

ZÁPADOČESKÁ UNIVERZITA V PLZNI

FAKULTA EKONOMICKÁ

Bakalářská práce

Vzdělávání animátorů v cestovním ruchu

Training of animators in tourism

Tereza Šroubková

Plzeň 2020

ZÁPADOČESKÁ UNIVERZITA V PLZNI

Fakulta ekonomická

Akademický rok: 2019/2020

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE (projektu, uměleckého díla, uměleckého výkonu)

Jméno a příjmení: **Tereza ŠROUBKOVÁ**
Osobní číslo: **K17B0329P**
Studijní program: **B6208 Ekonomika a management**
Studijní obor: **Management obchodních činností**
Téma práce: **Vzdělávání animátorů v cestovním ruchu**
Zadávací katedra: **Katedra marketingu, obchodu a služeb**

Zásady pro vypracování

1. Vytvořte teoretický úvod k vybranému tématu.
2. Definujte pojem animace volného času.
3. Pomocí vhodné metody proveďte výzkum.
4. Shrňte získané informace.
5. Zhodnoťte současnou situaci.
6. Navrhněte alespoň dvě opatření na zlepšení.

Rozsah bakalářské práce: **40 – 60 stran**
Rozsah grafických prací: **neuveden**
Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná/elektronická**

Seznam doporučené literatury:

- Indrová, J., Houška, P., & Petrů, Z., (2011) *Kvalita ve službách cestovního ruchu*. Praha: Oeconomica.
- Oriška, J. (2012) *Služby v cestovním ruchu*. Praha: IDEA Servis.
- Kotíková, H. (2013) *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. Praha: Grada.
- Vašítková, M. (2014) *Marketing služeb: efektivně a moderně. 2., aktualiz. a rozš. vyd.* Praha: Grada.
- Prebensen, N., K., Chen, J., S., & Uysal, M., S. (2018). *Creating Experience Value in Tourism*. Oxfordshire: CABI.

Vedoucí bakalářské práce: **Ing. Petr Janeček, Ph.D.**
Katedra marketingu, obchodu a služeb

Datum zadání bakalářské práce: **22. října 2019**
Termín odevzdání bakalářské práce: **22. dubna 2020**



Doc. Ing. Michaela Krechovská, Ph.D.
děkanka



Ing. Jan Tluchoř, Ph.D.
vedoucí katedry

V Plzni dne 22. října 2019

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma

Vzdělávání animátorů v cestovním ruchu

vypracoval/a samostatně pod odborným dohledem vedoucí/vedoucího bakalářské práce
za použití pramenů uvedených v příložené bibliografii.

Plzeň dne

.....

podpis autora/autorky

Tímto bych velmi ráda poděkovala vedoucímu mé bakalářské práce *Ing. Petru Janečkovi Ph.D.* za cenné rady, odborné vedení a přínosné podněty při zpracování této bakalářské práce. Také bych ráda poděkovala své rodině a přátelům za podporu. Dále mé poděkování patří majiteli společnosti TOP Animace za poskytnutí interních informací a odborné vedení při zpracování praktické části. Mé díky také patří respondentům, kteří se na mé práci podíleli svými odpověďmi a věnovali mi tak svůj drahocenný čas.

Obsah

Úvod	9
1 Vymezení pojmů v cestovním ruchu	11
1.1 Vznik a vývoj cestovního ruchu.....	11
1.1.1 Pojmy spojené s cestovním ruchem.....	12
1.2 Produkt CR.....	13
1.3 Služby CR	15
1.3.1 Podstata a zvláštnost služeb CR.....	16
2 Animace v cestovním ruchu	19
2.1 Vznik a vývoj	22
2.2 Osobnost animátora.....	23
2.3 Animační tým.....	25
2.4 Personální zajištění animátorů	28
3 Lidské zdroje	30
3.1 Řízení lidských zdrojů.....	30
3.2 Rozvoj lidských zdrojů	31
3.3 Podnikové vzdělávání	32
3.4 Vzdělávání animátorů	34
4 Metodika práce	36
5 Praktická část práce	40
5.1 Společnost TOP Animace	40
5.1.1 Cestovní kancelář ABC	42
5.1.2 Společnost LMN	43
5.1.3 Společnost XYZ.....	43
5.2 Školení animátorů	44

5.2.1	Obsah školení	45
5.2.2	Přínos školení	47
5.3	Rozhovory s animátory.....	48
5.3.1	První kolo rozhovorů.....	49
5.3.2	Druhé kolo rozhovorů	51
5.3.3	Třetí kolo rozhovorů.....	54
5.4	Shrnutí a zhodnocení výsledků rozhovorů a následná doporučení.....	56
Závěr.....		60
Seznam použitých zdrojů.....		61
Seznam obrázků		61
Seznam zkratk		64
Seznam příloh		65
Přílohy		
Abstrakt		
Abstract		

Úvod

Cestovní ruch se neustále vyvíjí, jeho důležitost a rozmanitost roste. Významnou součástí cestovního ruchu jsou služby, které jsou v rámci produktu poskytovány. Jednou z těchto služeb je i animace volného času. Animace v cestovním ruchu se stává velmi populární doplňkovou službou, díky které resorty cestovního ruchu nabízí svým klientům určitou přidanou hodnotu. Zajišťují si tak postavení na trhu vůči konkurenci a navazují vztahy s klienty. V cestovním ruchu jde především o účastníky (tedy o zmíněné klienty) a jejich vztahu k poskytované službě. Z tohoto důvodu jsou vztahy s nimi velmi důležité pro všechny poskytovatele základních služeb (ubytovací, stravovací, doprava). Proto je důležité, aby animační služby byly neustále zdokonalovány, rozvíjeny a jejich kvalita tak rostla. Pro rozvoj kvality je důležité zaměstnance neustále vzdělávat. Vzdělávání animátorů není ve světě běžné a literatura se této problematice příliš nevěnuje. Na českém trhu se přesto nachází společnost, která se snaží tuto mezeru na trhu vyplnit a věnuje se právě zmiňovanému vzdělávání animátorů.

Bakalářská práce je zaměřena na téma „Vzdělávání animátorů v cestovním ruchu.“ Toto téma si autorka zvolila kvůli osobním zkušenostem s animací. Autorka by ráda touto prací poukázala na důležitost vzdělávání v tomto oboru.

Práce je rozdělena na dvě části, a to na teoretickou a praktickou část. V teoretické části jsou definovány základní pojmy cestovního ruchu, pojmy spojené s animací v cestovním ruchu a také vzdělávání personálu. Kapitola věnovaná vzdělávání se také zaměřuje přímo na vzdělávání animátorů v cestovním ruchu.

Cílem bakalářské práce je ověřit, zda vzdělávání animátorů v cestovním ruchu je přínosné a zda napomáhá začínajícím animátorům v přípravě a zvládnutí situací při vykonávání práce animátora. Vzdělávání animátorů by mělo zajistit hladké začlenění animátorů mezi zkušené kolegy. Tohoto cíle bude naplněno skrze průzkum, který byl proveden v rámci druhé části práce.

Druhá část práce, tj. praktická část se zprvu věnuje představení subjektů, které jsou spojeny s animací v cestovním ruchu. Všechny společnosti zmíněné v praktické části jsou anonymizovány, na přání majitele. Anonymizace byla nutností kvůli zachování obchodního tajemství. Pro naplnění cíle práce byl vytvořen průzkum, který se věnuje

rozhovorům se začínajícími animátory. V rozhovorech byl zjišťován názor respondentů na důležitost a přínosnost vzdělávání, které je animátorům poskytnuto formou školení před vycestováním, a také další možnosti rozšíření nebo upravení tohoto školení. Z tohoto průzkumu byly vytvořeny návrhy na zlepšení kvality vzdělávání animátorů v cestovním ruchu, čímž by mělo dojít ještě k lepšímu poskytování animačních služeb konečnému zákazníkovi.

1 Vymezení pojmů v cestovním ruchu

Pojem označovaný jako cestovní ruch se v posledním desetiletí skloňuje velmi často a význam tohoto pojmu se v různých zdrojích literatury značně liší. Cestovní ruch je odvozen od slova cestování, tedy přesněji od anglického slova *Tourism*. Cestovní ruch je jedním z trendů moderní doby a v posledních dekadách patří k nejrychleji se rozvíjejícím hospodářským odvětvím na světě. Význam cestovního ruchu lze spatřovat jak v ekonomické, tak i v sociální oblasti. Má značný vliv na zaměstnanost, na bohatství státu, udržitelnost památek (ať historických, tak uměleckých) a je možné také říci, že i díky jemu roste úroveň vzdělání obyvatelstva. Cestovní ruch označuje tedy skutečnost, kdy se jeho účastník vyskytuje na cestách, které jsou spojené s přechodnou změnou místa trvání, tj. vydává se na cesty mimo místo svého trvalého bydliště. Pod pojem cestovní ruch je možné zařadit daleko širší spektrum činností, možností a dalších pojmů. [2][13]

Světová organizace cestovního ruchu (UNWTO) definuje cestovní ruch jako „*činnosti osoby, která se ve svém volném čase vyskytuje na přechodnou dobu na různých místech, mimo místa trvalého bydliště, a to za jiným účelem nežli za účelem vykonávání výdělečné činnosti.*“ Cestovní ruch je také organizací označován za oblast spotřeby, kde dochází k uspokojování lidských potřeb, kterými mohou být například: potřeby poznání, seberealizace, odpočinku, potřeby získávání zkušeností, různé specializované péče a podobných dalších subjektivních potřeb účastníka. Organizace také označuje cestovní ruch jako významnou součást národní ekonomiky, kterou zajišťují především podnikatelé v rámci svých výdělečných činností, které mohou nést mnoho podob. Může jít o zajištění dopravy, ubytovacích služeb, stravovacích služeb, provozování cestovních kanceláří a agentur a mnoho dalšího. [2][12][14][20]

1.1 Vznik a vývoj cestovního ruchu

Pokud bychom se zajímali o vznik cestovního ruchu, není pochyb, že bychom se museli vydat až na samý začátek lidstva, nicméně podle literatury se vznik cestovního ruchu, tak jak ho známe dnes, datuje k přelomu 17. a 18. století. V počátku šlo o cesty především šlechticů či tovaryšů, kteří se vydávali na cesty za získáváním zkušeností. V tomto období vznikají také zmínky o takzvané průvodcovské činnosti, kdy byly informace o cestách a místech získávány především od důvěryhodných místních obyvatel či uznávaných

zcestovalých krajanů. V tomto ohledu šlo spíše o „sousedské“ varování před přepadením či nevhodností cest. [17]

Masový turismus, se rozvíjí později až v druhé polovině 19. století. V tomto období také můžeme nalézt informace o prvních pokusech definování tohoto oboru. Tento počátek je spojován se dvěma jmény švýcarského původu – Krapf a Hunziker. Tito dva vědci jsou autory jedné z prvních definic cestovního ruchu. Podle jejich názoru se jedná o „soubor vztahů a jevů, ke kterým dochází na cizích místech pobytu, přičemž cílem pobytu není trvalé přesídlení, nebo výkon výdělečné činnosti“ (Hunziker a Krapf, 1942, 21).

1.1.1 Pojmy spojené s cestovním ruchem

Pro správné chápání cestovního ruchu je důležité si vymezit také několik základních pojmů. Toto vymezení je nezbytným východiskem pro správné pochopení následujícího výkladu a myšlenek.

Prvním pojmem, který je možné označit za jeden z nejdůležitějších, je účastník cestovního ruchu. Jde tedy o osoby, které se přímo účastní cestovního ruchu, často se také označují za subjekt cestovního ruchu. Označení subjekt se především používá ve spojení s trhem cestovního ruchu, takovým subjektem se mohou stát kupující (zmiňovaní účastníci), prodávající a také další subjekty, jako např. zprostředkovatelé. Cestující osoby, tedy účastníci, se dále člení, a to z hlediska jejich cíle a doby trvání cesty. Pokud se tedy účastník vydá na cestu po domácím či mezinárodním území, která trvá méně než 24 hodin a nepřenocuje, je tento subjekt označován za výletníka. [7][17][19]

Také se setkáváme s cestujícími, jejichž cesty jsou delší než 24 hodin a na své cestě přenocují, tyto osoby se stávají turisty. Turista se dále rozlišuje na turistu v mezinárodním cestovním ruchu, tím je osoba, která cestuje v jiné zemi, než se nachází její trvalé bydliště a setrvává zde minimálně s jedním přenocováním, avšak na daném místě se nezdrží déle než jeden rok. Turista v domácím cestovním ruchu, je ten, který cestuje na domácím prostředí, avšak mimo místo svého trvalého bydliště a přenocuje alespoň jednou, ale nezdržuje se v místě déle než šest měsíců. [2][7]

Dále je nutné vymezit termín rezident. Pod tímto názvem se skrývají stálí obyvatelé.

Dalším důležitým pojmem, se kterým se v cestovním ruchu setkáváme, je označení objekt cestovního ruchu. Objektem se mohou stát hmotné i nehmotné statky, které jsou

předmětem koupě a prodeje. Objektem se může stát cílové místo, podniky, instituce, destinace a produkty, ve své podstatě vše, co do cestovního ruchu přímo či nepřímo zasahuje. Jde tedy o vše, co se může stát cílem změny, či motivací účastníka k cestě. Nejčastěji se objektem stávají atraktivity, které jsou rozhodující a neoddělitelnou součástí cestovního ruchu. Mezi atraktivity můžeme řadit například moře, hory a podobné aspekty, kvůli kterým lidé volí danou destinaci. Význam služeb v cestovním ruchu bude vysvětlen v kapitole služby cestovního ruchu (kap. 1.3.). Objekt cestovního ruchu je tvořen dvěma základními skupinami nabídky. První skupinu tvoří primární nabídka, která je tvořena přírodním, kulturně-historickým a kulturně-společenským potencionálem míst. Druhou skupinou je sekundární nabídka, která je tvořena především infrastrukturou cestovního ruchu. [2][7][17]

1.2 Produkt CR

Podle Páskové a Zelenky (2012) je produkt cestovního ruchu definován jako „*souhrn veškeré nabídky soukromého či veřejného subjektu podnikajícího v cestovním ruchu, nebo cestovní ruch koordinujícího,*“ avšak jak je zvykem, každý autor uvádí definice jedinečným a specifickým způsobem. [7]

Produkt cestovního ruchu tedy představuje veškeré zboží a služby, které jsou nabízeny kupujícím za určitou cenu. Z pohledu účastníka je produktem vše, co si po realizaci své cesty mohou odnést do místa svého bydliště, tím se rozumí hmotné statky a také nehmotné, jako je splnění tužeb, získané zkušenosti, zážitky a podobně. Jak zmiňuje česká centrála cestovního ruchu CzechTourism, je u cestovního ruchu typické, že produkt je exaktně definovaný jako balíček služeb a je konečnému spotřebiteli distribuován prostřednictvím organizovaného prodeje v systému cestovních kanceláří. Je nutné tedy zdůraznit, že produkt cestovního ruchu je velmi jedinečný svou komplexností. Produktem se může stát cokoliv, co je na trhu nabízeno a disponuje možností uspokojit potřeby účastníků. [7][16][20]

Do produktu je často zařazována i lokalita (destinace) a to kvůli výše zmíněnému primárnímu potenciálu. Lokalita dokáže vyvolat potřebu návštěvníka poznat ji a tím vyvolává potřebu místo navštívit, čímž se stává předmětem a cílem cest. [2][16]

Produkt je pro jeho správné a úplné chápání nutné rozdělit na jednotlivé úrovně. Toto rozdělení je používáno nejčastěji při tvorbě produktu cestovního ruchu:

- **Jádro produktu** je často označováno jako všeobecný produkt či základní služba. Jádro produktu by mělo obsahovat a splňovat důvod k nákupu a uspokojit zákaznickou potřebu. Jádrem produktu dopravy lze označit fyzické přemístění na určité místo. Tato přeprava se stane základem z důvodu zákaznické potřeby dostat se do cílové destinace, kde dojde k naplňování jeho potřeb a přání. Jádro u služeb se značně liší od jádra u fyzického zboží, jelikož základní hodnota hmotného statku vzniká v továrně při jeho tvorbě a hodnota služby vzniká až při interakci prodávajícího s kupujícím. [2][7]
- **Reálný produkt** neboli očekávaný produkt, je takový, který skutečně naplní zákaznickou představu a očekávání, ukojí jeho potřeby. Jde o základní produkt (jádro) doplněný o podpůrné, doplňující a vylepšující aspekty, často hmatatelné, obdržené služby. Pokud se budeme držet již zmíněné dopravy, zde by reálným produktem bylo pohodlné místo na sezení pro zákazníka. Pokud bude zákazník uspokojen kvalitou sezení, jeho potřeba bude uspokojena dříve, než se do cílové destinace dostane. Tato úroveň produktu tedy přináší zákazníkovi jak základní užitek, ale také i splnění očekávání, které se u zákazníka vytvořilo při koupi a předběžné představě o zakoupené službě. Jak fyzické produkty, tak služby mohou svou hodnotu zvýšit pomocí značky, atmosféry, kvality a dalších podobných aspektů.[2][7]
- **Rozšířený produkt**, nebo také označován jako širší produkt, je od předchozí úrovně doplněn o dodatečný užitek (zážitek). Tím se rozumí přidaná hodnota, která zákazníka přesvědčí o budoucí opakované koupi, čím se odliší od konkurence. Často je v této spojitosti hovořeno o technické kvalitě produktu, která odpovídá produktu předchozí úrovně (tedy o reálném produktu) a také o kvalitě funkční, kterou představuje způsob provedení služby (obdržení zákazníkem). Cílem je překonávat zákaznické představy i očekávání. Příkladem zde může být občerstvení zdarma při nástupu do dopravního prostředku. Zákazník je tímto drobným doplňkem uchvácen a je ochoten pominout menší nedostatky, které by při nulové přidané hodnotě vnímal razantněji. Na této úrovni se tedy podílejí i samotní zákazníci, kteří dovytvářejí přítomnou atmosféru a její pomocí mohou ovlivnit image poskytované služby a jejího prodejce. [2][7]

