

VYSOKÁ ŠKOLA TĚLESNÉ VÝCHOVY A SPORTU PALESTRA

Trendy ve wellness - vybrané kapitoly

**Václav Hošek, Jiří Kirchner, Jitka Kobrová, Miloš
Kopřiva, Daniela Lojková, Ludmila Vacková**

Praha 2012



Autorský tým:

Václav Hošek (Úvod), Jiří Kirchner (4. kapitola), Jitka Kobrová (5. kapitola), Miloš Kopřiva (6. kapitola), Daniela Lojková (3. kapitola), Ludmila Vacková (2. kapitola)

Palestra 2012

ISBN 978-80-904815-9-6

Obsah

1. Úvod	5
2. Základní standardy ve wellness službách.....	6
2.1. Úvod	6
2.2. Organizační struktura různých typů wellness center	7
2.3. Nejčastěji poskytované služby (Spa/wellness modality)	9
2.4. Prostředí, design a provozní charakteristiky spa/wellness centra	10
2.5. Business plán	10
2.5.1. Shrnutí (Executive Summary) musí obsahovat	10
2.5.2. Marketingový plán	11
2.5.3. Strategický rozbor	11
2.5.4. Operační a provozní plán	12
2.6. Finanční plán	12
2.7. Základní složky v prostředí spa/wellness centra	12
2.7.1. Prostory	12
2.7.2. Základní technické požadavky, které podstatně ovlivňují provoz centra patří:	13
2.8. Spa/wellness klient	14
2.9. Zaměstnání a kariéra ve spa/wellness centru	15
2.9.1. Výhody:	15
2.9.2. Nevýhody:	16
2.9.3. Pracovní příležitosti ve spa/wellness centrech	16
2.9.4. Základní přehled pracovních příležitostí ve spa/wellness centrech	16
2.10. Trendy ve wellness a jejich analýza	24
2.10.1. Rozdělení trendů:	25
2.11. Klíčové trendy trhu	25
2.11.1. Kvalifikovaní zaměstnanci	26
2.11.2. Standardy	26
2.11.3. Společenské trendy	27
2.11.4. Všeobecné populační trendy	27
2.11.5. Trhy trendu	28
2.11.6. Technologické trendy	29
2.11.7. Trendy v oblasti wellness služeb (Treatment Trends)	30
2.11.8. Všeobecné trendy spa/wellness „průmyslu“	32
2.11.9. Další trendy	33
3. Wellness práce s klientem	34
3.1. Základní stavební kameny úspěšné změny životního stylu:	34
3.2. Benefity/přínosy změny životního stylu:	34
3.3. Úkoly/cíle wellness odborníka při práci s klientem	35
3.4. Wellness Služby, metody a aktivity pro harmonizaci těla, mysli, duše a ducha	38
3.4.1. Poskytované služby, metody a aktivity pro harmonizaci TĚLA	38
3.4.1. Služby, metody a aktivity pro podporu MYSLI	40
3.4.3. Služby, metody a aktivity pro podporu DUCHA	41
3.5. Co je esoterika?	43
4. Trendy wellness v Rakousku	49
4.1. Úvod	49
4.2. Best Wellness Hotels Austria	49
4.3. Trh lázní a wellness zařízení v Rakousku	52
4.3.1. Zdraví jako životní styl	52
4.3.2. Uživatelé lázeňských zařízení a jejich chování	52
4.3.3. Tržní trendy	53
4.4. Závěr	54
5. Geocaching	55
5.1. Fenomén GPS	55
5.2. Historie a vývoj GPS	55
5.2.1. Transit	55

5.2.2.	NAVSTAR - GPS	55
5.2.3.	Glonass	55
5.2.4.	Galileo.....	56
5.3.	Jak GPS funguje	56
5.3.1.	Segmenty systému GPS	56
5.3.2.	Trilaterace.....	57
5.3.3.	Rozdělení ručních navigačních přístrojů	60
5.4.	Využití GPS civilními osobami	60
5.4.1.	Záchranný systém	61
5.4.2.	Zeměměřičství, mapování	61
5.4.3.	Doprava	61
5.4.4.	Životní prostředí.....	61
5.4.5.	Čas	61
5.4.6.	Volný čas	62
5.5.	Geocaching	62
5.5.1.	Historie geocachingu	63
5.5.2.	Geocaching v České republice.....	64
5.5.3.	Rozdělení cache.....	65
5.5.4.	Trackovatelné předměty	68
5.6.	Wherigo	68
6.	Kinesiotaping.....	69
6.1.	Historie a současnost kinesiotapingu	69
6.2.	Vlastnosti TEMTEX kinesio tapu	69
6.3.	Fyziologie účinku kinesio tapu	70
6.4.	Výhody kinesiotapingu	71
6.5.	Indikace a možnosti využití	72
6.6.	Kontraindikace.....	73
6.7.	Základy aplikace kinesio tapu	73
6.7.1.	Příprava kůže	73
6.7.2.	Příprava kinesio tapu	74
6.7.3.	Nalepení kinesio tapu	74
6.7.4.	Odstranění kinesio tapu.....	74
6.7.5.	Výběr tvaru kinesio tapu	75
6.7.6.	Výběr velikosti a barvy kinesio tapu	76
6.8.	Devatero na konec	77
7.	Urbanisticko-architektonická problematika wellness	79
7.1.	Vysvětlení pojmů	79
7.2.	Sportovní stavby v osídlení	79
7.2.1.	Plochy pro sport v územním plánování	79
7.2.2.	Wellness v urbanistickém kontextu	80
7.3.	Provozní uspořádání místností ve wellness.....	82
7.3.1.	Architektonická pojetí soudobých krytých wellnesscenter	84
7.3.2.	Soudobé stavební technologie v krytých wellness provozech	84

1. ÚVOD

Cílem „Vybraných kapitol“ je poskytnout odborné texty v aktuální problematice, kterou wellness představuje. Sám pojem dnes trpí jistou všeobsažností a komerční módností, což ostatně z následných textů vyplývá. Jde vlastně o široce používanou přívlastkovou charakteristiku zařízení, programů, služeb, aktivit, životních stylů, způsobů myšlení, přístupů a cílů, souvisejících s osobní pohodou (well-being). Tím se wellness dostává do souvislosti se zdravím a kvalitou života a stává se velmi žádoucím fenoménem. Inovativní problematika se ovšem nemůže vyhnout „recyklaci“ starších přístupů. Hezkým příkladem jsou transformace fitness-center na wellness-centra v oblasti pohybových aktivit. Ne vždy je všechno nové pod sluncem, ale jistý trend od asketické řeholnosti cvičení k jeho neupachtěné a příjemnější podobě tu je. To je oblast, kterou je možné zahrnout do „exercise wellness“, do které ovšem kromě klasických indoorových cvičení patří i řada pohybových a sportovních aktivit v přírodním prostředí. Hodně populární je oblast „medical wellness“, která má vazbu na medicínu, fyziotrické prostředky, balneologii a přes asociaci s „bílými plášti“ je velmi žádoucí složkou wellness služeb. Třetí ohromnou složku wellness představuje léčivá, očištná a estetizující kulisa přírody. To je oblast „environmental wellness“ a zahrnuje pasivní a aktivní dlení v přírodním prostředí, outdoorové aktivity, navazuje na prastaré systémy helioterapie, aeroterapie, hydroterapie, klimatoterapie, thalassoterapie, atp. Těží z ní zařízení lokalizovaná v mimořádném přírodním prostředí. Moderní spokojený člověk chce „vypadat“ a tak do wellness patří nejen estetická cvičení, zdokonalující body image, ale celá oblast tzv. „beauty wellness“, což jsou vlastně kosmetické zkrášlující postupy. Naznačená typologie oblastí samozřejmě nemá přesné a pevné hranice. Dochází k prolínání a překrývání a nejde o nějaká pevná hájenství, ale o organizačně a logicky vymezené prostory, kde se wellness problematika uskutečňuje.

Vyznat se ve „wellness industry“ není nic lehkého. Předkládané texty k tomu mají napomoci. Pojednávají o obvyklých standardech (kap. 2.), urbanistických a architektonických náležitostech (kap. 7.) o pestré problematice práce s klientem v oblasti wellness služeb (kap. 3.). Zde je zahrnuta i důležitá oblast výživy (3.5.). Přehledně pojednaná subkapitola o sportovních službách (3.6.) problematiku wellness přesahuje. Pro úplnost jsou zařazeny i alternativní přístupy z oblasti podpory Ducha, víry, holistických přístupů, esoteriky, krystaloterapie, čaker aj., které se někdy v problematice wellness využívají a je na kritickém čtenáři, aby si udělal úsudek, nakolik je magické myšlení v oblasti wellness využitelné.

V některých zemích je problematika wellness rozšířenější. Zpravidla sem patří země, které těží z turistického ruchu. Proto je v páté kapitole trochu reklamním způsobem představena problematika trendů wellness v sousedním Rakousku. V šesté kapitole je představena moderní a rychle se rozvíjející problematika outdoorové aktivity geocachingu. S wellness souvisí tak, že může být využita v oblasti environmental wellness, ale rozvíjí se relativně autonomně. Autor zřejmě vidí sportovní budoucnost v rámci této aktivity, což ale nemusí být ta nejlepší perspektiva. Poslední kapitola o kinesiotapingu je přidána z informačních důvodů. Je to metoda fyziotrická a její využití by podobně jako u masáží spadalo pod medical wellness.

Texty jsou vybranými kapitolami a neprošly didaktickým sjednocením. To čeká tuto problematiku v následných krocích. Autorský tým bude vděčný za připomínky k textům, zvláště takové, ze kterých bude možné vystartovat k obohacení zpracovávané problematiky.

2. ZÁKLADNÍ STANDARDY VE WELLNESS SLUŽBÁCH

2.1. Úvod

Wellness centra a spa dnes představují nový rychle rostoucí obor osobních služeb, který vychází z historických kořenů antických lázní jako středisek péče o zdraví těla a ducha. Navazují na moderní prvky preventivní medicíny, tělesné zdatnosti a krásy.

Většina charakteristik wellness center vychází z klasické definice:

- Wellness centra a spa jsou místa, která nabízí služby, napomáhající celkovému “well – being” – tedy optimálnímu pocitu o sobě samém - pomocí celé řady profesionálních osobních služeb, které jsou zaměřeny na zlepšení vnitřního i vnějšího stavu klienta a na navození optimální rovnováhy mezi tělem, myslí a spiritualitou (v anličtině - Body mind and spirit).

Veškeré studie a marketingový výzkum naznačují, že zájem o wellness služby zaměřené na zlepšení životního stylu, prevenci civilizačních chorob, důsledků některých chronických obtíží pohybového systému a zlepšení celkového vzhledu nejen přetrvá, ale především poroste.

Očekávaný nárůst v oblasti wellness služeb je zdůvodňován celou řadou prokazatelných faktů, z nichž nejdůležitější jsou:

- Mediální kampaně propagující význam zdravého životního stylu pro zachování zdraví a prevenci onemocnění.
- Zvyšující se průměrný věk a nezbytné zvyšování výskytu chronických onemocnění, spojených s procesem stárnutí.
- Zvyšující se důchodový věk a nutnost udržení maximální fyzické aktivity a optimálního vzhledu.
- Rostoucí náklady na základní zdravotní péči.
- Současná globální ekonomická realita a vývoj v oblasti zdravotního pojištění nezajišťuje úhradu nákladů na většinu léčebně preventivních programů.

Všechny tyto faktory, ale i další, lokálně specifické zaručují, že trh pracovních sil v této oblasti osobních služeb poroste. S nárůstem počtu wellness center a jejich stabilizace na trhu osobních služeb roste i informovanost a náročnost klientů těchto zařízení. V důsledku tohoto vývoje wellness centra i spa nutně potřebují vzdělané, kvalifikované a technicky zručné pracovníky. Jejich nedostatek je globálně uváděn jako jeden z největších problémů, které wellness centra/spa dnes musí řešit. Zaručení kvalitních služeb, které přinášejí uspokojení a očekávané výsledky klientů, vyžaduje kvalifikovaný pracovní tým, který dokáže připravit, nabídnout a realizovat technicky dokonalou službu či wellness program pro informovaného a často náročného platícího klienta – zákazníka.

2.2. Organizační struktura různých typů wellness center

Pro většinu globálních zájemců o wellness původně používaný název SPA (vycházející z latinského: Salus Per Aqua – tedy Zdraví s Pomocí Vody) splynul s pojmem Wellness. Vzhledem k historickému významu a pozici klasických evropských lázní se přímému překladu spa = lázně Evropa dlouho vyhýbala. Během posledních několika let se situace mění a ve většině evropských zemí jsou používány názvy oba v závislosti na preferenci majitelů či provozovatelů a konceptu i charakteru poskytovaných služeb. K doplnění předchozí všeobecné definice wellness center lze říci, že jsou to centra zdravého životního stylu, která nabízejí a prodávají osobní služby, podporující optimální zdravotní a duševní stav a vnější vzhled pomocí celé řady osobních služeb a programů, napomáhajících regeneraci, relaxaci, revitalizaci a obnově sil.

Z hlediska charakteristiky jednotlivých typů spa a wellness center je zavedeno toto dělení:

- **DAY SPA/WELLNESS CENTRUM** – je zařízení nejrůznější velikosti (od 50 m² do 5000 m² i více). Základní charakteristikou, odlišující tento typ zařízení je fakt, že nemají ubytovací kapacitu. Většina těchto center se vyskytuje ve městech – někdy jako samostatná centra, často i jako součást fitness center či jiných sportovních zařízení - například v golfových klubech či v centrech vodních sportů. Typický klient se často vrací a výjimkou není day spa klubové členství. Rejstřík nabízených služeb je velmi různorodý dle konceptu a velikosti centra – od klasických center krásy přes kombinace všech existujících modalit (dále) komplexní péče o obličej a tělo, často spojené s výživovým poradenstvím, fitness programy (často joga, pilates a podobně), kardiovaskulární programy a další. Součástí nabídky bývají i programy využívající bioenergii (meditace, Reiki a další).
- **DESTINATION SPA WELLNESS CENTRUM** - jsou centra zdravého životního stylu, kam klienti přijíždějí za účelem změny životního stylu, zdravé rekreace, ozdravení či rekonvalescence, rehabilitace a revitalizace. Tato centra většinou nabízejí specifické programy pro regeneraci, relaxaci, stres management, ale i pro rekonvalescenční programy po prodělaných kardiovaskulárních onemocněních a podobně. Svým charakterem se nejvíce blíží modelu klasických léčebných lázní evropského charakteru s tím, že ne vždy využívají přírodní zdroje (minerální vody, bahna). V závislosti na typu nabízených programů členem wellness týmu je i lékař, fyzikální terapeuti a další zdravotní specialisté. Není to však pravidlem, některá destination spa nabízejí rekondiční či relaxační programy, využívající vodní procedury, outdoorové a jiné sportovní aktivity spojené s následným ošetřením těla. Programy bývají typicky několikadenní až týdenní, velmi zřídka delší. K dosažení příslušných výsledků jsou opět využívány veškeré existující typy wellness služeb, tato centra často využívají lokální přípravky, byliny, hlíny, rašeliny a další přírodní zdroje.
- **RESORT SPA/WELLNES CENTRUM** – je zařízení, poskytující kombinaci rekreace spojené s nabídkou wellness služeb. Nacházejí se v oblíbených

atraktivních oblastech – tam, kam lidé obvykle jezdí za rekreací a odpočinkem, často u moře, jezera či na horách. Samozřejmě jsou součástí hotelových zařízení a většina klientů přijíždí na týdenní či weekendové pobyty. Spa a wellness služby jsou doplněním pobytu, obvykle nenabízejí ucelené programy, ale vybrané služby, podporující relaxaci či obnovu sil po absolvovaných sportovních indoorových či outdoorových aktivitách. Typicky jsou nabízeny různé typy masáží, zábaly či kosmetické služby. Tato centra nabízejí i saunové světy a další vodní zařízení.

- **MEDICAL SPA/WELLNESS CENTRUM** – jsou centra, která pro získání licence musí zaměstnávat lékaře a příslušné zdravotní pracovníky. Terapeuti pracují pod přímým či nepřímým dohledem lékaře. Nejčastější formou medical spa jsou tak zvaná anti-aging centra, která využívají technologií, vyžadujících lékařský dohled. Tato centra nabízejí celou řadu služeb napomáhajících zpomalit vizuální dopad stárnutí. Z nejčastěji v současné době používaných technologií a technik jsou nabízeny botoxové injekce, ošetření obličeje a těla laserovými přístroji, výplňové techniky, přístrojový management celulitidy a podobně. Technologie se v této oblasti velmi rychle vyvíjí a současné přístroje k realizaci očekávaných výsledků často využívají kombinace fyzikálních zdrojů. Celá řada medical spa nabízí další wellness modalitu, jako jsou různé typy specializovaných masáží a zábálů, výživové poradenství a sportovní programy pod vedením osobních trenérů. Tyto další služby slouží k optimalizaci výsledků i ke zmírnění nežádoucích vedlejších účinků absolvovaných anti-aging služeb.
- **MINERAL SPA/WELLNESS CENTRUM** – jsou centra v blízkosti zdrojů minerálních vod. V evropských zemích jsou tyto zdroje přísně kontrolovány a regulovány státem a jejich využívání k léčebným účelům či konzumaci minerálních vod podléhá zákonům. Obsah minerálů a teplota je podstatná součástí léčebných protokolů a rozdílností jednotlivých léčebných lázní. Různé evropské země mají odlišné předpisy a regulace. Léčebné lázně v současné době čelí celé řadě problémů, které vycházejí z toho, že zdravotní pojišťovny neustále snižují počet zdravotních indikací, kvalifikujících pacienty na pojišťovnou hrazený léčebný pobyt a tím snižují množství peněz, kterým je provoz léčebných lázní dotován. V severoamerických zemích platil obdobný systém do 50-tých let, pak došlo k deregulaci a dnes jsou minerální prameny využívány bez omezení. Některá centra v oblastech s výskytem minerálních pramenů nabízí wellness programy s komplexním zaměřením na regeneraci a revitalizaci, jiné slouží k soukromé relaxaci v bazénech s mineralizovanou vodou a wellness služby nejrůznějšího charakteru mají doplňující roli. Současný vývoj v českých lázních spěje ke zkracování původně tří týdenních léčebných pobytů a klasické lázeňské služby jsou doplňovány dalšími současnými wellness modalitami. Většina lázeňských domů v českých lázeňských centrech nabízí krátkodobé wellness programy, doplňující sportovní aktivity.

Z dalších nepřesně definovaných spa/wellness center lze zmínit na příklad **RESIDENČNÍ SPA/WELLNESS CENTRA**, která vznikají v nových obytných čtvrtích, především tam, kam se stěhují lidé v důchodovém věku. Mají charakter klubového

členství a nabízejí wellness programy, služby a pohybové aktivity pro obyvatele těchto oblastí. Dalším novým názvem jsou **MOBILNÍ SPA**. Jejich provozovatelé poskytují služby přímo v místě bydliště, terapeut za klientem dojíždí.

V rámci současných zelených trendů se setkáváme i s názvem **ECO-SPA**, tedy zařízení, které se řídí přísnými kritérii, zaručujícími ochranu životního prostředí.

Většina výše zmíněných typů spa/wellness center, které nabízejí komplexní programy a dokonalé služby a splňují výše zmíněnou definici wellness, nabízí kombinaci služeb, které se vzájemně doplňují.

K dosažení optimální wellness je potřeba souhry celé řady faktorů, z nichž nejdůležitější jsou:

- prostředí (místo, počasí, přírodní faktory, design, barvy, čistota atd.);
- integrace (společenské a osobní vztahy);
- voda (k vnějšímu i vnitřnímu použití);
- pohyb (různé typy cvičení, outdoorové a indoorové sporty);
- dotek (doteková komunikace pomocí masáží, zábaly atd.);
- estetika (techniky podporující koncept krásy);
- kultura (umění, architektura, víra, věda a politika).

Všechny tyto složky spolu souvisejí a při přípravě wellness programu je třeba s nimi počítat.

2.3. Nejčastěji poskytované služby (Spa/wellness modality)

Vzhledem k překotnému vývoji tohoto nového oboru v oblasti osobních služeb a různým konceptům spa a wellness tato centra poskytují celou řadu služeb, které se historicky prolínají s celou řadou oborů, zabývajících se péčí o zdravé lidské tělo: masáže, TCM (Tradiční čínská medicína), balneologie, fitness a sportovní aktivity, kosmetika a estetika, výživové poradenství, bioenergetika, aromaterapie a fytoterapie, poradenství v oblasti životního stylu, alternativní medicína a další.

Mezi nejčastější modality poskytované v rámci wellness služeb a programů patří:

- masáže – klasické, relaxační, sportovní, reflexní a různé další modifikace;
- masáže s použitím dalších pomůcek – masáž horkými kameny, bambusovými tyčkami, thajskými bylinnými paličkami, masáže s použitím aromatických olejů;
- asijské techniky – tlakové masáže, akupunktura, akupresura, thajské masáže, reflexologie plosky nohy či ruky, indické masáže, shiatsu;
- vodoléčba/hydroterapie – koupele, sprchy horizontální a vertikální, cvičení ve vodě, vodní masáže, sauny, pára, kryoterapošetření těla - zábaly celkové a částečné, peelingy;
- ošetření obličeje – kosmetické procedury různého typu;
- ošetření rukou a nohou (pedikura, manikura a masáže končetin);
- cvičení a sportovní aktivity – skupinové cvičení i individuální cvičení, outdoorové aktivity, indoorové aktivity a další využívající bioenergii –

kraniosakrální terapie, balancování čaker, meditace, terapie krystaly, colorterapie, reiki a další;

- výživové poradenství;
- lékařské služby – anti-aging techniky a přístrojová technologie, konsultační služby v rámci terapeuticky zaměřených wellness programů.

Většina programů využívá kombinace těchto modalit. Specializovaná centra vyhledávaná určitou skupinou klientů se často zaměřují na jednu modalitu, kterou rozvíjí. Příkladem jsou Ayurvedická centra nabízející indický komplexní systém péče o tělo a ducha včetně indických ayurvedických masáží, Thajská centra nabízející různé varianty thajských masáží.

2.4. Prostředí, design a provozní charakteristiky spa/wellness centra

Pro většinu klientů, kteří navštěvují spa/wellness centra je vnitřní i vnější prostředí, ve kterém jsou služby a programy realizovány nesmírně důležité. Klidné, čisté a oku lahodící prostředí je důležitou součástí celkového dojmu a zážitku.

Vhodný design a jeho celková atmosféra je mnohdy rozhodujícím faktorem při výběru centra. S rozvojem spa a wellness center došlo i ke specializaci architektů a designerů, kteří musí dokázat navrhnout optimální plán a interiér, který splňuje provozní požadavky současného klienta spa/wellness centra.

V dnešním velmi konkurenčním prostředí spa/wellness center je pro vznik a prosperitu nového centra důležitý profesionální přístup.

Základní úvaha, která předchází veškeré další přípravy a plány by měla obsahovat odpovědi na tyto otázky:

- Proč a jaké centrum vzniká?
- Jaká je představa, vize majitelů?
- Co očekává klient?
- Jaké jsou technické požadavky a regulace?

Výzkum, osobní konzultace s příslušnými úřady a profesionály tedy nezbytně předchází všem dalším krokům diskutovaným v další části.

2.5. Business plán

BUSINESS PLÁN je základním kamenem spa/wellness centra a představuje první krok k realizaci myšlenky, nápadu či investičního rozhodnutí. V přípravné fázi je nutno určit přesně očekávané datum otevření zařízení a termíny pro jednotlivé přípravné základní fáze plánu.

Business plán má tyto části. Profesionální zpracování plánu je podstatné nejen pro přípravné fáze nového projektu, ale především pro případ, že realizace plánu vyžaduje investora(y) či půjčku z banky.

2.5.1. Shrnutí (Executive Summary) musí obsahovat

- jméno včetně místa, kde je byznys plánován;
- charakteristiku typu spa/wellness centra;

- definici filozofie, konceptu a poslání zařízení;
- stručný popis dosavadních obchodních i odborných zkušeností;
- stručný popis plánovaných služeb a programů;
- základní organizační strukturu (management centra);
- základní marketingovou a prodejní strategii;
- identifikaci hlavní konkurence, popis jedinečnosti nově vznikajícího zařízení, očekávanou pozici na trhu;
- předpokládanou částku investic potřebných k realizaci plánu;
- popis plánovaného způsobu uhrazení potřebných investic.

2.5.2. Marketingový plán

- přehled současné ekonomické situace včetně současných specifických informací z oblasti spa/wellness;
- cílový trh (komu jsou služby určeny, proč), jak tento trh oslovit aj.;
- analýza konkurenčních zařízení v dané oblasti (přednosti a nevýhody - SWOT nebo jiná analýza);
- popis unikátní pozice plánovaného zařízení na trhu;
- popis metod, které budou použity k oslovení cílového trhu, včetně typu marketingových strategií jako je reklama, PR (public relation), přímý marketing, osobní prodej.

2.5.3. Strategický rozbor

- určení jasných cílů plánovaného centra (na příklad zisky, popularita centra v dané oblasti atd.);
- detailní popis plánovaného zařízení;
- seznam vybavení a dalších prostředků nezbytných pro provoz centra;
- popis služeb a programů včetně "marketingového mixu" známého jako 4P (product, price, promotion, place = služba, cena, reklama, místo);
- popis jednotlivých pracovníků, kteří budou služby poskytovat (maséři, kosmetičky, fitness specialisté);
- popis základních hodnot, které plánované služby přináší;
- formulace strategie prodeje služeb a programů;
- určení a zajištění partnerů a spojenců v rámci možného společného: marketingu, kalkulace nákladů na jednotlivé služby;
- kalkulace počtu prodaných služeb zajišťující pokrytí provozních nákladů;
- popis metod, které budou používány ke kontrole kvality služeb a jejich provozních nákladů;
- analýza výhod a nevýhod (SWOT: strength, weakness, opportunity, threat: síla, slabost, příležitost, ohrožení);
- plán na eventuální růst centra.

2.5.4. Operační a provozní plán

- popis provozních postupů, které zaručí plynulost a průhlednost každodenního provozu (účetování, účetnický postup atd.);
- popis používané technologie (počítačové programy);
- seznam manažerských pozic a popis jejich pracovní náplně;
- popis jejich požadovaných kvalifikací;
- návrh organizační tabulky, která ukazuje řídicí model a povinnosti a zodpovědnost jednotlivých pracovníků;
- popis kvalifikace pracovních povinností jednotlivých dalších pracovníků;
- předpokládaný způsob odměňování (hodinové platy, smlouvy, pobídkový systém atd.);
- způsob zaškolení a trénink zaměstnanců;
- popis dalších profesionálních služeb nutných k zajištění řádného a bezpečného provozu (právník, pojišťovací agent, účetní, marketinkový poradce atd.).

