšími stády ovcí či stavení, kde se ještě dodnes hospodaří.

- **Vybavení hotelu**

Hotel nabízí možnost konferencí, svateb, rodinných oslav a dalších akcí v konferenční místnosti s kapacitou 100 míst. V hotelu se nachází restaurace, ve které vaří z lokálních produktů a také venkovní terasa. Ve sklepení jsou zásoby kvalitního vína. Nachází se zde také tzv. Valašský salónek dýchající historickou valašskou atmosférou. Vybavení hotelu a pokojů je v moderním stylu a z převážně přírodních materiálů, jako je dřevo a kámen.

- **Wellness služby**

V hotelu se nachází wellness zóna se čtyřmi druhy saun (finská, parní, infračervená, bylinková), relaxační místnost, dvě vnitřní a jedna venkovní vířivka, zážitková sprcha, bazén s vodními atrakcemi, venkovní terasa s lehátko, wellness vital bar, fitness a nabídka masáží. Nabídka vychází z přírodních zdrojů, nabízí například bylinkové čaje z místních luk nebo sušené ovoce nasbírané z místních sadů.

- **Balíčky služeb**

Hotel také nabízí pobytové balíčky a speciální akce pro zákazníky, ze kterých si určitě každý vybere. Příklady nabízených balíčky jsou uvedeny v příloze III.

- **Ceny**

Koupě polopenze na den za osobu stojí 550 Kč a za dítě od 3-12 let 385 Kč. Poplatek za jakékoliv zvíře na pokoji stojí 950 Kč/noc. Příplatek za balkon 540 Kč/noc. Příplatky za přistýlky jsou rozděleny podle pokoje a jsou uvedeny na internetových stránkách hotelu. Jelikož se ceny pobytů mění podle nabízeného vybavení a služeb, možností přistýlek, balkónu nebo doby rezervace, nastínila jsem ceny pokojů na jednu noc se snídaní pro jednu nebo dvě osoby, v dubnu. Ceny jsou uvedeny v následující tabulce.

Tabulka 11 Ceny pokojů

Typ pokoje	1 osoba/noc	2 osoby/noc
Superior SINGLE	1 950 Kč	-
Superior	-	2 225 Kč
Suite	-	3 350 Kč
Apartmenty	-	4 380 Kč

Zdroj: Internetové stránky Grandhotelu Tatra

AUGUSTINIÁNSKÝ DŮM *****

Augustiniánský dům se nachází v Luhačovicích a je konstruován do historické budovy vybudované v letech 1902-1904 podle architekta Vladimíra Fischera. Tato budova byla využívána jako ubytovací zařízení pro kněze a katolické rodiny.

- **Vybavení hotelu**

Hotel nabízí možnost firemních akcí a konferencí s kapacitou 50 míst. Kapacita hotelu je 25 pokojů včetně dvou luxusních suitů (52 pevných lůžek + 10 přistýlek). Nachází se zde restaurace s nabídkou regionální i mezinárodní kuchyně, ze surovin od místních dodavatelů. Dále pak venkovní terasa a venkovní odpočinkové místo s lehátky. Za hlavní atraktivitu lze považovat hotelovou zahradu šesti smyslů. Hotel je určen i pro děti.

- **Wellness služby**

Wellness centrum nabízí relaxační bazén s protiproudem a masážními tryskami, whirlpool, finskou a bylinkovou saunu, solnou a mentolovou parní lázeň, ochlazovací bazének s ledovou vodou, vyhřívané odpočinkové lavice, masážní sprchy, relaxační místnost s lehkým občerstve-

ním, venkovní odpočinkovou wellness terasu, masáže a wellness procedury. V nabídce wellness služeb lze najít i saunové rituály.

- **Balíčky služeb**

Augustiniánský dům samozřejmě nabízí pobytové balíčky. Ukázky jsou uvedeny v příloze č. IV.

- **Ceny**

Příklady cen za ubytování v nabízených pokojích jsou přiblíženy v následující tabulce. Vybrala jsem termín v měsíci dubnu, uvedená cena je za pokoj (pro dvě osoby) včetně snídaně na jednu noc. U pokoje Classic jsem nemohla najít volný termín a tedy ani cenu.

Tabulka 12 Ceny pokojů v Augustiniánském domě

Typ pokoje	Cena za pokoj/noc
Classic	-
Superior	3990 Kč
Junior Suite	4490 Kč
Apartmá Augustinián	6990 Kč
Apartmá Leoše Janáčka	9900 Kč

Zdroj: Internetové stránky hotelu Augustiniánský dům

Ve Zlínském kraji jsou tedy dva hotely, které lze považovat za přímé konkurenty pro náš nový wellness hotel. Následující tabulka porovnává tyto dva hotely podle různých kritérií.

Tabulka 13 Kritéria wellness subjektů ve Zlínském kraji

Kritérium	GRANDHOTEL TATRA	AUGUSTINIÁNSKÝ DŮM
Kapacita	41 pokojů (min. 80 lůžek)	25+2 pokojů (52 pevných lůžek + 10 přistýlek)
Parkování	před hotelem 80 parkovacích míst	parkování v areálu hotelu
Konferenční místnost	ANO, kapacita 100 míst	ANO, kapacita 50 míst
Provozní doba	11:00 - 22:00	různé otevírací doby
Wellness i pro neubytované hosty	ANO	ANO
Děti ve wellness	ANO, děti do 12 let vstup do 18:00 hod.	ANO, ale určená provozní doba pro děti do 12 let
Přednost	příroda, Valašský salónek, privátní spa	venkovní zahrada, saunové rituály
Nejnižší cena za 1 noc/pokoj	2 225 Kč/pokoj pro 2 os.	3990 Kč/pokoj pro 2 os.
Zvíře v hotelu	ANO, příplatek 950 Kč/noc	NE
Kuřácký hotel	NE, místa vyznačená ke kouření	NE

Zdroj: Internetové stránky jednotlivých hotelů

Z tabulky je patrné, že Augustiniánský dům má menší kapacitu lůžek v hotelu. Parkování pro hosty je zajištěno v obou případech. V obou hotelech je i konferenční místnost, ovšem opět je v Augustiniánském domě menší kapacita, o polovinu. V hotelech je možnost využití wellness i pro neubytované hosty a také pro děti. Provozní doba pro děti je v hotelech omezena. V Augustiniánském domě mají děti vstup pouze v určených hodinách, tedy od 9:00 do 10:00 hodin a od 14:00 do 16:00 hodin. Lze říci, že předností Grandhotelu Tatra je okolní příroda, Valašský salónek dýchající historickou valašskou atmosférou a privátní spa pro dva. Za přednost Augustiniánského domu lze považovat rozlehlou venkovní zahradu se zajímavou myšlenkou 6 smyslů a také saunové rituály. Co se týká cen ubytování, v tabulce jsou uvedeny nejnižší ceny za noc za pokoj v jednotlivých hotelech. Jelikož má Augustiniánský dům menší kapacitu, z ekonomického hlediska musí být ceny vyšší, aby mohl hotel nadále provozovat činnost. Ceny musí samozřejmě odpovídat kvalitě poskytovaných služeb. V Grandhotelu Tatra je povolen vstup domácích mazlíčků s příplatkem 950 Kč za noc. Augustiniánský dům vstup zvířat nepovoluje. Oba hotely jsou nekuřácké.

5.2 Analýza wellness služeb v ČR

V další části se zaměřím na wellness hotely v ČR. Následující tabulka je sestavena pro určení, zda hotely odpovídají daným kritériím. Jde vidět, že ve většině případů jsou splněny všechny

podmínky. Každý hotel je jiný, každý má jinou přednost, ale společné rysy, jak jde vidět, jsou povětšinou stejné.

Tabulka 14 Kritéria výběru wellness subjektů v ČR

KRITÉRIUM	ANO/NE				
	Wellness hotel a golf resort Cihelny	V nebi	Chateau Mcely	Wellness hotel Peras	Wellness hotel Ondrášův Dvůr
umístění hotelu v klidném prostředí, v přírodě	ANO	ANO	ANO	ANO	ANO
využívání přírodní kosmetiky a bio produktů	NE	ANO	ANO	ANO	ANO
wellness vybavení z přírodních materiálů – dřevo, kámen	ANO	ANO	NE, zámecký styl	NE	ANO
zahrada	golfové hřiště	ANO	ANO	ANO	ANO
4* nebo 5* hotel	4*	5*	5*	4*	4*
odpočinková místnost	ANO	ANO	NE	NE	ANO
fitness centrum	ANO	NE	ANO, přírodní fitness	ANO	ANO
gastronomický zážitek	ANO	ANO	ANO	spíš ANO	ANO

Zdroj: Internetové stránky jednotlivých hotelů

V následující tabulce jsou vypsány základní informace o vybraných hotelech v České republice. Tabulka je vytvořena pro přehlednost a porovnání hotelového vybavení, kapacity nebo nabízených typů pokojů

Tabulka 15 Porovnání wellness hotelů v ČR

Název hotelu	Kraj	Kapacita	Vybavení hotelu	Typy pokojů
Wellness hotel a golf resort Cihelny	Karlovarský	36 pokojů (min. 72 lůžek)	Restaurace, recepce, golfové hřiště, restaurační terasa, wi-fi, zahrada, dětské hřiště	Economy, Superior, Junior Suite, Queen Suite
V nebi	Liberecký	13 pokojů (min. 26 lůžek)	Restaurace, bar, wi-fi, kuřárna, lobby bar, vinný sklep, knihovna,	každý pokoj je jedinečný s vlastním názvem a stylem
Chateau Mcely	Středočeský	24 pokojů (min. 48 lůžek)	Restaurace, vinný sklep, knihovna, tenisový kurt, originální zámecké vybavení,	Každý z pokojů je originální, má svůj styl a jméno
Wellness hotel Peras	Moravskoslezský	13 pokojů (min. 26 lůžek)	Restaurace, wi-fi, terasa, místnost na squash, tenisový kurt, horolezecká stěna,	dvoulůžkový pokoj (příp. s kuchyňkou), čtyřlůžkový pokoj, rodinný apartmán
Wellness hotel Ondrášův Dvůr	Moravskoslezský	14 pokojů + 3 chatky (min. 44 lůžek)	Restaurace, music bar, kavárna, vinárna, vinný sklep, tenisový kurt, golf, volejbalové hřiště	De Lux, De Lux s terasou, Komfort, Apartmán, Apartmánová vila, Chata Juráš, Chata Ondráš

Zdroj: Internetové stránky jednotlivých hotelů

V tabulce jde vidět, že všechny analyzované hotely jsou menší velikosti. Hotel V Nebi a Wellness hotel Peras mají nejméně pokojů. Hotel V Nebi a Chateau Mcely spojuje vybavení pokojů, kdy každý pokoj má jiný styl a také jméno. Velkou výhodou hotelu Chateau Mcely je umístění v historické zámecké budově, což je právě to, díky čemu jsou zákazníci ochotni zaplatit i vyšší částky. Každý z analyzovaných hotelů má svoji přednost, díky které je odlišný od ostatních wellness hotelů a proto zajímavý pro zákazníky.

Dále jsou ve stručnosti charakterizovány wellness služby nabízené v jednotlivých hotelech, které jsou analyzovány.

Mezi wellness nabízené služby ve **Wellness hotelu a golf resortu Cihelny** patří 11 metrový bazén, saunový svět, finská, parní a bylinková sauna, malé fitness, relaxační zóna a slunečná terasa s výhledem na Slavkovský les. Nabídka masáží je rozmanitá, hosté si mohou vybrat z klasické, reflexní, antistresové, detoxikační nebo těhotenské. A také z různých druhů thajských masáží. V nabídce je celá řada kosmetických ošetření, zábalů a peelingů. Hotel nabízí možnost stát se členem Spa Academy Clubu. Členství přináší spoustu výhod jako je neomezený vstup do Spa Academy po dobu 12 měsíců (kromě sobot), 20 % sleva na masáže, vlastní skříňka, župan, další doprovod s 50 % slevou z jednorázového vstupu do Spa Academy a klasická masáž zdarma pro každého nového člena.

Cena základního ročního členství vychází na 15 000 Kč za osobu. Cena rodinného ročního členství 25 000 Kč za dvě osoby. A celodenní vstupné do Spa Academy vychází na 350 Kč za osobu.

Wellness část hotelu **V Nebi** je velmi bohatá. Venkovní zahrada se chlubí velkým jezerem, při kterém lze relaxovat a také odpočinkovými místy na zahradě. Nachází se zde také zahrádka s vlastnoručně vypěstovanými bylinkami. V Nebeském SPA najdeme vnitřní bazén, finskou a bylinkovou saunu, venkovní finskou saunu se zahradním slaným jezírkiem, což je originální nápad. Dále pak ochlazovací studnu a ledovou fontánu, relaxační zónu, privátní whirlpool a finskou saunu. Nabídka relaxačních procedur je opravdu velká, od různých tělových rituálů, přes masáže, kosmetická ošetření, pedikúru až po relaxační procedury pro dva. Zajímavostí jsou wellness programy, které si host může přikoupit k pobytu v hotelu. Tyto programy si lze koupit při pobytu od 2 nocí. Ukázky wellness programů jsou uvedeny v následující tabulce.

Tabulka 16 Ukázka wellness programů ve wellness hotelu V Nebi

Wellness program	Cena/os	Cena zahrnuje
Komplexní ošetření	2 300 Kč	1x kosmetické ošetření Babor - dle typu pleti (60 min.) 1x celková masáž luxusními aroma oleji (60 min.)
Program Indoceánie	3 550 Kč	1x sladký a voňavý peeling, 1x mléčná koupel, 1x Ajurvédská masáž, 1x tělový povzbuzující zábal (celkem 120 min)
Kouzlo Orientu	3 800 Kč	1x Abhyanga - Ajurvédská masáž celotělová (75 min.), 1x Aromatická ceremonie Orientu - opravdový zážitek smyslů (75 min.)

Zdroj: Internetové stránky hotelu V Nebi

Ceny nabízených pokojů při koupi minimálně dvou nocí již obsahují vstup do Nebeského SPA zcela zdarma po dobu pobytu a také tzv. wellness penzi, která obsahuje bohatou snídani, odpolední oběd a luxusní večeři o čtyřech chodech, celý den k dispozici kávu, čaj, pramenitou vodu, sklenku sektu na přivítanou a další. Tenhle hotel považuji za jeden z nejlepších, co se týká myšlenky „vracení se zpět k přírodě“. Hotel má svůj nápad, je originální a služby jsou na vysoké úrovni.

Chateau Mcely je 5* hotel zakomponovaný do historické zámecké budovy. Majitelé nabízí hostům jedinečnou možnost pobytu na zámku s lázeňskými rituály, masážemi a také gastronomickými zážitky. Můžu říci, že tohle je právě ten hotel, který má duši, svou myšlenku, která je propojená všemi částmi nabízených služeb. Majitelka vyrábí vlastní kosmetické přírodní produkty MCELY BOUQUET, které jsou míchány v malých sériích v zámecké laboratoři. Co se týká wellness služeb, hotel nabízí spoustu terapií. Každá terapie je detailně propracovaným rituálem. Výběr je opravdu velký, například tělové masáže, zážitkové rituály, rituály pro páry, péče o obličej, ruce a nohy, lázeňské rituály pro děti a teenagery, soukromé využití lázeňských prostor a spa balíčky. Dále nabízejí lázeňské balíčky, stálé a sezónní nabídky.

Okolí hotelu **Wellness hotel Peras ****** se zahradou a venkovním jezírkem je velmi příjemné. Co se týká ubytování a služeb uvnitř hotelu, není to přesně to, co je v dnešní době trendem. Postrádám přírodní materiály a více nabízených procedur. Wellness zahrnuje zahradu, fitness centrum, venkovní jezírko i ke koupání, krytý bazén, tři druhy saun, vířivku (i privátní), venkovní terasu s lehátko. Nabízené wellness služby jsou pouze masáže a pobytové balíčky.

Wellness hotel Ondrášův Dvůr

Komplex hotelu a chatek společně s jezírkem, bazénem a posezením v zahradě se nachází v bezprostřední blízkosti lesa. Co se týká wellness vybavení, za velkou přednost považuji Thermal park. Jedná se o koupání ve vířivých kádích z borovicového dřeva s dohřívanou vo-

dou a využití venkovní finské saunu. Také se v Thermal parku nachází pět dřevěných sudů, včetně jednoho maxisudu až pro 14 osob a ochlazovací kád' s neustálým přítokem čerstvé vody. Tohle vše pod širým nebem a se skleničkou sektu. Myslím si, že tohle je největší lákadlo pro přijíždějící hosty. Dále wellness centrum nabízí venkovní bazén, finskou a infračervenou saunu, parní lázeň a sprchu s ochlazovacím vědrem. K relaxaci a prohřátí těla slouží tepidarium s vyhřívanou lavicí a odpočívárna s výhledem na les. Také si host může vybrat z klasických nebo exotických masáží.

V následující tabulce jsou popsány wellness zařízení a služby poskytované jednotlivými hotely, pro lepší přehlednost.

Tabulka 17 Wellness vybavení a služby ve wellness hotelech v ČR

Název hotelu	Wellness vybavení	Wellness služby
Wellness hotel a golf resort Cihelny	Zahrada, fitness, bazén, sauna, odpočinková zóna, terasa s výhledem na les	masáže, kosmetické ošetření, zábaly, peelingy, Spa Academy Club - členství s výhodami
V nebi	Zahrada, jezírko, bazén, finská a bylinková sauna, ochlazovací studna a ledová fontána, venkovní finská sauna se zahradním slaným jezírkem, relaxační zóna, privátní whirlpool a sauna, zahrada s bylinkami	tělové rituály, masáže, kosmetické ošetření, pedikúra, relaxační procedury pro dva, nabídka wellness programů
Chateau Mce-ly	Anglická zahrada, jezírko ke koupání, odpočinková zóna, saunový domeček s venkovní vířivkou, parní bylinná lázeň	Masáže, zážitkové rituály a rituály pro páry, kosmetická péče o obličej, ruce a nohy, rituály pro děti, lázeňské balíčky - kurz míchání přírodní kosmetiky, používání a prodej vlastní kosmetiky, privátní využití wellness lázeňských prostor
Wellness hotel Peras	Zahrada, fitness centrum, venkovní jezírko, krytý bazén, 3 druhy saun, vířivka (i privátní), venkovní terasa s lehátky	Masáže
Wellness hotel Ondrášův Dvůr	Zahrada, jezero, venkovní bazén, odpočinková zóna, perličková vana, fitness, finská a infračervená sauna, parní lázeň, sprcha s ochlazovacím vědrem, vyhřívané kádě, ochlazovací kád'	Masáže, koupele

Zdroj: Internetové stránky jednotlivých hotelů

Hotel V Nebi a Chateau Mce-ly mají nejvíce nabízených wellness procedur a také wellness vybavení. V **příloze V** je uvedena tabulka s kritérii, jako je parkování u hotelu, zda je v hotelu konferenční místnost pro firemní akce, jestli do hotelu mohou děti a nebytovaní hosté, zda hotel vítá i psí doprovod a podobně. V další **příloze VI** jsou kritéria wellness služeb poskytované hotely v ČR včetně hotelů ve Zlínském kraji. Z těchto skutečností můžeme zanalyzovat, za co jsou zákazníci ve 4* nebo 5* hotelu ochotni zaplatit, co očekávají a co požadují.

Výsledky analýzy wellness hotelů v ČR

Z analýzy wellness hotelů v ČR v příloze V a VI jsem zjistila následující skutečnosti. Jedná se především o poskytované služby v hotelu, wellness vybavení a wellness služby.

Ve všech hotelech:

- **parkování** u hotelu **zdarma**,
- **zakázáno kouřit**, v některých je k dispozici kuřárna,
- samozřejmostí je bezplatná **Wi-fi** ve všech hotelech,
- **restaurace** na vysoké úrovni, kde je pro hosty připraven gastronomický zážitek,
- nabízí **pobytové balíčky**,
- nabízí ve svém wellness centru **zahradu, bazén, vířivku, saunu, odpočinkovou místnost, terasu s lehátko, masáže a pobytové balíčky**.

6 – 4 ze 7 hotelů:

- má navíc **jezero** na zahradě,
- nachází se **fitness centrum**,
- nabízí wellness služby jako je **kosmetické ošetření, zábaly, peelingy a rituály**,
- možnost **privátní části wellness**,
- nabízí **konferenční místnost**,
- **wellness i pro nebytované hosty**,
- **povolený vstup dětem**, v některých je vstup dětí hodinově omezen,
- vstup pro **psí mazlíčky povolen**.