- **Potenciální produkt** neboli budoucí možný produkt. Tato úroveň bere v potaz produkty, které v budoucnu současné produkty nahradí. Důvodem je přesycenost trhu a vysoké konkurenční prostředí, které se neustále vytváří a mění. Z těchto důvodů je v současnosti nezbytnost produkty a služby neustále inovovat a přemýšlet o jejich možných posunech směrem vpřed. Hlavním cílem je zvýšení přidané hodnoty a posílení postoje na trhu. Produkty, které nejsou inovovány, jsou zákazníci vnímány jako nezajímavé a zastaralé. V případě dopravy by se mohla stát potencionálním produktem jak pohodlná sedačka a prostor pro zavazadlo, tak drobné občerstvení v rámci jízdenky, tak například voucher na další jízdu, nebo možnost koupit druhou jízdenku za zvýhodněnou cenu, či jiné podobné zvýhodnění. Jak vyplývá z předešlého textu, ani tento druh přidané hodnoty by nedostačoval navždy a bylo by nutné ho dále vyvíjet a inovovat. Úspěšné firmy dnešní doby se snaží zákazníka takto neustále překvapovat a překonávat samy sebe při naplňování jeho přání, potřeb a očekávání. [2][7]

1.3 Služby CR

Podle Kotlera (1994) „*je službou jakákoliv činnost nebo prospěch, které jedna strana může nabídnout druhé a které jsou v podstatě nehmotné a nevytvářejí vlastnictví čehokoliv. Její produkce se může nebo nemusí vázat k fyzickému produktu.*“ Službami v cestovním ruchu se rozumí ekonomické statky a činnosti povětšinou nehmotného charakteru, jejichž výsledkem je užitný efekt. Užitný efekt může být individuální, a to jako součástí cíle. Cílem je stát se účastníkem cestovního ruchu. Užitný efekt může mít formy různorodého charakteru, a to podle druhu účasti (tedy dle cíle) na cestovním ruchu. Tento efekt může být individuální, obvykle je součástí cíle, tím je stát se účastníkem cestovního ruchu, formy takového efektu jsou různorodého charakteru, a to podle zvoleného druhu účasti na cestovním ruchu. Tyto formy budou podrobně představeny v následující podkapitole (kap. 1.3.1), může se jednat například: o rekreační, zdravotní, kulturní nebo společenské formy. Druhým typem efektu může být efekt takzvaně společenský, který zpravidla podmiňuje a umožňuje dosažení individuálního efektu. Pod tímto pojmem si tedy můžeme představit například služby související se základními potřebami, nebo službami, které souvisejí s udržováním čistoty, hygieny veřejného prostranství a podobně. [12][16][20]

Na rozdíl od fyzického produktu mají služby určité znaky a obecné předpoklady. Služby mají také určitou strukturu, díky které uspokojují potřeby účastníků. Potřeby zákazníků je možné rozdělit do dvou základních skupin, díky čemuž je možné odhalit potenciál nabízené služby. Jednak se jedná o skupinu primárních potřeb, které reprezentují cílové potřeby účastníků cestovního ruchu. Příkladem může být při účasti na sportovním cestovním ruchu možnost sportovního vyžití pro zákazníka. Tato skupina potřeb naplňuje smysl a cíl cesty. Druhou skupinou jsou sekundární potřeby zákazníka, také označované jako realizační. Tyto potřeby podmiňují spokojenost a ukojenost potřeb zákazníka. Zde si jako příklad můžeme představit potřebu se přepravit z letiště do rekreačního prostoru, potřebu zajistit místo ke stravování a další možné. [12][16]

1.3.1 Podstata a zvláštnost služeb CR

Z výše uvedeného textu vyplývá, že služby cestovního ruchu jsou specifické ve své návaznosti a závislosti jedné na druhé, a to z důvodu pobytu mimo místo trvalého bydliště, protože je zákazník nucen si kromě každodenních existenčních potřeb uspokojit také další potřeby, které jsou vyvolány rekreačními aktivitami v cílové destinaci, tím se může stát potřeba se opalovat, plavat, lyžovat, podstoupit lázeňské procedury a podobně. Specifičnost služeb cestovního ruchu se také projevuje na jejich vlastnostech. Stejně jako služby v ostatních oborech, se služby cestovního ruchu vyznačují svou nehmotností a nehmotností, neoddělitelností, různorodostí, proměnlivostí, pomíjivostí a absencí vlastnictví. Leč služby v cestovním ruchu mají i další specifické vlastnosti a těmi jsou:

- silná sezónnost, která se projevuje především rozdílnou poptávkou během letní a zimní sezóny,
- vázanost služeb na čas a místo,
- různorodost, kterou představuje velké množství kombinací a na trhu je nabízeno množství různých služeb a jejich kvality pro různé cílové skupiny,
- poskytování služeb obvykle probíhá jako komplex, typickým příkladem jsou zájezdy,
- nezbytnost účasti zprostředkovatele služeb,
- velký význam „ústní reklamy,“ potencionální zákazníci vnímají reference okolí.[2][16][24]

Služby cestovního ruchu je možné rozdělit na služby základní a doplňkové, k tomuto rozdělení dochází především kvůli jejich významu ve spotřebě účastníků cestovního ruchu. Mezi základní služby řadíme ty služby, které účastníkům umožňují přemístění z místa trvalého bydliště do rekreačních prostorů a také zpět domů. Do této skupiny služeb také řadíme služby spojené s pobytem. Jedná se tedy především o služby dopravní, ubytovací a stravovací. Dopravní služby umožňují přepravu klientů (účastníků) mezi jejich trvalým bydlištěm (domovem), mezi místy cestovního ruchu, které jsou předmětem jejich návštěvy a také přepravu v destinaci. Součástí dopravních služeb jsou také doprovodné služby, které s dopravou nevylučně souvisí. Například služby spojené s poskytováním informací o dopravě, rezervační servery umožňující nákup jízdenek apod. Ubytovací služby jsou spojeny s pobytoým hlediskem. Zajišťují vše po stránce přenocování účastníků. Tyto služby jsou významným předpokladem vzniku a rozvoje především u dlouhodobého cestovního ruchu. Do této skupiny služeb opět patří i služby, které s ubytováním souvisí. Příklady by byly podobné jako u služeb dopravních, tedy např. služby související s poskytováním informací, prodej určitého zboží a další doprovodné služby. Poslední skupinou základních služeb jsou služby stravovací. Stravovací služby mají na starost zabezpečit a uspokojit základní potřeby potravy účastníků. Stejně jako u služeb předchozích, jsou doplňkové služby z ohledu stravování součástí této skupiny. [12]

Služby v cestovním ruchu označované jako doplňkové, jsou také označovány jako služby komplementární. Pod tímto pojmem se rozumí služby, které jsou spojené s využíváním atraktivit a vlastností, které jsou charakteristické pro daný rekreační prostor. Mezi tyto služby je možné řadit celé spektrum služeb a literatura se na těchto službách jen částečně shoduje. Tyto služby je možné dále třídit na služby věcné a osobní. Osobní službou se může stát jakákoliv služba, která přímo při její realizaci uspokojí potřebu jednotlivce. Příkladem může být odnos zavazadel účastníka. Mezi věcné služby poté řadíme veškeré služby, které uspokojují potřeby zákazníků prostřednictvím hmotných statků, například servis sportovního vybavení. Mezi doplňkové služby tedy můžeme řadit:

- služby zprostředkovatelské, které souvisejí s obstaráváním, organizováním a zabezpečováním činností, které umožňují účast na cestovním ruchu,

- lázeňské služby, mezi tyto služby patří celý komplex služeb související s lázeňskou léčbou a pobytem v lázeňském zařízení,
- kongresové služby, zde se jedná především o služby spojené s organizováním vlastních kongresových akcí a jejich programů,
- průvodcovské služby jsou poskytovány skrze průvodce cestovního ruchu, kteří doprovázejí skupiny účastníků (popřípadě jednotlivce) a poskytuje jim určité služby,
- společensko-kulturní služby uspokojují potřeby zákazníků spojené se společenskými a kulturními akcemi,
- sportovně-rekreační služby jsou často považovány za jedny z nejdůležitějších a nejvýznamnějších doplňkových služeb. Umožňují účastníkům aktivní využití předpokladů destinace (přírodní i uměle vytvořené),
- animační služby, tyto služby budou detailně popsány v kapitole 2,
- služby směnářské
- pojistné,
- služby obchodu.[12][16][17]

2 Animace v cestovním ruchu

Animace ve spojení s cestovním ruchem je turistickou službou. Jde o doplňkovou službu, která zajišťuje účastníkům cestovního ruchu možnost se účastnit na dobrovolných, zájmových činnostech. Všechny tyto činnosti jsou vázány na volný čas. S pojmem animace se pojí oživení či zatraktivnění, tedy aktivní využívání volného času, nebo organizování a uskutečňování různých zábavných aktivit. Animaci lze chápat také jako animativní péči, která se snaží uspokojit potřeby účastníků. Tato péče zahrnuje základní aspekty animace, kterými jsou:

- animace v turismu je servis pro zákazníky (hosty střediska),
- animace v turismu jsou centrální služby (fungují v rámci jednoho střediska),
- cílem animace v turismu je spokojený host (již zmíněné uspokojování potřeb). [3][5][15]

Základem animace je již zmíněná aktivní účast na společenských akcích zájmových skupin a jejich cílem je zintenzivnění zážitků a rozptýlení ve volném čase. Animace je také chápána jako služba, která vyžaduje organizační, personální, materiálně-technické a ekonomické zabezpečení tak, aby se tato služba mohla stát složkou v nabídce, a to především v nabídce ubytovacích zařízení, organizátorů cestovních zájezdů i středisek cestovního ruchu, které díky této službě mohou na trhu získat konkurenční výhodu. Dle Orišky (2003) je možné definovat animaci v cestovním ruchu jako „*stimul pro tělo a mysl a také při hledání sociální aktivity. Pokud tyto podněty pocházejí ze strany animátorů, hovoříme primárně o personální animaci. Sekundární animací se poté označuje animace s využitím různých médií, např. vnímané zrakem (plakáty), sluchem (rozhovory, hudba z terasy), čichem (vůně slané vody), chutí (požitek z konzumace národních pokrmů) a také hmatem (nechat se omývat mořskými vlnami)*.“ Z této definice tedy vyplývá, že animace je velmi přítomna při účasti na cestovním ruchu, obzvláště pokud se jedná o zájezd v přímořských destinacích. Úspěch animace se odvíjí od stupně uspokojení potřeb a požadavků zákazníka. Jde o splnění záměru účasti na cestovním ruchu, tedy o uvolnění, zregenerování a podobně. Nabídku animační činnosti je možné rozdělit do několika základních skupin, které obsahují základní složky animace. Do základních složek patří zážitek, hra a dobrodružství. [3][15][16]

Mezi základní skupiny činností patří:

Pohybové a sportovní činnosti

Tato kategorie činností má velký význam ve využití volného času. Tyto činnosti jsou vykonávány především kvůli radosti z pohybu, ze hry, z kontaktu s jinými lidmi a také ze změny a zážitku z úspěchu, který je spojen s výhrou.[3][5][15]

Společenské a zábavní činnosti

Především se jedná o činnosti, které souvisejí se stykem s lidmi, bývají také označovány jako činnosti soudržnosti. Toto konání je sociální forma chování člověka ve volném čase. Společenská zábava vyžaduje od účastníka určitou dobrovolnou aktivní účast a spolupráci, jde o zvláštní formu kulturního odpočinku. Činnosti, které spadají do této skupiny, vyžadují určitou míru organizovanosti a připravenosti, jde totiž o společenské akce, které animátoři připravují. [3][5][15]

Tvořivé činnosti

Činnosti zaměřené na tvořivost nejsou na rozdíl od dalších skupin činností příliš produktivní, avšak tyto aktivity jsou zaměřené na fantazii, originalitě a spontánnosti účastníků. Do této skupiny činností řadíme činnosti volné tvořivosti, činnosti písemného či hereckého projevu či různé rukodělné práce. [3][5][15]

Vzdělávací a poznávací činnosti a činnosti objevování

Činnosti, které se dají zařadit do této skupiny, jsou vykonávány většinou lidí na dovolené, jelikož mezi hlavní důvody, proč lidé vyhledávají dovolené, patří zvědavost a touha po poznání nových věcí. Pomocí těchto činností hosté získávají zážitky, a to nejen skrze poznávání umění a kulturu navštívené země, ale také skrze uvolnění a vnímání přírodních krás. [3][5][15]

Dobrodružné činnosti

Pod tímto pojmem je možné si představit například přenocování (kempování) v přírodě, stravování mimo ubytovací středisko a také různé druhy dobrodružných sportů. Dobrodružné činnosti jsou ovlivněny fantazií a zkušeností animátora a na podmínkách okolí. [3][5][15]

Meditativní činnosti

Hlavním cílem těchto činností je jednoznačně uvolnění emocí a nastavení pozitivní psychické stránky. K této skupině činností patří cvičení jógy, vycházky do okolní přírody, kreativní činnosti a další činnosti, které jsou klidné a relaxační. Animátor, který za tyto činnosti odpovídá, by měl vyhledat tiché a klidné prostředí pro tento druh aktivit. [3][5][15]

Činnosti pro děti a mládež

Animace pro skupinu dětí a mládež je bezpochyby nejtěžší oblastí animačních činností. U těchto činností je důležité mít program přesně naplánovaný a zabezpečený. Důležitost přípravy je u činností pro děti opravdovou nezbytností, a to z toho důvodu, že děti se mohou začít velmi rychle nudit a také rychle ztrácejí zájem, který je později velmi těžké probudit. Aktivity musí děti vnímat jako zábavu, a nikoliv jako povinnost. U animačních programů pro děti je také nutné, aby zde bylo přítomno více animátorů, kvůli zabezpečení bezpečnosti a možnosti věnovat pozornost každému dítěti.

Činnosti animačního týmu se dají rozdělit dle časového hlediska a také z hlediska věku účastníků. Jak již bylo naznačeno na začátku druhé kapitoly, animační činnosti se rozdělují dle svého druhu (sportovní, tvůrčí apod.) a také jsou děleny právě z hlediska věku. Toto hledisko bylo okrajově zmíněno výše, kde činnosti pro děti a mládež tvořily samostatnou skupinu. V praxi je možné se setkat s tím, že děti a dospívající nemají umožněno se zapojit do některých aktivit určených pro dospělé. Jako příklad je možné uvést účast dětí na sportovních aktivitách pro dospělé (fotbal, volejbal apod.) a to z důvodu rizika zranění. Tento nepsaný zákaz mají na starost dodržovat samotní animátoři. Jejich úkolem je tedy dítěti (či dospívajícímu, popřípadě jeho rodiči) vysvětlit riziko a doporučit mu aktivitu vhodnou jeho věku. [3][5][15]

Animační činnosti je možné také rozdělit dle jiných kritérií. Často se podle druhů činností vytvářejí skupiny animátorů v rámci jednoho animačního týmu, který bude podrobně představen v podkapitole 2.3. Dle Fišerové se dají rozlišit tři základní typy animačních služeb (činností). Mezi tyto tři skupiny patří skupina animace zábavné, sportovní a dětské. Do zábavné animace patří služby animátorů, kteří jsou stále v blízkém kontaktu s hosty a jejich hlavním úkolem je rozptýlení, povzbuzení a zapojení účastníků do vzájemné komunikace. Animátoři pro ně organizují různé večírky, společenské hry a jiné podobné

aktivity. Sportovní animací se rozumí například sportovní výukové lekce, kde se mimo jiné snaží vytvářet nové mezilidské vztahy ve skupině. Tyto činnosti vykonávají sportovní animátoři, kteří směřují svoji pozornost na menší skupiny hostů, kteří se sportovních aktivit účastní. Posledním základním typem animace je dětská animace. Zde svoje kompetence vykonávají dětské animátoři. Tento typ animace se dále všeobecně dělí, a to podle věku dětí. Například agentura Remarc international dělí dětskou animaci na „Remi kids world,“ skupina pro děti od třech do dvanácti let a na „Teen-age Animation“ vytvořená pro děti od dvanácti do osmnácti let. [3][5][23]

2.1 Vznik a vývoj

Vznik animace se často přiřazuje k 50. létům minulého století, kdy se cestovní ruch začal měnit a rozvíjet. Lidé začali více cestovat a cítit potřebu poznávat nová místa. Díky těmto změnám se do cestovního ruchu zapojovalo více lidí, tento fakt vedl k nutnému rozvoji cestovního ruchu. [5][15]

S rozvojem cestovního ruchu souvisí také potřeba stále větších ubytovacích zařízení. Kvůli navyšování kapacity ubytovacích zařízení docházelo postupně k tomu, že hoteliérova možnost navázat kontakt s hostem se snižovala. Tato skutečnost se stala podnětem k obohacení základních služeb cestovního ruchu. S doplňkovými službami vznikala i animace, jejíž vznik je vázán na vznik klubového cestovního ruchu. [3][5][15]

