

PŘÍLOHY K METODICE: (pracovní listy)

Kurz inovací v cestovním ruchu ve Středočeském kraji

reg. č.: CZ.1.07/3.2.11/03.0084

FM Consulting s.r.o.
Na Čihadle 55
160 00 Praha 6
IČ 27895718



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Tento text slouží výhradně pro účely projektu Kurz inovací v cestovním ruchu ve Středočeském kraji, reg. č. CZ.1.07/3.2.11/03.0084

Jakákoliv distribuce, šíření či další zpřístupňování tohoto obsahu či jeho části veřejnosti, a to jakýmkoliv způsobem, je bez předchozího písemného souhlasu FM Consulting s.r.o. výslovně zakázáno.

Pracovní list č. 1:

Základní role:

- Vzdělávateľ
- Odborník
- Konzultant/poradce
- Kouč
- Mentor
- Supervizor
- Facilitátor
- Mediátor
- Organizátor
- „Psychoterapeut“

Základní schopnosti a dovednosti:

- Schopnost učit
- Aktivita a angažovanost
- Odborný růst
- Jasně definování cílů vzdělávací akce
- Srozumitelnost
- Komunikativnost
- Prezentace a sebe prezentace
- Empatie
- Schopnost řešit konflikty
- Individuální přístup
- Kreativita a inovativnost
- Akceptování rozdílnosti
- Práce v zátěži

Co podporuje image lektora:

- Odbornost a kvalifikace
- Informovanost – v oboru i všeobecně

FM Consulting s.r.o.
Na Čihadle 55
160 00 Praha 6
IČ 27895718



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Tento text slouží výhradně pro účely projektu Kurz inovací v cestovním ruchu ve Středočeském kraji, reg. č. CZ.1.07/3.2.11/03.0084

Jakákoliv distribuce, šíření či další zpřístupňování tohoto obsahu či jeho části veřejnosti, a to jakýmkoliv způsobem, je bez předchozího písemného souhlasu FM Consulting s.r.o. výslovně zakázáno.

- Respekt k názoru druhého
- Angažování se a pomoc
- Diskrétnost
- Spolehlivost
- Dotahování věcí do konce
- Schopnost pracovat s emocemi – vlastními a skupiny
- Minimum předsudků
- Schopnost pamatovat si jména a tváře
- Zdržení se veřejné kritiky – kolegů a účastníků, apod.
- Zdvořilost
- Takt
- Jasně vyjadřování
- Dobrá připravenost
- Osobní disciplína
- Vlastní život v souladu s deklarovanými hodnotami
- Vhodný vzhled a vystupování
- Schopnost adekvátně se chovat i v nečekaných situacích
- Jednota slov a činů
- Ochrana soukromí druhých i svého vlastního
- Schopnost respektovat individualitu druhých – náboženská, sociální, finanční odlišnost aj.

Pracovní list č. 2:

Moje silné stránky:

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.
- 6.
- 7.

Moje slabé stránky:

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.
- 6.
- 7.

Moje příležitosti ke změně:

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.
- 6.
- 7.

Moje hrozby, překážky, bránící změně:

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.
- 6.
- 7.

Poznámky:

FM Consulting s.r.o.
Na Čihadle 55
160 00 Praha 6
IČ 27895718



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Tento text slouží výhradně pro účely projektu Kurz inovací v cestovním ruchu ve Středočeském kraji, reg. č. CZ.1.07/3.2.11/03.0084

Jakákoliv distribuce, šíření či další zpřístupňování tohoto obsahu či jeho části veřejnosti, a to jakýmkoliv způsobem, je bez předchozího písemného souhlasu FM Consulting s.r.o. výslovně zakázáno.

Pracovní list č. 3:

- zjišťování vzdělávacích potřeb účastníků
- analýza skupiny účastníků (úroveň znalostí a dovedností, počet, homogennost aj.)
- vytvoření harmonogramu vzdělávací akce (cíle, aktivity, časová náročnost, způsoby realizace aktivit)
- příprava textů a případových studií
- příprava metod
- příprava techniky a její využití (flipchart, tabule, dataprojektor, výukové filmy, trojrozměrné modely, využití kamery)
- výběr vhodného způsobu zhodnocení vzdělávací akce
- a další

Poznámky:

FM Consulting s.r.o.
Na Čihadle 55
160 00 Praha 6
IČ 27895718



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Tento text slouží výhradně pro účely projektu Kurz inovací v cestovním ruchu ve Středočeském kraji, reg. č. CZ.1.07/3.2.11/03.0084

Jakákoliv distribuce, šíření či další zpřístupňování tohoto obsahu či jeho části veřejnosti, a to jakýmkoliv způsobem, je bez předchozího písemného souhlasu FM Consulting s.r.o. výslovně zakázáno.

Pracovní list č. 4:

- lekci si perfektně připravte
- úvod a závěr jsou nejdůležitější části vzdělávací akce
- zapojujte co nejvíce účastníky do aktivit
- buďte flexibilní a reagujte na přání účastníků
- méně často znamená více
- používejte jednoduché formulace, kterým každý rozumí
- používejte racionální argumenty – čísla, fakta, tabulky, modely
- používejte emocionální argumenty – zkušenosti, příklady, příběhy, přirovnání
- hovořte o užitku pro účastníky
- nepoučujte
- využijte řeči těla na podporu svých slov (ovládejte svoji neverbalitu)
- eliminujte konflikty s účastníky popř. mezi účastníky

Poznámky:

FM Consulting s.r.o.
Na Čihadle 55
160 00 Praha 6
IČ 27895718



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Pracovní list č. 5:

Co se ostatním na mé prezentaci líbilo:

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.
- 6.
- 7.
- 8.
- 9.

Co mi ostatní doporučují změnit:

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.
- 6.
- 7.
- 8.
- 9.

Poznámky:

FM Consulting s.r.o.
Na Čihadle 55
160 00 Praha 6
IČ 27895718



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Tento text slouží výhradně pro účely projektu Kurz inovací v cestovním ruchu ve Středočeském kraji, reg. č. CZ.1.07/3.2.11/03.0084

Jakákoliv distribuce, šíření či další zpřístupňování tohoto obsahu či jeho části veřejnosti, a to jakýmkoliv způsobem, je bez předchozího písemného souhlasu FM Consulting s.r.o. výslovně zakázáno.

Pracovní list č. 6:

Můžeme si schematicky rozdělit účastníky podle jejich očekávání:

AKTIVISTA (změna, novinky, netrpělivost, rychlost, improvizace, chaos)

REFLEKTOR (klid, rozvaha, racionalita, propracovanost, váhavost, analyzování, lidské vztahy, smysl práce, jistota)

PRAGMATIK (efekt, cíl, tah na branku, orientace na praxi)

TEORETIK (systém, logika, racionalita, analýza a syntéza, souvislosti)

Poznámky:

FM Consulting s.r.o.
Na Čihadle 55
160 00 Praha 6
IČ 27895718



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Tento text slouží výhradně pro účely projektu Kurz inovací v cestovním ruchu ve Středočeském kraji, reg. č. CZ.1.07/3.2.11/03.0084

Jakákoliv distribuce, šíření či další zpřístupňování tohoto obsahu či jeho části veřejnosti, a to jakýmkoliv způsobem, je bez předchozího písemného souhlasu FM Consulting s.r.o. výslovně zakázáno.

Pracovní list č. 7:

- Pan Všeználek
- Pan Pasivní
- Pan Bavič
- Pan Zavádějící
- Pan Negativista
- Pan Nadšenec chaotický
- Pan Technik
- Pan Úzkostný
- Pan Narcista
- Pan Pedant
- Pan Kverulant

Poznámky:

FM Consulting s.r.o.
Na Čihadle 55
160 00 Praha 6
IČ 27895718



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Tento text slouží výhradně pro účely projektu Kurz inovací v cestovním ruchu ve Středočeském kraji, reg. č. CZ.1.07/3.2.11/03.0084

Jakákoliv distribuce, šíření či další zpřístupňování tohoto obsahu či jeho části veřejnosti, a to jakýmkoliv způsobem, je bez předchozího písemného souhlasu FM Consulting s.r.o. výslovně zakázáno.

Pracovní list č. 8:

Co charakterizuje inovace:

- jsou to nové produkty a procesy
- jsou to významné technologické změny
- jsou to změny vědeckých, organizačních, finančních a komerčních činností
- je to schopnost řešit nové výzvy a problémy
- jsou to změny myšlení a přístupů
- je to kreativní proces realizovaný v praxi
- aj.

Z hlediska stupně – intenzity novosti inovace je můžeme dále dělit:

- radikální (významná změna např. internet)
- přírůstková (zdokonalují službu nebo produkt např. objednávání letenek přes internet, rekonstrukce hotelu na bezbariérový)
- systémová (inovace, kde se změna realizuje v mnoha oblastech)

Nutná je součinnost několika zdrojů v organizaci:

- organizační
- informační
- lidské zdroje

Existuje několik „brzd“ produktové inovace:

- nový produkt je zaváděn na malý trh, není tam dosaženo dostatečného zisku
- omezení ze strany státu (normy, legislativní požadavky)
- životní cykly produktů se zkracují a firmy nestačí na vývoj reagovat
- špatná organizace pro vývoj produktu (nedostatek času, neschopnost lidí, nepodporování inovací)
- neexistence postupů při vývoji produktu (vytváření nápadů, třídění, testování, realizace)
- špatné informace z trhu nebo jeho špatné chápání informací
- problémy dané realizací (např. malé prostory hotelu, chybějící infrastruktura)

Jako každý proces má i procesní inovace několik kroků:

- strategický přístup k inovacím
- výběr produktu pro inovaci
- vývoj nového produktu
- testování produktu na trhu
- eliminace chyb a úprava produktu
- propagace, uvedení produktu na trh

Poznámky:

FM Consulting s.r.o.
Na Čihadle 55
160 00 Praha 6
IČ 27895718



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Tento text slouží výhradně pro účely projektu Kurz inovací v cestovním ruchu ve Středočeském kraji, reg. č. CZ.1.07/3.2.11/03.0084

Jakákoliv distribuce, šíření či další zpřístupňování tohoto obsahu či jeho části veřejnosti, a to jakýmkoliv způsobem, je bez předchozího písemného souhlasu FM Consulting s.r.o. výslovně zakázáno.

Pracovní list č. 9:

Výčet schopností není úplný, ale dá se spojit do několika „inovativních trsů“:

1. originalita

Původnost, výjimečnost daného myšlenkového produktu. Dílo je jedinečné a nedá se nikde dohledat.

2. flexibilita

Pružnost – rychlá reakce na měnící se podmínky. Vychází ze schopnosti předvídat, analyzovat, v zapojení intuice

3. fluence

Plynulost – myšlenky volně plynou bez cenzury. Jedinec je schopen k danému nápadu rychle vymyslet různé alternativy.

4. senzitivita

Citlivost k situacím, událostem, službám i k názorům lidí.

5. elaborace

Dopracování nápadu do uchopitelného detailu

6. redefinice

Schopnost úplně předefinovat problém a poté tento nový problém řešit.

7. představivost

Schopnost pracovat s představami, sny a umět je využít v tvůrčím procesu

8. vytrvalost

Pro prosazení a dotvoření nápadů velmi důležitá schopnost

9. odvaha

Odvaha, sebevědomí, imunita před kritikou a mnohdy cesta „proti davu“

Jedinci, kteří jsou kreativní, bývají také často nekonformní. Co to znamená?

- ✓ Neradi dodržují pravidla, úmluvy, zvláště když jsou nesmyslná nebo je nějak omezují, či je považují za zbytečná.
- ✓ Nedolaďují mnohdy detaily, které považují za nepodstatné.
- ✓ Jsou mnohdy v opozici k autoritám.
- ✓ Mají smysl pro humor, který je pro ostatní často nepochopitelný.
- ✓ Jednají nekonvenčně a tím si vytvářejí mnoho osobních nepřátel.
- ✓ Neberou si servítky – mnohdy jednají impulsivně, bez rozmyslu (co na srdci, to na jazyku)

Poznámky:

FM Consulting s.r.o.
Na Čihadle 55
160 00 Praha 6
IČ 27895718



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Pracovní list č. 10:

V procesu inovace se objevuje řada bariér, které jsou vnitřní (dány osobností inovátora) a vnější (dány podmínkami pro inovace):

➤ **kritická povaha**

Jedná se nejen o kritiku k novému, ale i o sebekritiku – mnoho z nápadu jedince je již předem zavrhnuto. Jedinec v mnoha případech nemění své názory a přesvědčení.

➤ **typ osobnosti a vliv předchozí výchovy**

Osobnost úzkostná, bojácná a neasertivní má často mnoho bariér v tvůrčím procesu. Naopak osobnost sebevědomá, se smyslem pro humor a dostatečně asertivní je schopna vygenerovat spousty zajímavých nápadů. Vliv mají vzory z dětství, „přenesené“ způsoby myšlení a postojů, motivace tvořit.

➤ **špatný tělesný stav**

Je dokázáno, že pokud je člověk ve špatném tělesném rozpoložení, ovlivňuje to i jeho další mentální funkce – tedy i kreativní myšlení.

➤ **obavy a strach**

Projevují se ve strachu ze ztrapnění se, z odmítnutí nápadu nebo řešení, z nezvládnutí úkolu ...

➤ **vysoce vyvinuté superego**

Vnitřní příkazy a zákazy, co se může a nemůže, co se musí, co je žádoucí - blokují kreativní proces.

➤ **převaha levé mozkové hemisféry**

Levá mozková hemisféra je racionální, analytická, faktická, verbální a lineární, což může být na škodu tvůrčímu procesu. Naopak pravá hemisféra je intuitivní, imaginativní, hravá, což kreativitu podporuje.

➤ **konzervativní přístup**

Ustálené názory a myšlenkové stereotypy brzdí inovativní proces.

➤ **myšlenková nepružnost**

Neschopnost vidět věci z různých pohledů blokuje schopnost vymyslet něco nového, originálního.

➤ **potřeba moci a kontroly**

Projevuje se omezením, restrikcí, zužováním kreativního prostoru.

➤ **stereotypy**

Myšlenkové stereotypy nebo stereotypy ve vnímání blokují inovativní myšlení.

➤ **bariéra kognitivní – znalostní**

Kreativní lidé mají znalosti v široké oblasti lidského vědění a dokážou různé informace spojovat.

➤ **pesimismus**

To nejde, to nemá cenu řešit, je to k ničemu, tím se nebudeme zabývat – je to ztráta času a stejně to k ničemu nepovede. To jsou časté výroky pesimistů, kteří mohou demotivovat zbytek týmu a blokovat tím tvůrčí proces.

➤ **časová tíseň**

V časové tísně jsme ochotni přijmout první řešení, které je použitelné. Efekt časové tísně se může také projevit blokem – neschopností se uvolnit při generování nápadů a neschopností nápady nechat „uležet“.

➤ **špatně sestavená skupina**

Jeden pesimista, kverulant či škarohlíd může naprosto demotivovat zbytek kreativního týmu. Skupina může být také sestavena z naprosto nekreativních jedinců.