Ostatní:

- 1 ze 7 hotelů má vlastní **Wellness Club** a výhody pro členy, **vlastní kosmetickou značku, wellness programy**, které je možné dokoupit k pobytu,
- 2 ze 7 hotelů mají **vlastní zahrádku s bylinkami a ovocem**,
- další nabízené služby jsou individuální a originální od ostatních wellness hotelů.

6 ANALÝZA WELLNESS SUBJEKTŮ V ZAHRANIČÍ

V této části diplomové práce se zaměřím na analýzu zahraničních wellness služeb. Hotely jsem rozdělila na dvě skupiny. První skupinou jsou wellness hotely v Rakousku a druhou skupinou ostatní wellness hotely. Do druhé skupiny patří tři wellness hotely v Portugalsku, Švýcarsku a Německu. V zahraničí jsou wellness služby na vyšší úrovni oproti České republice. Proto z analýzy zahraničních wellness služeb zjistím přidanou hodnotu, která v České republice chybí, a poznatky využiji v následující projektové části.

Zahraníční wellness hotely se vyznačují následujícími body.

- jsou využívány přírodní produkty v gastronomii a ve wellness procedurách
- přírodní vybavení hotelu a wellness zařízení – dřevo, kámen
- důraz na zdravý životní styl
- filosofie hotelu
- udržitelnost
- krásná okolní příroda, nejčastěji Alpy
- v okolí možnost využití sportovních aktivit
- zahrada s jezírkem u hotelu
- koncept 4 elementů
- fitness centrum
- detoxikace, očista těla
- přírodní a civilizací nezkažený způsob života
- drahé, léčivé kameny
- různé druhy léčebných a zážitkových procedur
- propojení těla a duše

1. SKUPINA ZAHRANIČNÍCH WELLNESS HOTELŮ

V následující tabulce jsou vypsány wellness hotely v Rakousku a popsána jejich filosofie pro lepší přehled. V tabulce jsou charakterizovány jednotlivé analyzované hotely. Jde vidět, že každý z hotelů je zaměřený na něco jiného, každý má jinou filozofii a přednosti. Tyhle hotely mají svoji duši, jsou originální a zaměřené na přírodu. V každém z hotelů nalezneme terapie na rovnováhu těla a duše, sportovní vyžití, které je spojené se zdravým životním stylem. Hotely se chlubí zahradou, většinou s jezerem, u kterého mohou hosté relaxovat.

Tabulka 18 Filozofie wellness hotelů v Rakousku

Název hotelu	Filozofie, charakteristika, popis hotelu
LARIMAR	Hotel zaměřený na filozofii 4 elementů, země, vody, vzduchu a ohně. Tato filozofie se prolíná všemi oblastmi hotelu, od vybavení pokojů, po typické terapie a procedury. Wellness program spočívá na pilířích cvičení, diety a léčebných postupů a procedur.
KEMPINSKI HOTEL DAS TIROL	Filozofie hotelu inspirovaná evropskými sezónními výkyvy, důraz na obnovovací cyklus sezón, aby se tělo vrátilo do své přirozené rovnováhy. Na jaře detoxikace, v létě vyrovnanost, na podzim relaxace a v zimě dodání energie.
SCHWARZ ALPENRESORT	Hotel nabízí romantiku, wellness, přírodu a spoustu sportovního vyžití. Na každý týden je připravený jedinečný komplexní program akcí. Nabízí také vyžití a služby pro děti. Jejich holistický koncept má název "ME". Jde o zaměření se na sebe. Spojení wellness a zdravotní turistiky. Lékařské vedení, spojení tří oblastí - relaxace, výživa a cvičení.
DER ENGLE WELLNESSHOTEL IM TANNHEIMERTAL	S využitím empatie a dlouholetých zkušeností se snaží zaměstnanci hotelu poskytovat ty nejlepší služby relaxace a uvolnění těla, mysli a duše. V hotelu je možnost pořádání svateb a jiných společenských akcí. Chlubí se krásnou rozlehlou zahradou s jezerem, u kterého hosté relaxují.
UBERGOSENE ALM	Hotel s historií. Holistický koncept na základně tradiční evropské medicíny. Rovnováha těla a duše. Rozlehlá zahrada s jezerem, spousta sportovního vyžití v zimě i v létě.
GENUSSDORF GMACHL	Rodinný hotel s duší a tradicí zaměřený na nezkažený způsob života. Hotel zakomponován v jedné z nejstarších budov ze 14. století. Spojení tradice s moderními hotelovými a wellness trendy. Nabízí moderní vybavení a kvalitní služby.

Zdroj: Vlastní zpracování podle internetových stránek jednotlivých hotelů

V následující tabulce jsou vypsána wellness zařízení a nabízené služby v jednotlivých wellness hotelech v Rakousku. Jak můžeme vidět, vybavení v hotelech je většinou velmi podobné. Jedná se různé druhy bazénů, saun, relaxačních místností, dále pak jsou v hotelech vířivky

a fitness centra. Některé hotely mají navíc tenisový kurt, golfové hřiště, Kneippův chodník nebo solárium. Co se týká nabízených wellness služeb, převažují variace terapií, masáží, procedur a kosmetických ošetření. Dále pak meditace, jóga, detoxikační a antistresové kúry, různé druhy zábalů, peelingů, odstranění celulitidy, omlazení pleti, depilace, manikúra nebo pedikúra. Všechny hotely nabízejí balíčky ubytování a služeb. Výběr je opravdu široký.

Tabulka 19 Wellness vybavení a služby wellness hotelu v Rakousku

Hotel	Wellness vybavení	Nabízené wellness služby
LARIMAR	6 bazénů s termální, slanou a sladkou vodou, 7 saun a 8 relaxačních prostor (plyšové místnosti, sluneční paluba), solná jeskyně, zahrada - jezero s rybami, žábami, lehátka, bylinková, vonná a ovocná zahrada, energický pokoj s léčivým křišťálem	Terapie, léčebné metody z celého svět (Ajurvéda, tradiční čínská medicína, thajské ošetření, energetické ošetření, masáže, fyzikální ošetření, kineziologie. Meditace, fitness, vodní fitness, jóga a Ajurvédská cvičení s mistry, kosmetické ošetření, různá cvičení, detoxikační a antistresové kúry
KEMPINSKI HOTEL DAS TIROL	5 saun, 12 místností pro ošetření, parní lázeň a 3 bazény,	masáže alpskými krystaly a další typy masáží, kosmetické a tělové procedury s využitím regionálních bylinek kombinovaných s čistými přírodními oleji, detoxikační očista, kosmetické a relaxační procedury
SCHWARZ ALPENRESORT	Krytý bazén, 7 saun, vířivka, koupací vany, relaxační zóna, fitness centrum	třídy jógy, čínská meditace, masáže, lázeňské procedury, rituály, peelingy, kosmetické procedury, manikúra, pedikúra, detoxikace, využívání léčivých bylin v procedurách, různé druhy cvičení, léčení celulitidy a strií, zábaly nohou, ošetření obličeje, relaxace pro muže, procházky s průvodcem, tenis, golf, pilates, jezdeckví, půjčovna kol
DER ENGLE WELLNESSHOTEL IM TANNHEIMERTAL	Různé druhy saun, odpočinkové místnosti, venkovní horské jezero, krytý bazén, celoročně vyhříváný venkovní bazén s lehátky a relaxačními kouty	Velký výběr procedur - masáže z celého světa, Ajurvédské masáže, balance alpine + 1000, léčba těla, terapie, koupele, zábaly, kosmetické procedury a služby, procedury pro děti, pro nastávající matky, pro páry, lymfodrenáže, ušní svíce, antistresové procedury, týdenní wellness program s aktivitami, cvičením a spa programem.
UBERGOSENE ALM	Krytý bazén, venkovní vyhříváný bazén, venkovní vířivka, Kneippův chodník, přírodní koupaliště, solárium, sportovní vyžití v hotelu i v okolí, tenisový kurt	Kosmetické procedury, masáže, koupele, zábaly, peelingy, využití přírodních produktů, procedury pro ženy, muže i děti, zaměřeno na pohyb, balance alpine + 1000
GENUSSDORF GMACHL	Sauna, vnitřní a venkovní bazén, prostorná zahrada s jezerem, střešní SPA (bazén, sauny), vířivky, tenisový kurt, sportovní vyžití v hotelu i v okolí	masáže, kosmetické ošetření, Ajurvéda, péče o tělo, procedury pro dva, koupele, detox, léčba celulitidy, balíčky pro přátele, procedury pro budoucí matky, procedury pro rovnováhu těla a duše, balance alpine + 1000

Zdroj: Vlastní zpracování podle internetových stránek jednotlivých hotelů

2. SKUPINA ZAHRANIČNÍCH WELLNESS HOTELŮ

V následující tabulce jsou vypsány wellness hotely z ostatních zahraničních států a jejich filosofie. Na hotelu Six Senses je zajímavé propojení historie s moderními prvky. Hotel leží ve vinařské oblasti a je zaměřen na přírodu. Naopak hotel Therme Vals ve Švýcarsku je architektonickým dílem. Moderní ubytování láká mnoho zákazníků. Navíc se pyšní dvěma Mischelinskými hvězdami. Hotel Menschel v Německu má ocenění Bio hotelu, zaměřuje se na metodu Falke Therapy, která je předávána po generace. Využívá léčebných schopností hlíny a jílu.

Také se zajímá o spojení 4 Elementů jako je tomu v hotelu Larimar v Rakousku. V tabulce níže jsou popsány filozofie a charakteristiky vybraných hotelů.

Tabulka 20 Filozofie wellness hotelů v zahraničí

Název hotelu	Filozofie, charakteristika, popis hotelu	Stát
SIX SENSES DOURO VALLEY	Hotel je jedním z mnoha v síti Six Senses. Je zakomponovaný v nádherně zrekonstruovaném zámku z 19. století, který stojí vysoko na kopci s výhledem na kopcovité vinice, údolí a řeku pod ním. Vinařská oblast. Filozofie zážitkových pobytů s ohledem na péči o prostředí, do něhož je hotel zasazen. Ubytování propojuje eleganci s přítomností a historií regionu.	PORTUGALSKO
THERME VALS	Předností hotelu je úžasná architektura, krásné hory v okolí hotelu a kvalitní hotelové služby. Je to originální architektonické dílo. Nabízí unikátní zážitek pro mysl, tělo a smysly. Relaxaci v termálních lázních, gastronomický zážitek v restaurace se 2 Mischelinskýma hvězdami a poslech živého původního newyorského jazzu.	ŠVÝCARSKO
MENSCHEL	Filozofie hotelu je zaměřena na člověka a jeho zdraví, propojení duše a těla. Nadčasová relaxace, bio hotel. Falke Therapy, léčebné vlastnosti této metody předávány pro generace. Jedná se o spojení 4 elementů země, vody, vzduchu, ohně. Léčba hlínou, prevence je lepší než léčba. Spojení cvičení a bio gastronomie. Historická budova.	NĚMECKO

Zdroj: Vlastní zpracování z internetových stránek jednotlivých hotelů

Stejně jako u hotelů v Rakousku tak i v následující tabulce jsou vypsána wellness zařízení a nabízené služby v jednotlivých wellness hotelech v ostatních zemích. Jak už bylo zmíněno u wellness vybavení v Rakousku i zde je vesměs podobné. V hotelech se nachází různé druhy bazény, saun, relaxačních místností. Potom fitness centrum, vířivka, terasa s lehátky nebo bar s občerstvením. Nabízené wellness služby také zahrnují různé druhy masáží, rituálů, terapií a cvičení. Samozřejmě kosmetické služby, ošetření, depilace, manikúru a pedikúru, také jógu a vedené cvičení. Detoxikační a proti stresové rituály, meditace, peelingy, zábaly nebo akupunkturu. Také tyto hotely nabízí balíčky ubytování a wellness služeb.

Tabulka 21 Wellness vybavení a služby wellness hotelů v zahraničí

Hotel	Wellness vybavení	Nabízené wellness služby
SIX SENSES	Vyhříváný krytý bazén s vodními tryskami, venkovní bazén a bar s občerstvením, posilovna s nejmodernějším vybavením pro cvičení, relaxační místnost, sauna	Různé druhy masáží, léčba obličeje a těla, wellness a meditační procedury, procedury pro omlazení, odstranění celulitidy, eliminace toxinu, lokálně inspirované terapiemi, z nichž některé jsou založené na hroznovém a citrusovém ovoci. Depilace, peelingy, zábaly, manikúra, pedikúra, jóga
THERME VALS	Vnitřní a venkovní bazén, několik dalších bazénů, vířivka, terasa, vodní masážní místnost, 3 relaxační místnosti, posilovna	Minerální vody, kadeřnické služby, manikúra, pedikúra, lázeňské procedury, Ajurvédské a další rituály, Thalasso ošetření, kosmetické služby, masáže, detoxikační a proti stresové terapie, akupunktura
MENSCHEL	Přírodní koupaliště, vnitřní bazén, terasa, několik saun, posilovna, vířivka, dřevěná sauna, relaxační areál	Kosmetické služby, masáže, cvičení, program péče o obličej a tělo, terapie, jóga, různé druhy, cvičení, parní lázně, používání hlíny a jílu k léčení

Zdroj: Vlastní zpracování z internetových stránek jednotlivých hotelů

V příloze XI je vypracovaná tabulka s kritérii a odpověďmi, zda se uvedené kritérium v jednotlivých wellness hotelech nachází. Hotely z Rakouska i z ostatních států jsou spojeny. Cílem vytvoření tabulky je analýza wellness služeb a zařízení, ze které vyplývá, co je trendy a nejvíce využívané, nabízené či povolené v hotelech v zahraničí.

Výsledky analýzy wellness hotelů v zahraničí

Z analýzy wellness hotelů v zahraničí, v příloze XI byly zjištěny následující skutečnosti. Jedná se především o poskytované služby v hotelu, wellness vybavení a wellness služby.

Ve všech hotelech:

- zaměření na **zdravý životní styl**,
- zaměstnání **odborníci** nebo **lékaři**,
- využití **přírodní kosmetiky**,
- **přírodní bio produkty** v gastronomii i ve službách,
- **přírodní vybavení** hotelu – dřevo, kámen,
- nachází se **odpočinková zóna, fitness centrum, restaurace s gastronomickým zážitkem, bar a bazén**,
- **povolen vstup dětem**, v jednom z hotelů je vstup pro děti omezen,
- nabízí **balíčky služeb**.

5 – 8 hotelů z 9:

- zaměření na **udržitelnost**,
- využití **Ajurvedy** – čínské medicíny,

- vstup pro **psí mazlíčky povolen**,
- **wi-fi** připojení v hotelu zdarma,
- **zahrada s jezírkem**, 6 hotelů má rozlehlou zahradu s jezírkem, 3 hotely jen zahradu,
- možnost organizace **konferencí, oslav** nebo **svateb** v hotelu,
- pořádá **kulturní akce v hotelu**,
- nachází se **kinotéka, vinný sklípek**,
- nachází se **vířivka a sauna**.

Ostatní:

- 2 z 9 hotelů - využívají **konceptu 4 Elementů** – vody, vzduchu, ohně a země, vlastní **léčivý kámen a tenisový kurt**,
- 4 z 9 hotelů – vlastní **golfové hřiště a knihovnu**.

7 ŘÍZENÝ ROZHOVOR

Řízený rozhovor byl proveden osobním rozhovorem, kterým jsem si nahrávala a následně doslova přepsala. Pan Ing. Jiří Dědek, MBA, výkonný ředitel Lázní Luhačovice, a. s. mi odpověděl na osm otázek. Otázky a odpovědi jsou v příloze VII.

7.1 Vyhodnocení výsledků řízeného rozhovoru

Z řízeného rozhovoru s panem Ing. Jiřím Dědkem, MBA jsem zjistila, kde by měl být hotel umístěn, viz příloha VII. Jedná se o dvě budovy bývalého Vodoléčebného ústavu, o Národní kulturní památku České republiky. Prostory těchto budov jsou dosti velké, patří k nim celý kopec, stráž a les. Jde o typickou Jurkovičovu stavbu. Přesnou představu vybavení ani konceptu vymyšlenou nemají, ale určitě by chtěli využít historie tohoto zařízení jako přednosti a implementovat do něj moderní trendy. Objekt je v nějakém stylu, a také vybavení a služby v něm by měly být ve stejném stylu. Podle pana Ing. Dědka by měl hotel mít 120 – 130 pokojů, aby měl rozumnou ekonomiku. Co se týká investiční představy, předpokládají 2 – 3 miliony na pokoj. Což by mělo být okolo 240 – 390 milionů korun. Projekt bude investován z 1/3 z vlastních zdrojů a ze 2/3 z úvěru. Restaurační zařízení v hotelu je samozřejmostí. Plánovaná rekonstrukce je v horizontu 5 – 7 let. Pro společnost je to investiční projekt budoucnosti.

Na otázku co je podle pana Dědka zahraničním trendem současnosti mi odpověděl docela rozsáhle. Samozřejmostí je příroda. Jako příklad uvedl wellness hotely v Alpách, v přírodě, s čistým vzduchem a krásnými panoramaty. Ale taková možnosti v České republice není, proto je potřeba využít něčeho jiného, což by měla představovat historie objektu a také kvalita poskytovaných služeb. Předností nového wellness hotelu je určitě to, že bude patřit pod léčebné lázně. Ve všech ubytovacích zařízeních vlastněných společností se snaží využívat kvalifikovaný lázeňský personál. V novém wellness hotelu nebude hosty masírovat někdo s tří měsíčním masérským kurzem, ale vzdělaný lázeňský personál. To je ta přidaná hodnota.

Náročného zákazníka charakterizoval pan Dědek z pohledu stravy. Do takovýchto zařízení se lidé nejdou najíst, ale hledají zážitek z gastronomie. Hledají něco nového, něco navíc. Pokud bude například hotel orientován do přírody, i jídlo by mělo být laděné do přírody. Hotel musí mít svůj koncept propojený ve všech oblastech. Náročná klientela hledá specifické, moderní ale zároveň něčím zajímavé a výjimečné věci. Může se jednat o high-technology nebo by měl hotel být minimálně architektonicky zajímavý. Něco originálního by mělo být jak v prostředí, tak zároveň ve kvalitě poskytovaných služeb. Něčím se odlišovat, dělat to jinak, to je důvod proč se lidé budou vracet.

7.2 Shrnutí výsledků řízeného rozhovoru

Z výsledků řízeného rozhovoru jsem zjistila následující skutečnosti:

- plánovaná rekonstruovaná budova je bývalý Vodoléčebný ústav, Národní kulturní památka České republiky, jde o dvě propojené budovy
- prostory jsou dosti velké, patří k nim velký kopec, stráž a les
- typická Jurkovičova stavba
- využití historie objektu a zakomponování do něj moderní trendy
- budova je v nějakém stylu, i vybavení a služby by měly být v tomto stylu
- hotel by měl mít 120 – 130 pokojů
- předpokládaná investice je 2- 3 miliony na pokoj
- projekt bude investován z 1/3 z vlastních zdrojů a ze 2/3 z úvěru
- restaurační zařízení v hotelu je nutnost
- plánovaná rekonstrukce hotelu je v horizontu 5 – 7 let
- zahraničním trendem současnosti je příroda
- v ČR musíme využít historie objektu a mít kvalitní služby
- předností je umístění nového hotelu v lázeňském zařízení
- i ve wellness hotelu bude kvalifikovaný lázeňský personál
- důležité je mít svou přidanou hodnotu, odlišovat se – to je důvod, proč se hosté vracejí
- nároční zákazníci očekávají gastronomický zážitek, hledají něco nového, výjimečného
- originální by mělo být prostředí ale také kvalita poskytovaných služeb

ZÁVĚRY PRO PROJEKT

Z dosavadních poznatků vyplývá následující:

Z kapitoly 2.5 vyplývá:

- lidé jsou vystaveni velkému stresu, jsou stále on-line a z toho vyplývá, že stoupá potřeba po klidu, tichu, uvolnění a odpočinku
- zhoršující se zdravotní stav obyvatel
- očekává se zvyšující se nabídka po splnutí s přírodou – jak v oblasti designu, tak v nabídce procedur, občerstvení odpovídající aktuálním nutričním trendům, pohybu, relaxace a času pro meditaci
- trendem je wellness venku – venkovní aktivity a cvičení, masáže ve stínu stromů, pobyt u jezírka, zahrádka s bylinkami a ovocem, v zahradě různá zákoutí a relaxační chodníčky
- hitem je Čínská filozofie - šaolinské masáže a Ajurvédská kosmetika a filozofie
- využívání bylinných terapií a drahých kamenů
- wellness hotel musí mít koncept – vlastní myšlenku
- trendem je wellness pro muže

Z kapitoly 4.4 vyplývá:

- celkové výnosy a hospodářský výsledek od roku 2013 roste
- rentabilita vlastního kapitálu a aktiv také od roku 2013 roste
- okamžitá likvidita se převážně pohybuje v doporučených hodnotách, pohotová likvidita dosáhla doporučené hodnoty pouze v roce 2015, běžná likvidita nedosáhla ani v jednom sledovaném roce doporučených hodnot
- celková zadluženost každým rokem klesá

Z kapitoly 4.7 vyplývá:

- lázně považují za wellness hotel pouze hotel Alexandria****. Avšak v Jurkovičově domě jsou také wellness služby nabízeny. Léčebné hotely, které nabízí léčebné procedury, ubytování i stravování jsou Jurkovičův dům****, Palace**** a Morava***superior.