Základem klubového cestovního ruchu je myšlenka poskytovat nejen základní služby (ubytovací a stravovací), ale také již zmíněné doplňkové služby, mezi které patří právě animace volného času. Tento druh cestovního ruchu je spojen s klubovými zařízeními neboli s kluby (klubovými hotely, osadami aj.), které jsou budovány v atraktivních střediscích cestovního ruchu, např. u moře či na horách. Tyto zájezdy jsou výjimečné v tom, že se jedná o poměrně dlouhodobější pobyty, které mohou trvat až tři týdny. V klubech se nachází velké množství ubytovacích kapacit, variace restaurací, bary, bazény, amfiteátr, sportovní sály a střediska, množství hřišť, diskotéky nebo obchody. Jedná se o tzv. koncept dovolené „all inclusive,“ tento výraz lze přeložit také jako „zahrnuto v ceně.“ Účastníci klubového cestovního ruchu uspokojují veškeré své touhy a potřeby v klubu, který často připomíná malou vesničku, kterou hosté příliš neopouštějí.[3][15][16]

Z tohoto důvodu je význam animace v klubových resortech nepopíratelně velký a stále se zvětšuje. V těchto resortech působí pracovníci klubového zařízení a také animační tým. Tyto skupiny musí velmi úzce spolupracovat a navzájem si pomáhat. V některých hotelových resortech se tyto skupiny ani nerozlišují a označují se jen jako animační tým. Animátoři poté vytvářejí program, který zajišťuje hostům bezstarostnou a uvolněnou atmosféru a zajištěné organizované aktivity, které stále více přicházejí do obliby. Je nutné také zmínit, že animátoři se nesnaží hosty držet pouze v prostředí hotelového resortu, ale jejich cílem je přiblížit klientům okolí a hostitelskou krajinu, tradice, typické znaky tamější kultury atd. [3][5][15]

V posledním desetiletí se tento druh cestovního ruchu začíná postupně rozvíjet i na území České a Slovenské republiky. Česká republika nabízí účastníkům cestovního ruchu několik resortů, které poskytují široké spektrum služeb, a to i animačních. Tomuto fenoménu se přizpůsobují i cestovní kanceláře, které se snaží zajistit animační program v mateřském jazyce. Pro řadu klientů je tato možnost důležitou součástí nabídky zájezdů a stávají se také často rozhodujícím faktorem při výběru zájezdu. Poskytování animačních služeb dokáže také klienta podnítit k opakovanému využití služeb dané cestovní kanceláře. Na tuzemském trhu tyto služby poskytují cestovní kanceláře jako je Eximtours, Alexandrie, Čedok, Bluestyle, Fischer a mnoho dalších.[3][10][15]

2.2 Osobnost animátora

Animátor je v první řadě člověk, kterého je možné označit za specialistu na práci s lidmi. Jde o pracovníky cestovních kanceláří, specializovaných agentur, rekreačních středisek či osoby pracující samostatně. Jejím hlavním úkolem je již mnohokrát zmiňované uspokojení potřeb zákazníka, snaží se tedy zpříjemnit hostův pobyt natolik, aby se hosté navraceli z dovolené uspokojení a plní nových zážitků. Animátoři, těchto cílů nabývají pomocí organizování bohatých programů s činnostmi, které byly popsány v předchozí kapitole (kap. 2), které probíhají po dobu celého dne. [3][5][16]

Kvalitní animátor je předpokladem pro kvalitní naplnění animačních služeb. Tato profese zdánlivě vypadá jako snadná, ale rozhodně by se řadila k profesím náročným a to jak, po fyzické stránce, tak i po stránce psychické. Animátoři jsou často rozdělováni podle své specializace, které se věnují např. sport, fitness, tanec či práce s dětmi. Složení animačního týmu a kompetence jednotlivých animátorů bude vysvětlena v následující

kapitole (2.3.). Práce animátora vyžaduje plnoletost, je tedy pro osoby starší osmnácti let a nejčastěji hraničním věkem pro animátora je 26 let, starší lidé bez zkušeností pro zaměstnavatele ztrácejí atraktivitu. Vedoucí animačních týmů jsou většinou přijímáni ve věku 28–35 let. Tyto věkové hranice jsou stanoveny zaměstnavateli jednotlivě, je proto možné se v praxi setkat i s animátory vyššího věku. Pracovníci v animačních službách musí disponovat dobrým zdravotním stavem, pokud by měli nějaké omezení, je nutné to ohlásit při výběrovém řízení a také se od animátorů vyžaduje přiměřené vzdělání a praktické zkušenosti. Nutnost odborného či vyššího vzdělání je opět stanovováno jednotlivými zaměstnavateli, avšak je zde všudypřítomná nutnost znalosti jazyka (především anglického). Dostupná literatura také často zmiňuje nutnost ukončeného středoškolského vzdělání, zakončené maturitní zkouškou. Vítané je vzdělání vysokoškolského odborného, či univerzitního typu. Zkušené animátory mají často vícenásobnou kvalifikaci, získanou při práci animátora či mimo ni (získávání odborných certifikátů). Každý správný animátor by měl disponovat následujícími osobnostními vlastnostmi:

- přátelskost, srdečnost, empatie;
- komunikativnost;
- schopnost navázat kontakty;
- zdvořilé chování a sympatické vystupování;
- smysl pro humor;
- dochvilnost, trpělivost a zodpovědnost;
- energičnost a kreativnost;
- kladný vztah k dětem, sportu či tanci.

Tyto vyjmenované vlastnosti potvrzují úvodní větu této kapitoly a to, že animátor je specialista a profesionál v oboru práce s lidmi. Kromě osobních vlastností jsou také další požadavky, které by měl animátor ovládat. Tyto požadavky zahrnují vše, co je při plnění profese animátora nutné. [3][5][10][15]

Mezi tyto profesní požadavky na práci animátora patří další široká řada dovedností, bez kterých se pracovník neobejde. To znamená, že správný animátor by neměl mít problém s následujícími úlohami:

- sportovec, herec, tanečník;

- učitel a výchovný poradce;
- moderátor, instruktor;
- organizátor;
- tlumočník a znalec okolní krajiny. [10][15]

Pokud pracovník má veškeré výše zmíněné osobní vlastnosti a profesní požadavky, vytváří „dokonalou“ osobnost animátora a má plné předpoklady pro to, aby se stal úspěšným pracovníkem v animačních službách. Není nutností splňovat veškeré předpoklady, ale je velmi důležité, aby pracovníci o těchto požadavcích věděli a snažili se jim přiblížit. Jelikož se animace v cestovním ruchu neustále vyvíjí, postupem času se mezi animátory začalo dodržovat tzv. animátorské desatero, které představuje a zahrnuje zásady správného chování animátora.

1. Být vždy přesný a dochvilný při začátku jednotlivých animačních aktivit. Na místě buď radši o 5 minut dříve, než o 2 minuty později.
2. Pro osobnější přístup je důležité si pomatovat jména hostů.
3. Bez hostů by animace neměla význam, proto se k nim chovej vždy slušně a s úctou.
4. S hosty se nehádej, nevystupuj podrážděně a nepoužívej vulgární výrazy.
5. K svým kolegům se chovej jako k hostům.
6. Nikdy nekuř cigarety a nepij alkohol před hostem, především ne před dětmi. Alkohol je přípustný pouze s mírou a na pozvání od hosta.
7. Nemluv o interních záležitostech fungování hotelu a animačního týmu.
8. Dbej na slušné chování v miniklubu, protože děti přesně kopírují chování svého vzoru.
9. Vždy dodrž, co slíbíš hostům. Radši slib méně a splň více.
10. Respektuj zvyky, kulturu a tradice dané země. [10]

2.3 Animační tým

Animační tým tvoří jednotliví animátoři, kteří spolupracují v rámci jednoho hotelového komplexu. Nejčastěji je animační tým tvořen třemi skupinami animátorů. Těmi jsou:

- Stálí animátoři – to jsou lidé, kteří v hotelu či středisku pracují minimálně jednu sezonu, která může trvat mezi 4-12 měsíci. [5][15]

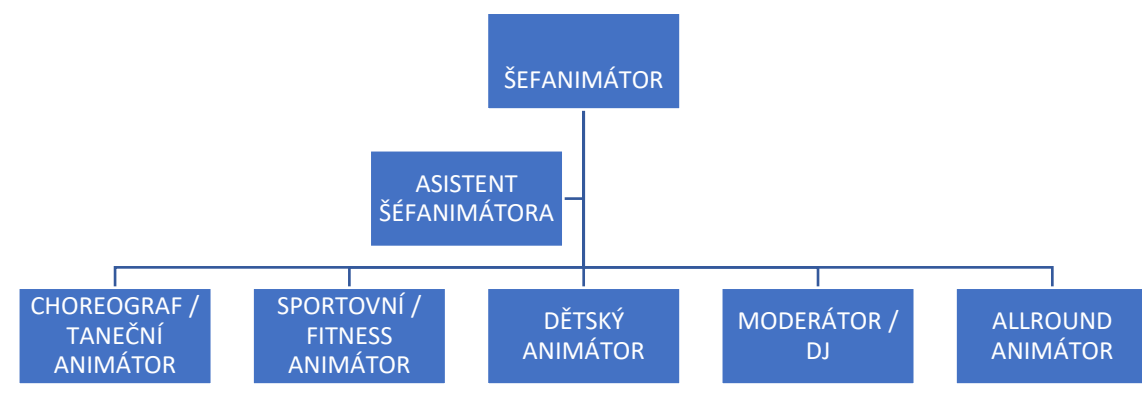
- Dočasní (pomocní) animátoři – jejich animační sezona je kratší a nejčastěji se odehrává v období letních prázdnin, kdy přibývá účastníků cestovního ruchu. Jde často o animátory, kteří nemají žádné, pouze okrajové animační zkušenosti. Tyto animátory často najímají cestovní kanceláře, čímž jak bylo zmíněno, mají možnost poskytnout svým klientům nadstandardní službu a získat konkurenční výhodu. [5][15]
- Hostující animátoři – tuto skupinu animátorů tvoří především krátkodobě působící zaměstnanci. Obyčejně hostují v animačním týmu profesionální umělci či sportovci. Ti v animačním týmu působí 1 až 2 týdny. Hlavním cílem je zatraktivnit pobyt hostů svou přítomností, či pomoci při zaškolování nových animátorů.[5][15]

Jak bylo naznačeno při členění činností v úvodu této kapitoly, animační program v hotelových resortech probíhá prakticky celý den. Z tohoto důvodu v rámci větších hotelových komplexů fungují dva animační týmy. Jeden z těchto týmů se stará a zodpovídá za denní animaci a druhý má na starost animaci večerní. Opět je nutné dodat, že v praxi je běžné, že denní animátoři organizují i večerní aktivity a představení. [3][5]

Úlohou denního týmu je organizovat aktivity pro děti i dospělé v průběhu celého dne, tyto aktivity již byly představeny u definice animace v cestovním ruchu. Tým denních animátorů se skládá z 2 až 20 lidí, kteří mají rozdělené úlohy během dne. Na následujícím obrázku č. 1 je nastíněna hierarchie animačního týmu. Z obrázku vyplívá jednotlivé postavení animátorů, které se odvíjí také na finančním ohodnocení. [15]

Nyní budou představeny jednotlivé pozice v rámci animačního týmu:

Obrázek 1: Hierarchie animačního týmu



Zdroj: vlastní zpracování, 2020.

- Šéfanimátor neboli *Leader*, je většinou nejzkušenější animátor z celého týmu a zodpovídá za organizaci animačních aktivit. Zodpovídá za interpretaci i technické provedení animačních aktivit. Mezi základní vlastnosti ideálního šéfa patří fantazie, kreativita, přirozené vůdcovství, empatie či nadprůměrné organizační schopnosti. Jak již bylo zmíněno, jde povětšinou o animátory ve věku 28 až 35 let. Je to vedoucí celého týmu a jeho rozhodnutí samotní členové týmu musí respektovat. Všichni členové týmu, včetně asistenta jsou šéfanimátorovi podřízeni. [10]
- Asistent šéfanimátora, je pozice uplatňovaná pouze ve větších animačních týmech. Tato osoba je pravou rukou vedoucího, často má na starost vedení v nepřítomnosti šéfa. Asistent je přímo podřízen šéfanimátorovi a v jeho přítomnosti nikomu nevelí. Strukturově jsou mu však běžní animátoři (sportovní, fitness apod.) podřízeni. Většinou se jedná opět o zkušeného animátora, v praxi je běžné, že jde o partnera vedoucího týmu. [10]
- Choreograf – taneční animátor. Tuto činnost nejčastěji vykonává právě šéfanimátor či jeho asistent, avšak může jít o specialistu, který se věnuje pouze vytváření choreografií na večerní show (může se tedy řadit i do večerního týmu). [10]
- Sportovní – fitness animátoři, jsou zodpovědní za sportovní aktivity pro dospělé po čas celého dne. Nejčastěji tyto funkce obsazují lidé, kteří se věnují sportu i mimo animaci. Sportovní a fitness animaci může vykonávat jeden, ale i více lidí. Jejich počet se odráží v počtu a náročnosti aktivit. Tito animátoři musí dokonale ovládat pravidla jednotlivých her a sportů. Úspěch v těchto aktivitách závisí především na organizační schopnosti animátora a jeho schopnosti získat si lidi. [10]
- Dětský animátor, je člověk zodpovědný za animační aktivity pro děti a za prostory, kde se aktivity konají (dětský klub). Je potřebné, aby animátoři, kteří pracují s dětmi, k nim měli kladný vztah a byli vyzbrojeni velkou dávkou trpělivosti. Animátoři pro děti jsou v praxi nejčetnější skupinou týmu, avšak opět záleží na velikosti komplexu. Pro mnohé hotelové komplexy je právě práce s dětmi prioritou. [10]
- Moderátor a DJ je animátor, který se stará o techniku a hudbu v čase aktivit i v čase večerního programu. Je také běžné, že v průběhu dne se tento animátor zapojuje mezi sportovní animátory. [10]

- Allround animátor, je poslední článek běžného animačního týmu. Tento člověk je týmovým univerzálem. Jde tedy o animátora, který má zkušenosti či schopnosti nahradit nebo zaskočit za svého kolegu, pokud je potřeba. V čase, kdy nevykonává aktivity či povinnosti jiných animátorů, věnuje se především hostům. Jeho náplní práce je tedy být s hosty v kontaktu po celý den. [10]

Druhým týmem je pak večerní tým (showteam). Doménou těchto animátorů je perfektní příprava a provedení večerního programu. Tento program zahrnuje diskotéku pro děti, večerní show a také kontakt s hosty. Pod pojmem večerní show je možné si představit řadu vystoupení (taneční vystoupení, komediální vystoupení apod.), diskotéku, různé soutěže či dokonce večerní sportovní turnaje. [10][15]

2.4 Personální zajištění animátorů

Požadavky na vlastnosti a dovednosti animátora již byly nastíněny v předchozí kapitole. Z uvedených požadavků na osobnost animátora jednoznačně vyplývá, že tato práce není jednoduchá a není vhodná pro každého. Každé zařízení v cestovním ruchu, které poskytuje animační služby, se soustředí na kvalitu a úroveň poskytování těchto služeb. Požadovanou úroveň a důležitost animačních služeb si určuje každý resort sám. Z tohoto důvodu si zaměstnavatelé také stanovují vlastní podmínky týkající se požadavků na animátory, způsobu přijetí do pracovního poměru, podmínky pro vykonávání práce, odměňování apod. [10][15]

Ať animátoři vystupují jako zaměstnanci hotelu, animačních agentur (pověštinou zahraničních), či cestovních kanceláří, vždy musí být zabezpečena dokonalá příprava samotného animátora před nástupem do práce. Právě z tohoto důvodu je kladen důraz na důkladný a precizní výběr animátorů pro potřeby zaměstnavatele. Většina přímořských hotelových resortů nechává tuto zodpovědnost (výběr personálu) na odborných a specializovaných agenturách, které se věnují animačním službám. Úlohou těchto agentur je pro partnerský hotel, či cestovní kancelář najít vhodné zaměstnance. [10][15]

Výběrový proces se často liší v jeho náročnosti. Především v porovnání výběrových procesů specializovaných agentur a cestovních kanceláří. Tento proces začíná konkurzem, kde dojde k osobnímu rozhovoru s potenciálním kandidátem. V průběhu celého konkurzu jsou prověřovány komunikační a jazykové schopnosti, postoj ke sportu, k dětem či tanci. Odborníci z agentur, kteří se zúčastňují konkurzů, jsou schopni na první

pohled odhadnout kvality a potenciál daného uchazeče. U cestovních kanceláří výběrové řízení probíhá jinak. Nejčastěji jsou uchazeči přijímáni po absolvování pohovoru, který se neliší od běžných pracovních pohovorů. [3][15]

Po úspěšném absolvování konkurzu jsou animátoři nuceni projít zaškolením. Problematika vzdělávání animátorů bude rozebrána v následující kapitole. [10]

3 Lidské zdroje

Dle Petera E. Druckera „*jsou lidé naším největším kapitálem*“ a z tohoto důvodu je nutné o lidský kapitál pečovat a rozvíjet jeho potenciál. Lidským kapitálem se rozumí zásoba vrozených a získaných znalostí, schopností, dovedností a talentu. Pojem lidské zdroje je českým synonymem k anglickému pojmu „human resources.“ Doslovným překladem tento termín označuje „lidské obnovitelné zdroje.“ Lidský zdroj je jedním ze základních předpokladů pro fungování jakékoliv organizace. K lidským zdrojům je nutné také zařadit i zdroje materiálové, informační a finanční. Jde tedy o lidi v pracovním procesu. Hlavním úkolem podniku je neustálé shromažďování, kombinování a využívání již zmíněných čtyř zdrojů. [1][18]

Diference mezi lidskými zdroji a lidským kapitálem je v tom, že lidský kapitál vlastní kterýkoliv jedinec bez ohledu na zařazení do pracovního procesu. Lidské zdroje tedy představují lidi, kteří jsou schopni a ochotni seberealizace v činnosti, kterou vykonávají dobrovolně (na základě vlastního rozhodnutí). Tvoří zásobu lidského potencionálu ve společnosti. Zásoba, která umožňuje vykonávat cílevědomé konání vedoucí k výrobě výstupů. Plamínek (2010) uvádí, že „*lidské zdroje nejsou lidé, ale právě ten potenciál, který lidé mají a který mohou využívat k výkonu, tedy k vykonávání práce. Lidé jsou pouhými nositeli lidských zdrojů.*“ [18][21]

3.1 Řízení lidských zdrojů

Řízení lidských zdrojů tvoří veškerou část podnikového řízení, která se zabývá člověkem v pracovním procesu. Zabývá se tedy získáním, formováním, fungováním, využitím, organizací a propojením činností lidských zdrojů, schopností a chováním v pracovním procesu. Řeší rovněž vztah pracovníka k jeho pracovní pozici, k jeho kolegům, podniku a také jeho spokojenosti z vykonávané činnosti. Zajímá se i o míru uspokojení osobního rozvoje a spokojenost s výsledky z vykonávané práce. Řízení lidských zdrojů je jedním z rozhodujících nástrojů, které napomáhají k zvyšování konkurenceschopnosti. [1][21]

Při řízení lidských zdrojů by se měl podnik soustředit především na:

- zájmy managementu;
- uplatnění takových přístupů strategie, ve kterých jsou zahrnuty lidské zdroje;

- chápání lidí jako majetku, do kterého je nutno investovat v zájmu dosahování cílů;
- poskytování přidané hodnoty za pomoci lidského faktoru, a to pomocí procesu rozvoje lidských zdrojů.

