

ZÁPADOČESKÁ UNIVERZITA V PLZNI

FAKULTA EKONOMICKÁ

Bakalářská práce

Vztah Čechů k lázeňství a jeho význam pro cestovní ruch

The relationship of Czech people to spa and its importance for tourism

Michaela Maršánová

Plzeň 2022

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma

„Vztah Čechů k lázeňství a jeho význam pro cestovní ruch“

vypracovala samostatně pod odborným dohledem vedoucí bakalářské práce za použití pramenů uvedených v přiložené bibliografii.

Plzeň dne 22.4.2022

v. r. Michaela Maršánová

Poděkování

Tímto bych ráda poděkovala paní Ing. Elišce Vildové, Ph.D., vedoucí bakalářské práce, za cenné rady, věcné připomínky a za její vstřícnost a ochotu při konzultacích.

Dále bych chtěla poděkovat zaměstnancům Institutu lázeňství a balneologie, kteří se podíleli na výzkumu, jehož výsledky bylo umožněno použít při zpracování práce a také děkuji všem zaměstnancům lázeňských zařízení za ochotu a poskytnutí informací, které přispěly ke zpracování této práce.

Obsah

Úvod.....	6
1 Charakteristika cestovního ruchu	8
1.1 Cestovní ruch v České republice	8
2 Lázeňství	10
2.1 Funkce lázeňství	10
2.2 Historie lázeňství.....	10
2.3 Význam lázeňství	11
2.4 Klasifikace lázeňských služeb.....	12
2.4.1 Léčebné služby	13
2.4.2 Ubytovací služby.....	13
2.4.3 Stravovací služby	14
2.4.4 Společensko – kulturní služby.....	14
2.5 Klasifikace lázeňských zákazníků.....	14
3 Lázeňství v České republice	16
3.1 Charakteristika českého lázeňství	17
3.2 Lázeňská profesní a zájmová organizace a instituce v České republice	17
3.3 Význam lázeňství v České republice	18
3.4 Lázeňská místa v České republice	19
3.5 Marketing v lázeňství	20
3.6 Postavení lázeňství v cestovním ruchu.....	21
3.7 Vztah cestovního ruchu a lázeňství.....	21
4 Nové trendy v oblasti lázeňství.....	23
4.1 Trendy z Evropy	23
4.2 Trendy v českém lázeňství	23

5	Covid-19 a lázeňství.....	25
5.1	Postcovidová léčba v lázních.....	25
5.2	Voucher na lázeňský pobyt.....	26
6	Vztah Čechů k lázeňství	28
6.1	Cíl a metodika výzkumu	28
6.2	Výsledky dotazníkového šetření.....	28
6.3	Návrhová část	43
6.3.1	Volnočasové aktivity v lázeňském místě.....	43
6.3.2	Propagace pomocí sociálních sítí.....	47
	Závěr	50
	Seznam použitých zdrojů	52
	Seznam tabulek	56
	Seznam obrázků	57
	Seznam grafů.....	58
	Seznam použitých zkratk a značek	59
	Seznam příloh.....	60
	Přílohy	
	Abstrakt	
	Abstract	

Úvod

Cestovní ruch lze považovat za globální fenomén dnešní doby. Jsme s ním téměř všichni spjati ať už jakožto účastníci cestovního ruchu, místní obyvatelé ve střediscích cestovního ruchu nebo jako zaměstnanci služeb v oblasti cestovního ruchu (Kotíková, 2013). Naplňuje potřeby poznání, odpočinku, kulturního či sportovního vyžití, lázeňské péče nebo neobvyklých zážitků účastníků (Drobná & Morávková, 2004). Stále je třeba cestovní ruch rozvíjet a podporovat jeho rozvoj (Kotíková, 2013). Jedním z oborů, kterému je potřeba na území České republiky věnovat zvláštní pozornost, je lázeňský cestovní ruch.

Lázeňství v České republice má své kouzlo a půvab nejen díky léčebným metodám s využitím přírodních zdrojů, ale také díky zajímavé a krásné přírodě, kterou jsou lázně obklopeny. Nechybí ani historická architektura a kulturní život. Mezi nejnavštěvovanější místa patří především Karlovarský kraj, který je bohatý právě na výskyt přírodních zdrojů a už léta láká i zahraniční turisty. České lázeňství má dlouholetou tradici a tvoří významnou součást cestovního ruchu v České republice.

Tato bakalářská práce je zaměřena na vztah Čechů k lázeňství a vývoj jejich vztahu v době pandemie. Jaký vztah k lázním mají jejich klienti a na druhé straně jejich zaměstnanci. Zabývá se také významem lázeňství ve vztahu k cestovnímu ruchu a vysvětluje všechny pojmy s lázeňstvím spojené.

Cílem této bakalářské práce je zjistit postoj českého obyvatelstva ve vztahu k lázním. Zjistit rozdíly ve vnímání tohoto oboru cestovního ruchu jeho zaměstnanci a jeho klienty, kteří lázně navštívili, či navštěvují. Pomocí dotazníkového šetření bude zjištěno, do jaké míry pandemie Covid-19 lázeňství ovlivnila a jak tuto změnu vnímají Češi.

První kapitola práce se zaměřuje na charakteristiku cestovního ruchu obecně a poté vysvětluje charakteristiku cestovního ruchu v České republice. Zkoumá také vývoj cestovního ruchu v ČR.

V druhé kapitole se autorka zaměřuje na lázeňství, jeho charakteristiku, historii, význam a také funkci. Kapitola také obsahuje klasifikaci lázeňských služeb a jejich podrobný popis a dále také klasifikaci lázeňských zákazníků dle druhu pobytu.

Třetí kapitola je věnována lázeňství v České republice. Vysvětluje, proč je lázeňství pro ČR tak významným oborem, jaké má postavení, zaměřuje se na jeho vztah vůči

cestovnímu ruchu a prověřuje návštěvnost českých lázní. Autorka se v této kapitole také zaměřuje na lázeňská místa v České republice a uvádí ta nejvýznamnější z nich.

Čtvrtá kapitola přináší pohled na nové trendy v oblasti lázeňství. Nejdříve jsou uvedeny trendy v evropském lázeňství a poté je podkapitola věnována trendům v českém lázeňství.

Další kapitola se zaměřuje na aktuální a stále přetrvávající téma a tím je pandemie Covid-19. Autorka se v kapitole zaměří především na to, do jaké míry byly lázně postiženy touto pandemií a jak se k problému postavily. V rámci této kapitoly bude také vysvětlena postcovidová léčba a lázeňské vouchery.

Šestá kapitola je zaměřena na praktickou část, tedy zjišťování, jaký mají vztah Češi k lázním. Autorka zde pomocí dvou dotazníků analyzuje nasbíraná data a interpretuje jejich výsledky. Závěr bude obsahovat doporučení autorky související s rozvojem českého lázeňství pro českou klientelu.

1 Charakteristika cestovního ruchu

Cestovní ruch jako takový lze definovat různými způsoby. Patří mezi významné ekonomické a sociální jevy současné moderní společnosti (Drobná & Morávková, 2004).

Světová organizace cestovního ruchu (UNWTO) definuje cestovní ruch jako: „*činnost osoby, cestující ve volném čase na přechodnou dobu do místa mimo její trvalé bydliště, a to za jiným účelem, než je vykonávání výdělečné činnosti v navštíveném místě.*“ Tato definice nechápe cestovní ruch jen jako volnočasovou aktivitu, ale také jako činnost lidí, která je spojena s cestováním, a jako další možný účel kromě využití volného času uvádí také obchod a jiné motivy (Kotíková, 2013).