Z kapitoly 5 vyplývá:

- **všechny hotely** nabízí parkování zdarma, wi-fi, restauraci, pobytové balíčky, zahradu, bazén, vířivku, saunu, odpočinkovou místnost, terasu s lehátko, masáže a pobytové balíčky, je v nich zakázáno kouřit
- **většina hotelů** má navíc jezero na zahradě, fitness centrum, nabízí kosmetické ošetření, zábaly, peelingy a rituály, nabízí možnost privátní spa, mají k dispozici konferenční místnost, vstup pro děti a psi je povolen, poskytují wellness i pro neubytované hosty
- **některé z hotelů** mají navíc vlastní Wellness Club, vlastní kosmetickou značku a nabízí wellness programy k zakoupení k ubytování, také mají vlastní zahrádku s bylinkami a ovocem

Z kapitoly 6 vyplývá:

- **všechny hotely** jsou zaměřeny na zdravý životní styl, jsou zde zaměstnáni odborníci a lékaři, využívají přírodní kosmetiky a přírodních produktů v gastronomii i ve službách, přírodní vybavení hotelu, v hotelech se nachází odpočinková zóna, fitness centrum, restaurace s gastronomickým zážitkem, bar a bazén, povolen vstup dětem, nabízí balíčky služeb
- **většina hotelů** je zaměřena na udržitelnost, využívají Ajurvědu, vstup pro psí mazlíčky je povolen, mají zahradu s jezírkem, vinotéku, vířivku a saunu, wi-fi připojení a možnost organizace konferencí, oslav nebo svateb v hotelu, pořádají kulturní akce v hotelu
- **některé hotely** využívají koncept 4 Elementů, léčivý kámen a mají tenisový kurt, golfové hřiště a knihovnu

Z kapitoly 7 vyplývá:

- rekonstruovaná budova je bývalý Vodoléčebný ústav, typická Jurkovičova stavba
- jde o dvě propojené budovy s velkými venkovními prostory s kopcem, strání a lesem
- určitý koncept hotelu a zakomponování moderních trendů
- plánovaná rekonstrukce je v horizontu 5 -7 let, projekt bude investován z 1/3 z vlastních zdrojů a ze 2/3 z úvěru, v budovách bude 120 – 130 pokojů a investice na pokoj je 2 -3 miliony
- restaurační zařízení je nutností
- nároční zákazníci očekávají gastronomický zážitek, hledají něco nového, výjimečného a originálního, nutnost je odlišovat se od ostatních

Díky teoretickým poznatkům, analýzám i řízenému rozhovoru jsem zjistila informace, které budu dále využívat v projektové části diplomové práce. Z těchto výsledků navrhnu služby pro nový wellness hotel určený pro náročné zákazníky ve společnosti Lázně Luhačovice, a. s. Jako součást projektu bude ekonomická, časová a riziková analýza.

8 PROJEKT ZALOŽENÍ WELLNESS HOTELU

Projektová část vychází ze získaných informací z analýz a teoretických poznatků. Tyto informace jsou podkladem pro vytvoření projektového řešení wellness služeb zaměřené na nový hotel v Lázně Luhačovice, a. s. určené pro náročné zákazníky.

8.1 Úvodní informace

Lázně Luhačovice, a. s. mají v plánu vybudovat nový wellness hotel podle aktuálních zahraničních trendů. Společnost má pouze jeden wellness hotel, který úplně zahraničním trendům neodpovídá. Proto byly tyto zahraniční trendy zjištěny v analytické části a v projektové části budou navrženy wellness služby nového wellness hotelu. Bude využito poznatků především z analýzy wellness subjektu v zahraničí. Důraz je také kladen na finanční část projektu, kde budou vyčísleny náklady.

8.1.1 Cíl projektu a očekávané přínosy

Cíle:

- Hlavním cílem projektu je vypracování projektového řešení wellness služeb zaměřených na náročné zákazníky.
- Dílčím cílem projektu je návrh hotelového vybavení.
- Podrobení projektu nákladové, rizikové a časové analýze.

Přínosy:

Očekávaným přínosem projektu je především rozšíření nabídky wellness služeb a pobytů realizovaných společností Lázně Luhačovice, a. s. a z toho vyplývající vyšší hospodářský výsledek společnosti. Přínosem je také zvýšení zájmu náročných zákazníků o wellness služby a pobyty v Luhačovicích.

8.1.2 Cílová skupina

Wellness hotel se zaměřuje na náročné zákazníky, která je naší cílovou skupinou. Náročný zákazník se podle zahraničních výzkumů vyznačuje následujícími charakteristikami.

- Cestovní ruch se podílel na 45 % výdajů bohatých spotřebitelů, 22 % výdajů představovala móda.
- 47 % bohatých spotřebitelů tvrdí, že relaxace a únik ze stresu jsou hlavní důvody, proč cestují.

- 55% bohatých spotřebitelů používalo své telefony jako mobilní platební zařízení.
- 75% bohatých spotřebitelů souhlasí s tím, že pohodlí a služby stojí za to platit více za cestování.
- Míchání kulturních aktivit s prvky wellness by mělo přitahovat bohaté zákazníky, chtějí také pohodlí.
- Digitální zařízení, jako jsou mobilní telefony a počítače, přispívají poptávce po luxusních wellness zážitcích, zákazníci si v klidu domova prohlédnou a rezervují hotel, ve kterém chtějí strávit čas.
- Čím dál více bohatých lidí se soustředí na zdraví, předpokládá se, že budou poptávány zdravotní a wellness zážitky, luxusní lázeňské procedury, jóga a výlety do přírody.
- Bohatým záleží na úsudku ostatních bohatých lidí, chtějí být trendy a dostatečně in, proto pracují více, jsou úspěšní, jedí zdravě, více cvičí, aby se vyrovnali vrstevníkům.
- Nákupy bohatých vznikají z důvodu, aby se odměnili a ocenili za tvrdou práci a úspěch.
- Pro bohaté je důležité vlastnictví, chtějí mít to co ostatní bohatí i když to nepotřebují.
- Vyšší cena pro ně značí, že je něco lepšího, kvalitnějšího, a proto je žádoucí.
- Bohatí zákazníci upřednostňují produkty a služby, které nabízejí pohodlí a exkluzivitu.
- Chtějí nejvyšší kvalitu ve všech oblastech služby od webových stránek, vizitek, až po personál.
- Vyžadují věrnostní program, protože se pak cítí výjimeční.
- Žádají exkluzivitu, například VIP služby a speciální události.
- Vyžadují vysokou kvalitu v mobilních aplikacích – rozšíření zákaznické služby do mobilních aplikací, hodně využívají high-tech, pravděpodobně kombinují tablety, stolní počítače a chytré telefony v jedné domácnosti. Tato skupina je velmi spokojena s digitální technologií a neustále ji využívá.
- Bohatí zákazníci se nedívají na ceny, ale přemýšlejí o hodnotě nebo výhodách, které služba přináší.
- Bohatí zákazníci se považují za důležité a ceněné, očekávají, že budou uznáváni za jejich status a úspěchy.
- Vyžadují produkty a služby, které odpovídají jejich potřebám v oblasti životního stylu, mají vysoké očekávání.
- Očekávají osobní přístup personálu a také například recepční služby 24 hodin denně.

- Vyžadují odměny a slevy za jejich chování nebo výdaje v hotelu.
- Očekávají pomoc s organizováním cest, doporučením pokrmů, s rezervacemi nebo nákupem vstupenek.
- Charakteristika bohatého zákazníka popisuje starší muže, ženaté, vysoce vzdělané, fyzicky naladěné, milující cestování.
- Platí více za pohodlí, je pro ně důležitější kvalit než značka, utrácí hodně za cestování.
- Chtějí zábavné a nezapomenutelné zážitky a zkušenosti.

8.1.3 Lokalizace produktu

Společnosti Lázně Luhačovice, a. s. vlastní dvě budovy bývalého Vodoléčebného ústavu v Luhačovicích, které jsou nevyužité. V horizontu 5 až 7 let plánují rekonstrukci těchto budov na nový wellness hotel pro náročné zákazníky. V současné době lze tenhle plán považovat za investiční projekt budoucnosti. Budovy se nachází v blízkosti lázeňského parku. V příloze VIII jsou vyznačeny nevyužité budovy pro rekonstrukci. Výhodou lokality je umístění v klidné části města a velké přírodní prostory, kopec, les a stráň. Cílem společnosti je znovuoživení historie těchto budov a zachování památkové hodnoty.

8.1.4 Představení projektu

Projekt wellness služeb zaměřený na nový hotel v Lázně Luhačovice, a. s. se skládá z několika částí, které budou navrhovány. Pro nový wellness hotel bude navrženo venkovní vybavení hotelu, vnitřní vybavení hotelu, následně nabízené služby v hotelu a jejich cena a také návrhy balíčků služeb, které budou stěžejní. Budova je bývalý Vodoléčebný ústav, jde se o Národní kulturní památku, proto budou navržené služby spojeny s vodoléčebnými službami, které byly v minulosti v ústavu praktikovány. Také se jedná o Jurkovičovu stavbu. Cílem je zachovat některé typické prvky Jurkoviče v tomto hotelu. Jde především o spojení současných trendů s historií budovy. Následně bude projekt podroben ekonomické, časové a rizikové analýze.

8.1.5 Základní informace o novém hotelu a ubytování

- Hotel poskytuje parkování zdarma přímo u hotelu. Nachází se zde zhruba 60 parkovacích míst pro hosty.
- Wi-fi připojení je v celém objektu hotelu zdarma.
- Vstup pro psy povolen za poplatek 750 Kč/noc. Pes musí být vycvičený, poslušný a nemá povolen vstup do wellness a restaurace.

- Děti mají povolen vstup do wellness pouze v čase od 9 do 11 hodin a pak od 14 do 17 hodin
- Hotel je zaměřený na zdravý životní styl. Suroviny jsou dováženy od místních dodavatelů a biofarem.
- Hotel se zaměřuje na udržitelný rozvoj. Třídí odpadky, vlastní solární panely.
- V hotelu jsou zaměstnanci odborníky.
- Hotel je nekuřácký.
- Hotelové wellness je k dispozici ubytovaným hostům ZDARMA a hostům využívající wellness balíčky.
- Restaurace je určena pro ubytované i neubytované hosty.
- Hotel ubytovává nového hosty od 14 do 24 hodin.
- Host se musí odhlásit nejpozději do 11 hodin posledního dne pobytu a do této doby je povinen pokoj uvolnit.
- Od 22 do 7 hodin je noční klid.

8.1.6 Filozofie hotelu

Filozofií v hotelu bude filozofie Ajurvédy. Jedná se o starodávny léčebný systém původem z Indie. Tento celostní léčebný systém byl vyvinutý dávno před naším letopočtem. Je založen na vnímání života jako spojení těla, mysli a duše. Přerušeni tohoto spojení je příčinou narušení harmonie a vzniku fyzických nemocí. Zdraví lze opět obnovit odhalením a odstraněním této nerovnováhy prostřednictvím Ajurvédských procedur, masáží, čajů a bylin, akupunktury, jógy nebo využívání sauny. Ajurvéda se podrobně zabývá nejen léčbou, ale i prevencí nemocí, dlouhověkostí a zpomalením stárnutí. Filozofie hotelu je také úzce spjatá s přírodou a zdravím životním stylem. Jelikož má budova již zmíněnou historii, budu snažit zachovat tuhle historii a zakomponovat do ní současné moderní trendy.

8.2 Venkovní vybavení hotelu

Vybavení venkovní části hotelu se skládá z následujících částí. Tohle vybavení je znázorněno v příloze X podle následujících písmen. Každé písmeno znamená určité venkovní vybavení.

- A - přírodní jezírko i ke koupání;
- B - ratanové lehátka u jezírka;
- C - venkovní bazén;
- F - terasa s lehátky;
- G - vířivka;
- H - venkovní posezení;
- D - bylinková sauna;

- cestička, zavlažovače a celkové osvětlení zahrady;
- E - ovocné stromy;
- CH - zákoutí, odpočinkové zóny;
- I - ohniště;
- J - zahrádka s bylinkami a ovocem;
- K - Kneippův chodník,
- L - místo pro venkovní procedury ve stínu stromů.

Venkovní část hotelu je rozlehlá. K hotelu patří velký kopec, stráň a les. Určitě bude na místě těchto ploch využít. Zahrada hotelu bude mít spoustu vyžití. Bude se tam nacházet přírodní jezírko i ke koupání, které bude ve večerních hodinách osvětlené. U jezírka budou ratanové lehátka pro relaxaci. Také se zde bude nacházet venkovní bazén. Na zahradě bude terasa s lehátkem a výhledem na okolní přírodu. Lehátka budou ve stínu pro relaxaci u knížky i na slunci pro opalování. Vířivka a venkovní posezení nebudou chybět. V prostorné zahradě bude samotná místnost/kaplička, kde si hosté mohou užít Bylinkovou saunu. Tato sauna bude v blízkosti bazénu pro následné osvěžení po sauně. V zahradě bude cestička, zavlažování a celkové osvětlení. Také vysázené ovocné stromy, ze kterých si hosté mohou utrhnout třeba jablko. Předností venkovní zahrady hotelu jsou různá zákoutí a odpočinkové zóny pro relaxaci a klid od okolního světa. Hosté budou mít možnost opéct si špekáčky a posedět u ohniště. V zahradě bude také vlastní zahrádka s bylinkami, ovocem a zeleninou. Jedná se o mátu, tymián, bazalku, majoránku, meduňku, koriandr, pažitku, oregano, šalvěj, petržel, jahody, maliny, rajčata, brambory, řepu a další. Těchto surovin se bude využívat při vaření. Hosté budou vědět, že jsou suroviny z vlastní zahrádky a bio. Jahody nebo maliny si mohou také utrhnout při procházce zahradou. Ve stínu stromů bude místo pro venkovní masáže a procedury. Relaxační a sportovní aktivity jako je jóga, ranní rozvíčka nebo meditace budou při dobrém počasí prováděny také na zahradě. Venku bude k dispozici Kneippův chodník, vodoléčebná procedura, která slouží k prokrvení nohou a zlepšení celkového metabolismu a krevního oběhu.

8.3 Vnitřní vybavení hotelu a služby

Do vnitřního vybavení hotelu patří:

- vybavení pokojů podle tří typů Ajurvédské filozofie;
- restaurace;
- venkovní terasa z restaurace;
- lobby bar;
- fitness centrum;
- odpočinkové místnosti;
- tři sauny;
- tři bazény;
- dvě vířivky;
- několik van.

Samozřejmostí je recepce v hale hotelu. Recepce bude přítomna 24 hodin denně, bude nápomocná hostům a bude jim předávat klíče od pokojů. Také podávat informace o možných výletech, dopravních spojení či organizačních záležitostech. Služby v hotelu musí být kvalitní a precizní. Nejdůležitější jsou zaměstnanci, kteří tvoří důležitou součást právě těchto služeb. Jen kvalitní, ochotný a přátelský personál je pro hotel velmi významný. Může hostům příjemnit nebo zkažit celý pobyt. Díky příjemnému a ochotnému personálu se hosté budou vracet. Mezi hotelové služby poskytované našim personálem bude patřit každodenní úklid pokojů, dodávání zdravých potravin do pokojového minibaru, příprava přivítacího balíčku na pokoj, který obsahuje kosmetickou taštičku s přírodní kosmetikou, župan a bačkory, ručník a osušku. Také budou připravovat uvítací drink při příjezdu hostů. Recepce pomůže hostům se zajištěním TAXI, vstupenek do kin či divadel nebo buzení telefonem. Bude hostům podávat informace o turistických cílech nebo informacích o kulturních akcích v okolí. Upřímně si myslím, že hosté budou většinu času trávit v hotelu, protože zde mohou využít wellness rituály, různých masáží, kosmetických ošetření nebo kúr. Zákazníci se v hotelu nudit nebudou.

Uvnitř hotelu bude spousta květin, aby se hosté cítili příjemně, a zároveň budou květiny doplňovat design celkového vybavení. Také budou v celém hotelu vystaveny znaky Ajurvědy a čtyř živlů. Nutností je propojit filozofii celým hotelem.

Pokoje čtyř živlů

V hotelu bude pět druhů pokojů. Jednotlivé typy pokojů a jejich ceny za noc jsou popsány v příloze XVII. Cena je určena za osobu v plně obsazeném pokoji. V případě ubytování jedné osoby v pokoji pro dva, platí host 80 % ceny pokoje. Základem je zachování historické budovy prostřednictvím vybavení. Pokoje budou mít svou historickou duši, ale zároveň bude využito nejmodernějších technologií a zařízení pro největší komfort našich hostů. Již samotná Jurkovičova budova je laděna do přírody, proto i vybavení a dekorace budou v pokojích z přírodních materiálů. Typy pokojů jsou popsány níže. Ve většině pokojů je možnost přistýlky. V každém z pokojů bude individuálně nastavitelná klimatizace, trezor, minibar s denně čerstvou minerální vodou a zdravým občerstvením, hotelový telefon, vysoušeč vlasů, lžice na boty, wi-fi připojení zdarma, brožurka o wellness hotelu, kosmetická taštička s hotelovou přírodní kosmetikou zdarma (sprchový gel, šampon, krém, mýdlo, olejíček, kondicionér a další), osuška a ručník, župan a pantofle, na přivítání bude nachystaná mísa s čerstvým ovocem a domácí levandulovou limonádou.

Podle Ajurvědy je základem zdraví stabilní rovnováha tří energetických charakteristik – dōš (Vata, Pitta a Kapha). Již od narození má každý člověk vyvážený poměr tří dōš. Jejich nerov-

nováha způsobuje nevolnosti, onemocnění a choroby. Obrázek níže popisuje, z čeho jsou tyto tři typy spojeny.



Obrázek 4 Tři typy podle Ajurvédy

Navrhuji, aby každý z pokojů byl zaměřen na jeden ze čtyř kosmických prvků, vody, ohně, země a vzduch, ze kterých jsou poskládány Ajurvédské typy. Host si může na webových stránkách hotelu provést analýzu živlu, který se k němu nejvíce hodí, případně mu s výběrem živlu pomůže tým odborníků v hotelu. Tyto čtyři prvky mají od nepaměti zvláštní význam. Každý člověk nějak intuitivně cítí, který z živlů je mu nejbližší. Ne nadarmo se říká „cítí se jako ve svém živlu“.

Pokoje jednotlivých živlů budou vybaveny následovně:

Pokoj Země: celý pokoj situovaný do hnědých odstínů (barvy stěn, zemité povlečení, vybavení, přírodní materiály), kameny a zelené rostliny na pokojích, odstíny hnědé vytvářejí vnitřní stabilitu, rovnováhu a pocit domova;

Pokoj Ohně: pokoj zaměřený na barvy ohně, tedy kombinace žluté, oranžové a červené (barvy stěn, žlutá pohovka, červené povlečení, mnoho svíček na pokoji), tyto barvy představují pocity radosti, tepla, bohatství a lásky, také podporují fyzickou a duševní energii;

Pokoj Vody: pokoj vybavený modrými a bílými barvami (barvy stěn, povlečení se vzorem vody, akvárium s rybičkami, případně vodní postele), modrá barva přináší pocit klidu, uklidňuje mysl a podporuje intelektuální myšlení; modré tóny pomáhají dosáhnout emoční rovnováhy;

Pokoj Vzduchu: pokoj podobný pokoji Vody, ovšem zde budou různé pastelové barvy, spíše zaměřené na tyrkysovou, pastelově modrou nebo zelenou (barvy stěn a vybavení v těchto barvách).