V souvislosti s řízením lidských zdrojů jde tedy o jakousi filozofii, která se týká řízení lidí uvnitř podniku a cílem je dosáhnout konkurenční výhody. Bez strategické vize podniku, které dokáží vytvořit pouze vrcholoví manažeři, se řízení lidských zdrojů stává pouze uskupením nezávislých činností, které nebudou ustálené a nebudou mít společný cíl. Vrcholový management je článek, který v podniku neustále přijímá rozhodnutí, čímž přímo ovlivňuje zaměstnance. Tato rozhodnutí se týkají směru růstu podniku, zavedení nových technologií, rozhodnutí finanční povahy, a právě i rozhodnutí týkající se řízení lidských zdrojů. Kvůli komplexnosti dopadu z různých rozhodnutí se řízení lidských zdrojů nevěnují jen personalisté, ale právě i ostatní manažeři. [1][4][22]

Jak již bylo zmíněno, hlavním cílem řízení lidských zdrojů je získání konkurenční výhody na trhu. Tohoto cíle by mělo být dosaženo prostřednictvím poskytování produktů a služeb, vysoké hodnoty, pomocí konkurenčních cen, které navazují na produktivitu a schopnost pružně inovovat. Součástí je také řízení změn na trhu a schopnost reagovat na změny ve výzkumu a vývoji. Z výše uvedeného textu vyplývá, že lidské zdroje jsou nejcennější a nejdůležitější zdroj, který má rozhodující vliv na úspěšnosti podniku vůči konkurenci. Proto je potřeba, aby lidské zdroje byly stavěny do popředí a bylo s nimi nakládáno jako s jádrem podnikového řízení. [1][18]

3.2 Rozvoj lidských zdrojů

Rozvoj lidských zdrojů, personalistika, personální řízení a mnoho dalších synonym je v literatuře i praxi používáno v souvislosti s personální prací. Z teoretického hlediska se však jedná o rozlišné věci. Jednotlivé termíny označují určité fáze a koncepce právě personální práce.

Personalistika tedy označuje práce, které jsou spojené s administrativou (správou) o zaměstnancích. Hlavním cílem je pořizování, přechovávání a aktualizování všech možných dokumentů, které se týkají zaměstnanců podniku. Tento typ práce v oblasti řízení a rozvoje lidských zdrojů se využívá dnes jen v organizacích, které uplatňují centralizovaný způsob řízení.

Personální řízení je koncepce personální práce, kde se uplatňují profesionalizované personální práce. V této oblasti se pracovníci soustředí především na vnitropodnikové problémy spojené s lidskými zdroji.

Poslední fází a nejnovější koncepcí personální práce je právě rozvoj lidských zdrojů. Rozvojem lidský zdrojů se tedy rozumí jakýkoliv proces, za jehož pomoci dochází ke zvyšování znalostí, schopností, dovedností, postojů, vlastností jednotlivců i celých týmů tak, aby tyto lidské zdroje byly schopné uspokojit potřeby podniku a zajistily konkurenční výhodu. Amstrong (2007) vidí rozvoj lidských zdrojů „*v poskytování příležitostí k učení, k rozvoji a výcviku za účelem zlepšování výkonu jednotlivce, týmu i organizace.*“

Existuje mnoho přístupů k rozvoji lidských zdrojů, v každé z nich je možné se setkat s kategoriemi změny, inovace a schopnost zaměstnanců vnímat a přijímat změny a schopnost vyhledávat pro ně možnosti aplikace. Tyto přístupy se zaměřují na lidi, které v tomto smyslu označují za cenný kapitál, do kterého je nutné investovat. [1][4][18]

3.3 Podnikové vzdělávání

Aby zaměstnanci rozvíjeli své schopnosti, je třeba podpořit tento rozvoj pomocí podnikového vzdělávání a výchovy. Tyto dva procesy spolu úzce souvisejí a navzájem se ovlivňují. [1][18]

Výchovu zaměstnanců chápeme jako proces, kdy se utváří osobnost člověka. Vzdělávání by poté představovalo proces, kde se tato osobnost pouze dotváří a rozvíjí. Oba tyto procesy představují důležitou složku činností personálního managementu organizace. Jsou nástrojem pro přizpůsobení lidských zdrojů vůči měnícím se požadavkům na pracovní činnosti, kvalifikaci či chování zaměstnanců. Toto přizpůsobení má za cíl efektivně dosáhnout vytyčených strategických cílů celého podniku. Současně jde o prostředek, kterým se podnik snaží zajistit vyšší stupeň uspokojení pracovníků při výkonu jejich činností. Z pohledu zaměstnanců jde o pocit sebeuspokojení, který je však u každého jedince značně odlišný. Diferenciace uspokojení závisí na:

- individualitě pracovníka;
- charakteru vykonávané práce;
- charakteru pracovního prostředí.

Nevyhnutelnost vzdělávání je vyvolána především změnami na trzích, které jsou způsobovány globalizačními tlaky a s tím souvisejícím vznikem nových oblastí podnikání, či rozvojem technologií, které vyvolávají nové pracovní pozice. Nové oblasti vyžadují nové vědomosti a dovednosti zaměstnanců. Podnikové vzdělávání personálu se dle Koubka (1997) zaměřuje na „*formování pracovních schopností v širším slova smyslu, tedy včetně formování sociálních vlastností potřebných při vytváření zdravých mezilidských vztahů osob, které jsou v podniku v pracovním poměru.*“ Podnikové vzdělávání má krátkodobý i dlouhodobý pozitivní vliv. Tento vliv podnik pocítí, pokud je výchova a vzdělávání blízce propojena s posláním, vizí a strategií podniku. Vzdělávání musí být také vedeno odborníky, ať interními, externími, či přímo vzdělávacími institucemi. Vzdělávání v rámci podniku je nutné pro rozvoj a je nutné ho přijímat jako nástroj implementace strategie. [4][22]

Soustavné vzdělávání zaměstnanců přináší jak pro zaměstnance, tak pro podnik mnoho výhod, jako například:

- odborně připraví pracovníky (není nutné hledat nové);
- umožňuje pracovníkům průběžně formovat jejich pracovní schopnosti dle potřeb podniku;
- zaměstnanci pomocí vzdělávání rozvíjí své kvalifikace, znalosti, dovednost a také svou osobnost;
- podporuje rozvoj pracovních výkonů, produktivitu i kvalitu výrobků či služeb;
- podnikové vzdělávání vyžaduje nižší náklady;
- umožňuje zdokonalování vzdělávacích procesů;
- zvyšuje kvalitu (i tržní cenu) pracovníka a jeho potencionální šance na trhu;
- napomáhá rozvíjet mezilidské i pracovní vztahy.

Vzdělávání je často označováno pod pojmem „zdokonalování zaměstnanců.“ Vedle klasického učení, jako je studium, absolvování kurzů a seminářů se v praxi využívají i další možné způsoby podnikového vzdělávání. Mezi tyto způsoby patří:

- Tréninky, které se zaměřují na rozvoj a výcvik dovedností. Cílem tedy je se reálně naučit vykonávat určitou činnost.

- Koučování představuje dlouhodobou interakci dvou, či více lidí. Mezi tyto lidi patří zaměstnanci a odborní kouči. Kouč poskytuje zaměstnanci odborné rady a pomoc.
- Mentoring, nebo mentorování, je obdobou koučování, která se zabývá kariérním růstem jedince.
- Stáže jsou proces, kdy zaměstnanci vycestují na pobyt do podobných pracovišť. Tuto formu často využívají manažeři, kteří takto tráví dovolené ve firmách, kde mají možnost se něco přiučit.
- Rotace, pomocí které získávají pracovníci zkušenosti na různých pozicích v rámci organizace. Využívá se především na startu kariéry v podniku.
- Counselling, tedy poradenské služby poskytované především na podporu manažerů. Rádce (counsellor) napomáhá klientovi řešit různé situace. Jde o jednorázovou pomoc. [4][18][22]

3.4 Vzdělávání animátorů

Vzdělávání animátorů je velmi přínosné a jde o velmi důležitý faktor pro zajištění kvalitních služeb. Jak již bylo nastíněno v předešlé kapitole, vzdělávání animátorů následuje po úspěšném absolvování konkurzu. Toto tzv. zaškolení může probíhat ve dvou formách.

V poslední době hotely (či jiná střediska) vyžadují zaškolení, a to z důvodu zjištění vhodné pozice pro každého animátora. Z tohoto důvodu v průběhu prvních dvou týdnů pobytu animátora v destinaci probíhá tzv. neplacená zkušební doba. V této době se animátor seznamuje se základy animace v praxi a také s konkrétními požadavky hotelu. Pokud to velikost animačního týmu dovoluje, věnuje se začínajícímu animátorovi zkušený animátor, který ho touto zkušební dobou provází. Tento zkušený animátor svému kolegovi představuje hotelové prostředí, seznamuje ho s animačním programem a doprovází ho na jednotlivé aktivity. Při aktivitách mu radí a podporuje ho, jelikož vedení aktivit je pro nezkušeného animátora velmi náročné.

Druhou možností vzdělávání nových animátorů je školení, které probíhá ještě před vycestováním do cílové destinace. Tyto školení jsou prezentací teoretických vědomostí a praktických dovedností, které by měli animátoři ovládat. Školení neboli „Bootcamp,“ je vedeno zkušenými animátory, kteří se již animaci aktivně nevěnují, či jejich animační

sezona skončila. Obsah a přínos školení, které je poskytováno českým začínajícím animátorům, bude představeno v praktické části práce. [3][10]

4 Metodika práce

Důležitou komponentou této práce je praktická část, která se věnuje především průzkumu, který se zabývá vzděláváním animátorů. Cílem bakalářské práce je ověřit, zda vzdělávání animátorů v cestovním ruchu je přínosné a zda napomáhá začínajícím animátorům v přípravě a zvládnutí situací při vykonávání práce animátora. Vzdělávání animátorů by mělo zajistit hladké začlenění animátorů mezi zkušené kolegy. Cíle práce bude naplněno především díky průzkumu, jehož cílem je získat názor jednotlivých animátorů na přínosnost a důležitost školení. Dalším cílem průzkumu bylo vyhledat nedostatky a vytvořit návrhy na potencionální zlepšení formy vzdělávání animátorů. V průzkumu byli respondenti dotazováni na různé otázky k problematice školení, např. co školení animátorovi přineslo a jak ho připravilo na práci. Přesné otázky průzkumu jsou představeny v následujícím textu.

Praktická část bakalářské práce se zprvu zaměřuje na představení společnosti, která zprostředkovává animační služby. Společnost TOP Animace je jedinou agenturou na českém trhu, která se věnuje zprostředkování animačních služeb a také vzdělávání animátorů. Dále bude následovat představení společností, se kterými TOP Animace spolupracuje a pro které animátoři následně uzavírají pracovněprávní poměr. Další podkapitola se bude věnovat samotnému školení animátorů. Bude rozebrán obsah i přínos školení. Jak vyplývá z literatury, vzdělávání personálu je složitý proces a je potřeba, aby probíhalo ustavičně, dle svého řádu a dosahovalo svého cíle, a proto je školení rozebráno podrobně. Školení animátorů je také věnován celý průzkum, který bude představen dále v textu.

Průzkum probíhal metodou rozhovorů, kdy autorka práce diskutovala s animátory o přínosu a potenciálních nedostatcích školení. Cílem průzkumu je získat informace o důležitosti a přínosnosti vzdělávání animátorů v cestovním ruchu. Pro výzkum byly stanoveny určité předpoklady. Jeden z předpokladů se také váže ke vztahu hodnocení školení. Pro některé začínající animátory se školení z počátku zdá nedůležité a příliš náročné, tento názor by se však při realizaci práce měl změnit (P1). Dalším předpokladem je, že animátoři právě díky získaným zkušenostem objeví potenciální nedostatky školení (P2). Na tento předpoklad byli animátoři dotazováni v poslední fázi průzkumu, kdy jejich práce animátora skončila. Animátoři jsou po ukončení sezony plni zážitků a postupně

negativa sezony vytěšňují, právě proto byl průzkum prováděn v prvních dnech po návratu respondentů. V neposlední řadě byl stanoven předpoklad, že práce animátora není jednouchá, ač se tak na první pohled jeví (P3). Často si účastníci cestovního ruchu i samotní animátoři bez zkušeností myslí, že tato práce je placenou dovolenou. Tento názor by se měl po realizaci práce také změnit, v literatuře byla náročnost práce animátora již objasněna.

Stěžejní částí průzkumu jsou rozhovory s animátory. Pro celý průzkum byli vybráni čtyři respondenti. Respondenti byli vybráni z řad začínajících animátorů, kteří vycestují skrze společnost TOP Animace. Animátoři bez zkušeností byli vybíráni autorkou kvůli skutečnosti, že jejich dosavadní zkušenosti s animací byly získány jen skrze školení. Respondenti byli také vybíráni na základě jejich výkonu na pohovorech (či konkurzech) na již zmiňovaném školení. O jejich kvalitách autorka získala informace od pořadatele školení (hlavního školitele). Vybráni byli nejzajímavější lidé z toho důvodu, že díky jejich kvalitám jsou schopni podrobit se všem povinnostem animátora. Slabší animátoři např. nevystupují ve večerním představení, tudíž neabsolvují nácviky, které jsou často velmi náročné. Tato skutečnost vyplývá především z dovedností animátora. V literatuře je zmíněn celý výčet požadovaných dovedností, avšak v praxi je možné se setkat s animátory, kteří tyto dovednosti nemají a teprve je získají při realizaci práce animátora.

Respondenti svou práci animátora vykonávali pod záštitou různých animačních agentur a cestovních kanceláří. Tyto animační agentury a cestovní kanceláře vystupují jako odběratelé společnosti TOP Animace. Animátoři tedy pracují pod hlavičkou agentur jako: LMN, XYZ a cestovní kanceláře ABC. Z každé společnosti, které jsou dále představeny, byl vybrán minimálně jeden animátor chystající se na první sezonu.

Respondentkou zastupující společnost LMN, je 21letá Anna S., pocházející ze střeďočekského kraje. Anna S., je studentkou Vysoké školy ekonomické a mezi její záliby patří cestování a florbal. Respondentem z řad animátorů společnosti XYZ je Pavel S., který pochází z Plzeňského kraje, je mu 22 let a studuje na ČVUT v Praze. Mezi Pavlovy koníčky patří hokejbal. Dvě respondentky pracující pro cestovní kancelář ABC, jsou to Veronika B. a Veronika K. Veronika B. je 22letá studentka Lékařské fakulty Ostravské univerzity. Její zálibou je cestování a video hry. Poslední respondentkou je Veronika K., 19letá studentka střední školy v okolí Brna. Veronika K. se podobně jako Anna S. věnuje florbalu a ráda cestuje. Všichni vybraní respondenti mají mnoho společných vlastností

a zálib. Hlavní společnou zálibou, která je u animátorů předpokládána, je záliba v cestování.