Cestovní ruch se dostává do mnoha stránek života společnosti. V ekonomice sledujeme jeho přínos pro oblastní, národní i světové hospodářství. Má podíl na tvorbě HDP, dále vytváří nové pracovní i podnikatelské příležitosti a lze sledovat i příjmy do státního rozpočtu a místních rozpočtů. Jeho vliv lze také pozorovat ve vývoji mezilidských vztahů, protože lidé díky cestování mohou poznávat jiné způsoby života, zvyky a tradice, a časem snad dojde i k větší míře porozumění mezi lidmi (Drobná & Morávková, 2004).

1.1 Cestovní ruch v České republice

Cestovní ruch v České republice za poslední dekádu ovlivnilo několik faktorů a událostí. V letech 2002 a 2009 byla země postižena ničivými povodněmi, díky kterým poklesl příjezdový i domácí cestovní ruch. Oživení zahraniční poptávky po pobytech v České republice jako destinaci cestovního ruchu začalo od roku 2011 (Plzáková & Studnička, 2014). Velký zásah přišel v roce 2020 a zapříčinila jej celosvětově se šířící pandemie Covid-19. Díky ní přišlo utrpělo Česko v oblasti cestovního ruchu velké ztráty. Data od ČSÚ uvádí příjezdový cestovní ruch v roce 2021 na 11,40 milionů příjezdů, což je o více než půl milionu více než před rokem, a to pouze díky stále přetrvávající pandemii Covid-19. Cestovní ruch v České republice se stále nevrátil na úroveň, na které byl v roce 2019. Hlavním důvodem návštěvy České republiky je dovolená, dále pak obchodní cesty a návštěvy příbuzných. Nejnavštěvovanějším krajem pro cizince je jednoznačně hlavní město Praha, dále pak Karlovarský kraj a Jihomoravský kraj (Kupčíková, 2022).

Obr. 1: Počty příjezdů do ČR za rok 2021



Zdroj: tourdata.cz (2022)

V České republice existuje organizace, která podporuje rozvoj cestovního ruchu v naší zemi a je jím Česká centrála cestovního ruchu – CzechTourism. Tato organizace má nejvýznamnější postavení ve vztahu k cestovnímu ruchu v České republice. Podporuje příjezdový a domácí cestovní ruch pomocí marketingové prezentace Česka jakožto atraktivní destinaci cestovního ruchu (Vildová et al., 2019).

Co se týče hodnocení současného stavu cestovního ruchu v České republice, nelze opomenout lázeňství, které řadíme k těm nejlepším v Evropě (Plzáková & Studnička, 2014).

2 Lázeňství

Lázeňství je jedním z nejstarších odvětví cestovního ruchu. Zaměřuje se zejména na rekonvalescenci, léčbu následků nemocí, rehabilitaci a zdravotní prevenci obyvatelstva (Seifertová, 2004).

Existuje mnoho teorií, jak pojem „lázně“ neboli „spa“ vznikl. Jedna teorie uvádí, že původní význam „spa“ je označením pro lázně s minerálními prameny. Vědní obor, který se zabývá lázeňstvím, nazýváme balneologie (Vildová et al., 2019). Balneologie je nauka o léčení přírodními léčivými zdroji, které jsou vázané na určité místo, o jejich účincích na lidský organismus a o lázeňských léčebných metodách. Mezi přírodní léčivé zdroje patří přírodní minerální vody, zřídelní plyn, peloidy a také léčivé klima. Balneologie je kombinací léčby s využitím přírodních léčivých zdrojů, dietoterapií, pohybovou a fyzikální léčbou a v neposlední řadě také léčbou medikamentózní (Jandová, 2009).

Lázeňství je důležitým motivem pro účast v cestovním ruchu. Jeho přínosy jsou vnímány zejména ve smyslu zdravotním, ekonomickém a lze mluvit i o společenském a environmentálním (Attl, 2014).

2.1 Funkce lázeňství

Funkce lázeňství lze znázornit pomocí šesti „R“

- revitalize (revitalizace)
- rejoice (potěšení)
- relax (zotavení)
- reflect (reflexe)
- remedy (léčení)
- rehabilitate (rehabilitace)

Hlavním faktorem, který motivuje k návštěvě lázní, je prevence proti nemoci. Očekávána je minimalizace efektu stárnutí, změna stravovacích návyků, redukce kouření, konzumace alkoholu a zlepšení fyzické i psychické kondice (Vaníček & Hilšerová, 2020).

2.2 Historie lázeňství

Lázeňství bylo především evropskou záležitostí. Jeho rozvoj je založen na odvěkém zájmu lidí o přírodní minerální prameny. V blízkosti těchto vod a dalších přírodních

zdrojů časem vznikala léčebná místa. Lázně a lázeňství nejsou po celém světě rozloženy rovnoměrně. Lázeňství zůstalo převážně evropskou záležitostí a zde má také nejstarší tradici.

S lázněmi se setkáváme již ve starověkém Egyptě. Na počátku prvního století našeho letopočtu byly v Římě vybudovány velké veřejné lázně. Některá lázeňská místa z té doby přetrvala až dodnes. Rozvoji lázeňství pomohl významný pokrok ve vzdělání a rozvoj vědy, dále zlepšení dopravní infrastruktury (Drobná & Morávková, 2004).

Nelze konstatovat, že ve všech lázních dominovala rekonvalescence a hledání uzdravení ze specifických nemocí. V dynamičtějším a úspěšnějším letoviscích kráčela módní vlna ve stopách nemocných a jejich bohatých příbuzných, a lázně se stávaly centry společenských vymožeností jako hudby, tance, dokonce i poezie a intelektuální konverzace (Walton, J. K., 2014).

Myšlenka lázeňství má dlouhou historii, více než čtvrt tisíciletí od rozsáhlého oživení lázní s minerálními prameny, které začalo v 18. století. Toto dlouhé období by mělo upozornit na důležitost historie a tradic minimálně románských lázní (Walton, J. K., 2014).

Od druhé poloviny 19. století do druhé světové války zažívají lázně svého vrcholu, tzv. zlaté období. Lázeňství nabírá masového rozměru. Stává se dostupnější širší klientele, přibývá lázeňských domů, hotelů i penzionů. Také léčebné metody se modernizují a zdokonalují (Drobná & Morávková, 2004).

2.3 Význam lázeňství

Význam lázeňství je třeba hodnotit komplexně, a to se všemi dopady a efekty, které může mít na území, ve kterém je realizováno a také na společnost v místě, kde působí. Jedním efektem je primární infrastruktura, image destinace a také nabídka kulturního vyžití. Zde jsou kladeny vysoké nároky na spolupráci se zainteresovanými subjekty v oblasti. Jedná se o spolupráci také s orgány veřejné správy a organizacemi destinačního managementu. Proto přínosy lázeňství můžeme vidět v pěti oblastech: zdravotní přínosy, ekonomické, sociálně-kulturní, environmentální a regionální. Příkladem společenských přínosů je snížení důchodových dávek pro invaliditu, úspory dávek nemocenského pojištění pro pacienty nebo zlepšení práceschopnosti obyvatelstva (Kostková & Schellong, 2018).

Lázeňský průmysl se stal globálním fenoménem, který je připraven sjednotit lidstvo a pracovat na společném cíli, jak se mít dobře. Je proto také připraven jít v čele a nabízet řešení, jak dosáhnout udržitelného blahobytu na omezené planetě (Cohen & Bodeker, 2008).

Lázeňství lze považovat za strukturovaný celek, který má řadu funkcí a mnohý význam. Účast na lázeňském cestovním ruchu je definována jako pobyt v lázních za účelem regenerace, poznání, případně navázání sociálních kontaktů. Hosté přijíždějí do lázní především za účelem léčení, prevence nebo rehabilitace. Cílem lázeňství je především prevence a léčení lidských chorob, dále regenerace a relaxace, které jsou spojeny právě s využíváním přírodních léčivých zdrojů. Lázeňství je obor, který zasahuje nejen do zdravotnictví, ale také do cestovního ruchu.