Restaurace

Restaurace bude určena i pro neubytované hosty, kteří si rádi zajdou na skvělý oběd. Místnost bude oddělena přepážkou pro ubytované a neubytované hosty. Z restaurace povedou dveře na venkovní terasu, kde se budou nacházet ratanové stoly s křesly na odpolední kávu a zákusek. Jídla budou zaměřena na zdravé suroviny a mezinárodní gurmánské speciality. V restauraci se bude dbát na čerstvost a kvalitu potravin. Suroviny dovážené od místních farmářů, protože nám zaručí, že tyto suroviny jsou bio a nejsou chemicky ošetřovány. Pokrmy budou připravovány nejlepšími kuchaři, kteří uvaří jídlo tak, aby bylo také zážitkem pro hosty. Musí jít o gastronomický zážitek, protože to je přesně to, co nároční zákazníci očekávají. Kuchaři budou některá jídla dokončovat přímo před zraky hostů, což ještě více umocní gastronomický zážitek. Podávaná jídla jsou spojená s filozofií hotelu, který se zaměřuje na zdravý životní styl. Hosté, kteří ubytování nebudou, mohou restauraci navštívit pouze v obědových časech od 11:30 do 14 hodin a pouze v pracovní dny, tedy od pondělí do pátku. Obědové menu bude stát 280 Kč. Tato cena je jednotná a skládá se z polévky, hlavního chodu a dezertu. Host si vybírá z 3 druhů polévek, 5 druhů hlavního jídla a 3 druhů dezertů. Hotelový hosté mají v ceně pobytu snídani. Avšak mají možnost si přikoupit polopenzi nebo plnou penzi. Kromě obědového menu pro neubytované hosty bude restaurace provozována formou A la carte.

Pokrmy budou podávány v těchto časech:

- Snídaně formou bufetu podávána od 8 do 10 hodin, výběr je opravdu velký, hosté si mohou vybrat například kávu, čaj, smoothie, čerstvě vymačkanou pomerančovou či jinnou šťávu, různé druhy šunky a sýrů z místních farem, domácí pečivo a koláče, ovoce, zeleninu, míchaná vajíčka, čerstvé mléko a jogurty, palačinky, vafle a také bude k dispozici bio koutek.
- Obědy servírované od 11:30 do 14 hodin.
- Večeře při svíčkách od 18 do 22 hodin.

Myslíme také na děti, pro které bude připraveno dětské menu. Samozřejmě i na vegetariány, vegany a hosty se speciálními dietami z různých zdravotních důvodů. Speciální nabídku těchto menu dostanou hosté na vyžádání. Návrh hotelového jídelního lístku je v příloze XI.

Lobby bar

Bar představuje příjemné místo k relaxaci a k setkávání hotelových hostů i ostatních návštěvníků. Budeme se snažit o to, aby se zde host cítil jako doma. Vybavení lobby baru stejně jako restaurace, respektive celého hotelového vybavení a také služeb, budou v jednom stylu. Ve

stylu připomínajícím historii Jurkovičovy budovy, ve které budou hosté relaxovat. Musí cítit atmosféru té doby, kdy byl v této budově provozován již zmiňovaný Vodoléčebný ústav a vrátit se zpět do minulosti. Vstup neubytovaných hostů bude hodinově omezen a hlavně budou hosté pečlivě vybírání. Bez společenského oděvu a opitý nebude neubytovaný host do lobby baru puštěn. Otevírací doba baru je určena od 18 hodin do 3 hodin ranních. Vstup dětem je zakázán. Šálek kvalitní kávy a skvělého dezertu určitě přiláká hosty, kteří se chtějí uvolnit. V baru budou k dispozici malá občerstvení. Nabízeny budou samozřejmě pečlivě vybírané alkoholické nápoje nejvyšší kvality, varianty koktejlů a kvalitní moravská vína z pálavských vinic.

Fitness centrum

Útulné hotelové fitness centrum bude vybaveno kardio a posilovacími stroji. Ubytování hosté mají vstup do centra zdarma. Neubytovaným hostům není vstup povolen. Ideální místo pro ty, kteří si udržují kondičku i na dovolené. Ve fitness centru mohou hosté využít běhací pásy, rotopedy, posilovací stroje na různé části svalů a různé váhy činek. Výhodou fitness centra je vzduchotechnika a klimatizace. Náladu navodí videoklipy na plazmové televizi. Ve fitness centru budou zkušení specialisté v oblasti fitness, kteří hostům pomůžou při cvičení nebo poskytnou potřebné informace. V hotelu také bude místnost na skupinové lekce, kde bude možnost využít TRX zařízení nebo boxovacích pytlů. Více informací o skupinovém cvičení budou popsány v kapitole Wellness služby.

Wellness zóna

Co se týká wellness zóny, která je primárním a hlavním důvodem pobytu hostů v novém hotelu, bude se skládat z několika částí. Odpočinkové místnosti, saun, bazénů, vířivek a také van ke koupeli pro vodoléčebné procedury. V nově zrekonstruovaném wellness centru se budou hosté cítit báječně. Hlavní jsou kvalitní a výjimečné služby. Když budou hosté spokojeni, rádi se vrátí, protože investované peníze stojí za tyto exkluzivní služby. Více o wellness službách bude popsáno v následující kapitole.

Jak již bylo zmíněno, do wellness centra budou patřit odpočinkové místnosti. Půjde o dvě odpočinkové místnosti, které budou situovány na lesy a stráň. Každá z místností bude v jiném stylu, ale obě budou mít francouzská okna pro dokonalý výhled. První místnost bude zaměřena na přírodu. Vybavení v této místnosti bude z přírodních materiálů, například zeď z kamenů. Na další zdi bude přes celou plochu obraz přírody. Ve druhé odpočinkové místnosti budou barvy zaměřené do světle modré, protože právě tato barva je barvou klidu, harmonie,

posiluje životní sílu a celkově zklidňuje. Tato místnost bude zajímavá tekoucí vodou kolem místnosti a vodopádem vody. Myšlenka je zaměřená na spojení s vodou v rámci historie vodoléčebné budovy. Hosté mohou vnímat a poslouchat tekoucí a padající vodu a tak si báječně odpočinou.

Další částí wellness centra budou sauny. Jedná se o tři druhy saun, klasickou finskou saunu, bio saunu a herbal neboli bylinnou saunu. Klasická finská sauna je tradiční druh sauny, se kterým se setkáváme nejčastěji. Teplota se v této sauně pohybuje v rozmezí od 85 – 95 °C a vlhkost vzduchu je mezi 10 – 20 %. Finská sauna bude vybavena dřevěnými obklady a lavičkami, což je pro tento typ saun typické. Pomáhá vyplavit z těla toxiny, prokrvit orgány i kůži, posílit imunitu a zbavit se stresu. Bio sauna je poměrně nový druh sauny, jejíž specifikum je v tom, že je vytápěna kamny s výparníkem. Tyto výparníky uvnitř sauny dokážou udržovat stálou teplotu kolem 60° C a vlhkost v rozmezí 30 – 60 %. Bio sauna bude využívána k aromaterapii, protože spolu s párou se do vzduchu dostávají různé esenciální oleje. Herbal sauna je ideální pro lidi, kterým velké horko nedělá dobře. Tato sauna je vytápěna teplotou 40 – 50° C a vlhkost se pohybuje okolo 10 - 20 %. Výhodou je, že se do vzduchu společně s párou dostávají různé byliny, které účinně revitalizují tělo i mysl. Další výhodou herbal sauny je, že díky teplotě nevysušují dýchací cesty a vlasy. Herbal sauna bude vybavená elegantními jemně nahříványými keramickými lavičkami a keramickým obložením. Doporučuje se v sauně zůstat 10 - 30 minut.

Ve wellness zóně bude jeden větší bazén na plavání, menší pro děti a malý studený bazén pro ochlazování po návštěvě sauny. Také se tam budou nacházet dvě vířivky a lehátka s výhledem do zahrady. Hlavní kuriozitou budou vany. Tyto vany budou v jednotlivých místnostech, kde budou probíhat léčivé a relaxační koupele.

8.4 Wellness služby

Stěžejním této diplomové práce jsou wellness služby poskytované v novém wellness hotelu v Lázních Luhačovice. Jak už bylo zmíněno, půjde o spojení historie vodoléčebného ústavu provozovaného právě v této budově a moderních wellness služeb, převážně převzatých ze zahraničních wellness hotelů. Budou propojeny tyto dva prvky a navrhnuty wellness služby zajímavé pro náročné zákazníky. Půjde o kombinaci filozofie hotelu s trendy wellness služeb ze zahraničí a s vodoléčebnými procedurami prováděnými v minulosti v této budově.

Jak už bylo zmíněno filozofie hotelu je zaměřena na léčebnou metodu Ajurvedy se spojením vodoléčby. Ajurvéda je věda o celém životě, je to výchova, jóga, filozofie, svoboda bytí. Za-

hrnuje také zdraví a léčbu vždy celého těla, mysli a duše. Proto nabízené služby budou zahrnovat různé Ajurvédské masáže, rituály a procedury. Do wellness služeb budou zakomponované různé léčebné koupele, kúry a kosmetické ošetření.

Co se týká pouze léčebných procedur zaměřených na Ajurvédu, bude na výběr z několika druhů masáží, ošetření a procedur. Návrh těchto služeb je k dispozici v příloze XII. Navrhovatel bych odborníka v oblasti Ajurvédy. Představovala bych si to tak, že by dvakrát do roka přijeli specialisté na Ajurvédu z Indie a celý týden by byli k dispozici našim hostům. Také by se v tyto týdny vytvořily speciální balíčky zaměřené právě na tohle téma. Jinak budou Ajurvédské léčení provozovat vyškolení specialisté z České republiky. Bude to pravděpodobně velmi náročné získat takový personál, ale kvalita poskytovaná hostům je prioritou. Mezi Ajurvédskými procedurami jsou v nabídce například masáž 4 rukama, masáž rýžovými pytlíky, aplikace oleje do uší, ušní svíce nebo olejová koupel očí.

Jak už bylo zmíněno, abychom zakomponovali historii budovy do wellness služeb, budou nabízeny vodoléčebné procedury a koupele. Správná vodoléčba má příznivé účinky na prokrvení těla, nervový systém, látkovou výměnu, krevní oběh a kůži, tím je myšleno zlepšení imunitních vlastností kůže a posílení obranyschopnosti proti infekcím. Návrhy vodoléčebných procedur jsou uvedeny v příloze XIII. Nabízené vodoléčebné koupele jsou například skotské stříky, podvodní masáž nebo omlazující mléčná koupel. Další částí poskytovaných léčebných procedur jsou kosmetické ošetření a zajímavé rituály uvedené v příloze XIV. Poslední částí jsou ostatní wellness služby uvedené v příloze XV.

CVIČEBNÍ PLÁN

Jelikož je hotel zaměřený na zdraví životní styl, nesmí chybět cvičební a relaxační program. V hotelu bude předcvičována jóga, která je součástí Ajurvédské filozofie. Stejně tak je důležitá meditace. Tyto dvě techniky cvičení jsou zaměřené na relaxaci, uvolnění, propojení těla a duše. V letních měsících bude možnost provozovat tyto cvičení na zahradě, což zážitek ještě více umocní. V létě bude také do programu zařazeno ranní cvičení před snídaní na zahradě, v zimě možnost ranního cvičení uvnitř.

Dále bude na výběr z několika druhů posilovacích a kardio cvičení. Hotel bude nabízet fitbox a TRX cvičení, provozované v tělocvičně. Ve vodě bude předcvičován Aquagym. Ceny jednotlivých lekcí jsou jednotné a to 150 Kč za vstup. Při koupi pobytových balíčků jsou určitý počet cvičebních lekcí zdarma.

Týdenní cvičební a relaxační program je uveden v následující tabulce.

Tabulka 22 Návrh týdenního cvičebního programu

DEN/ČAS	PONDĚLÍ	ÚTERÝ	STŘEDA	ČTVRTEK	PÁTEK	SOBOTA	NEDĚLE
7:00 - 8:00	VENKOVNÍ RANNÍ CVIČENÍ V TEPLÉM POČASÍ/V ZIMĚ VNITŘNÍ RANNÍ CVIČENÍ						
8:00 - 9:00							
9:00 - 10:00							
10:00 - 11:00	JÓGA	JÓGA	JÓGA	JÓGA	JÓGA	JÓGA	JÓGA
11:00 - 12:00	AQUAGYM	AQUAGYM	AQUAGYM	AQUAGYM	AQUAGYM	TRX	TRX
12:00 - 13:00							
13:00 - 14:00							
14:00 - 15:00							
15:00 - 16:00	FITBOX	FITBOX	FITBOX	FITBOX	FITBOX	FITBOX	FITBOX
16:00 - 17:00	TRX	TRX	TRX	TRX	TRX	JÓGA	JÓGA
17:00 - 18:00	MEDITACE	MEDITACE	MEDITACE	MEDITACE	MEDITACE	AQUAGYM	AQUAGYM
18:00 - 19:00							
19:00 - 20:00							
21:00 - 22:00						MEDITACE	MEDITACE
22:00 - 23:00							

Zdroj: Vlastní zpracování

PRIVÁTNÍ SPA

V hotelu bude k dispozici privátní spa pro zamilované páry, kteří si chtějí užít více soukromí. Hosté budou v uzavřené místnosti, kde mohou využít vířivku, vodní postel, pro relaxaci a vedlejší finskou saunu, do které vedou dveře z této místnosti. Po dobu dvou hodin bude finská sauna uzavřena pouze pro soukromé hosty. Jako bonus dostanou šampaňské a talíř obsahující různé druhy sýrů a ovocnou mísu. Cena privátního spa na 2 hodiny bude stát **3 000 Kč**.

KOSMETICKÁ ZNAČKA

Kosmetickou značku, kterou budeme využívat při kosmetických procedurách, koupelích a masáží navrhují vlastní. Vlastní přírodní kosmetické přípravky, budou pro zákazníky něco originálního, výjimečného. Jak už bylo zmíněno, kosmetické přípravky dostanou hosté v balíčku na přivítanou a také bude této kosmetiky využíváno při wellness procedurách. V případě, že by nebyla možnost vytvořit si vlastní kosmetické produkty, jako alternativu navrhují přírodní kosmetiku značky Dr. Hauschk. Tato kosmetická značka pochází z Německa, ale má zastou-

pení i v České republice. Její vysoká kvalita spočívá v použití bylin a léčivek. Při Ajurvédských procedurách se bude využívat Ajurvédské kosmetiky a také čajů.

VĚRNOSTNÍ PROGRAM

Věrnostní program bude určen pro stálé hosty. Těmto hostům budou nabízeny slevy, zajímavé bonusy a výhody. Kartu věrnostního programu zákazníci získají objednávkou na webových stránkách hotelu, s tím že jim karta dojde domů poštou. Nebo mají možnost získat kartu na recepci hotelu. Za každý pobyt se hostům automaticky přičítají body, pokud tedy zaplatí 8000 Kč, získají 8000 bodů. Body lze sbírat jak z ubytování se snídaní nebo polopenzí, tak i z pobytových balíčků, last minute nabídek a dalších služeb poskytovaných přímo hotelem. Body se budou načítat od data založení karty a nelze je načítat zpětně. Podle počtu těchto bodů mohou využívat slevy a výhody poskytované našim hotelem. Také podle počtu dosažených bodů dostanou jinou kartu. Přehled výhod a slev podle jednotlivých bodů a typu karty je uveden níže. Po získání 200 000 bodů a využití nabídky výběru wellness pobytu pro dva, bude Premium karta rozstříhnutá, aby nebyla použita 2x.

Tabulka 23 Věrnostní program – přehled výhod a slev

Typ karty	Počet bodů	Výhody, bonusy, slevy
Classic card	0 - 40 000	žádné
Bronze card	40 000 - 99 999	5 % sleva na ubytování v hotelu, procedury a dárkové poukazy, 1x vstup do wellness na 3 hodiny pro 2 osoby zdarma
Silver card	100 000 - 150 000	10 % sleva na ubytování v hotelu, procedury a dárkové poukazy, dárkový kosmetický balíček v hodnotě 5 000 Kč
Gold card	151 000 - 199 999	15 % sleva na ubytování v hotelu, procedury a dárkové poukaz, 2x masáž zdarma podle výběru
Premium card	nad 200 000	při dosažení 200 000 bodů, možnost výběru víkendového pobytu s polopenzí pro dva

Zdroj: Vlastní zpracování

SLUŽBY PRO DĚTI

Hotel bude zaměřen spíše na dospělé náročné hosty. Ovšem i tito hosté mají své děti, které nechtějí nechat doma. Proto bude hotel přizpůsobený i pro dětské návštěvníky. Bude připravené dětské menu v restauraci a juice bar na recepci pro děti, kde budou mít k dispozici různé druhy ovocných džusů a přesnídávek. K zapůjčení nabízeny dětské postýlky, chůvičky, noč-

níky, vaničky a podobně. Ke koupi pak dětskou hygienu, plavací plenky, výživu apod. Také bude k dispozici dětský koutek, kde si děti mohou hrát s hračkami, dětská kuchyňka, knížky, minikino, stoleček s pastelkami a další dětské vybavení. V dětském koutku za děti zodpovídají rodiče. V případě, že budou chtít hosté pohlídat jejich dítě, bude k dispozici chůva, která se o dítě postará. Hlídnání dětí bude realizováno v dětském koutku, venku nebo na pokojích v nočních hodinách. Hlídnání dětí bude za poplatek 200 Kč za hodinu od 7:00 – 20:00 hodin a v nočních hodinách od 20:00 do 7:00 za 250 Kč za hodinu. Náplní hlídání dětí budou různé druhy her, kreslení, čtení pohádek, hraní si s ostatními dětmi a ukládání ke spánku. V případě, že bude v hotelu pět a více dětí na hlídání, bude využit předpřipravený dětský animační program, který se vždy využije v případech více dětí na hlídání. Důležité je, aby hosté oznámili využití hlídání dětí na recepci vždy 2 dny předem, protože kvalifikovaná pečovatelka bude do hotelu docházet. Podle toho zda bude v hotelu v budoucnu více dětí na hlídání, přijala by se tato pracovnice na plný úvazek, případně bychom zaměstnali i další pracovníci. Do té doby bude zaměstnaná na poloviční úvazek. Návrh programů, který bude pro začátek připraven, je níže uveden.

Tabulka 24 Návrh animačních programů pro děti

Návrh animačního programu
ranní cvičení na protažení celého tělíčka
venkovní hry a soutěže
hry a soutěže vevnitř
wellness rituály pro děti
sběr venkovních květin a výroba věnečků do vlasů
výroba papírových předmětů podle ročního období
barvení na plátno
dílnička - výroba keramických předmětů
minikino
soutěž v kreslení
deskové hry podle věku dětí - pexeso, člověče nezlob se, puzzle
večerní předčítání pohádek

Zdroj: Vlastní zpracování

8.5 Balíčky služeb

V hotelu budou samozřejmě různé druhy pobytových balíčků, u kterých předpokládám, že budou důležitou částí služeb ve wellness hotelu. Balíčky budou vytvořeny tak, aby si každý host vybral ten balíček, který mu bude nejvíce vyhovovat. Balíčky budou vytvořeny pro zami-

lované páry, skupinu přátel, rodinu a hlavně pro hosty, pro které bude vymyšlený komplexní balíček služeb. Do těchto balíčků bude spojena kombinace gastronomie, Ajurvédy a vodoléčby.