Poznámky:

Pracovní list č. 11:

Z individuálních technik jsou to např. tyto:

- analogie (obdoba, podobnost, shoda objektů na základě příznaků nebo charakteristik)
- metafora (přenášení významů na základě vnější podobnosti)
- hledání alternativ (např. neobvyklé využití hřiště u hotelu...)
- osobní brainstorming (založen na základě volných asociací, které jedince napadají v souvislosti s problémem, který řeší)
- řízená imaginace (např. představujeme si, že jsme hostem své restaurace)
- klíčová slova (např. Co, Proč, Kdy, Kdo, Jak...)
- synektika (propracovaná technika, která využívá analogie)
- Osbornův seznam a jiné seznamy
- analýza SWOT (silné stránky, slabé stránky, příležitosti, hrozby)
- analýza protikladů
- 99 otázek pro analýzu problému
- neustálé zlepšování (KAIZEN)

Ze skupinových technik jsou to např. tyto:

➤ **brainstorming**

Technika brainstormingu je založena na volných asociacích členů skupiny. Ti k danému problému říkají, co je napadá. Slovo jednoho člena asociuje slova – nápady k tématu - u ostatních. Všechny nápady se zapisují velikým hůlkovým písmem na flipchart a zůstávají viditelné po celou dobu. Členové sezení si je mohou stále pročítat a asociovat nová spojení, které oznámí zapisovateli. Ze seznamu se poté jinou technikou hledají takové nápady, která vedou k řešení.

Základními principy, kterými se řídí brainstorming, jsou:

- zákaz kritiky (každý nápad je dobrý)
- uvolnění fantazie (říkejte, co vás právě napadá, i když si myslíte, že to s problémem nesouvisí)
- princip kvantita nad kvalitou (čím je více nápadů, tím je větší pravděpodobnost úspěchu)
- vzájemná inspirace
- všichni jsme si rovni (nikdo nemá lepší nápad, ve skupině je absolutní rovnost)

všech členů)

➤ **brainwriting**

Je to technika podobná brainstormingu a má mnoho variant. Rozdíl oproti klasickému brainstormingu spočívá v tom, že účastníci svoje nápady neříkají, ale zapisují a poté je posílají či jiným způsobem sdílejí s ostatními.

➤ **metoda 635**

Je to varianta brainwritingu. Šest lidí v kruhu vymyslí samostatně během pěti minut tři různé nápady řešení daného problému. Po pěti minutách svůj list poskytnou členovi po pravici, ten si nápady kolegy přečte a pokračuje stejným způsobem dalších pět minut a tak dále.

➤ **mapa myslí**

Metoda je založena na využití „levé hemisféry“ mozku. Problém se napíše doprostřed papíru a od středu se odvíjejí další větve „řešení“, které se mohou doplňovat, propojovat a dále větvit. Nápady můžeme psát, kreslit, číslovat, odlišit barvami atd.

➤ **metoda šesti klobouků**

Principem metody je koncentrace na problém vždy z jednoho úhlu pohledu. Moderátor dbá o to, aby tento princip všichni dodržovali.

- zelený klobouk představuje kreativitu
 - červený klobouk představuje emoce kolem řešení problému
 - žlutý klobouk představuje optimistický pohled na řešení (všechny důvody, proč to tak udělat)
 - černý klobouk představuje pesimistický pohled na řešení (všechny důvody, proč to nejde)
 - modrý klobouk je procesní (řešíme opravdu to, na čem jsme se dohodli nebo už něco jiného)
 - bílý klobouk představuje informace (jaké všechny informace máme o problému)
- Skupina se na začátku dohodne na sekvenci „klobouků“. Např. bílý, žlutý, zelený, ... atd.

➤ **metoda Rybí páteře (Ishikavův diagram)**

Japonský sociolog a psycholog Kaoru Ishikawa vyvinul organizační schéma, které v procesu hledání řešení problému identifikovat jeho možné zdroje, příčiny a skryté důvody. Diagram se používá v mnoha oblastech lidské činnosti.

➤ **KAIZEN (neustálé zlepšování)**

KAI je změna ZEN znamená dobrý, lepší. Společně je významem *změna k lepšímu*.

Některé ze zásad KAIZEN:

- ✓ každému zlepšení, i kdyby bylo jen málo významné, se musí věnovat pozornost
- ✓ KAIZEN je otevřený pro každého
- ✓ dříve, než se nějaké zlepšení zavede, musí být přesně analyzováno
- ✓ vyzdvihování úlohy pracovního týmu, podpora spoluúčasti a iniciativy
- ✓ a další

Poznámky:

FM Consulting s.r.o.
Na Čihadle 55
160 00 Praha 6
IČ 27895718



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Tento text slouží výhradně pro účely projektu Kurz inovací v cestovním ruchu ve Středočeském kraji, reg. č. CZ.1.07/3.2.11/03.0084

Jakákoliv distribuce, šíření či další zpřístupňování tohoto obsahu či jeho části veřejnosti, a to jakýmkoliv způsobem, je bez předchozího písemného souhlasu FM Consulting s.r.o. výslovně zakázáno.

Pracovní list č. 12:

Případová studie Dětenice (volně zpracováno ze zdroje www.detenice.cz):

Úvod:

Dětenice najdete v okrese Jičín, od Prahy jsou vzdáleny 69 km. Součástí resortu Dětenice jsou barokní zámek, Středověká krčma, Zámecký pivovar, hotel Rustikal, Středověký hotel, stáje a vinný sklípek Malá Morava.

Původní záměr:

Původním záměrem majitele zámku byla renovace a zpřístupnění zámku veřejnosti. Majitel se ale rozhodl, že bude renovovat i ostatní objekty, které historicky k zámku patřily. Opraven byl nejdříve zámek a pivovar. Postupně byly renovovány ostatní objekty.

Základní produkt:

Základním inovačním produktem byla Středověká krčma, která byla otevřena v roce 2003. Ihned přitáhla pozornost lidí. Jak se dočtete na webových stránkách: „*Jediným krokem přes práh krčmy se přenesete z 21 století do středověku.*“

V čem se odlišovala tato krčma od běžných hospod?

1. středověkým vybavením interiéru
2. originálními názvy jídel
3. osobitým přístupem trénovaného personálu a la středověk
4. postupným rozvíjením a obohacováním produktu (tanečnice, šermíři, žebrák, středověká hudba, kejklíři)

Rozvíjení produktu:

Postupně se podařilo rozvinout i další produkty:

- ✓ zámecký pivovar (nachází se zde krčma a výroba piva)
- ✓ středověký hotel
- ✓ barokní zámek
- ✓ vinný sklípek
- ✓ kolbiště

FM Consulting s.r.o.
Na Čihadle 55
160 00 Praha 6
IČ 27895718



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Podpůrné aktivity.

Aby objekty „přitáhly“ pozornost potenciálních návštěvníků, připravil resort řadu podpůrných aktivit:

strašidelné soboty:

- prohlídka zámku, při kterém ježibaba Žízelda vypráví příběh o tom, jak se na Dětenicích žilo

dětenické peklo:

- expozice v hotelu s výkladem, jak to v pekle chodí
- najdete zde Dábla, Satana i Belzebuba
- je zde i ukázka Tortury

pohádkový den v zámeckém parku:

- veselé soutěže pro děti

rytířské turnaje:

- každý den kromě pondělí od 14.00

středověk na vlastní kůži:

- pestrý program v krčmě (tanečnice, kejklíři, fakír, souboje těžkooděnců aj.)

prohlídka pivovaru s ochutnávkou

prohlídky barokního zámku

koncerty skupin (např. Olympic, Žlutý pes)

romantické pobyty a balíčky

svatby

firemní akce (školení, bankety, konference...)

upomínkové předměty

Závěr:

Dětenice jsou příkladem originálního produktu cestovního ruchu v Čechách roku 2003. Je vidět, že se majitel snažil rozvíjet svůj záměr do několika dalších produktů a aktivit. Ze začátku přitahoval své zákazníky jen prostým zájmem „zažít něco originálního, jiného“. Zájem projevila i firemní klientela, která zde má možnost realizovat školení, konference a bankety. Postupem času je vidět zaměření na rodiny s dětmi. Je otázkou, zda se klienti mají tendenci vracet a zda i v budoucnosti bude návštěvnost na takové úrovni, aby resort „přežil“.

Otázky k případové studii:

1. najděte a vypište všechny inovace
2. vypište si, co můžete využít ve své oblasti

FM Consulting s.r.o.
Na Čihadle 55
160 00 Praha 6
IČ 27895718



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Poznámky:

FM Consulting s.r.o.
Na Čihadle 55
160 00 Praha 6
IČ 27895718



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Tento text slouží výhradně pro účely projektu Kurz inovací v cestovním ruchu ve Středočeském kraji, reg. č. CZ.1.07/3.2.11/03.0084

Jakákoliv distribuce, šíření či další zpřístupňování tohoto obsahu či jeho části veřejnosti, a to jakýmkoliv způsobem, je bez předchozího písemného souhlasu FM Consulting s.r.o. výslovně zakázáno.

Pracovní list č. 13:

Případová studie: Makový cestovní ruch v Rakousku

Popis produktu:

Turistický produkt se rozvinul v obci Armschlag, která se nachází v Horním Rakousku. Před více než dvaceti lety měl místní podnikatel nápad, jak využít jedinečnosti této oblasti. Krajina má ráz stejný jako Českomoravská vrchovina a je málo turisticky atraktivní. Zdejší šedý mák je ale vyhlášenou komoditou. Základem produktu turistického ruchu je gastroturismus. Oblast vychází z jedinečnosti této komodity a postupně tento produkt rozvinula do celoročních aktivit, které zvyšují její turistický potenciál. Cestovní ruch je podporován řadou marketingových aktivit, vybrané produkty jsou v nabídkách cestovních kancelářů.

Podpůrné produkty a aktivity:

- vlastní maková pole (cca 10 ha) - v době květu jsou barevná (bílá, růžová, fialová)
- makový vláček – turistický vláček s pevným jízdním řádem projíždí vesnici a pole
- Maková zahrada – uprostřed obce s cca 50 druhy máku
- Maková prodejna – nachází se také uprostřed obce, nabízí potravinové, dekorační a upomínkové předměty a literaturu (vše souvisí s mákem)
- Makové slavnosti – díky slavnostem trvá sezona šest měsíců
- březen, Den máku - zahájení makové sezony, hudební slavnost, pořádání nudlí s mákem
- červen/červenec – Neděle v makové zahradě, kurzy malování máku, týden focení máku
- srpen – makové posvícení
- září – makové dožínky

Závěr:

Oblast, která má tradici, něco jedinečného má vždy šanci rozvinout produkt a služby cestovního ruchu. Díky systematické spolupráci několika subjektů, navštíví ročně oblast cca 40 000 návštěvníků.

Otázky k případové studii:

3. najděte a vypište všechny inovace
4. vypište si, co můžete využít ve své oblasti

Poznámky:

FM Consulting s.r.o.
Na Čihadle 55
160 00 Praha 6
IČ 27895718



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Tento text slouží výhradně pro účely projektu Kurz inovací v cestovním ruchu ve Středočeském kraji, reg. č. CZ.1.07/3.2.11/03.0084

Jakákoliv distribuce, šíření či další zpřístupňování tohoto obsahu či jeho části veřejnosti, a to jakýmkoliv způsobem, je bez předchozího písemného souhlasu FM Consulting s.r.o. výslovně zakázáno.

Pracovní list č. 14:

Případová studie: zážitkový balíček „Den vinařem“

Popis produktu:

Rodinné vinařství nabízí zážitkový balíček, který v sobě obsahuje:

- odborný výklad o pěstování vinné révy
- pomocné práce na vinohradu podle období návštěvy
- večeři ve vinném sklípku spojenou s degustací místní produkce
- ubytování v rodinném penzionu
- možnost zapůjčení horských kol

Podpůrné produkty a aktivity:

Propagace na webových stránkách. Možnost odvozu na dopravní prostředky.

Závěr:

Inovace nemusí být finančně náročná a může jí realizovat samostatná „jednotka“. Zároveň je vinařství lépe připraveno, než ostatní, reagovat na akce v regionu (firemní akce, rodinné výlety, návštěvy cizinců). Poskytují více, než ubytování a ochutnávku vín. Stálo by za to, propojit např. cyklostezkami jednotlivá vinařství v síť pod určitým logem (značkou), aby měl návštěvník jistotu stejného standardu!

Otázky k případové studii:

1. najděte a vypište všechny inovace
2. vypište si, co můžete využít ve své oblasti

Poznámky:

FM Consulting s.r.o.
Na Čihadle 55
160 00 Praha 6
IČ 27895718



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Tento text slouží výhradně pro účely projektu Kurz inovací v cestovním ruchu ve Středočeském kraji, reg. č. CZ.1.07/3.2.11/03.0084

Jakákoliv distribuce, šíření či další zpřístupňování tohoto obsahu či jeho části veřejnosti, a to jakýmkoliv způsobem, je bez předchozího písemného souhlasu FM Consulting s.r.o. výslovně zakázáno.

Případová studie: Rožmberský rok

Popis produktu:

Je dobrým příkladem spolupráce různých subjektů cestovního ruchu. Iniciátorem byl pan Pavelec – zaměstnanec Národního památkového ústavu. Rožmberský rok proběhl v roce 2011 při příležitosti 400 let od úmrtí posledního mužského člena Petra Voka z Rožmberka. Akce byla mohutně propagována Jihočeským krajem. Akce byly v mnoha obcích plánovány pod stejnou značkou.

Podpůrné produkty a aktivity:

možnost navštívit místa, kde žili Rožmberkové

tematické divadelní hry

přednáška Putování za Rožmberky

připomínka historické události v Trhových Svinech

slavnosti v Rožmberku nad Vltavou

zavedení „turistického pasu“ pro razítka z 24 míst (kdo navštívil všechna místa, dostal zajímavou cenu)

vydání informační brožury

výstava ve Valdštejnské jízdárně v Praze (z rozpočtu 10 milionů představovala investici 8 milionů, na vstupném se vybraly 3 miliony)

Závěr:

Akcí v rámci Rožmberského roku bylo několik desítek a navštívilo je 145 000 lidí. Je příkladem toho, že když je dobrý nápad v dobrou dobu, může strhnout veliké nadšení pro jeho realizaci. Škoda jen, že se s touto akcí nepokračuje i v dalších letech! Pokud si prokliknete <http://www.rozmberskyrok.cz/>, nenajdete tam např. v tomto roce ani jedinou akci!

Otázky k případové studii:

1. najděte a vypište všechny inovace
2. vypište si, co můžete využít ve své oblasti

Poznámky:

FM Consulting s.r.o.
Na Čihadle 55
160 00 Praha 6
IČ 27895718



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Pracovní list č. 15:

Základní marketingové činnosti:

1. zjišťuje potřeby zákazníků
2. určuje rozsah, intenzitu zjištěné potřeby
3. zjišťuje ziskovost produktu
4. podporuje prodej produktu či služby
5. provází produkt po celou dobu jeho životnosti
6. vytváří nástroje na udržení stávajících zákazníků a hledání nových
7. vylepšuje vzhled, chuť, výkon, užitek produktu
8. vytváří značku produktu
9. zajišťuje reklamu, propagaci produktu
10. řídí aktivity PR

Poznámky:

FM Consulting s.r.o.
Na Čihadle 55
160 00 Praha 6
IČ 27895718



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Tento text slouží výhradně pro účely projektu Kurz inovací v cestovním ruchu ve Středočeském kraji, reg. č. CZ.1.07/3.2.11/03.0084

Jakákoliv distribuce, šíření či další zpřístupňování tohoto obsahu či jeho části veřejnosti, a to jakýmkoliv způsobem, je bez předchozího písemného souhlasu FM Consulting s.r.o. výslovně zakázáno.