Animátoři byli vybíráni záměrně z odlišných agentur, kvůli různorodosti povinností animátorů, ze kterých také vyplývá jiný pohled na důležitost školení. Ze společnosti ABC byly vybrány dvě animátorky, a to z důvodu, že jedna z dotazovaných prošla pohovorem u jiné společnosti a její umístění (budoucí zaměstnavatel) nebyl do poslední chvíle znám. Jak již bylo zmíněno, rozhovory se zabývaly především otázkou kvality a důležitosti školení, které animátoři absolvují před první sezonou. Průzkum probíhal v rámci tří kol, tedy před vycestováním na sezonu, během ní a po návratu animátorů domů. Každý rozhovor byl strukturován do 5-6 hlavních otázek, které si autorka připravila dopředu. Tyto otázky byly pro všechny čtyři respondenty stejné. Důvodem těchto kol byla rozdílnost názorů, zapříčiněná získanými zkušenostmi.

První kolo rozhovorů probíhalo na konci května roku 2019, kdy respondenti již absolvovali školení, ale stále nevycestovali do cílové destinace. Rozhovor s jednotlivými respondenty trval zhruba 30–60 minut. Mezi hlavní témata rozhovoru patřila: motivace, pro vyhledání práce animátora; pocity jednotlivých respondentů před vycestováním; jejich názor na přínosnost školení; mezery v obsahu školení; spokojenost se spoluprací se zaměstnavatelem a také hodnocení náročnosti přijímacího pohovoru (konkurzu).

Druhé kolo rozhovorů probíhalo v období hlavní animační sezony, tedy v červenci a v srpnu. Tyto rozhovory byly náročnější v porovnání s prvním kolem rozhovorů, a to z důvodu časové vytíženosti respondentů. Jednotlivé rozhovory trvaly hodinu až dvě, a to z důvodu, že respondenti se také dotazovali autorky práce na problematiku animace. Hlavním cílem tohoto kola rozhovorů bylo zjistit od dotazovaných animátorů, jak se jejich představy liší od reality a zda se jejich názory od prvního rozhovoru změnily. Dotazování byli na jejich spokojenost s prací animátora; zda se setkali s něčím, co nebylo na školení vysvětleno; zda mají nějaké nápady pro potenciální zlepšení školení a také jestli je něco, čím si myslí, že by animační služby mohly být obohaceny.

Poslední kolo rozhovorů probíhalo po skončení sezony, kdy se animátoři navrátili do svých domovů. Tyto rozhovory probíhaly v období od září až do listopadu, v závislosti na termínu ukončení pracovní smlouvy. Tyto rozhovory byly velmi příjemné, jelikož respondenti byli plní zážitků a byli naplněni pozitivními dojmy. Časově byli také nejdelší,

jednotlivé rozhovory trvaly až dvě hodiny. První otázka byla směřována na náročnost práce animátora, jak již bylo zmíněno často si lidé myslí, že jde o zábavnou a nenáročnou práci. Tato otázka navazovala na otázku z prvního kola rozhovorů, která se týkala motivace respondentů k práci animátora. Zde se jejich názory často značně lišily od těch prvotních. Další dvě otázky byly směřovány na přínosy práce animátora a zkušenosti, které by mohly být přeneseny do budoucího povolání. Dále byla rozebrána problematika nedostatků školení a jeho potencionálního zlepšení. Na úplný závěr, se autorka respondentů zeptala na to, co by poradili respondenti budoucím animátorům. Rozhovory s vybranými animátory probíhaly na dálku prostřednictvím komunikace skrze sociální síť Facebook. Tuto formu autorka zvolila z toho důvodu, že jedno kolo rozhovorů probíhalo během animační sezóny, tudíž nebylo možné realizovat rozhovory tváří v tvář.

Jak již bylo zmíněno, rozhovory se zabývaly především otázkou kvality a důležitosti školení, které animátoři absolvují před první sezonou. Následovat bude kapitola s vyhodnocením rozhovorů. Vyhodnocení se zaměřuje především na otázky z rozhovorů, zabývající se školením, jeho přínosům, nedostatkům a potencionálnímu zlepšení. Cílem průzkumu bylo získat názor začínajících animátorů na problematiku vzdělávání. Díky těmto získaným názorům může autorka práce, vytvořit návrhy k potencionálu školení. Vyhodnocení se také bude zabývat analýzami společností, kde se autorka pokusí objevit nedostatky z oblasti výběrových řízení. Návrhy opatření pro budoucí vývoj školení, vyplývají právě z průzkumu a budou předloženy společnosti TOP Animace, která školení pořádá.

5 Praktická část práce

Praktická část se zabývá analýzou společností, které se specializují na animační služby v cestovním ruchu. Dále se práce věnuje průzkumu, který byl prováděn skrze rozhovory. Z výsledků průzkumu byly stanoveny návrhy pro zlepšení vzdělávání animátorů.

5.1 Společnost TOP Animace

Na českém trhu společnost působí šestým rokem. Majitel společnosti je animátor z praxe, který se nyní věnuje především chodu společnosti. Organizuje také veškeré konkurzy, školení a další animační akce. TOP Animace potenciálnímu animátorovi práci nejen najde a následně zabezpečí, ale navíc se o ně patřičně stará. Animátorům před první sezonou poskytne prvotřídní školení, jediné svého typu, během sezony také TOP Animace poskytuje neustálou asistenci svým animátorům. Tímto přístupem a službami se společnost jednoznačně od konkurence a drží si tím podstatnou konkurenční výhodu i v rámci mezinárodního trhu.

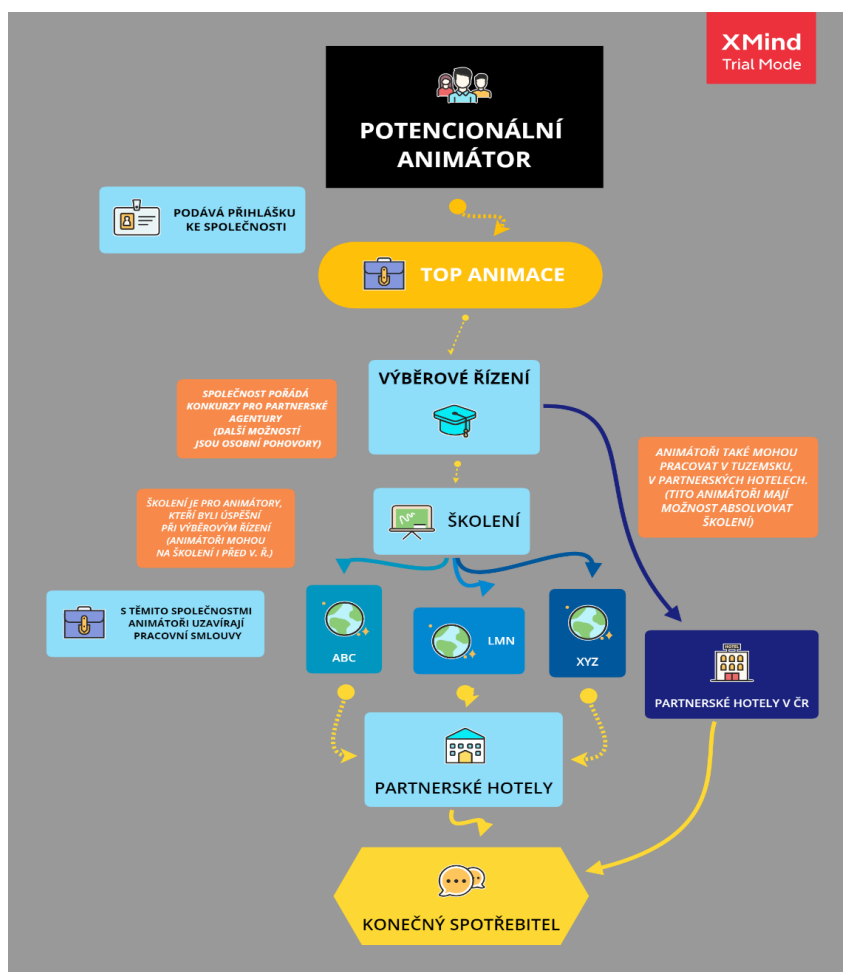
TOP Animace je společnost, zabývající se především zprostředkováním pracovních pozic animátorů. Respektive animátoři, kteří díky společnosti TOP Animace získají práci, dále vystupují jako animátoři partnerských agentur. Znamená to tedy, že potenciální animátor podá přihlášku do společnosti TOP Animace, která uspořádá konkurz či pohovor, kde potenciální animátor má možnost získat práci. Pokud potenciální animátor uspěje na konkurzu (pohovoru), získává pracovní smlouvu od partnerské společnosti, pod jejíž záštitou později vycestuje. Dále budoucí animátor absolvuje školení společnosti TOP Animace, kde získá první zkušenosti s prací animátora. Před samotným vycestováním také od TOP Animace získá takzvaný animační balíček, který obsahuje informace o cílové destinaci, ukázky různých animačních tanců, návody a pravidla různých her a také videa, jak vést některé fitness aktivity. Mezi partnery, se kterými TOP Animace spolupracuje a které zprostředkovávají zahraniční animační služby, patří i cestovní kanceláře. Tento proces spolupráce je naznačen na následujícím obrázku. Na obrázku jsou však naznačeny cesty pouze skrze společnost ABC, LMN a XYZ (popřípadě přímo skrze TOP Animace) a to z důvodu, že v průzkumu byli dotazováni animátoři právě těchto společností.

Společnost TOP Animace vystupuje také jako zaměstnavatel animátorů, a to v případech, kdy pro partnerské hotely (či jiné zařízení cestovního ruchu) přímo zaměstnává animátory. Díky této spolupráci mají animátoři možnost pracovat také i v tuzemském prostředí.

Spolupráce s cestovní kanceláří ABC a TOP Animace netrvá dlouho, avšak je možné předpokládat, že se bude jednat o dlouhodobou spolupráci v širokém rozsahu. Společnost spolupracuje především se zahraničními agenturami, kterým zprostředkovává animátory. Těchto animačních agentur je mnoho a společnost TOP Animace spolupracuje s dvěma největšími, které se na trhu nachází (tj. LMN a XYZ). Tyto společnosti zaměstnávají většinu animátorů společnosti TOP Animace. Společnost spolupracuje také s třemi menšími animačními agenturami, těm však zprostředkovává pouze minimum animátorů.

[10]

Obrázek č. 2: *Proces spolupráce*



Zdroj: vlastní zpracování, 2020.

5.1.1 Cestovní kancelář ABC

Cestovní kancelář ABC působí na českém trhu od počátku 90. let minulého století. V současnosti jde o jednu z největších cestovních kanceláří, jaká se v České republice nachází. Společnost ABC vystupuje také na zahraničním trhu skrze své dceřiné společnosti, a to v Polsku, Maďarsku, Rumunsku a také na Slovensku. Všechny tyto společnosti jsou součástí ABC holding a.s., která je na středoevropském trhu v oboru cestovního ruchu gigantem. Tyto skutečnosti přináší společnosti konkurenční výhodu. Další možnou konkurenční výhodou je poskytování animačních služeb, které jsou pro zákazníky připraveny v jejich mateřském jazyce.

Animační služby pod záštitou cestovní kanceláře ABC jsou určeny především pro děti. Ve vybraných hotelech, které jsou nabízeny touto cestovní kanceláří, je spravován dětský klub. Tento dětský klub bude v roce 2020 zajišťován ve 36 různých hotelech. Tyto hotely se nejčastěji nachází v Egyptě, Řecku, Turecku a Tunisku. V tomto dětském klubu jsou zaměstnáváni čeští a slovenští animátoři, kteří se věnují přednostně pouze dětem na dovolené od CK ABC, čímž svým klientům nabízí určitou přidanou hodnotu. Animátoři klubu, prochází školením, které poskytuje společnost TOP Animace.

Animátoři, kteří vycestují za prací do dětských klubů, jsou vybíráni při pohovoru. Tyto pohovory jsou vedeny přímo cestovní kanceláří. Při pohovorech potenciální animátoři neprokazují žádné pohybové dovednosti či jazykové schopnosti, jak je běžně na konkurzech ostatních agentur nutností. Jejich dovednosti a schopnosti jsou podloženy pouze v životopise, který na pohovoru předkládají. Tento způsob přijímání animátorů je nevyhovující ze strany cestovní kanceláře ABC, protože pohovory nejsou vedeny zkušenými animátory či osobami, které jsou seznámeny s náročností a s požadavky na tuto práci. Takto však animátory přijímá většina cestovních kanceláří v Česku. Jedinou výhodou animátorů ABC je školení od společnosti TOP Animace. Animátoři cestovních kanceláří vycestovávají na sezonu, jako doplňkoví animátoři, tedy maximálně na dobu třech měsíců. Jejich pracovní náplň se také často liší od povinností stálých animátorů. Běžně se animátoři pracující pro cestovní kanceláře věnují pouze hostům dané CK a nezapojují se do animačních činností mezinárodního týmu (stálých animátorů). Jejich pracovní povinnosti jsou tedy menší a pracovní doba kratší. Tato skutečnost však není pravidlem a u rozhovorů s animátorkou cestovní kanceláře ABC je jasně vidět, že i doplňkoví animátoři mají mnohdy stejné povinnosti, jako stálý animátoři. [8]

5.1.2 Společnost LMN

LMN je společnost, která se věnuje zajišťování animáčnických služeb a také přes 150 různých druhů profesionálních vystoupení (od kouzelnických představení, po skupiny operních zpěváků). LMN je společnost sídlící v Řecku a na trhu se pohybuje již přes 25 let. Zabývá se především animáčnickými službami, které jsou poskytovány ve více než 300 hotelech v Řecku a na Kypru.

Na trhu animáčnických služeb, je podobně jako společnost XYZ velkým hráčem. Každá z těchto společností zaměstnává každoročně více než 700 animátorů.

Konkurenční výhodou společnosti LMN je především také nabídka externích profesionálů, ty však nevystupují ve všech hotelech (v některých večerní program obstarávají animátoři) a také skutečnost, že LMN animátory, kteří s nimi dlouhodobě spolupracují, vzdělává a nabízí jim možnost kariérního růstu.

Společnost vytváří mezinárodní animáčnické týmy. Jejichž členové jsou z celého světa, jelikož společnost své konkurzy pořádá i mimo Evropu. Tyto konkurzy jsou v rámci České republiky vedeny právě za pomoci společností, jako je TOP Animace. Potencionální animátoři, kteří se konkurzu neúčastní, mají stále možnost práci animátora u společnosti získat skrze online pohovor či právě skrze zprostředkovatelské společnosti jako je TOP Animace. Na úvod konkurzu se uchazeči dozvědí základní informace o společnosti a také o průběhu samotného výběrového řízení. V rámci konkurzu potencionální animátoři prokazují své jazykové znalosti, kdy se podrobují krátkému rozhovoru se zástupci společnosti LMN a také před těmito zástupci tančí animáčnický tanec (tzv. klubový tanec, se kterým se možná v destinaci setkají). Tímto tancem uchazeči demonstrují své pohybové dovednosti. Zástupci ze společnosti LMN a TOP Animace si o uchazečích vedou poznámky, na jejichž základě později animátory hodnotí a vybírají vhodné uchazeče pro práci animátora. Úspěšní uchazeči jsou později kontaktováni ze strany TOP Animace e-mailem. Další komunikace pak probíhá i se zaměstnavatelem, který animátorovi zasílá smlouvu a informace o jeho budoucím pracovišti. [9]

5.1.3 Společnost XYZ

XYZ je švýcarská společnost, která na trhu působí více než 20 let. Každoročně zaměstnává přes 650 kvalifikovaných animátorů, kteří jsou vybíráni v rámci konkurzů. Konkurzy jsou podobně jako u společnosti LMN pořádány v různých státech každoročně

před začátkem sezony. Animátoři, kteří nemají možnost zúčastnit se konkurzů, jsou také přijímány skrze online video pohovory. Konkurz společnosti XYZ je velmi zajímavý a pro uchazeče často náročný. Společnost tímto již na konkurzu odděluje vhodné a nevhodné uchazeče. V rámci konkurzu jsou potenciální animátoři nuceni vystoupit před ostatní (ostatní uchazeče, zástupce XYZ a TOP Animace), pomocí mikrofonu se v anglickém jazyce se představit a zodpovědět pár otázek od zástupců společnosti XYZ. Po těchto krátkých vystoupeních je uchazečům předvedena krátká choreografie, kterou jsou nuceni napodobit a tím demonstrovat své pohybové dovednosti. Dále uchazeči simulují krátké scénky, kde musí prokázat svou kreativitu a odvalu vystupovat. Zadáni těchto scének je často velmi bizardní, jako například předvést věc, která se nachází v parku (např. lampu, lavičku, strom, trávu). Potenciální animátoři si musí tuto věc vymyslet sami a poté jí prezentovat. O úspěšném absolvování konkurzu jsou animátoři informováni od zástupce společnosti XYZ na konci konkurzu. Dále jsou kontaktováni e-mailem, kde obdrží smlouvu, podmínky pro vycestování a také seznam věcí, které by si animátor měl obstarat před vycestováním.

Tato společnost je velmi podobná společnosti LMN, avšak konkurenční výhodou společnosti XYZ, je nabídka i exotických destinací a profesionální přístup k animaci. Animátoři mají možnost pracovat nejen v Evropě (Řecko, Španělsko, Kypr), ale také v Egyptě, na Kanárských ostrovech, na Zanzibaru, v Dominikánské republice, na Maledívách, v Barmě či Vietnamu. Tyto exotické destinace vytvářejí také možnost věnovat se animaci i během zimní sezony. Díky tomu se jejich zaměstnanci mohou animaci věnovat celoročně.