1. Ajurvédský prožitek

Balíček je zaměřený na Ajurvédské procedury. Cena je určena za 3 noci v pokoji Classic. Je to nejnižší možná cena balíčku. Hosté mají možnost výběru jiného pokoje a také změny délky pobytu. Cena se pak bude odvíjet podle vybraných kritérií. Hosté si také mohou přikoupit další procedury na recepci nebo při rezervaci tohoto balíčku.

od 3 nocí

- uvítací drink při příjezdu
- dárkový kosmetický balíček, župan, pantofle, osuška a ručník na pokoji
- ubytování v pokoji Classic (možnost výběru jiného pokoje)
- možnost výběru typu pokoje oheň, voda, vzduch, země dle dostupnosti
- bufetová snídaně v ceně
- možnost zakoupení obědového menu za zvýhodněnou cenu
- 3chodová večeře s výběrem ze tří druhů hlavních jídel
- neomezený vstup do wellness a fitness centra po celou dobu pobytu
- každý den čerstvé ovoce a minerální voda na pokoji
- wi-fi a parkování zdarma
- 3x vstup na jakýkoliv druh relaxačních a posilovacích cvičení podle cvičebního plánu
- vstup do lobby baru
- 1x ABHJANGA ve stínu stromů
- 1x PERLIČKOVÁ KOUPEL
- 1x NETRA TARPANA
- 1x ČAKRA BASTI

CENA: od 11 590 Kč za osobu/za pobyt

2. Vodoléčebný pobyt

Cena balíčků Vodoléčebný pobyt je stanovena za 4 noci v pokoji Classic. Je to nejnižší možná cena balíčku stejně jako u balíčku předchozího. Hosté mají možnost výběru jiného pokoje a také změny délky pobytu. Cena se pak bude odvíjet podle vybraných kritérií. Hosté si také mohou přikoupit další procedury na recepci nebo při rezervaci tohoto balíčku.

od 4 nocí

- uvítací drink při příjezdu
- dárkový kosmetický balíček, župan, pantofle, osuška a ručník na pokoji
- ubytování v pokoji Classic (možnost výběru jiného pokoje)
- možnost výběru typu pokoje oheň, voda, vzduch, země dle dostupnosti
- bufetová snídaně v ceně
- možnost zakoupení obědového menu za zvýhodněnou cenu
- 3chodová večeře s výběrem ze tří druhů hlavních jídel
- neomezený vstup do wellness a fitness centra po celou dobu pobytu
- každý den čerstvé ovoce a minerální voda na pokoji
- wi-fi a parkování zdarma
- 4x vstup na jakýkoliv druh relaxačních a posilovacích cvičení podle cvičebního plánu
- 1x ČISTÍCÍ KURKUMOVÁ KOUPEL
- 1x UHLIČITÁ KOUPEL PŘÍSADOVÁ SE ZÁBALEM
- 1x ANTISTRESOVÁ BYLINKOVÁ KOUPEL
- 1x PODVODNÍ MASÁŽ
- KNEIPPŮV CHODNÍK

CENA: od 14 390 Kč za osobu/za pobyt

3. Čas pro ženy

Balíček Čas pro ženy je určen pro jednodenní relaxační wellness pro ženy. Nabídka je připůsobena tak, aby si ženy odpočinuly od každodenního shonu, dětí a pobavily se s kamarádkami. Balíček je možné rezervovat od pondělí do čtvrtka. Od pátku do neděle je možná rezervace pouze v kombinaci s ubytováním. Příjezd v dopoledních hodinách od 9 hodin a odjezd hostů do 20 hodin.

- uvítací bylinkový nápoj z vlastní zahrádky na přivítanou
- neomezený vstup do wellness a fitness centra
- wi-fi a parkování zdarma
- 3chodový oběd dle výběru A la carte
- možnost zakoupení večerního menu za zvýhodněnou cenu
- 1x vstup na jakýkoliv druh relaxačních a posilovacích cvičení podle cvičebního plánu

- 1x KOSMETICKÉ OŠETŘENÍ PLETI Dr. Hausche
- 1x ANTISTRESOVÁ KÚRA

CENA: 3 990 Kč za osobu

4. Pánská jízda

Balíček Pánská jízda je pobyt v hotelu na jednu noc. Stejně jako ženy i muži si potřebují čas od času odpočinout od pracovních povinností. Proto je tento balíček určen především pro ně. Balíček je možné rezervovat od pondělí do čtvrtka. Pro muže jsou k dispozici procedury, fitness centrum, lobby bar a další. Hosté si mohou vybrat jiný pokoj, od kterého se pak odvíjet cena. Hosté si také mohou přikoupit další procedury na recepci nebo při rezervaci tohoto balíčku.

1 noc

- uvítací drink při příjezdu
- dárkový kosmetický balíček, župan, pantofle, osuška a ručník na pokoji
- ubytování v pokoji Classic (možnost výběru jiného pokoje)
- možnost výběru typu pokoje oheň, voda, vzduch, země dle dostupnosti
- bufetová snídaně v ceně
- 3chodový oběd s výběrem A la carte
- 2chodová večeře s výběrem ze tří druhů hlavních jídel
- neomezený vstup do wellness a fitness centra po celou dobu pobytu
- čerstvé ovoce a minerální voda na pokoji
- wi-fi a parkování zdarma
- 1x vstup na jakýkoliv druh relaxačních a posilovacích cvičení podle cvičebního plánu
- vstup do lobby baru
- 1x KOSMETICKÉ OŠETŘENÍ PRO MUŽE
- 1x MEDOVÁ MASÁŽ

CENA: od 6 190 Kč za osobu/noc

5. Relax víkend

Cena balíčků Relax víkend je stanovena za 2 noci od pátku do neděle v pokoji Classic. Hosté si mohou vybrat jiný pokoj, od kterého se následně odvíjí vyšší cena. Hosté si také mohou přikoupit další procedury na recepci nebo při rezervaci tohoto balíčku.

2 noci

- uvítací drink při příjezdu
- dárkový kosmetický balíček, župan, pantofle, osuška a ručník na pokoji
- ubytování v pokoji Classic (možnost výběru jiného pokoje)
- možnost výběru typu pokoje oheň, voda, vzduch, země dle dostupnosti
- bufetová snídaně v ceně
- 3chodový oběd výběrem a la carte
- 2chodová večeře s výběrem ze tří druhů hlavních jídel
- neomezený vstup do wellness a fitness centra po celou dobu pobytu
- každý den čerstvé ovoce a minerální voda na pokoji
- wi-fi a parkování zdarma
- 2x vstup na jakýkoliv druh relaxačních a posilovacích cvičení podle cvičebního plánu
- vstup do lobby baru
- 1x ŠIRÓBASTI
- 1x ABHJANGA SYNCHRON
- 1x PERLIČKOVÁ RELAXAČNÍ KOUPEL

CENA: od 10 490 Kč za osobu/pobyt

6. Spojení s přírodou

Spojení s přírodou je určeno pro kohokoliv, kdo se chce vrátit zpět k matce přírodě, nadechnout se čerstvého vzduchu a zapomenout na každodenní starosti. Pobyt je sestaven na čtyři dny a tři noci. Hosté si mohou samozřejmě dokoupit další procedury či ošetření z nabídky našich wellness služeb.

3 noci

- uvítací mátově-citronový drink při příjezdu
- dárkový kosmetický balíček, župan, pantofle, osuška a ručník na pokoji
- ubytování v pokoji Classic (možnost výběru jiného pokoje)
- možnost výběru typu pokoje oheň, voda, vzduch, země dle dostupnosti

- bufetová snídaně v ceně
- možnost zakoupení obědového menu za zvýhodněnou cenu
- 3chodová večeře s výběrem ze tří druhů hlavních jídel
- neomezený vstup do wellness a fitness centra po celou dobu pobytu
- každý den čerstvé ovoce a minerální voda na pokoji
- wi-fi a parkování zdarma
- 3x vstup na jakýkoliv druh relaxačních a posilovacích cvičení podle cvičebního plánu
- možnost využití ohniště, procházky do lesa, nebo sběr ovoce a bylin na zahradě
- 1x VENKOVNÍ BYLINKOVÁ MASÁŽ LÁVOVÝMI KAMENY
- 1x ČOKOLÁDOVÝ TĚLOVÝ ZÁBAL VE STÍNU STROMŮ

CENA: od **8 890 Kč** za osobu/pobyt

7. Meditační pobyt

Meditační pobyt je vhodný pro ty, kteří se chtějí uvolnit, vypnout a užít si relaxaci v našem hotelu. Pobyt je na dvě noci s tím, že jsou k dispozici soukromé lekce meditace na zahradě nebo uvnitř hotelu. Dále je v ceně povídání o Ajurvédské filozofii a jedna procedura v ceně balíčku.

2 noci

- uvítací přírodní drink při příjezdu
- dárkový kosmetický balíček, župan, pantofle, osuška a ručník na pokoji
- ubytování v pokoji Classic (možnost výběru jiného pokoje)
- možnost výběru typu pokoje oheň, voda, vzduch, země dle dostupnosti
- bufetová snídaně v ceně
- možnost zakoupení obědového menu za zvýhodněnou cenu
- 3chodová večeře s výběrem ze tří druhů hlavních jídel
- neomezený vstup do wellness a fitness centra po celou dobu pobytu
- každý den čerstvé ovoce a minerální voda na pokoji
- wi-fi a parkování zdarma
- 2x vstup na jakýkoliv druh relaxačních a posilovacích cvičení podle cvičebního plánu
- 2x SOUKROMÁ MEDITACE
- 1x POVÍDÁNÍ O AJURVÉDKÉ FILOZOFII
- 1x ABHJANGA

CENA: od 6 500 Kč za osobu/pobyt

8. Rodinná pohoda

Balíček určený pro 4členou rodinu se dvěma dospělými a dvěma dětmi na 3 noci. V ceně je ubytování, plná penze a pro každého člena relaxační masáž.

3 noci

- uvítací drink nebo čerstvě vymačkaný džus pro děti při příjezdu
- dárkové kosmetické balíčky, župan, pantofle, osušky a ručníky na pokoji
- ubytování v pokoji Family room
- možnost výběru typu pokoje oheň, voda, vzduch, země dle dostupnosti
- bufetová snídaně v ceně
- 3chodový oběd výběrem ze tří druhů hlavních jídel
- 2chodová večeře s výběrem ze tří druhů hlavních jídel
- neomezený vstup do wellness a fitness centra po celou dobu pobytu
- každý den čerstvé ovoce a minerální voda na pokoji
- Wi-fi a parkování zdarma
- 12x vstup na jakýkoliv druh relaxačních a posilovacích cvičení podle cvičebního plánu
- 2x DĚTSKÁ MASÁŽ (ZÁDA + ŠÍJE)
- 2x HLOUBKOVÁ MASÁŽ ZAD

CENA: pro 4členou rodinu za celý pobyt 29 890 Kč

9. Jóga restart

Jóga restart je pobytový balíček zaměřený na jógu. Jedná se o 4denní pobyt v našem hotelu, kdy přijede učitel Jógy a bude předcvičovat různé druhy jógy, zaměřovat se na dýchání a meditaci. Jeho vize je doprovázet hosty na cestě ke svobodě, míru, lásce, pravdě a jednotě. Termín tohoto 4denního pobytu je od neděle do čtvrtka xx. xx. 20xx.

4 noci

- uvítací ovocný koktejl při příjezdu
- dárkové kosmetické balíčky, župan, pantofle, osušky a ručníky na pokoji
- ubytování v pokoji Classic (možnost výběru jiného pokoje)
- možnost výběru typu pokoje oheň, voda, vzduch, země dle dostupnosti

- vybavení na jógu (meditační podložka, meditační polštář, jógové bloky) jako dárek na pokoji
- neomezený vstup do wellness a fitness centra po celou dobu pobytu
- každý den čerstvé ovoce a minerální voda na pokoji
- wi-fi a parkování zdarma
- 2x denně 90 minut jógy, různé druhy
- seznámení se s teoretickým úvodem
- v závislosti na počasí, cvičení jógy a meditace v přírodě
- snídaně a obědy formou bufetu
- 3chodové večeře výběrem ze tří druhů hlavních jídel

CENA: od 12 490 Kč za osobu/pobyt

10. Beauty & water

Beauty a water je kombinace celodenních zkrášlujících a vodoléčebných procedury. Je určen spíše pro ženy, ale i muži mají dveře otevřené. Půjde o celodenní péči a relaxaci ve wellness zóně se 3chodovým obědem a 2chodovou večeří výběrem ze tří druhů hlavních jídel. Příjezd hostů je očekáván v dopoledních hodinách od 9 hodin a odjezd do 20:00 hodin. Hosté budou mít k dispozici skříňku v převlékací místnosti.

1 den

- uvítací bylinkový nápoj z vlastní zahrádky na přivítanou
- neomezený vstup do wellness a fitness centra
- wi-fi a parkování zdarma
- 3chodový oběd z pěti druhů hlavních jídel
- 2chodová večeře výběrem ze tří druhů hlavních jídel
- 1x vstup na jakýkoliv druh relaxačních a posilovacích cvičení podle cvičebního plánu
- 1x ANTISTRESOVÁ BYLINKOVÁ KOUPEL S MATEŘIDOUŠKOVÝM ZÁBALEM
- 1x PŘIROZENĚ KRÁSNÁ

CENA: 4 230 Kč za osobu/pobyt

8.6 Nákladová analýza

Jak už bylo zmíněno, hotel bude mít 120 lůžek, předpokládaná investice je 2 - 3 miliony na lůžko a projekt bude financován z 1/3 vlastními zdroji a ze 2/3 z úvěru. Lze tedy říci, že celkové náklady na rekonstrukci a vybavení hotelu budou zhruba 300 milionů korun.

V této kapitole budu analyzovat roční náklady, které se budou skládat ze mzdových a marketingových nákladů.

Hotel bude mít přibližně 51 pokojů s počtem 120 lůžek.

Mzdové náklady

V následující tabulce jsou uvedeny mzdové náklady za měsíc a rok podle potřebných zaměstnanců. V tabulce nejsou uvedeny pozice chůva, učitel jógy a mistři Ajurvédy. O těchto pozicích bylo zmíněno v předchozím textu. Tento personál nebude stálý. Učitel jógy a specialisté na Ajurvédu přijedou jednou nebo dvakrát za rok. Chůva bude do hotelu docházet, prozatím také nebude náš stálý zaměstnanec. Podle počtu dětí v hotelu a zájmu o hlídání se může situace změnit.

Tabulka 25 Mzdové náklady měsíční a roční

Pracovní pozice	Počet pracovníků	Mzda/zaměstnanec	Měsíční mzdy	Roční mzdy
Ředitel	1	40 000 Kč	40 000 Kč	480 000 Kč
Obchodní referent	1	27 000 Kč	27 000 Kč	324 000 Kč
Obchodní manažer	1	25 000 Kč	25 000 Kč	300 000 Kč
Ekonom	1	27 000 Kč	27 000 Kč	324 000 Kč
Vedoucí recepce	1	20 000 Kč	20 000 Kč	240 000 Kč
Recepční	5	18 000 Kč	90 000 Kč	1 080 000 Kč
Údržba	3	15 000 Kč	45 000 Kč	540 000 Kč
Vedoucí stravovacího úseku	1	27 000 Kč	27 000 Kč	324 000 Kč
Šéfkuchař	1	30 000 Kč	30 000 Kč	360 000 Kč
Kuchař	4	18 000 Kč	72 000 Kč	864 000 Kč
Pomocný personál do kuchyně	5	11 000 Kč	55 000 Kč	660 000 Kč
Servírka/číšník	9	18 000 Kč	162 000 Kč	1 944 000 Kč
Vedoucí ubytovacího úseku	1	27 000 Kč	27 000 Kč	324 000 Kč
Pokojská/uklizečka	7	14 000 Kč	98 000 Kč	1 176 000 Kč
Pracovnice v prádelně	2	12 000 Kč	24 000 Kč	288 000 Kč
Vedoucí wellness úseku	1	27 000 Kč	27 000 Kč	324 000 Kč
Hlavní provozní fitness a wellness centra	1	24 000 Kč	24 000 Kč	288 000 Kč
Předevičovatel/pomocník v posilovně, fyzioterapeut	4	18 000 Kč	72 000 Kč	864 000 Kč
Masérka	2	17 000 Kč	34 000 Kč	408 000 Kč
Pracovník - Ajurvéda procedury	2	19 000 Kč	38 000 Kč	456 000 Kč
Pracovník - vodoléčebné procedury	2	17 000 Kč	34 000 Kč	408 000 Kč
Pracovník - kosmetické ošetření	2	17 000 Kč	34 000 Kč	408 000 Kč
Pracovník - ostatní wellness služby	2	17 000 Kč	34 000 Kč	408 000 Kč
Personál v dětském koutku	1	14 000 Kč	14 000 Kč	168 000 Kč
Plavčík	2	13 000 Kč	26 000 Kč	312 000 Kč
Barman	2	15 000 Kč	30 000 Kč	360 000 Kč
Zahradník	1	14 000 Kč	14 000 Kč	168 000 Kč
Designér - občasný	1	10 000 Kč	10 000 Kč	120 000 Kč
Celkem bez SP a ZP			1 160 000 Kč	13 920 000 Kč
+ 34 % ZP a SP			389 640 Kč	4 675 680 Kč
Celkem			1 549 640 Kč	18 595 680 Kč

Zdroj: Vlastní zpracování

Marketingové náklady

Rozhlasová reklama bude v Radiu Impuls. Rozhlasový spot bude vysílán v Jihomoravském, Zlínském, Olomouckém, Moravskoslezském kraji a v kraji Vysočina od 12–15 hodin a reklama bude trvat 20 sekund. Reklama bude vysílána 2 týdny v pracovní den. Reklamu v rádiu navrhuji využít 2x za rok. Dále bude využita reklama v časopise Dieta. Tento časopis vychází jednou za měsíc. Článek bude stát 216 000 Kč. Jde o celou stránku v časopise hned na druhé straně. Druhý článek bude v Hospodářských novinách také na celé stránce, zde se cena pohybuje okolo 399 000 Kč. Cena veletrhu je stanovena na 40 000 Kč, což je pouze orientační cena, na veletrzích se platí za stánky podle rozměrů, případně vypůjčený nábytek i použitou elektriku. Předpokládáme 4x za rok návštěvu veletrhu. Další ceny jsou odhadnuty dle informací na internetu. V tabulce níže jsou uvedeny pravděpodobné marketingové náklady na jeden rok.

Tabulka 26 Marketingové náklady na jeden rok

Marketingový kanál	Marketingové náklady na jeden rok
Webové stránky	30 000 Kč
Facebook/Instagram reklama	260 000 Kč
Inzerce v časopise	615 000 Kč
Veletrh	160 000 Kč
Rádio	350 000 Kč
Podpora prodeje	1 000 000 Kč
PPC - AdWords	250 000 Kč
Certifikát ČAW	10 000 Kč
Celkem	2 675 000 Kč

Zdroj: Vlastní zpracování

V tuhle chvíli můžu pouze odhadnout osobní a marketingové náklady na jeden rok. Také vím výši investičních nákladů, které budou použity na rekonstrukci a vybavení nového wellness hotelu. Provozní náklady nelze v tuto chvíli zjistit, jelikož realizace projektu je v současnosti pouze myšlenkou.

<i>Investiční počáteční náklady</i>	<i>300 000 000 Kč</i>
<i>Osobní náklady</i>	<i>18 595 680 Kč</i>
<i>Marketingové náklady</i>	<i>2 675 000 Kč</i>

8.7 Riziková analýza

Riziková analýza zjišťuje a zhodnocuje všechna rizika, která se při realizaci projektu mohou objevit. Proti vysokým rizikům, která by vážně ohrozila realizaci projektu, jsou nutná jistá opatření, díky kterým riziko úplně zmizí nebo se alespoň eliminuje. Pro hodnocení rizik jsem použila pravděpodobnost rizika a stupeň rizika, díky kterým zjistím, zda je riziko nízké, střední nebo vysoké. Klasifikaci rizika zjistím vynásobením hodnot stupně rizika a pravděpodobnosti výskytu rizika.

Tabulka 27 Závažnost a pravděpodobnost rizik

PRAVDĚPODOBNOSTI RIZIKA	
STUPEŇ	VÝSKYT RIZIKA
0,3	Nízká
0,5	Střední
0,7	Vysoká
STUPEŇ RIZIKA	
STUPEŇ	DOPAD RIZIKA
0,3	Nízký
0,5	Střední
0,7	Vysoký
KLASIFIKACE RIZIK	
0 - 0,2	Nízké
0,21 - 0,3	Střední
0,31 - 0,5	Vysoké

Rizika, která se mohou v projektu vyskytnout, jsou uvedena v následující tabulce. Také je určeno, do jaké klasifikace dané riziko patří. Klasifikace rizik rozděluje intervaly do tříd na nízká, střední a vysoká rizika.

Tabulka 28 Riziková analýza projektu

Riziko	Stupeň rizika			Pravděpodobnost výskytu			Výsledek
	Nízký	Střední	Vysoký	Nízká	Střední	Vysoká	
	0,3	0,5	0,7	0,3	0,5	0,7	
Neúčinná propagace			x		x		0,35
Nezájem o služby a pobyt v hotelu			x	x			0,21
Špatný výběr personálu			x		x		0,35
Výskyt přímé konkurence v okolí			x		x		0,35
Zpoždění realizace projektu		x			x		0,25
Nevhodně zacílený segment			x	x			0,21
Špatná cenová strategie		x			x		0,25
Nezájem o výuky cvičení v hotelu		x		x			0,15
Nespokojenost klientů se službami			x	x			0,21

Zdroj: Vlastní zpracování

Vysoké riziko

Neúčinná propagace – špatně zvolená marketingová propagace přináší zbytečné vynaložení finančních prostředků a drahocenného času. Snížit tohle riziko můžeme důkladnou analýzou marketingové propagace, zjištění nejefektivnějších marketingových nástrojů a zaměření se na ně.