Lázně lze vnímat také z ekonomického úhlu pohledu. Už dříve byly považovány za fenomén, jehož součástí byly ekonomické zájmy (Kostková & Schellong, 2018).

Sonnková (2017) uvádí pozitivní přínosy lázeňství pro návštěvníky. Pobyt v lázních napomáhá k léčbě, doléčení či rehabilitaci nemocných. Dále může napomáhat k návratu do plné pracovní schopnosti či zabránit stavům, které mohou ústít v pracovní neschopnost. Pobyt všeobecně přispívá k lepšímu fyzickému, ale i mentálnímu zdraví a pomáhá ke zlepšení stravovacích návyků.

Lázeňská místa přitahují další formy cestovního ruchu. Především kongresový cestovní ruch, incentivní a také poznávací cestovní ruch. Koná se zde celá řada kulturních, společenských i sportovních událostí. Může se jednat například o koncerty, festivaly, výstavy, turnaje či jezdecké závody (Kostková & Schellong, 2018).

2.4 Klasifikace lázeňských služeb

Lázeňské služby tvoří celek služeb, které souvisí s pobytem v lázních. Velkou roli zde zastává tradice, kultura i krajina. Mimo lázeňských procedur, kvalitního ubytování a stravy lidé dnes vyhledávají také atraktivní doprovodný program. Často se proto v lázeňských místech konají různé festivaly, koncerty či kulturní představení. Lidé chtějí vnímat svůj pobyt v lázních všemi smysly, a právě to by jim lázně měly umět nabídnout. Mezi ty nejdůležitější však patří zdravotně léčebné služby, ubytovací a stravovací služby (Vildová et al., 2019).

2.4.1 Léčebné služby

Lázně nabízejí pobyty léčebné, které hradí zdravotní pojišťovny, dále léčebné pobyty pro samoplátce a relaxační a wellness pobyty, které si klienti platí sami. Lázeňská péče je poskytována osobám, jejichž zdravotní stav ji vyžaduje. Léčebné úkony stanovuje lékař na základě aktuálního zdravotního stavu pacienta. Lékařský dohled zahrnuje zprávy ošetřujícího lékaře, vstupní lékařské vyšetření, průběžnou kontrolu a závěrečnou prohlídku.

Léčebné pobyty mají různou délku trvání. Pacient po příjezdu absolvuje vstupní vyšetření a lékař sestaví individuální léčebný plán lázeňských procedur. Právě procedury jsou základem lázeňské léčby. Lze je rozdělit na ty, které využívají přírodní léčivé zdroje v daném místě – koupele, zábaly, inhalace nebo pitné kúry, a na doplňující procedury, které jsou poskytované ve všech lázních – masáže, magnetoterapie, kinezioterapie, vodoléčba a další (Vildová et al., 2019).

Při léčbě v lázeňství jsou typické postupy nazývané balneoterapie. Balneoterapie je léčbou, při které se využívají právě přírodní léčivé zdroje, tj. přírodní minerální vody, plyny, peloidy, klima. Jedná se tedy o souhrn konkrétních léčebných postupů užívaných pod lékařským vedením za účelem uzdravení (Jandová, 2009).

2.4.2 Ubytovací služby

Ubytovací služby dnes představují nedílnou součást lázeňského pobytu. Dříve nebyly vždy součástí pobytu. Nyní si lze jen těžko bez nich léčebný a wellness pobyt představit. Jejich funkcí je poskytnout ubytování zákazníkům či pacientům mimo jejich obvyklé prostředí a zároveň uspokojit další potřeby, které s přenocováním či přechodným pobytem souvisejí.

V současné době se standard a charakter ubytovacích lázeňských zařízení liší. Lázeňské domy a ubytovny se rekonstruují a zvyšuje se tak kvalita ubytování i dalších služeb.

Hosté mohou být ubytováni v lázeňských domech, hotelích, penzionech či v soukromí. Ubytovací zařízení podléhají klasifikaci, člení se tedy do kategorií a tříd. Klasifikace vymezuje minimální požadavky, které musí jednotlivé třídy ubytovacích zařízení splňovat. Pokud tyto požadavky splňují, je jim udělen certifikát a klasifikační znak (Vildová et al., 2019).

2.4.3 Stravovací služby

Stravovací služby také patří do základních služeb. Kvalitní stravování je důležitým faktorem pro pobyt v lázních a součástí léčebného procesu (Sonnková, 2017). Lázeňské stravování využívá především dietního systému. Lázně mají svého lékaře dietologa, který nastaví dietní stravu tak, aby odpovídala požadavkům správné výživy a požadavkům co se týče zdravotního stavu pacienta.

V lázních je dnes stravování organizováno různými způsoby. Stále více je uplatňováno stravování formou nabídky na stolech, kdy si právě pacient vybírá sám z označených pokrmů, namísto klasického restauračního stravování s obsluhou (Vildová et al., 2019).

2.4.4 Společensko – kulturní služby

Lázně mohou také sloužit jako místo pro rekreaci, odpočinek, únik před stresem a každodenními povinnostmi a pro načerpání nové síly. Další službou spojenou s pobytem v lázních může být doprovodný a zábavný program. Pro pobyt v lázních nemusejí být nejdůležitější procedury, ale stále větší motivací pro pobyt klientů je právě doprovodný program.

Lázeňská zařízení nabízejí nespočet doplňkových služeb, od těch pasivních až po ty aktivní. Mohou to být například soutěže, festivaly, kulturní akce. Často se v lázeňských místech pořádají koncerty, festivaly či taneční večery. Stále více jsou v oblibě animační služby. Mají za úkol zabavit a rozveselit hosty a pacienty. Animační služby nemusí být určeny jen dětem, ale v poslední době roste popularita i mezi staršími generacemi, které je také rádi vyhledávají. A proto mohou být i animace jedním z velkých motivů účasti na lázeňském pobytu.

Po celou dobu patří společensko-kulturní služby k těm nejdůležitějším, protože pobyt v lázních byl vždy společenskou událostí (Kostková & Schellong, 2018).

2.5 Klasifikace lázeňských zákazníků

Lázeňské zákazníky lze dělit například dle formy úhrady lázeňského pobytu. Uvádí se čtyři základní formy. Ambulantní léčba, komplexní lázeňská léčba, příspěvková lázeňská léčba a samoplátecká léčba (Drobná & Morávková, 2004).

První z nich je ambulantní léčba. Tento druh léčby je hrazen zdravotními pojišťovnami na základě poukazu na ošetření. Klienti nejsou ubytováni v lázeňských zařízeních, ale

pouze docházejí na léčbu a procedury, které jim předepsal lékař (Kostková & Schellong, 2018).

Komplexní lázeňskou léčbu mají klienti plně hrazenou pojišťovnou. Pojišťovna zde hradí náklady na léčbu, stravování a ubytování. Tento druh pobytu je určen zejména pro pojištěnce v ČR, kteří absolvují konzultaci se svým ošetřujícím lékařem a dále na základě domluvy a diagnózy jsou umístěni do příslušného léčebného střediska (Kostková & Schellong, 2018). Tato léčba může být také vnímána jako specializovaná ambulantní zdravotní péče se zaměřením na doléčení, rehabilitaci po zranění či operaci, zabránění vzniku invalidity a nesoběstačnosti. Může se týkat také nemoci z povolání a poškození zdraví při výkonu profese. Léčebný pobyt probíhá v rámci pracovní neschopnosti pacienta (Vildová et. al., 2019).