Na animátory společnosti XYZ jsou také kladeny větší požadavky z hlediska jazykových schopností či tanečních dovedností. Animační týmy společnosti XYZ v praxi zastupují jak denní animační tým, tak i večerní animační tým. Týmy připravují večerní programy, kde vystupují v tanečních, komediálních a dalším možných show. [11]

5.2 Školení animátorů

Školení animátorů poskytuje společnost TOP Animace svým začínajícím animátorům. Jde o jedinou společnost na českém trhu, která poskytuje vzdělávání animátorům v cestovním ruchu. Toto školení animátoři absolvují před vycestováním na první sezonu. Školení probíhá od pátku do neděle v hotelu poblíž Kladna.

Tento hotel je strategicky vybrán nejen kvůli poloze, ale také díky vybavení, které je pro školení animátorů nutností. Hotel disponuje vnitřním bazénem, restaurací s podiem, sportovním vybavením, a především velkými konferenčními místnostmi. Hotel disponuje také terasou, kterou je možno kdykoliv využít. Díky tomu je tento hotel výborným místem pro školení animátorů.

Školení animátorů vede majitel společnosti TOP Animace s pomocí dvou školitelů, kteří jsou vybíráni z řad zkušených animátorů společnosti. Školitelé jsou animátoři, kteří již mají zkušenosti z praxe. Hlavním důvodem je skutečnost, že pouze specialisté z praxe dokáží předat začínajícím animátorům nezbytný teoretický i praktický základ, který budou k práci potřebovat. Každý účastník školení obdrží manuál animátora, kde se nachází všechny informace probírané na školení. Tento manuál si animátoři po školení mohou odvézt a prostudovat před vycestováním. [10]

5.2.1 Obsah školení

Jak již bylo zmíněno, školení se věnuje teoretickým i praktickým otázkám z oblasti práce animátora. V následujícím textu je školení stručně představeno. Přesný program je poté přiložen jako příloha č. 1. Školení začíná v pátek, v dopoledních hodinách. Na začátku školení se animátoři interaktivně představují. Při představení animátoři projeví svůj prvotní potenciál, který si školitelé poznamenávají pro budoucí účely. Po představení animátoři obdrží jmenovky a animátorská trička, která po dobu školení budou plnit roli uniformy. Jelikož během sezony budou animátoři nuceni nosit jmenovku a také uniformy, tímto získají představu a první přípravu na budoucí práci. Ve zbytku dopoledne jsou animátoři seznámeni s programem školení a získají první teoretické znalosti o práci animátora.

V odpoledních hodinách se školení věnuje především teorii o práci animátora, animátorskému desateru, animačnímu týmu, animačnímu programu apod. Později se animátoři rozdělí do dvou skupin a věnují se nácvikům večerního programu. Animátoři na večerní program secvičí pantomimické scénky, které reprezentují známé filmové scény. Tímto animátoři získají první zkušenosti s povinnostmi animátora v rámci večerních aktivit. Tyto scénky si skupiny mohou samy vymyslet, čímž jsou nuceni projevit svou kreativitu. U nácviků jim asistuje minimálně jeden školitel, který je koriguje a poskytuje cenné rady. Skupiny si také musí připravit rekvizity ke každé scéně, čímž se

seznámí také se zákulisními povinnostmi a s týmovou prací. Animátoři také v rámci večerního programu zatancují jeden z klubových tanců, které jsou během dne procvičovány.

Večerním programem však první den animátorů nekončí. Po krátké pauze je celý program vyhodnocen. Školitelé animátorům vysvětlí chyby a nedostatky, ke kterým v rámci programů došlo. Dále jsou animátorům představeny nové scénky na následující večer. V těch už však animátoři budou nuceni i mluvit a respektovat pokyny (není zde příliš velký prostor pro improvizaci). U těchto nácviků jsou animátoři již velmi unaveni a projevuje se zde jejich druhotný potenciál a disciplinovanost. Nácviky probíhají do pozdních hodin (cca. 01:30). Tyto nácviky jsou záměrně do pozdních hodin, a to kvůli tomu, aby byl co nejpřesněji animátorům simulován běžný den animátora v sezoně.

Druhý den (v sobotu) program začíná klubovými tanci a poté se animátoři přesouvají k bazénu, kde proběhne dopolední program. V rámci tohoto programu si animátoři vyzkouší některé sportovní aktivity jako je: rozcvička, zumba/aerobic, aqua gym, vodní pólo a bazénové hry. Všechny tyto aktivity probíhají v dopoledním bloku programu. Mnohé aktivity jsou již vedeny školenými animátory, čímž získávají cenné zkušenosti pro budoucí povinnost vést aktivity. V tomto čase jsou většinou školitelé schopni odhadnout potenciál animátorů.

Po obědě se školení opět věnuje teorii, nácvikům večerního programu a dalším sportovním aktivitám (ping-pong a šipky). Zde je také prostor pro vedení aktivit školenými animátory. Zbytek odpoledního programu je věnován animačním aktivitám pro děti a nácvikům večerního programu.

Na začátku večerního bloku školení mají animátoři prostor si naposledy projít scénky na večerní program a připravit rekvizity. Po finálním nácviku se animátoři přesouvají do zákulisí, kde si musí připravit vše potřebné pro program. Těsně před programem je animátorům sděleno, jaký animační tanec skupina předvede. Animátoři mají v zákulisí připravený program večera s poznámkami od školitelů. Večerního programu se podobně jako předešlý den účastní hoteloví hosté. Školitelé jsou také v publiku a opět si poznamenávají potencionální nedostatky či pozitiva představení. Po celém programu mají animátoři krátký čas pro úklid rekvizit a prostor pro přípravu pozdějšího večírku, který je pro ně zorganizován školiteli.

Na začátek večírku školitelé vyhodnotí večerní program a shrnou pozitiva a negativa celého dne. V rámci tohoto hodnocení jsou i samotní animátoři nuceni vyslovit jedno pozitivum a negativum večerního programu. Po skončení hodnocení začíná pro animátory volná zábava, při které jim školitelé pouští zajímavé nahrávky z jejich sezony. Nejčastěji jde o nahrávky večerního programu, kde školení animátoři mohou vidět, jak by program měl vypadat a jaký program je možná v sezoně potká. Během večerní zábavy si vedoucí školení volá animátory jednotlivě stranou, kde se jich různě vyptává na jejich názory ke školení a celkově k práci animátora. Předává jim také rady, které plynou z poznámek školitelů. Na závěr řízeného programu, animátoři se školiteli simulují dětskou diskotéku. Po této aktivitě je již pouze na rozhodnutí animátorů, zda se odeberou do svých pokojů či zůstanou na večírku.

V neděli ráno, začíná poslední část školení. V tomto bloku si animátoři vyzkouší práci s mikrofonom, kdy budou nuceni potvrdit své jazykové znalosti. Jako poslední část školení jsou animátorům sdělovány důležité informace k otázkám pojištění, dopravy, povinností k zaměstnavateli a další organizační věci.

Na závěr celého školení animátoři získají certifikát o účasti na školení. Po obdržení certifikátu mají animátoři poslední možnost zajít za školiteli ohledně nějakého dotazu. Pokud animátoři tuto možnost nevyužijí, školitelé uklidí veškeré pomůcky a všichni odjíždí. Přesný program školení je přiložen na konci práce v přílohách.

5.2.2 Přínos školení

Přínosy, které vnímá samotný začínající animátor, jsou z části odlišné než u přínosů pro jejich budoucí zaměstnavatele. Nejdůležitějším přínosem školení je pro animátory možnost si samotnou práci vyzkoušet. Během školení mají školení animátoři možnost si své rozhodnutí promyslet, a to ještě před vycestováním. Animátoři mají také možnost před zahájením činnosti získat pestrou variaci teoretických a praktických znalostí z oboru animace, čímž jsou animátoři odborně připraveni. Díky tomu, získávají animátoři společnosti TOP Animace konkurenční výhodu, a to z toho důvodu, že animátoři ze zahraničí tuto možnost nemají. Animátorům je také poskytnut manuál, který byl zmíněn v předchozím textu. Další velkou výhodou animátorů, kteří absolvují školení je online balíček, který obsahuje mnoho užitečných informací, hudby, návodů a videí k animačním aktivitám. Tento balíček obdrží online skrze e-mail. Animátorům je doporučeno si balíček

projít ještě před vycestováním a také si ho stáhnout z e-mailu. Stažení je animátorům doporučeno kvůli jeho dostupnosti i v zahraničí.

Mezi hlavní přínosy školení pro zaměstnavatele patří odborná příprava zaměstnanců a zvýšení kvality pracovníka. Vzdělávání animátorů má pro každého zaměstnavatele jinou váhu, avšak není partnera společnosti TOP Animace, která by školení nepodporovala a nehodnotila ho kladně. Společnosti, které animátory zaměstnávají, oceňují připravenost animátorů, která umožňuje jejich budoucí rozvoj a produktivitu. Animátoři, kteří před vycestováním projdou školením, jsou velmi připravení, čímž zaměstnavatelé získávají jistotu, že animátor nebude potřebovat rozsáhlou asistenci od zkušených animátorů. Dalším přínosem školení pro zaměstnavatele mohou být informace o jednotlivých animátorech, které školitelé a vedoucí společnosti získali během samotného školení. [10]

5.3 Rozhovory s animátory

Jak již bylo představeno v metodice, rozhovory byly realizovány v rámci tří kol, kdy čtyři vybraní respondenti byli dotazováni autorkou práce na problematiku školení animátorů a jeho přínosy.

V této kapitole budou podrobně rozebrány postupně všechny otázky z rozhovorů a následně budou tyto informace vyhodnoceny. Ne však každá otázka byla stěžejní pro naplnění cíle průzkumu. Cílem průzkumu je získat názor animátorů na pozitiva a negativa školení. Doplnkové otázky budou vždy představeny pouze v krátkosti a přímá citace respondentů bude použita pouze u zajímavostí (vybočujících názorů). Všichni respondenti prošli školením pod záštitou společnosti TOP Animace, jejich znalosti práce animátora jsou tedy před vycestováním shodné. Jejich názory by se měly alespoň v prvním kole rozhovorů shodovat.

Mezi respondenty patří Anna S., která jako animátorka vycestovala v sezóně 2019 na řecký ostrov Kos pod společností LMN, Pavel S., který ve stejném roce vycestoval na ostrov Rhodos pod společností XYZ. Posledními respondentkami v tomto průzkumu jsou Veronika K. a Veronika B., které pracovaly v dětském klubu pro cestovní kancelář ABC. Veronika B. animovala v Egyptě v oblasti Marsa Alam a Veronika K. byla animátorkou na ostrově Kréta.

5.3.1 První kolo rozhovorů

První kolo rozhovorů bylo i zároveň seznamováním autorky s respondenty. Autorka tímto rozhovorem chtěla zjistit více informací o respondentech a také si tímto kolem rozhovorů ujasnila cíle dalších rozhovorů.

První otázka rozhovoru byla směřována na motivaci respondentů pro vyhledání práce animátora. Tyto odpovědi byly vcelku jednotné, všichni respondenti se pro práci animátora rozhodli kvůli možnosti vycestovat a tím zapracovat i na jazykových schopnostech. Zajímavou odpověď autorka získala od Veroniky B., která se u této otázky zmínila, že jí práce animátora nepřijde tak náročná a vidí v ní mnoho pozitiv. Tato odpověď naplnila jeden ze stanovených předpokladů (P3), kdy si veřejnost často domnívá, že práce animátora není náročná. Autorka předpokládá, že tento názor po realizaci práce Veronika B. změní.

Druhá otázka byla směřována k pocitům respondentů před sezónou. Animátoři jsou často nervózní před prvním vycestováním. Respondenti se většinou shodují, že mají určitý respekt především ze skutečnosti, že budou poprvé cestovat úplně sami. Respondenti, kteří studují na univerzitách (všichni kromě Veroniky K.) se také obávali ze závěrečných zkoušek, které by mohly jejich vycestování oddálit.

Třetí otázka se již týkala školení. Autorka se respondentů dotazovala, zda mají pocit, že jim školení bylo přínosem. Anna S. na tuto otázku odpověděla: *„Školení jsem si užila, byla to super první zkušenost. Myslím si, že mi to vytvořilo dobrou představu a nástin toho, co mohu a nemohu od vycestování očekávat. Měla jsem asi štěstí, ale byli jsme na školení skvělá parta lidí, díky kterým jsem si víkend vážně užila a doufám, že jsem si odvezla veškeré potřebné informace.“* Odpovědi ostatních respondentů byly podobné, všichni se shodovali v názorech, že školení jim bylo přínosné a celý víkend si velmi užili. Veronika K. zmínila: *„Bylo příjemné, že lidé, kteří nás školili, byli také animátoři a svěřili se nám se svými zkušenostmi, o kterých věděli, že nám mohou pomoci a snažili se z nás udělat dobré animátory.“* Tuto odpověď autorka hodnotí jako přínosnou a jde o skutečnost, která školení činí zajímavým.

Následující otázka se zabývala nedostatky školení a názory respondentů na možnosti vylepšení. Anna S. zmínila, že na jejím termínu školení nebyli žádní hosté (veřejnost), a proto večerní programy předváděli jen školitelům. Kvůli nepřítomnosti veřejnosti měla

Anna S. pocít, že se při vystupování necítí nervozitu, která k vystupování před lidmi rozhodně patří. Autorka by ráda zmínila skutečnost, že animátoři při vystupování na školení mají časté problémy s nervozitou i při nácvičích, kde žádná veřejnost není. Veronika K. však měla pocít, že na školení chybělo více sportovních aktivit, avšak přiznala, že nejdůležitější aktivity na školení byly demonstrovány. Přiznala také, že školení bylo náročné a jeho úroveň dokázala animátora utvrdit, zda chce opravdu vycestovat či ne. Pavel S. ve své odpovědi potvrdil společný názor respondentů, že momentálně ve školení nedostatky nevidí, avšak zmínil, že je možné, že se nedostatky školení objeví po příjezdu do cílové destinace. Jeho názor je také podpořen stanoveným předpokladem (P2).

Předposlední otázka prvního kola rozhovorů byla směřována k hodnocení spokojenosti spolupráce (komunikace) se zaměstnavatelem. Všichni respondenti spolupráci pochválili a potvrdili, že jim zaměstnavatelé odpovídají na dotazy velmi pohotově. Všichni dotazovaní také zmínil, že jsou se svými zaměstnavateli prozatím spokojeni.

Poslední otázku autorka práce směřovala k výběrovému řízení, zajímala se o názor respondentů na náročnost výběrového řízení. Veronika K. odpověděla: „ *Casting pro mě osobně nebyl až tak náročný. Jeho součástí bylo psaní anglického životopisu, mluvení cizími jazyky před ostatními, herecké výkony v krátkých scénkách, nebo tancování. Ovšem ne každého toto baví a je na to nadaný, proto s tím měli někteří problém. Pro mě to bylo spíše zábavné odpoledne s novými přáteli, které jsem si užila a možná proto jsem byla jedna z těch úspěšných.*“ Veronika K. absolvovala casting pro zahraniční agenturu XYZ, kde uspěla, ale její možnost vycestovat byla časově omezena, a proto nakonec vycestovala s CK ABC, kde je možné vycestovat i pouze po dobu letních prázdnin. Veronika B., která vycestovala s cestovní kanceláří ABC, řekla, že jí pohovor nepřišel nijak náročný, jelikož jí přímo na pohovoru bylo sděleno, jak její práce bude probíhat a kdy se bude konat školení. Z této odpovědi je jasné, že zde neprobíhalo žádné náročné výběrové řízení a Veronika B. získala svůj kontrakt ihned. Pavel S. i Anna S. zmínil, že konkurzu byla přátelská atmosféra, díky které se necítí příliš nervózně a celý konkurz si užili.

Všechny rozhovory probíhaly podle autorčinych představ. V rámci prvního kola rozhovorů došlo také k naplnění předpokladů (P2 a částečně P3) stanovených před zahájením výzkumu. Autorka od respondentů získala veškeré potřebné odpovědi.

Odpovědi, které se týkaly nedostatků školení, byly velmi přínosné a budou použity při vytváření návrhů opatření. Důležitou informací byla zmínka Veroniky K., která podotkla, že by školení mohlo obsahovat více sportovních aktivit. Aby tento potencionální nedostatek mohl být odstraněn, školení by muselo probíhat v delším rozsahu. Odpovědi Veroniky K. došlo opět k naplnění druhého předpokladu (P2). Dalším důležitým poznatkem z rozhovorů, které proběhly před sezonou, byl názor Veroniky B., která se rozhodla pro práci animátorky kvůli tomu, že se jí práce zdá nenáročná. Tento názor jí nebyl vyvrácen ani po absolvování školení, z toho plyne, že by školení mohla být více náročná. Tímto se opět nabízí možnost školení prodloužit, alespoň o den. Pokud by školení proběhlo v delším rozsahu je možné, že by oba výše zmíněné názory byly vyvráceny.

5.3.2 Druhé kolo rozhovorů

Druhé kolo rozhovorů probíhalo v čase, kdy respondenti již nějakou dobu práci animátora vykonávali. Autorka se s nimi spojila skrze sociální síť Facebook, kde rozhovor probíhal. Jak již bylo zmíněno, toto kolo rozhovorů bylo náročné na zajištění, jelikož respondenti byli časově vytíženi svými povinnostmi. I přesto rozhovory proběhly v pořádku a bez větších problémů. Otázky se týkaly především spokojenosti respondentů s prací animátora a také hodnocení jejich vstupu do animačního světa.