Pracovní list č.16:

Koncepce marketingového mixu 70

OCCUPANTS - Kdo jsou spotřebitelé?

OBJECT – Co je předmětem jejich zájmu?

OBJECTIVES – Co přesně potřebují, chtějí?

ORGANIZATIONS – Kdo se podílí na rozhodnutí koupit?

OPERATIONS – Kdo a co přispívá k rozhodnutí koupit?

OCCASIONS – Kdy jsou zákazníci připraveni ke koupi?

OUTLETS – Kde zákazníci nejraději nakupují?

Koncepce marketingového mixu 4A

Vznikl v souvislosti s venkovským prostředím, které se vyznačují relativním zákaznickým potenciálem, ale přitom velmi nízkou kupní silou.

AFFORDABILITY – cenová dostupnost – „Mohu si produkt či službu koupit?“

AVAILABILITY – místní dostupnost

AWARENESS – povědomí o produktu či službě

ACCEPTABILITY – přijatelnost

Koncepce totálního marketingového mixu:

V každé oblasti podnikání (tedy i v oblasti turistického ruchu) lze uplatnit i principy komplexního pohledu na firmu. Obsahuje 12 částí:

PLANNING – plánování na všech úrovních společnosti

PROCESSES – vytvoření procesně řízené společnosti

PRODUKT/SERVICE – produktová politika a politika služeb

PROGRAMING – politika tvorby programů (např. léčebných)

PACKAGING – politika „balíčků“ (prvek uplatňovaný především v cestovním ruchu)

PRICE – cenová politika

PROMOTION – komunikační politika

PLACE – distribuční politika

PEOPLE – politika rozvoje lidských zdrojů

PHYSICAL EVIDENCE – politika rozvoje prostředí a zázemí, v nichž jsou služby poskytovány

PARTNERSHIP – politika spolupráce, aliancí a partnerství

POLITICAL POWER – politika lobby

Poznámky:

FM Consulting s.r.o.
Na Čihadle 55
160 00 Praha 6
IČ 27895718



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Tento text slouží výhradně pro účely projektu Kurz inovací v cestovním ruchu ve Středočeském kraji, reg. č. CZ.1.07/3.2.11/03.0084

Jakákoliv distribuce, šíření či další zpřístupňování tohoto obsahu či jeho části veřejnosti, a to jakýmkoliv způsobem, je bez předchozího písemného souhlasu FM Consulting s.r.o. výslovně zakázáno.

Pracovní list č.17:

Možnosti a nástroje internetového marketingu.

Je mnoho způsobů, jak propagovat své služby na internetu, jak si vytvořit „marketingový internetový mix“.

- ✓ webová stránka
- ✓ mailová komunikace
- ✓ SMS komunikace
- ✓ prezentace služeb na speciálních webech
- ✓ blogy
- ✓ chaty
- ✓ příspěvky do diskuzí
- ✓ hodnocení produktu či služby
- ✓ e-shopy
- ✓ bannerová reklama
- ✓ zápisy do katalogů
- ✓ věrnostní programy
- ✓ webové semináře
- ✓ online chaty
- ✓ sociální sítě (Facebook, Google+, LinkedIn, Twitter, Youtube, Foursquare a další)
- ✓ různé články v internetových novinách, časopisech
- ✓ advergaming („propagace hraním“)
- ✓ Web 2.0 (uživatelé aktivně vytvářejí obsah, např. Wikipedie, blogy, sdílení fotografií a videí)
- ✓ internetový portál (komplexní webový server Seznam, byznys portály, regionální portály, slevové portály aj.)
- ✓ různé aplikace na bázi systému Android (Kempy v ČR, Locus Free, Výletník, CZ TOP 100, Turistická mapa, Tripadvisor a další)
- ✓ virální marketing

Poznámky:

FM Consulting s.r.o.
Na Čihadle 55
160 00 Praha 6
IČ 27895718



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Pracovní list č.18:

Případová studie Heritageisland - dále jen HI (volně zpracováno z www.heritageisland.com):

Úvod:

Marketingový portál HI podporující cestovního ruchu v Irsku vznikl jako produkt firmy HI v Dublinu v roce 1992. Představuje síť míst a pamětihodností na území Irska. Marketingová skupina HI se propaguje prostřednictvím webového portálu, tiskovin, konferencí, různých akcí a internetových linků. Propagace probíhá na více než dvaceti veletrzích v Irsku a v cca 12 zemích světa jednou za rok. Realizuje directmailovou propagaci v rámci svých více než 3000 kontaktů. Inzeruje v různých novinách a odborných tiskovinách. V poslední době vyvinula aplikaci pro tablety a chytré telefony. Vytváří databázi zákazníků, která je volně přístupná všem členům komunity. Členové skupiny HI jsou nositeli rozmanitého spektra produktů cestovního ruchu v Irsku: kulturní pamětihodnosti, hrady, musea, parky, zahrady, jeskyně, návštěvní centra, výroby lihovin atd. Management HI je zaměřen na propagaci těchto míst a na vytváření eventů, které jsou zacíleny na různé skupiny turistů (školy, důchodci, cestovatelé...). HI je řízena prostřednictvím tříčlenného managementu.

Původní záměr:

Původním záměrem bylo sdružit a propagovat malé a střední organizace, které se zabývají cestovním ruchem, ale které mají málo prostředků na vlastní propagaci. Vznikl nápad - propagovat tyto subjekty za určitý poplatek prostřednictvím společnosti HI, která k tomu vytvořila různé nástroje (webový portál, tiskoviny, propagace na konferencích, internetu a různých akcích). Členství subjektů HI se uzavírá na jeden rok (od prvního září do 31. srpna následujícího roku) a je zpoplatněno. Je zřejmé, že čím více členů, tím více prostředků na jejich propagaci. V roce 2006 měla skupina 91 platících členů. Skupina HI mimo jiné po zaplacení příspěvku obdrží slevový pass, který jí umožňuje navštěvovat objekty ostatních členů.

Základní produkt:

Základní platformou je webový portál, který prostřednictvím mapy a Group Organisers Manual (kde jsou popsány jednotlivé produkty - hrady, zahrady atd.) - propaguje služby svých členů. Uvedme si některé z nich:

- ✓ Belleek Castle – malebný starý hrad typický pro Irsko

FM Consulting s.r.o.
Na Čihadle 55
160 00 Praha 6
IČ 27895718



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

- ✓ Cliffs – útesy na pobřeží
- ✓ Doolin Cave – krápníková jeskyně
- ✓ Dublin - a jeho všechny pamětihodnosti a atrakce (např. Guinness Storehouse)
- ✓ Old Jameson Distillery

a dalších cca 80 objektů.

Rozvíjení produktu:

Produkt se postupně rozvíjel tím, že do skupiny „hlavních pamětihodností“ byly postupně začleňovány i další (jeskyně, pomníky, destilárny...). Podpora propagace se také rozvíjela postupně různými nástroji a aktivitami.

Podpůrné produkty a aktivity:

- *The Group Organisers and Tour Operators Manual* – interaktivní manuál všech pamětihodností v elektronické a papírové formě s krátkou anotací a všemi důležitými informacemi (místo, otevírací doba, vstupné, odkaz na webovou stránku aj.)
- *The Education Tours Directory of Ireland...* - soupis různých vzdělávacích akcí, které jsou vhodné např. pro realizaci školních výletů
- *The Essential Touring Guide* – průvodce pro individuální cestovatele
- *What is News* – informační leták o novinkách členů skupiny
- *Heritage Island Newsletter* – jsou zde uvedeny novinky a různé eventy, které se týkají marketingové skupiny HI
- *Image Library* – fotografie z míst a akcí společnosti HI

Závěr:

Marketingové společenství malých a středních firem HI existuje již od roku 1992. Myslíme si, že může být zajímavou inspirací pro podobné inovační projekty v ČR.

Otázky k případové studii:

Vypište různé marketingové nástroje, které najdete v případové studii

Poznámky:

FM Consulting s.r.o.
Na Čihadle 55
160 00 Praha 6
IČ 27895718



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Tento text slouží výhradně pro účely projektu Kurz inovací v cestovním ruchu ve Středočeském kraji, reg. č. CZ.1.07/3.2.11/03.0084

Jakákoliv distribuce, šíření či další zpřístupňování tohoto obsahu či jeho části veřejnosti, a to jakýmkoliv způsobem, je bez předchozího písemného souhlasu FM Consulting s.r.o. výslovně zakázáno.

Pracovní list č.19:

Případová studie „Lipno baví celou rodinu.“

Popis produktu:

Jedná se o oblast Lipenska, obklopujícího Lipenské jezero a horní tok Vltavy. Společným úsilím podnikatelů a veřejných subjektů se podařilo oblast rozvinout v zajímavou destinaci cestovního ruchu. Paradoxně rozvoji oblasti pomohla zvyšující se nezaměstnanost místních obyvatel (utlumení dřevařského průmyslu až téměř jeho zastavení). Oblast s neporušenou přírodou a velkým jezerem v blízkosti bývalé „železné opony“ získala velkou konkurenční výhodu – veliký turistický potenciál. Obce a podnikatelé se začali systematicky zabývat využitím tohoto potenciálu. Jaké oblasti přicházely v úvahu pro rozvoj cestovního ruchu?

- Turistika v přírodě (Šumava, hraniční pásmo, které dříve nebylo přístupné)
- Lipenské jezero
- Kulturní památky
- Zimní sezóna
- Doplnkové aktivity

Co brzdilo v rozvoji této oblasti v devadesátých letech?

- veliký počet hotelů z minulosti, ale malý standard kvality (bývalé rekreační objekty)
- letní sezóna nestačilo pokrýt náklady (Lipnu se říkalo „moře pro chudé“)
- kvalita služeb byla slabá a měla klesající tendenci
- narůstal vliv konkurence především ve vedlejší zahraniční destinaci
- další limity (např. ekologické)

Východiskem ze situace byla Strategie rozvoje Lipenska, která byla zpracována v letech 2004 – 2005. Základní vize byla vyjádřena větou: „Lipensko – dovolená bez stessu.“ Svazek obcí si vytkl čtyři hlavní cíle:

- kvalitní prezentaci Lipenska a jeho nabídky
- rozvoj kvality komplexních produktů
- rozvoj infrastruktury pro podporu různých aktivit (cyklostezky, hřiště, sportovní areály...)
- nabídku mimo letní sezónu

Nabídka musela přilákat jinou cílovou skupinu, než byla zvyklá Lipensko navštěvovat (dříve lidé, kteří hledali levnou dovolenou a spokojili se i s nekvalitními službami). Na základě statistického průzkumu se zjistily tyto zajímavé skutečnosti:

FM Consulting s.r.o.
Na Čihadle 55
160 00 Praha 6
IČ 27895718



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

- velikou skupinou návštěvníků jsou samotní Jihočeši (2/3 z celkové počtu návštěvníků)
- další početnou skupinou jsou návštěvníci z Prahy
- nejvíce zahraničních návštěvníků přijíždělo z Německa, Rakouska a následně z Nizozemska
- nejdéle zůstávali návštěvníci z Belgie (3,7 noci)
- motivy k návštěvě – památky, města, příroda (cykloturisté, pěší)
- potenciál pro „rybářskou turistiku“

Byla provedena analýza konkurence (z českých destinací byly vybrány Krkonoše, ze zahraničních Německá a Rakouská část v blízkosti Lipenska. Výsledky analýzy zahraničních destinací se staly inspirací pro rozvoj Lipenska. **Co byly jejich hlavní silné stránky:**

- větší zaměření na zimní turistiku
- delší historie zimních areálů (vznik v 60. letech)
- skipasy použitelné v široké oblasti po domluvě provozovatelů
- atraktivní zimní akce (závody psích spřežení)
- rozsáhlá síť běžeckých tratí (v létě využívány jako cyklostezky)
- kvalitní síť značených turistických cest s informačními tabulemi, lavičkami, přístřešky, parkovištěm, infocentry atd.
- kvalita služeb dle hesla: „host je základ všeho“

Lipensko na to postupně reagovalo rozvojem inovativních produktů pro různé cílové skupiny. Podařilo se jich oslovit několik:

- rodiny s dětmi
- mladí dospělí
- školy a firmy
- senioři a handicapovaní

Propagace Lipenska:

Základním produktem propagace se stala webová prezentace (www.lipno.info, www.lipnoservis.cz) a propagace na sociálních sítích.

Podpůrné produkty a aktivity:

- vybudování Landal Parku – miliardová investice nizozemské firmy (jeden z největších jachetních přístavů)
- cyklostezka Lipno – Frymburk
- lanová dráha Lipno Expres – spojuje skiareál Lipno přímo s obcí
- výstavba centrálního parkoviště

FM Consulting s.r.o.
Na Čihadle 55
160 00 Praha 6
IČ 27895718



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

- modernizace Skiareálu
- rozvoj přeshraniční cykloturistiky
- projekt bruslařské dráhy na Lipenském jezeře
- společná propagace česko-rakouského příhraničí
- slevová karta LIPNOCARD
- lanový park
- Aquaword
- Bikepark
- stezka korunami stromů www.stezkakorunamistromu.cz – unikátní inovační projekt z roku 2012 určený pro všechny věkové i zájmové skupiny!

Závěr:

Lipensko je úspěšným příkladem inovačního projektu rozvoje cestovního ruchu daného regionu. Základními parametry úspěchu jsou následující:

- realistické a splnitelné cíle
- více sezón v roce – tematické sezóny (cyklisté, rybáři, jachtaři, bruslaři, lyžaři, turisté)
- jednotná vize a marketing
- jednotná strategie vystupování obcí
- konkrétní projekty a spolupráce obcí na nich
- spolupráce s okolními regiony
- zaměřenost na jasné cílové skupiny

Projekt rozvoje Lipenska je velikou inspirací pro rozvoj turistiky i v jiných destinacích.