Třetí možností je příspěvková lázeňská léčba, zde je obdobný způsob jako u komplexní péče. Je poskytována také především pojištěncům s chronickým onemocněním, kteří na ni mají nárok jednou za dva roky. Pojišťovna zde hradí pouze standardní lázeňskou proceduru, zbytek si klient hradí sám (Kostková & Schellong, 2018). Délka léčebného pobytu může být 14 nebo 21 dní a probíhá v rámci dovolené pacienta (Vildová et. al., 2019).

Další je samoplátecká léčba, kde si klient nástup do lázní dohodne sám s vybraným zařízením. Všechny náklady na léčbu a pobyt si tak klient hradí osobně a nepotřebuje lékařské doporučení, doba pobytu není nijak omezena (Kostková & Schellong, 2018).

Samostatnou skupinou pro lázeňskou péči jsou léčebné pobyty pro děti, které v souladu s indikačním seznamem podléhají stejným pravidlům jako léčba u dospělých. Léčby probíhají v lázeňských zařízeních, které se specializují na dětskou léčbu či v dětských léčebnách. V České republice mohou léčbu provádět pouze zařízení, která se zaměřují na určitou věkovou skupinu. Lázeňská léčba pro děti s využitím přírodních léčivých zdrojů je velice účinná a šetrná k dětskému organismu (Sonnková, 2017).

3 Lázeňství v České republice

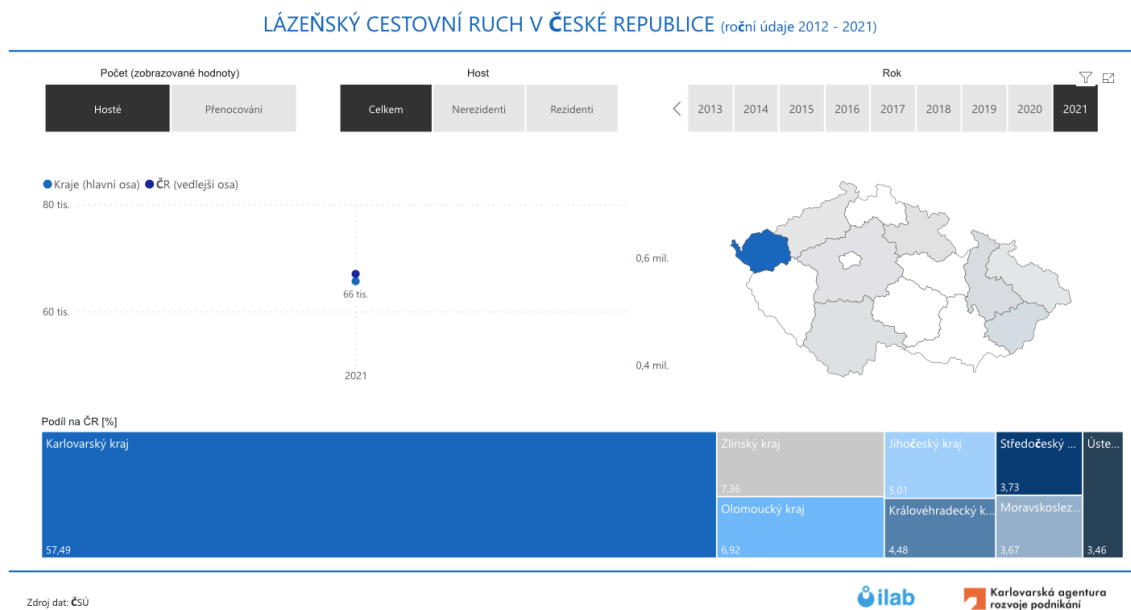
Jak již bylo zmíněno dříve, lázně a lázeňství jsou nedílnou součástí zdravotnictví. Lázně by měly být optimálním místem pro odpočinek, rekreaci, únikem před stresem a místem zlepšení zdraví, proto se lázeňská zařízení nacházejí zpravidla v klidném prostředí (Kostková & Schellong, 2018).

Českému lázeňství se největšího vývoje dostalo v 18. – 20. století. Lázeňská místa získala novou tvář a zviditelnila se. V té době klientelu tvořila především šlechta a vysoce postavení obyvatelé. Pobyt měl splňovat léčebné a společenské poslání a zároveň být prestižní událostí (Jedeme do lázní, n.d.).

Konec 19. století a počátek 20. století lze nazvat „zlatou érou“ lázeňství v České republice a také v celé vyspělé Evropě. České lázeňství se v té době proslavilo díky jeho léčebné účinnosti a kvalitě lékařů. Lázeňská města začala ožívat také díky novým divadlům, galeriím, koncertům a díky společenským událostem. Lázně se tak staly novým životním stylem (Vildová et al., 2019).

V roce 2019 do českých lázní přijelo 884 tisíc klientů. Z toho 55 % tvořili Češi, 24 % Němci, 7 % Rusové. Nejvíce jich mířilo do lázní v Karlovarském kraji (Machová, 2020). O rok později, kvůli pandemii Covid-19 lázně navštívilo pouze 518 tisíc klientů, z toho více než 57 % zamířilo do Karlovarského kraje. V roce 2021 do lázní přijelo o něco více klientů než o rok dříve, ale díky pokračující pandemii Covid-19 se jednalo pouze o zhruba 570 tisíc rezidentů i nerezidentů, ovšem značnou část z nich tvořila česká klientela a nejvíce klientů zamířilo opět do Karlovarského kraje (Institut lázeňství a balneologie, 2021).

Obr. 2: Lázeňský cestovní ruch v ČR za rok 2021



Zdroj: spadata.cz (2022)

3.1 Charakteristika českého lázeňství

Pro klienta mají lázně pozitivní dopad především na udržování jeho zdraví. Lázeňský pobyt pomáhá k rychlejšímu návratu plné pracovní schopnosti a k udržení zdravotního stavu. Snaží se pacienty vést k lepšímu životnímu stylu, větší odpovědnosti za jejich zdraví, úpravě stravovacích návyků a k respektování lékařských rad i po skončení pobytu (Hilšerová & Vaníček, 2020).

3.2 Lázeňská profesní a zájmová organizace a instituce v České republice

V roce 1995 vznikl Svaz léčebných lázní České republiky jako zájmové profesní sdružení léčebných lázní, které má za cíl udržet a garantovat léčebnou úroveň těchto lázeňských společností. Další dobrovolnou zájmovou organizací lázeňských měst a obcí je Sdružení lázeňských míst České republiky. Tato organizace vznikla v roce 1997 a jejím cílem je přispívat k vytváření podmínek a nástrojů pro regeneraci a rozvoj lázeňství a lázeňských míst. Především zlepšovat stav a rozvoj lázeňské a městské architektury, obnovovat lázeňské památky a rozvíjet českého lázeňství (Vildová et al., 2019).

Mezi další lázeňské instituce patří také Medispa, jedná se o zájmové sdružení právnických osob, které shromažďují organizace poskytující KLP (kompletní lázeňskou

péči) a PLP (příspěvkovou lázeňskou péči). K aktivitám tohoto sdružení patří především kontrola kvality služeb na území Karlovarského kraje a propagace kvalitních služeb. Dalším sdružením je Česká asociace wellness, dále Asociace pracovníků v regeneraci, kde jsou členy zejména maséři, provozovatelé a poskytovatelé regeneračních služeb. Český inspektorát lázní a zříděl je zřizován Ministerstvem zdravotnictví ČR. Správa přírodních léčivých zdrojů a kolonád je příspěvkovou organizací města Karlovy Vary. A v neposlední řadě veřejná výzkumná instituce Výzkumný ústav balneologický, který se specializuje na výzkum v oblasti balneologie (Hilšerová & Vaníček, 2020).

3.3 Význam lázeňství v České republice

České lázeňství se svou tradicí je neoddělitelnou součástí Evropského kulturního dědictví. Je také považováno za tzv. „české rodinné stříbro“ (Attl, 2014). Nachází se zde bohatá síť lázeňských zařízení (Kostková & Schellong, 2018).