2.6. Finanční plán

- celková nutná částka pro zahájení projektu;
- předpokládané výdaje v prvních třech letech;
- předpokládaný měsíční příjem (rozepsaný) v prvním roce provozu;
- očekávané daňové povinnosti;
- popis základních finančních zdrojů;
- propočet "break – even" analýzy;
- pokud projekt vyžaduje investora (y) či půjčku od banky je nutno přesně specifikovat: přesný popis způsobu využití peněz, způsob a časový rozpis splacení úvěru či půjčky, popis záruk (kolateral) na splacení půjčky, propočet návratnosti ROI (Return On Investment - návratnost);
- základní informace, v závislosti na zdroji investimentu, musí být často doplněny o další specifické dokumenty a podklady zaručující návratnost investimentu.

Příprava Business plánu a realizace projektu vyžaduje odborný a informovaný přístup, zajištění potřebné částky peněz. Konzultace s odborníky (architekt, designer, spa consultant) je ve většině případů nevyhnutelná i v případech, kdy má manažer projektu své zkušenosti z oboru.

2.7. Základní složky v prostředí spa/wellness centra

2.7.1. Prostory

Počet místností, jejich velikost i další prostory se samozřejmě řídí velikostí plánovaného centra. Využití prostoru a plán jednotlivých místností se řídí zaměřením centra a plánovanými službami.

Z hlediska architektonického, stavebního a inženýrského návrhu se prostory wellness centra obvykle dělí na tyto části:

- **Ošetřovací místnosti (treatment rooms)**
 - **suché** – v těchto prostorách jsou poskytovány služby (masáže), které nevyžadují použití vody;
 - **mokrý** – prostory, kde jsou umístěny vany, sprchy, sauny, pára – vyžadující správnou instalaci vody, odpadu a zajištění proti vlhkosti.
- **Relaxační prostory** - vhodné místo pro odpočinek a relaxaci po absolvované proceduře by mělo být součástí každého spa/wellness centra.
- **Služební a administrativní prostory**
- **Tělocvična, eventuelně posilovna**
- **Recepce a prostory pro prodej přípravků pro domácí použití**
- **Šatny**

Z hlediska designu se opět uplatňuje koncept centra, individuální vkus a požadavky. Designer vždy musí pracovat s těmito prvky: barva, materiály, osvětlení, současné designové trendy. Cílem je vytvoření atmosféry, která svými fyzickými prostory umožňuje navození pocitu klidu, pohody a výjimečnosti.

Odborný přístup k realizaci plánovaného spa/wellness centra a spolupráce s v tomto oboru zkušeným architektem, inženýrem a dalšími odborníky je podstatná, protože bezproblémový technický provoz centra je zárukou klidu a pohody a bezproblémového provozu spa/ wellness centra .

2.7.2. Základní technické požadavky, které podstatně ovlivňují provoz centra patří:

- dostatečný příkon elektrické energie;
- dostatečný zdroj regulovatelného tepla;
- dostatečné množství horké i studené vody;
- správný odpad hlavně tam, kde se realizuje velké množství vodních procedur;
- nosnost stavby (váha vybavení atd.);
- dostatečný počet elektrických a telefonních zásuvek, internetových přístupů;
- pozor na technické požadavky a předpisy k provozování některých přístrojů;
- správné osvětlení;
- teplotní kontrolní systém (jednoduché snižování a zvyšování teploty místností);
- kvalita vzduchu - vzduchotechnika (správné odvětrávání především tam, kde se používají aromatizované látky, zábaly, masáže, manikury);
- kontrola hluku (zvuková izolace);
- vhodné umístění pomocných prostor (špinavé prádlo...);
- správné umístění jednotlivých místností tak, aby přesun z jedné do druhé např. ze zábalu na masáž) byl klidný a ničím nerušený;
- součástí celkového plánu by měl být i plán na možné rozšíření. S touto eventualitou je nutno počítat při instalaci vody, elektřiny, vzduchotechniky apod..

2.8. Spa/wellness klient

Sebelepší prostředí samo o sobě nezíská klienty – zákazníky, bez jejichž patřičného počtu centrum nemůže fungovat. Spokojenost klientů je naprosto základním předpokladem pro úspěšnost a prosperitu.

Proces získání wellness klienta, jeho spokojenost a následné opakované návštěvy mají celou řadu náležitostí, které je nutno jasně formulovat a pečlivě zpracovat:

- Webové stránky, sociální sítě (Facebook, Twitter a další) - působí při prvním pohledu na smysly klienta design, obsah a snadný přístup k informacím?
- Reklama – dokáže zaujmout správného klienta?
- První informační telefonický dotaz – dokáže recepční zodpovědět všechny dotazy tak, aby potenciální klient získal důvěru?
- Rezervace služby - dokáže recepční vyhovět požadavkům klienta či nabídnout alternativu?
- Příchod klienta do wellness centra - jak získá klient pocit výjimečnosti, dokáže zaměstnanci klienta řádně pozdravit a uvítat?
- Vstup do terapeutické části – klient doprovázen či pouze poslán určitým směrem?
- Vstup do šaten - jsou čisté, dobře organizované, eventuelně vybavené župany a pantofle?
- Sauny a další vodní zařízení – jsou čisté, je zde dostatek čistých ručníků či prostěradel, jsou zde podrobné, dobře čitelné a srozumitelné pokyny k bezpečnému používání (pokud zde není přítomen příslušný pracovník)
- Relaxační část – jak získá klient pocit uvolnění, dokáže personál zajistit služby během relaxace?
- Protokol pro rozhovor a vyplnění klientské karty – dokáže terapeut odhadnout vlastnosti a očekávání klienta a realizovat příjemný, osobní rozhovor?
- Místnost, kde se realizuje příslušná služba - je příjemná, správně osvětlená, působí optimálně na smysly klienta?
- Wellness služba - postupuje terapeut dle předepsaného protokolu, je služba profesionálně a technicky dokonale provedena a má charakter výjimečnosti pro daného klienta? Jsou výsledky služby shodné s tím co slibují? Dokáže terapeut odhadnout to, co klient potřebuje a očekává? Dokáže terapeut vysvětlit účinky služby a použitých přípravků? Dokáže doporučit domácí program?
- Protokol postupu po poskytnuté službě – je klient po příslušné službě ponechán dalšímu osudu, či doprovázen do relaxační místnosti s dotazy, týkajícími se právě absolvované služby?
- Přesuny klientů v rámci komplexního programu – wellness programy mají často několik typů služeb. Pokud jsou prováděny na různých místech – jak je organizován přesun? Je jednoduchý a komfortní?
- Odchod klienta z wellness centra – má centrum protokol na zjištění spokojenosti klienta, nabídnutí dalších služeb či nákupu přípravků?
- Stížnosti klientů – jak je toto řešeno, má centrum protokol, který určuje postup, odpovědné pracovníky a evidenci stížností?

- Prodej přípravků pro domácí ošetření – má centrum systém, odpovědné pracovníky, dobře vystavené zboží s možností vyzkoušení doporučeného přípravku?
- Další komunikace s klientem – má centrum systém a technologii (počítačový systém), který napomáhá k dalšímu kontaktování již existujících klientů (speciální nabídky, narozeniny či svátky atd.)?

Toto jsou pouze nejzákladnější body, které je nutno zpracovat, sledovat a kontrolovat. Centrum musí vypracovat závazná doporučení a postupy, se kterými je každý zaměstnanec seznámen během přijímacího řízení a počátečního zácviku.

V závislosti na typu wellness zařízení jsou samozřejmě využívány i další možnosti efektivní komunikace s klientem, především pak sociální sítě.

2.9. Zaměstnání a kariéra ve spa/wellness centru

Z výše uvedených informací vyplývá, že zaměstnání ve wellness centru má své specifické požadavky nejen na odborné vzdělání, ale i na osobní vlastnosti terapeuta.

Wellness centra dnes globálně hledají pracovníky, kteří mají správnou kombinaci osobních vlastností, technických dovedností a odpovídajícího vzdělání, tedy zaměstnance, kteří dokáží nabídnout a realizovat technicky dokonalou wellness službu, uspokojující často zcestovalého, informovaného a náročného klienta.

Z mnohých osobních předpokladů, které podmiňují úspěšnou kariéru v prostředí spa/wellness centra jsou nejdůležitější:

- sebedůvěra;
- odpovědnost;
- flexibilita, adaptabilita;
- respekt pro ostatní;
- vyspělost a zkušenost v oblasti mezilidských vztahů;
- asertivita a schopnost vycítit potřebu druhých;
- komunikační dovednosti.

Každá z jednotlivých profesí ve spa/wellness centru samozřejmě vyžaduje příslušné vzdělání, trénink a dokonalou praktickou i teoretickou znalost oboru, ve kterém pracuje .

Z hlediska všeobecného pohledu má zaměstnání ve spa/wellness centru své výhody i nevýhody.

2.9.1. Výhody:

- zaměření na wellness a zdravý životní styl má pozitivní vliv nejen na klienty, ale i na zaměstnance;

- pracovní prostředí a způsob práce nabízí možnost seberealizace pro ty, kteří najdou uspokojení v tom, že pomáhají druhým, rádi komunikují s lidmi, dokáží se zájmem realizovat technicky dokonalou službu a dobře míněnou radu;
- vzhledem ke stále se vyvíjejícím technikám a vývoji v oblasti wellness služeb většina center nabízí doškolování a trénink v nových technikách a procedurách;
- většina center nabízí svým zaměstnancům limitovanou možnost využití služeb zdarma či za zlevněnou cenu.

2.9.2. Nevýhody:

- Pracovní doba – většina center pracuje 10-12 hodin denně včetně sobot a nedělí. Od terapeutů je očekávána flexibilita a ochota pracovat v pozdních večerních hodinách a ve dnech pracovního klidu.
- Striktní požadavky na udržování čistoty a pořádku. Celý tým musí toto zaručit v každou denní i večerní dobu.
- Ochota vyhovět požadavkům klientů, i když ne vždy jsou oprávněné a odůvodněné.

2.9.3. Pracovní příležitosti ve spa/wellness centrech

Wellness a spa je nový obor osobních služeb pro zdraví a krásu. Forma, směr a koncepty se formulují posledních 20 let v Severní Americe a v posledním desetiletí v evropských a asijských zemích. S touto realitou souvisí vyvíjející se pracovní trh v této oblasti, jeho dozrávání a kvalifikační požadavky.

Počet zaměstnanců a typ pracovních míst se samozřejmě řídí velikostí centra, jeho zaměřením a různorodostí služeb, které jsou zde nabízeny. Kvalifikační požadavky se řídí typem zařízení, nabízenými službami a požadavky majitelů a manažerů. Kvalifikační požadavky v medical spa a lázeňských léčebných zařízeních jsou řízeny předpisy ministerstva zdravotnictví, požadavky v dalších typech spa/wellness center se liší podle nabízených služeb, doporučením regionálních a národních organizací a úřadů.

2.9.4. Základní přehled pracovních příležitostí ve spa/wellness centrech

MANAGEMENT

Manažer/Spa Direktor

Obvyklý popis práce:

- zodpovědnost za celkový provoz zařízení;
- vedení týmu, jeho motivace;
- trénink nových zaměstnanců;
- záruka dodržování předpisů, regulací a jednotlivých doporučených postupů;
- tvorba standardů a vytváření celkové strategie;
- tvorba nabídky služeb a programů, materiální a personální zajištění těchto služeb;

- zodpovědnost za finanční hospodaření - vytváří rozpočet (budget), forecasting, denně, týdně, měsíčně, kontroluje finanční hospodaření a plnění plánu, vypracovává příslušná hlášení;
- v hotelových zařízeních úzce spolupracuje s vedením hotelu, marketingovým oddělením a osobním oddělením.

Kvalifikační požadavky:

- Dle typu zařízení – bakalářské či magisterské vzdělání, optimálně se zaměřením na wellness a spa, vedení sportovních zařízení či hotelové provozy. Praktická zkušenost z oboru a dokonalá znalost běžných spa a wellness procedur je pro tuto pozici nezbytná a je obvykle vyžadována. Manažer obvykle musí prokázat schopnost vedení a způsob řešení možných konfliktů v pracovním týmu či ve styku se zákazníkem.

Asistent Manager (Spa Direktor)

Větší centra a především ta, která mají 7-mi denní a 10-12ti hodinový provoz, vyžadují širší tým managementu. Asistent pracuje dle pokynů a pod vedením manažera.

Obvyklý popis práce:

- koordinace zaměstnanců, rozpis směn;
- příprava podkladů pro strategický rozbor a finanční hlášení;
- úzká spolupráce s klienty, příprava podkladů pro marketing;
- kontrola a doplňování používaných přípravků a dalšího materiálu;
- inventarizace a prodej přípravků pro domácí ošetření (pokud není pro tuto činnost vyhrazen další pracovník);
- v případě nepřítomnosti manažera přebírá většinu jeho funkcí.

Kvalifikační požadavky:

- Stejně jako pro manažerskou pozici, menší zkušenost.

Manažeri jednotlivých oddělení spa/wellness centra:

Většina větších spa a wellness center je rozdělena na jednotlivá oddělení, která mají vlastní systém finančního hospodaření a hlášení, systém rozpisu služeb a tréninku a zacvičování nových zaměstnanců. Všechna tato oddělení mají svého manažera.

Obvyklá oddělení:

- masáže;
- vodní zařízení (bazény, sauna, pára);
- péče o tělo a obličej, estetika;
- fitness centrum a outdoorové sporty.

Všechna tato oddělení mají své manažery, jejichž náplní práce je:

- vedení a trénink pracovníků příslušného oddělení;
- dohled a zodpovědnost za každodenní provoz;
- příprava podkladů pro hlášení;
- spolupráce při přípravě nabídky a příslušných protokolů;
- kontrola dodržování příslušných provozních předpisů, předepsaných protokolů pro jednotlivé služby, hodnocení jednotlivých pracovníků, zaručení bezproblémového provozu a dle systému vedení centra.

Kvalifikace:

- Vzdělání, licence nebo certifikace a zkušenost v příslušném oboru (masér, eventuálně fyzioterapeut, kosmetička, fitness a sportovní specialista, saunový specialista, bazénový specialista aj.).

Velká spa a wellness centra často obsazují i další pracovní místa. Příkladem je Manažer členství (v klubových a residenčních spa, která vyžadují členství). Jejich pracovní náplní je především získávání a udržování členů, záruka jejich spokojenosti.

Pro tuto pozici je obvykle požadováno marketingové a obchodní vzdělání a dokonalá znalost prostředí a nabídky spa a wellness center.

TECHNICKÁ PRACOVNÍ MÍSTA

Masér

Různé země mají různou klasifikaci masérů a s ní související kvalifikační požadavky. Ve většině zemí je několik typů licencí, opravňujících k určitým typům masáží. V Severní Americe existují v zásadě dva typy licencí – RMT- Registered Massage Therapist, který je oprávněn poskytnout většinu základních typů masáží, včetně masáží k léčebným účelům. K získání licence je vyžadováno 1-2 leté studium, počet hodin vyžadovaný k udělení licence se v jednotlivých státech liší. Fyzioterapeuti většinou masáže neposkytují ani nejsou náplní jejich studia a tréninku. Maséři, kteří poskytují relaxační masáže, částečné masáže, jsou nazýváni “Body Workers”. Jejich studium je kratší a nejsou oprávněni poskytovat léčebné masáže. Specializace v jednotlivých typech nových masážních technik je řešena krátkodobými kurzy, navazujícími na základní masérské vzdělání. Nejčastější jsou kurzy pro získání certifikace v těchto typech masáží: masáže s kameny, aromatické masáže, asijské techniky jako je ajurvédská masáž, indická masáž hlavy, thajské masáže, shiatsu, kraniosakrální masáže, lymfodrenáže aj.. Počet hodin i kvalita těchto kurzů se liší a není centrálně řízena.

Obdobná je i situace ve většině evropských zemí. Všeobecný trend ve většině zemí je centrální řízení akreditačních řízení pro instituce, které tyto programy nabízejí a vydávají příslušné certifikáty. Dalším trendem je zvyšující se kvalita krátkodobých programů a současně se zvyšující požadovaný počet hodin studia a požadované praxe.

Kosmetičky

Náplň práce kosmetiček a služby, které nabízejí, se liší podle zaměření center. Požadovaný počet vyučovacích hodin není jednotný v rámci států Evropské unie.

Původní vzdělání a trénink kosmetiček i jejich licence vycházely z potřeb salonů krásy a byl zaměřen na kosmetické služby v oblasti obličeje a dekoltu.

V rámci dnešních širších služeb spa/wellness center jsou tyto služby rozšířeny o péči o celé tělo a označovány jako péče o obličej a tělo. Dnes se ve většině kosmetických škol vyučují i principy, metody a techniky péče o tělo, především pak principy peelingu a zábalu. Tam, kde nebyla výuka o tyto modalit rozšířena, je

kosmetická licence omezena pouze na péči v oblasti obličeje a dekoltu a kosmetičky doplňují své vzdělání dalšími kurzy.

Od kosmetiček, pracujících ve spa/wellness centru, se očekává dokonalé provedení těchto služeb:

- veškeré metody a techniky ošetření obličeje podle typu pleti se zaměřením na pravidelnou péči či speciální služby v rámci anti-aging programu, včetně používání některé přístrojové technologie (dermabreeze aj.);
- ošetření těla – celkové a částečné zábaly, peeling;
- vybrané masáže obličejové části a hlavy;
- depilace (v některých centrech se provádí odstraňování nežádoucích chloupků na různých částech těla);
- detailní znalost složení a účinků používaných přípravků;
- schopnost doporučit přípravky pro domácí programy a jejich prodej.

Výživový specialista

Celá řada wellness center dnes nabízí komplexní programy zdravého životního stylu včetně výživového poradenství. Výživoví specialisté mohou být stálými členy wellness týmu, ve většině případů v centrech pracují na základě smluv o dílo.

V centrech, která nabízejí ubytování a stravování, je nabízena zdravá strava, často nazývaná **“spa cousine”**. Přípravu tohoto typu nabídky zdravého stravování se v mnoha centrech zabývají specializovaní kuchaři, kteří nejen spolupracují s výživovými poradci, zaručují nejen kvalitu jídla, správné porce a vizuální dojem jídel. Mnozí pracují s bio potravinami, spolupracují s místními dodavateli surovin.

Kvalifikace

Mnohá wellness centra zaměstnávají, většinou formou smlouvy o dílo, různé specialisty z oblasti alternativní medicíny. Příkladem typu je laserový technik, color terapeut, craniosakrální terapeut, aromaterapeut, poradce zdravého životního stylu, psycholog a další.

Zvláštní kategorii tvoří Medical Spa a klasické léčebné lázně. Tato centra, kde musí být zaměstnán lékař, spadají pod Ministerstvo zdravotnictví a řídí se zákony a předpisy tohoto ministerstva. V lázních a v Medical spa obvykle pracuje lékař, který zodpovídá za práci dalších zaměstnanců. Mezi tyto patří především zdravotní sestry a fyzioterapeuti, ale i maséři a kosmetičky a další wellness specialisté.

S nárůstem počtu a popularity Medical spa, které nabízejí většinou neinvazivní služby nechirurgického charakteru jako je Botox, IPL (Intenzivní Pulsní Světlo), laserová ošetření, výplňové techniky, přístrojové ošetření celulitidy a další služby spadající do kategorie “anti-aging” – tedy zmírňování důsledků procesu stárnutí, vznikají nové subspecializace a nové certifikované doškolovací kurzy (laserový technik, kosmetička se zaměřením na estetickou medicínu, aj.).

V České republice upravuje požadavky na vzdělání Živnostenský zákon. Poslední úprava **Zákona č. 455/1991 Sb.**, o živnostenském podnikání (živnostenský

zákon) přesunula základní živnost, která se týká provozování wellness a dalších zařízení, mezi živnosti volné. Jedná se o živnost **„Provozování tělovýchovných a sportovních zařízení a organizování sportovní činnosti“**. Podnikatel, který chce nyní otevřít sportovní či wellness zařízení, má velmi lehkou cestu, pouze požádá o Živnostenský list, případně o jeho rozšíření a není po něm požadováno žádné vzdělání. Jedná se ale pouze o provozování živnosti samé, ne již o naplnění obsahu a nabídky sportovního/wellness zařízení.

Mezi volné živnosti nyní patří:

- Provozování cestovní agentury a průvodcovská činnost v oblasti cestovního ruchu.
- Provozování kulturních, kulturně-vzdělávacích a zábavních zařízení, pořádání kulturních produkcí, zábav, výstav, veletrhů, přehlídek, prodejních a obdobných akcí.

Kompletní seznam najdete v příloze č.4. Živnostenského zákona.

Činnosti, které bychom mohli označit za praktické, či služby poskytované přímo zákazníkovi, zůstaly mezi živnostmi vázanými (Příloha 2.), či mezi řemeslnými živnostmi (Příloha 1.).

Živnosti vázané, které mají vztah k poskytování sportovních služeb či služeb v oblasti wellness jsou:

„Poskytování tělovýchovných a sportovních služeb v oblasti ...“, kde je získání živnostenského oprávnění vázáno na dosažené vzdělání a to:

- vysokoškolské vzdělání ve studijním programu a studijním oboru zaměřeném na tělesnou kulturu, tělovýchovu a sport, nebo;
- vyšší odborné vzdělání v oboru vzdělání zaměřeném na tělesnou kulturu, tělovýchovu a sport, nebo;
- osvědčení o rekvalifikaci nebo jiný doklad o odborné kvalifikaci pro příslušnou pracovní činnost vydaný zařízením akreditovaným podle zvláštních právních předpisů, nebo zařízením akreditovaným Ministerstvem školství, mládeže a tělovýchovy, nebo ministerstvem, do jehož působnosti patří odvětví, v němž je živnost provozována.

Zde je třeba upozornit, že proti předchozí praxi bude živnostenské oprávnění vydáno pro oblast, pro kterou je daná osoba proškolená, tedy např. „instruktor fitness“, „instruktor aerobiku“ apod..

Další z vázaných živností jsou „Masérské, rekondiční a regenerační služby“, které jsou vázány na vzdělání:

- odborná způsobilost k výkonu povolání lékaře a specializovaná způsobilost v oboru specializace rehabilitační a fyzikální medicíny nebo tělovýchovného lékařství podle zvláštního právního předpisu*), nebo;

- odborná způsobilost k výkonu povolání fyzioterapeuta nebo maséra nebo nevidomého a slabozrakého maséra podle zvláštního právního předpisu, nebo;
- vysokoškolské vzdělání ve studijním programu a studijním oboru rehabilitačního nebo tělovýchovného zaměření, nebo;
- osvědčení o rekvalifikaci nebo jiný doklad o odborné kvalifikaci pro příslušnou pracovní činnost vydaný zařízením akreditovaným podle zvláštních právních předpisů, nebo zařízením akreditovaným Ministerstvem školství, mládeže a tělovýchovy, nebo ministerstvem, do jehož působnosti patří odvětví, v němž je živnost provozována.

Běžnou součástí wellness provozů jsou solária a živnost „Provozování solárií“ také patří do živností vázaných. Požadovaná vzdělání jsou:

- odborná způsobilost k výkonu povolání lékaře nebo zubního lékaře podle zvláštního právního předpisu*) a osvědčení o rekvalifikaci nebo jiný doklad o odborné kvalifikaci pro příslušnou pracovní činnost vydaný zařízením akreditovaným podle zvláštních právních předpisů, nebo zařízením akreditovaným Ministerstvem školství, mládeže a tělovýchovy, nebo ministerstvem, do jehož působnosti patří odvětví, v němž je živnost provozována, nebo
- odborná způsobilost k výkonu povolání všeobecné sestry, porodní asistentky, ergoterapeuta, radiologického asistenta, asistenta ochrany veřejného zdraví, zdravotnického záchranáře, biomedicínského technika, biotechnického asistenta, radiologického technika, fyzioterapeuta, radiologického fyzika, biomedicínského inženýra, odborného pracovníka v ochraně veřejného zdraví nebo zdravotnického asistenta podle zvláštního právního předpisu**) a osvědčení o rekvalifikaci nebo jiný doklad o odborné kvalifikaci pro příslušnou pracovní činnost vydaný zařízením akreditovaným podle zvláštních právních předpisů, nebo zařízením akreditovaným Ministerstvem školství, mládeže a tělovýchovy, nebo ministerstvem, do jehož působnosti patří odvětví, v němž je živnost provozována, nebo
- vysokoškolské vzdělání ve studijním programu a studijním oboru zaměřeném na tělesnou kulturu, tělovýchovu a sport a osvědčení o rekvalifikaci nebo jiný doklad o odborné kvalifikaci pro příslušnou pracovní činnost vydaný zařízením akreditovaným podle zvláštních právních předpisů, nebo zařízením akreditovaným Ministerstvem školství, mládeže a tělovýchovy, nebo ministerstvem, do jehož působnosti patří odvětví, v němž je živnost provozována, nebo
- osvědčení o rekvalifikaci pro nezdravotnické pracovníky nebo jiný doklad o odborné kvalifikaci pro příslušnou pracovní činnost vydaný zařízením akreditovaným podle zvláštních právních předpisů, nebo zařízením akreditovaným Ministerstvem školství, mládeže a tělovýchovy, nebo ministerstvem, do jehož působnosti patří odvětví, v němž je živnost provozována, a 1 rok praxe v oboru.

Mezi živnostmi vázané patří i „Průvodcovská činnost horská“ a „Vodní záchranářská služba“.

Mezi Živností řemeslné se vztahem k wellness a „tvrdšími“ požadavky na získání Živnostenského listu patří především Kosmetické služby a Pedikúra, manikúra

Součástí Živnostenského zákona se stal i **„Seznam živností, jejichž výkon je podnikatel povinen zajistit pouze fyzickými osobami splňujícími odbornou způsobilost, a odborné způsobilosti pro výkon těchto činností“** (Příloha 5., dříve samostatné Nařízení vlády).

Zde je třeba klást velký pozor při náboru nových pracovníků, protože do této kategorie spadají následující činnosti:

- poskytování tělovýchovných a sportovních služeb v oblasti aj..;
- masérské, rekondiční a regenerační služby;
- kosmetické služby;
- pedikúra, manikúra;
- provozování solaria;
- průvodcovská činnost horská;
- vodní záchranářská služba.

Z tohoto seznamu vyplývá, že všechny osoby poskytující služby v oblasti sportu a wellness musí být proškoleny a provozy již nelze „pokrýt“ jednou osobou se vzděláním s tím, že ručí za činnost dalších osob, které již vzdělání nemají.

Stále určitou novinkou v oblasti podnikání a vzdělání je **„Národní soustava povolání“ a „Národní soustava kvalifikací“**, která nyní umožňuje podle zákona **č.179/2006** uznání znalostí a dovedností na základě zkoušky z dílčí kvalifikace.