Otázky k případové studii:

Vypište různé marketingové nástroje, které najdete v případové studii

Poznámky:

FM Consulting s.r.o.
Na Čihadle 55
160 00 Praha 6
IČ 27895718



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Pracovní list č.20:

Některé vlivy na změnu a vývoj produktu či služby:

- *Stávající produkt či služba mají omezenou životnost* – v současné době je životnost produktu či služby odhadována na 2-3 roky, je tedy nutné produkt či službu neustále analyzovat a hledat možnosti zlepšení
- *Konkurenční „boj“* – konkurence v oblasti cestovního ruchu se snaží produkt či službu neustále vyvíjet a zdokonalovat, tím nám může zákazníky „přetahovat“ (vytváří varianty, nové modifikace produktu či služby)
- *Rozvoj nových technologií* – i cestovní ruch musí reagovat na nové technologie (např. aplikace na bázi technologie Android pro tablety a chytré telefony)
- *Změna poptávky změnou zákazníků* – např. nároky nové „digitální“ generace budou určitě jiné, než generací předchozích, produkt či služba bude jiná pro rodiny s dětmi a např. pro homosexuální páry.
- *Makroprostředí se mění* – změny, které probíhají ve světě, mohou „ohrozit“ náš produkt či službu (např. lyžování v Alpách, kde je větší jistota sněhu, dobré služby a v poslední době i veliký počet levnějších „balíčků“)

Poznámky:

FM Consulting s.r.o.
Na Čihadle 55
160 00 Praha 6
IČ 27895718



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Pracovní list č.21:

Podmínky, zásady, nápady a možnosti jak lze změnit produkt či službu:

- získávání a analyzování informací z trhu (zpětná vazba od zákazníků, analýza konkurence, analýza trendů v oboru)
- neustálé vzdělávání zaměstnanců v oboru (budujeme jejich připravenost na změnu)
- orientace na potenciální problémy (management a zaměstnanci jsou „citliví“ k problémům a jsou rychle schopni na ně reagovat)
- rozvoj inovativních postupů a procesů ve firmě (např. finanční ohodnocení zaměstnance za nápad, zlepšení, úsporu nákladů aj.)
- odvaha a vize (nejen analyzovat informace a fakta, ale využívat intuici, instinkt, vizi a snažit se tím odlišit od konkurence - schopnost převést nápady v akce)
- touha po změně (hlavně vrcholový management a majitelé firem by měli myslet na přežití produktu či služby v budoucnosti – stále jsme svědky „tunelování“ firmy ve smyslu „mě to do důchodu už vystačí“)
- inovace produktu či služby stojí další náklady, které je nutno vyčlenit ze zisků i když se efekt může projevit až za několik let
- zodpovědnost za produkt či službu (ve firmě by měl mít někdo zodpovědnost za vývoj či změnu produkt či služby – product manager, manažer nových produktů, inovativní tým atd.)

Poznámky:

FM Consulting s.r.o.
Na Čihadle 55
160 00 Praha 6
IČ 27895718



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Pracovní list č.22:

Sedm osvědčených procesních kroků:

1. tvorba strategie změny

Na začátku procesu je nutné provést SWOT analýzu (Strengths - silné stránky, Weaknesses - slabé stránky, Opportunities - příležitosti a Threats - hrozby) produktu či služby a na základě výsledků poté vydefinovat cíle změny.

2. generování nápadů

Na základě výše uvedených otázek anebo formou inovativních vytváříme nápady. Zdroje nápadů můžeme také získat z těchto zdrojů:

- zákazníci a uživatelé
- vlastní zaměstnanci
- analýza konkurence
- obchodní zástupci, dealeři či oddělení
- marketingový zaměstnanec či oddělení
- vrcholový management

3. rozřídění nápadů

I na třídění nápadů existují vypracované metodiky a kontrolní seznamy otázek.

4. vytvoření projektu

Využijme jednu z definic projektu: *Projekt je dočasné úsilí vynaložené na vytvoření jedinečného produktu, nebo služby.*

5. realizace projektu

6. implementace nového produktu či služby na trh

7. zpětné zhodnocení změny

Poznámky:

Pracovní list č.23:

SWOT analýza vlastního podnikání:

Strengths - silné stránky

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.
- 6.
- 7.
- 8.
- 9.

Weaknesses - slabé stránky

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.
- 6.
- 7.
- 8.
- 9.

FM Consulting s.r.o.
Na Čihadle 55
160 00 Praha 6
IČ 27895718



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Tento text slouží výhradně pro účely projektu Kurz inovací v cestovním ruchu ve Středočeském kraji, reg. č. CZ.1.07/3.2.11/03.0084

Jakákoliv distribuce, šíření či další zpřístupňování tohoto obsahu či jeho části veřejnosti, a to jakýmkoliv způsobem, je bez předchozího písemného souhlasu FM Consulting s.r.o. výslovně zakázáno.

Opportunities – příležitosti

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.
- 6.
- 7.
- 8.
- 9.

Threats - hrozby)

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.
- 6.
- 7.
- 8.
- 9.

Poznámky:

FM Consulting s.r.o.
Na Čihadle 55
160 00 Praha 6
IČ 27895718



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Tento text slouží výhradně pro účely projektu Kurz inovací v cestovním ruchu ve Středočeském kraji, reg. č. CZ.1.07/3.2.11/03.0084

Jakákoliv distribuce, šíření či další zpřístupňování tohoto obsahu či jeho části veřejnosti, a to jakýmkoliv způsobem, je bez předchozího písemného souhlasu FM Consulting s.r.o. výslovně zakázáno.

Pracovní list č.24:

Osvědčené části projektů s uvedením ilustrativních příkladů:

(možno připravit „mustr“ v Excelu)

Projekt XY.

Název projektu: Změna přednáškové místnosti v hotelu

Cíl: zlepšit službu firmám, které využívají přednáškový prostor

Dílčí cíle:

1. zlepšit technické vybavení místnosti
- 2.
- 3.
- ...

Aktivity vedoucí k dílčím cílům:

- 1.1. nainstalovat ke stropu dataprojektor a propojit se zesilovačem
- 1.2.
- 1.3.
- ...
- 2.1.
- 2.2.
- 2.3.
- ...

Majitelé aktivit (zodpovědné osoby pro danou konkrétní aktivitu): p. Novák

Termín: 31.5.2014

Rozpočet: 15 000,- Kč (dataprojektor, kabely, práce)

Parametr ukončené aktivity: dataprojektor je upevněn a je funkční

Možné ohrožení aktivity: zatím žádné

Poznámky:

FM Consulting s.r.o.
Na Čihadle 55
160 00 Praha 6
IČ 27895718



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Tento text slouží výhradně pro účely projektu Kurz inovací v cestovním ruchu ve Středočeském kraji, reg. č. CZ.1.07/3.2.11/03.0084

Jakákoliv distribuce, šíření či další zpřístupňování tohoto obsahu či jeho části veřejnosti, a to jakýmkoliv způsobem, je bez předchozího písemného souhlasu FM Consulting s.r.o. výslovně zakázáno.

Pracovní list č.25:

Specifičnosti produktů a služeb cestovního ruchu:

- Spotřebou produktu (pobyt či návštěva) vzniká *zážitek*
- *Hmatatelné složky* (hotel, restaurace, hrad, lázně aj.) složek
- *Nehmatatelné složky* (atmosféra)

Specifické zvláštnosti turistických služeb v ČR:

- kratší expozitura služeb – působí pouze při spotřebě
- výraznější vliv psychiky a emocí při nákupu služby
- větší důraz na image a úroveň
- složitější a proměnlivější distribuční cesty
- větší závislost na ostatních službách (ubytování, strava, ...)
- snazší kopírování služeb
- klient věnuje hodně času hledáním vyváženosti kvality/ceny

Produkty:

✓ regionální produkt

Jedná se o produkt, který je založen na konkurenčních výhodách daného turistického (např. Máchův kraj – popř. putování s K.H.Máchou tímto krajem)

✓ nadregionální produkt

Propojuje jednotlivé regionální produkty, které spojuje společné téma (např. po hradech a zámcích ČR)

✓ přeshraniční produkt

Produkt, který svým rozsahem aktivit přesahuje hranice států (např. rozvoj oblasti Šumava – Bavorský les)

✓ Paket/balíček

Představuje soubor služeb nabízený zákazníkovi za určitou cenu (např. víkendový pobyt s lázeňskými procedurami)

✓ destinace

Lze ji také pokládat za jeden produkt, který je složen z mnoha dílčích produktů (např. destinace Lipensko)

V marketingové koncepci Czech Tourismu je následující členění produktů:

➤ **Cesty poznání – poznávací cestovní ruch**

Jedná se o kulturní dědictví, města, památky a bohatou historii vepsanou do podoby krajiny (např. Praha, památky UNESCO)

➤ **Cesty krajinou – dovolená v přírodě, sportovní a aktivní dovolená**

Rozmanitá krajina a přírodní atraktivita (např. cykloturistika, lyžování)

➤ **Cesty pro zdraví – lázeňství, wellness a medicínský cestovní ruch**

Specifická oblast je medicínská turistika (např. estetická chirurgie)

➤ **Kongresový a incentivní cestovní ruch**

Jedná se nejenom o realizaci kongresů, ale i všech ostatních doprovodných programů (ubytování, stravování, prohlídka památek aj.)

Poznámky:

FM Consulting s.r.o.
Na Čihadle 55
160 00 Praha 6
IČ 27895718



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Pracovní list č.26:

Trendy ovlivňující tvorbu produktů a služeb v cestovním ruchu.

➤ Ekonomicko – politické vlivy:

- rostoucí poptávka po „bezpečnosti“ destinace
- vlivy měnových změn na konkurenceschopnost destinace
- dobrá pověst a kvalitní služby

➤ Demografické a socioekonomické vlivy:

- větší nároky na pohodlí
- požadavek na individuální přístup
- jednoduchá forma dopravy
- poptávka po mimosezonních nabídkách
- větší poptávka po tzv. zážitcích
- větší poptávka po kratších pobytech (víkendy)
- roste význam zahraničních návštěv za přáteli a příbuznými

➤ Zdraví a fyzická kondice:

- klienti se budou vyhýbat destinacím, které jsou chápány jako méně „zdravé“
- poroste poptávka po aktivní dovolené
- poroste poptávka po relaxačních pobytech

➤ Vzdělání a poznávání:

- zvyšující se poptávka po poznávacích cestách (umění, kultura, historie)
- roste potřeba tvořivějšího způsobu poskytování informací
- poroste poptávka po vzdálenějších a nových destinacích (Čína, Indie,...)

➤ Volný čas:

- rostoucí poptávka po levnějších, ale kvalitnějších produktech
- větší počet krátkodobých dovolených
- vyhledávání odpočinku a relaxace

➤ Životní prostředí a nemateriální hodnoty:

- roste zájem o člověkem nezníčené destinace (místa, kde je klid, málo lidí a pohoda)

➤ Zkušenosti a cestování:

- zkušenosti budou návštěvníky stimulovat k návštěvám již navštívených destinací
- poroste preference regionů, které nabízejí široké, rozmanité služby
- poroste více mobilita (půjčovny aut, motorek, kol, čtyřkolek aj.)

- poroste poptávka po kombinaci nabídek
- destinace s nepřijatelným standardem služby bude mít problém
 - **Doprava:**
 - bude preferována jednoduchá dostupnost
 - nepřijatelná dopravní infrastruktura (autobusy, vlaky, špatné cesty) bude mít negativní dopad na danou destinaci
 - **Informační technologie:**
 - dostupnost turistických informací
 - větší využívání internetu při vyhledávání a rezervování
 - význam cestovních agentur poklesne – klienti budou převážnou část aktivit řešit přes internet
 - poroste význam dostupnost, kvalita, „viditelnost“ a propagace webových stránek
 - objednávání přes internet bude mít za následek pozdější rezervace
 - poroste význam různých aplikací pro tablety a chytré telefony
 - při používání internetu se zrychlí komunikace s klientem (online komunikace)
 - **Jistota a bezpečí:**
 - klienti budou mnohem rychleji reagovat, pokud služba a produkt nebudou splňovat slibované standardy
 - poroste potřeba certifikace a klasifikace dle mezinárodních standardů kvality v cestovním ruchu

Poznámky:

FM Consulting s.r.o.
Na Čihadle 55
160 00 Praha 6
IČ 27895718



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Tento text slouží výhradně pro účely projektu Kurz inovací v cestovním ruchu ve Středočeském kraji, reg. č. CZ.1.07/3.2.11/03.0084

Jakákoliv distribuce, šíření či další zpřístupňování tohoto obsahu či jeho části veřejnosti, a to jakýmkoliv způsobem, je bez předchozího písemného souhlasu FM Consulting s.r.o. výslovně zakázáno.

Pracovní list č.27:

Případová studie: Hotel XY - *SWOT analýza nejmenovaného hotelového komplexu blízko Prahy a tvorba nového produktu a služeb:*

Úvod:

Jistý konkrétní hotel blízko Prahy hodně profitoval v prvních letech nového tisíciletí s organizováním seminářů pro manažery. Měl „nasmlouvanou“ jednu firmu, která se naučila do hotelu jezdit a realizovala zde své vzdělávací aktivity. Po pěti letech ale došlo k situaci, že se ve firmě vyměnil personální ředitel a po absolvování vzdělávací akce měl řadu výhrad k objektu a službám hotelu. Majitel hotelu vzal výhrady vážně a rozhodl se spolu s personálem hotelu zrealizovat SWOT analýzu, do které zahrnul i poznatky z rozhovoru s personálním ředitelem. Na základě výsledků SWOT analýzy poté realizoval změny ve svých službách.

Původní záměr:

Analyzovat situaci hotelu v oblasti vybavení, služeb a chování personálu. Poté využít výsledky ke změně.

Základní produkt:

Hotelové služby.

Rozvíjení produktu:

Zaměříme se pouze na výsledky SWOT analýzy:

Silné stránky:

blízkost od Prahy (20 km)

umístění v přírodě

zkušenosti s velikými skupinami

zkušenost s firemní klientelou

dobré zázemí hotelu (sport, bazén, tělocvična, tenisové kurty)

místnost pro semináře a přednášky

dostatečná kapacita hotelu (30 pokojů)

...

Slabé stránky:

veliká fluktuace personálu (vliv blízkosti Prahy)

malá znalost cizích jazyků u personálu

špatná vybavenost učebny:

FM Consulting s.r.o.
Na Čihadle 55
160 00 Praha 6
IČ 27895718



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

- chybí klimatizace
- není ozvučení
- dataprojektor je „mobilní“ není připevněn ke stropu
- chybí lišty na upevnění flipchartových papírů
- židle jsou těžké a nepohodlné
- stoly jsou těžké pro manipulaci
- není připojení na wifi síť
- málo zásuvek v učebně
- špatná akustika (je slyšet hluk z jídelny a kuchyně)

nedoladěné procesy (např. úklid učebny 10 minut před zahájením semináře, neúměrně dlouhé čekání na oběd, nepřehledný jídelníček, kouř v prostoru pro nekuřáky...)
neochotný personál (hlučnost, technika není připravena včas, ...)

...

Příležitosti:

zlepšit vybavení učebny (podívat se jinam a inspirovat se)
promluvit k personálu popř. je proškolit v oblasti prozákaznického chování
vybraným zaměstnancům poskytnou výuku angličtiny
koupit a půjčovat kola
apelovat na dodržování času přestávek, obědů
nabídnout realizaci seminářů i dalším firmám
zavést systém slev či bonusů u stálých zákazníků
rozvinout možnosti turistických aktivit (horská kola a nakreslené trasy,...)

...

Hrozby:

ztráta zajímavého segmentu klientů
ztráta i ostatních klientů
nutnost propustit část personálu
náklady na učebnu a koupi kol mohou vést k zadlužení
rychlý růst konkurence v okolí

...

Závěr:

Na základě SWOT analýzy byly provedeny příslušné změny k spokojenosti všech. Náklady na změnu byly zaplacený z tržeb firmy, která pokračovala ve vzdělávacích akcích v hotelu.

Otázky k případové studii:

1. Doporučili byste ještě další změny pro daný hotel, jaké?
2. Jak by se dala řešit vysoká fluktuace zaměstnanců?
3. Co vás osobně inspirovalo?