Špatný výběr personálu – tato hrozba je jednou z nejdůležitější pro úspěšný chod hotelu, protože kvalitní personál je rozhodující. Špatně vybraný personál může velmi ovlivnit chod hotelu, protože právě zaměstnanci jsou v přímém kontaktu s hosty. Možností jak eliminovat tuhle hrozbu je pečlivě vybírat nové zaměstnance, mít jasně definované požadavky na tyto zaměstnance a také je spravedlivě odměňovat za odvedenou práci. Jen spokojený zaměstnanec pracuje kvalitně. Personál musí být příjemný, ochotný, slušný a právě takové je nutno hledat. Ověřit si kvalitu služeb lze během zkušebního provozu.

Výskyt přímé konkurence v okolí – tahle hrozná má vysoké riziko z důvodu toho, že může ovlivnit zájem o náš wellness hotel. Může se stát, že jiný hotel bude poskytovat velmi podobné služby jako náš s nižší cenou a zákazníci přejdou raději ke konkurenci. Tohle riziko můžeme eliminovat nabídkou nové originální služby, důkladnou analýzou konkurence a podávat zákazníkům kvalitní informace, například formou newsletterů. Také je možnost být lepší oproti konkurenci s nižší cenou, tím, že náš hotel bude poskytovat kvalitnější služby.

Střední riziko

Nevhodně zacílený segment – tahle hrozba není příliš pravděpodobná, jelikož má hotel již stanovenou cílovou skupinu a je zaměřen právě na tento konkrétní tržní segment. Kdyby k této hrozbě přece jen došlo, představovalo by to opět zbytečně vynaložené časové a finanční prostředky. Možností jak riziko eliminovat by bylo zvolení vhodné marketingové strategie pro tento segment.

Nezájem o služby a pobyt v hotelu – je možnost, že by tahle hrozba demotivovala management, byly by zbytečně vynaložené finanční zdroje na propagaci a mzdy pracovníků. Společnost by při výskytu tohoto rizika měla důkladně prozkoumat zájem o služby a zjistit o co by cílová skupina měla zájem. Také by bylo na místě vytvořit vhodné nabídky či balíčky služeb podle potřeb zákazníků a poskytnou různé typy slev a výhod.

Zpoždění realizace projektu – tohle riziko by opět přineslo zbytečně vynaložený čas a další finanční prostředky navíc. Hrozbu můžeme snížit především pravidelnou kontrolou časového plnění plánu v průběhu realizace.

Špatná cenová strategie – hrozba je taková, že budou ceny za pobyt a služby v hotelu moc vysoké nebo moc nízké. Riziko můžeme snížit průběžnou analýzou těchto cen, cen konkurence a přizpůsobit naši cenu situaci na trhu.

Nespokojenost klientů se službami – další riziko představuje nespokojenost zákazníků se službami. Může jít o snižování nákupů ubytování a služeb nebo o špatnou pověst hotelu. Hrozbu můžeme eliminovat pravidelnou kontrolou služeb poskytovaných v našem hotelu.

Nízké riziko

Nezájem o výuky cvičení v hotelu – posledním rizikem a zároveň nízkým rizikem pro nás představuje nezájem hostů o cvičení v hotelu podle předem stanoveného cvičebního plánu. Riziko můžeme eliminovat analýzou zájmu o cvičení, marketingovou propagací, kde bude výuka cvičení nabídnuta i zákazníkům neubytovaným v hotelu a také slevy na tohle cvičení pro ubytované hosty.

8.8 Časová analýza

Pro lepší přehlednost jsem vytvořila časový diagram projektu. Nyní provedu časovou analýzu pomocí techniky zjednodušeného Ganttova diagramu. V následující tabulce jsou znárodněny začátky a konce jednotlivých činností potřebných k realizaci nového wellness hotelu. Jsou zde znázorněny hlavní činnosti projektu a jejich časové rozmezí v posloupnosti shora dolů.

Tabulka 29 Časový harmonogram projektu

ČINNOST (FÁZE)	2018				2019				2020				2021				2022				2023				2024			
	I.	II.	III.	IV.	I.	II.	III.	IV.	I.	II.	III.	IV.	I.	II.	III.	IV.	I.	II.	III.	IV.	I.	II.	III.	IV.	I.	II.	III.	IV.
Zahájení projektu - přípravná fáze																												
Analýza stávajícího stavu																												
Analýza konkurence																												
Stanovení cílové skupiny																												
Analýza potřebných zdrojů																												
Zpracování projektové dokumentace																												
Projednání dokumentace																												
Žádost o stavební povolení																												
Výběrové řízení stavební firmy																												
Zadání instrukcí firmě																												
Realizace rekonstrukce																												
Finanční analýza																												
Sestavení rozpočtu, návratnost investice																												
Analýza rizik																												
Výběrové řízení na ředitele																												
Výběrové řízení designera+návrh vybavení																												
Výběrové řízení dodavatelů vybavení																												
Výběrové řízení pozici střední management																												
Výběr všech potřebných dodavatelů																												
Příprava a spuštění marketingové propagace																												
Výběrové řízení ostatního personálu																												
Kompletní vybavení hotelu + zahrady																												
Proškolení personálu																												
Nakup zásob, materiálu a drobného vybavení pro jednotlivé úseky																												
Zahájení zkušebního provozu - testování																												
Kolaudace - uvedení do provozu																												
Ukončení projektu																												
Monitorování spokojenosti hostů																												
Neustálé zlepšování																												

Zdroj: Vlastní zpracování

ZÁVĚR

Cílem diplomové práce byl především projekt wellness služeb v novém wellness hotelu v akciové společnosti Lázně Luhačovice. Nabídka wellness služeb je zaměřena na náročné zákazníky. Za cíl byla považována i analýzy wellness subjektů v České republice a v zahraničí, která byla velkým přínosem pro celý projekt. V dnešní společnosti je velkým trendem zdravý životní styl, bio produkty a vracení se zpět k přírodě. Těchto trendů bylo využito a návrh wellness služeb byl orientován právě na odpočinek, zdraví a přírodní produkty. Hlavním přínosem byla analýza wellness subjektů v zahraničí, především v Rakousku. Právě rakouské, švýcarské a německé hotely jsou v oblasti wellness vyspělejší, zkušenější a o krok napřed. V oblasti Alp je spousta wellness hotelů, které využívají výhod okolní přírody a čerstvého vzduchu k přilákání velkého množství zákazníků. Jejich služby jsou originální a výjimečné. A právě z poznatků těchto wellness hotelů, byl vymyšlen projekt nového wellness hotelu v Luhačovicích. Zajímavostí v projektu je návrh venkovní zahrady s jezírkem ke koupání, odpočinkovými místy nebo místem k různým masážím a procedurám ve stínu stromů. Návrh celkové filozofie hotelu byl zaměřen na Ajurvědu, tradiční indické lékařství, využívající přírodní produkty, bylinkářství, masírování a jógu. Podle Ajurvědy, byly navrženy čtyři typy pokojů v hotelu, pokoj ohně, vody, vzduchu a země, které budou podle těchto živlů také vybaveny. Jelikož byl komplex budov bývalým Vodoléčebným ústavem a také je Národní kulturní památkou České republiky, byly do hotelu zakomponovány i prvky vodoléčby a využití vody například v odpočinkové místnosti, ve které teče voda kolem místnosti a je zde vodopád, kde si hosté báječně odpočinou při poslechu této tekoucí vody.

Předpokládám, že cíle diplomové práce bylo dosaženo, protože diplomová práce byla vypracována jako reálný projekt wellness služeb pro náročné zákazníky. Věřím, že práce bude zároveň přínosem pro vedení společnosti a návrhy budou inspirací při reálném projektu plánované rekonstrukce wellness hotelu. Díky tomuto tématu jsem zjistila spoustu informací o současných trendech v oblasti wellness, které jsou v práci využity. Myslím si, že zjištěné poznatky lze považovat za výhodu společnosti vůči konkurenci.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

- [1] BENEŠOVÁ, Petra a Hana KRUIŠOVÁ. *Řízení subjektů zdravotně orientovaného cestovního ruchu: vybrané kapitoly*. Praha: Idea servis, 2013, 194 s. ISBN 978-80-85970-78-4.
- [2] BLAŽKOVÁ, Martina. *Marketingové řízení a plánování pro malé a střední firmy*. Praha: Grada, 2007, 278 s. Manažer. Marketing. ISBN 978-80-247-1535-3. Dostupné také z: http://katalog.k.utb.cz/F/?func=item-hold-request&doc_library=UTB50&adm_doc_number=000033016&item_sequence=000060
- [3] *Businessdictionary.com* Economic analysis [online]. 2018 [cit. 2018-04-01] Dostupné z: <http://www.businessdictionary.com/definition/economic-analysis.html>
- [4] ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD, ©2017. *Základní pojmy a definice*. czso.cz [online]. [cit. 2018-02-04]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/documents/10180/20557193/921108m.pdf/b6571837-6a2e-4138-912c-59da6de43de4?version=1.0>
- [5] FLETCHER, John. *Tourism: principles and practice*. Fifth edition. Harlow, England: Pearson, 2013, 643 s. ISBN 978-0-273-75827-3.
- [6] HESKOVÁ, Marie. *Cestovní ruch: Pro vyšší odborné a vysoké školy*. Praha: Fortuna, 2006, 224 s. ISBN 80-7168-948-3.
- [7] JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. *Marketing v cestovním ruchu: jak uspět v domácí i světové konkurenci*. 2., aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada, 2012, 313 s. ISBN 978-80-247-4209-0.
- [8] Kam směřuje Evropské wellness?. COT business: časopis pro profesionály v cestovním ruchu. Praha: AMOS, 2017, (4). ISSN 9771212428005.
- [9] KNÁPKOVÁ, Adriana a Drahomíra PAVELKOVÁ, 2010. *Finanční analýza: Kompletní průvodce s příklady*. Praha: GradaPublishing, 208 s. ISBN 978-80-247-3349-4.
- [10] KOTÍKOVÁ, Halina a Eva SCHWARTZHOFFOVÁ. *Cestovní ruch*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2017, 154 s. Skripta. ISBN 978-80-244-5189-3.
- [11] KOZEL, Roman. *Moderní marketingový výzkum: nové trendy, kvantitativní a kvalitativní metody a techniky, průběh a organizace, aplikace v praxi, přínosy a možnosti*. 1. vyd. Praha: Grada, 2006, 277 s. Expert. ISBN 80-247-0966-X.

- [12] KREJČÍ, Milada a Václav HOŠEK. *Wellness*. Praha: Vysoká škola tělesné výchovy a sportu Palestra, 2016, 304 s. ISBN 978-80-271-0010-1.
- [13] KRÍŽEK, Felix a Josef NEUFUS. *Moderní hotelový management: nové trendy a metody v řízení hotelů, aktualizované informace o hotelovém provozu a jeho organizaci, optimalizace provozu s ohledem na ekologii a etiku, praktické příklady a fotografická příloha. 2., aktualiz. a rozš. vyd.* Praha: Grada, 2014, 224 s. ISBN 978-80-247-4835-1.
- [14] *Managementmania.com* Finanční analýza (Financial Analysis) [online]. © 2011 - 2016 [cit. 2018-04-01] Dostupné z: <https://managementmania.com/cs/financni-analyza>
- [15] *Managementmania.com* SWOT analýza [online]. © 2011 - 2016 [cit. 2018-04-01] Dostupné z: <https://managementmania.com/cs/swot-analyza>
- [16] *Marke.cz* Analýza konkurence [online]. 2015 [cit. 2018-04-01]. Dostupné z: <http://www.marke.cz/analyza-konkurence/>
- [17] *Mistopisy.cz* Historie obce Luhačovice [online]. 2018 [cit. 2018-03-02]. Dostupné z: <https://www.mistopisy.cz/pruvodce/obec/6619/luhacovice/historie/>
- [18] MÜLLEROVÁ, Alena. *Wellness jako životní styl*. Brno: ERA, 2008, 129 s. Zdravá rodina (ERA). ISBN 978-80-7366-134-2.
- [19] SCHWARTZHOFFOVÁ, Eva. *Lázeňství a wellness*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2016, 72 s. Skripta. ISBN 978-80-244-5113-8.
- [20] SMITH, Melanie a László PUCZKÓ. *Health, tourism and hospitality: spas, wellness and medical travel*. Second edition. London: Routledge, 2014, 508 s. ISBN 978-0-415-63865-4.
- [21] *Svethg.cz* Kdo chce být trendy, potřebuje koncept: Wellness do každého hotelu! [online]. 2016 [cit. 2018-03-14]. Dostupné z: <http://svethg.cz/kdo-chce-byt-trendy-potrebuje-koncept-wellness-kazdeho-hotelu/>
- [22] SYNEK, Miloslav, Heřman KOPKÁNĚ a Markéta KUBÁLKOVÁ. *Manažerské výpočty a ekonomická analýza*. V Praze: C. H. Beck, 2009, xviii, 301 s. Beckova edice ekonomie. ISBN 978-80-7400-154-3. Dostupné také z: http://toc.nkp.cz/NKC/201002/contents/nkc20092009375_1.pdfZačátek formuláře

- [23] *Wellnesslife.cz* Spa venku – nové trendy ve wellness a spa, co se děje mimo stěny wellness? Outdoor wellness – wellness venku [online]. 2016 [cit. 2018-02-28]. Dostupné z: <http://www.wellnesslife.cz/spawellness/spa-venku/>
- [24] *Wellnesslife.cz* Bylinné terapie – bylinky ve wellness a spa – Herbal SPA [online]. 2014 [cit. 2018-02-28]. Dostupné z: <http://www.wellnesslife.cz/spawellness/bylinkova-masaz-horka-razitka/>
- [25] *Wellnesslife.cz* Drahé kameny ve wellness a spa – lákavé procedury, úžasné zážitky – spa rituály [online]. 2014 [cit. 2018-02-28]. Dostupné z: <http://www.wellnesslife.cz/spawellness/lecebna-sila-drahych-kamenu-drahe-kameny-ve-wellness-a-spa/>
- [26] *Wellnessnoviny.cz* Kategorizace wellness a její důležitost v komunikaci s klientem [online]. 2018 [cit. 2018-03-03]. Dostupné z: [file:///C:/Users/Sabinka/Downloads/kategorizace-wellness%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Sabinka/Downloads/kategorizace-wellness%20(1).pdf)
- [27] *Wellnesslife.cz* Šaolinské masáže – trendy ve wellness – zážitky ve wellness a spa [online]. 2015 [cit. 2018-02-28]. Dostupné z: <http://www.wellnesslife.cz/spawellness/saolinske-masaze-trendy-ve-wellness-zazitky-ve-wellness-a-spa/>
- [28] ZELENKA, Josef a Martina PÁSKOVÁ. *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Kompletně přeprac. a dopl. 2. vyd. Praha: Linde Praha, 2012, 768 s. ISBN 978-80-7201-880-2.

SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK

APR	Asociace pracovníků v rehabilitaci
CA	Cestovní agentura
CR	Cestovní ruch.
ČAW	Česká asociace wellness
ČR	Česká republika
GWI	Global wellness institute
KLP	Kompletní lázeňská péče
PLP	Příspěvková lázeňská péče
ROA	Return on Assets
ROE	Return on Equity
UK	Spojené království
UNWTO	Světová organizace cestovního ruchu
USA	Spojené státy americké
WHO	Světová zdravotnická organizace
WTO	Světová obchodní organizace

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obrázek 1 Optimální struktura wellness.....	26
Obrázek 2 Výsledek hospodaření za běžné období	42
Obrázek 3 Celkové výnosy	43
Obrázek 4 Tři typy podle Ajurvédy.....	78

SEZNAM TABULEK

Tabulka 1 Vývoj počtu zaměstnanců.....	41
Tabulka 2 Rentabilita vlastního kapitálu	43
Tabulka 3 Rentabilita aktiv.....	43
Tabulka 4 Porovnání skutečných hodnot likvidity s doporučenými.....	44
Tabulka 5 Zadluženost.....	44
Tabulka 6 SWOT Analýza.....	45
Tabulka 7 Wellness balíčky v Alexandrii.....	48
Tabulka 8 Kategorizace pokojů Alexandria ****	49
Tabulka 9 Léčebné hotely v Lázně Luhačovice, a. s.	50
Tabulka 10 Kritéria výběru wellness subjektů ve Zlínském kraji	52
Tabulka 11 Ceny pokojů.....	53
Tabulka 12 Ceny pokojů v Augustiniánském domě.....	54
Tabulka 13 Kritéria wellness subjektů ve Zlínském kraji	55
Tabulka 14 Kritéria výběru wellness subjektů v ČR	56
Tabulka 15 Porovnání wellness hotelů v ČR.....	56
Tabulka 16 Ukázka wellness programů ve wellness hotelu V Nebi.....	58
Tabulka 17 Wellness vybavení a služby ve wellness hotelech v ČR	59
Tabulka 18 Filozofie wellness hotelů v Rakousku	62
Tabulka 19 Wellness vybavení a služby wellness hotelu v Rakousku	63
Tabulka 20 Filozofie wellness hotelů v zahraničí	64
Tabulka 21 Wellness vybavení a služby wellness hotelů v zahraničí	65
Tabulka 22 Návrh týdenního cvičebního programu	83
Tabulka 23 Věrnostní program – přehled výhod a slev	84
Tabulka 24 Návrh animačních programů pro děti	85
Tabulka 25 Mzdové náklady měsíční a roční	94
Tabulka 26 Marketingové náklady na jeden rok	95
Tabulka 29 Závažnost a pravděpodobnost rizik	96
Tabulka 30 Riziková analýza projektu	97
Tabulka 31 Časový harmonogram projektu.....	99

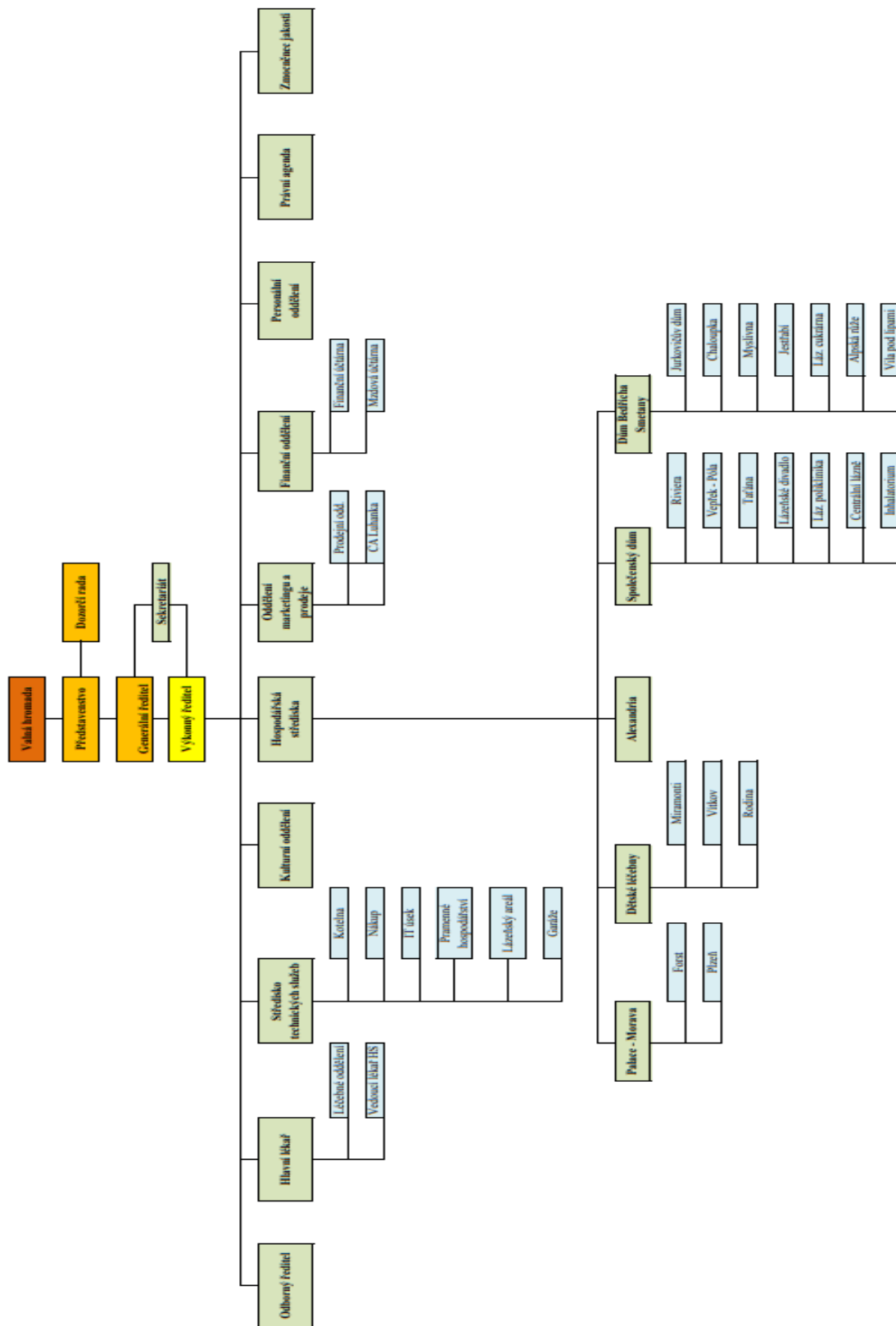
SEZNAM PŘÍLOH

Příloha P I	Předmět podnikání
Příloha P II	Organizační struktura společnosti
Příloha P III	Balíčky služeb – Grandhotel Tatra
Příloha P IV	Balíčky služeb – Augustiniánský dům
Příloha P V	Kritéria wellness subjektů v ČR
Příloha P VI	Kritéria wellness služeb v ČR
Příloha P VII	Řízený rozhovor
Příloha P VIII	Lokalizace wellness hotelu
Příloha P XI	Kritéria zahraničních wellness hotelů
Příloha P X	Plán venkovního vybavení hotelu
Příloha P XI	Návrh jídelního lístku
Příloha P XII	Nabídka Ajurvédských procedur
Příloha P XIII	Nabídka vodoléčebných procedur
Příloha P XIV	Nabídka kosmetických ošetření a rituálů
Příloha P XV	Nabídka ostatních wellness služeb
Příloha P XVI	Návrh prospektu pro pobytové balíčky
Příloha P XVII	Typy pokojů v hotelu