První otázkou autorka chtěla zjistit spokojenost respondentů s průběhem sezony a prací animátora celkově. Pavel S. na tuto otázku odpověděl velmi vyčerpávající odpovědí, ve které se mu podařilo shrnout vše, co zmínili i ostatní respondenti. Pavel S. odpověděl: *„Celkově bych svou sezonu doposud hodnotil rozhodně kladně. Samozřejmě že když se člověk zamyslí, najde spoustu záporů a věcí se kterými nebyl spokojený a skutečnosti, které sezónu dost komplikovaly, ale s klidem můžu říct, že převažovaly klady. Práce animátora je možná náročnější více po psychické stránce, s čímž souvisí i následujících pár řádků. Mně ze začátku nějakou chvíli trvalo, než jsem se do toho úplně dostal. Mám na mysli schopnost vést aktivity sám, nemít jakýkoliv ostych nebo trému jak na parketu při večerních show, tak při oslovování hostů. Ale měl jsem to štěstí, že jsem se stal součástí skvělého týmu, kde mi všichni ze začátku moc pomohli a já jsem se tak mohl vypracovat až na úroveň, kde jsem teď. Můj tým má nejlepší skóre z hotelů na ostrově, a když se člověk dozví, že se o něm zmínili hosté v dotazníku nebo na Trip Advisoru, tak mu to dodá*

další energii a chuť do práce i přesto, že by se na to někdy po náročném dnu nejradši vykašlal. Každopádně já si sezónu užívám. Hodně mi vzala, ale ještě víc dala. Závěrem snad jen, že nejlepší na tom všem jsou mého pohledu večerní show, komunikace se skvělými hosty ať už při aktivitách nebo guest kontaktu nebo jen tak během dne a samozřejmě užívání s týmem.“ Tato odpověď opravdu zahrnuje všechny názory ostatních respondentů.

Druhou otázkou se autorka chtěla dozvědět, zda měli respondenti o práci animátora jiné představy a jak moc se realita od jejich představ liší. Odpovědi na tuto otázku již obsahovaly mnoho negativ a zde se možná objevily i nedostatky školení. Samozřejmě negativně neodpovídali všichni respondenti např. Pavel S., potvrdil, že jeho představy po školení naprosto odpovídaly realitě, také Veronika K. na tuto otázku odpověděla, že po školení čekala mnohem náročnější a nepříznivější prostředí, než které ji doopravdy potkalo. První negativa přišla v hodnocení situace, se kterou se setkala Anna S. Respondentka byla velmi znepokojená z přístupu manažera hotelu, který se pokoušel zastupovat roli šéfanimátora. Anna S. dodala: *„Každý večer chodí nadávat teamleaderovi za různé věci, ten pak má samozřejmě každý den špatnou náladu, což se podepisuje i na nás. Samotný teamleader, který v tomto oboru pracuje už 20 let, nám říkal, že se s tímhle v životě nesetkal.“* Je nutné dodat, že tato situace je v praxi nestandardní avšak, bohužel i tak k ní dochází. Mnoho manažerů hotelu, který je vlastně objednavatelem animačních služeb má pocit, že animátoři nevykonávají svou práci dle jejich představ. Tato situace je v praxi velmi nepříjemná, bohužel jsou tyto situace velmi nepředvídatelné a v rámci školení jsou tyto situace pouze přiblíženy. Není jim věnováno mnoho času, a to z důvodu jejich nepředvídatelnosti. Veronika B. měla také odlišné představy a její odpověď byla poněkud negativní. Setkala se s případem, kdy cestovní kancelář neměla dořešené organizační věci a také více než měsíc Veronice B. chyběly pomůcky k animačním činnostem. Veronika B. také zmínila, že cestovní kancelář tyto skutečnosti ani nevěděla, jelikož delegát, který by měl hrát roli jakéhosi prostředníka, na Veroniku B. neměl čas a její prosby nevyslyšel. Na konec této odpovědi Veronika B. dodala, že samotná práce v dětském klubu jí nepřekvapila a je jedním z pozitiv práce animátora.

Následující otázka měla zjistit, zda se v sezoně respondentům přihodilo něco, co je zaskočilo, a nebyli na takovou situaci připraveni ze školení. Veronika B. měla opět velmi zajímavý názor. Její odpověď zněla: *„Možná bych se více zaměřila na animaci pro děti,*

zmínila nějaké "osvědčené" hry atp. Ze začátku jsme měli problém s vymyšlením her tzv. za pochodu, ale s tím už problém nemáme. Některé věci byly dokonce navíc, třeba klubáky (tj. animační tance), ale chápu, že pro animátory z mezinárodních týmů jsou důležitou součástí, pro nás však nejsou.“ Odpovědí Veroniky B. došlo k naplnění prvního předpokladu (P1), který se týkal skutečnosti, že začínající animátoři hodnotí školení, jako příliš náročné či nedůležité. Veronice B. přišel nácvik klubových tanců v rámci školení jako nedůležitý. Také zmínila potencionální nedostatky školení, čímž došlo k naplnění dalšího předpokladu (P2). Pavel S. také zmínil: „Určitě školení hodnotím kladně, mohl jsem si vytvořit trochu nějakou představu, jak to bude vypadat plus i například některé "skeče" které jsme tam trénovali, jsem pak využil tady, ale je to úplně něco jiného. Takže dá se říct, že nejvíc překvapený jsem byl asi poprvé při mé účasti ve večerní show, protože i když něco ukážete před ostatními a pár hosty v hotelu, je pak něco jiného natrénovat spoustu věcí, a hlavně ukázat a předvést co nejlépe nebo co nejtípněji na pódiu před 400 lidmi.“ Odpovědi na tyto otázky naplnily stanovený předpoklad (P2). Tento předpoklad byl stanoven k názoru, že začínající animátoři díky získaným zkušenostem odhalí nedostatky školení.

Předposlední otázka se opět věnovala potencionálu školení. Otázkou chtěla autorka zjistit, zda mají respondenti nějaký nápad, čím by se školení mohlo vylepšit a tím by animátory více připravilo. Anna S., opět zmínila fakt, že při jejím školení na hotelu nebyli žádní hosté, a proto si neměli možnost zažít animaci před hosty. Také by doporučila prodloužit délku školení, aby si školení animátoři měli možnost vše více vyzkoušet. Veronika K. tento názor též podpořila a také si myslí, že by školení mohlo být delší. Veronika B. měla nápad, že by možná bylo vhodné školení rozdělit na školení pro animátory věnující se animaci pro dospělé a na školení pro dětské animátory. Tento nápad podložila názorem, že by se takto všichni mohli připravovat opravdu jen na svou budoucí práci. Pavel S. ve své odpovědi řekl: „Myslím si, že víc jsme se připravit nemohli, teď jen musíme odjet a začít.“ Některé nápady respondentů jsou zajímavé, avšak v praxi nenaplnitelné. Např. nápad Veroniky B., nelze realizovat z důvodu, že mnoho animátorů při účasti na školení, ještě nemá stanovenou cílovou destinaci a nezná ani svou budoucí pozici v týmu. Tato možnost by připadala v úvahu jen u školení animátorů cestovních kanceláří, kteří se většinou věnují právě animaci pro děti. Jejich školení jsou však tomuto faktu již přizpůsobena.

Poslední otázka se vztahovala k potenciálním mezerám v poskytování animačních služeb. Respondenti byli dotazováni, zda jim něco v sezoně chybí a zda je napadá něco, čím by se poskytované služby daly vylepšit. Anna S. zmínila, že její hotel by potřeboval lepší hmotné zabezpečení. Tým Anny S. postrádal vybavení na sportovní aktivity a také kostýmy na večerní programy. Veronika K. uvedla, že v animaci, kterou její tým odvádí, nevidí žádné nedostatky a je na 100 % spokojena s jejich výkonem. Veronika B. zmínila: *„Určitě bych zlepšila úroveň ubytování animátorů, protože pokoje se téměř rozpadají a např. konkrétně my měli problém s invazí mravenců, takže jsme jednu noc museli spát v klubíku. Určitě by se hodil jeden delegát navíc, jelikož náš delegát je velmi zaneprázdněný, často ho musíme zastupovat.“* Tento problém se však týká podobně jako u Anny S., pouze určitého hotelu. Pro zaměstnavatele těchto respondentek je tato odpověď však signálem pro potenciální vylepšení. V rámci školení by bylo vhodné animátory o těchto možných nedostatcích informovat.

5.3.3 Třetí kolo rozhovorů

Třetí, a tedy poslední kolo rozhovorů probíhalo po návratu respondentů ze sezony. Obě Veroniky i Anna S. měly pracovní smlouvy do konce srpna, jejich rozhovory proběhly v prvním týdnu v září. Pavel S. se ze sezony vrátil až na konci měsíce září. Jeho poslední rozhovor proběhl v následujících týdnech. Bohužel kvůli jeho školním povinnostem nebylo možné rozhovor provést v prvním týdnu po sezoně. I přes tuto nepříjemnost proběhly rozhovory dle očekávání a naplnily veškeré předpoklady.

První otázka byla směřována k předpokladu (P3), který byl stanoven ke skutečnosti, že veřejnost a také samotní začínající animátoři označují práci animátora za jednoduchou činnost. Otázka přesně zněla: *„Často se setkáváme s tím, že si hosté myslí, že je práce animátora placená dovolená. Myslíš si, že to tak je? Proč?“* K této otázce Anna S. zmínila: *„Práce animátora rozhodně není placená dovolená. Hosté si neuvědomují, že je tato práce hodně náročná jak fyzicky, tak psychicky. A také nevidí všechnu práci, co děláme (nacvičování a příprava programů, získávání referencí pro hotel atd.), z jejich pohledu pouze hrajeme aktivity, bavíme se. Často si také neuvědomí, že můžeme mít špatnou náladu a pak je velmi těžké bavit ostatní. Stává se také, že někdo není úplně zdravý, a když máte vymknutý kotník, také by se vám nechtělo skákat 30 minut u bazénu. Hosté si všímají pouze pozitiv této práce.“* Tento názor podpořila i Veronika K. a Pavel

S., oba tito respondenti podotkli, že si hosté neuvědomují fakt, že animátoři pracují každý den na sluníčku, a to i v 50°C. Pavel S. také zmínil skutečnost, že pracovní doba animátora může přesáhnout i 12 hodin. Již zmíněný předpoklad byl částečně naplněn již v prvním kole rozhovorů, kdy Veronika B. zmínila, že práci animátorky vyhledala kvůli jednoduchosti a výhodám kterou práce přináší. Tento názor se v posledním kole rozhovorů pozměnil, čímž došlo také k úplnému naplnění předpokladu (P3). Veronika B. k této otázce odpověděla, že až po sezoně může náročnost hodnotit objektivněji a přiznala, že po návratu přemýšlela o nutnosti dovolené, kde by si mohla odpočinout. Ve své odpovědi zmínila všechny skutečnosti, které se objevily v odpovědích ostatních respondentů. Zmínila také, že v rámci své práce se setkala i rodičovskými povinnostmi (např. s péčí o batolata). Z její odpovědi je tedy jasné, že práci animátora před sezonou podceňovala a díky získaným zkušenostem svůj názor zcela změnila. Druhou otázkou autorka práce chtěla zjistit, jestli respondentům práce animátora něco přinesla (ve smyslu životních zkušeností, jazykových schopností apod.). Na tuto otázku respondenti reagovali velmi podobně. Reakce Veroniky K. obsahovala všechny pozitiva respondentů. Její odpověď zněla: „*Tato práce mi přinesla celou řadu věcí. Jednou z těch nejdůležitějších jsou určitě zkušenosti, které vám už nikdo nikdy nevezme. Další obrovskou výhodou je osamostatnění se, kdy se musíte v poprvé v životě spolehnout jen sami na sebe. Určitě jsem se také zlepšila v cizích jazycích, v komunikaci s lidmi, či ve fyzické výdrži s minimem spánku. Celkově tato práce posunula moje hranice a bariéry.*“ Na tuto otázku navazovala i další dotaz autorky. Otázkou chtěla autorka zjistit, zda mají respondenti pocit, že je práce animátora připravila na budoucí povolání. Odpovědi respondentů často obsahovali stejné věci jako u předchozí odpovědi. Anna S. podotkla, že práce animátora jí pomohla zlepšit komunikační dovednosti, které jistě v oblasti businessu uplatní. Pavel S. řekl, že ho práce animátora naučila především organizovat si práci i čas a také práci v kolektivu.

Čtvrtá otázka posledního rozhovoru se opět týkala školení. Touto otázkou se autorka dotazovala animátorů, zda se jim během sezony přihodilo něco, na co nebyli v rámci školení připraveni a myslí si, že by bylo užitečné do programu školení zařadit. Veronika B. řekla, že jí školení připravilo na vše v rámci práce animátora. Avšak podotkla, že většina problémů a nedostatků, se kterými se setkala na začátku práce, pramenily z nedostatečné komunikace ze strany cestovní kanceláře. Pavel S. k této otázce řekl: „*Téměř každý den se dělo spoustu nepředvídatelných věcí, na které vás ale nikdo*

upozornit nemůže, jelikož by ani vás normálně nenapadly. Ale pokud to mám srovnat s informacemi ze školení, tak si myslím, že nám jich předali dostatek a všechny se moc hodily.“ Podobnou odpověď získala autorka i od Anny S. a Veroniky K. Poslední otázka celého rozhovoru třetího kola měla zjistit, co by respondenti poradili budoucím animátorům. Anna S. by svým známým práci doporučila a upozornila by je na skutečnost, že práce animátora jim může narušit soukromý život (vztahy s přáteli a rodinou). Veronika K. by práci animátora také doporučila a také by doporučila i cestovní kancelář ABC, jako vhodného zaměstnavatele. Pavel S. by budoucím animátorům rád vzkázal: „*Nebojte se vystoupit z komfortní zóny a práci animátora vyzkoušejte. I přes veškerá negativa tato práce stojí za to a přinese neskutečný zážitek na celý život.*“

5.4 Shrnutí a zhodnocení výsledků rozhovorů a následná doporučení

V této části práce bude vyhodnocen průzkum. V rámci průzkumu byli dotazováni čtyři respondenti, a to tři dívky a jeden muž. Věková struktura respondentů byla velmi vyvážená (19-22 let). Tři dotazovaní respondenti jsou studenti vysokých škol, poslední respondentka je maturantka na střední škole. Respondenti mají také velmi podobné zájmové činnosti (sport a cestování).

Cílem průzkumu bylo získat názor začínajících animátorů na přínos a nedostatky školení. Dalším dílčím cílem průzkumu bylo, vytvořit návrhy na zlepšení formy vzdělávání animátorů. Pro celý průzkum byly také stanoveny tři předpoklady.

První předpoklad byl stanoven ke vztahu začínajících animátorů ke školení, kdy animátoři často hodnotí školení, jako příliš náročné či nedůležité. Tento názor by se měl při realizaci práce změnit. První předpoklad byl naplněn v druhém kole rozhovorů. Respondentka Veronika B. v této části rozhovorů podotkla, že nácvik klubových tanců jí připadal zbytečný a v práci ho neuplatnila. Doplnila však, že většina animátorů klubové tance v práci realizuje, proto jejich nácvik v rámci školení chápe. Ostatní respondenti tento předpoklad nenaplnili, jelikož jim školení přišlo přínosné již po jeho skončení.

Další předpoklad byl vztahován ke skutečnosti, že animátoři během realizace práce objeví potencionální nedostatky školení. Druhý předpoklad byl naplněn již v prvním kole rozhovorů a dále byl znovu zmíněn v další (druhé) části rozhovorů. Tento předpoklad byl velmi důležitý, a to z důvodu, že jeho naplnění vedlo také k naplnění cíle průzkumu. K potencionálním nedostatkům školení respondenti zařadili délku školení, která by také

ovlivnila obsah. Veronika K. zmínila, že v programu by očekávala více sportovních aktivit. Anna S. také dodala, že pokud by školení probíhalo v delším rozsahu, animátoři by si mohli vše lépe vyzkoušet a zapamatovat. Respondenti také jako určitý nedostatek školení označili skutečnost, že v hotelu (kde školení probíhá) se vyskytuje málo hostů, čímž dochází k situacím, kdy školení animátoři vystupují ve večerním programu pouze před školiteli.

Třetí a poslední předpoklad stanovený k tomuto průzkumu byl stanoven ke skutečnosti, že veřejnost často hodnotí práci animátorů jako placenou dovolenou. Nepovažují práci za náročnou. S tímto názorem často souhlasí i potencionální animátoři. Tento názor by se však po realizaci práce měl změnit. Předpoklady byly stanoveny na základě znalostí z literatury a ze získaných interních informací společnosti TOP Animace. Poslední předpoklad týkající se názoru na náročnost práce animátora byl z části naplněn již v první otázce rozhovorů (prvního kola). Kdy Veronika B. řekla, že práci animátora vyhledala kvůli možnosti vycestovat, avšak nevykonávat náročnou práci. Tento názor však po návratu ze sezony změnila a přiznala, že práce animátora pouze jako placená dovolená vypadá, avšak není. Všichni respondenti se shodli v názoru, že práce animátora je náročná jak psychicky, tak i fyzicky. Tento názor však veřejnosti zůstává, jelikož nevidí do zákulisních povinností animátorů.