Poznámky:

FM Consulting s.r.o.
Na Čihadle 55
160 00 Praha 6
IČ 27895718



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Tento text slouží výhradně pro účely projektu Kurz inovací v cestovním ruchu ve Středočeském kraji, reg. č. CZ.1.07/3.2.11/03.0084

Jakákoliv distribuce, šíření či další zpřístupňování tohoto obsahu či jeho části veřejnosti, a to jakýmkoliv způsobem, je bez předchozího písemného souhlasu FM Consulting s.r.o. výslovně zakázáno.

Pracovní list č.28:

Případová studie: Putování po stopách slavných rodáků

Popis produktu:

V oblasti hezké přírody, kde je hustá síť vyznačených pěších stezek, vyznačili členové místní skupiny novou tematickou stezku Putování po stopách slavných rodáků našeho kraje.

Podpůrné produkty a aktivity:

- stezka obsahuje několik zastavení – informačních cedulí, které návštěvníky seznamují i s ostatními atraktivitami v okolí
- informační leták, který distribuuje informační centrum
- podpora produktu na webových stránkách kraje
- restaurace a penziony na trase

Závěr:

Podobně jako putování po stopách slavných rodáků, lze rozvinout i jiná tematická putování – jiné **produkty cestovního ruchu** - závislé na individuálním potenciálu oblasti.

Otázky k případové studii:

1. Existují i jiné podobné produkty, které znáte? Popište je.
2. Co využijete ve své oblasti podnikání?

Některé výstupy k otázce 1.:

- poutní místa
- rozhledny
- botanická stezka
- po stopách slavných osobností oblasti
- významné přírodní úkazy
- po stopách historie kraje
- stezka po kopcích a kopečcích
- fenomén českého pohraničí
- zmizelé vesnice a jejich příběhy
- rozhledny a vyhlídková místa
- čeští svatí patroni
- významné šlechtické rody

FM Consulting s.r.o.
Na Čihadle 55
160 00 Praha 6
IČ 27895718



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

- po stopách moderní (nebo staré) architektury
- po stopách českých vědců, umělců, spisovatelů, skladatelů, sportovců, politiků,...
- po stopách českých značek (Škodovka, Plzeňský Prazdroj, Baťa...)
- památky UNESCO
- hrady a zámky
- po přírodních rezervacích
- sklo, bižuterii, šperk
- parky města
- putování po řece
- zimní cesty
- významná místa si projed'te na kole
- cesty s příběhem
- církevní turistika
- cesty poznání
- vinařské stezky
- Labská stezka
- Noc muzeí
- Noc kostelů
- ...

Poznámky:

FM Consulting s.r.o.
 Na Čihadle 55
 160 00 Praha 6
 IČ 27895718



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Tento text slouží výhradně pro účely projektu Kurz inovací v cestovním ruchu ve Středočeském kraji, reg. č. CZ.1.07/3.2.11/03.0084
 Jakákoliv distribuce, šíření či další zpřístupňování tohoto obsahu či jeho části veřejnosti, a to jakýmkoliv způsobem, je bez předchozího písemného souhlasu FM Consulting s.r.o. výslovně zakázáno.

Pracovní list č.29:

Charakteristiky dobré služby a produktu jsou např.:

- dostupné informace o produktu nebo službě
- dobrá doprava do oblasti
- poměr kvalita/cena
- chování personálu na všech úrovních
- interiér prostoru, kde se služba prodává
- možnost zaparkovat bez stressu v blízkosti poskytovatele služby
- dodržování slibů a standardů služby
- doladování detailů
- schopnost řešit konfliktní situace
- vstřícný přístup
- zjišťování spokojenosti klientů
- pružnost v poskytování služby
- a další

Poznámky:

FM Consulting s.r.o.
Na Čihadle 55
160 00 Praha 6
IČ 27895718



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost

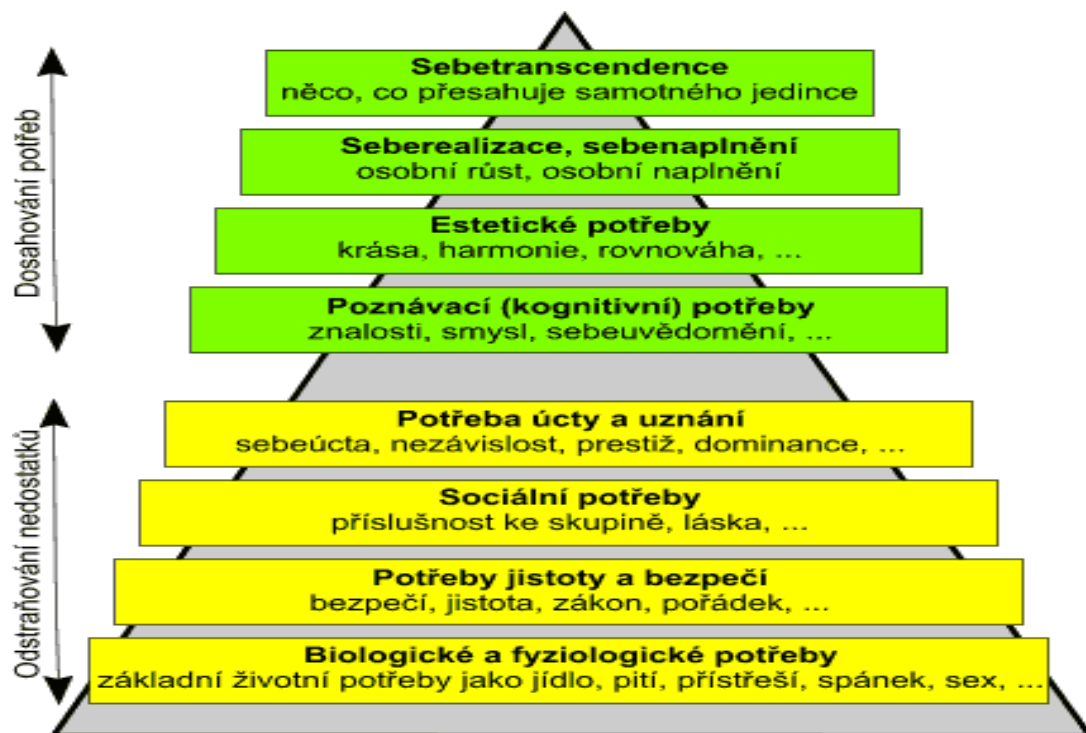
INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Tento text slouží výhradně pro účely projektu Kurz inovací v cestovním ruchu ve Středočeském kraji, reg. č. CZ.1.07/3.2.11/03.0084

Jakákoliv distribuce, šíření či další zpřístupňování tohoto obsahu či jeho části veřejnosti, a to jakýmkoliv způsobem, je bez předchozího písemného souhlasu FM Consulting s.r.o. výslovně zakázáno.

Pracovní list č.30:

Pyramida potřeb A.Maslowa má několik úrovní:



Možnosti uspokojování potřeb v cestovním ruchu:

Biologické a fyziologické potřeby:

- kvalita ubytování, stravování, klid na spánek popř. odpolední oddech, dostatečné osvětlení na pokoji, pohodlné židle, křesla, postel, tekoucí teplá voda aj.

Potřeby jistoty a bezpečí:

- „platí, na čem jsme se dohodli - a to mi dává jistotu“: např. vybavení a uspořádání konferenční místnosti, dodržování časů snídaní, obědů a večeří, volný bazén jen pro účastníky, připravené ohniště a maso na večerní party aj.

Sociální potřeby:

Jedná se o dobré chování personálu k zákazníkovi, ale i k sobě navzájem. Zákazník se cítí

FM Consulting s.r.o.
Na Čihadle 55
160 00 Praha 6
IČ 27895718



evropský
sociální
fond v ČR



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

v takovém prostředí, mezi vstřícnými lidmi, dobře a uvolněně. Rád se do takové komunity vrací.

Potřeba úcty a uznání:

Zákazník vnímá, že se k němu personál chová s vážností, že mu rád přináší službu a že nikoho neupřednostňuje.

Poznávací (kognitivní) potřeby:

V deskách na pokoji je kromě pobytového řádu i mapa a výpis všech pamětihodností v okolí, popř. doplňkové služby jako je půjčení kol, kolečkových bruslí, jízdničky, doporučené restaurace po cestě popř. doporučené krajové speciality. Hotel může rozvíjet různé „kognitivní“ produkty (cesta po odrůdách vína, květena kraje, významné osobnosti v okolí, významné stavby, cyklotrasy atd.).

Estetické potřeby (krása, harmonie, rovnováha):

Začíná to úpravou hotelu, oblečením personálu, oceníme drobné detaily v interiéru, čistotu a upravenost.

Seberealizace a sebenaplnění:

Mohou to být různé tvůrčí dílny v rámci pobytu, vedení skupiny nebo tábora, výstup na obtížně přístupnou horu, různé rozvojové semináře, plánované sportovní aktivity atd.

Sebetranscendence:

Jsou to zážitky z přírody, zvláště ze speciálních přírodních útvarů, jsou to posvátná místa, kde můžeme mít transcendentní zážitky, jsou to místa z historie, s příběhem, jsou to speciální semináře a služby (relaxační tréninky, jóga, bojové umění) aj.

Poznámky:

FM Consulting s.r.o.
Na Čihadle 55
160 00 Praha 6
IČ 27895718



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Tento text slouží výhradně pro účely projektu Kurz inovací v cestovním ruchu ve Středočeském kraji, reg. č. CZ.1.07/3.2.11/03.0084

Jakákoliv distribuce, šíření či další zpřístupňování tohoto obsahu či jeho části veřejnosti, a to jakýmkoliv způsobem, je bez předchozího písemného souhlasu FM Consulting s.r.o. výslovně zakázáno.

Pracovní list č.31:

Standardy dobré služby:

1. Dodržování slibů

- Děláte všechno pro to, abyste splnili sliby dané svým zákazníkům? Pokud ne, proč?
- Víte o slibech, které dává váš personál? Víte, zda je důsledně plní nebo ne?
- Usilujete o nějakou nezávislou zpětnou vazbu, abyste zjistili, že se vaše sliby i sliby vašeho personálu plní?

2. Telefonní kontakt do pěti vteřin

- Zkuste zavolat do své firmy a žádejte sami sebe. Jestliže vám pomalost reakce vadí, bude patrně vadit i vašim zákazníkům.
- Jestliže váš vlastní telefon nikdo nezvedne do pěti vteřin je to váš osobní neúspěch.
- Jak můžete napravit situaci?

3. Odpovědi na dopisy do dvou dnů na mailly co nejdříve.

- Proberte se svými podřízenými kopie všech listin, mailů a sms, které vaše oddělení poslalo zákazníkům za poslední týden.
- Zaměřte se při „revizi“ na:
 - rychlost odpovědi
 - způsob odpovědi
 - kvalitu odpovědi
 - kdo byl za ni zodpovědný
- Nebojte se najít a označit jakékoli nedostatky.
- Zamyslete se nad zlepšením.

4. Zákazník čeká nejdéle pět minut

- Zjistěte si, jak dlouho ve vašem oddělení (hotelu, cestovní agentuře, podniku) zákazníci musí čekat na obsluhu. Navrhněte zlepšení.
- Zkrácení čekacích dob nevyžaduje nutně nějaké velké investice.

5. Pozitivní postoj k zákazníkovi

- Zamyslete se nad vlastními postoji. Kdy jste se naposledy opravdu snažili potěšit nějakého zákazníka?
- Jak hodnotíte postoj personálu k zákazníkům?
- Víte, jak reagují vaši zákazníci na vaše zaměstnance?
- Pokuste se podniknout „kampaň zdvořilosti k zákazníkům“!

6. Proaktivní komunikace

- Prohlédněte si záznamy o svých „dodávkách“ služeb zákazníkům. Udělali jste

v případě nedostatků vše pro to, abyste zákazníka informovali předem?

- Mluvíte se svými zákazníky, když se ve vašich službách objevuje nějaký problém? Jsou spokojeni s úrovní vaší komunikace?
- Mluvíte se svými zaměstnanci? Jste přesvědčeni, že se snaží neustále informovat zákazníky? Co by se dalo zlepšit?

7. Upřímnost a otevřenost

- Jste upřímní? Pokud ne, proč?
- Jak často potlačujete informace, které by pro zákazníka mohly být nanejvýš důležité?
- Jaké výmluvy vůči zákazníkům používáte? Co by se dalo vylepšit?

8. Spolehlivý systém

- Požádejte některé ze svých přátel či sousedů, aby vyzkoušeli systém služeb zákazníkům ve vaší organizaci a objektivně vás informovali o svých poznatcích. Výdaje, které s tím budou mít, by měla uhradit vaše firma.
- Zamyslete se nad tím, jak by se dal váš systém služeb zákazníkům vylepšit.

9. Rychlá náprava chyb

- Sestavte si společně seznam všech problémů týkajících se služeb zákazníkům, méně i více závažných, s nimiž jste se vy a váš tým setkali během jednoho nebo dvou posledních týdnů
- Jak tyto problémy byly řešeny? Co by se dalo vylepšit?

10. Informovat

- Proveďte si mezi sebou soutěž o nejlepší znalosti. Dávejte si záložné otázky (sepište je) a vítěze odměňte!

11. Odpovědnost a pravomoc až do první linie

- Prověřte typy rozhodování, které mohou vaši zaměstnanci v kontaktu se zákazníky používat.
- Mají vaši zaměstnanci dostatek informací, aby mohli kvalifikovaně odpovídat zákazníkům a nemuseli stále shánět základní informace?
- Jaká další rozhodnutí by se dala delegovat na zaměstnance v první linii?
- Co brání možnosti delegovat více odpovědnosti a pravomoci na zaměstnance první linie?

12. Malé pozornosti

- Vytipujte co nejvíce příležitostí k malým pozornostem pro své zákazníky (např. oslovovat zákazníka jménem, nosit visačky se jmény, nabízet čaj a kávu, psát zákazníkům příležitostně osobní dopisy)
- Proveďte užší výběr pěti možností, s kterými něco dále podniknete během příštích čtyř týdnů.

13. Pozor na detaily

- Zamyslete se nad významem detailů pro vaše zákazníky. Sestavte seznam co největšího počtu detailů. Pokuste si vydefinovat úkoly pro zabezpečení co nejvíce kvalitních detailů.

- Po zavedení „standardů detailů“ kontrolujte jejich dodržování.

14. Bezvadný vzhled

- Jak si myslíte, že se vy, váš tým a vaše firma jevíte zákazníkům?
- Děláte skutečně všechno pro to, abyste udrželi nejvyšší standardy dobrého vzhledu?
Co byste pro to mohli udělat více?

Poznámky:

FM Consulting s.r.o.
Na Čihadle 55
160 00 Praha 6
IČ 27895718



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Tento text slouží výhradně pro účely projektu Kurz inovací v cestovním ruchu ve Středočeském kraji, reg. č. CZ.1.07/3.2.11/03.0084

Jakákoliv distribuce, šíření či další zpřístupňování tohoto obsahu či jeho části veřejnosti, a to jakýmkoliv způsobem, je bez předchozího písemného souhlasu FM Consulting s.r.o. výslovně zakázáno.