PŘÍLOHA P I: PŘEDMĚT PODNIKÁNÍ

- ✓ Lůžková lázeňská péče při využití místního léčivého zdroje, ambulantní specializovaná péče a všeobecné praktické lékařství
- ✓ Správa a využití přírodních léčivých zdrojů
- ✓ Poskytování ubytovacích služeb
- ✓ Směnárenská činnost
- ✓ Podnikání v energetických odvětvích - výroba a rozvod tepla,
- ✓ Rozvod elektrické energie
- ✓ Hostinská činnost
- ✓ Silniční motorová doprava - vnitrostátní příležitostná osobní
- ✓ Výroba, obchod a služby neuvedené v přílohách 1 až 3 živnostenského zákona
- ✓ Masérské, rekondiční a regenerační služby
- ✓ Provozování solárií
- ✓ Kosmetické služby
- ✓ Prodej kvasného lihu, konzumního lihu a lihovin

PŘÍLOHA P II: ORGANIZAČNÍ STRUKTURA SPOLEČNOSTI



PŘÍLOHA P III: BALÍČKY SLUŽEB – GRANDHOTEL TATRA

1. Wellness a relax

- Ubytování na 2, 3, 4 noci pro 2 osoby
- Bohaté snídaně z lokálních a bio surovin
- Večeře
- Župan a pantofle + luxusní hotelová kosmetika
- Vstup do wellness
- Vstup do fitness centra
- Parkování zdarma
- wi-fi připojení
- 2 x 50min. masáž – dle nabídky
- Ovoce na pokoji
- Při 3 nocích – zábal nebo částečná masáž
- Při 4 nocích – 2 x zábal nebo částečná masáž a 2 hodinový vstup do privátního spa

Nabídka platí pouze neděle – čtvrtek

CENA: od 2 545 Kč/osoba/noc

2. Květnový pobyt na Tatře

- Ubytování na 2 noci pro 2 osoby
- Bohaté snídaně z lokálních a bio surovin
- Večeře formou polopenze
- Vstup do wellness + vstup do fitness centra
- Zábal pro dámu a částečná masáž pro pána
- Půjčení nordic walking holí
- Hodina jógy s instruktorem v pondělí dopoledne
- Župan a pantofle + luxusní hotelová kosmetika

Platí v termínech: 29. 4. – 1. 5. 2018 a 6. 5. – 8. 5. 2018

CENA: od 5 080 Kč/osoba/noc

3. Valaši sobě

Akce pro všechny valachy, kteří mají v občanském průkazu místo narození na Valašsku!

Vstup do wellness za 590 Kč/os/3hodiny, každou neděli od 15 -22 hodin.

PŘÍLOHA P IV: BALÍČKY SLUŽEB – AUGUSTINIÁNSKÝ DŮM

1. Dokonalá relaxace

od 3 nocí

- Uvítací nápoj při příjezdu
- Originální dárkový balíček Sense of bath z kolekce Augustian Life
- Ubytování v klimatizovaném pokoji dle Vašeho výběru
- Bohatá snídaně s výhledem do zahrady plné zeleně
- Možnost zakoupení zvýhodněného obědového menu v Restauraci Symfonie
- Odpolední občerstvení v lobby baru denně v čase od 14 do 16 hod.
- Servírovaná, 3chodová večeře s výběrem hlavního chodu a čerstvým salátovým barem
- Neomezený vstup do wellness & spa centra po celou dobu pobytu (včetně občerstvení)
- Možnost využití wellness centra v den odjezdu do 12 hod.
- Župan a pantofle na pokoji
- Wi-fi a parkování v areálu hotelu zdarma

Procedury:

- Augustiniánská koupel pro 2 osoby/20 min
- Sezónní relaxační masáž 50 min/osobu

CENA: 7 690 - 15 990 Kč za osobu/za pobyt, cena se mění podle typu pokoje

2. Velikonoční pobyt

od 3 nocí

- Uvítací nápoj s pohoštěním při příjezdu v Lobby baru (od 14 do 17 hod.)
- Domácí velikonoční beránek na pokoji
- Ubytování v klimatizovaném pokoji dle Vašeho výběru
- Bohatá snídaně s výhledem do zahrady plné zeleně
- 2x servírovaná 3chodová večeře s výběrem hlavního chodu a čerstvým salátovým barem
- V neděli velikonoční raut z regionálních surovin s cimbálovou muzikou
- Odpolední polévka v lobby baru denně v čase od 14 do 16 hod.
- Volný vstup do wellness & spa centra po celou dobu pobytu
- Možnost využití wellness centra v den odjezdu do 12 hod.
- Wi-fi a parkování v areálu hotelu

Procedury

- Detoxikační bylinná koupel pro 2 osoby

CENA: 8 990 – 16 990 Kč za osobu/za pobyt, cena se mění podle typu pokoje

PŘÍLOHA P V: KRITÉRIA WELLNESS SUBJEKTŮ V ČR

Kritérium	Wellness hotel a golf resort Cihelny	V nebi	Chateau Mcely	Wellness hotel Peras	Ondrášův Dvůr
Parkování	ANO	ANO	ANO	ANO	ANO
Konferenční místnost	ANO, kapacita 100 míst	NE	ANO	ANO, kapacita 25 míst	ANO, kapacita 100 míst
Provozní doba	8:00 - 22:00, sauna různě podle měsíců	SPA 7:00 - 19:00, sauna 12:00 - 19:00	různě	wellness 14:00 - 21:00	wellness Pá - Ne: 10:00 - 21:00, Po - Čt: 14:00 - 21:00
Wellness i pro neubytované hosty	NENÍ UVEDENO, RESTURACE ANO	NE	ANO	ANO	ANO
Děti ve wellness	ANO	NE	ANO	ANO	ANO, omezený vstup
Přednost	Golfové hřiště	Osobní přístup k hostům, velký výběr wellness procedur	Hotelové služby zakomponovány v historickém zámeckém objektu, vlastní kosmetická značka	Zahrada s jezírkem, zaměřeno na sport, nižší cena oproti konkurenci	Thermal park pod širým nebem, prostorná zahrada
Nejnižší cena za 1 noc	3 600 Kč/noc, pokoj pro 2os. (snídaně v ceně)	5 700 Kč/noc, pokoj pro 2 os. (v ceně penze)	3 890 Kč/noc, pokoj pro 2 os. (snídaně v ceně)	1 350 Kč/noc za pokoj pro 2 os. (snídaně v ceně)	2 000 Kč/noc za pokoj pro 2 os. (snídaně v ceně)
Zvíře v hotelu	ANO, psí doprovod za poplatek	ANO, psí doprovod za poplatek	ANO, psí doprovod za poplatek	NE	ANO, psí doprovod za poplatek
Kuřácký hotel	NE	NE, klimatizovaná kuřárna	NE, kuřárna	NE	NE

PŘÍLOHA P VI: KRITÉRIA WELLNESS SLUŽEB V ČR

Wellness vybavení a služby	Grandhotel Tatra	Augustiniánský dům	Wellness hotel Gihelny	V Nebi	Chateau Mceky	Wellness hotel Peras	Ondrášův Dvůr	VYHODNOCENÍ
ZAHRADA	ANO	ANO	ANO	ANO	ANO	ANO	ANO	7/7
JEZERO	NE	NE	NE	ANO	ANO	ANO	ANO	4/7
VÍŘIVKA	ANO	ANO	ANO	ANO	ANO	ANO	ANO	7/7
BAZÉN	ANO	ANO	ANO	ANO	ANO	ANO	ANO	7/7
FITNESS	ANO	NE	ANO	NE	ANO	ANO	ANO	5/7
SAUNA	ANO	ANO	ANO	ANO	ANO	ANO	ANO	7/7
ODPOČÍNKOVÁ ZÓNA	ANO	ANO	ANO	ANO	ANO	ANO	ANO	7/7
TERASA S LÉHATKY	ANO	ANO	ANO	ANO	ANO	ANO	ANO	7/7
MASAŽE	ANO	ANO	ANO	ANO	ANO	ANO	ANO	7/7
KOSMETICKÉ OŠETŘENÍ	ANO	ANO	ANO	ANO	ANO	NE	NE	5/7
WELLNESS CLUB	NE	NE	ANO	NE	NE	NE	NE	1/7
ZÁBALY, PEELINGY	ANO	ANO	ANO	ANO	ANO	NE	NE	5/7
PRIVÁTNÍ ČÁST	ANO	NE	NE	ANO	ANO	ANO	NE	4/7
RITUÁLY	ANO	ANO	NE	ANO	ANO	NE	NE	4/7
VLASTNÍ KOSMETICKÁ ZNAČKA	NE	NE	NE	NE	ANO	NE	NE	1/7
WELLNESS PROGRAMY	NE	NE	NE	ANO	NE	NE	NE	1/7
POBYTOVÉ BALÍČKY	ANO	ANO	ANO	ANO	ANO	ANO	ANO	7/7
VLASTNÍ PĚSTOVÁNÍ BYLINEK/OVOCE	NE	ANO	NE	ANO	NE	NE	NE	2/7

PŘÍLOHA P VII: ŘÍZENÝ ROZHOVOR

Řízený rozhovor s ředitelem Lázní Luhačovice, a. s. s panem Jiřím Dědkem

1. Jak velká je budova nového wellness hotelu a její zahrada?

Nemáme to takhle do detailů vymyšlené. Mělo by Vám to vyplynout z analýzy, optimální hotel by měl mít 120 – 130 lůžek, aby měl rozumnou ekonomiku. Malý hotýlek je pak provozně náročný. Není to však nemožné. Umístění hotelu je naznačeno v příloze XV. Jedná se o dvě budovy, které budou propojené. Prostory jsou dost velké, k objektu patří celý kopec, stráž, les.

2. Jakou máte investiční představu o vybavení wellness hotelu a jeho služeb? Jak bude tento projekt investován? Z úvěru či z vlastních zdrojů?

1/3 z vlastních zdrojů, 2/3 z úvěru, aby se to splatilo zároveň a tak dál. Tady u takových hotelů počítejte 2 až 3 milióny na lůžku. A máte předpokládanou investici.

3. Bude v hotelu vlastní restaurační zařízení?

Vy si umíte představit 4* hotel bez vlastní restaurace? Nemůžete požadovat po zákazníkovi 2500 Kč – 3000 Kč za lůžko za noc bez vlastního restauračního zařízení.

4. Jak byste charakterizoval náročného zákazníka? Co vyžaduje, co je pro něj důležité?

Z pohledu stravy, do takových zařízení se lidé nejdou najíst, to by měl být zážitek, zážitek z té gastronomie, že je to něco navíc. Něco jiného nového, samozřejmě moderní trendy nebo nějaký trend, který má celkový hotel. Hotel bude například orientován do přírody, bude i to jídlo laděné do přírody? Bude mít restaurace nějaké aranžmá nebo to bude 20 stolů a k tomu 80 židliček? Náročná klientela hledá specifické věci, hledá moderní ale zároveň něčím zajímavé věci. Tak buď to high – tech technology nebo právě to co většinou děláme my, jdeme vždycky do nějaké podoby, minimálně architektonicky zajímavé. Ten barák tam, ten Vodoláčebný ústav je Národní kulturní památka ČR. To není tak obvyklé. A to je pro mě náročná klientela, že hledá nějaké výjimečnosti. V české republice je z pohledu slova wellness spousta tzv. wellness hotelů a podle čeho si ti lidé vybírají? Podle toho, že je to wellness nebo podle toho, že tam je asi fakt nějaká přidaná hodnota, že je tam něco navíc? A něco navíc by mělo být jak v tom prostředí, toho jak to vypadá, ale zároveň i v té kvalitě té služby. Postavit restauraci nebo hotelový pokoj „umí každý“, ale provozovat je, aby tam každý den byl nějaký zážitek něco nového, výjimečného. Protože to jsou

věci, proč se Vám potom ti lidé budou vracet, protože se něčím odlišujete. Důležité je dělat to nějak jinak, odlišovat se.

5. Máte již nějakou představu o vybavení hotelu? Počet pokojů, místnosti pro fitness centrum či odpočinkovou místnost?

Přesnou nemáme. Je to v nějakém stylu ten objekt, tak by to mělo být v nějakém stylu to vybavení. Vždycky když děláme rekonstrukce historických objektů, tak se snažíme využít ty přednosti toho objektu z historizujícího hlediska a do toho implementovat moderní trendové věci a služby. Je to vodoléčebný ústav, Národní kulturní památka ČR, typická Jurkovičova stavba. Zároveň musí být ty věci uvnitř plně funkční, moderně funkční.

6. Co je podle Vás zahraničním trendem současnosti? Máte představu o nějakém konceptu wellness hotelu ze zahraničí, který byste rád aplikoval na nový wellness hotel?

To je přesně to co říkám. Samozřejmě předností je ta příroda, typický wellness hotel v Alpách v přírodě, čistý vzduch, krásná panorámata to je bomba. Ale tohle my tu nemůžeme přenést, tohle nemáme. Musíme využít něco jiného, a to je ta historie těch objektů, to je kvalita služeb. A to, že jsme lázněmi. My jsme lázně, léčebné lázně, podle zákonů ČR, jsme determinováni vzdělaným personálem. Snažíme se využívat tento personál (fyzioterapeuty, maséry) i v tom wellness. To je ta přidaná hodnota. U nás ve wellness hotelu vás nebude masírovat někdo, kdo má 3 měsíční masérský kurz. To je to naše další odlišení.

7. Kdy je plánovaná rekonstrukce hotelu a jeho otevření?

To řešíme v horizontu 5 - 7 let, pro nás je to investiční projekt budoucnosti.

8. Máte nějaké požadavky, které by určitě měly být do hotelu aplikovány?

Asi neumím na to odpovědět.

PŘÍLOHA P VIII: LOKALIZACE WELLNESS HOTELU

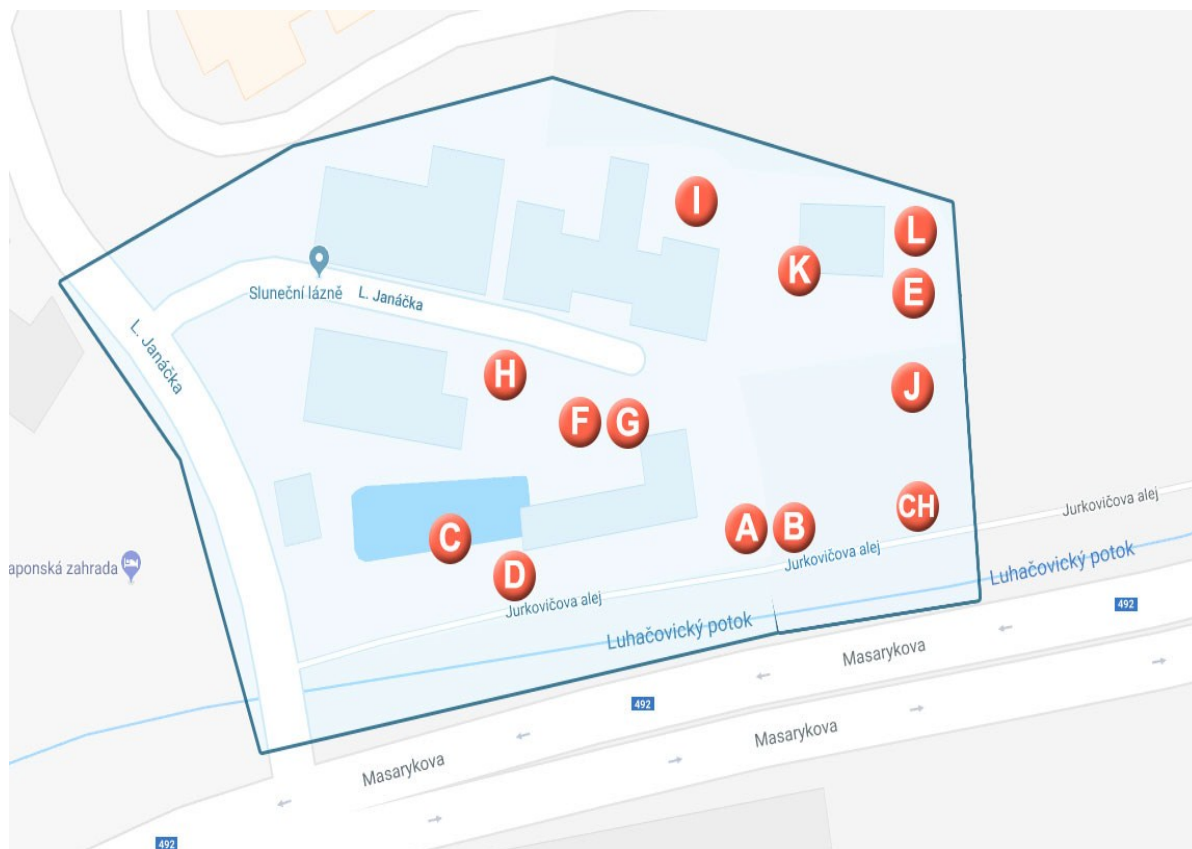


PŘÍLOHA P IX: KRITÉRIA ZAHRANIČNÍCH WELLNESS HOTELŮ

KRITÉRIUM	LARIMAR	KEMPINSKI HOTEL DAS TIROL	SCHWARZ ALPENRESORT	DER ENGLE WELNESSHOTEL IM TANNHEIMERTAL	UBERGOSSE NEALM	GENUSSDO RFGMACHL	SIX SENSES	THERME VALS	MENSCHL	VÝSLEDKY ODPOVĚDÍ ANO
ZDRAVÝ ŽIVOTNÍ STYL	ANO	ANO	ANO	ANO	ANO	ANO	ANO	ANO	ANO	9/9
LÉKAŘI, ODBORNÍCI	ANO	ANO	ANO	ANO	ANO	ANO	ANO	ANO	ANO	9/9
PŘÍRODNÍ KOSMETIKA	ANO	ANO	ANO	ANO	ANO	ANO	ANO	ANO	ANO	9/9
DOMÁCÍ BIO PRODUKTY	ANO	ANO	ANO	ANO	ANO	ANO	ANO	ANO	ANO	9/9
UDRŽITELNOST	ANO	NE	ANO	ANO	ANO	NE	ANO	ANO	ANO	7/9
PŘÍRODNÍ VYBAVENÍ HOTELU	ANO	ANO	ANO	ANO	ANO	ANO	ANO	ANO	ANO	9/9
KONCEPT 4 ELEMENTŮ	ANO	NE	NE	NE	NE	NE	NE	NE	ANO	2/9
ODPOČINKOVÁ ZÓNA	ANO	ANO	ANO	ANO	ANO	ANO	ANO	ANO	ANO	9/9
ÁJURVÉDA	ANO	NE	NE	ANO	NE	ANO	ANO	ANO	NE	5/9
DĚTI V HOTELU	ANO	ANO	ANO	ANO	ANO	ANO	ANO	ANO	ANO, OMEZENÝ PŘÍSTUP	9/9
PSI V HOTELU	ANO	ANO	ANO	ANO	ANO	ANO	ANO	ANO	NE	8/9
FITNESS CENTRUM	ANO	ANO	ANO	ANO	ANO	ANO	ANO	ANO	ANO	9/9
LÉČIVÝ KÁMEN	ANO	NE	NE	NE	NE	NE	NE	ANO	NE	2/9