Kvalifikací je možné získat celostátně platné osvědčení i pro znalosti a dovednosti, na které dosud nemáte žádný „papír“ (výuční list, maturitní vysvědčení) - stačí uspět při zkoušce z některé tzv. dílčí kvalifikace.

Podrobné informace najdete na www.narodni-kvalifikace.cz a www.nsp.cz, z těchto stránek bylo také čerpáno.

ADMINISTRATIVNÍ A POMOCNÉ POZICE

Většina spa/wellness center nabízí celou řadu dalších pracovních míst v závislosti na velikosti zařízení a jeho organizační struktuře.

Recepční

Žádné spa/wellness centrum se neobejde bez dobré recepční a správně vedené recepce. Je známým faktem, že recepce je výkladní skříň každého podniku. V prostředí wellness centra je toto velmi důležité. Úkolem recepce je nejen objednávání klientů, jejich uvítání, ale především propagace, prodej a doprodej wellness služeb. Recepční, eventuálně její asistent, musí dokonale znát provoz centra, nabízené procedury, používané přípravky, ale především musí profesionálně

komunikovat s klienty a dalšími hosty. Mezi povinnosti recepční patří správný způsob komunikace a fungovaná odpověď na každou otázku příchozího hosta. V některých centrech recepční zodpovídá za platby za služby.

Dokonalý vstupní trénink pracovníků recepce je povinností manažera centra a vyžaduje dostatek času a písemně zpracované podklady.

Většina profesionálně vedených center má detailní standardní protokoly a systém na školení pracovníků recepce a detailní popis jejich pracovních povinností.

V menších centrech recepční dokončuje prodej přípravků pro domácí použití.

Kvalifikace

Není přesně specifikována, ale recepční musí dokonale ovládat počítač, eventuálně software pro spa management a počítačový systém pro objednávání klientů. Výhodou je znalost prostředí spa a wellness center.

Vzhledem k náročnosti na komunikační dovednosti musí v recepci pracovat člověk, který je ochotný, má zájem o práci s klientem a spoluprací s celým týmem terapeutů a manažerů, dokáže pracovat pod tlakem a zvládne řešit několik problémů najednou (multi - tasking).

Spa/wellness Concierge

Ve větších centrech jsou pracovníci, jejichž úkolem je informovat klienty, realizovat eventuální prohlídky při první návštěvě centra, doprovod klientů na místo, kde je služba realizována, drobný úklid. Concierge může asistovat v recepci či při prodeji přípravků pro domácí použití či dárkových poukázek.

Kvalifikace

Není přesně specifikována, požadavek na všeobecné schopnosti jsou obdobné jako pro pracovníky v recepci.

Úklidový pracovník

Absolutní čistota a pořádek je pro každé spa/wellness centrum zcela podstatná. Za úklid a pořádek na jednotlivých pracovištích většinou ručí jednotliví terapeuti. V jejich pracovních protokolech pro jednotlivé procedury musí být ponechán dostatečný čas na dokonalý úklid příslušného pracoviště. Ve většině center, především tam, kde jsou nabízeny vodní procedury, musí být přítomen pracovník uklízací čety, který odstraňuje zbytky vody, sbírá mokré prádlo a ručníky a dbá na čistotu společných prostor. V hotelových centrech bývají tyto pracovníci součástí hotelového personálu.

2.10. Trendy ve wellness a jejich analýza

Wellness, tak jak ji dnes pojmáme, byla odedávna součástí kultury péče o tělo a zdravého ducha. Během mnoha století prošla nezbytným vývojem, který ji posouval dopředu i zpět, ale zájem nikdy nezankl. Wellness je jedním ze základních prvků úspěšné lidské existence - schopnosti se vyvíjet a pracovat.

Dnešní formát spa/wellness center a nové terminologie postupně vzniká v posledních dvaceti letech a samozřejmě podléhá celé řadě venkovních i vnitřních vlivů, z nichž nejdůležitější je ekonomika a různé trendy.

Úkolem této kapitoly je trendy roztrždit a analyzovat. V současné době komunikační revoluce, která přináší množství nových informací, je profesionální pohled na nové trendy základem mnohých koncepčních i obchodních rozhodnutí, správného managementu a plánování budoucnosti.

2.10.1. Rozdělení trendů:

- klíčové trendy trhu;
- společenské trendy;
- trendy trhu;
- technologické trendy;
- trendy služeb;
- všeobecné trendy wellness industry;
- další trendy (ochrany životního prostředí).

Trendy často silně ovlivňují krátkodobé plánování a rozhodování, ale je třeba jejich význam odhadnout především z hlediska dlouhodobého. Trendy mohou být místní, globální, mikro, makro či módní. Tržní trendy bývají méně významné než trendy, které ovlivňují kulturu a sociální chování klientů, ale vždy představují menší či větší změny.

Většina trendů probíhá ve 4 fázích:

- zveřejnění trendu - zpráva o tom, že něco nového vzniká;
- růst – šíření trendu - novinky, mediální pozornost, zvýšený zájem;
- zralost – analýza nového trendu, jeho hodnocení, eventuelně vznik kopií či napodobenin;
- sestup - ztráta “novosti”, možné postupné odumírání či naopak ustálení na trhu bez příchutě “trendu.”

Pro využití momentálních trendů pro byznys je důležité rozpoznání fáze, ve které se trend nachází. Správné načasování použití informace o novém trendu umožní krátkodobé či dlouhodobé využití.

Sledování současných trendů je pro vedení centra podstatné, protože dnešní klient - zákazník je vystaven informacím a mediálnímu tlaku na každém kroku a mnohdy přichází do spa /wellness centra s celou řadou otázek o nových procedurách, nových přístrojích a dalších trendech. Znalost veškerých novinek je tedy důležitá pro vytváření důvěry klienta, který očekává informovaného terapeuta. Informace o nových trendech musí být součástí doškolovacího programu či pravidelných pracovních porad.

2.11. Klíčové trendy trhu

Jako každý jiný byznys, jsou spa/wellness centra ovlivňována vnějšími faktory. Existence a fungování těchto zařízení je ovlivňováno několika základními faktory.

2.11.1. Kvalifikovaní zaměstnanci

Veškeré informace a statistiky v posledních letech uvádějí, že nedostatek kvalifikovaných pracovníků trvá. Toto platí pro technické pracovníky i pro manažerské pozice. Jak bylo zmíněno v minulé kapitole, wellness služby patří do kategorie osobních služeb a trénink technického personálu historicky nezahrnoval veškeré techniky a další osobní dovednosti, které jsou nutné pro pracovníka ve wellness centru. Cross-trénink a doškolení nových pracovníků je ve většině případů nezbytné, částka na tyto činnosti musí být pravidelnou součástí rozpočtu. V posledních letech vysoké i střední školy technického i manažerského zaměření otevírají nové obory, které lépe plní kvalifikační a dovednostní požadavky center a kvalita nových zaměstnanců spa/wellness center se rychle zvyšuje.

Toto především platí pro manažerské pozice, na které byly tradičně přijímáni absolventi manažerských škol a kurzů bez specifického zaměření na problematiku wellness. V některých případech byli na manažerské pozice přemístěni zaměstnanci s technickým vzděláním (maséři, kosmetičky). Toto se ukázalo ve většině případů jako problém a dnes je globálně registrováno 24 vysokých škol a univerzit, které specializované wellness manažery školí (zdroj GSS – Global Spa Summit, 2011).

Část těchto problémů lze přičíst tomu, že se jedná o rychle se vyvíjející obor a vzdělávací systém nestačí držet krok s tempem vývoje spa/wellness center.

2.11.2. Standardy

Ve většině zemí včetně České republiky neexistují pro spa/wellness centra jednoznačné a komplexní standardy, ale existují základní provozní a hygienické předpisy včetně provozních řádů, zajišťujících základní bezpečnost klientů i zaměstnanců. Tyto jsou standardní pro celou řadu dalších oborů, poskytujících osobní služby. Pro celou řadu technických zaměstnanců a terapeutů neexistují jednoznačné kvalifikační požadavky. Situace se liší v různých zemích. V Severní Americe situace přetrvává, spa /wellness centra se řídí regionálními požadavky a předpisy a doporučením profesionálních asociací – ISPA (International Spas Association), LSC (Leading Spas of Canada). Tyto organizace provádějí u svých členů audity a v případě splnění daných kritérií vydávají certifikát. Příslušný dokument však nemá právní charakter, majitele spa/ wellness center nezavazuje k plnění příslušných doporučení. Slouží spíše k orientaci klientů - zakazníků.

V evropských zemích včetně České republiky je situace obdobná. Některé evropské země, na příklad Německo, Dánsko, Švédsko, zavádějí rozdílné systémy klasifikace různých wellness zařízení. V České republice se také tvoří skupina wellness specialistů, kteří hledají praktický, průhledný a vypovídající klasifikační systém a standardy.

Nejllepší situace je v zařízeních, která jsou vlastněna a provozována velkými hotelovými řetězci. Většina globálních řetězců (Marriott, For Season, Mandarina a další) má dnes centrálně řízená spa/wellness zařízení, která poskytují standardní kvalitu služeb. Centrální řízení ve většině případů nevyklučuje regionální specializaci ani další využívání domácího prostředí. Reguluje základní složení nabídky, finanční hospodaření, způsob hlášení, některé kvalifikační požadavky, pravidla zákaznické služby a podobně.

Situace samozřejmě vyplývá z různorodých konceptů wellness, odlišné nabídky a rozdílného vybavení center. K celé situaci přispívá i fakt, že relativně mladá wellness industry se vyvíjí a formuje.

Z hlediska vedení center a porovnávání účinku jednotlivých služeb, jejich kvality, ceny a dalších měřitelných parametrů, jsou nutné tyto standardy:

- vzdělání, trénink a licencování;
- protokoly pro vybrané služby, zaručující bezpečnost a standardní kvalitu;
- základní vybavení a jeho kvalita.

Global spa/wellness industry směřuje k systému, který by tato základní kritéria plnil.

Celá řada profesionálních asociací studuje vybrané parametry, wellness trh a trh pracovních sil. Vzhledem k tomu, že jeden ze současných globálních trendů je vypracování mezinárodního trhu zdravotních a wellness služeb, lepší systém klasifikace a hodnocení jednotlivých spa/wellness center na sebe nenechá dlouho čekat.

2.11.3. Společenské trendy

V současnosti, ale především v nejbližší budoucnosti musí spa/wellness centra počítat se zvyšující se informovaností a náročností klientů. Díky globálnímu rozšíření wellness center a cestování, mediálním kampaním a sociálním sítím (FaceBook a další) se setkáváme s klienty, kteří znají standardní nabídku služeb, dokáží posoudit provedenou kvalitu, používané přípravky, cenu a zákaznické zacházení a celkové prostředí. Dnešní klient posuzuje, srovnává, oceňuje i kritizuje.

Spa/wellness centra vždy byly a budou záviset na osobním kontaktu, doteku a uklidňující atmosféře. Sebelepší vybavení a nejnovější přístroje tento fakt dlouhodobě nenahradí. Technologie doplní, ale nenahradí lidskou službu. V rámci nových komunikačních technologií někteří mladší klienti budou stále více využívat internet, mobilní telefony a další automatizované služby ke sjednání termínu návštěvy centra, eventuelních změn těchto termínů.

2.11.4. Všeobecné populační trendy

Demografické parametry společnosti se stále mění. Věk, typy profesí klientů, finanční situace a distribuce příjmu ("disposable income = část příjmu, která zbude po pokrytí základních potřeb a o kterou soutěží celá řada businessu – cestování, kultura, salony a wellness centra aj.). Sledování těchto sociálních parametrů přináší informace, které se přímo dotýkají obchodní aktivity spa/wellness center i jejich nabídky.

Jednou z velmi diskutovaných informací je zrychlující se trend zvyšování průměrného věku ve všech vyspělých zemích, prodlužování aktivního věku (pozdější odchod do důchodu). Toto přímo a výrazně ovlivňuje věkové složení klientů a jejich požadavky.

Aktivní senioři se dnes liší od nedávných lázeňských pacientů. Dnešní klienti vyžadují služby, které vizuálně zlepší a zpomalí dopad procesu stárnutí (anti-aging), zlepší vzhled a celkový pocit a současně zmírní bolest spojenou s některými

chronickými obtížemi jako je osteoartritida a podobně. Aktivní senioři vyhledávají programy a služby, které nabízejí nejen relaxaci, ale především regeneraci a omlazení (rejuvenaci).

Z hlediska kategorizace wellness klientů podle věku jsou uváděny tyto kategorie

- Klienti narození do roku 1945 - starší "šedivá generace."
- Tak zvaní "baby boomers", početná generace dnešních 60 -70 narozená v letech 1946.
- 1964 představuje nejpočetnější aktivní skupinu a finančně nejzajištěnější generaci. V celé řadě center právě tato skupina představuje nejpočetnější a nejvěrnější skupinu klientů.
- Generace X je skupina narozená v letech 1964 – 1982. Většina příslušníků této generace má rodinu, jsou v plném pracovním procesu a na vrcholu své kariéry. Spa/wellness centra pravidelně navštěvují, ale vyhledávají kratší pobyty a účinné procedury, včetně anti-aging.
- Generace Y, narozená v letech 1980 – 1990, má většinou mladé rodiny, málo času, musí tvrdě pracovat na budování kariéry. Získání příslušníků této generace alespoň k občasné návštěvě a jejich spokojenost je pokládáno za zdravý základ příštích klientů.

Většinou vyhledávají relaxační pobyty a dobrou zábavu, vyžadují však dokonalou službu a v posuzování výsledku jsou nekompromisní a kritičtí.

V rámci uspokojení všech věkových skupin dnes vznikají centra, která se specializují na omladinu do 20 let. Tato centra nabízejí nejen masáže, ale i kosmetické služby, manikury, pedikury, fitness aktivity, hry a skupinové programy.

2.11.5. Trhy trendu

Nikdo přesně nemůže určit, kterým směrem se bude wellness ubírat. Současný odklon od zařízení, která nabízela zážitky a "pampering" = mazlení a pozitivní vývoj v oblasti wellness, tedy služeb, které pozitivně ovlivňují zdraví, napomáhají prevenci nemocí a celkový pocit sebevědomí se upevňuje. Veškeré ukazatele naznačují, že se jedná o trend, který přetrvá další módní vlivy, které určitě přijdou. Jenom budoucnost však ukáže, jestli jsou předpovědi trhu správné.

V současné době vznikají nové formy spa/wellness center

- **Mini spa/wellness centra** - menší centra, která se specializují na malé skupiny v přesyceném a vysoce konkurenčním tržním prostředí. Vyhledávají určité skupiny klientů, kteří požadují služby "na míru" či vybrané a ne zcela obvyklé služby.
- **Spa/wellness retězce** – většinou se jedná o zařízení, která nabízejí kratší masáže, často masáže v sedě, jednoduché kosmetické služby a podobně. Často se nachází v nákupních střediscích, poblíž obchodních, administrativních center a sportovních zařízení. Počet těchto řetězců každoročně stoupá. Standardní nabídka je součástí francizové smlouvy; podmínky těchto smluv se značně liší.

- **Mobilní spa** – ve většině případů se jedná o společnosti, které zaměstnávají maséry a kosmetičky dojíždějící do místa bydliště klientů a aplikují jednoduché masáže či peelingy a zábaly. Některé firmy mají smlouvy s hotely a nabízejí obdobné služby v hotelových pokojích.
- **“Corporate wellness”** wellness programy na pracovišti jako součást pobídkového fondu a odměn. Celá řada studií prokázala, že zdravý způsob života včetně pravidelných návštěv wellness center snižuje nemocnost a tento formát wellness nabídky nabývá na popularitě.

2.11.6. Technologické trendy

Nové technologie zasahují do všech oborů a celá řada spa/wellness center je využívá nejen ke komunikaci s klienty, získávání, ukládání a zpracovávání informací, využitelných pro marketing a prodej, ale i k řízení centra.

- Celá řada těchto center dnes využívá **Revenue (Yield) Management software**, historicky využívané hotely a aeroliniemi. Tato technologie umožňuje maximální využívání existujících zdrojů, regulaci ceny služeb podle poptávky a jejich profitability. Revenue management ve spa je relativně složitý proces, protože musí brát v úvahu i dostupnost příslušných terapeutů a další pro wellness specifické faktory.
- Počítače v místnostech, kde jsou poskytovány služby je praktická věc, která umožňuje rychlé zpracování historie klienta, jeho přání i stížnosti i dokonalé účetnictví. Počítače lze využít i pro získání a předání informace, kterou může klient potřebovat nebo vyžadovat. Někteří klienti však technologii v těchto prostorech odmítají, protože narušuje klid a ničím nerušenou pohodu. Tam, kde chtějí vytvořit optimální wellness prostředí, ukládají většinou malé počítače do zásuvek a používají je pouze v nepřítomnosti klienta.
- Hudba je důležitou součástí některých procedur. Dokonalé ozvučení jednotlivých místností, ovládané příslušným počítačovým programem s možností vybrat hudbu dle příslušné procedury či přání klienta, se stávají běžnou součástí spa/wellness center.
- Přístrojové vybavení je podstatnou součástí celé řady nových nabídek spa/wellness center.
- Největší množství nových přístrojů se objevuje v oblasti anti-aging nabídky. Neustále se měnící nové typy různých laserových přístrojů, přístrojů využívajících ultrazvuk, infračervené světlo, elektrický proud, IPL- pulsní světlo a mnoho dalších. Celá řada center využívá technologii mikrodermabreze, bělení zubů a další. Některé z technologií mohou používat pouze lékaři, celá řada nových přístrojů je určena do rukou zaškolených terapeutů. Současný trend ve výrobě těchto přístrojů směřuje k tomu, aby mohly být bezpečně používány terapeuti bez vysokoškolského vzdělání. Méně výkonné typy některých přístrojů jsou určeny i pro domácí použití.
- Nová technologie, vybavená počítačovými programy, je využívána i v hydroterapii.
- Moderní wellness vany představují kombinaci vodních a vzduchových masáží, kolortapie, vibrační terapie, hudby s možností nastavení různých programů dle potřeby či přání klienta. Sprchy, Vichy sprchy, sauny, parní i solné lázně

jsou vybaveny nejnovějším a stále dokonalejším ovládním, nabízejícím různé programy.

- Internet a sociální sítě - FaceBook, Twitter, You Tube a další jsou dnes nutnou a zcela běžnou součástí marketingu a managementu malých i velkých spa/wellness center.

V oblasti vývoje a prodeje nových technologií pro použití ve wellness centrech a především medical spa došlo v posledních letech k obrovskému rozvoji. Nové a rozšiřující se trhy přiměly celou řadu výrobců k rychlému vývoji nových přístrojů.

Ceny tohoto vybavení jsou velmi často vysoké a firmy většinou nabízejí různé formy financování. Nejčastější je leasing, eventuálně splátkový prodej. Při rozhodování o koupi nové technologie je rozhodující ROI (Return On Investment), tedy návratnost příslušné investice.

2.11.7. Trendy v oblasti wellness služeb (Treatment Trends)

Nabízené služby a programy jsou základem každého spa/wellness centra. Tyto nejvíce podléhají novým trendům.

Trendy rozdělujeme na:

- mini trendy;
- základní trendy.

Mini – trendy

Do této kategorie patří nové metody, nové techniky masáží, originální masážní pomůcky, nové formy zábalu, nejmodernější technologie a přístroje, nové metody ošetření obličeje a podobně.

Příkladem mohou být asijské filosofie **“well-being”** - a s tím související metody a techniky, využívající čakry a energetické dráhy lidského těla. K těmto patří: Ajurvéda, Thajské masáže, Hawajské masáže, techniky vybrané z TCM (Tradiční Čínská Medicína), japonské Shiatsu. Většina těchto starých technik a metod tak, jak je používána ve spa/wellness centrech, představuje pouze zlomek toho, co bylo a dodnes je používáno v zemích původu. V Severní Americe a Evropě se ve většině případů používají nabídky, založené na asijských filosofiích spojení klasických západních masážních technik s vybranými východními metodami.

Mini - trendům podléhá i obliba některých přípravků pro ošetření obličeje a těla či vybraných součástí těchto přípravků, obliba některých přístrojů či pomůcek. Příkladem mohou být bylinné masážní paličky, bambusové hůlky a podobně. Kosmetický průmysl přichází pravidelně s novou technologií výroby přípravků a celou řadou nových ingrediencí, bio kosmetikou.

Základní současné trendy v oblasti wellness služeb lze rozdělit do 3 kategorií:

- osobní služba a úprava dle přání klienta – “customization”;
- originalita služby i celkového zážitku – “autenticity”;
- využívání přírodních zdrojů a místních specialit.

Osobní služba a úprava služby dle přání klienta

Současný klient vyžaduje nejen kvalitní a účinnou službu, ale požaduje i respektování osobních preferencí. Toto se týká osvětlení místnosti, teploty, hudby, masážního oleje či aromatického oleje. Klienti chtějí službu “na míru “. S touto skutečností souvisí i nabídka specializovaných služeb pro muže. Pracovní protokoly pro jednotlivé služby, závazné pro všechny terapeuty obsahují doporučení a časové bloky na práci s klientem tak, aby bylo dost prostoru přání klienta začlenit do celého procesu služby. Některá spa/wellness centra vypracovala celý systém péče o klienta právě na tomto principu. Příkladem mohou být spa hotelového řetězce Mandarin, kde většina procedur využívá kompletní sadu aromatických olejů a klient si určuje, který má být použit v závislosti na momentální náladě či potřebě.

Úprava masáží dle potřeb a přání klientů není žádnou novinkou, ale způsob, jakým terapeut komunikuje, by měl navodit pocit výjimečnosti a vysoce osobní služby.

Originalita služby

Masáže i další wellness služby jsou dnes nabízeny téměř na každém rohu. Spa/wellness centrum, které nabízí službu v dokonalém prostředí a ve vyšší cenové kategorii, musí služby upravit tak, aby klient na každém kroku a při každém pohybu cítil jedinečnost služby i prostředí. Celou atmosféru může změnit maličkost, barva prádla, vůně, květina či uspořádání masážního lůžka. Vše záleží na konceptu, vypracování příslušných pokynů a protokolů, jejich dodržování a kontrola.

Nesprávným pokusem o originalitu jsou přehnané marketingové kampaně, které slibují to, co nelze splnit. Dnešní informovaný a zkušený klient na to neslyší, spíše ho to odradí.

Využívání přírodních zdrojů a místních specialit

Tento trend platí především pro **“destination a resort”** spa a wellness centra, kam klienti za službami a programy přijíždějí. Většina z nich hledá místní speciality, odlišující místo od domácího prostředí. Vyhledávají zábaly, používající místní řasy (pokud je centrum v blízkosti moře), chtějí vyzkoušet místní bahno a samozřejmě i minerální vodu či rašelinu. V tropických oblastech rádi absolvují peeling s čerstvým ananasem a na horách si se zájmem zakoupí zábal s použitím místních bylin. Lokálně motivované programy lze doplnit i typickou hudbou či jinými kulturními složkami.

2.11.8. Všeobecné trendy spa/wellness „průmyslu“

Původně jednoduché obchodní struktury spa/wellness center - korporace vlastněné jedním či skupinou vlastníků, se v posledních letech rapidně mění.

Základní změny ve struktuře podniku jsou:

- vstup velkých investorů;
- francizy (“franchising”) menších spa a wellness center;
- budování firemních značek (“Branding”) – především v hotelových řetězcích;
- partnerské smlouvy mezi různými firmami a spa/wellness centry a z toho vyplývající “crossmarketing.”

Celá řada velkých firem začíná nabízet své zboží v rámci wellness životního stylu a uzavírá obchodní smlouvy s příslušnými wellness centry. Z nejvíce známých firemních značek je to Coca Cola, Dasani Water, American Express, Splenda.

Celá řada lékařských zařízení, především z oboru plastické chirurgie, uzavírá smlouvy s wellness centry, která poskytují předoperační a pooperační ošetření. Do světa spa a wellness vstupují i developéři kondominií a uzavřených bytových objektů, kde budují residenční spa/wellness centra. Běžné jsou i partnerské smlouvy mezi kosmetickými firmami a spa/wellness centry. Všechny tyto zmíněné a další obchodní aktivity zvyšují prestiž spa/wellness center a naznačují, že spa/wellness centra jsou a zůstanou pevnou součástí zdravého životního stylu.

2.11.9. Další trendy

Z nejnovějších trendů, který získává popularitu především v řadách mladších klientů, to jsou “zelená spa/wellness centra”. Jejich popularita souvisí se současnou snahou o zlepšení a zachování zdravého životního prostředí.

Vychází ze známého principu zeleného “hnutí: 3x P (Peple –Planet – Profit = lidé – planeta – zisk). Stejně jako v jiných firmách se ve spa/wellness centrech šetří energií a vodou, papírem a podobně. Z provozu jsou pokud možno vyloučeny plastické hmoty a nádoby na jedno použití, instaluje se technologie, která šetří vodu během vodních procedur, např. Vichy sprchy. Spa nakupují místní suroviny a prostředky (pokud to je možné), používají přednostně přírodní produkty či bioprodukty.

3. WELLNESS PRÁCE S KLIEMTEM

Wellness životní styl nabízí širokou škálu metod, technik a postupů a odvětví podporujících/harmonizujících oblastí těla, mysli, duše i ducha. Patří mezi ně pohyb, výživa, relaxace, regenerace, hygiena, vzdělávání, zábava, filozofie, víra, kultura, sociologie, ekologie, příroda apod..

Při práci s klientem, v období začátku spolupráce, prvotních změn a úprav životního stylu, je důležité se orientovat zejména na níže uvedené základní stavební kameny. Až s přicházejícím pokrokem klienta, je vhodné přidávat další kroky a náležitosti wellness.

K úspěšné, žádoucí a trvalé změně klientova životního stylu vede dlouhodobá pozvolná cesta. Veškeré kroky by měly být voleny citlivě, s ohledem na aktuální stav, reakce a situaci klienta.

3.1. Základní stavební kameny úspěšné změny životního stylu:

1. Fitness
 - Výživa - úprava stravování, pochopení významu jako zdroje blahodárných látek a energie.
 - Trénink fyzické kondice (vhodný pohybový program – posilování svalů, aerobní trénink).
 - Relaxace a regenerace (vhodný relaxační a regenerační režim).
2. Podpůrné a alternativní metody (zahrnující oblast těla, mysli, duše i ducha).
3. Edukace/vzdělávání (vztah k přírodě, ekologie, duševní i tělesná hygiena).

3.2. Benefity/přínosy změny životního stylu:

Přínos změny/úpravy životního stylu je potřeba klientovi srozumitelně a včas prezentovat.