Pracovní list č.32:

Případová studie: Tvorba vstřícné služby v českém kempu (modelová případová studie)

Popis produktu:

Turistický ruch v České Republice v oblasti sítě kempů s nastavenými standardy stále pokulhává. Přitom je zde veliký potenciál. V mnoha našich kempech existuje jen louka na postavení stanů a jedno sociální zařízení (samozřejmě existuje i mnoho jiných, které jsou srovnatelné se standardy běžných kempů zahraničních). Pokud se ubytujeme v kempech např. v Itálii, Francii či Rakousku, můžeme velmi rychle získat přehled o tom, co je to vstřícná služba, které se týká tohoto způsobu turistiky. Použijeme metodu benchmarkingu (srovnání v různých parametrech služby) a můžeme najít náměty na zlepšení. Po vytvoření seznamu standardů můžeme tedy srovnat, jak funguje služba v našem konkrétním kempu, ve srovnání se standardy běžných kempů v zahraničí. Seznam není nijak logicky uspořádán – je výsledkem jednoduchého brainstormingu – lze ho v mnoha aspektech chápat jako ucelenou představu „vstřícné služby“ pro zákazníka kempu.

Seznam standardů „vstřícné“ služby v kempu:

- dostupnost
 - ne každý vlastní GPS nebo podle ní jezdí, tabule v okolí kempu, které „navedou“ zákazníka, jsou základem jeho počáteční spokojenosti se službou
 - příjezdové cesty v každém ročním období sjízdné
- informovanost o službě
 - informaci o kempu by měli najít všechny věkové kategorie (internetová i papírová forma propagace)
- non stop možnost ubytování
 - i v případě, že již skončily „úřední hodiny“, zákazník ocení telefonní kontakt, který může využít pro zajištění ubytování
- vstřícná obsluha, která se domluví
 - vstřícná, nekonfliktní, flexibilní, ochotná obsluha
 - schopnost domluvit se alespoň jedním cizím jazykem (angličtina)
- více možností ubytování

variabilita

55

FM Consulting s.r.o.
Na Čihadle 55
160 00 Praha 6
IČ 27895718



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Tento text slouží výhradně pro účely projektu Kurz inovací v cestovním ruchu ve Středočeském kraji, reg. č. CZ.1.07/3.2.11/03.0084

Jakákoliv distribuce, šíření či další zpřístupňování tohoto obsahu či jeho části veřejnosti, a to jakýmkoliv způsobem, je bez předchozího písemného souhlasu FM Consulting s.r.o. výslovně zakázáno.

ubytování je také parametrem vstřícné služby v kempech: chatky, stanová místa, místa (vybavení) pro obytné vozy, půjčení stanů (týpí)

- čistota v celém areálu
 - udržování čistoty na sociálních zařízeních je základ
 - vysypané popelnice
 - úprava zeleně
 - sbírání papírků a nečistot po kempu
 - čisté prostory v recepci, v obchodě
 - čistý a upravený personál
- připravenost na sezonnost
 - je možné vysledovat sezonnost obsazování kempů (důchodci před sezonou a po ní, rodiny s dětmi během prázdnin). Kemp v těchto obdobích „žije“ jinak a my můžeme služby přizpůsobit
- společenská místnost
 - vhodná hlavně v době, kdy je špatné počasí
 - vybavená pro všechny věkové kategorie (knihy a mapy o okolí, společenské hry popř. TV, internet
 - má jasná pravidla využití
- vybavenost sociálních zařízení
 - teplá voda nonstop
 - dostatečné množství záchodů i sprch v sezoně
 - možnost vyprání prádla za poplatek (pračky)
 - někde turecké záchody
 - koutek pro přebalení dětí
 - místo pro chemické záchody z obytných aut
 - zásuvky
 - dostatečné světlo
- možnost wifi připojení
 - jako nadstandard může být zpoplatněno, většinou je ale v rámci ubytování zdarma
- kniha pamětihodností v okolí
- návrh zajímavých tras v okolí
- možnost dopravy
 - možnost dopravit se do kempu autem, na kole, po vodě
 - při nedostupnosti veřejné dopravy zajištění po domluvě vlastní dopravy
 - nabídka dopravy po okolí pro jednotlivce i větší počet lidí (vlastní nebo nasmlouaná

doprava)

- upravené prostory po stany
 - místo bez kamenů a jiných ostrých předmětů
 - možnost automobilu u stanu
 - jistá zajištěná intimita (ohraničení živým plotem)
 - možnost výběru místa zvláště před sezonou, kdy je malá obsazenost
 - možnost půjčit si kladivo (na kolíky), pokud je povrch tvrdý
- možnost elektrických přípojek
 - nutnost u obytných aut a přívěsů
 - nabíjení elektrických přístrojů (mobily, tablety)
- malá samoobsluha nebo prodejna v kempu
 - zákazník si rád koupí základní, čerstvé potraviny
 - možnost koupit si kávu
 - vybavení pro „život“ v kempu (slunečníky, malé bazény, brýle proti slunci, mapy, jednorázové grily, prostředky proti komárům, baterie, atd.)
- vyhrazená ohniště či grily
 - nejlépe na okraji kempu, aby kouř neobtěžoval ubytované
- pravidla soužití v kempu
 - jsou dobrá pro předcházení konfliktů (rušení nočního klidu, různé hry v kempu, konzumace alkoholu, kouření, grilování atd.)
- dětský koutek
 - místo pro hraní si dětí
 - možnost ohlídat děti dospělým jako nadstandardní placená služba
- bazén
 - zvýší atraktivitu kempu
 - pro malé děti i pro dospělé
 - součást ceny nebo zpoplatněno zvlášť
- minigolf, hřiště na volejbal, petang, kulečnick, šipky, stolní tenis...
- ?

Podpůrné produkty a aktivity:

- doporučené trasy na kole, pěšky s doporučením restaurací, pamětihodností
- zavedení lokálních slevových karet pro podpoření kolegů v síti (jiné kempy v okolí, restaurace, hotely, muzea, lanovky atd.)
- různé semináře na určité téma (příroda v okolí kempu,...)

FM Consulting s.r.o.
Na Čihadle 55
160 00 Praha 6
IČ 27895718



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

- odpolední diskotéka pro děti a večerní pro dospělé
- výlet s průvodcem
- ?

Závěr:

Ubytování v kempech je v zahraničí velice atraktivní. Síť kempů je hustá a většinou mají nastavené podobné standardy služeb. Dávají jistotu svým zákazníkům, že se mohou v podstatě ubytovat kdekoli, podle toho, jak se rozhodnou. Většina kempů je využívána od dubna až do října. Je to veliká výzva pro naši síť kempů v rámci inovace produktů a služeb.

Otázky k případové studii:

1. jaké mám já osobní zkušenost s kempy v ČR
2. co je reálné v našich podmínkách, co méně
3. co ze služeb a aktivit realizují já

Poznámky:

Pracovní list č.33:

Co vše si lze představit pod pojmem zelený cestovní ruch? Jaké turistické aktivity do ní patří?

Ekoturistika.

Je to putování přírodou a její poznávání. Jedná se o poznávání přírodních rezervací, národních parků, chráněných krajinných oblastí a dalších přírodních krás.

Vesnická turistika

Je to forma venkovského cestovního ruchu (aktivity jsou spojeny s přírodou, krajinou a venkovským prostředím). Hosté mají často k jídlu čerstvé produkty hospodářství (kozy mléko, sýry, víno, aj.). Náplní jsou individuální nebo skupinové (skupina je malá) aktivity, které využívají atraktivitu daného venkovského prostředí.

Agroturistika

Forma cestovního ruchu na zemědělských farmách nebo v objektech zemědělských podniků. Provozuje ji farmář – zemědělec jako vedlejší činnost

Stezky dědictví

Je to poměrně nový produkt venkovské turistiky. Jedná se o propojenou síť přírodního, kulturního bohatství, služeb a objektů v dané oblasti, sloužící pro určitý typ turistů. Zahrnuje v sobě ubytování, pěší trasy, cyklostezky, jízdu na koni, přemisťování se autem

Chalupaření a chataření

Cykloturistika

V rámci *zelené turistiky* lze realizovat doprovodné programy:

- zdravé stravování
- zemědělské činnosti
- pozorování zvěře
- poznávání přírody
- lov zvěře a rybaření
- jezdeckví
- řemesla
- turistika

FM Consulting s.r.o.
Na Čihadle 55
160 00 Praha 6
IČ 27895718



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

- cykloturistika, půjčování kol
- letní a zimní sporty (míčové hry, lukostřelba, dětské prolézačky, lyžování...)
- poznávání historie
- poznávání místní kultury a folkloru (pout', posvícení, masopust, zvyky velkonoční a vánoční)
- školy v přírodě
- gurmánský cestovní ruch (vinné sklípky, krajové pochoutky)
- vodní turistika
- památná místa
- přírodní úkazy a zajímavé biotopy
- cesta zubačky (Tanvald) – průvodce po ozubené dráze Tanvald- Kořenov
- průvodce dobrými restauracemi
- slavnosti brambor
- slavnosti chřestu
- dědictví břidlice (nová turistická stezka v Mokřinkách)
- stezka dědictví (doby ledové v Krkonoších)
- práce v hospodářství – pomoc na farmě se sušením sena, ošetřováním domácích zvířat, výroba medu a jiných bioproduktů, dojení krav a koz
- rybaření, houbaření, sběr lesních plodů a bylin
- práce v keramické dílně, malování na dřevo, řezbářské výrobky, pletení ošatek, vyšívání krojů
- prohlídka mlýna, ekofarmy, biofarmy, pštrosí a ovčí farmy
- domácí zabíjačka, rybí hody, grilování, bioprodukty
- hippoturistika - jízda na koni, lyžování za koněm, účast na plavení koní,
- putování s vozy a koňmi
- vyhlídkové lety
- střelnice
- návštěva vinného sklípku
- vinařské stezky
- vícedenní putování krajinou
- projížďky na lodích
- zábavné společenské hry – velkoplošné šachy, pétanque, kriket, zahradní kuželky, zahradní minigolf
- firemní agroturistika
- veškeré letní a zimní sporty

Prohlédněte si webové stránky:

<http://www.stezky-dedictvi.cz/>

<http://www.heritage-trails.cz/>

<http://www.cykloserver.cz>

Poznámky:

FM Consulting s.r.o.
Na Čihadle 55
160 00 Praha 6
IČ 27895718



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Tento text slouží výhradně pro účely projektu Kurz inovací v cestovním ruchu ve Středočeském kraji, reg. č. CZ.1.07/3.2.11/03.0084

Jakákoliv distribuce, šíření či další zpřístupňování tohoto obsahu či jeho části veřejnosti, a to jakýmkoliv způsobem, je bez předchozího písemného souhlasu FM Consulting s.r.o. výslovně zakázáno.

Pracovní list č.34:

Případová studie: Oblast Banát – Rumunsko (www.banat.cz)

Úvod:

Něco málo z historie oblasti:

V létě roku osmnáctistého dvacátého osmého se vypravili dva průzkumníci z řad těch, kteří se chystali odejít za lepším z Čech až do rumunského Banátu, na namáhavou pouť směrem na jih. Podle kronik se jmenovali Martin Mareš a Michal Glazer. Když se vrátili, vyprávěli, že byli přátelsky přijati, že tato země je krásná, velmi úrodná, že tam roste krásná pšenice, ovoce a víno. Povzbuzeni jejich zprávami vydali se vystěhovalci na pochod za novou nadějí. Na výstrahy sousedů pak odpovídali slovy věštby: „Země Česká bude příští válkou rozdrobena a pohlcena. Potom my, osídlenci z Banátu, se vrátíme, zemi znovu zřídíme a zaplníme ji novým a lepším národem“

Z krajanské kroniky

Impuls k první vlně českého osídlení v rumunském Banátu dal jistý podnikatel se dřevem z Oravice. Nalákal do této oblasti několik desítek českých rodin. Roku 1823 tak byla založena první česká vesnice Sv. Alžběta (Elisabethfeld), která později kvůli nedostatku vody zanikla. Posupně vznikaly další vesnice: Bigar (Bígr), Ravensca (Rovensko), ...Kolonisté pocházeli z různých oblastí Čech a v různých dobách.

Původní záměr: Podpořit českou menšinu v Rumunsku výměnou za zajímavou aktivní dovolenou na vesnicích Banátu. Organizování turistiky do Banátu je skupinové nebo individuální. Skupiny jsou organizovány některými spolky nebo cestovními kancelářemi (např. cestovní kancelář Kudrna).

Základní produkt: Venkovská turistika – pobyt v domech rodin, v pronajatých domech, v penzionu. Rozvíjí se především po roce 1989.

Základní krédo (a prosba zároveň): Během svého pobytu u krajanů se chovejte jako pozorní, uctiví a nenápadní hosté, abyste příliš nenarušili unikátní atmosféru českých vesnic. Vaše návštěva v roli

platicího

62

FM Consulting s.r.o.
Na Čihadle 55
160 00 Praha 6
IČ 27895718



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Tento text slouží výhradně pro účely projektu Kurz inovací v cestovním ruchu ve Středočeském kraji, reg. č. CZ.1.07/3.2.11/03.0084

Jakákoliv distribuce, šíření či další zpřístupňování tohoto obsahu či jeho části veřejnosti, a to jakýmkoliv způsobem, je bez předchozího písemného souhlasu FM Consulting s.r.o. výslovně zakázáno.

turisty by měla být pro krajany i pro nádhernou přírodu Banátu přínosem.

Podpůrné produkty a aktivity:

- pravidelná autobusová linka z ČR
- kniha vzpomínek
- nově vyznačené turistické cesty a jejich popis
- vyjížďky na koních a vozech
- sběr popř. koupě bylin Banátu
- nová asfaltová cesta do Eibenthalu
- nová kniha o Banátu
- podpora Banátu organizací Člověk v tísni
- hudební festival Banát
- dlouhodobé pronájmy chalup
- možnost koupit chalupu v oblasti
- cykloturistika
- pěší turistika
- tradiční svátky: posvícení, dožínky, taneční zábavy, velikonoce, vánoce
- sepsání místopisných informací a organizace výletů k nim (pozůstatky římského osídlení, stará rumunská vesnice, vodní mlýny, vodopády, soutěska řeky Nery, zatopená zřícenina Hradu vodami Dunaje aj.)
- kniha: Vyprávění o Banátu
- kniha: Příroda a krajina v okolí Svaté Heleny
- archiv článků a pořadů o českých krajanech v Rumunsku
- možnosti podnikání v oblasti
- popis všech možností dopravy do oblasti
- místní stravování v rámci pobytu
- možnost rybaření
- zájezdy po oblasti
- zásady slušného chování návštěvníka (lidé Banátu ctí řadu tradic a je třeba respektovat je)

Od přímých účastníků „zájezdu“ jsem se dozvěděl řadu dalších zajímavostí:

- v některých rodinách stále děti rodičům vykají
- komunita Čechů je velmi nábožensky založená a ctí řadu náboženských svátků
- některé cesty jsou obtížně sjízdné

FM Consulting s.r.o.
Na Čihadle 55
160 00 Praha 6
IČ 27895718



evropský
sociální
fond v ČR



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

- přes vesnici běžně prochází stádo krav nebo ovcí
- v blízkosti vesnic byly vystavěny větrné mlýny, které narušují ráz krajiny a v noci jsou hlučné
- pobyt i stravování je levné
- klid narušují často skupiny, které pravidelně do Banátu jezdí (motorkáři, jezdci na čtyřkolkách)

Místní organizátoři a iniciátoři podpory oblasti se začínají potýkat s negativními vlivy působení turismu na jedinečnou oblast, kterou celý Banát jistě je. Reakcí na tuto skutečnost je sepsání zásad slušného chování poutníka po českém Banátu (i můj kolega, který byl organizovaně v Banátu a který se chová velmi šetrně k přírodě a lidem přiznal, že v rámci pobytu jejich skupina několik večerů pobyla při zpěvu, kytaře a pivu i kořalky v místní hospodě a hlučela do ranních hodin).