V průběhu průzkumu došlo k naplnění všech stanovených předpokladů. V současnosti je animátorům poskytováno školení, kde školení animátoři získají teoretické i praktické znalosti z oblasti práce animátora v cestovním ruchu. Toto školení probíhá od pátku do neděle. V tomto čase mají animátoři možnost si vyzkoušet mnoho praktických aktivit, a tak si přímo vyzkoušet povinnosti animátora. Obdrží také manuál animátora, který obsahuje všechny teoretické informace a mnoho typů. Animátoři také obdrží online balíček plný materiálů potřebných k realizaci animačních činností. Z výsledků průzkumu je dobré doporučit zlepšení v oblasti vzdělávání animátorů, tak aby se v budoucnu vyloučily současné nedostatky. Mezi samotná opatření navrhované autorkou práce patří:

- prodloužení školení;
- úprava programu školení (odlišný program pro společnosti a CK);
- zavedení školení i pro zkušené animátory.

Prodloužení školení

Tento krok je doporučován na základě informací získaných od respondentů a také z interních informací o školení. V současnosti školení probíhá od pátku (dopoledne) do neděle (dopoledne). V rámci návrhu by autorka práce doporučila školení prodloužit alespoň na dobu od čtvrtka (odpoledne) do nedělního večera. Díky tomuto času navíc, by školení animátoři měli větší možnost získat bližší náhled na skutečnou práci animátora.

Pokud by došlo k prodloužení času školení, bylo by možné zamezit potencionálním nedostatkům, které byly zmíněny respondentkami. Mezi tyto nedostatky byl zařazen nedostatečný čas věnovaný animaci pro děti a také nedostatek sportovních aktivit. Delší rozsah školení by také umožnilo všem školeným animátorům vyzkoušet si vedení aktivit. Také by školení animátoři měli možnost vyzkoušet si více činností. Pokud by školení bylo prodlouženo, do navrhovaného času (čtvrtek-neděle), animátoři by měli možnost vyzkoušet více praktických věcí. Do programu by autorka navrhovala zařadit více aktivit pro děti, kdy by se dětské animace věnoval celý odpolední blok. Dále by se dětská animace zařadila do programu, jako krátký večerní program. V rámci prodlouženého školení, by program mohl také obsahovat více sportovních a fitness aktivit, včetně ranní jógy. Tato aktivita je navrhována k zařazení do programu kvůli brzkému konání, tím by školení animátoři získali další reálnou představu o práci. Tento rozšířený program by také poskytl více prostoru pro práci s mikrofonem a simulaci výběrového řízení. Pokud by byly akceptovány všechny navržené změny, je autorka přesvědčena, že školení by poskytlo velmi autentickou simulaci skutečnosti. Navrhovaný program je přiložen v přílohách práce (příloha B).

Finanční náklady na tuto změnu by byly pro společnost TOP Animace minimální, jelikož náklady na ubytování, stravu a dopravu animátorů si hradí školení animátoři sami. Jediným nákladem, který by se navýšil pro společnost, je mzda školitelů. Navýšili by se částka, kterou animátoři platí, autorka se však domnívá, že cena školení by byla stále únosná. Pokud by školení bylo prodlouženo, dá se očekávat nutnost přítomnosti dalšího školitele. Bylo by také nutné upravit celý program školení, čemuž by následovala úprava a vytisknutí nových manuálů. Obsah manuálů není hlavním předmětem změny, nutnost nových manuálů je zapříčiněna novým programem. Tyto nutnosti by však měla být pro společnost TOP Animace zvladatelná.

Úprava programu školení

Toto doporučení je formulováno na základě výsledků průzkumu, ve kterém respondentka zastupující cestovní kancelář zmínila odlišnost povinností animátorů. Odlišnosti vyplývají již z literatury, kde jsou povinnosti stálých a doplňkových animátorů vysvětleny.

Zavedení školení přímo pro animátory cestovní kanceláře by mohlo být upraveno z mnoha aspektů. Doplňkoví animátoři cestující pod záštitou cestovních kanceláří vystupují především jako dětské animátoři. Z tohoto důvodu by se školení pro animátory CK mělo více věnovat aktivitám pro děti. V rámci takového školení by měli školení animátoři získat informace také o tvorbě animačního programu pro děti. Během takového školení by si budoucí animátoři také měli vyzkoušet animování v kostýmu, jelikož ho v rámci některých dětských aktivit budou nuceni nosit.

Speciální školení pro animátory CK by nemělo finančně nijak ohrozit společnost TOP Animace, jelikož náklady jsou hrazeny partnerskou cestovní kanceláří.

Zavedení školení i pro zkušené animátory

Toto doporučení je stanoveno na základě informací získaných z literatury, která zmiňuje důležitost soustavného vzdělávání zaměstnanců.

Pokud by bylo vytvořeno školení i pro zkušené animátory došlo by ke zlepšování kvality poskytovaných služeb. Toto školení by také mohlo zvýšit motivaci animátorů. Na školení by si zkušení animátoři vyměnili poznatky získané z realizace práce. Školení by se mělo věnovat spíše organizačním dovednostem, které by animátoři využili na vedoucích pozicích. V obsahu školení by také neměl chybět nácvik večerních programů. Toto školení by mělo mít flexibilní program, a to kvůli rozdílnosti znalostí animátorů.

Pokud by došlo k zavedení takového typu školení, došlo by k navýšení finančních nákladů společnosti, ale došlo by k navýšení loajlnosti animátorů ke společnosti. Většinu nákladů na školení (ubytování, strava, doprava a náklady na mzdu školitele) by však byla hrazena školenými animátory. Z tohoto důvodu by finanční zátěž neměla společnost TOP Animace ohrozit.

Závěr

Tato bakalářská práce se zabývá animačními službami, a to přesněji vzděláváním animátorů v cestovním ruchu. Animace volného času je součástí doplňkových služeb cestovního ruchu. Cílem bakalářské práce bylo ověřit, zda je vzdělávání animátorů v cestovním ruchu přínosné a zda usnadňuje začínajícím animátorům přípravu na povinnosti, které práce animátora obnáší. Vzdělávání by také mělo animátorům napomoci zvládat situace spojené s prací animátora volného času.

První část práce se věnuje teoretické stránce cestovního ruchu. V této části jsou vysvětleny pojmy, které souvisí s cestovním ruchem. Je zde tedy popsán vznik cestovního ruchu a jeho vývoj do nynější podoby. Tato kapitola se také věnuje produktu a službám cestovního ruchu. Tyto pojmy slouží k pochopení následujících částí práce. Další kapitola v teoretické části práce se věnuje animaci cestovního ruchu. Tato kapitola představuje pojem animace volného času, animátor a osobnost animátora. Blíže jsou zde popsány jednotlivé pozice v animačním týmu a hierarchie týmu samotná. Poslední kapitola teoretické části je věnována lidským zdrojům a jejich rozvoji. V této oblasti je věnován text především podnikového vzdělávání a jednotlivým formám vzdělávání.

Dále následuje metodika práce, kde je představen postup a dílčí cíle stanovené pro průzkum. Zde byly stanoveny cíle, které se zaměřovaly na získání názoru respondentů v oblasti důležitosti a přínosnosti vzdělávání animátorů. Dále bylo cílem vytvořit návrhy na potencionální zlepšení současné formy vzdělávání. Těchto cílů bylo naplněno skrze již zmiňovaný průzkum. Pro průzkum byly stanoveny tři předpoklady.

Pro průzkum byly vytvořeny rozhovory, které by rozděleny do tří kol. Pro každé kolo rozhovoru bylo vytvořeno 5-6 otázek, které byly směřovány ke školení. Z průzkumu je patrné, že vzdělávání animátoři hodnotí převážně pozitivně a nepoukazovali na zásadní nedostatky. Z těchto výsledků plyne, že dosavadní forma vzdělávání animátorů v cestovním ruchu je adekvátní a jsou zde pouze malé nedostatky, pro které byly vytvořeny návrhy na zlepšení. Bylo zjištěno, že animátoři by ocenili školení v delším rozsahu a také možnost účastnit se školení přímo zaměřené na doplňkové animátory. Z literární rešerše také vyplynula vhodnost neustálé vzdělávání zaměstnanců, a proto autorka navrhla zavedení školení pro zkušené animátory.

Seznam použitých zdrojů

- [1] Cimbálníková, L., (2013). *Strategický rozvoj lidských zdrojů*. Olomouc, Česko: Univerzita Palackého v Olomouci.
- [2] Drobná, D. & Morávková, E., (2004). *Cestovní ruch pro střední školy a pro veřejnost*. Praha, Česko: Fortuna.
- [3] Fišerová, V., (2008). *Volný čas a jeho animace v cestovním ruchu*. Praha, Česko: Vysoká škola hotelová v Praze 8, spol. s.r.o.
- [4] Gruber, J., Kyrianová, H., Fonville, A., (2016). *Kvalitativní diagnostika v oblasti lidských zdrojů*. Havlíčkův Brod, Česko: Grada.
- [5] Handlířová, P, Masák, J., Spalková, D., Syrovátková, J., Šlechta, P., (2015). *Úvod do animace v cestovním ruchu*. Jablonec nad Nisou, Česko: Educa – vzdělávací centrum, s.r.o.
- [6] Horner, S., Swarbrooke, J., (2003). *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času – Aplikovaný marketing služeb*. Praha, Česko: Grada.
- [7] Indrová, J., Malá, V., Mlejnková, L., Netková, J., Vaško, M., (2004). *Cestovní ruch I*. Praha, Česko: Vysoká škola ekonomická v Praze, Nakladatelství Oeconomica.
- [8] Interní informace cestovní kanceláře ABC, 2020.
- [9] Interní informace společnosti KLM, 2020.
- [10] Interní informace společnosti TOP Animace, 2020.
- [11] Interní informace společnosti XYZ, 2020.
- [12] Jeřábek, T., Šefčík, V. a kolektiv (2017). *Management služeb hotelnictví a cestovního ruchu*. Český Těšín, Česko: 2 THETA Český Těšín.
- [13] Kotíková, H., (2013). *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. Praha, Česko: Grada.
- [14] Lacina, K., (2010). *Management a marketing cestovního ruchu*. Praha, Česko: Vysoká škola finanční a správní, o.p.s., v edici EUPRESS.

- [15] Oriška, J. (2003). *Animácia v cestovnom ruchu*. Banská Bystrica, Slovensko: Univerzita Mateja Bela, Ekonomická fakulta v Banskej Bystrici v spolupráci s OZ Ekonómia.
- [16] Oriška, J. (1999). *Technika služeb cestovního ruchu*. Praha, Česko: IDEA SERVIS.
- [17] Petřů, Z. (1999). *Základy ekonomiky cestovního ruchu*. Praha, Česko: IDEA SERVIS.
- [18] Petříková, R., Jirásek, J., Nenadál, J., Zelený, M., (2002). *Lidé – zdroj kvality, znalostí a podnikových výkonů (znalostní dimenze jakosti)*. Ostrava, Česko: Tiskárna DOT.
- [19] Prebensen, N., K., Chen, J., S., & Uysal, M., S. (2018). *Creating Experience Value in Tourism*. Oxfordshire: CABI.
- [20] Rašovská, I., Rygová, K., (2017). *Management kvality služeb v cestovním ruchu*. Praha, Česko: Grada.
- [21] Šikýř, M., (2016). *Personalistika pro manažery a personalisty 2., aktualizované vydání*. Praha, Česko: Grada.
- [22] Vodák, J., Kucharčíková, A., (2011). *Efektivní vzdělávání zaměstnanců 2., aktualizované vydání*. Praha, Česko: Grada.

Internetové zdroje

- [23] Agency Remarc, (2018). *Remarc*. Dostupné 13.3.2020 z <https://sunseafun.com/what-we-do.htm>.
- [24] Soboleva, O., (2015). *Prezi*. Dostupné 13.3.2020 z: <https://prezi.com/kxlpeydk3asi/vyznam-sluzeb-a-specifika-sluzeb-cestovniho-ruchu-rozdelen/>

Seznam obrázků

Obrázek 1: Hierarchie animačního týmu 26

Obrázek 2: Proces spolupráce **Chyba! Zázložka není definována.**

Seznam zkratek

Aj.	A jiné
Apod.	A podobně
A.s.	Akciová společnost
Č.	Číslo
CR	Cestovní ruch
CK	Cestovní kancelář
Kap.	Kapitola
Např.	Například
Tj.	To je
Tzv.	Takzvaně
UNWTO	Světová organizace cestovního ruchu

Seznam příloh

Příloha A: Program školení

Příloha B: Navrhovaný program školení

Přílohy

Příloha A: Program školení

Pátek:

- 9.30 – 10.00 Příchod animátorů na školení
- 10.15 Úvodní meeting ve školící místnosti (úvod, animace v cestovním ruchu, práci animátora, denní animační program)
- 13.00 Oběd
- 14.00 Meeting ve školící místnosti (klubové tance, komunikace, ponorková nemoc, večerní animační program, nácvik a příprava večerního animačního programu)
- 18.00 Večeře
- 19.00 Večerní program
- 20.00 Guest contact a zábava s hosty
- 21.00 Vyhodnocení večerního programu
- 22.00 Nácvik večerního animačního programu

Sobota

- ráno Snídaně
- 9.00 Meeting ve školící místnosti (klubové tance, fitness aktivity, bazén, péče o sebe a první pomoc)
- 12.30 Oběd
- 13.30 Meeting ve školící místnosti (práce v miniklubu – teorie a praxe, sportovní animační aktivity, nácvik večerního programu)
- 18.00 Večeře a welcome hostů
- 19.00 Večerní program – Comedy show
- 20.00 Guest contact a zábava s hosty
- 21.00 Vyhodnocení program

Neděle

- ráno Snídaně
- 9.00 Meeting ve školící místnosti (klubové tance, simulace meetingu a různých situací z animace, práce s mikrofonom, vyhodnocení školení)
- 11.30 Závěr školení

Příloha B: Navrhovaný program školení

Čtvrtek

- 10.15 Zahájení školení (úvod, animace v cestovním ruchu, o práci animátora, denní animační program)
- 13.00 Oběd
- 14.00 Odpolední blok školení (klubové tance, komunikace a ponorková nemoc, večerní animační program, nácvik a příprava programu)
- 18.00 Večeře
- 19.00 Večerní program
- 20.00 Guest contact a zábava s hosty
- 21.00 Vyhodnocení programu
- 22.00 Nácvik večerního programu na následující večer

Pátek

snídaně

- 9.00 Zahájení dne (klubové tance, fitness aktivity, bazén, péče o sebe a první pomoc)
- 13.00 Oběd
- 14.00 Odpolední blok školení (sportovní animační aktivity, nácvik večerního programu)
- 18.00 Večeře
- 19.00 Večerní program
- 20.00 Guest contact a zábava s hosty
- 21.00 Vyhodnocení programu

Sobota

- 7.30 Zahájení dne (ranní jóga)

snídaně

- 9.00 Dopolední blok (sportovní aktivity, teorie práce v miniklubu)
- 13.00 Oběd
- 14.00 Odpolední blok (animační činnosti v dětském klubu, nácvik minidisko, klubové tance)
- 18.00 Večeře
- 19.00 Face paintign a minidisko
- 20.00 Guest contact a zábava s hoty
- 21.00 Vyhodnocení dne + překvapení

Neděle

snídaně

- | | |
|-------|--|
| 9.00 | Zahájení dne (klubové tance, práce s mikrofonem) |
| 12.30 | Oběd |
| 13.30 | Odpolední blok (klubové tance, simulace castingu a různých situací z animace, vyhodnocení školení) |
| 18.00 | Závěr školení |

Abstrakt

Šroubková, T. (2020). *Vzdělávání animátorů v cestovním ruchu* (Bakalářská práce), Západočeská univerzita v Plzni, Fakulta ekonomická, Česko.

Klíčová slova: cestovní ruch, animátor, vzdělávání, vzdělávání animátorů

Bakalářská práce se zabývá cestovním ruchem a s ním spojenými pojmy, konkrétně pak na animační služby. Cílem práce je ověřit, zda vzdělávání animátorů v cestovním ruchu je přínosné a zda napomáhá začínajícím animátorům v přípravě a zvládnutí situací při vykonávání práce animátora. Teoretická část práce se zabývá problematikou cestovního ruchu, animace v cestovním ruchu a lidských zdrojů. Praktická část práce se poté věnuje analýze společností, které se zabývají animačními službami a průzkumu, který zjišťuje názor začínajících animátorů na důležitost a přínosnost školení. Z výsledků průzkumu jsou vytvořeny návrhy na potenciální zlepšení formy vzdělávání animátorů v cestovním ruchu.

Abstract

Šroubková, T. (2019). *Training animators in tourism* (Bachelor Thesis). University of West Bohemia, Faculty of Economics, Czech Republic.

Keywords: tourism, animation, animation in tourism, training, training animators

This bachelor thesis deals with the term tourism and concepts which are connected to it, specifically with animation services. The objective of the thesis is to attest, that training animators is beneficial and it helps the beginners in animation with entering into their job and also prepare them for their future responsibilities. The theoretical part of this thesis is focused on issue of tourism, animation in tourism and human resources. Practical part described companies who are dealing with animation services. Through research author tries to find out the opinion of inchoative animators on profitability and necessarily of training. Based on the interviews, author of the thesis made up proposals for potential improvement in the field of training animators in tourism.