- řízená komplexní péče o tělo, mysl, duši a ducha;
- zajištění permanentního přehledu o zdravotním stavu;
- výborná psychická i fyzická kondice;
- ozdravení organismu;
- zvýšení imunity;
- snížení nemocnosti;
- podpora lymfatického systému;
- zrychlení metabolismu;
- detoxikace – očista organismu od škodlivin z ovzduší, chemických látek z potravin, volných radikálů i metabolitů;
- snížení alergií;
- snížení zažívacích potíží;
- podpora srdce a kardiovaskulárního systému;
- snížení cholesterolu;
- snížení rizika civilizačních chorob;
- odstranění / zmírnění bolestí zad, kolen, kyčlí;
- snížení / odstranění PMS;
- optimalizace tělesné hmotnosti – přirozená redukce váhy;
- vypracování, zpevnění svalstva;

- zvýšení pracovního i sportovního výkonu;
- kvalitní vlasy, kůže, nehty;
- snížení příznaků celulitidy;
- prodloužení aktivního věku;
- oddálení příznaků stárnutí organismu;
- výborná koncentrace a soustředění;
- zvýšená motivace a inspirace;
- zvýšená odolnost vůči stresu;
- snížení stupně stresu, zklidnění;
- snížení únavy, zvýšení aktivity;
- více volného času pro sebe i rodinu;
- zvýšení vnímavosti - senzibility
- nastolení harmonie, klidu, pocitu štěstí a rodinné pohody;
- pozitivní ovlivnění a motivování svého okolí – partnera, členů rodiny, kolegů, zvířat;
- rozšíření vzdělání;
- širší okruh zájmů a koníčků;
- socializace – okruh nových přátel se stejným životním stylem.

3.3. Úkoly/cíle wellness odborníka při práci s klientem

Základní pravidla řízení práce

- Každý (odborník i klient) má právo svobodné volby.
- Každý odborník poskytující služby v oblasti wellness či pracovník takového centra, recepční, poradce, terapeut, trenér, ... pracuje v souladu s filozofií wellness již od prvního setkání se svými klienty.
- Příjemné vystupování, dodržování společenských pravidel, upravený vzhled.
- Filozofie wellness je klientům zřejmá od vstupu do wellness centra, při pohledu na personál, vybavení, ladění interiéru, energetické naladění, prostor, vše souvisí se vším a vše se vzájemně ovlivňuje a doplňuje.
- Každý člen týmu wellness centra má přehled o aktuálně nabízených službách i možnostech, metodách, postupech, které poskytujete pro oblast těla, mysli ducha.
- Je stanoven přesně a jasně určený systém práce s klientem - péče od vstupu až po výstup = souhra celého týmu, veškerých postupů, aktivit a procedur .
- Nechtějme vše změnit jedním výživovým a pohybovým plánem, ale stanovte si cíl, ke kterému budete postupovat přes jeho dílčí cíle a plány.
- Celkový plán, postupy a procedury, jejich časování apod. je sestavován na základě vstupního pohovoru s klientem a zhodnocení získaných informací.
- Klientovi je založena a řádně vedena klientská karta po celou dobu spolupráce.
- S klientem maximálně komunikujeme.
- Přesně a účelně vysvětlujeme celkové postupy, důvod zařazení aktivit, procedur, jejich přínos a také jejich průběh, co klienta čeká, kdo ho aktivitou povede atd.
- Kontakt udržujeme i v průběhu času po kterou klient pokračuje samostatně na základě zadaných úkolů, ověřujeme si jeho spokojenost a pokroky.
- Klient má zájem dlouhodobě spolupracovat, cítí-li pocit příjemné atmosféry, důvěry, bezpečí a systematické práce a zejména profesionálního individuálního přístupu.

- Odborník musí mít na paměti, že se jedná o dlouhodobou systematickou práci, v rámci které se klient učí nové správné stravovací i pohybové návyky, nový způsob života, učí se naslouchat svému tělu, mysli i duši a pracovat s nimi.
- Wellness odborník je pro klienta „průvodcem“ a „učitelem“ na cestě k cíli. Učí ho metody, možnosti, postupy, překonat překážky, pomáhá mu zorientovat se ...ale volba směru a konkrétní cesty k cíli je vždy na klientovi samotném a tu musí dobrý učitel respektovat.
- Řízená práce wellness odborníka s klientem

3.3.1. Postup práce s klientem

Poznámka: Níže uvedený postup má informativní a inspirativní účel. Každé wellness centrum i každý wellness odborník využívá jiné metody, procedury, apod. Z toho důvodu je potřebné sestavit si vlastní manuál na základě skutečné nabídky a poptávky.

- **Vstupní konzultace** – slouží pro zjištění vstupních informací, výchozího stavu a předpokladů, očekávání, cílů atd. Zaznamenává se do vstupního dotazníku, který v zásadě vyplňuje odborník v průběhu konzultace.
 - Důvod spolupráce a hlavní a vedlejší cíl.
 - osobní údaje o klientovi (věk, tělesná váha, výška. Zaměstnání, rodina).
 - Režim dne (pracovní a den volna).
 - Výživa (skladba, porce, časy, oblíbené/neoblíbené potraviny, nesnášenlivé potraviny, volba úpravy potravin, dřívější diety a omezení, pitný režim, doplňky výživy).
 - Pohybový režim (současnost/minulost, druh pohybu, intenzita, oblíbený sport).
 - Regenerace, relaxace (metody, četnost, spánek).
 - Zdravotní stav (současnost/minulost, nemoci, operace, úrazy, zdravotní omezení, alergie, krevní tlak, bolesti kloubů, zad, celulitida, léky).
 - Psychický stav, míra stresu, únavy.
 - Volný čas (kultura, aktivity, vzdělávání).
 - Finanční a časové možnosti spolupráce.
 - Ostatní doplňující informace, např. hledáme symptomy, ukazující na oslabené orgány klienta apod., (gesta, vizáž, řeč, chutě, sny, oblíbená barva, krevní skupina, astrologické znamení, současné roční období, klimatické podmínky).
 - astrologické znamení
 - současné roční období
 - klimatické podmínky
- **Vstupní vyšetření/měření**
 - lékařská prohlídka (popřípadě měření krevního tlaku)
 - měření TH, procenta tuku, vody a svalstva v těle, obvody partií, ...
 - test kondice

- diagnostika pohybového aparátu (dysbalance, oslabené, zkrácené svalstvo)

➤ **Zhodnocení získaných informací a NAVRŽENÍ ŘEŠENÍ**, postupu k dosažení stanoveného cíle a ujasnění systému spolupráce s klientem:

1. systematické dlouhodobé vedení klienta po celou dobu spolupráce;
2. samostatná práce klienta v rámci dílčího časového úseku + občasná kontrola – konzultace, korekce metod a postupů.

Vypracování plánu

„Cestu“ k hlavnímu cíli je vhodné rozdělit na několik časových (např. měsíčních) úseků s dílčími podcíli (podobně jako tréninkový plán). Tímto způsobem postupujte pomalu, systematicky.

Plán by měl být jednoduchý. Důležité je, aby se klient vždy vše naučil a zautomatizoval, teprve pak je možné postoupit k dalšímu kroku. Nic nelze uspěchat. Lépe pomalu, ale jistě.

Po sestavení návrhu plánu je nutné klienta s jeho obsahem a postupy seznámit. Klient musí znát navržené řešení, přesné postupy, jak často bude a kam docházet, kdo bude jeho trenér, konzultant výživy, masér, atd.. Kolik zaplatí peněz, co cena zahrnuje, možnosti splátkového kalendáře, apod.. Klient musí dostat dostatečný prostor a čas vše promyslet, případně prokonzultovat s partnerem/rodinou.

V průběhu spolupráce:

- vedeme kartu klienta – zaznamenáváme výchozí stav, pokroky, ale i reakce;
- provádíme pravidelné kontrolní měření;
- vedeme pravidelné konzultace (čas na zhodnocení pokroku, ale i pro dotazy a zhodnocení spokojenosti klienta, prostor pro rozšíření plánu o jiné procedury, služby);
- každý klient by měl mít pouze jednoho hlavního 'osobního' konzultanta, průvodce, který průběh celé spolupráce vede - uceluje, dohlíží na ostatní odborníky, prezentuje změny plánu apod...

Ukončení spolupráce:

- klient obdrží kopii své složky - plán, klientská karta;
- možná dohoda s klientem na kontrolních návštěvách.

3.4. Wellness Služby, metody a aktivity pro harmonizaci těla, mysli, duše a ducha

V rámci celostního – holistického přístupu wellness péče o klienta, není nutné poskytovat veškeré níže jmenované služby, ale je důležité nabídnout alespoň jednoho zástupce z každé oblasti. Alternativou, je spolupracovat s externími odborníky, wellness centry, propojovat nabízené služby a vzájemně tak rozvíjet škálu poskytovaných služeb.

Každý wellness odborník musí být schopen odprezentovat klientovi alespoň základy týkající se konkrétní problematiky (výživu, pohyb, ...), její náležitosti, úskalí, přínosy, vliv na zdraví a kondici, spojitost s wellness životním stylem. Stejně tak jako jednotlivé kroky, postupy, výsledný přínos atd. Konkrétních programů a služeb. V neposlední řadě každý člen wellness týmu musí znát specializaci a dosažené vzdělání svých kolegů

3.4.1. Poskytované služby, metody a aktivity pro harmonizaci TĚLA

▪ Výživa

Proč je výživa součástí wellness?

Pro dosažení maximálního zdraví je nutné dosáhnout a udržet rovnováhu všech potřebných látek v těle. Je nutné zbavit celý organismus látek škodlivých, nežádoucích a toxických, přebytečného tuku, atd. a současně dodávat do organismu prospěšnou a potřebnou energii a látky nepostradatelné pro správnou funkci orgánů, obnovu buněk, tvorbu hormonů, atd. Toho docílíme zejména vyváženou racionální výživou, za podpory vhodného pohybového, relaxačního a regeneračního režimu.

Co ve vyvážené výživě neopomenout?

Živou stravou dodáváte tělu prospěšné látky (enzymy, vitaminy, minerály...) regenerující – obnovující buňky těla.

Osnova náležitostí výživy:

- skladba a rozložení;
- poměr příjmu a výdeje energie;
- doporučení vzhledem k;
 - redukci a optimalizaci TH;
 - zdravotním obtížím;
 - chronickým nemocem;
 - stanovenému cíli;
 - zvláštnostem;
 - ženy, muži, děti, senioři, těhotné a kojící ženy;
- obecné zásady pitného režimu;
- nejčastější nedostatky ve výživě;

- výživové směry;
 - vegetariánství;
 - veganství;
 - syrová strava;
 - makrobiotika;
 - dělená strava;
- výživové styly;
 - výživa podle krevní skupiny;
 - výživa podle čínské medicíny;
 - výživa podle roční doby;
- detoxikace a očista organismu výživou;
 - půst;
 - hladovění;
 - odlehčená strava;
- hygiena výživy.

▪ Pohyb

Příklady poskytovaných služeb v oblasti pohybu

Poradna pohybových aktivit

1. jednorázová odborná konzultace - slouží pro poskytnutí základních rad a instrukcí pro optimalizaci pohybových aktivit klienta, pro lehké korekce stávajícího režimu klienta (s ohledem na stanovený cíl klienta, kondici, redukci, zdravotní aspekty, věk, pohlaví, apod.);
2. systematické dlouhodobé vedení – sestavení individuálního pohybového plánu + pravidelné konzultační (tréninkové) hodiny slouží k důkladnému, dlouhodobému vedení odborníkem za účelem dosažení cíle klienta, na základě vstupní diagnostiky, průběžných kontrol a měření (kondice, redukce, ozdravení, oddálení příznaků stárnutí, prevence nemocí, korekce disbalancí, sportovní výkon atd.);
3. sestavení individuálního pohybového plánu na základě vstupní diagnostiky a cíle je klientovi vypracován pohybový program (posilovací cvičení, aerobní aktivity, regenerace, četnost, fázování, intenzita apod.);
4. kondiční test, diagnostika pohybového aparátu, měření tělesného složení slouží k zhodnocení stupně kondice, stanovení svalových dysbalancí, zjištění tělesného složení (tělesný tuk, svalstvo, voda, minerály atd.).

▪ Osobní trenér, cvičitel, instruktor

Příklady poskytovaných služeb:

1. osobní individuální vedení – krátkodobé
 - pro naučení základů, cviků, techniky, ...klient po krátké době pokračuje samostatně
2. osobní individuální vedení – dlouhodobé
 - Klient je koučován od zahájení až do fáze dosažení stanoveného cíle (výhody: individuální dohled nad tempem a technikou, motivace,

monitoring průběhu a pokroku tréninku i kondice, vedení tréninkového deníku, průběžná změna tréninkových postupů v závislosti na aktuálním progresu klienta).

3. skupinové vedení

- Slouží pro krátkodobé/dlouhodobé in/outdoorové programy vedené instruktorem. Cílem je motivace, soutěživost, socializace, naučení konkrétních postupů a metod, ... Příkladem je cvičení v těhotenství, seniorském věku, joga, bootcamp, kruhový trénink, běžecký trénink, ... (Výhody: nižší finanční náklady klienta, efektivní využití nevytížených časů trenéra i sportoviště – dopolední a poobědové hodiny).

▪ Relaxace a regenerace

Příklady poskytovaných služeb:

- **Strečink-protahování zkrácených svalů**
- **Masáže**
 - sportovní, relaxační, energetické, Reiki.
- **Vodní procedury**
 - vířivá lázeň, vodní stříky, bazén.
- **Tepelné procedury**
 - horké kameny, parní lázeň, sauna, zábaly.
- **Světelné procedury**
 - světelná kabina, infra lampa, slunce.
- **Aroma procedury**
 - aromatická masáž. tip: umístěte v prostorách recepce, odpočívárny aroma lampu
- **Péče o vizáž**
 - kosmetika, manikúra, pedikúra, kadeřnictví.
- **Prodejna doplňků**
 - Nabídka masážních, regeneračních pomůcek, kosmetiky, bylinných a solných přísad do koupele.
- **Vzdělávání/edukace**

3.4.1. Služby, metody a aktivity pro podporu MYSLI

Studium, kurzy, semináře, školení

Rozvoj a šíření znalostí o všech náležitostech wellness životního stylu, možnostech podpory zdraví, získání a udržení harmonické rovnováhy, dobrého bytí je jeho nedílnou součástí. Jedná se o různé formy občasného/pravidelného vzdělávání klientů wellness centra. Uspořádejte konference, webináře, přizvěte odborníky z

nejrůznějších oblastí životního stylu. Alternativou může být spolupráce s externími školícími zařízeními, případně poskytnutí seznamu doporučených kurzů, seminářů apod. Výhoda: možnost zviditelnění a propagace wellness centra. (Sjednejte benefity pro vaše klienty.)

Četba

Dostatek literatury, magazínů, a textů vztahujícího se k wellness životnímu stylu by mělo být klientovi k dispozici v prostorách wellness centra (recepce, čekárna, odpočívárny, knihovna), alternativou je možnost zapůjčení literatury domů, popřípadě nákup knih, e-knih v elektronickém obchodě wellness centra.

Internet

Klientovi by měl být poskytován dostatek aktuálních informací o wellness životním stylu na webových stránkách wellness centra, alternativou je internetová poradna, pravidelný webinář, e-noviny, facebook atd..

Mentální trénink

Poznámka: Způsob myšlení ovlivňuje celkovou harmonii a naladění člověka. Negativní myšlení způsobuje stres, napětí, nemoc, pozitivní myšlení uzdravuje.

K příkladům mentálního tréninku patří Afirmování (nejznámější autorkou je L.L. Hay). Afirmování – odřikávání pozitivních kladně formulovaných vět, využívá vibrace energie myšlenky a slova, kladná pozitivní myšlenka vysílá pozitivní energii. (Takovou energii jakou v myšlenkách či slovech, větách vysíláte, taková se k vám vrací zpět).

Touto metodou lze trénovat mysl i tělo, snižovat stres, napětí, atd..

3.4.3. Služby, metody a aktivity pro podporu DUCHA

Víra, filozofie, kultura

Příklady poskytovaných služeb:

- Divadlo, film, hudba.
- Památky, historie.
- Tvůrčí činnost – malování, modelování, sochání.
- Zábavné a společenské akce.
- Akce pro podporu aktivně tráveného času v rámci rodiny.

Může se jednat o individuální aktivity klienta i různé formy občasného/pravidelného programu pořádaného wellness centrem, nebo externími partnery. Alternativou je nabídka zvýhodněných vstupenek na divadelní představení, výstavu, apod..

Holistické (celostní) metody využívané ve wellness Holistické metody:

- podporují plynulý, ničím nenarušovaný tok vitální - životní energie;
- pracují se smysly (čich, zrak, hmat, sluch, chuť);
- vedou k naladění a udržení rovnováhy těla, mysli a ducha;
- maximalizují psychické i fyzické zdraví;
- mají vliv na snížení únavy, stresu, napětí, nervozity, přejídání, plynatosti, hmotnosti, bolestí pohybového aparátu, hlavy;
- zvyšují imunitu, koncentraci, výkon, energii, vnímavost – intuici;
- navozují pocit radosti, klidu, štěstí, sebelásky;
- podporují duchovní růst a osobní rozvoj.

Příklady holistických metod

Odstranění škodlivin – detoxikace organismu

Je základním kamenem pro naladění harmonické rovnováhy na všech úrovních. Detoxikací očistíme tělo, současně duši a mysl. Působí preventivně i léčivě, prodlužuje aktivní věk. Ozdravuje organismus odstraňováním všech jedů, bakteriálních a virových ložisek, hlenů a usazenin - škodlivých látek. Jedná se o škodlivé - odpadní látky vzniklé při metabolickém procesu, mrtvé buňky, apod., látky přijímané – z potravy tj. přídavné látky-aditiva „éčka“ konzervanty, barviva, nestravitelné potraviny, hnojiva, veterinární léčiva aplikovaná zvířatům, apod., škodlivé látky z léků, vzduchu, v domácího prostředí např. z lepidel a barev z nábytku, látek, stavebních materiálů.).

Detoxikace by měla být chápána jako pravidelná tělesná hygiena organismu.

Za očistu – detoxikaci organismu zodpovídají lymfatický systém, játra, plíce, ledviny, kůže a střeva. Podporujeme-li jejich funkci, pak současně podporujeme detoxikaci organismu.

Detoxikace organismu je podporována:

- Správným vyváženým způsobem stravování.
- Pohybem – zlepšuje krevní oběh, podporuje činnost srdce a plic, okysličuje buňky.
- Relaxací a regenerací.
- Meditací, dechovým či lehkým relaxačním cvičením – posílují psychiku, okysličuje buňky, uvolňuje stres, zklidňuje organismus, protahuje svaly a orgány, podporuje lymfatický systém orgány, podpoří lymfatický systém.
- Bylinnými preparáty, tinkturami, čaji.
- Detoxikační kúrou (Půstem, hladověním, odlehčením stravy apod.)
 - Cílem hladovění, půstu i lehké (odlehčené) stravy je ulehčení zažívacímu traktu, ušetření energie, kterou organismus následně využije na očistu – zbavování se a vypořádání se s nepotřebnými, přebytečnými, odpadními, toxickými látkami.
- Očistou střev.

Nedílnou součástí holistických metod je esoterika.

3.5. Co je esoterika?

Esoterika označujeme souhrn různých „tajných“ nebo nevšeobecně známých oborů (skupiny) pracujících s tělem, myslí, duší i duchem. Obecně lze říci, že principy a metody většiny esoterických oborů jsou před veřejností utajovány, vědomosti jsou předávány pouze v okruhu zasvědcených a vyvolených. Důvodem je ochrana tajných rituálů, symbolů, praktik a postupů před zneužitím, znehodnocením, ale také před negativním společenským postojem a názorem (známo z historie). Mezi esoterické obory patří magie, astrologie, numerologie, tarot, Reiki, bylinářství, ...

Gemmoterapie

Terapeutická metoda, pracující s výtažky z rostlinných pupenů a jiných zárodečných tkání rostlin. Využívá se obsahu prospěšných látek. Gemmoterapie podporuje léčbu nejrůznějších fyzických i psychických potíží.

Aromaterapie

Terapeutická metoda, využívající působení na čichové receptory. Rostlinné silice patří mezi aromatické látky, které působí na čichové nebo chuťové receptory a tím vyvolávají dojem vůně nebo chuti. Aromaterapie jako podpůrné léčebné metody se využívá u mnoha nemocí, fyzických i psychických potíží, např. stres, napětí, migréna, angína, viróza, rýma, potíže s krevním tlakem, zánět, revmatismus a artritida atd..

- *Příkladem je přidávání heřmánku, levandule a citronu apod. do koupele nebo vonných lamp.*

TIP: Ve wellness centru využijte aroma k navození příjemné atmosféry například umístěním vonné lampy ve vstupní hale nebo v recepci, stejně tak při procedurách.

Krystaloterapie

Terapeutická metoda, využívající vibrací (energie) kamenů (drahokamů, polodrahokamů). Vibrace kamene i jeho barva pomáhají nastolit samouzdravující/harmonizující procesy v těle. Přikládají se na postižená, nemocná místa, čakry, používají se ke stimulaci akupresurních bodů, k masážím, ... jako ozdoby a šperky.

TIP: Krystaloterapii využijte ve wellness centru také pro výzdobu a energetické naladění interiérů (feng-shui).

Čakry

Čakry jsou rotující energetická centra (disky), kterými v těle proudí vitální – životní energie (Čchi). Tyto disky jsou vzájemně propojené sítí kanálů (meridiány) a tím dochází k vzájemnému ovlivňování hospodaření s energií. Konkrétním čakrám odpovídají i konkrétní barvy, náleží jiné oblasti na těle, myslí i duši než ostatním.

Rozeznáváme 7 hlavních čaker umístěných v ose těla a mnoho vedlejších.

Vlivem nejrůznějších příčin (na úrovni mentální i fyzické) může dojít k zvýšenému / sníženému proudění energie čakrou, případně k úplnému zablokování a tím ke zhoršení zdraví. Harmonizováním čaker, toku vitální energie lze docílit uzdravujících procesů na všech úrovních těla, mysli i ducha. Rovnovážný stav čakry obnovíme, působíme-li na ní stejnou energetickou vibrací, kterou ve stavu harmonie ona sama vyzařuje. Využít lze výše zmíněných alternativních metod (Vizualizace, Colorterapie, Krystaloterapie, Reiki atd.)

Muzikoterapie

Terapeutická metoda, využívající zvukových vibrací (tóny, zpěv, zvuk šumění lesa, vody, ...) Příkladem aplikace je harmonizace čaker, každá čakra reaguje na specifickou vibraci konkrétního tónu. Muzikoterapie se využívá v lékařství, k podpoře léčby a naladění např. po úrazech a po zranění mozku, při porodu, horečce. Dále pro zklidnění či stimulaci k výkonu, proti stresu, únavě, k meditaci.

Colorterapie

Terapeutická metoda, využívající působení vibrací barvy. Barvou lze harmonizovat různé oblasti těla (orgány, čakry apod.), stejně tak mentální úroveň (stimulační i sedativní účinek barvy). Barvy ovlivňují vnímání teploty, času, schopnost soustředit se a pamatovat si.

Aplikovat konkrétní barvu lze např. zvolenou barvou oblečení, místnosti, obrazu, potravin, vizualizací konkrétních barev, barevnými kameny a šperky, přikládáním barevných látek na postižená místa, stejně tak i infra-lampou, světelnou kabinou, barvami v přírodě apod..

TIP: Energie barev využijte v interiéru wellness centra pro stěny, závěsy, ručníky, deky, oblečení zaměstnanců, ...).

Arteterapie

Terapeutická metoda, která vede k poznávání (zjištění) a ovlivňování lidské psychiky a mezilidských vztahů. Tato metoda je velmi vhodná pro osoby trpící závislostmi (alkoholismus, bulimie, anorexie), fyzickými a duševními problémy ztěžujícími verbální komunikaci. Využívá výtvarného projevu např. grafické, malířské a sochařské činnosti,... Metoda je založena především na vytváření obrazů, modelů, vlastní aktivní tvorbou.

Vizualizace

Terapeutická metoda, využívající schopnosti představivosti. Vizualizovat (představovat si) je možné různé situace, obrazy, barvy, stavy, pocity, verbální i neverbální projevy, činnost, apod. za účelem harmonizování, zklidnění, naladění na dobrý výsledek (práce, porod, uzdravení, úspěšná zkouška), ale i odpuštění, vyrovnání se s nepříjemným zážitkem, traumatem atd.

Usaďte (položte) se na klidném ničím nerušeném místě, zavřete oči. Nechte plynout myšlenky (na nic se nezaměřujte), přicházejí a odcházejí, dýchejte klidně, vaše tělo cítíte jako lehké, ničím neomezené. Pomalu si začněte představovat, jak se procházíte na nějakém krásném místě. Jen na vás záleží, jaké si vyberete. Zelenou rozkvetlou louku, pláž, hory apod. Buďte tam tělem, myslí, duší i duchem, používejte všechny smysly, pohladte si trávu, skočte do vody a plavte, nechte se nahlát sluncem, poslouchejte šumění lesa, šplouchání vody a zpěv ptáků. Buďte tam a dělejte co chcete, tak dlouho, dokud vám to bude příjemné.

Druhý den zkuste tuto vizualizaci znovu, můžete být na stejném místě nebo na jiném konci planety či vesmíru, v jiném čase i prostoru. Postupným cvičením vydržíte vizualizovat klidněji a déle. Budete se cítit svěží, plní síly a optimismu a radosti.



Evropský sociální fond
Praha & EU: Investujeme do vaší budoucnosti

Čínská medicína – akupresura, akupunktura

Starý čínský způsob harmonizace organismu působením na konkrétní body - energetická centra a to tlakem (akupresura) nebo vpichem jehly (akupunktura), za účelem regulace proudění vitální - životní energie Čchi a vyrovnávání poměrů jin a jang. Plynulost proudění energie Čchi (v síti kanálů – meridiánech) ovlivňuje výsledné zásobování jednotlivých orgánů a jejich správnou funkci. Tok energie může být narušen nejrozličnějšími vnitřní i vnější vlivy - stres, zanesený organismus škodlivinami, špatný životní styl, nezdravé stravování, nevhodné uspořádání interiéru domova, kanceláře, ...(Feng Šuej)

Jing a Jang

Čínská filosofie rozděluje veškeré bytí na dvě protikladné dimenze, které vzájemně tvoří celek – harmonickou rovnováhu, tento princip je symbolizován známým obrazcem „monáda“.

Feng – Šuej

Vychází z čínského učení a zabývá se řešením plynulého toku energie Čchi v bezprostředním okolí člověka ve vztahu k 5ti základním živlům, světovým stranám, apod. Řeší například harmonické uspořádání domova, kanceláře, zvolení vhodného oblečení a doplňků, ... Cílem je celková harmonie na úrovni těla, mysli, duše a ducha. Zdaleka se nejedná pouze o zdravotní aspekty, ale také hojnost, prosperitu, štěstí, plodnost, atd.