Závěr:

Destinace českých vesnic Banátu v Rumunsku je příkladem rozvíjení zelené turistiky se všemi klady i zápory tohoto druhu turistiky.

Otázky k případové studii:

1. Jaké výhody přinesla tato forma turistiky oblasti Banátu?
2. Jaké výhody a zážitky přinesla tato forma turistiky návštěvníkům?
3. Jaké nevýhody přináší tato forma turistiky?

Některé z možných výsledků aktivity:

Pro obce:

- finanční přínos
- zlepšení ekonomické a sociální situace v obci
- stabilizace obyvatel vesnice
- obec se dostane do povědomí turistů
- rozvoj kulturních a společenských aktivit
- udržování a rozvíjení tradic
- zvyšování atraktivity vesnice pro mladé rodiny
- obec se stane známou a v sezoně navštěvovanou destinací

Pro obyvatele vesnice a farmáře:

- zajímavé doplňkové zdroje příjmu

FM Consulting s.r.o.
Na Čihadle 55
160 00 Praha 6
IČ 27895718



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

- vyřešení nezaměstnanosti některých členů rodiny
- významná pomoc v době sklizně či jiných sezonních pracích
- motivace pro mladší členy farmářské rodiny
- udržitelnost živnosti na vesnici
- oživení stereotypů vesnického života
- využití vlastních objektů a pozemků k rekreaci turistů
- růst společenské prestiže farmářů

Pro turisty:

- relaxace, klid, návrat k přírodě
- opatření si plodů lesa
- zakoupení čerstvých produktů na vesnici
- dobrý pocit z podpory vesnice a farmářů
- rozvíjení zdravého životního stylu
- poznání „těžkého“ živobytí lidí na vesnici
- relativně levná a smysluplná dovolená

Nesmíme zapomenout i na nevýhody a „brzdy“ venkovské turistiky:

- narušování „klidu“ a zaběhnutých rituálů vesnice některými turisty
- turistická sezona se kryje se zemědělskou (je tedy málo času na doprovodné činnosti pro turisty)
- starost o hosty je většinou delegována na farmářky, které jsou přetěžovány
- turistika má často dopad na životní prostředí

někteří poskytovatelé nejsou na služby připraveni

Poznámky:

FM Consulting s.r.o.
Na Čihadle 55
160 00 Praha 6
IČ 27895718



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Tento text slouží výhradně pro účely projektu Kurz inovací v cestovním ruchu ve Středočeském kraji, reg. č. CZ.1.07/3.2.11/03.0084

Jakákoliv distribuce, šíření či další zpřístupňování tohoto obsahu či jeho části veřejnosti, a to jakýmkoliv způsobem, je bez předchozího písemného souhlasu FM Consulting s.r.o. výslovně zakázáno.

Pracovní list č.35:

Případová studie Dublin:

Vzpomínám si na jeden projekt v Irsku, blízko Dublinu (cca 60 km). Pravnučka získala dotaci z EU na rekonstrukci starého sídla s velikou zahradou. Projekt probíhal podle plánu – zámeček byl opraven, začal sloužit jako hotel, zahrada byla zrekonstruována – sídlo bylo zrekonstruováno podle starých plánů a vypadalo stejně jako před 200 lety. Počáteční návštěvnost byla více než pozitivní. Místo se stalo atrakcí, kterou chtěl každý vidět. Sjížděli se Dubliňané, jejich přátelé, příbuzní až z USA. V době, kdy areál navštívila i naše skupina lektorů (2005), nebyla situace zdaleka tak růžová. K čemu došlo. Areál nevykazoval parametry udržitelnosti – turisté přijeli jednou a už neměli zájem návštěvu opakovat. Dostupnost nebyla zajištěna (kdo neměl auto, tak se do areálů nedostal). V blízkém areálu golfového hřiště jeho majitel postavil hotel, což „odebíralo“ klientelu v areálu sídla. Když jsme s majitelkou probírali udržitelnost projektu, nedokázala nám odpovědět, jak bude situaci řešit. V té době jediná klientela sídla byly matky na mateřské dovolené z blízkého okolí, které areál parku využívaly jako dětské hřiště, místo pro relaxaci a setkání s ostatními matkami. Občas si v areálu koupili oběd, svačinu, kafe a to byl veškerý zisk areálu. Majitelka akutně řešila možnost udržitelnosti, která se rapidně snížila výstavbou hotelu v areálu golfového hřiště. Pojďme ale zpět k teorii „zelené turistiky“.

Otázky k případové studii:

1. Jaké zásadní problémy byly zanedbány?
2. Jak řešit „udržitelnost“?
3. Jaké jsou vaše zkušenosti?

Poznámky:

FM Consulting s.r.o.
Na Čihadle 55
160 00 Praha 6
IČ 27895718



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Pracovní list č.36:

Pojem - Udržitelný rozvoj:

Z definice udržitelného rozvoje lze odvodit definici trvale udržitelného rozvoje cestovního ruchu: „Je to zajišťování potřeb účastníků cestovního ruchu takovým způsobem, který pomáhá rozvoji území, s přihlédnutím k šetrnému využívání přírodních a kulturních hodnot a vede k dlouhodobé prosperitě dané oblasti, aniž by ohrozil uspokojení potřeb budoucích generací. Součástí koncepcí rozvoje územních celků se tedy postupně musí stát i plány rozvoje cestovního ruchu, které budou napomáhat k eliminaci negativních vlivů cestovního ruchu na životní prostředí a naopak podporovat rozvoj území při maximálním zapojení místního obyvatelstva.

Jaké jsou obecné znaky udržitelnosti venkovské turistiky?

- *ekonomická udržitelnost* – udržitelný hospodářský rozvoj spojený s rostoucími příjmy obyvatelstva ne vesnici
- *sociální a etická udržitelnost* – udržitelný rozvoj spojený s kvalitou života, vzdělaností, zdravím a sociálních uznáním
- *environmentální udržitelnost* – udržitelný rozvoj spojený s odpovědným chováním k životnímu prostředí a přírodním zdrojům

Poznámky:

Pracovní list č.37:

Organizace, které se zabývají cestovním ruchem:

Svaz venkovské turistiky (www.svazvt.cz)

Vyvíjí produkt Prázdniny na venkově (<http://www.prazdninynavenkove.cz/>),

Evropské centrum pro agroturistiku (www.eceat.cz)

Ministerstvo zemědělství

Ministerstvo pro místní rozvoj

Agentura CzechTourism.

Krajové organizace: centrály cestovního ruchu např. Jihočeská centrála cestovního ruchu (www.jccr.cz)

a další

Co vás zaujalo po prostudování webových stránek?

Poznámky:

FM Consulting s.r.o.
Na Čihadle 55
160 00 Praha 6
IČ 27895718



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Tento text slouží výhradně pro účely projektu Kurz inovací v cestovním ruchu ve Středočeském kraji, reg. č. CZ.1.07/3.2.11/03.0084

Jakákoliv distribuce, šíření či další zpřístupňování tohoto obsahu či jeho části veřejnosti, a to jakýmkoliv způsobem, je bez předchozího písemného souhlasu FM Consulting s.r.o. výslovně zakázáno.

Pracovní list č.38:

Případová studie: „Prázdniny na venkově“
(www.prazdninynavenkove.cz)

Úvod:

Oficiální zelený turistický produkt České republiky, podporovaný Českou centrálou cestovního ruchu (agenturou Czech Tourism "Prázdniny na venkově" jsou motivační a kvalifikační program pro podnikatele ve venkovské turistice a agroturistice a zároveň produktem venkovského cestovního ruchu zaměřeným zejména na individuální cestovatele.

Původní záměr:

Cílem tohoto projektu je podpořit vznik a využití venkovských ubytovacích kapacit – chalup, penzionů, malých kempů apod.

Základní produkt:

Projekt poskytuje začínajícím podnikatelům know-how, pomáhá vytvářet nové pracovní příležitosti a podporuje v obcích ekonomický rozvoj bez nároků na vysoké investice. Stávajícím ubytovacím zařízením nabízí lepší využití ubytovacích kapacit tím, že zajišťuje efektivní propagaci, která probíhá především na internetu. Tištěné "Prázdniny" jsou vydávány v ČR podle marketingového plánu se zaměřením na jednotlivá teritoria (Česko, Holandsko, Německo atd.). "Prázdniny na venkově" jsou společným programem ECEAT CZ, Evropského centra pro eko-agroturistiku a Svazu venkovské turistiky, který má sídlo v Telči – <http://www.svazvt.cz>. "Prázdniny na venkově" prezentují ubytovací zařízení v následujících skupinách:

- malé kempy
- chalupy a letní byty s vlastním vařením
- penziony se snídaní, případně dalším stravováním (do 20 lůžek)
- hotely
- speciální nabídky (ubytovny, chaty apod.)

Podpůrné produkty a aktivity:

Podnikatelům ve venkovské turistice jsou nabízeny různé programy, které umožňují lepší využití kapacit. Jde o následující programy „Prázdnin na venkově“:

- **program "DIRECT"** - tento program umožňuje přímý kontakt se zákazníky z celého světa přímo, bez zprostředkovatele. Je to nejúčinnější a ekonomicky výhodný způsob

FM Consulting s.r.o.
Na Čihadle 55
160 00 Praha 6
IČ 27895718



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

prezentace, zvláště vhodný pro malé kempy, chalupy, letní byty a penziony, které musejí být certifikovány Svazem podnikatelů.

- **program "SPECIAL"** - program nevyžaduje žádnou certifikaci, stejně jako program DIRECT umožňuje přímý kontakt se zákazníky z celého světa bez zprostředkovatele.
- **program "GRATIS"** - ekonomicky výhodný způsob prezentace chalupy nebo penzionu, které musejí být certifikovány Svazem podnikatelů. Adresa se nezveřejňuje a veškeré rezervace zajišťuje výhradně rezervační centrum "Prázdnin na venkově", za certifikaci ani propagaci se však nic neplatí.
- **program „CK“** – propagace pro cestovní kanceláře a agentury umožňuje prolink webových stránek na určitou dobu a reklamu v tištěných průvodcích a katalozích. Také možnost banneru na webových stránkách produktu (www.prazdninynavenkove.cz).

Závěr:

Zelený produkt „Prázdniny na venkově“ je jedním z ucelenějších pokusů inovačního projektu venkovské turistiky u nás.

Případová studie: „Moravské vinařské stezky.“

Úvod:

Jsou dlouhodobým projektem rozvoje vinařství a turistiky na jižní Moravě a jsou přímo řízeny programem Zelené stezky Greenways. Spojují tradici vinařství s odpočinkem a poznáním přírodních a kulturních památek. Produkt se neustále rozvíjí, „nabaluje“ na sebe další podnikatelské subjekty a doprovodné aktivity.

Původní záměr:

Cílem je podpora a zvýšení ekonomické, sociální a environmentální udržitelnosti vinařských oblastí.

Základní produkt:

Za čtyři roky se do projektu zapojilo 220 vinařských obcí, bylo vyznačeno 1090 km cyklistických tras:

- Znojemská vinařská stezka (163 km):
- Mikulovská vinařská stezka (82 km):

FM Consulting s.r.o.
Na Čihadle 55
160 00 Praha 6
IČ 27895718



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

- Velkopavlovická vinařská stezka (109 km):
- Mutěnická vinařská stezka (60 km)
- Kyjovská vinařská stezka (84 km)
- Bzenecká vinařská stezka (24 km)
- Uherskohradištská vinařská stezka (74 km)
- Strážnická vinařská stezka (101 km)
- Vinařská stezka Podluží (113 km)
- Brněnská vinařská stezka

Podpůrné produkty a aktivity:

- vydání deseti turistických map
- vybudování odpočívadel pro cyklisty ve dvaceti obcích
- vydání CD pro podnikatele "Jak podnikat na vinařských stezkách"
- zpracování studie záchrany lidové architektury vinných sklepů
- vytvoření internetové stránky <http://www.stezky.cz>
- zorganizování řady seminářů pro vinaře o cestovním ruchu
- navázání spolupráce s rakouskými vinařskými stezkami

Závěr:

Moravské vinařské stezky využívá řada obcí a malých podnikatelů jako nástroj rozvoje šetrné turistiky a podpory malého podnikání. Ekonomický přínos je přímo svázán s úctou ke krajině, zachováním lidových tradic a obnovou kulturního dědictví spojeného s vinařstvím.

Otázky k případovým studiím:

1. Co je hlavním cílem produktu?
2. Jaké skupiny klientů mohou produkty oslovit?
3. Jaká je udržitelnost produktů?
4. Kde vidíte příležitosti do budoucnosti?
5. Jaké jsou hrozby?
6. Co si osobně z případových studií odnáším jako inspiraci?

Poznámky:

FM Consulting s.r.o.
Na Čihadle 55
160 00 Praha 6
IČ 27895718



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Tento text slouží výhradně pro účely projektu Kurz inovací v cestovním ruchu ve Středočeském kraji, reg. č. CZ.1.07/3.2.11/03.0084

Jakákoliv distribuce, šíření či další zpřístupňování tohoto obsahu či jeho části veřejnosti, a to jakýmkoliv způsobem, je bez předchozího písemného souhlasu FM Consulting s.r.o. výslovně zakázáno.