Lázeňství v České republice je ekonomicky malým oborem, je proto třeba jeho celospolečenský význam vnímat jako důležitější, než ve skutečnosti ekonomicky je. Na význam lázeňství je třeba pohlížet na regionální a místní úrovni, právě zde hraje lázeňství významnou ekonomickou roli. Na této úrovni má lázeňství schopnost podílet se na zmírňování regionálních disparit (Attl, 2014).

Význam v jednotlivých regionech ČR závisí především na výskytu přírodních léčivých zdrojů a minerálních vod, dále také na vývoji lidské společnosti. Význam lze posuzovat z několika hledisek.

Léčebné hledisko – pro lázeňství základní význam. Poskytnutí léčebné péče, léčba chronických onemocnění, rehabilitace a v dnešní době také zlepšování životního stylu.

Ekonomické hledisko – lázeňství jakožto součást cestovního ruchu ve značné míře ovlivňuje ekonomiku v České republice. Jak již bylo zmíněno dříve, je zdrojem příjmu státního i soukromého sektoru, podílí se na výši HDP, příjmu do státního rozpočtu, ovlivňuje zaměstnanost pozitivním hlediskem a přivádí nové investory.

Z hlediska cestovního ruchu – lázeňství a cestovní ruch mají mnoho shodných znaků, které již byly uvedeny dříve. Ovšem klientela lázeňství je dána především zdravotním stavem. Průměrné denní výdaje jsou vyšší, a i průměrná délka pobytu je větší.

Lokalitní hledisko – klienti navštěvující lázeňská místa mají obvykle vyšší požadavky na jejich vzhled, s tím jsou spojené finanční náklady. Ovšem finanční prostředky

z pobytového poplatku jdou právě do rozpočtů lázeňských měst. Lázeňská města jsou také více navštěvovanými destinacemi (Hilšerová & Vaniček, 2020).

3.4 Lázeňská místa v České republice

I přes svou malou polohu se Česká republika řadí k jedné z nejvýznamnějších evropských lázeňských destinací. Má velice vhodné přírodní podmínky pro rozvoj lázeňství, které jsou dány širokou škálou přírodních léčivých zdrojů, a především dlouholetou lázeňskou tradicí. Lázeňství v České republice dodávají na výjimečnosti zejména rozdílné složení, teplota a účinky minerální vody (Vildová et al., 2019).

Lázně lze vybrat dle zaměření, konzultovat s lékařem či pak se samotnými lázeňskými domy. Jak již bylo zmíněno, lázně v Česku využívají přírodní zdroje. Lázně dělíme na termální, slatinné, radonové, bahenní, klimatické a minerální (Jedeme do lázní, n.d.).

Podle Ministerstva zdravotnictví České republiky z roku 2020 se v České republice nachází 38 lázeňských míst, z nichž 3 jsou nefunkční (Ministerstvo zdravotnictví, 2020). Tato místa spadají pod Sdružení lázeňských míst ČR a je zde více než 80 organizací se statutem lázeňského léčebného zařízení, které jsou vlastněny a provozovány soukromými společnostmi, obcemi, komunálními podniky a státem (Kostková & Schellong, 2018).

Obr. 3: Lázeňská místa v ČR



Zdroj: tourism.cz (2004)

Lázeňstvím nejvíce žije Karlovarský kraj. Je s ním spojen více než 650 let, a právě za tu dobu si místní lázeňská léčba získala slávu i ve světě. Dle slov ředitele Karlovarské agentury rozvoje podnikání je právě lázeňství pro kraj klíčovým odvětvím. Nachází se zde celkem 168 lázeňských zařízení, z nichž 5 je dlouhodobě mimo provoz (Karlovarská agentura rozvoje podnikání, 2022).

Mezi nejznámější lázeňská místa patří Karlovy Vary, Františkovy lázně a Mariánské lázně. Jinak je můžeme také nazývat jako „lázeňský trojúhelník“ (Živý kraj, 2018), který byl mimo jiné v roce 2021 zapsán na seznam českého dědictví UNESCO, konkrétně mezi významné lázně Evropy (UNESCO památky, n.d.).

Každé jedno lázeňské místo má svá specifika a skryté krásy. V Krušných horách se nacházejí lázně Jáchymov, kde se využívá radonová léčba. V Plzeňském kraji lze využít služeb Konstantinových lázní. Místa s nalezištěm vlastní léčebné slatiny jsou lázně Třeboň, Bohdaneč, Běláhoř a Bečyně. Příznivé klimatické podmínky mají lázně Karlova studánka a Libverda. Několik lázeňských měst lze nalézt i na Moravě. Velké Losiny jsou lázně jedinečné především díky termálním pramenům (Lázně Travel, n.d.).

Karlovy Vary jsou nejstaršími, největšími, a především nejslavnějšími lázněmi v České republice. A také se řadí k nejkrásnějším lázeňským městům v celé Evropě (Živý kraj, 2018). Mají veliké bohatství v léčivých vodách. Je zde přibližně 60 termálních pramenů a 12 z nich se lázeňsky využívá jako teplé léčivé prameny. Nejznámější pramen se nazývá Vřídlo. Karlovy Vary jsou také známým společenským centrem, již od roku 1946 se zde koná Mezinárodní filmový festival, na který sem přijíždějí i slavní zahraniční herci (Drobná & Morávková, 2004).

3.5 Marketing v lázeňství

Marketing je zaměřen do budoucnosti. Zakládá se na budování veřejného obrázku firmy a vytvoření základů ke konkurenceschopnosti. Podnik by se tedy měl umět na svůj produkt či službu podívat očima zákazníka. To nemusí být vždy úplně jednoduché vzhledem ke konkurenci, novým technologiím a neustále nově se objevujícím službám a výrobkům. Marketing umožňuje zákazníkům poznat hodnotu a nabídku firmy (Vildová et al., 2019).

V marketingu lázeňství, jako u všech služeb, je důležitým nástrojem kvalita poskytovaných služeb, proto je třeba využívat nových trendů v marketingové komunikaci

lázeňských zařízení (Hilšerová & Vaníček, 2020). Je tedy důležité porozumět požadavkům, přáním a potřebám lázeňských návštěvníků. Uspokojit jejich potřeby je základním úkolem lázeňského zařízení. Úspěšné lázeňské zařízení může být to, které zná požadavky a přání svých hostů a dokáže je uspokojit (Sonnková, 2017). Pouze tak lze očekávat, že se klienti budou vracet a návštěvu doporučí i svým známým. Velkou roli hraje také spokojenost zaměstnanců vedoucí k poskytování kvalitních služeb a tím ke spokojenosti návštěvníků. Příjemná a milá komunikace s personálem utváří celkový pozitivní obraz o daném lázeňském místě.

V současné době je marketing lázeňských podniků založen na záruce poskytnutí profesionální zdravotní péče, možnosti krátkodobých pobytů a návratu ke kvalitě a tradicím (Hilšerová & Vaníček, 2020).

3.6 Postavení lázeňství v cestovním ruchu

Lázeňství u nás má své silné postavení především díky bohaté historii. Lázeňství ve vztahu k cestovnímu ruchu velké změny zaznamenalo v posledním desetiletí. Se změnou ekonomického stavu společnosti přichází pozitivní i negativní faktory, které mají vliv na zdravotní stav lidí. Mezi ty negativní patří především sedavé zaměstnání, málo pohybu, špatné stravovací návyky, kouření, stav životního prostředí, stres. Právě tyto faktory ovlivňují zdraví lidí a jejich pracovní sílu. Jako pozitivum lze zmínit změny v myšlení lidí v oblasti péče o zdraví, projevují se aktivním přístupem k trávení volného času.