Energie v přírodě

Příroda je nejlepším terapeutem pro celkové harmonizování a doplnění vitální -životní energie. V přírodě najdete zástupce aromaterapie, colorterapie, muzikoterapie, hydroterapie, atd.. Při pobytu v přírodě dochází k blahodárnému působení na naše smysly, a současně také k doplňování, harmonizování vitální energie.

Poznámka: Nezapomínejme na skutečnost, že vše je tvořeno z energie, která se vzájemně prolíná a ovlivňuje. Každý den se vystavujeme působení „cizích“ energií. Zejména žijeme-li ve městě pak denně potkáváme obrovské množství lidí, zvířat, strojů, aut, elektronických přístrojů, jsme vystaveni různým situacím, pohledům, zvukům, ... Každá z těchto situací na nás zanechává energetické „otisky“, které mění, ovlivňují, blokují tok naší vitální energie.

A právě příroda, energie stromů, květin, země, slunce, vody, zvířat je jedním z nejpřirozenějších harmonizátorů a čističek, nepostradatelných pro náš život, naše dobré duševní i tělesné zdraví.

Reiki

Reiki můžeme přeložit jako univerzální životodárná energie. Tato více než několik tisíc let praktikovaná přírodní holistická léčba se s úspěchem využívá pro celkovou harmonizaci, odstranění bloků, léčení chronických i akutních zdravotních potíží, apod.. Reiki pracuje celostně tedy s oblastí těla, mysli, duše i ducha. V praxi

se pak jedná o léčení pomocí fyzického dotyku dlaní reikisty, u vyšších stupňů lze reikovat bezkontaktně, na místní i časovou vzdálenost.

Meditace

Za meditaci označujeme různé metody vedoucí k záměrně změněnému stavu vědomí. Není pravdou, že je cílem pouze absolutní zastavení toku myšlenek, stejně tak může být záměrem meditovat o jednom konkrétním pojmu, symbolu, myšlence, problému, o dechu, duchu. Meditovat lze o něčem, o někom, o sobě, o ničem, pro rozjasnění situace, události, problému (pocit, problém, úkol, orgán, bolest, radost). Meditace navozuje zklidnění psychické i fyzické úrovně, posiluje harmonickou rovnováhu, schopnost koncentrace, uvolňuje napětí, podporuje zotavení a dobré zdraví. Meditace má mnoho metod, technik a způsobů, vycházejících z různých filosofí a náboženství.

Kontrolovatelný dech

Metoda vedoucí ke zklidnění psychické i fyzické úrovně, naladění rovnováhy, ozdravení. Dech je dárce života pro tělo – vzduch, pro ducha/duši – energie. Vzduch se skládá ze 79% z dusíku (stavební kámen buněk, krví přechází do jater, která ho využívají k regeneraci buněk) a 21% kyslíku (ihned přechází krví do celého těla, podílí se na metabolismu, je zdrojem tepla pro tělo, spaluje a vylučuje mrtvé buňky). Bez vzduchu organismus přežije maximálně několik minut. Správný způsob dýchání je zdrojem harmonie, vitální energie, dobrého zdraví. Odstraňuje bloky, napětí, křeče, klidní tělo i mysl. Dech prohubyje kontakt s duchem a veškerým bytím.

Je známých mnoho různých technik pracujících s dechem, vycházejících z šamanismu, taoismu, jógy apod.. Ovšem ozdravných a harmonizačních účinků dechu lze využívat 24 hodin denně, a to vědomím - cíleným připomínáním, (zaměřenou pozorností) při jakékoliv činnosti, správných zásad dýchání. Většina městských lidí na dech zapomíná, dýchá mělce, rychle a krátce. Hlavní zásadou je přivést nadechovaný vzduch (život) až do oblasti podbřišku, břicho se nafukuje a vyfukuje, dech by měl být přirozený, nenásilný.

4. TRENDY WELLNESS V RAKOUSKU

4.1. Úvod

Současný životní styl klade vysoké požadavky na extrémní pracovní nasazení, které vyžaduje vyvážený smysluplným využitím volného času. Péče o zdraví není jen návštěva lékaře v době nemoci, ale preventivní uvolnění stresu jak fyzického, tak psychického. A proto má trh wellness hotelů a lázní konjunkturu. Aby byl hotel nebo resort schopen na trhu přežít, musí mít nejen jasnou koncepci týkající se cílových skupin a odpovídající nabídky, ale i přesvědčivou kvalitu. Jinak ho konkurence smete.

Pravidelně sleduji situaci v Rakousku a message je jasná: Hosté budou stále náročnější, což bude nutně vyžadovat konsekvantní řízení kvality. V této souvislosti bude rozhodujícím faktorem pro provoz wellness hotelu skutečně kvalifikovaný a motivovaný personál.

Dále poroste význam komplexní wellness nabídky. Tedy nejen krytý bazén, sauny a fitness centrum, nýbrž wellness jako souhra odpočinku, pohybu, zdravé, ale přitom i chutné stravy a kosmetiky. Segmenty zdraví, wellness a aktivní pohyb se budou stále více prolínat.

„Využít veškerý marketingový potenciál a získat nové hosty“ - to je motto mnohých hotelů a resortů. Ale co všechno lze chápat jako marketingové nástroje? Které jsou ty pravé, co zvýší návštěvnost? Jen promyšlený mix více nástrojů přinese ovoce, to by měl dnes vědět každý, kdo se pohybuje v turistické branži.

Protože již několik let zastupuji na českém trhu skupinu špičkových rakouských wellness hotelů Best Wellness Hotels Austria, sleduji jejich angažmá a jejich aktivity, tak mohu snad nekompetentněji poreferovat o vývoji a strategiích této skupiny.

HISTORIE a současnost

4.2. Best Wellness Hotels Austria

Vlna wellness se dostala z Ameriky do Evropy v osmdesátých letech minulého století prostřednictvím stránek časopisů. Bylo to právě Rakousko, které na rozjíždějící vlak svižně naskočilo. Nový módní trend wellness vyvolal přímo turistickou revoluci a dnes mají ve své nabídce stovky rakouských hotelů nejrůznější wellness programy.

Kolem roku 1986 se v Tyrolsku spojilo pět hoteliérů a začalo s výměnou vlastních zkušeností týkajících se provozu hotelů a jejich zařízení pro volný čas a odpočinek. V roce 1992 byla skupina Best Wellness Hotels Austria založena oficiálně a začala budovat jednotlivé pilíře své filozofie: „relaxace – krása – aktiv – požitek“ – tedy komplexní pojetí aktivní dovolené se vším všudy. Sídlem skupiny hotelů se stal Innsbruck. Úkolem vedení skupiny byl marketing a PR pro všechny členské hotely, vytváření zajímavých nabídek a zajišťování jakosti prostřednictvím definování jednotlivých kritérií kvality.

Opravdovými průkopníky wellness v Rakousku byly bezpochyby tyrolské hotely Alpenrose na jezeře Achensee, hotel Schwarz v Miemingu, Sporthotel Stock v Zillertale a hotel Schalber v Serfausu. Přibližně tucet hotelů – většinou z Tyrolska a Salcburku – dosahovalo se svými hotely slušného vytížení, nicméně s hospodářským

výsledkem hoteliéři zrovna spokojeni nebyli. Bylo zřejmé, že hosté kladou stále větší důraz na kvalitní služby, kvalitní vybavení hotelových sportovních a relaxačních prostor a vyhledávají individuální přístup a servis, a že jsou za to ochotní platit i vyšší ceny. Hoteliéři začali budovat ve svých objektech lepší sauny, prostorné a kvalitněji vybavené odpočívárny, nabízet masáže a další procedury a zřizovat exkluzivní kosmetická centra.

All-inclusive systém

Skupina Best Wellness Hotels Austria vyvinula pro své hotely zcela novou koncepci a zavedla poprvé systém all-inclusive s maximálním důrazem na relaxaci a skvělou pohodu. Ve fitness centrech byli zaměstnáni sportovní odborníci, kteří se starali nejen o zařízení a jejich chod, ale vymýšleli sportovní program pro hosty. Začaly být nabízeny nejrůznější masáže a kosmetická ošetření. A vše, včetně odpoledního wellness bufetu, bylo v ceně pobytu, která stoupla, avšak byla dokonale zdůvodněna a hosty akceptována. Výsledkem byla nejen lepší vytíženost hotelů a jejich hospodářský výsledek, ale co bylo daleko cennější, spokojení a vracející se hosté.

1990-2000: wellness boom

V devadesátých letech zažilo hnutí wellness neuvěřitelný rozmach. Stále více bylo experimentováno, byly vyvíjeny nové trendy a produkty. Hoteliéři budovali opravdové wellness „paláce“, areály saun byly obklopeny vířivkami, vnitřními i venkovními bazény, odpočívárny byly rozšiřovány pod heslem „co host, to lehátko“ a nabídka těch nejexotičtějších masáží a terapií byla neuvěřitelná.

Dá se říci, že koncem devadesátých byla největší pozornost věnována investicím do hardwaru, tedy do hotelového zařízení a vybavení. Best Wellness Hotels Austria byly rovněž mezi prvními, kteří v devadesátých letech zaváděly ve svých hotelech internet. To však nebylo možné bez kompetentního personálu. Tedy nejvyšší čas, začít se věnovat vzdělávání a školení vlastních týmů.

Další krok k profesionalizaci

Skupina začala vyvíjet vlastní kurzy dalšího vzdělávání pro zaměstnance. Z Ameriky a Anglie byli zváni odborníci z hotelového sektoru, kteří rakouské hoteliéry informovali o svých zkušenostech. Z exotických zemí byli pozváni maséři a terapeuti, kteří předvedli své masáže a procedury.

Skupina Best Wellness Hotels Austria se nadále rozšiřovala a začala vyvíjet vlastní kvalitativní kritéria, aby se odlišila od hotelů s méně kvalitní nabídkou. Hosté byli totiž stále informovanější a tudíž i náročnější. Nejen hardware, ale i software musel odpovídat mezinárodním standardům. Zajišťování kvality se tak stalo nejdůležitějším úkolem.

Členství ve skupině Best wellness

Stát se členem skupiny není právě jednoduché. Ne každý wellness hotel se může stát členem skupiny Best Wellness Hotels Austria. „Best of“ vyžaduje více než pouhou „wellness“. Zájemci o členství musí splnit jasně definované přijímací podmínky a současně odpovídat přísným kvalitativním kritériím.

Požadavky na hardware

Wellness hotely musejí být nejméně čtyřhvězdičkové a musejí se nacházet v pěkném, klidném a přírodním prostředí. Členy skupiny se nemohou stát hotelové řetězce. Hotel musí mít nejméně sto lůžek. Na jedno lůžko musí být k dispozici nejméně 10 metrů čtverečních zahradní plochy (výjimkou mohou být pouze hotely v typických zimních horských střediscích).

Lázeňský areál

Hotel musí mít k dispozici nejméně dvě odpočívárny (u bazénu i v areálu saun) a nejméně jedno lehátko na dva pokoje. Recepce v lázeňském areálu musí být denně nejméně čtyři hodiny otevřena, mimo otevírací doby musí host dostat kvalifikované informace o všech procedurách a kosmetické nabídce na recepci hotelu a tyto si zde může rezervovat.

V lázeňském areálu musí být k dispozici krytý bazén a odpovídající areál saun (minimálně jedna klasická sauna, parní lázeň, biosauna nebo infračervená kabina). Minimálně čtyři zaměstnanci s adekvátním vzděláním zajišťují bezvadný provoz celého lázeňského areálu.

Fitness centrum

Fitness centrum musí být vybaveno nejméně třemi moderními přístroji pro vytrvalostní trénink a nejméně třemi dalšími přístroji pro posilování. Dále musí být k dispozici tělocvična pro nejrůznější pohybové programy. Fitness centrum je v provozu sedm dní v týdnu a nejméně hodinu denně je ve fitness centru k dispozici kvalifikovaný trenér. Pohybový program s relaxačními prvky nabízí hotel šest dní v týdnu.

Kuchyně

Motto hotelů zní: „Požitek ne odříkání“. Kulinářské požitky jsou radostným smyslovým zážitkem, který patří k relaxačnímu pobytu. Promyšlená zdravá kuchyně ve všech hotelech představuje vyváženou stravu odpovídající nejen všem kritériím zdravé výživy, ale splňuje i ty nejvyšší kulinářské nároky. Takzvaný zelený bod označuje jídla, které jsou obzvláště lehká a mají nižší množství kalorií.

Kontrola kvality

Nejedná se jen o prvotřídní vybavení, ale především o plnění veškerých hygienických podmínek a kvalitní služby. Státní autorizovaný podnik provádí pravidelné hygienické kontroly v kuchyních a lázeňských areálech. Ve spolupráci s Univerzitou Innsbruck vyvinula skupina inovativní Mystery checks. Při těchto kontrolách kontroluje jednou ročně nezávislé grémium, zda je požadovaná úroveň kvality v hotelech dosažena. Testy obsahují celkem 1600 kritérií. Na rozdíl od běžných zkoušek je kladen důraz na informační management v hotelu a chování zaměstnanců.

Zajištění kvality

Každý hotel je povinen provádět ankety mezi hosty prostřednictvím dotazníku při odjezdu tzv. „Wellnessbarometr“. Dále se musí pravidelně, v odstupu jednoho až dvou roků podrobovat kontrolám výše uvedeným Mystery checks, přičemž musí splnit minimálně 85 procent všech obsažených kritérií.

Best Wellness Hotels Austria dnes

Dnes má skupina Best Wellness Hotels Austria 25 členských hotelů v Rakousku a Jižním Tyrolsku. Celkový počet zaměstnanců se pohybuje kolem dvou tisíc a počet lůžek činí 4.400. Vytížení hotelů se pohybuje kolem 95 procent (v případě těch nejpoptávanějších), průměrná hodnota vytížení dosahuje 80 procent (vztaženo na dobu provozu).

Spa Angebot: Průměrná velikost lázeňských areálů je 2.700 metrů čtverečních.

Minimální cena za osobu a noc je 100 eur, přičemž je v ceně zahrnuta celodenní strava a vstup do všech zařízení hotelů, včetně účasti na všech sportovních aktivitách, které jsou nabízeny formou týdenního programu.

4.3. Trh lázní a wellness zařízení v Rakousku

4.3.1. Zdraví jako životní styl

Trh lázní a wellness zařízení se v Rakousku rozrostl a stává se druhým trhem péče o zdraví. Péče o zdraví se stává součástí životního stylu a to nejen u vyšších věkových skupin. Mladí lidé se stále více zajímají o zdravý životní styl a prevenci nemocí.

Wellness dovolené jsou stále přitažlivější. V mnoha zemích jsou rovněž oblíbené návštěvy takzvaných denních lázní, v Rakousku jsou však upřednostňovány vícedenní pobyty – tedy pobyty spojené s návštěvou wellness hotelů, které mohou být jak ve městech, tak v přírodním prostředí. Pro wellness dovolenou v Rakousku se v současné době rozhoduje kolem 12 procent návštěvníků (zdroj: Tourismus Monitor Austria 2009).

V Rakousku počet wellness hotelů neustále roste. V minulém roce činil počet wellness hotelů 956 (zdroj: Relax Guide), což byl trojnásobek počtu hotelů v roce 2000. Dále je v Rakousku k dispozici více než 2.500 hotelů se zařízením pro dobrou pohodu. Trh je nasycen a efektivita dalších investic není zaručena. Zajímavostí je, že v mezinárodním srovnání jsou stejné výkony a služby v zahraničí o 100 procent dražší.

4.3.2. Uživatelé lázeňských zařízení a jejich chování

Počet zdravotních dovolených v Rakousku neustále stoupá. Ve srovnání s typickými lázeňskými pobyty, které byly předepisovány lékaři nejméně na tři týdny, se však chování spotřebitelů mění. Dnešní spotřebitel dává přednost častějším, avšak kratším pobytům. Neplánuje svůj pobyt dlouho dopředu, ale rozhoduje se spontánně podle životní situace. Vědomě se snaží zvyšovat si kvalitu života. Pečlivě vybírá a ptá se po prospěchu a užitku. Věková skupina 50plus s prodlužujícím se věkem roste a

vyznačuje se značnou kupní silou. Provozovatelé wellness hotelů hledají způsoby, jak zvýšit výnosy a efektivitu při stále se zkracujících pobytech. Snaží se vyvinout koncepty, aby host svůj pobyt prodloužil.

4.3.3. Tržní trendy

Zpočátku představovala wellness především uvolnění a pasivní odpočinek, dnes jde však o komplexní pojetí potřeb člověka.

Instant wellness

Strategie k rychlému uvolnění. K tomu slouží denní lázně na letištích, městské denní lázně, apod..

Anti-Aging

Forever young – sen lidstva. Kombinace nejrůznějších aktivit k udržení svěžesti a kondice kombinované lifestylovou medicínou (botox, plastické operace atd.).

Wellness a zdravotní turistika

Zdravotní turistika představuje obrovský trh, který se rychle vyvíjí. Dříve byla jistá hranice mezi wellness turistikou a zdravotní turistikou, nyní se oba trendy vzájemně prolínají. Lidé jsou stále více ochotni přejímat zodpovědnost za vlastní zdraví a žít zdravěji. Mnohé špičkové wellness hotely zaměstnávají zkušené fyzioterapeuty, dietology a lékaře a nabízejí i kompletní vyšetření celkového zdravotního stavu. Velký důraz je rovněž kladen na kvalitní informace: prevence a také pomoc při začínajících problémech jsou dnes důležitým tématem při volbě procedur a sestavování zdravotních koncepcí. Prostřednictvím medical wellness jsou osvědčená opatření školní medicíny smysluplně kombinována s komplementárními wellness procedurami a přispívají tak rozhodujícím způsobem k udržování zdraví.

Stress management

Hledání nových cest jak z deprese, jak dosáhnout „zpomalení“ a schopnosti odpočívat.

Nabídky zaměřené na životní situaci:

- pobyty pro novomanžele;
- pobyty pro těhotné;
- pobyty pro rodiče s kojenci.

4.4. Závěr

Wellness je často definováno jako rovnováha čili vyváženost stavu těla i ducha. A každý, kdo se o tuto problematiku zajímá, ví, že rovnováhy lze dosáhnout jen systematickou péčí o všechny prvky našeho systému.

Naše společnost žije s velkým mankem: na prvním místě je stále fyzická wellness a péče o psychickou wellness velmi často chybí. Skutečná wellness je harmonie obou a pochází zevnitř. Bez motoru zevnitř nepomohou dlouhodobě žádné masáže, nápoje či krémy. Musíme zpět ke kořenům, vidět člověka jako celek nepečovat jen o tělo, ale i o ducha!

5. GEOCACHING

5.1. Fenomén GPS

„Global Positioning System, zkráceně GPS, je vojenský polohový družicový systém provozovaný Ministerstvem obrany Spojených států amerických, s jehož pomocí je možno určit polohu kdekoli na Zemi nebo nad Zemí s přesností první desítky metrů. Přesnost GPS lze s použitím speciálních metod ještě zvýšit až na jednotky centimetrů.“

5.2. Historie a vývoj GPS

5.2.1. Transit

Satelitní navigační systémy začaly vznikat v druhé polovině 20. století na základě armádních zájmů. V roce 1960 začalo americké námořnictvo umisťovat na oběžnou dráhu družice systému TRANSIT, jejichž hlavním úkolem bylo přesné určování polohy plavidel hlavně pro balistické střely. Postupem času byl projekt TRANSIT následován řadou dalších systémů. **Nejpoužívanějším a nejrozsáhlejším se stal globální polohový systém NAVSTAR - GPS.**

5.2.2. NAVSTAR - GPS

„Vývoj systému GPS začal v roce 1973 na základě požadavku Ministerstva obrany USA a plně funkčním se stal 17. ledna 1994, kdy byla na orbitu umístěna kompletní sestava 24 družic. Navigační systém byl vyvíjen primárně pro potřeby armády USA, ale již v roce 1983 oznámil americký prezident Ronald Reagan, že po dokončení bude GPS k dispozici i pro civilní účely. Aby nemohl být systém GPS zneužit proti Spojeným státům, byl signál pro civilní uživatele vysílán s umělou chybou, která měla bránit například přesné navigaci střel s dlouhým doletem. Armáda a vládní organizace znaly klíč umožňující chybu eliminovat a využít plnou přesnost GPS“ (ŠKORPIL, J. 2008). V roce 2000 byla umělá chyba odstraněna a civilní obyvatelé mohou GPS navigaci využívat v plné přesnosti.

5.2.3. Glonass

Glonass je Ruský globální navigační systém, provozovaný dříve Sovětským Svazem. Jedná se o obdobu amerického GPS. Plán pro vývoj Glonass byl schválen v prosinci 1976. První dvě testovací a jedna provozní družice byly umístěny na oběžnou dráhu 12. října 1982. Celkově do roku 1991 bylo Sovětským svazem vypuštěno 44 provozních a 8 testovacích družic systému GLONASS. V roce 1991 bylo na oběžné dráze ve dvou rovinách dvanáct družic, což stačilo pro omezený provoz systému (upraveno dle ŠUNKEVIČ, M., 2008). Po rozpadu Sovětského Svazu převzalo vývoj GLONASS Rusko. Pro špatnou ekonomickou situaci nebyl GLONASS nikdy úplně dokončen a využívá se jen částečně. Na jeho dokončení se Rusko domluvilo s Indií a plný provoz plánoval na rok 2011.

5.2.4. Galileo

Jelikož systém GPS je řízen vládou Spojených Států Amerických, existuje obava, že by příjem družicových signálů mohl být pro civilní uživatele ukončen znovuzavedením umělé chyby, proto se v Evropě připravuje satelitní projekt Galileo (pojmenovaný podle významného italského vědce [Galilea Galileiho](#), který se mj. zajímal i o problémy námořní navigace). Ten by se měl stát alternativou k americkému navigačnímu systému [GPS](#) a ruskému navigačnímu systému [GLONASS](#). Jeho výstavbu realizují **státy Evropské unie** a sídlo řídicí agentury je v Praze. **V současné době se systém Galileo připravuje ke spuštění.** Cílem je, aby poskytoval vyšší přesnost ve srovnání se stávajícími navigačními systémy a větší pokrytí signálem družic obíhajících na vyšších oběžných drahách.

5.3. Jak GPS funguje

5.3.1. Segmenty systému GPS

Družicový polohový systém se dělí na tři segmenty (kosmický, řídicí a uživatelský).

a) Kosmický segment

Kosmický segment je tvořen v současné době 28 tzv. zdravými satelity na šesti oběžných drahách. Družice obíhají ve výšce cca 20 200 km s inklinací 55 stupňů a doba oběhu je přibližně 12 hodin. Tím je zajištěno, že prakticky všude v jakýkoliv okamžik jsou nad obzorem minimálně 4 viditelné družice. V praxi těchto viditelných družic může být až 12. V České republice je běžně k dispozici okolo 7 – 8 družic v daný okamžik. Pro určení polohy v prostoru je nutné přijímat signály ze čtyř družic, protože kromě tří neznámých souřadnic, x, y, z je neznámou i čas t (respektive posun času přijímače GPS oproti času UTC GPS satelitů). Jakákoliv další viditelná družice samozřejmě zlepšuje konfiguraci a tím i výsledky měření.

b) Řídicí segment

Řídicí segment tvoří soustava pěti monitorovacích stanic, čtyř pozemních vysílačů a hlavního řídicího střediska. Monitorovací stanice jsou umístěny rovnoměrně po obvodu Země, většinou blízko rovníku. Hlavní řídicí středisko sídlí na Schrieverově letecké základně v Colorado Springs v Coloradu. Hlavním úkolem řídicího segmentu je sledování drah družic a stavu jejich atomových hodin. Řídicí segment se stará o provádění korekcí v dráze letu i vysílání signálu družic a zajišťuje synchronizaci atomových hodin. Dále je tento segment zodpovědný i za nejrůznější provozní opatření, například za správu a údržbu stávajících družic a podílí se i na přípravě vypouštění nových družic (upraveno dle BERGMANN, F., 2006).

Rozmístění pozemního segmentu na Zemi



(zdroj: http://www.svethardware.cz/art_doc-0E001D49E62128CFC12573EA00533831.html, staženo: 22.8.2008)

c) Uživatelský segment

Uživatelský segment se skládá se z GPS přijímačů jednotlivých uživatelů a dalších technických zařízení, které umožňují využívání družicového polohového systému. Tento systém je pasivní a to z bezpečnostních důvodů. Přijímače GPS nemohou být zaměřeny nepřítelem. Jelikož přijímače nekomunikují s družicemi, je systém GPS schopen obsloužit neomezený počet uživatelů. Tento segment je konfigurován na požadavky uživatelů a technickými možnostmi a omezeními kosmického segmentu. S řídicím segmentem uživatelé do přímého styku nepřicházejí (upraveno dle BABČANÍK, J., 2006).

5.3.2. Trilaterace

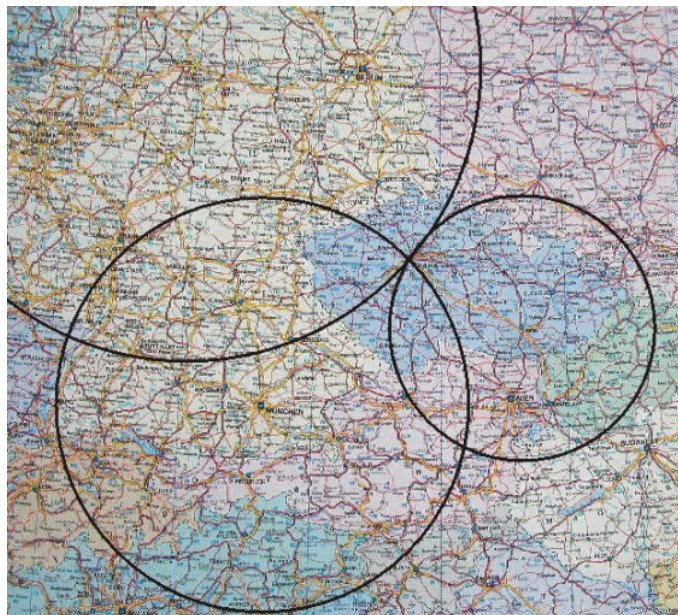
Úkolem přijímače GPS je lokalizovat čtyři nebo více satelitů, zjistit vzdálenost ke každému z nich a za pomoci získaných informací spočítat svou polohu. Celá tato operace je založena na jednoduchém matematickém principu nazvaném **trilaterace**.