Pracovní list č.39:

Skupiny znevýhodněných v turistickém ruchu:

- Osoby na vozíku pro invalidy
- Osoby neschopné chůze bez cizí pomoci
- Osoby, které nemohou užívat prsty
- Osoby neschopné užívat jednu ruku
- Osoby s malou fyzickou silou
- Osoby se sníženou koordinací pohybů
- Osoby s postižením řeči
- Osoby s omezenými vyjadřovacími schopnostmi
- Dyslektici
- Diabetici
- Epileptici
- Osoby po cévních a mozkových příhodách
- Osoby s mentálním postižením
- Osoby s úplnou ztrátou sluchu, neslyšící
- Osoby s postižením sluchu, nedoslýchavé
- Osoby s úplnou ztrátou zraku, nevidomé
- Osoby s postižením zraku, slabozraké
- Psoriatici (onemocnění kožní nemocí, tzv. lupénkou)
- Celiatici
- Osoby duševně nemocné
- Důchodci (patří často do výše uvedených skupin)
- Matky/otcové s malými dětmi
- a další

Poznámky:

FM Consulting s.r.o.
Na Čihadle 55
160 00 Praha 6
IČ 27895718



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Pracovní list č.40:

Uved'me si některá pravidla pro komunikaci se znevýhodněnými klienty:

- nepoužívejte obecné „nálepky“ jako vozíčkář, epileptik, invalida
- užívejte označení klient, zákazník, host
- nezdůrazňujte neschopnosti či omezení klienta
- nepoužívejte slova jako chudáček, chudinka, nešťastný, postižený aj.
- snažte se komunikovat se znevýhodněnými lidmi pokud možno jako s ostatními
- nevyjadřujte ani neverbálně přílišný soucit se znevýhodněnými jedinci
- jednejte se znevýhodněnými důstojně
- nevěnujte nadměrnou pozornost životním příběhům klienta
- komunikujte empaticky a citlivě vzhledem k znevýhodnění klienta
- nekomentujte projevy klienta a jeho zapojení do různých aktivit
- nesrovnávejte různé klienty ani jim příliš nevnucujte aktivity
- nejednejte s jedincem jako s nemocným nebo hloupým
- vystupujte v roli poskytovatele služby nikoliv lékaře, psychologa, ošetřovatele či osobního asistenta
- při komunikaci s klientem sedícím na vozíčku si také (pokud je to možné) sedněte, abyste s ním nehovořili shora
- hovořte vždy s klientem, i kdyby to mělo být tlumočeno prostředníkem nebo později znovu prohovořeno s doprovodem
- naučme se Braillovo písmo!
- upozorněte znevýhodněného nevidomého klienta na záležitosti, které nevidí (nebezpečná situace, znečištěný oděv, uspořádání toalety atd.)

Kromě komunikace je třeba upravit i prostor pro pohybově znevýhodněné klienty.

Základní „fyzické“ podmínky pro pohybově znevýhodněné klienty:

- přístupové komunikace – bez bariér, aby byl zajištěn bezproblémový průjezd
- vyhrazená místa pro parkování
- nájezdní rampy
- schodiště a schody - může být vyřešeno „schodolezy“, výtahy aj.
- chodby – dostatečně široké s možností otočit se s vozíčkem
- dveře - bez odporu, ne točité, dostatečně široké
- toalety pro znevýhodněné klienty

Poznámky:

FM Consulting s.r.o.
Na Čihadle 55
160 00 Praha 6
IČ 27895718



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Pracovní list č.41:

Souhrn výhod:

- handicapovaní často cestují s členy rodiny, přáteli nebo se sociálním pracovníkem, tím se počet účastníků násobí.
- díky moderním informačním technologiím si mohou handicapovaní organizovat cestování snadněji a jsou celkově lépe informovaní. Jednou z možností jsou takzvané blind friendly weby, tj. internetové stránky, které jsou upraveny tak, aby z nich mohli čerpat informace také osoby s těžkým zrakovým postižením.
- mohou cestovat kdykoliv, i v mimosezóně, což vyrovnává výkyvy poptávky během roku. To ocení všichni zprostředkovatelé a poskytovatelé služeb, účastníci mohou získat lepší cenové podmínky. Vzhledem k celkové nižší zaměstnanosti handicapovaných osob, řada z nich pobírá sociální dávky, můžeme předpokládat větší tendenci k účasti na cestovním ruchu mimo hlavní sezónu, tedy v období nižších cen.
- tento segment zákazníků rezervuje služby s větším předstihem než ostatní, to představuje pro poskytovatele služeb větší jistotu při vytížení kapacit a také šanci se lépe připravit na zákazníky se specifickými požadavky.

Poznámky:

FM Consulting s.r.o.
Na Čihadle 55
160 00 Praha 6
IČ 27895718



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Pracovní list č.42:

Případová studie: Mobilní dialýza v roce 1990

Úvod:

V době, kdy nebyla problematika znevýhodněných klientů příliš veřejně komentovaná, se vytvářely možnosti spontánně, dobrovolně, s nadšením a téměř bez prostředků. Jedním z projektů byly Mobilní dialýza, kterou realizovala dialyzační jednotka za Svitav.

Původní záměr:

Dialyzovaný pacient je „uvázan“ i se svými rodinnými příslušníky k „domovské nemocnici“ která mu poskytuje dialýzu 2x-3x týdně. Pro jeho lepší psychický stav by bylo zajímavé, kdyby mohl jet se svými domácími příslušníky (nebo sám) někam na dovolenou. To ale není možné (v té době neexistovala síť dialyzačních středisek ani internet pro objednávání léčby v jiných střediscích).

Základní produkt:

Základním produktem realizace se stala dialyzační maringotka, kde byly umístěny dva přístroje Gambro (dialyzační přístroj). Dialyzační maringotku vyrobil tým lékařů ve Svitavách. Cílem bylo zajistit rekreaci dialyzovaným klientům a jejich příslušníkům. Prvním areálem bylo rekreační středisko Devět skal na Vysočině i vzhledem k blízkosti nemocnice Svitavy. Účastníci měli možnost bydlet v chatkách a dle harmonogramu byli dialyzováni. Stravování bylo zajištěno ve středisku – strava byla upravována vzhledem k onemocnění. Najít rekreační středisko nebylo lehké. Podařilo se „umluvit a přesvědčit“ pouze dvě – v již zmíněném rezortu Devět skal a v ozdravovně Veliké Losiny.

Podpůrné produkty a aktivity:

- organizování dobrovolného programu na každý den
- malé pěší výlety do okolí
- výlety autem do okolí (Polička, Svitavy)
- večerní programy (naučné, zábavné)

Závěr:

FM Consulting s.r.o.
Na Čihadle 55
160 00 Praha 6
IČ 27895718



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Dovolená pro dialyzované klienty byla velmi kladně hodnocena, někteří klienti (kteří v té době začali podnikat), věnovali své finance jako sponzorské dary na akci, aby mohla proběhnout. Byla to doba velikého nadšení, vzájemné pomoci a dobrovolnictví.

Případová studie: Turistika pro všechny (Projekt Klubu českých turistů – KČT)

Úvod:

V roce 2008, při příležitosti 120. výročí svého vzniku, založil KČT veřejnou sbírku na podporu turistiky zdravotně handicapovaných spoluobčanů. Z účtu sbírky jsou získané finanční prostředky použity na značení turistických tras pro vozíčkáře. Podnikatelské subjekty, které přispěly na konto sbírky, jsou připomenuty svým logem na plochách turistických značek dané trasy a na prezentačních tiskovinách KČT.

Původní záměr:

Výstavba nebo zpřístupnění co nejvíce turistických tras pro vozíčkáře.

Základní produkt:

První značená trasa pro vozíčkáře Brno – Mariánské údolí

- začátek a konec trasy je na parkovišti a konečné autobusu MHD č. 45
- možnost jízdy po asfaltové cestě
- po cestě je občerstvení U borovice, Muchova bouda
- po cca 6.5 km je možné výlet ukončit a vrátit se zkratkou na parkoviště

Podpůrné produkty a aktivity:

Ve výstavbě dalších tras se pokračuje. Produkt se dále rozvíjí:

Druhá značená trasa pro vozíčkáře Lutová u Třeboně

- trasa byla otevřena 19.8.2010
- základní myšlenka: mnoho se dělá pro vozíčkáře-sportovce, ale méně už pro obyčejné lidi, kteří chtějí mít také vyžití
- trasa je udělána tak, že vozíčkář projede vše
- trasa je umístěna na křižovatce cyklotras, kde se nachází penzion Vyhlídka s bezbariérovým ubytováním
- trasu si pomáhali vytvořit sami vozíčkáři, protože předběžně dávali tipy hlasováním na

FM Consulting s.r.o.
Na Čihadle 55
160 00 Praha 6
IČ 27895718



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

internetu

- konečnou trasu navrhli Václav Zykmond z KČT a spolumajitel penzionu Vyhlídka, který je sám vozíčkář
- trasa je jasně značena (modrá barva vozíku značí nejlehčí trasu, červená náročnější, černá nejnáročnější – je nutný doprovod)

Třetí značená trasa pro vozíčkáře Ostende – Malý Bolevec - Plzeň

Trasa byla otevřena 3.4.2011.

Trasa I – modrá: Kolem boleveckých rybníků (4 km)

Trasa II. – červená: Kolem rybníků – Pod Bílou Horou – Košinář – Senecký rybník – Vydymáček – Bolevec (cca 5 km)

Čtvrtá značená trasa pro vozíčkáře

- trasa byla otevřena v roce 2011
- vznikla ve spolupráci s Městskými lesy Hradec Králové a o.s. Civitas per Populi v rámci projektu Turistika pro všechny
- příprava a realizace tras trvala přibližně tři měsíce
- jedná se o dvě značené trasy, které vedou městskými lesy v Hradci Králové
- jejich celková kilometráž je cca 14 km
- obě trasy lze vzájemně kombinovat
- parkování je zajištěno, lze využít i MHD

Pátá značená trasa pro vozíčkáře v Praze 13

- trasa byla otevřena 22.6.2012
- okružní trasa je vyznačena mezi stanicemi metra „B“ (Hůrka – Lužiny – Luka)
- dokument z otevření stezky natočila televizní společnost TV Metropol a TV13

Šestá značená trasa pro vozíčkáře „Vizovická Černá“

- trasa byla otevřena 22.9.2012
- trasa je vybavena „taggisty“ (aplikace pro chytré telefony)
- trasa je obtížná (černá)

Závěr:

Inovační produkt Turistika pro všechny, konkrétně trasy pro vozíčkáře, umožňuje i ostatním provozovatelům „na trase“ inovovat svoje služby.

Otázky k případové studii:

1. Co vás zaujalo?
2. Co byste navrhovali dělat jinak?
3. Jaké inspirace vám případové studie přinesly?

Poznámky:

FM Consulting s.r.o.
Na Čihadle 55
160 00 Praha 6
IČ 27895718



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Tento text slouží výhradně pro účely projektu Kurz inovací v cestovním ruchu ve Středočeském kraji, reg. č. CZ.1.07/3.2.11/03.0084

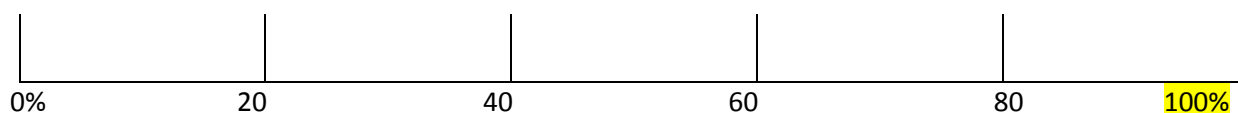
Jakákoliv distribuce, šíření či další zpřístupňování tohoto obsahu či jeho části veřejnosti, a to jakýmkoliv způsobem, je bez předchozího písemného souhlasu FM Consulting s.r.o. výslovně zakázáno.

Pracovní list č.43:

Hodnocení semináře:

Alternativa 1:

1) Splnil trénink vaše očekávání? (Prosím, zaškrtněte a ohodnoťte bod číslem na 100 bodové škále)

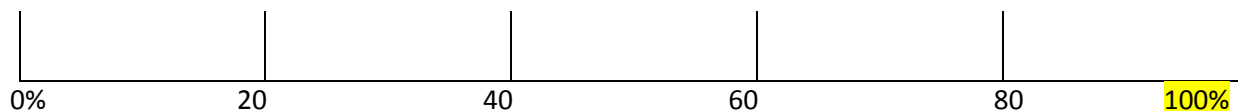


2) Chybělo vám něco ve výkladu k pokrytí zadaného tématu?

ano (co).....

ne

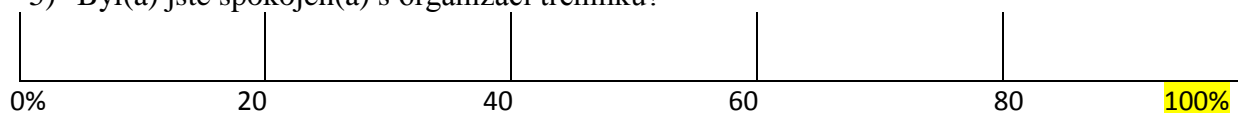
3) Byl(a) jste spokojen(a) s výkladem lektora?



4) Co byste ve výkladu či výkonu lektora přivítal(a)?

.....
.....
.....

5) Byl(a) jste spokojen(a) s organizací tréninku?



FM Consulting s.r.o.
Na Čihadle 55
160 00 Praha 6
IČ 27895718



evropský
sociální
fond v ČR



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

6) Co byste změnil(a) / zlepšil(a)

.....
.....
.....

7) Další sdělení (v čem pokračovat, jaké dny, atd.)

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

Podpis:

FM Consulting s.r.o.
Na Čihadle 55
160 00 Praha 6
IČ 27895718



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Tento text slouží výhradně pro účely projektu Kurz inovací v cestovním ruchu ve Středočeském kraji, reg. č. CZ.1.07/3.2.11/03.0084

Jakákoliv distribuce, šíření či další zpřístupňování tohoto obsahu či jeho části veřejnosti, a to jakýmkoliv způsobem, je bez předchozího písemného souhlasu FM Consulting s.r.o. výslovně zakázáno.

Alternativa2:

Prosím, použijte následující hodnotící škálu: 1=výborné, 2=dobré, 3=uspokojivé, 4=nedostatečné, 5=slabé

1. Jak hodnotíte školení?

známka:

Komentáře:

-
-

2. Jak hodnotíte obsah kurzu?

známka:

Komentáře:

-
-

3. Jak hodnotíte školitele?

známka:

Komentáře:

-
-

4. Jak hodnotíte písemné materiály?

známka:

Komentáře:

-
-

5. Co se vám na školení líbilo

Nejvíce

Nejméně

6. Co byste na kurzu uvítali (doporučení ke zlepšení)

-
-

Alternativa3:

Označte prosím na stupnici od jedné do pěti stupeň své spokojenosti s programem, děkujeme (1 – nejlépe, 5-nejhůře)

1) Program pokrývat uspokojivě všechna témata	1 2 3 4 5
2) Všechny části programu byly odpovídající	1 2 3 4 5
3) Byla správně vyvážena teoretická a praktická část	1 2 3 4 5
4) Jednotlivé bloky měly správnou délku	1 2 3 4 5
5) Bylo dost času na diskusi a otázky	1 2 3 4 5
6) Obsah byl podán na přiměřené úrovni	1 2 3 4 5
7) Obsah bude pro mne užitečný	1 2 3 4 5
8) Použité metody výuky byly odpovídající	1 2 3 4 5

FM Consulting s.r.o.
Na Čihadle 55
160 00 Praha 6
IČ 27895718



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Byla v programu témata, která byste doporučovat vynechat, zkrátit, rozšířit, nebo přidat navíc? Která?

Doplňte prosím jakékoli své poznámky k úrovni výuky

Připojte prosím jakékoli další připomínky k programu.

Děkujeme za vyplnění.

FM Consulting s.r.o.
Na Čihadle 55
160 00 Praha 6
IČ 27895718



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Tento text slouží výhradně pro účely projektu Kurz inovací v cestovním ruchu ve Středočeském kraji, reg. č. CZ.1.07/3.2.11/03.0084
Jakákoliv distribuce, šíření či další zpřístupňování tohoto obsahu či jeho části veřejnosti, a to jakýmkoliv způsobem, je bez předchozího písemného souhlasu FM Consulting s.r.o. výslovně zakázáno.