Lázeňská místa v České republice přicházejí se zajímavými nabídkami relaxačních a také kulturních programů. Lázeňství je ekonomicky zajímavou oblastí vzhledem k délce pobytu klienta. Lázně pomáhají snižovat sezónnost jednotlivých míst cestovního ruchu a také tvoří významné postavení v národní ekonomice – vítají stále více zahraničních klientů. Lázeňství je tedy nedílnou součástí cestovního ruchu a je mu vyhrazena samostatná oblast cestovního ruchu (Hilšerová & Vaníček, 2020).

3.7 Vztah cestovního ruchu a lázeňství

Lázeňství a cestovní ruch mají několik shodných znaků. Prvním znakem je materiálně-technická základna, kam se řadí stravovací, ubytovací a dopravní služby, které jsou společně využívány. Jak lázeňství, tak cestovní ruch mají ekonomický a marketingový přínos pro region. Součástí obou odvětví je trávení volného času mimo trvalé bydliště a

regenerace fyzických i duševních sil člověka. Jejich nabídka je tvořena komplexem služeb.

Na druhé straně je zde také několik znaků, které tato dvě odvětví odlišují. Lázeňství je limitováno díky výskytu léčebného zdroje. Pobyt v lázních bývá delší, než je tomu u cestování. V neposlední řadě se jedná o denní výdaje, které jsou při pobytu v lázních vyšší než v běžném cestovním ruchu (Kostková & Schellong, 2018).

4 Nové trendy v oblasti lázeňství

Zážitek z lázní už není jen o hýčkání, lázně jsou nyní povinny nabízet širokou nabídku léčebných terapií pro mysl, tělo i duši. Pravidelný kontakt s přírodou se v poslední době stal osvědčeným způsobem, jak bojovat proti stresu a podporovat pohodu. Čas strávený v přirozených venkovních prostorech má fyziologické a psychologické výhody, jako je snížení stresových reakcí a zlepšení nálady.

Analýza lázeňského průmyslu ukazuje, že dalším způsobem, jak se mohou lázně připravit na budoucnost, je přijetí nových technologií. Se správnými technickými nástroji budou lázně schopny zlepšit produktivitu, snížit neefektivitu, zvýšit příjmy a poskytovat lepší služby zákazníkům od začátku do konce (Vilmorin & Witjeratne, n.d.).

4.1 Trendy z Evropy

V Evropském lázeňství se v posledních letech objevuje několik nových trendů. Jedná se o zkracování průměrné délky pobytu, substituce léčebných pobytů, stále více roste zájem o víkendové pobytu typu wellness, orientace na další formy cestovního ruchu v lázeňských místech, pokles komplexní lázeňské péče, a naopak růst samoplátecké.

Lázeňství v Evropě nabírá dynamický vývoj. Životní úroveň a vědomí odpovědnosti za své zdraví stále roste. V západoevropských zemích je lázeňský pobyt vnímán jako luxusní produkt, důraz je kladen na wellness a beauty (Kostková & Schellong, 2018). V přímořských oblastech se stále více rozšiřuje thalassoterapie – jedná se o léčbu pomocí mořské vody. Lázně, které thalassoterapie provádí, využívají k preventivním a terapeutickým procedurám mořskou vodu, mořské produkty a mořské klima (Cathala, 2007). Využívají se možné prvky obsažené právě v mořské vodě či ovzduší bohaté na jód, ale také chaluhy a mořské bahno (Hilšerová & Vaníček, 2020). Těmto novým trendům se začala přizpůsobovat lázeňská zařízení jak u nás, tak i v zahraničí (Kostková & Schellong, 2018).

4.2 Trendy v českém lázeňství

České lázeňství se také přizpůsobuje novým trendům. Mezi ty hlavní patří věnování pozornosti věkové struktuře lázeňských hostů a trendy již výše zmíněné. Výhodou českého lázeňství je jeho tradice a využívání přírodních zdrojů ve spojení s kvalitní lékařskou péčí. Nabízí se stále více nové a moderní formy léčby a procedur. Co se týče

víkendových či týdenních wellness pobytů, jsou vyhledávány právě mladší klientelou, jedná se například o svatební pobyty či spojení pobytu v lázních s kulturním zážitkem (Kostková & Schellong, 2018).

Do českých lázní přijíždí i mnoho klientů ze zahraničí, především pak z Německa, Ruska, Rakouska, USA, Ukrajiny, Slovenska, Polska či z arabských zemí (Machová, 2020).

5 Covid-19 a lázeňství

Pandemie Covid-19 postihla naši zemi začátkem roku 2020. Od té doby žijeme již 2 roky v pandemii. Stejně tak, jako mnoho jiných oblastí, i lázeňství bylo ve velké míře touto pandemií ovlivněno (Hruška et al., 2020).

Příjmy lázní klesly na nulu, zatímco provozní náklady zůstaly. Lázeňské domy musely hledat řešení, jak se vyhnout krachu, některá zařízení musela propouštět zaměstnance. Podle Svazu léčebných lázní největší ztráty zaznamenal právě Karlovarský kraj. Co se týče lázeňské klientely téměř dvě třetiny tvoří zahraniční klienti, především němečtí penzisté (Švarcová, 2020). Z Karlových Varů také vymizeli ruští turisté a nedá se předpokládat, že by se kvůli nynější situaci do českých lázní vrátili (Vaňous, 2022). Dostupnou variantou záchrany českých lázní by tedy mohli být čeští klienti, kteří mají lázeňskou léčbu hrazenou pojišťovnou (Švarcová, 2020).

Rok 2021 byl pro lázeňství rokem působivého a trvalého růstu. Statistiky lázeňského průmyslu ukazují, že meziroční nárůst stabilně stoupá, také z nich lze vyčíst, jak celosvětová pandemie Covid-19 tento růst ovlivnila a vedla k náhlému poklesu. Koncem roku 2020 a začátkem roku 2021 se začalo stupňovat úsilí o obnovu, lázně po celém světě se začaly úspěšně znovu otevírat a dohánět ztracený čas (Boulevard Staff, 2021).

Důsledkem pandemie jak v lázeňství, tak cestovním ruchu je, že v budoucnu bude do lázní přijíždět převážně domácí klientela (Hruška et al., 2020).

Po více než roce v pandemii nabývá významu postcovidová léčba, která má za cíl odstranit, případně zmírnit následky po prodělaném onemocnění Covid-19.

5.1 Postcovidová léčba v lázních

Zhruba 30 až 50 procent pacientů, kteří prodělali Covid-19 zaznamenali dlouhodobé potíže v oblasti dýchacího aparátu, svalového, nervového a srdečně cévního systému. Proto zde získává významu postcovidová léčba.

Pacienti, kteří prodělali toto onemocnění, si týdny i měsíce po vyléčení, stěžují na problémy s dýcháním, únavu, bolest svalů, nespavost či deprese. Velkým problémem je také nevykonnost a zadýchávání se.

Proto právě lázně mohou být ideální volbou rehabilitace po prodělaní onemocnění Covid-19. Je třeba zaměřit se na prevenci a nepodceňovat zdravotní problémy, které by mohly

nastat. Institut lázeňství a balneologie, v. v. i., se v současné době snaží o rozšíření indikace k léčbě v lázních o Stav po prodělaném onemocnění Covid-19. Do léčebných procedur patří inhalace s léčebnou minerální vodou, léčba kyslíkem, léčebná tělesná výchova skupinová v bazénu a tělocvičně a individuální k posílení dechových funkcí.

Cílem této rehabilitace je zejména zlepšení funkce dýchacích cest a obnovení správné mechaniky dýchání. Dále zlepšení celkové kondice, odolnosti organismu, odstranění škodlivin zevního prostředí jako jsou alergeny, prach, emoční zátěž a také snížení pracovní neschopnosti (Špišák & Hruška, 2021).