2-D Trilaterace

Představte si, že se nacházíte někde na Zemi, jste ÚPLNĚ ztraceni a nemáte absolutně žádný klíč k nalezení své pozice. V tom okamžiku potkáte domorodce a na otázku „Kde prosím jsem?“ se dozvíte, že „jste XXX km od Mnichova. To je sice pěkná, ale pro vás nepoužitelná informace. Nacházíte se totiž na jednom z bodů kružnice, která má střed v Mnichově a poloměr XXX km. Potom potkáte dalšího, zeptáte se, kde jste a on odpoví „Jste YYY km od Brna“. V této chvíli již máte cosi v ruce. Pokud informaci zkombinujete s informací předchozí, získáte dvě kružnice, které se protínají ve dvou bodech. A v jednom z těchto bodů se nyní nalézáte. Pokud vám třetí domorodec prozradí, že jste ZZZ km od Hannoveru, jednu z možností

můžete eliminovat, jelikož třetí kružnice se protne s dvěma předešlými pouze v jediném bodě. Teď přesně víte, že jste v Praze.

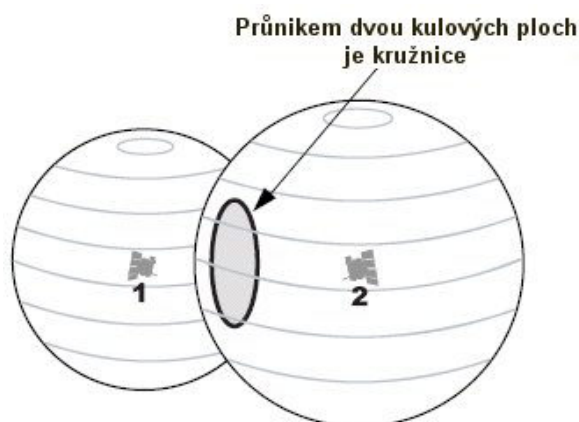
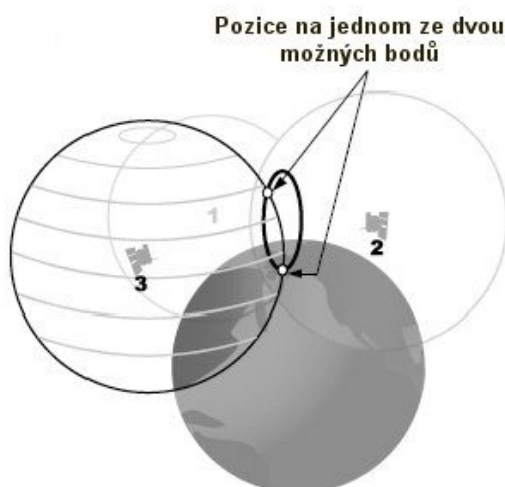
Trilaterace ve 2D podle předchozího příkladu



(Zdroj: http://www.svethardware.cz/art_doc-DDEBD99691258B70C12573EC003C1259.html, staženo: 22.8.2008)

3-D Trilaterace

Podobně funguje trilaterace i v trojrozměrném prostoru. S tím rozdílem, že namísto kružnic se v ní pracuje s plochami koulí. Namísto 3 kružnic máte před sebou 3 protínající se koule. Pokud tedy jste 100 km od satelitu A, nacházíte se někde na plášti imaginární koule o poloměru 100 km. Pokud současně víte, že jste 150 km od satelitu B, můžete nechat tyto dva pláště vzájemně protnout. Výsledkem bude dokonalá kružnice. Znáte-li vzdálenost ke třetímu satelitu, získáte třetí kulovou plochu, protínající výše zmíněnou kružnici ve dvou bodech.



(Zdroj: http://www.svethardware.cz/art_doc-DEBD99691258B70C12573EC003C1259.html, staženo: 22.8.2008)

Budeme-li Zemi považovat za čtvrtou kouli a uvědomíme-li si, že v daném okamžiku může být pouze jeden ze dvou získaných bodů na povrchu Země, eliminací druhého bodu ve vesmíru získáme svou polohu na Zemi.

Přijímače všeobecně vyhledávají čtyři a více satelitů, aby ze získaných informací zlepšily přesnost výpočtu polohy a nadmořské výšky. K tomu, aby GPS přijímače byly schopny provést tento jednoduchý výpočet, potřebují pozici nejméně tří satelitů pro znalost polohy a nejméně čtyř pro určení nadmořské výšky a vzdálenost mezi přijímačem a každou družicí. GPS přijímač získává tyto informace analýzou radiových signálů, vysílaných z GPS satelitů. Radiové vlny jsou elektromagnetickou energií, a to znamená, že se šíří rychlostí světla (300 000 km/s ve vakuu). Přijímač dokáže určit délku cesty signálu změřením času, který signál potřeboval k dosažení cíle od jeho odeslání (upraveno dle BERGMANN, F., 2006).

5.3.3. Rozdělení ručních navigačních přístrojů

Navigační přístroje se dají rozdělit z hlediska jejich použití na **motoristické** (auto, motorka, loď, letadlo atd.) a **ruční**. Vzhledem k tématu se zaměřím na přístroje ruční a jejich využití při turistice a sportu.

Ruční přístroje jsou mapové a nemapové. Mapové v sobě mají nahranou mapu, kterou si majitel přístroje může pomocí příslušného softwaru dodávaného s přístrojem libovolně měnit. Novinkou je zobrazení 3D modelu map pro snadnější orientaci v terénu. Majitel při použití tohoto typu přístroje vidí svoji pozici přímo v mapě. Dále si může zaznamenat trasu, kterou absolvoval, ta se automaticky měří, počítá se průměrná i maximální rychlost pohybu, nadmořská výška, po připojení k PC se s patřičným softwarem dá zobrazit výškový profil trasy. Nejdražší přístroje se mohou pyšnit funkcemi jako je elektronický kompas, barometrický výškoměr, teplotní senzor a bezdrátové rozhraní pro sdílení získávaných údajů mezi uživateli. Doplnková výbava pak umožňuje připojení bezdrátových snímačů srdeční frekvence. Tento druh přístrojů je nejvíce používán v turistice a cykloturistice. Mezi nejpoužívanější patří Garmin Colorado a Garmin 60 CSX.

Nemapové přístroje jsou nejvíce využívány při sportovních aktivitách k záznamu tréninku. Tréninkový náramkový sportovní počítač s GPS přijímačem umožňuje vést trénink, zaznamenat a vyhodnotit statistické údaje běhu nebo pohybu v terénu a pomocí virtuálního partnera na displeji přístroje může uživatel soupeřit se svými vlastními časy na dříve proběhnuté trati. Má různé druhy alarmů, zobrazení času tréninku, tempa, proběhlé/projeté vzdálenosti, tempa na okruhu, délku okruhu, čas okruhu, nejlepší a průměrná tempa, nadmořskou výšku a spotřebované kalorie. Po připojení k PC můžeme vyhodnocovat získaná data. S těmito přístroji se nejčastěji setkáme při cyklistice a běžeckých sportech. Jedním z takových přístrojů je např. Garmin Forerunner 205.

Mezi nemapovými GPS přístroji si mohou vybrat i hráči golfu, Suunto G9 jsou hodinky s GPS přijímačem určené převážně pro ně. Virtuální trenér obsažený v hodinkách sdělí délku následujícího odpalu, sleduje skóre hry a informace ukládá k dalšímu zpracování. Dále vám doporučí nejvhodnější hůl pro následující odpal, ukládá celkový počet úderů a trestných ran, včetně odpovídajících informací o holích, měří vzdálenost každého odpalu, jeho průměrnou délku aktualizuje v databázi hole, a má ještě mnoho dalších funkcí.

5.4. Využití GPS civilními osobami

Používání GPS se dočkalo v poslední době velkého rozmachu, což je způsobeno zrušením umělé odchylky GPS v roce 2000 a následujícím vývojem navigačních přístrojů. Navigační přístroje se využívají v motoristice, při outdoorových aktivitách, ve fitness, jachtingu a mohou být součástí mobilních telefonů či kapesních počítačů. Všechny však slouží prvotně ke stejnému účelu, a to k určení polohy jejich majitele kdekoli na zemi.

5.4.1. Záchranný systém

Satelitní navigace je v současné době s úspěchem využívána u jednotek záchranného systému. Díky GPS je možné rychle zjistit místo nehody či požáru a rychle a efektivně zasáhnout.

5.4.2. Zeměměřičství, mapování

Satelitní navigace je využívána k plánování i k přesnému stanovování linií, díky GPS je možno v krátké době získat velké množství kontrolních bodů, důležitých pro přesné zakládání staveb. Zakládání a mapování systému pozemních cest i železničních tratí může být také prováděno na základě této technologie. Tak v nejnovějších turistických mapách jsou uváděny i GPS souřadnice.

5.4.3. Doprava

Satelitní navigaci najdeme téměř u všech dopravních prostředků. V poslední době se velmi rozmohla u osobních aut, a to jak k orientaci, tak i jako ochrana vozidla v případě krádeže (auto je možno zaměřit a velmi brzy vyhledat). V silniční dopravě se GPS také využívá při přepravě zásilek, je možno sledovat on-line, kde se naše zásilka právě nachází. Velké množství železničních soustav probíhá na jednokolejných tratích. Precizní znalost polohy vlaků pomáhá předcházet nehodám, zachovává plynulost dopravy a minimalizuje nákladná zpoždění, způsobená kontrolami týkajícími se možnosti vjezdu na trať. Současné technologie již umožňují i plně automatizovaný železniční provoz.

Letecká a námořní doprava využívá navigaci patrně nejdéle ze všech dopravních prostředků. Navigační systémy letadel pomáhají při řízení téměř všech manévřů, která jsou letadla nucena provádět. Jedná se o pomoc při vzletu i přistávání, stroje jsou pod neustálou GPS kontrolou i během svého pobytu ve vzduchu, trasy letadel jsou pevně naplánované předem nadefinovanými body. V námořní dopravě je využití pro navigaci nejen při cestách oceány, ale také při zmapování a označení nebezpečných míst, mělčin, a podobně.

5.4.4. Životní prostředí

Za pomoci satelitní navigace je možné vyhodnocovat přesné informace o přírodních jevech, které probíhají na velkých plochách. Je možné předpovídat rychlost postupu lesních požárů, vzdušných vírů a jiných nebezpečných jevů.

5.4.5. Čas

Díky přesnosti atomových hodin, používaných v družicích, je satelitní navigační systém využíván k synchronizaci hodin a mnoha událostí po celém světě. Čas atomových hodin je extrémně přesný, jeho odchylky dosahují hodnot nanosekund. Je tak přesný, že jsou na něm závislé i společnosti, pro které hraje přesné načasování událostí životně důležitou úlohu. Například světové investiční a bankovní společnosti se denně spoléhají na přesnost systému z důvodu celosvětově simultánního provádění finančních transakcí.

5.4.6. Volný čas

Technologie satelitní navigace přinesla i mnoho změn spojených s využitím volného času. Přenosné přijímače umožňují absolvovat cesty v neznámých oblastech s jistotou a se znalostí polohy. Jsou využívány k určování polohy, směru, rychlosti, vzdáleností a času. Na principu hledání míst podle určitých souřadnic je založena i celosvětová hra, která se u nás poslední dobou velice rozmáhá, a to je tzv. **geocaching**.

5.5. Geocaching

Groundspeak, Inc. je americká firma, poskytující zázemí pro hry s využitím GPS. Provozuje server Geocaching.com, zajišťující hry **geocaching a wherigo**. Geocaching je celosvětová outdoorová hra, ke které je nezbytností internet a GPS přístroj. Hráč si na internetových stránkách www.geocaching.com vybere místo, kde je ukryta tzv. **cache** (z. angl. originálu, znamená úkryt). Cache je většinou plastová krabička, v které je ukrytý nějaký „poklad“, nejčastěji drobné suvenýry. Hráč musí podle souřadnic krabičku najít, zapsat se do tzv. logbooku (sešitku uvnitř krabičky, obdoba např. vrcholové knížky na skalách) a pokud si z pokladu něco vezme, něco jiného tam musí naopak vložit. Každý hráč může cache podle pravidel také libovolně zakládat a publikovat je na geocachingových stránkách, kde je ostatní hráči mohou najít a navštívit. Pointou celé hry je ukázat nějaké zajímavé místo, které uniká větší turistické pozornosti nebo je jinak významné či krásné.

Geocaching nám může být velkým pomocníkem při volnočasových aktivitách, zvláště při rozvoji společných prožitků v rodinné edukaci. Díky principu hledání cache se lidé podívají do přírodně krásných oblastí, které nejsou veřejnosti příliš známé, tedy jsou určitými objeviteli nových, skrytých (a mnohdy i historicky či technicky) zajímavých míst. (Šauerová, 2011).

Každá cache má svoji webovou stránku, tzv. **listing**. Tam nalezneme souřadnice, kde se cache nachází, obtížnost terénu a ukrytí (cache nesmí být zakopána v zemi, ukrývá se většinou v dutinách stromů či pařezů, pod kameny, někdy ale k jejímu vyzvednutí může být potřeba i speciální vybavení jako lano či loď v případě ukrytí na nepřístupných místech a to vše musí být jasně v listingu uvedeno), velikost cache (od malých filmových krabiček po mnohalitrové kyblíky) a v neposlední řadě informace o místě. Bývá pravidlem cache ukládat na nějakém zajímavém či významném místě, a proto je dobré toto místo v listingu podrobně popsat a upozornit na jeho zvláštnosti.

Na těchto webových stránkách také hráči logují (zapisují) svůj nález dané cache (tzv. log). Log může být pouze poděkování autorovi nebo i informace o okolnostech nálezu či informace pro majitele, v jakém stavu cache je. Je potřeba napsat log i v případě, že cache nebyla nalezena, je to informace pro autora (majitele), že nemusí být něco v pořádku a je potřeba kontrola.

Ukázka listingu cache na Ralsku



The screenshot shows a Mozilla Firefox browser window displaying the Geocaching.com website. The page title is "GCX3DZ Svitani na Ralsku/Sunrise at Ralsko (Traditional Cache) in Czech Republic created by ZDESI_tym". The browser's address bar shows the URL: http://www.geocaching.com/seek/cache_details.aspx?guid=beda76a8-969f-4105-994a-fe39e4f9b832. The page content includes a sidebar with navigation links like "Geocaching Home", "Seek", and "View Cache Details". The main content area displays the cache details for "Svitani na Ralsku/Sunrise at Ralsko", created by "ZDESI_tym". It lists the cache's size as "Regular", hidden date as "7/11/2006", and difficulty as "3 stars". The coordinates are given as "N 50° 40.473 E 014° 45.963". A description in Czech follows, mentioning a sunrise hike on Ralsko. The right sidebar contains a "Navigation" menu with links like "log your visit", "view gallery", and "watch listing". At the bottom, there's a "Disclaimer" and a "Please note" section.

(Zdroj:www.geocaching.com, staženo 22.8.2008)

5.5.1. Historie geocachingu

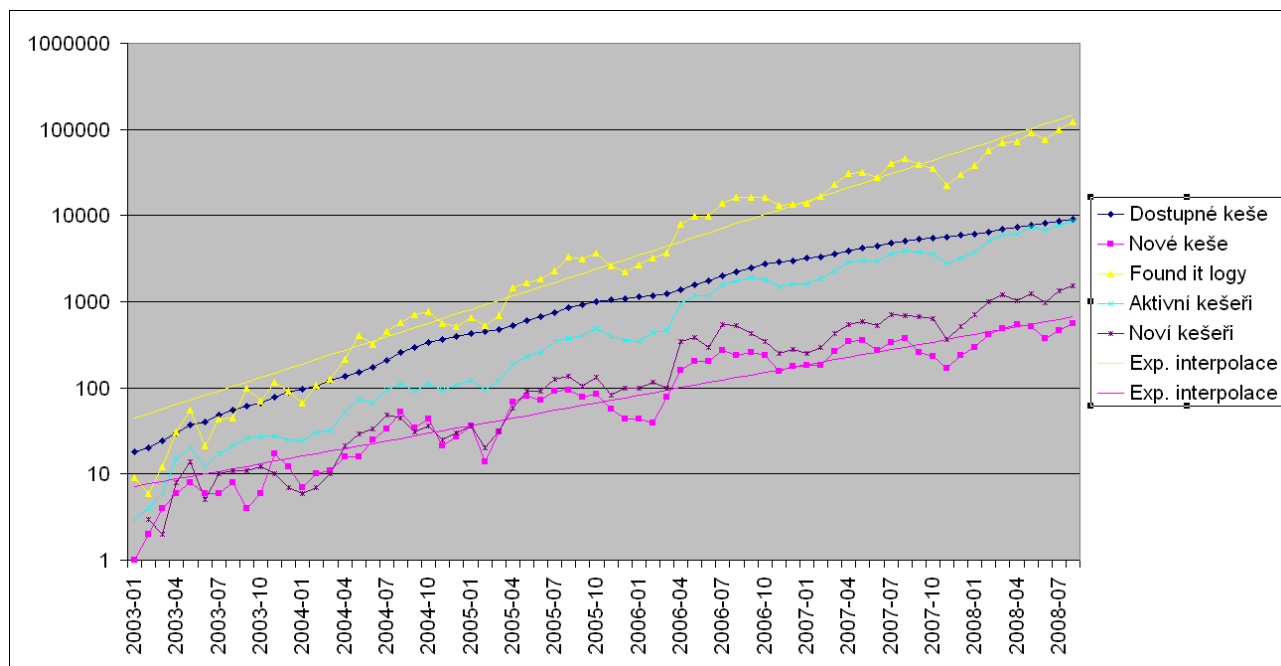
Geocaching vznikl v USA bezprostředně poté, co 1. května 2000 tehdejší americký prezident Bill Clinton [oznámil odstranění umělé odchylky](#), přidávané do signálu GPS. Tím se zlepšila přesnost tohoto vojenského navigačního systému pro běžné civilní uživatele z desítek až stovek na několik metrů. 2. května 2000 Dave Ulmer publikoval na Usenetu svou poznámku o možné celosvětové hře Stash Game. 3. května Dave umístil první keš hry GPS Stash Hunt - Stash #1 na souřadnicích N 45 17.460 W122 24.800. První keš byla nalezena poprvé 4. května Bobem Perschauem, který píše o hře jako o GGPSSH - Great GPS Stash Hunt. První keš mimo USA byla ukryta na Novém Zélandu 12. května 2000, autorem byl Peter McKellar. Třetí zemí, kde byla ukryta keš se stalo 15. 5. 2000 Chile. Autorem byl Carlos J. Orrego. 30. května navrhl Matt Stum poprvé místo Stash používat termín Geocache a hře říkat Geocaching (mj. pro "nelegální příchut" slova Stash). Dave to akceptoval den poté a 1. června oznámil, že "oficiální" název nové hry je geocaching (stash hunting zůstal názvem "neoficiálním"). První keš v Evropě byla

umístěna v Irsku (Bray Head, County Wicklow - s výhledem na Irské moře) dne 3. června 2000. Autorem byl Chris O'Byrne. Za první měsíc nové hry bylo ukryto 21 keší (upraveno dle <http://geowiki.hidden.cz/wiki/Historie>, 2008).

5.5.2. Geocaching v České republice

V červnu 2001 je v České Republice založena první cache [Tex-Czech](#). Cache je tvořena pouze igelitovou taškou, teprve po několika letech je taška vyměněna za pevnou krabici. Cache je dosud aktivní. O dva roky později, v červnu 2003, vznikají stránky www.geocaching.cz, kterým o rok později [Groundspeak](#) denně poskytoval data, která obsahovala kompletní dění na území ČR. V únoru 2004 se konal první pražský event, na kterém bylo 12 lidí. V květnu se konalo celostátní setkání na Vysočině, kde účast byla jen o něco větší, 15 lidí. V dubnu roku 2006 firma Mountfield dává v akci ke kolu zdarma GPS Garmin eTrex Legend. Dříve drahé zařízení se tak dostává do rukou mnohem více uživatelů a tím dochází k masovějšímu rozšíření geocachingu v ČR, což vede v listopadu 2006 k tomu, že se firma [Groundspeak](#) rozhodla ukončit nezávaznou spolupráci s [GC.cz](#), pokud zástupci serveru nepodepíší závazná pravidla o poskytování dat regionálnímu serveru. Ze dne na den uživatelé [GC.cz](#) přišli o všechny nadstandardní výhody zdarma. V březnu 2007 uzavírá GC.cz s Groundspeakiem smlouvu o poskytování dat (upraveno dle http://geowiki.hidden.cz/wiki/Kronika_%C4%8Desk%C3%A9ho_geocachingu, staženo: 1.12.20082008). V současné době je geocaching velice populární, jeho obrovský rozmach je vidět na níže uvedeném grafu. Výhodou tohoto trendu je velké množství skrýší u nás vznikajících, na druhou stranu se mezi hráči vedou ostré diskuse o kvalitě skrýší a negativním dopadu na přírodu. Tím se trochu ztrácí i původní myšlenka poukázat na zajímavá a málo známá místa, neboť zvýšením návštěvnosti hrozí jejich poničení. Vzniká i řada nekvalitních úkrytů na sporných místech, jako je např. smetiště, hřbitov či střed křižovatky. Geocaching jako takový má jen velmi málo pravidel, a proto ze zde setkáme s lidmi nejrůznějšího zaměření a názorů, což u sportů jako je např. orientační běh nebo horolezectví není. Tam je bezesporu potřeba sportovního výkonu a i proto se u lidí provozující tyto sporty předpokládá podobný žebříček hodnot. V geocachingu je jedno, zda se ke skrýši dovezete autem (pokud je to možné) nebo dojedete na kole či doběhnete, což na jednu stranu dává prostor mnoha lidem, na druhou stranu i mnoha názorům, JAK je to správně. Je otázka, jak se geocaching bude vyvíjet dál. Můžeme konstatovat, že podmínky pro jeho provozování jsou v ČR nastaveny více než vhodně.

Vývoj geocachingu v České republice



(Zdroj: <http://derilin.sweb.cz/6.png>, 22.8.2008)

5.5.3. Rozdělení cache

▪ Tradiční cache

Jedná se o nejběžnější typ cache, krabička je ukryta přímo na souřadnicích uvedených v listingu. Většinou je místo ukrytí nějak pozoruhodné, je z něho krásný výhled, jedná se o studánku či skalní reliéf apod. V současné době se již cache od různých majitelů spojují do sérií a jsou cache upozorňující na významné stromy, na známá filmová místa či prameny řek. Některé cache jsou tématické, mohou se do nich dávat jen hračky, přírodniny, ručně vyráběné věci atd..

Řada „kešek“ se musí hledat i podle návodů a hádanek, tedy opět je zde dost prostoru pro děti, aby uplatnily svoji aktivitu a byly to právě ony, kdo pomohou cache objevit (Šauerová, Špačková 2011). S velkým rozmachem geocachingu vznikla i řada otázek ohledně umístění schránek. Velká návštěvnost mnohým místům škodila a devastovala je, proto bylo mnoho cache v přírodních rezervacích archivováno, některé byly upraveny na složitější typ hledání (viz dále).

Příklad: http://www.geocaching.com/seek/cache_details.aspx?guid=92b58e33-61e7-473c-84f5-4123f36ee499

▪ Multi cache

Tato cache se skládá nejméně ze dvou etap, souřadnice v listingu ukazují pouze na výchozí místo. Tam hráč hledá další ukryté souřadnice, případně je na místě s určitou počítatelnou položkou (počet schodů, počet zvířat na informační tabuli atd.), toto číslo

pak dosadí do vzorce uvedeném v listingu a vypočítá souřadnice další zastávky. U mnohých obtížnějších cache hráč předem neví, kolik zastávek bude muset absolvovat.

Příklad cache s dosazováním do vzorce:

http://www.geocaching.com/seek/cache_details.aspx?guid=355e5407-259f-4000-a7cc-62243aff2fd2

Příklad cache s hledáním postupových souřadnic:

http://www.geocaching.com/seek/cache_details.aspx?guid=fedbb2fc-45f2-489a-b351-0a3a0078f931

▪ **Neznámá cache** (mystery cache)

Mystery je taková **cache**, kde nejsou udány souřadnice a hráč je musí získat nějakým výpočtem, vyluštěním šifry, hádanky, vyhledáním v pramenech, zjištěním souřadnic v jiné cache nebo jiným neobvyklým způsobem. Podle nedávné změny pravidel se jako mystery musí označovat i dříve tradiční cache, kde je však k uznání logu potřeba splnit ještě jiný úkol než jen nalézt cache (nejčastěji doložit foto hledání apod.).

Příklad: http://www.geocaching.com/seek/cache_details.aspx?guid=743cca43-8419-44a8-8ca0-976175b02032

▪ **Dopisní schránka** - (letterbox hybrid)

Letterbox je další forma hledání s alespoň částečným použitím stop místo souřadnic (tj. část cesty dle popisu, část dle souřadnic). Povinnou součástí této cache je i razítko cache.

Příklad: http://www.geocaching.com/seek/cache_details.aspx?guid=fb9119f7-f79c-472a-97cd-4fae1ff2d97f

▪ **Earthcache**

Tato cache jako jediná nemá na uvedených souřadnicích schovaný žádný „poklad“. Zakládá se v místech s geologickou či jinou zajímavostí týkající se naší Země. Úkolem je dojít na dané místo, zjistit si o něm informace, které požaduje autor listingu k uznání logu a udělat fotky místa. Vždy záleží na přání autora, jaké podmínky uznání logu stanoví.

Příklad: http://www.geocaching.com/seek/cache_details.aspx?guid=9c88cb40-c7d1-4381-8dc6-f04833547b83

▪ **Event cache**

Event cache je označení setkání hráčů. Tato setkání slouží k seznamování geocacherů, výměně zkušeností, travel bugů a geocoinů. Zvláštním druhem eventu je tzv. CITO event. Jedná se o setkání, na kterém se hráči snaží vyčistit vymezené



území od odpadků a nepořádku, který v přírodě zanechali lhostejní lidé. Je to event spojený s ekologickým chováním geocacherů vůči přírodě.

▪ Závody

V loňském roce u nás proběhly první geocachingové závody s mezinárodní účastí. Soutěžilo celkem čtyřicet družstev, publikováno bylo šedesát cache s různým bodovým ohodnocením podle obtížnosti. Družstva měla jeden až pět členů, podle počtu členů byl stanoven bodový handicap takto: 1 člen 110%, 2 členové 100%, 3 členové 90%, 4 členové 80%, 5 členů 75%. Jak je vidět, pět členů byla opravdu velká ztráta a mít tak velké družstvo se nevyplatilo. O závody byl však veliký zájem, a proto někteří vedoucí družstev přibrali další členy jednoduše proto, aby si mohli také zasoutěžit, šance na výhru se však družstvu výrazně snížila. Každé družstvo dostalo při zahájení závodu tištěný manuál, kde byly publikovány všechny soutěžní cache s uvedeným bodovým hodnocením.

Celá pravidla a popis akce je uveden na:

http://www.geocaching.com/seek/cache_details.aspx?guid=c14a08ea-b6b2-4937-bd57-a3747e4c130e. Zorganizovat takové závody trvalo týmu lidí přibližně půl roku, proto jde o akci spíše ojedinělou, která se rozhodně nebude pravidelně opakovat.