KRITÉRIUM	LARIMAR	KEMPINSKI HOTEL DAS TIROL	SCHWARZ ALPENRESORT	DER ENGLE WELLNESSHOTEL IM TANNHEIMERTAL	UBERGOSSENE ALM	GENUSSDORF GMACHL	SIX SENSES	THERME VALS	MENSCHEL	VÝSLEDKY ODPOVĚDÍ ANO
WI-FI	NE	ANO	ANO	ANO	ANO	ANO	ANO	ANO	ANO	8/9
ZAHRADA S JEZEREM	ANO	JEN ZAHRADA	ANO	ANO	ANO	ANO	JEN ZAHRADA	JEN ZAHRADA	ANO	6/9, 3/9 (jen zahrada)
RESTAURACE, KONFERENCE, OSLAVY	ANO	ANO	ANO	ANO	ANO	ANO	ANO	ANO	ANO	9/9
KULTURNÍ AKCEV HOTELU	ANO	ANO	ANO	ANO	NE	NE	ANO	ANO	NE	6/9
VINOTÉKA	ANO	ANO	NE	ANO	ANO	NE	ANO	NE	NE	5/9
BAR	ANO	ANO	ANO	ANO	ANO	ANO	ANO	ANO	ANO	9/9
TENISOVÝ KURT	NE	NE	ANO	NE	NE	ANO	NE	NE	NE	2/9
GOLF	ANO	NE	ANO	NE	ANO	ANO	NE	NE	NE	4/9
KNIHOVNA	NE	ANO	ANO	NE	NE	NE	ANO	ANO	NE	4/9
BALIČKÝ SLUŽEB	ANO	ANO	ANO	ANO	ANO	ANO	ANO	ANO	ANO	9/9
VÍŘIVKA	NE	ANO	ANO	ANO	ANO	ANO	NE	ANO	ANO	7/9
BAŽEN	ANO	ANO	ANO	ANO	ANO	ANO	ANO	ANO	ANO	9/9
SAUNA	ANO	ANO	ANO	ANO	ANO	ANO	ANO	NE	ANO	8/9

PŘÍLOHA P X: PLÁN VENKOVNÍHO VYBAVENÍ HOTELU



PŘÍLOHA P XI: NÁVRH JÍDELNÍHO LÍSTKU

Jídelní lístek

Předkrmy

*Kachní játrová paštika zdobená brusinkami a domácím chlebem
Gratinovaný kozí sýr s ořechy a medem na salátku, bylinková bageta*

Polévky

*Silný hovězí vývar s masem a zeleninou Julianne
Česneková se šunkou a sýrem
Fazolevá se sušenými švestkami a smetanou
Domácí staročeská zelnáčka*

Hlavní jídla s přílohou

*Hovězí líčka na červeném víně s bramborovým pyré, s grilovanou zeleninou
Smažený telecí řízek, bramborový salát s horčičným dresinkem a pažitkou
Čerstvé italské těstoviny se sušenou šunkou a zeleninkou
Vepřová Porchetta s bramborovým pyré
Kuřecí Supreme s posírovanou růžovou hruškou, polentové hranolky
Steak z vepřové panenky s pepřovou omáčkou, americké brambory
Hovězí Flank steak se šouchaným bramborem a rozmarýnovým demi glace
Listový salát s grilovanou kuřecím masem, sušenými rajčaty, horčičným dresinkem a bylinkovou bagetkou
Listový salát s pečenou červenou řepou, kozím sýrem, restovaným dýňovým semínkem, dresink, opečený toast
Smažené šampiony plněné zeleninou Rattatoule, bramborové pyré, bazalkové pesto
Filátka candata na másle s restovaným špenátem a pečenými brambory*

Dětská jídla

*Kuřecí řízečky v kukuřičné strouhance, bramborová kaše
Přírodní kuřecí plátek s domácími hranolkami
Bramborové slísky s mákem, cukrem a máslem
Těstovinový salát s čerstvou zeleninou, kuřecím masem a balkánským sýrem*

Dezerty

*Čokoládový dort s domácím goliášem
Creme Brûlée s ovocem
Smažená zmrzlina s teplou vanilkovou omáčkou*

PŘÍLOHA P XII: NABÍDKA AJURVÉDSKÝCH PROCEDUR

Ajurvédské masáže	Popis procedury	Doba procedury	Cena
ABHJANGA	<i>celotělová masáž, s relaxační hudbou a aromaterapií, kdy se před koupelí pomazává celé tělo zahřátým léčivým olejem, zjemňuje pokožku, redukuje příznaky stárnutí, vyživuje tělo, přináší dlouhověkost, zlepšuje spánek</i>	75 min	1 750 Kč
ABHJANGA SYNCHRON	<i>masáž 4 rukama, dva terapeuti masírují současně stejným pohybem pravou a levou stranu těla</i>	50 min	1 990 Kč
NAVARAKIZHI	<i>masáž rýžovými pytlíky s mlékem, používá se ke zlepšení svalové síly, omlazení a regeneraci těla.</i>	60 min	1 540 Kč
PADABHYANGA	<i>masáž chodidel, nejprve se nohy uvolní v bylinné lázni, pak se namočí až po kotníky na 15 minut a následně se po jejich uvolnění provede masáž chodidel</i>	45 min	1 000 Kč
SHIRODARA	<i>masáž tváře a hlavy s koncentrací na oblast třetího oka</i>	76 min	1 780 Kč
UDVARTANA	<i>masáž celého těla bylinnými oleji + zábal s bylinným léčivým pudrem, velmi účinná procedura, při které se na celé tělo aplikuje léčivý pudr, který vyvolává příjemné pocení kůže, působí pozitivně na čištění pleti od toxinů a škodlivých odpadů v těle</i>	60min	990 Kč
Ajurvédské procedury	Popis procedury		Cena
KARNA PURNA	<i>aplikace vybraného oleje do uší, vhodné pro závratě, bolesti dolních končetin, nerovnováhu, zvonění v uších, pomáhá při ušních problémech, pomáhá při ztuhlosti šije</i>	45 min	680 Kč
NASJA	<i>Léčivé látky se aplikují nosními cestami a působí příznivě na mysl. Nasjou léčíme poruchy v hlavě, krku, nosu a dutinách. Dochází ke zlepšení zraku. Byliny se aplikují do nosu podle nerovnováh</i>	30 min	870 Kč
ŠIRÓBASTI	<i>olejová terapie hlavy, při které sedíte pohodlně na židli, dostanete otevřený kožený "čepec" a ze shora je Vám vléván teplý léčebný olej s odvarem Ajurvédských nebo místních bylin</i>	75 min	1 670 Kč
SRDEČNÍ BASTI	<i>Srdeční basti je velice zvláštní aplikace pro osoby trpící poruchami srdce, krevního oběhu, trpící depresemi a stresem. Posiluje srdce, dává mu novou sílu a energii. Toto použití podporuje a posiluje tonus srdečního svalu a věnčitých cév. Reguluje krevní tlak. Působí relaxačně a antistresově i antidepressivně.</i>	40 min	470 Kč
ČAKRA BASTI	<i>Harmonizuje životně důležité centrum, kde se stýká 72000 kanálek. Posiluje trávicí systém, vstřebávání a uvolňování hluboce usazených emocí. Působí u dráždivého tračníku, nadýmání, nechutenství, zácpě, bolestí břicha.</i>	40 min	470 Kč
KATI BASTI	<i>Aplikace speciálního oleje na oblast zad, které je bolestivé. Vhodné u ztuhlosti, revmatismu, spasmů, bolestí zad a v křži</i>	40 min	470 Kč
UŠNÍ SVÍCE	<i>Svíce je uprostřed dutá, nemá knot, vnitřní část je z přírodní tkaniny a navrchu tenká vrstva včelího vosku. Svíce se určeným koncem vloží do ucha tak, že ční kolmo ven, druhý konec se zapálí. Na principu komínového efektu, vytahuje nepotřebné usazeniny z ucha do svíce</i>	40 min	460 Kč
NETRA TARPANA	<i>olejová koupel očí, při které se kolem očí položí kroužky z těsta a do zavřených očí se pomalu vlévá teplý léčebný olej s odvarem Ajurvédských nebo místních bylin.</i>	30 min	790 Kč

PŘÍLOHA P XIII: NABÍDKA VODOLÉČEBNÝCH PROCEDUR

VODOLÉČEBNÉ PROCEDURY	Popis procedury	Délka trvání	Cena
PERLIČKOVÁ RELAXAČNÍ KOUPEL	koupele vytváří ve vodě perličky vzduchu s masážním efektem, kvůli bublinkám, které vodou prostupují a masírují tělo, pomáhá při odbourání stresu, bolestech kloubů, páteře, regeneraci svalstva, poruchách spánku, zlepšuje krevní oběh.	20 min	490 Kč
PODVOVNÍ MASÁŽ	pomocí trysky se směruje proud vody na jednotlivé masírované části, komplexní účinek přináší díky kombinaci tepla, koupele, masáže a pohybu ve vodním prostředí	30 min	890 Kč
VÍŘIVÁ KOUPEL - CELOTĚLOVÁ	koupele ve speciálních vanách, kde působením tepla a mechanického působení proudu vody dochází k prohřátí a prokrvení nejvíce namáhaných částí celého těla	40 min	620 Kč
VÍŘIVÁ KOUPEL - HORNÍCH KONČETIN	koupele ve speciálních vanách, kde působením tepla a mechanického působení proudu vody dochází k prohřátí a prokrvení nejvíce namáhaných částí horních končetin	15 min	490 Kč
VÍŘIVÁ KOUPEL - DOLNÍCH KONČETIN	koupele ve speciálních vanách, kde působením tepla a mechanického působení proudu vody dochází k prohřátí a prokrvení nejvíce namáhaných částí dolních končetin	15 min	490 Kč
SKOTSKÉ STRÍKY	střídání teplých a studených proudů vody, přičemž poměr může být například 6:1 či 3:1 a to ve prospěch teplé vody, proudy vody však nejsou namířena na náhodná místa na těle	10 min	340 Kč
MINERÁLNÍ KOUPEL S PŘÍŠADAMI	koupele obsahující velké procento oxidu uhličitého spolu s minerálními soli a huminovými kyselinami, dochází ke vstřebávání oxidu uhličitého pokožkou do organismu a tím zlepšuje činnost srdce i ledvin	30 min	620 Kč
UHLIČITÁ KOUPEL PŘÍŠADOVÁ SE ZÁBALEM	vanová koupele se podává v neředěné minerální uhličitě vodě, která se ohřívá přímo ve vaně na teplotu 33 – 34 °C, pomáhá k rozšiřování cév	30 min	520 Kč
KNEIPPŮV CHODNÍK	pacient se prochází v nádrži s teplou vodou přibližně po dobu jedné minuty, a pak se asi 5 vteřin prochází nádrží s vodou studenou, pomáhá ke zlepšení prokrvení nohou a zlepšení celkového metabolismu a krevního oběhu	15 min	zdarma
Čistící kurkumová koupele	koupele s přídavkem kurkumy a léčebného oleje, kurkuma je přírodní antibiotikum s antibakteriálním a protivirovým účinkem, chrání pokožku před akné a jinými kožními problémy	25 min	780 Kč
Omlazující mléčná koupele	koupele s přídavkem Bio mléka, medu a odvaru Ajurvédských bylin. Pro její omlazující účinky byla hojně používána Kleopatrou.	25 min	780 Kč
antistresová bylinková koupele	koupele s přídavkem odvaru Ajurvédských bylin, které příznivě působí na nervovou soustavu, tonizují mozek a zlepšují náladu.	25 min	780 Kč

PŘÍLOHA P XIV: NABÍDKA KOSMETICKÝCH OŠETŘENÍ A RITUÁLŮ

Kosmetické ošetření	Popis	Délka	Cena
Kosmetické ošetření pleti Dr. Hausche	Sestává z kroků důkladného čištění, peelingu, masáže, masky a hydratace, vždy však za použití produktů vhodných pro daný typ pleti. Terapie obsahuje také masáž hlavy levandulovým vlasovým zábalem.	60 min	2 230 Kč
Jemné medové ruce	Kromě očišťujícího medového peelingu, který dokonale vyhladí ruce, poskytnut navíc blahodárny zábal a masáž rukou regeneračním mateřídouškovým balzámem + pedikúra	60 min	1 760 Kč
Příjemná pedikúra "Mateřídouškové pohlázení"	Kombinace mateřídoušková koupele nohou, masáže chodidel, výživy mateřídouškovým balzámem, odstranění zatvrdlé pokožky a zábalu nohou a pedikúra.	60 min	1 760 Kč
Přirozeně krásná	Ošetření pro krásnější, jasnější a zdravější obličej zahrnuje čištění, hydrataci, šetrný peeling, masáž, aplikace masky a závěrečná výživa. Možnost vybrat si z čokoládové, mátové a levandulové kosmetiky.	60 min	2 100 Kč
Kosmetické ošetření pro muže	I muži ocení kvalitní péči o obličej. Skládá se z čištění, peelingu, odstranění nečistot, masky a krému z vůní čokolády, máty, mandarinky nebo medu.	60 min	1 980 Kč
Rituály	Popis	Délka	Cena
Zahradní rituál	meditace, čajový obřad, venkovní bylinková masáž lávovými kameny, tělový zábal ve stínu stromů, aromaterapie s vůní mateřídoušky, Kneippův chodník	120 min	4 560 Kč
Vodoléčebný rituál	protažení těla u jezera, masáž lávovými kameny, perličková relaxační koupel, antistresová bylinková koupel, relaxace ve vodní odpočinkové místnosti	120 min	4 560 Kč
Ajurvédský rituál	povídání o Ajurvědě, jóga, ajurvédský čajový obřad, navarakizhi, ajurvédský zábal z bylin, netra tarpana vše probíhá venku v přírodě	120 min	5 230 Kč
Zamilovaný rituál pro dva	růže pro ženu, sklenička šampaňského s jahodami, masáž pro dva abhijanga ve stínu stromů, perličková koupel s vůní růží, relaxace v privátní místnosti s vodní postelí a vířivkou	120 min	8 650 Kč

PŘÍLOHA P XV: NABÍDKA OSTATNÍCH WELLNESS SLUŽEB

Masáže - klasické	Délka masáže	Cena
Hlubková masáž zad	50 min	1 990 Kč
Regenerační celková masáž	50 min	2 390 Kč
Šíje, ramena	50 min	1 590 Kč
Královská masáž dolních končetin	50 min	1 590 Kč
Královská masáž horních končetin	50 min	1 590 Kč
Masáže - lávovými kameny	Délka masáže	Cena
Celková	50 min	1 490 Kč
Záda	30 min	1 190 Kč
Šíje, ramena	30 min	1 190 Kč
Masáže - ostatní	Délka masáže	Cena
Tradiční Thajská masáž	60 min	1 150 Kč
Lymfatická	120 min	2 000 Kč
Baňkování	50 min	890 Kč
Medová (peeling+záda+zábal)	50 min	790 Kč
Těhotenská záda + plosky	50 min	1 100 Kč
Dětská (záda+šíje)	30 min	550 Kč
Kůry		
Antistresová	60 min	1 560 Kč
Detoxikační	60 min	1 560 Kč
Čistící	60 min	1 000 Kč
Liftingová	60 min	1 240 Kč

PŘÍLOHA P XVI: NÁVRH PROSPEKTU PRO POBYTOVÉ BALÍČKY

Čas pro ženy

3.999,- Kč

Balíček Čas pro ženy je určen pro jednodenní relaxační wellness pro ženy. Nabídka je přizpůsobena tak, aby si ženy odpočinuly od každodenního shonu, děti a pobavily se s kamarádkami. Balíček je možné rezervovat od pondělí do čtvrtka. Od pátku do neděle je možná rezervace pouze v kombinaci s ubytováním. Příjezd v dopoledních hodinách a odjezd večer.

- uvítací bylinkový nápoj z vlastní zahrádky na přivítanou
- neomezený vstup do wellness a fitness centra
- Wi-fi a parkování zdarma
- 3chodový oběd dle výběru à la carte
- možnost zakoupení večerního menu za zvýhodněnou cenu
- 1x vstup na jakýkoliv druh relaxačních a posilovacích cvičení podle cvičebního plánu
- 1x Kosmetické ošetření pleti Dr. Hausche
- 1x Antistresová kúra



Ajurvédský prožitek

od 11.590,- Kč

Balíček je zaměřený na Ajurvédské procedury. Cena je určena za tři noci v pokoji Classic. Je to nejnižší možná cena balíčku. Hosté mají možnost výběru jiného pokoje a také změnit délku pobytu. Cena se pak bude odvíjet podle vybraných kritérií.

- uvítací drink při příjezdu
- dárkový kosmetický balíček, župan, pantofle, osuška a ručník na pokoji
- bufetová snídaně v ceně
- 3-chodová večeře s výběrem ze tří druhů hlavních jídel
- neomezený vstup do wellness a fitness centra po celou dobu pobytu
- 3x vstup na jakýkoliv druh relaxačních a posilovacích cvičení podle cvičebního plánu
- vstup do lobby baru
- 1x ABHJANGA ve stínu stromů
- 1x PERLIČKOVÁ KOUPEL
- 1x NETRÁ TARPANA
- 1x ČAKRA BASTI



PŘÍLOHA P XVI: TYPY POKOJŮ V HOTELU

Apartmá Dušana Jurkoviče

Luxusní apartmá je určeno pro 2 – 4 osoby. Ideálně pro ty, co oceňují spoustu prostoru a soukromí. Apartmá je vhodné pro páry, přátelé, kteří budou spát v oddělených místnostech nebo i pro rodiny s dětmi. Jde o luxusní dvoupokojové apartmá skládající se ze samotné ložnice s manželskou postelí a obývacím pokojem s rozkládací pohovkou. Nachází se tam plazmová televize, pohovka a dvě křesla se stolem, skříň, konferenční stůl, prostorná koupelna s vlastní vířivkou a infračervenou saunou, sprchou, dvěma umyvadly, velký zrcadlem a odděleným WC. Navrhovala bych i prostorný balkón pro příjemné posezení a s výhledem na zahradu či lesy. Také se zde nachází malá kuchyňka s kávovarem a varnou konvicí s výběrem bylinných čajů.

Cena za ubytování a snídaní v tomto pokoji na jednu noc stojí od **7 990 Kč/os.**

Classic

Pokoj Classic je určen pro 2 osoby. Tento pokoj je ideální pro páry nebo dvě samostatné osoby. Jedná se o jednoduchý, ale komfortní pokoj, kde si může host vybrat jednu manželskou postel nebo dvě oddělená lůžka. V tomto typu pokoje není možnost přistýlky. Nachází se zde plazmová televize, konferenční stůl, dva noční stolky, skříň, koupelna se sprchovým koutem, umyvadlem a velkým zrcadlem a WC spojeno s koupelnou.

Cena za ubytování a snídaní v tomto pokoji na jednu noc stojí od **2 690 Kč/os.**

Junior Suite

Typ pokoje spíše určen pro 2 osoby, ale s možností přistýlky. Je velmi podobný pokoji Classic, ale Junior Suite má navíc v místnosti dvě křesla a stůl k příjemnému posezení. Nachází se zde také plazmová televize, konferenční stůl, dva noční stolky, skříň, koupelna se sprchovým koutem, umyvadlem a velkým zrcadlem a WC spojeno s koupelnou.

Cena za ubytování a snídaní v tomto pokoji na jednu noc stojí od **3 490 Kč/os.**

Suite

Ubytování typu Suite je typické vzájemně propojenými oddělenými místnostmi s lůžkem nebo ložnicí a sedací soupravou. Tento typ pokoje je určen pro 2 osoby s možností přistýlky. Nachází se zde plazmová televize, konferenční stůl, rozkládací sedačka se stolem, dva noční stolky, skříň, koupelna s vanou, umyvadlem a velkým zrcadlem, oddělené WC.

Cena za ubytování a snídaní v tomto pokoji na jednu noc stojí od **3 890 Kč/os.**

Family room

Tento pokoj je určen pro rodiny s dětmi. Jsou zde dvě oddělené místnosti, kdy v jedné místnosti je manželská postel a ve druhé dvě oddělené postele společně s pohovkou a stolem. Také konferenční stůl a dětský koutek s hračkami a stolečkem s omalovánkami. Vybavení je obdobné jako v předchozích pokojích. Nachází se zde pohovka s křesly a stolem, konferenční stůl, plazmová televize, možnost vypůjčení postýlky pro děti, koupelna se sprchou i vanou, umyvadlem a zrcadlem, oddělené WC.

Cena za ubytování a snídaní v tomto pokoji na jednu noc stojí od **6 790 Kč/4os.**