Postcovidový syndrom v současné době není zapsán na indikačním seznamu jakožto druh indikace. Není tedy v současné době možné, aby tento druh léčby byl hrazen pojišťovnou. Je ale možné v některých případech k léčbě pacienta po Covid-19, využít řádek v Indikačním seznamu, který přiznává úhradu léčení pacientů po těžkém zánětu plic, který byl spojen s hospitalizací (iROZHLAS, 2021).

5.2 Voucher na lázeňský pobyt

S ohledem na pandemii lázně a hotely a stejně tak vláda, která podává tomuto odvětví pomocnou ruku, povzbuzují obyvatelstvo k pobytu v lázních slevami, balíčky a dalšími. Proto od 1. července 2020 začal fungovat program MMR COVID (Novinky.cz, 2022). Češi starší 18 let mohli žádat o poukazy na pobyt v lázních. Pokud v lázeňském zařízení strávili alespoň šest nocí a absolvovali alespoň pět procedur, měli nárok na voucher v hodnotě 4 000 Kč. Tyto poukazy měly za úkol podpořit místní lázeňskou komunitu, kterou zasáhl především úbytek zahraničních turistů. Vouchery bylo možné využít do konce roku 2020 (Tatro, 2020). Tento program si lázeňská zařízení chválila. Zájem vzrostl a povedlo se do lázní přilákat i nové zákazníky (Novinky.cz, 2022).

Protože vouchery byly úspěšné, vláda schválila prodloužení dotace COVID – lázně na celý rok 2021 (Usnesení vlády České republiky, 2021). Lázeňská zařízení si tak mohla požádat o dotaci, která pokryje náklady vzniklé akceptovanými slevovými vouchery. Výše dotace byla stanovena počtem lůžek vynásobeným hodnotou slevového voucheru a počtem turnusů. Dotace byla poskytnuta minimálně ve výši 50 %, maximálně ale do výše nevyčerpaného limitu lázeňského zařízení (Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2021). Mnoho zařízení tedy nemohlo v roce 2021 vouchery poskytovat, neboť mělo vyčerpaný dotační rámec.

České lázně tedy na program COVID – lázně navázaly znovu v roce 2022 a poskytly vlastní program voucherů (Vaňous, 2022). Tyto vouchery na samoplátecké pobyty bylo možné využít znovu začátkem roku 2022 a uplatnit je bylo možné do konce března 2022. Vznik těchto voucherů inicioval Svaz léčebných lázní České republiky společně se Sdružením lázeňských míst. Vouchery byly vydány v hodnotě 2 000 Kč a zaplatili je provozovatelé lázní (Svaz léčebných lázní České republiky, 2022). Ti si sami určili, kolik voucherů přijmou, aby se tak nemohla opakovat situace, že by kvůli vyčerpanému limitu dotace nemohli přijímat zájemce (Bělohávková, 2022). Podmínkou pro možnost čerpání voucherů byla minimální doba pobytu, minimální počet procedur a věková omezenost (Svaz léčebných lázní České republiky, 2022). České obyvatelstvo tak získalo možnost v době pandemie vyzkoušet uzdravující sílu českých lázní za lepších podmínek, než je tomu běžné. Ministr pro místní rozvoj Ivan Bartoš věří, že Češi vnímají lázně jako cíl své dovolené a díky voucherům v roce 2022 k nim přibudou další noví návštěvníci. (Bělohávková, 2022).

Obr. 4: Ukázka voucheru 2022

Využijte voucher 2 000 Kč do našich lázní!

Léčebný pobyt COVID podpora 2022

Novinka




VLL Karlovy Vary - lázeňský hotel Sadový Pramen ***

- cena platí při délce pobytu 6 nocí a čerpání 5 lázeňských procedur
- možnost dokoupení zvýhodněného balíčku dalších 6 procedur dle indikace lékaře za cenu 1500 Kč.
- zdarma káva a domácí zákusek, župan na pokoji, komentovaná prohlídka lázeňského domu
- 1x LUX procedura dle výběru
- 10 % sleva na další pobyt

**Cena po slevě:
6 832 Kč/os.**

Na www.kudyznudy.cz získáte voucher s kódem na slevu na lázeňský pobyt. Voucher je nutné uplatnit ihned při rezervaci pobytu, nelze uplatnit zpětně. Nabídka je platná pouze pro přímé rezervace pomocí ONLINE rezervačních formulářů na webových stránkách nebo přes rezervační e-mail hotelu. Sleva platí v období od ledna do března 2022.



volareza
HOTELY • LÁZNĚ • WELLNESS

www.volareza.cz • www.kudyznudy.cz

HOTELY • LÁZNĚ • WELLNESS
 **kudyznudy.cz**

Zdroj: volareza.cz (2022)

6 Vztah Čechů k lázeňství

6.1 Cíl a metodika výzkumu

Cílem výzkumu bylo zjistit, jaký vztah mají Češi k lázeňství a jak byl jejich vztah ovlivněn v době pandemie. Výzkum se zaměřoval jednak na klienty lázní, jednak na jejich zaměstnance.

Výzkum probíhal pomocí dotazníkového šetření. Dotazníky byly použity dva, jelikož výzkum porovnával dvě skupiny respondentů. Oba dotazníky je možno vidět v příloze. Co se týče klientů lázní, dotazník na toto téma byl již vytvořen Institutem lázeňství a balneologie, dále jen ILaB. Dotazník byl realizován v prosinci 2020 a jeho výsledky byly zveřejněny v květnu 2021. Jsou dostupné na webové stránce spadata.cz. Po domluvě bylo umožněno výsledky z tohoto šetření použít. Samozřejmě daleko účelnější by bylo vytvořit vlastní dotazník, ale vzhledem k tomu, že současná situace je poněkud složitá, autorka práce se rozhodla spojit se s ILaBem a využít jejího již vytvořeného výzkumu, který odpovídal výzkumným otázkám autorky.

Zmíněný výzkum probíhal on-line dotazováním – metodou CAWI. Byl nastaven kvótní výběr dle pohlaví, věku, vzdělání, velikosti místa bydliště a kraje tak, aby respondenti, kteří na otázky odpovídali, byli reprezentativním vzorkem České republiky ve věku 18 let a více. Dotazník vyplnilo celkem 1012 respondentů. Dále bylo vytvořeno vlastní dotazníkové šetření pro zaměstnance v lázeňských zařízeních s obdobnými otázkami. Toto šetření probíhalo též online formou. Autorka rozeslala e-maily do 102 lázeňských zařízení po celé České republice. Na e-mail odpovědělo jen několik z nich a dotazníku se zúčastnilo 45 zaměstnanců z různých lázeňských zařízení. Dotazník zaměstnanci vyplňovali v období březen–duben 2022.

Cílem tohoto šetření bylo porovnat výsledky a zjistit rozdíly mezi vnímáním klientů a zaměstnanců lázní a do jaké míry je v této oblasti ovlivnil Covid-19.