5.5.4. Trackovatelné předměty

Součástí geocachingu jsou i tzv. **trackovatelné předměty**. Jedná se o tzv. **travelbug**. Travelbug je libovolná věc doplněná o kovový identifikační štítek, zvaný psí známka. Travelbug není předmětem běžné výměny, jako jiné věci umístěné za tímto účelem v cache, ale jeho cílem je putovat z cache do cache. Travelbugy stejně jako cache mají své listingy, v kterých je psáno, kam mají doputovat. Na těchto stránkách je možné sledovat, kudy se po světě předmět pohybuje a kolik už má nacestováno km. Myslím, že právě toto je výborný prostředek k motivaci žáků ve škole. Mohou předmět sledovat, zjišťovat si informace o místech kde se nachází a mimochodem se tak dozvědět řadu zajímavých informací.

Příklad travelbagu:

<http://www.geocaching.com/track/details.aspx?id=668324>.

Podobný typ předmětu je i geocoin. Geocoin je trackovatelná mince opatřená unikátním kódem, podobně jako Travel Bug. Putuje po světě a loguje se stejným způsobem jako on.

Příklad: geocoinu: <http://www.geocaching.com/track/details.aspx?id=824819>.

5.6. Wherigo

Wherigo je nová hra, která se objevila zároveň s prodejem nového přístroje Garmin Colorado. Zatímco Geocaching vznikl mimochodem od uživatele navigačního přístroje, hra Wherigo byla vymyšlena právě pro tento typ přístroje, aby zvýšila jeho prodej. Proto hned od začátku zvedla velkou vlnu diskuzí mezi hráči hry Geocaching a jak se nyní po osmi měsících od jejího uvedení ukazuje, její rozšíření bude pro velkou obtížnost výrazně menší než je tomu u geocachingových skryší.

Zjednodušeně lze říct, že Wherigo je turisticko-navigační dobrodružná hra, při které hráč postupuje podle předem připraveného scénáře. Velmi se podobá počítačovým hrám typu „adventura“ s tím rozdílem, že se nehraje doma u počítače, ale v přírodě. Hráč tak může přímo v terénu interagovat s objekty na cestě, které potká, tj. například až na daném místě, dle toho, co vidí rozhodovat, co bude dále, či se naopak dozvědět další možnosti postupu dle zjištěných indicií. Hra je stejně jako v Geocachingu zakončena skryší, jde tedy vlastně o obdobu multi či mystery cache, ovšem hráč se nikoliv předem z listingu, ale až průběžně na trase dozvídá, co bude dále. Scénáři takové hry se říká Wherigo cartridge a hráč si takový scénář může stáhnout do svého přístroje (např. Garmin Colorado, PDA nebo některé mobilní telefony) na stránkách www.wherigo.com.

Myslím, že největší překážkou pro větší rozšíření hry Wherigo je její velká „přetechnizovanost“. I když časem budou přístroje pro tuto hru cenově dostupnější širší veřejnosti, připravit cartridge hry požaduje programátorské dovednosti a zabere daleko více času než např. uložení cache u geocachingu, a proto si myslím, že se bude jednat o nepříliš rozšířenou hru.

6. KINESIOTAPING

6.1. Historie a současnost kinesiotaingu

Na počátku 70. let, se japonský chiropraktik Dr. Kenzo Kase začal zabývat vývojem metody „kinesiotaingu“, která se vyznačuje užíváním elastických pásek (kinesio tapů). Dr. Kase pátral po metodě sportovního tapingu, která by podporovala hojení poraněných tkání, neomezovala pohyb fascií, průtok krve, lymfy a rozsah pohybu kloubu - což naopak hojící proces potlačuje, jako je tomu u klasických, rigidních tapů.

Od roku 1973 po dobu šesti let, vyvíjel speciální tape (a současně s ním metodiku), jehož struktura a elasticita je velmi blízká lidské kůži. Položil tak nový základ na poli sportovních výkonů, zvládání bolesti a rozšířil možnosti fyzioterapie. Prvně byl kinesio tape aplikován a představen na japonské rehabilitační klinice na pacienta s kloubním onemocněním. Od roku 1980 je dr. Kase publikovaným vědeckým pracovníkem, roku 1982 Kase vydává první knihu o kinesiotaingu. Dr. Kase spolupracoval s japonským volejbalovým reprezentačním týmem, kde si účinky kinesio tapu mohl vyzkoušet na vrcholových sportovcích. Uvádí se, že první velkou sportovní akcí, kde byl kinesio tape použit byly letní olympijské hry v jihokorejském Soulu (1988). Do podvědomí široké veřejnosti se však kinesio tape dostal teprve v roce 2004 na letních olympijských hrách v Athénách. Od té doby se kinesiotaing stal jednou z nejrychleji se rozvíjejících metod sportovní terapie.

K zajištění neustálého rozvoje techniky, založil Dr. Kase Asociaci kinesiotaingu (The Kinesio Taping Association, KTA), a to roku 1984 v Japonsku a roku 1997 v USA.

Od roku 2004 je pobočka KTA také ve Spojeném Království. V roce 2007 byla formována Mezinárodní asociace kinesiotaingu (The Kinesio Taping Association International, KTAI). Asociace se zabývá hlavně klinickými výzkumy, shromažďuje z nich nejnovější poznatky a školí nové odborníky.

V současnosti můžeme hovořit o celosvětovém využití kinesio tapu a zároveň konstatovat, že oproti původnímu účelu je až 85% využití mimo sport. Své uplatnění si dnes kinesiotaing našel ve fyzioterapii, ortopedii, pediatrii, neurologii, ergoterapii, terapii lymfedému a jizvy, preventivní medicíně a dokonce i v medicíně veterinární.

Rádi bychom zdůraznili, že Dr. Kase nebyl v minulosti jediný, kdo se věnoval funkčnímu tapingu, ale zásadním způsobem přispěl k rozvoji této metody díky vývoji speciálního materiálu a v neposlední řadě se zasloužil o propagaci metodiky v celosvětovém měřítku. Funkčním tapingem (i když ve zcela jiné podobě) se ve svém konceptu zabýval například Brüger a v Čechách již dlouhá léta Clara-Marie Helena Lewitová (Hermachová) ve svém konceptu „Fyzioterapie funkce“.

6.2. Vlastnosti TEMTEX kinesio tapu

TEMTEX kinesio tape byl vytvořen, aby se svými vlastnostmi co nejvíce blížil vlastnostem lidské kůže. Proto je i stupeň natažení kůži podobný. TEMTEX kinesio tape lze natáhnout na 140-160% (v závislosti na šíři tapu) své původní délky v podélném směru, aniž by došlo k poškození jeho elastických vláken. Na podkladový papír je již z výroby nanesen s 10-15% napětím. Elastické vlastnosti si po aplikaci udržuje cca 3-5 dní, pak dochází k postupnému ubývání elasticity polymeru.

Tloušťka je podobná epidermis kůže, tím je při správné aplikaci limitováno vnímání kinesio tapu na těle a po zhruba 10 minutách přestaneme zpravidla kinesio tape na kůži vnímat úplně.

TEMTEX kinesio tape je složen z vláken upředených ze 100% bavlny, která umožňuje evaporaci tělesné vlhkosti a rychlé schnutí. Bavlněná příze obaluje vysoce pružná vlákna polyuretanu o síle 70 DEN, zajišťující unikátní roztahitelnost a hlavně smršťitelnost kinesio tapu na svůj původní rozměr po uvolnění tahu.

Je voděvzdorný, jeho nošení dovoluje běžnou hygienu i plavání v bazénu. Neobsahuje latex. Lepidlem je 100% termosenzitivní lékařská pryskyřice, která se aktivuje teplem. Akrylové lepidlo je nanášeno ve zvlněném vzoru napodobující papilární linie bříška prstu, což umožňuje prodyšnost a elevaci kůže. Pro dokonalé přilnutí musí být před aplikací kůže **čistá, suchá, oholená a odmaštěná**. Po sejmutí lepidlo nezůstává na kůži. Obvykle se nevyskytují žádné alergické reakce. Většina podráždění kůže je způsobena přílišným napínáním tapu! Pokud má však klient citlivější kůži, doporučujeme nejprve provést „test senzitivity“. Test provedete aplikací proužku kinesio tapu o velikosti cca 5x5 cm bez napětí na volární stranu předloktí nebo na stěnu břišní a s odstupem cca 24 hodin nebo do objevení první iritace subjektivního či objektivního charakteru, vyhodnotíte reakci před dalším použitím.

Kombinace elastických vlastností, tloušťky a přilnavosti umožňují TEMTEX kinesio tapu přiblížit se kvalitám kůže. Tento design v kombinaci s přesnými aplikacemi tvoří základ metody kinesiotaingu.

6.3. Fyziologie účinku kinesio tapu

Správnou aplikací vhodné techniky kinesio tapu na postiženou oblast aktivujeme přirozenou reflexní odpověď organismu s cílem odstranit patologické změny, čímž umožníme pohybovému aparátu návrat k optimálnímu funkčnímu stavu.

V průběhu nadměrné tělesné zátěže dochází ve svalu postupně k akumulaci laktátu, což vede ke **snížení pH**, které má za následek útlum enzymatických reakcí a vyčerpání (enzymy nepracují, chybí zdroj energie pro další práci). Nízké pH vede k iontové nerovnováze na plazmatické membráně (porušení rovnováhy K^+ , Na^+ , Cl^-) jejíž důsledkem je nižší excitabilita membrány. Laktát tedy sám o sobě není zdrojem bolesti, ale v konečném důsledku způsobuje snížení excitability membrány.

Bolest je způsobena především **mechanickým poškozením buněk**, kdy signály z receptorů každého svalového vlákna snímají mechanické napětí, přičemž hlavním vyvolávajícím faktorem je excentrický svalový stah, a **uvolnění látek z poškozených tkání**. Za hlavní látky účastníky se excitace nociceptorů jsou považovány bradykinin, ionty K^+ , ATP, serotonin, histamin, neuropeptidy- substance P, CGRP, somatostatin, NO...

Současně dochází k **akumulaci vody ve svalu**. Obecně větší prokrvení svalu vede k většímu prostupu H_2O z kapilár (difuzí). Vlastní akumulace H_2O ve svalu je způsobena změnou osmolarity. V případě ECP je aktivním iontem K^+ , který je během excitace svalových buněk Na^+/K^+ pumpou pumpován ven z buňky. To vede ke zvýšené osmolaritě prostředí a zadržování vody. U ICP se H_2O hromadí díky osmóze H^+ (z laktátu) a volnému fosfátu. H_2O jde aquaporiny do buněk (do prostředí s vyšší osmolaritou), kde je díky tomu zadržována. Dochází k imbutu svalových vláken. Výsledkem je **redukce prostoru mezi kůží a svalem**. Jelikož jsou v tomto prostoru uloženy i nutritivní a lymfatické cévy, dochází následkem zvýšeného tlaku k jejich kompresi, zhoršení cirkulace, žilnímu městnání a následně ischemii vyživovaných

tkání. Hromaděním metabolitů ve svalové tkáni vzniká opětovně snížení pH, bolest, a tím se de facto uzavírá circulus vitiosus. Přetrvávají-li tyto patofyziologické změny ve svalové tkáni, může dojít k metabolickému selhání a při prolongaci dokonce k postižení funkce i struktury.

Aplikací kinesio tapu oslovujeme kožní receptory, potažmo CNS a skrze jeho elastické vlastnosti dosahujeme terapeutického efektu:

- zvrásnění a elevace kůže, čímž dojde k dekompresi intersticiálního prostoru;
- snížení městnání v krevním a lymfatickém řečišti (zvýšení prokrvení);
- zmírnění otoku;
- redukce tlaku a dráždění nociceptorů, jejichž důsledkem je snížení bolesti;
- neuroreflexní modulace prostřednictvím volných nervových zakončení, Meissnerových tělísek, Vater-Paciniho tělísek, Merkelových disků, Ruffiniho tělísek, aj.;
- podpory svalů;
- regulace svalového tonu ve smyslu facilitace, jehož výsledkem je zkvalitnění svalové kontrakce, nebo inhibice vedoucí k redukcí únavy přetížených svalů;
- snížení možnosti svalových křečí a zranění;
- korekce kloubní funkce, stimulace proprioceptorů;
 - úprava pohybového vzorce;
 - zvýšení stability v kloubním segmentu;
 - centrace kloubu díky normalizaci svalového tonu;
 - zlepšení rozsahu pohybu;
 - snížení bolesti;
- obnovení toku krve a lymfy;
- snížení nadbytečného tepla a zánětlivých exsudátů ve tkáních;
- redukce zánětu a bolesti;
- aktivace endogenního analgetického systému;
- zlepšení kinestezie.

Souhrnně bychom mohli účinky kinesio tapu definovat jako biomechanické, neurofyziologické a trofotropní.

6.4. Výhody kinesiotapingu

Kinesiotaping nabízí oproti standardním terapeutickým postupům jako je bandážování, ortézování či fixační taping řadu výhod:

- přizpůsobivost nepravidelnému povrchu - kinesio tape se dá snadno upravit na požadovanou velikost a tvar, je schopen kopírovat pohyb;
- snadné osvojení si tapovací techniky;
- umožňuje současné použití s dalšími terapeutickými postupy (kinesioterapie, vodoléčba, elektroterapie, kryoterapie, manuální medicína, akupunktura, aj.);
- dosahujeme maximálního terapeutického efektu, bez vedlejších nežádoucích účinků;
- kinesio tapem ošetřený segment má plnou funkčnost, není omezená cirkulace krve, lymfy a ROM;

- zachování funkce vede k stabilizaci úrovně psychiky, mluvíme o tzv. psychosociální funkci kinesio tapu;
- eliminuje bolest a usnadňuje možnosti zatížení segmentu při pohybu;
- zapojením neurohumorálních okruhů urychluje hojení postižených tkání;
- možnost 24 hodinové terapie po 1-5 dní.

6.5. Indikace a možnosti využití

Terapeutické využití kinesio tapu vychází z obecně platných principů neurofyzologie, umožňujících aktivaci těla vlastních reparačních schopností, při zachování možnosti přirozeného pohybu.

Svaly nejsou jen prostředkem k vykonávání pohybu, ale svou činností jsou důležité i pro další funkce organismu (podpora žilního a lymfatického oběhu, udržování tělesné teploty apod.). Proto omezení funkce svalové soustavy, může negativně ovlivňovat funkci organismu a navozovat celou řadu klinických obtíží. Kinesiotaping umožňuje podporu a stabilitu kloubům, vazům a svalům bez omezení cévního zásobení a rozsahu pohybu. S výhodou se také používá jako prevence poranění myoskeletálního systému, a může být i metodou volby při redukci bolesti. Prostřednictvím tapu aplikovaného nad průběh svalu jsme schopni zmírnit bolest, snížit zánět, podporovat sval při pohybu, a to prakticky 24hod. denně.

V současnosti je kinesiotaping široce využívanou metodou přijímanou nejen zdravotnickými odborníky, trenéry, ale i samotnými sportovci. Za poměrně krátkou dobu se stal vhodným doplňkem nejen pro terapii obtíží pohybové soustavy, ale především důležitou součástí prevence a tím snížení rizik potencionálního poranění.

Pro své vlastnosti a rozmanité využití v klinické praxi je kinesiotaping stále více využíván v rámci komplexní terapie poruch hybné soustavy. Ceněnou výhodou kinesio tapu je šetrnost ke kůži a možnost pohodlné aplikace bez omezení, celodenně po dobu 1 až 5 dní. Umožňuje svalstvu ideální napětí, a tím pozitivně působí na krevní oběh a lymfatický tok, čímž podporuje hojení tkání a urychluje kvalitní regeneraci a rehabilitaci.

Indikované diagnózy jsou z celé řady medicínských odvětví od ortopedie, traumatologie, neurologie, pediatrie, sportovní medicíny až po medicínu veterinární. Prostřednictvím kinesio tapu dosahujeme cílů léčby většiny onemocnění - redukci bolesti, otoku a zánětu, relaxace či facilitace svalu.

Z diagnóz lze uvést například:

- neuralgie;
- vertebrogenní algický syndrom;
- skoliózy;
- whiplash syndrom;
- impingement syndrom;
- entezopatie, burzitidy;
- úžinové syndromy;
- periferní i centrální parézy;
- distorze, kontuze, kloubní instabilita;
- deformity nohy a prstů, aj..

Kinesio tape nám pomáhá zkrátit dobu hojení, tím urychlit rekonvalescenci a rehabilitaci, limituje možnost dalšího poškození, poskytuje pocit jistoty a v neposlední řadě slouží jako prevence dalších poranění.

6.6. Kontraindikace

Absolutní kontraindikace nejsou známy. Relativní kontraindikací mohou být:

- hnisavé kožní projevy;
- bradavice;
- pigmentové névy;
- maligní melanom kůže;
- otevřené rány;
- ekzémová onemocnění;
- dermatitidy;
- horečnaté stavy;
- akutní trombózy;
- elefantiáza;
- kardiopulmonální dekompenzace;
- vzácně alergie na složky tapu.

Obezřetní buďte při aplikaci kinesio tapu u:

- diabetes mellitus;
- onemocnění ledvin;
- vrozených srdečních vad;
- závažných hemodynamických změn;
- křehké a hojící se kůže (kůže spálená od slunce apod.);
- těhotenství.

6.7. Základy aplikace kinesio tapu

První podmínkou úspěšného použití kinesio tapu je **přesné vyšetření tkání**, které chceme kinesio tapem ovlivňovat, přičemž samozřejmostí by mělo být opětovné vyšetření po aplikaci. Druhou, neméně důležitou, pak **správná aplikace technik** kinesiotapingu.

Pro kinesiotaping doporučujeme používat kinesio tapy TEMTEX, které svou jedinečnou přilnavostí, prodyšností, hypoalergenními vlastnostmi a elasticitou zaručí požadovaný výsledek.

Kinesiotaping je zcela odlišný od tradičního, fixačního tapování, proto se při jeho aplikaci vyhněte využití technik, které jste do té doby znali.

Klíčem metody je podpora muskulárního a lymfatického systému bez omezení rozsahu pohybu. Prostřednictvím aplikace kinesio tapu na kůži, usnadňujeme tok krve a lymfy, zkracujeme dobu hojení, umožňujeme návrat k normální funkci.

6.7.1. Příprava kůže

Pokožka se díky kožnímu mazu průběžně mastí. Pro dokonalé přilnutí kinesio tapu je tedy nutné **kůži odmastit** (desinfekcí či lihovým přípravkem šetrným k pokožce) a osušit i když klient nepoužil bezprostředně před aplikací kinesiotapu

tělové mléko nebo neabsolvoval masáž. Pokud však ve své praxi využíváte masážní prostředky na lihové bázi, lze po takové masáži kinesio tape nanést přímo. Kůže je zároveň odmaštěná a v kombinaci s vhodnou technikou kinesiotapingu prodloužíte efekt vaší terapie.

Přilnavost a tím i účinek kinesio tapu dále snižuje hodně ochlupená kůže, proto je vhodné místo **oholit** nebo chlupy alespoň výrazně zkrátit.

6.7.2. Příprava kinesio tapu

Konce kinesio tapu **zastříhněte do oblouku**, snížíte tak možnost odlepování zachytáváním o oděv při oblékání, svlékání či běžném pohybu.

Sejměte kinesio tape z podkladového papíru, aniž byste s ním přišli do kontaktu na straně lepidla, a tím snížili jeho adhezi. Nejlépe se osvědčuje technika **roztržení podkladu**. Kinesio tape z podkladového papíru lze sejmut také „sloupnutím“, ale tímto způsobem se nelze vyhnout kontaktu s lepidlem na rubové straně tapu, proto tento postup nedoporučujeme. Sejměte pouze část podkladového papíru potřebnou pro nalepení kotvy kinesio tapu, zbytek až během samotné aplikace.

6.7.3. Nalepení kinesio tapu

Kotva tapu by měla být alespoň 2,5-5cm dlouhá a lepena **vždy bez napětí**, v **neutrální pozici segmentu**. Tím dosáhneme komfortu při nošení, bez pocitu tahání za kůži atp. Kotvu tapu umístěte do anatomického začátku či úponu svalu dle zvolené techniky. Rozhodnete-li se v jedné lokalitě lepit více tapů, můžete je přes sebe vést, nemělo by však dojít k ukotvení či ukončení tapu na jiný tape. Vždy se snažte umístit kotvu i konec na kůži! Tape na tapu nebude nikdy dobře držet a v kombinaci s vnějšími vlivy (odírání o oblečení, namočení) dojde brzy k odlepení.

U všech základních technik je nutné maximální **napětí tkání**, které lze v danou chvíli provést. Správné **napětí kinesio tapu** je u každé techniky rozhodujícím faktorem úspěšné aplikace.

Před jakoukoliv změnou pozice v lepeném segmentu kinesio tape „**zažehlete**“ rychlým třením, tím aktivujete termosenzibilní lepidlo a kinesio tape dobře přilne, což si ověříte při vrácení segmentu do výchozí polohy. Při dodržení popsaného postupu, tedy maximálního protažení segmentu a „**zažehlení**“ v protažení, dojde k zvrásnění a elevaci kůže, což je známkou správně nalepeného kinesio tapu (u základních technik).

Dokonalé přilnutí kinesio tapu získáme cca po 20-30 minutách od nalepení. Během této doby by měla kůže zůstat suchá, proto ho aplikujte 20-30 minut před pohybovou aktivitou, než dojde k pocení. V situacích, kdy budete muset aplikovat kinesio tape v průběhu fyzické aktivity, použijte lepidlo ve spreji, které zajistí perfektní adhezi i v místech s vysokou potivostí, jako je planta nohy či palma ruky.

6.7.4. Odstranění kinesio tapu

Po několika dnech se mohou začít konce kinesio tapu odlepovat. Zastříhněte je a kinesio tape dál ponechte (pamatujte na maximální dobu aplikace, viz. níže).

Úplné odstranění kinesio tapu doporučujeme ve směru růstu chlupů dvěma způsoby. U prvního prsty jedné ruky přidržujeme konec kinesio tapu a palcem druhé ruky oddalujeme kůži. Druhý způsob využívá rolování kinesio tapu z povrchu kůže za

současného vydatného poklepu na odlepovanou oblast ke snížení vnímání bolestivých vjemů. Jsou-li na některých partiích i tyto způsoby odstraňování kinesio tapu nepříjemné, sundávejte ho „za mokra“ ve sprše nebo s použitím minerálních olejů či mýdla s uplatněním výše zmíněných postupů. Zakoupit můžete i speciální removery určené k odstranění kinesio tapu.

Kinesio tape necháváme 1-5 dní (dle použité techniky), 24 hodin denně. Pro opakování stejné techniky na stejné místo, je vhodné ponechat mezi aplikacemi alespoň 1-2 dny pauzu pro regeneraci kůže a receptorů. Během této doby doporučujeme kůži promastit a jemně promasírovat.

Základní bezpečnostní pravidla

Nesundávejte kinesio tape rychlým strhnutím! Může dojít k podráždění pokožky, vyvolání bolesti a zarudnutí. U lymfedému a v případě trofických změn kůže (napjatá, křehká kůže) byste mohli způsobit její traumatizaci a odtržení.

Nalepený kinesio tape nevystavujte zdrojům tepla - nenavštěvujte s ním saunu, k vysoušení neužívejte fén. Lepidlo by mohlo až agresivně přilnout ke kůži. Po namočení kinesio tape neosušte rychlými třecími pohyby, ale poklepem ručníku. Zabráníte tak odlepení okrajů.

Nepřikládejte kinesio tape na citlivá místa, jako je axila, inguina či vlasová část zátylku.

Při zhoršení obtíží, iritaci či vegetativní reakci klienta kinesio tape ihned odstraňte (respektive ho o této skutečnosti poučte)!

Vzhledem k tomu, že kinesiotaping není procedura hrazená zdravotními pojišťovnami, nenuťte klienta k užívání kinesio tapu.

Nenechávejte kinesio tape na kůži déle než 3-4 dny (v případě základních technik), u některých korekčních technik (fasciální, lymfatická) 5 dní. Existuje několik důvodů, proč není vhodné kinesio tape nechávat déle: hygienické aspekty, klesající elasticita polymeru, keratinizace kůže- v závislosti na cyklu obnovy pokožkových buněk, tape ponechaný 7 a více dní na kůži hůř drží (závisí na kvalitě pokožky, stáří,... atp., individuální záležitost), adaptace receptorů na daný podnět. U malých dětí (minimálně do 1 roku věku) doporučujeme ponechávat kinesio tape přibližně poloviční dobu co u dospělých (dle reakce dítěte) nebo v řádech hodin. Dětský organismus má rychlejší metabolismus, srdeční i dechovou akci, citlivější pokožku a tudíž je i vnímavější na stimulaci receptorů.

6.7.5. Výběr tvaru kinesio tapu

Základními tvary jsou „Y“, „I“, „X“, „vějíř“, „sít“ a „donut hole“. Tvar a délku kinesio tapu vybíráme podle velikosti ošetřované oblasti a požadovaného účinku.

„Y“ tape

Je nejčastější formou aplikace. Využívá se hlavně v základních technikách k ovlivnění svalu. Po nalepení kotvy kinesio tapu jednotlivými pruhy („tails“) obkružujeme svalové bříško. Můžeme zvolit i rozstřížení na 3 pruhy a prostřední vést přímo přes svalové bříško.

„I“ tape

Může být použit namísto „Y“ tapu. Využíváme ho zejména v akutní fázi, kdy potřebujeme snížit otok a bolest. „I“ svalové břicho neobkružujeme, ale vedeme ho přímo přes postiženou oblast. Po odeznění akutní fáze lze změnit za „Y“.

„X“ tape

Zvolíme v místech, kde se začátek a úpon svalu mění v závislosti na pohybu, jako je tomu například u mm. rhomoidi. Konce prostřižené do „X“ pomáhají lépe rozptýlit napětí tapu na kůži.

„Vějíř“

Používáme k lymfatické drenáži. Kinesio tape rozstříhneme na 4-8 pruhů, dle zvolené šíře kinesio tapu. Kotvu tapu lepíme do místa lymfatické uzliny a pruhy tapu vedeme přes oblast otoku.

„Síť“

Je modifikovaný vějíř. Kinesio tape rozstříhneme od středu na 4-8 pruhů (dle šíře kinesio tapu), ale kotva i konec tapu zůstanou nerozstřižené. Vhodný v oblasti velkých kloubů.

„Donut hole“

Vznikne prostřižením otvoru uprostřed „X“ tapu. Otvor umístíme přímo nad léčenou oblast. Využíváme hlavně v místech kostěných výběžků, k „nadlehčení“ a lokálnímu snížení otoku v dané partii. Efekt umocníme kombinací 2-4 „donut hole“ umístěných křížem přes sebe s mírným napětím v maximálním rozsahu pohybu kloubu.

6.7.6. Výběr velikosti a barvy kinesio tapu

TEMTEX kinesio tape nabízí šíři 2,5cm, 5cm a 7,5cm v délce 5m. Šíři tapu volíme podle proporcí klienta a velikosti ošetřované plochy. Nejčastěji využívaná je 5cm šíře. Kromě těchto standardních velikostí, můžete v nabídce najít i tzv. „cross tape“, předsekaný kinesio tape do tvaru mřížky k lokálnímu ošetření trps a bolestivých míst.

Podle čeho vybrat barvu kinesio tapu? Tato otázka je často diskutovaná a odpovědi na ni se velice liší. Pokusíme se ji tedy vysvětlit a téma „**funkce barev kinesio tapu**“ uvést na pravou míru. Nejčastěji kladené dotazy jsou: „Mají ty barvy nějaký vliv a význam?“, „Je pravda, že čím tmavší tape, tím je tužší?“ Tak tedy: metoda vznikla původně v Japonsku, v tradiční zemi, kde vládne odlišná životní filozofie, než u nás na „Západě“. Pod vlivem těchto východních učeních, jako je Jin a Jang, Feng-šuej apod., jsou barvám kinesio tapu přisuzovány různé vlastnosti, podle nichž se pak řídí využití kinesio tapu. Např.: modrá chladí, červená hřeje, béžová je neutrální barvou, kterou můžeme použít kdykoliv atp. Jiné vysvětlení pro tyto vlastnosti lze najít i pomocí fyzikálních jevů: červená barva je v barevném spektru tmavší než modrá, absorbuje více světla a tepla, a proto pod aplikovaným červeným tapem můžeme cítit mírné zvýšení teploty. Modrá, je v barevném spektru světlejší, a tak bude světlo spíše odrážet a pod aplikovaným modrým tapem může dojít k mírnému snížení teploty. Zabýváte-li se některou z Čínských filozofií nebo psychologií barev, kde její výběr hraje významnou roli, volte barvu kinesio tapu podle těchto pravidel. V souladu s naším západoevropským smýšlením si dovoluujeme říci,

že takové účinky kinesio tapy nemají. Dostaví-li se pocit tepla, děje se tak pro fyziologické účinky kinesio tapu popsané výše (zvýšení prokrvení v dané oblasti díky zvrásnění a elevaci tkání). A druhá odpověď, týkající se míry tuhosti kinesio tapu v závislosti na barvě: rozhodně tomu není tak, jako u barevných expanderů používaných k posilování, kde čím tmavší barva, tím jsou tužší a kladou větší odpor. Podstatu kinesiotapingu tvoří jedna ze základních a nejdůležitějších vlastností kinesio tapu - jeho pružnost podobná lidské kůži. Bylo by tedy nesmyslné vyrábět kinesio tapy tužší.

Jak tedy zvolit barvu kinesio tapu? Osvědčený způsob je po společné domluvě nechat výběr barvy kinesio tapu na klientovi. Často si vybírají barvy podle oblíbenosti nebo barevné příslušnosti k sportovnímu klubu či volí tělovou běžovou, když nechtějí na nalepený kinesio tape upozorňovat. Všechny barvy TEMTEX kinesio tapu jsou vyráběny s identickými vlastnostmi!

TEMTEX kinesio tape si můžete vybrat v barvě běžové, bílé, žluté, oranžové, růžové, červené, fialové, modré, zelené a černé v klasické verzi („TEMTEX Classic“) nebo ve verzi „TEMTEX Tourmaline“. TEMTEX tape Tourmaline obsahuje ve svém lepidle prášek z jemně rozemletého polodrahokamu turmalínu. Název „turmalín“ pochází z indického slova "turmalí", "kámen který přitahuje popel". Turmalín po zahřátí v ohni přitahuje popel, což je způsobené jeho piezoelektrickými vlastnostmi. Tento efekt je výsledkem citlivosti turmalínu na jakékoliv teplotní změny, tedy i změny tělesné teploty, při nichž dochází ke generování elektrického napětí deformací krystalu. Deformací se ionty opačných nábojů od sebe vzdálí. Na jednom konci krystalu jsou tak kladné a na druhém záporné ionty, jejichž působení zvyšuje aktivitu buněk, harmonizuje rozložení iontů v těle při zánětu, zlepšuje tak průběh hojení, redukuje bolest, čistí krev a zklidňuje nervovou soustavu. Kromě toho kinesio tapy s turmalínem mají zvýšenou přilnavost ke kůži.

6.8. Devatero na konec

Má-li být vaše léčba pomocí kinesio tapu efektivní, myslete na několik důležitých zásad:

- Nejprve si osvojte základní techniky, než začnete používat techniky korekční.
- Pamatujte na přípravu kůže, správné sejmutí kinesio tapu z podkladového papíru, výběr tvaru a šíře, protažení tkání, směr aplikace, aktivaci lepidla a odstranění kinesio tapu.
- Respektujte anatomické skutečnosti. Při základních technikách na svaly dbejte na nalepení kotvy do místa anatomického začátku či úponu svalu. Vždy je lepší kinesio tape delší než kratší!
- Rozhodnete-li se lepit více jak jednu vrstvu, první byste měli aplikovat kinesio tape, od kterého očekáváte primární terapeutický efekt (klíčový sval). Každé další vrstvy mohou působit, na místo konkrétního podnětu, rušivě na senzoreceptory.
- Uvědomte si, čeho chcete aplikací kinesio tapu dosáhnout a podle toho zvolte adekvátní techniku! Například, je-li cílem snížení otoku, volte lymfatickou korekci, chcete-li snížit svalovou bolest, volte základní inhibiční techniku na sval spolu s prostorovou korekcí atp.
- Rozlišujte jednotlivá stadia poranění. Prvních 24-72 hodin by měla být aplikována lymfatická korekce, kterou lze poté vyměnit za prostorovou

korekční techniku. Po 72 hodinách je vhodná základní svalová technika případně v kombinaci s některou korekční technikou.

- Nejlepších výsledků dosáhnete, budete-li se držet přístupu, že „méně je více“! Méně vrstev pásek, menší napětí a mírný tlak. Tímto jemným způsobem ovlivňujeme kinesio tapem jednotlivé vrstvy tkání.
- Při první aplikaci klientovi vysvětlíte proč a s jakým cílem tuto metodu užíváte, výhody kinesio tapu a podmínky nošení se zřetelem na okamžité odstranění při jakékoliv iritaci či dekompenzaci stavu. Klient musí mít vždy pocit, že dané problematice rozumíte a víte co děláte, jinak vaše terapie bude mít poloviční efekt.
- Nezapomeňte, že **kinesiotaping je SOUČÁSTÍ komplexní léčby** a měli byste ji vhodně kombinovat s ostatními metodami (manuálními technikami, kinesioterapií, elektroterapií, kryoterapií atd.).

7. URBANISTICKO-ARCHITEKTONICKÁ PROBLEMATIKA WELLNESS

7.1. Vysvětlení pojmů

Wellness životní styl je velmi široký pojem, obsahující řadu podvýznamů. Proto i podmínky pro zřizování staveb pro wellness v urbanisticko – architektonickém kontextu nelze jednoznačně vymezit. Vzhledem k faktu, že se wellnessová zařízení vyskytují často i jako součást rozsáhlejších sportovních komplexů, je třeba vycházet z provozních souvislostí. V plánované výstavbě pro zdravější styl volného času by neměl wellnessový blok chybět. Pojem wellness je širší než jen jeho část – fitness centrum. Úseky wellness jsou často integrovány do zařízení pobytových (typu lázně a velké aquaparky), kde jsou doplňujícími procedurami hlavního provozu. Pro utužení zdraví má větší význam pravidelné cvičení tzv. **exercise wellness a enviromental wellness** (v češtině cvičební wellness a pohyb v přírodě) než **beauty wellness nebo medical wellness**. Užívání komerčních služeb zařízení wellness je propagováno často jako nejlepší model zdravého životního stylu. Obecně s tím nelze nesouhlasit. Služby wellnessových center jsou nedílnou součástí současného pojetí života. Individuelní zdraví jedince se stává obchodním artiklem tržní ekonomiky. Výběr pohybových aktivit však bude vždy bohatší než nabízí jen samotné zařízení wellness. Milovníkům zavedených sportů bude vždy potřeba nabízet také tradiční sportoviště. Vzniknou pak **Centra pohybových aktivit**, kde významnou část tvoří provozy wellnesscentra.

Tato centra je třeba v ČR plánovat a budovat v takovém rozsahu, aby se rychle vytvořila pro pohybové aktivity veřejnosti dostatečná nabídka.

„Vybudování odpovídající sportovní infrastruktury území v souladu s teoretickými výpočty plošných nároků na občana nelze financovat pouze z jednoho zdroje. Potřebné podmínky pro změnu současného nezdravého životního stylu společnosti by se vytvářely neúměrně dlouho. Je proto nutné v projektech kromě kombinace privátního a veřejného financování ještě snížit rozsah výstavby integrovaných center pohybových aktivit tím, že se navrhnou integrované a víceúčelové celky financované z rozpočtů MŠMT, MZ a veřejných rozpočtů měst a obcí.“ *(Citace z obecných teoretických tezí pro přípravu sportovních generelů, autoři textu: doc.ing.arch. Miloš Kopřiva a ing.arch. Zdeněk Šamalik CSc., citát věnovaný urbanistické problematice navrhování sportovní vybavenosti vystihuje stav v současné ČR, který vyžaduje změnu.)*

7.2. Sportovní stavby v osídlení

7.2.1. Plochy pro sport v územním plánování

Územní plány měst a obcí tvoří ze zákona (**Zákon o územním plánování a stavebním řádu č. 183/2006 Sb.**) základní dokument, ve kterém jsou zachyceny stávající i plánované vztahy jednotlivých funkčních systémů osídlení, potřebných pro harmonický život populace a její **trvale udržitelný rozvoj**. Schválením územního plánu zastupitelstvem se tento dokument stává zákonem na období do zpracování

následujícího územního plánu. **Mezi dvěma následujícími územními plány je časový rozdíl asi 15 až 20 let. Měly by po tuto dobu být neměnné,** to se v praxi často porušuje změnami, které bývají účelově schvalovány, což není vizitka kvalitní koncepční politické práce na původním dokumentu. Sportovní a volnočasové funkční systémy se posuzují v každé územně plánovací dokumentaci individuálně podle specifik místních podmínek. Rozhodující jsou **plošné výměry sportovních území vztažené k počtu obyvatel v posuzovaném území.** Pro výpočty se používají tzv. **urbanistické ukazatele**, což je skutečná plocha území vztažená na obyvatele. Sečtené plochy všech sportovišť ve vícepodlažních budovách se přepočítávají na celkové plochy v území. Posudek vychází také z charakteru cílových skupin uživatelů.

Ve společnosti se určité procenta obyvatel zabývá sportovní činností. Zkreslujícím faktorem v území je kapacita diváků v zařízeních vrcholového sportu. Počty diváků vysoce převyšují v řádech dvou desetinných míst počty skutečně sportujících. Proto se vrcholový sport v území neposuzuje ve vztahu plochy území vůči počtu sportujících jako u jiných pohybových aktivit. V zásadě se aktivně vrcholovým sportem zabývá asi 0,2 % populace. Výkonnostním sportem sdružujícím se v klubech se zabývá 5 až 6 % populace a školní mládež, kde se vyučuje sport na základních a středních školách, reprezentuje asi 15 % populace. Největší množství zbývá na sportovně neregistrovanou veřejnost. Je to až 80 % populace.

Doporučené ukazatele ploch na obyvatele jsou v následující tabulce:

Druh pohybové aktivity	m2/obyv. m2/obyv. m2/obyv.		
	plocha	cvičební	užitková urbanistická
Výkonnostní sport:	1,882	2,495	3,493
Pohybová rekreace:	1,415	1,976	2,766
Školní tělovýchova:	1,846	2,372	2,847
Celkem:	5,143	6,843	9,106

7.2.2. Wellness v urbanistickém kontextu

V 21. století by se měla lidská práva rozšířit ještě o právo na svobodný a bezpečný pohyb pro zdraví. K tomu by měly státy včas vytvářet své územně plánovací prostorové předpoklady a finanční zdroje. Také bude třeba vzít na vědomí potřebu **posunout příležitosti volnočasových pohybových aktivit více směrem ke středním a nižším příjmovým skupinám populace.** V současnosti realizují wellness životní styl především bohatší společenské vrstvy. Má-li se ekonomický efekt zdravotní prevence pohybem co nejvíce promítnout do úspor ve státních rozpočtech zdravotnictví, nevyhne se stát systémovějšímu plánování občanské vybavenosti. Vysoký standard služeb wellness zajistí privátní podnikatelské subjekty, celoplošnou nabídku pro střední a nízkopříjmové vrstvy by měl pokrýt komunální sektor. V perspektivě uvedeného rozdělení bude tedy možné stanovit provozovatelskou skladbu aktivit s pozitivním vlivem na lidské zdraví pro větší

spektrum populace než dosud. Včera bylo pozdě. Předstih pro územně plánovací přípravu ve vazbě na realizaci je 15 až 20 let. Co se naplánuje koncepčně nyní, se bude provozovat až v další generaci. Vzhledem k tomu, že planeta Země má fixní dimenze, je třeba pohybové aktivity z pohledu záboru ploch území začít plánovat velmi efektivně. V praxi se bude jednat o integrovaná a víceúčelová řešení. Nabídka cvičebních programů wellness má obsahovat nejvíce pohybových činností, které je možno provozovat celoročně. Člověk, který chce své zdraví udržet vlastní pohybovou aktivitou by se měl pravidelně pohybovat min. 2 x za týden po dobu min. 2 hodin. Většinou se pohybové aktivity kombinují s pohybem ve vodě (plaváním, podvodními masážemi apod. **Nejdůležitější pro územní plánování sportovní vybavenosti je nalezení optimálních proporcí mezi plochami krytých a venkovních zařízení.**

Ekonomie provozu nemilosrdně dokazuje, že sezónní užívání venkovních ploch pro pohybové aktivity je ztrátové. Nemají-li být v komunálních centrech pohybových aktivit **outdoor plochy** nevyužité, je třeba hledat jejich víceúčelové využití. Minimálně rozšířením **využití na letní a zimní období a změnou režimu v týdnu a o volných dnech.**

Z průzkumu návštěvnosti krytých zařízení je zřejmé, že nejsou rovnoměrně využívána v čase. Tomu se skladba aktivit ve wellness, zaměřených na různé cílové skupiny návštěvníků, musí přizpůsobit.

Urbanismus, disciplína zabývající se prostorovou tvorbou osídlení v krajině, je pro funkční systémy územního plánování sportu a wellness velmi důležitý. V zemích, které neprocházely ve své minulosti přirozeným vývojem společnosti, důležitost sportovního urbanismu nabývá na důležitosti. Totalitní politické vlády (v ČR komunistická vláda) preferovaly vrcholový sport a státní reprezentaci, kterým poskytovaly velkou finanční podporu z veřejných financí. Setrvačnost tohoto pojetí plánování sportu bohužel přežívá v ČR i po dvaceti letech od změny politického uspořádání. Pro pohybové aktivity nejpočetnější cílové skupiny uživatelů sportu, kterou je veřejnost, není k dispozici potřebný rozsah sportovních ploch ani finančních zdrojů pro výstavbu odpovídajících zařízení.

Metodou, jak rozmístit optimálně sportovní vybavenost pro veřejnost v území, je **posuzování spádových oblastí**. Aby si centrum pohybových aktivit nebo wellnesscentrum našlo pro svůj provoz potřebné množství návštěvníků v čase (návštěvníký potenciál spádové oblasti), mělo by mít v docházkové vzdálenosti (cca 15 min. chůze) určitý minimální počet trvale bydlících a trvale zaměstnaných osob.

Dalším fenoménem ovlivňujícím posuzování místa je jeho stávající urbanistická konfigurace, kterou ovlivňuje reliéf terénu, orientace a hustota zastavění, výška budov (počet podlaží) a ve městech hlavně situování stávajících terminálů městské hromadné dopravy.

7.3. Provozní uspořádání místností ve wellness

Nejpotřebnějším provozem, který má největší zdravotní účinky, je cvičební forma wellness. Nabídka cvičebních programů wellness a fitness obsahuje nejvíce pohybových činností, které je možno provozovat celoročně (např. cvičení aerobiku, spinning). V praxi se většinou tyto pohybové aktivity nejvíce kombinují s pohybem ve vodě (plaváním, podvodními masážemi apod.). Stylingový wellness jako jediný ze čtyř hlavních provozů wellness vůbec nepracuje s pohybovou aktivitou. Jeho ústřední provozy jsou většinou součástí větších celků (kosmetika, kadeřnictví, péče o nehty, manikura a pedikura). Běžně není nezbytné provozy stylingového wellness vybavovat šatnami. V předprostoru je ale nutná čekárna a oddělená WC. Integrovaní cvičebního wellness do větších celků, tvořených tradičními sportovišti umožní vznik Centra pohybových aktivit. Důležitou ambicí center pohybových aktivit by se měla stát zábavná forma pohybu. Mnoho sportovních disciplín tuto zábavu v neregistrované podobě představuje (tenis, beachové sporty, in line, lezecké stěny, squash, bowling a další). Ideální model aktivní formy trávení volného času ve wellnessovém provozu má vyváženou skladbu mezi sportovními, relaxačními a stylingovými provozy. Současně je třeba paralelně nacházet optimální plošné proporce mezi jeho krytými a venkovními zařízeními. Pro zlepšení zdravotní kondice širokého spektra obyvatel měst, nejvíc v sektorech s koncentrovanou zástavbou, je cílevědomá snaha o integraci doplněním stávající sportovní vybavenosti ve vhodných lokalitách do profesionálně vedeného Centra pohybových aktivit asi jediným řešením. Jeho urbanistická poloha a možnost bezpečné docházky z okolí je hlavním kritériem při výběru vhodné lokality.

Další dvě formy wellness jsou charakterizovány atraktivitou funkcí a prostředím, ke kterým se přidružují. Je to pohyb v přírodě a turistika, kde jsou wellness aktivity jednoznačně vázány na kvalitní a dostatečně velké plochy parků nebo na dlouhodobější pobyt v přírodě většinou poměrně daleko od oblasti bydliště konzumentů. Zde je důležitá provozní vazba na kvalitní hotelová zařízení (u velkých vodních ploch, moře nebo v horském přírodním prostředí).

Ekonomie provozu nemilosrdně dokazuje, že sezónní užívání venkovních ploch pro pohybové aktivity je pro jejich provozovatele neziskové. Je třeba pro venkovní plochy hledat mnohem širší celoroční a spíše víceúčelové využití odlišné pro letní a zimní období. Nezbytná bude i změna režimu využití během pracovního týdne a o volných dnech.

Poslední typ wellness se logicky integruje do již existujících lázeňských zařízení. Lázeňská wellness jsou vždy urbanisticky situována poblíž stávajících lázeňských zařízení, jsou proto také pobytová a utužení zdraví pravidelně opakovaným pohybem významně nepřispívají.

Pro co největší rozšíření zdravého životního stylu ve společnosti je tedy **nejdůležitější forma cvičebního wellness integrovaného v centru pohybových aktivit**. Sledování návštěvnosti v provozním cyklu krytých provozů wellness ukazuje, že nejsou rovnoměrně využívána v čase. Logicky existují slabé hodiny provozního času, kdy jsou zařízení téměř prázdná. Oproti tomu například během volných dnů a svátků praskají ve švech.

Jak tedy takové stavební programy plánovat? Jednou z možností je hledání optimální podoby využití plánovanou proměnou cílových skupin návštěvníků v čase. **Integrovaní více cílových uživatelů do jednoho celku** se znalostí jejich nároků může přinést nezanedbatelné provozně ekonomické efekty a pomoci zlepšit i využití místní vybavenosti.

Vzhledem k tomu, že dosud není mnoho realizovaných příkladů výše uvedeného pojetí, jsou principy definovány pouze na provozních schemech a ideových urbanistických studiích.

Dalším neméně důležitým aspektem při hledání vhodné lokality pro plánování nové výstavby centra pohybových aktivit jsou **stávající urbanistické podmínky místa**. Málokdy se v ideální docházkové vzdálenosti (tj. cca 15 min bezpečné chůze z místa bydliště) najde volná plocha velikosti několika hektarů potřebná k realizaci takového záměru. Využitím stávající spádovosti základních a středních škol v území, které mají povinnou školní tělovýchovu (obvykle je zde tělocvična a venkovní areál) lze dostavbou vyřešit nárok centra pohybových aktivit na plochu v území. Je zřejmé, že do komplexu se nejčastěji v místních podmínkách budou vkládat 25 m nebo menší plavecké bazény určené výuce v plavání školních dětí (ne však při všech centrech) a především wellness kryté a venkovní provozy.

Největším problémem uváděné filosofie plánování integrovaných Center pohybových aktivit v území **bude schopnost domluvy mezi rezortem školství a komunální politickou sférou místa**, jak taková zařízení vybudovat a provozovat.

Přitom můžeme jednoznačně prokázat na příkladech rozborů zdravotního stavu populace v USA, odkud k nám před 20 lety importovali současný konzumní životní styl, jak se jednotlivé škodlivé vlivy dnes v USA podílejí na zdraví obyvatel. Máme-li předcházet stavu, který u nás, nedojde-li do té doby ke změně životního stylu, nastane zhruba za 20 let, je třeba neprodleně vymezovat a schvalovat v územních plánech měst a velkých obcí plochy vhodné pro výstavbu Center pohybových aktivit.

Pohyb návštěvníků se odehrává ze vstupní haly s recepcí přes úpravný k převlékacím šatnám. V integrovaném centru pohybových aktivit je nutné dbát na odpovídající dispoziční řešení šaten návštěvníků. **Primárně se oddělují** šatnové plochy a umývárny pro **venkovní provozy od šaten krytých provozů**. Navrhování společných šaten s převlékacími boxy nebo oddělování šaten podle pohlaví je třeba posuzovat v souvislosti s hygienickou čistotou provozů. **Šatny venkovních sportů nelze vybavovat převlékacími boxy**, proto jsou oddělené i podle pohlaví. Větší provozy wellness propojené s plaveckými bazény a vodními atrakcemi se zřizují často se společnými šatnami. Jsou výhodné pro rodiny s dětmi.

Samostatné prostory (s odděleným mikroklimatem interieru) se navrhují pro suché a mokré provozy wellness. A to i v případě, že oba provozy mají společnou šatnu. Saunové provozy je ze stejných důvodů výhodné oddělit od bazénových provozů.

Suché provozy je nutné mezi sebou oddělovat z akustických důvodů. Sály pro aerobik nebo jiné prostory určené ke skupinovým cvičením podle hudby musí být řešeny odděleně od šaten a fitnessových posiloven.

Všechny provozy v suché i mokré zóně jsou vybaveny samostatnými WC s předsíněmi. V gastronomických doprovodných zařízeních, která jsou vložena do veřejných nebo čistých provozů je nutné navrhnout také samostatná WC

s předsíněmi. Projektanti respektují speciální hygienické normy pro veřejné bazény, sauny a koupaliště v kontextu konkrétního architektonického a provozního řešení. Zásadní hygienické požadavky jsou také na osvětlení a proslunění místností denním světlem.

Doporučuje se vkládání dílčích menších šaten se skříňkami mezi bazénové a saunové provozy wellness.

7.3.1. Architektonická pojetí soudobých krytých wellnesscenter

Zařízení pohybových aktivit a wellnesscentra mají mít kromě zdravotně sportovního poslání i společenský charakter. Jsou místy pravidelného setkávání místních věkových skupin obyvatel a proto je třeba dbát na jejich vnější i vnitřní design. Venkovní architektonická řešení se liší v pojetí podle formálně architektonického názoru autorů. Soudobý výzkum a aplikace membrán v architektuře postupně nahrazují tradiční okna foliovými víceplášťovými plochami, které se vyrábějí jak transparentní, tak i se stínícím potiskem. Foliové plochy nevyžadují údržbu (jsou samočistící), odolné proti požáru a mají vynikající tepelnětechnické vlastnosti. **Provozovatelé mohou významně ovlivnit především atmosféru interiérů wellnessových staveb.** Příznivou vnitřní atmosféru ve wellness podporuje maximální možná otevřenost dispozice a oddělení některých provozů **transparentními stěnami ze skla**, které umožní přehledný pohyb v budově. Z psychologického hlediska se doporučují světlé barvy, které podporují pocit čistoty, zejména v mokrých zónách. Místo klasického sedacího nábytku se využívají ohřívací lavice s oblými obrysy. Jednou z velmi důležitých složek uvnitř wellnessového centra je **rozsáhlé situování zeleně v interieru**. Všechny podlahové prvky mokré zóny včetně hran by měly mít obložení se zaručenou protiskluznou úpravou.

7.3.2. Soudobé stavební technologie v krytých wellness provozech

Stavební technologie konstrukcí ve wellness se v zásadě neliší od jiných typů staveb. Design používaný v soudobých wellnessových provozech maximálně upřednostňuje **oblé tvary stěn a sprchových boxů**. Obdobně jako ukončující prvky vířivek a bazénků se stavebně realizují dle architektonického návrhu v zaoblených tvarech, určených k obkládání **mozaikami s drobným formátem prvků**. Drobnou mozaiku je možné nalepovat na předem připravené prvky stěn a paravanů, provedených z **dílců extrudovaného polystyrenu**, potažených perlinkou, tmelem a následně mozaikovým obkladem. V předstihu se do dutin instalují před obkladem potřebné rozvody. Typickými prvky uvedené stavební technologie jsou **šnekové sprchové boxy**. Pro dosažení příjemného pocitu jsou důležité také prvky umělého osvětlení interieru. Zde se liší mokrá a suchá zóna tím, že v mokré (zejména saunové) části se svítidla zapouštějí do stěn a podhledů. Suché provozy naopak využívají designu běžně vyráběných svítidel pro interier.



Evropský sociální fond
Praha & EU: Investujeme do vaší budoucnosti

Prof. PhDr. Václav Hošek, DrSc.

PhDr. Jiří Kirchner, Ph.D.

Bc. Jitka Kobrová

Ing. Miloš Kopřiva

Bc. Daniela Lojková

Dr. Ludmila Vacková, Ph.D.

Trendy ve wellness – vybrané kapitoly

1. vydání

ISBN 978-80-904815-9-6.

Tento studijní materiál byl vytvořen v rámci projektu Inovace studijního programu Sportovní a kondiční specialista, registrační číslo CZ.2.17/3.1.00/33348



Evropský sociální fond
Praha & EU: Investujeme do vaší budoucnosti



Evropský sociální fond
Praha & EU: Investujeme do vaší budoucnosti