6.2 Výsledky dotazníkového šetření

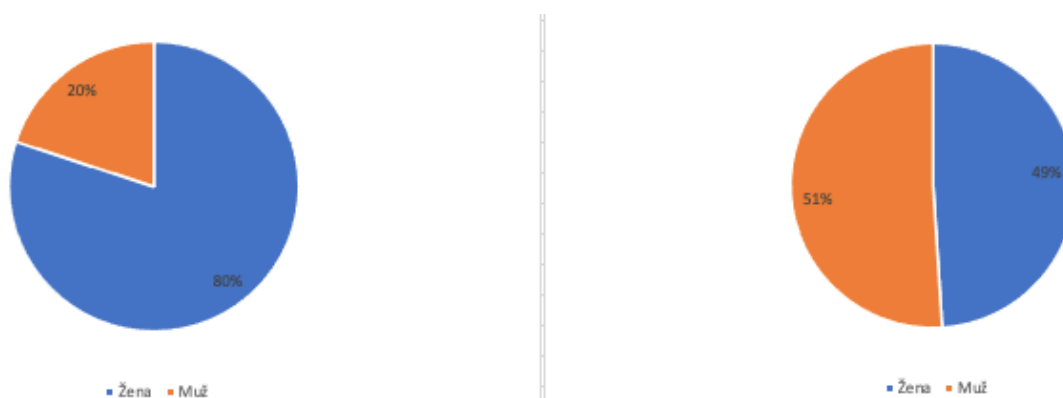
Data získaná na základě dotazníkového šetření a ze souhrnné zprávy z dotazníku vytvořeného ILaBem, byla analyzována, porovnána a pomocí grafů a komentářů také interpretována.

Otázky v dotazníku byly rozděleny do několika částí. Dotazník obsahoval sociodemografické otázky, otázky, které se zabývaly lázeňstvím a pracovních pozic lázeňských zaměstnanců a v neposlední řadě otázky týkající se pandemie Covid-19.

Výsledky jednotlivých otázek byly vždy zobrazeny pomocí grafů a doplněny vhodným komentářem popisující graf. U některých odpovědí, lze vidět dva grafy vedle sebe. Graf na levé straně vždy zobrazuje výsledky z dotazníkového šetření u lázeňských pracovníků a graf na straně pravé u lázeňských klientů. První část dotazů se věnuje sociodemografickým otázkám.

U následující otázky lze vidět dva grafy, které zobrazují pohlaví respondentů. Na levé straně graf zobrazuje počty lázeňských pracovníků v procentech a graf na pravé straně počet lázeňských klientů také v procentech. U dotazníku pro lázeňské zaměstnance ve velké míře převažovaly ženy, zatímco v dotazníku pro klienty byl poměr téměř stejný.

Graf 1: Pohlaví respondentů

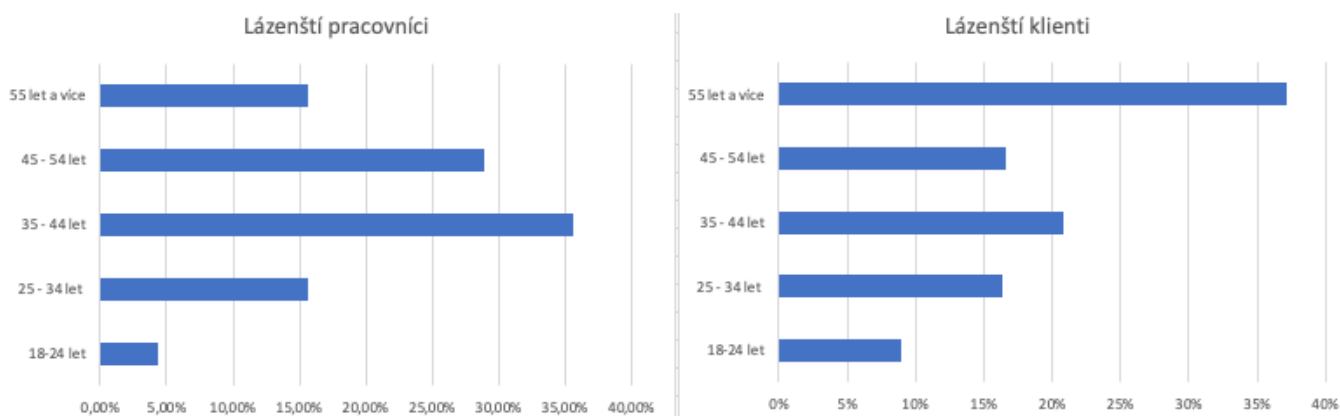


Zdroj: vlastní zpracování (2022)

Ve věkové struktuře u klientů jasně převažovala věková skupina 55 let a více (37,2 %), kdežto u lázeňských pracovníků převažovala skupina 35–44 let (35,6 %). U obou skupin respondentů bylo nejmenší zastoupení bylo ve věkové skupině 18–24 let.

V následující odpovědi je opět možné vidět dva grafy, které porovnávají dvě skupiny respondentů. Graf zobrazuje výsledky v procentech.

Graf 3: Věková struktura respondentů

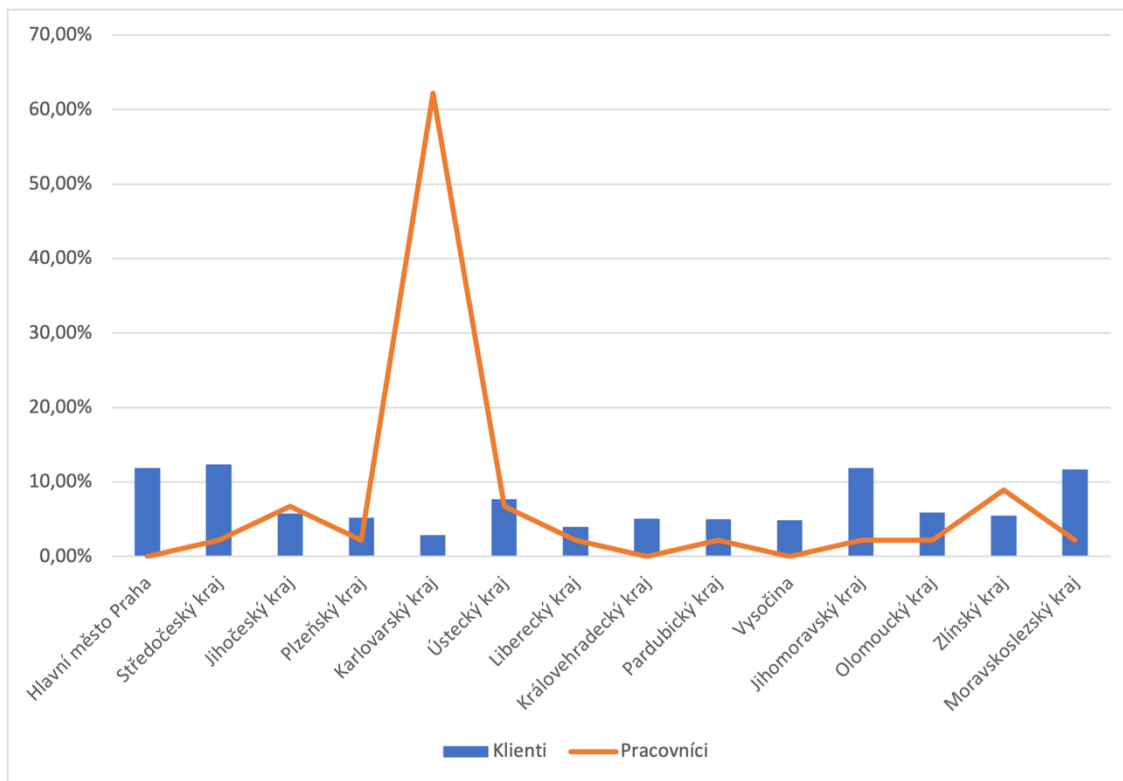


Zdroj: vlastní zpracování (2022)

Následující graf zobrazuje výsledky odpovědí obou skupin respondentů. Graf zobrazuje jednotlivé kraje na ose X, osa Y zobrazuje procenta respondentů.

Co se týče bydliště respondentů, rozložení u lázeňských návštěvníků bylo rovnoměrné. Odpovídali respondenti z celé republiky. U pracovníků jasně převažovali respondenti z lázeňských zařízení z Karlovarského kraje (62,2 %), a není se čemu divit, jelikož v Karlovarském kraji se nachází nejvíce lázeňských zařízení.

Graf 5: Místo bydliště a pracoviště

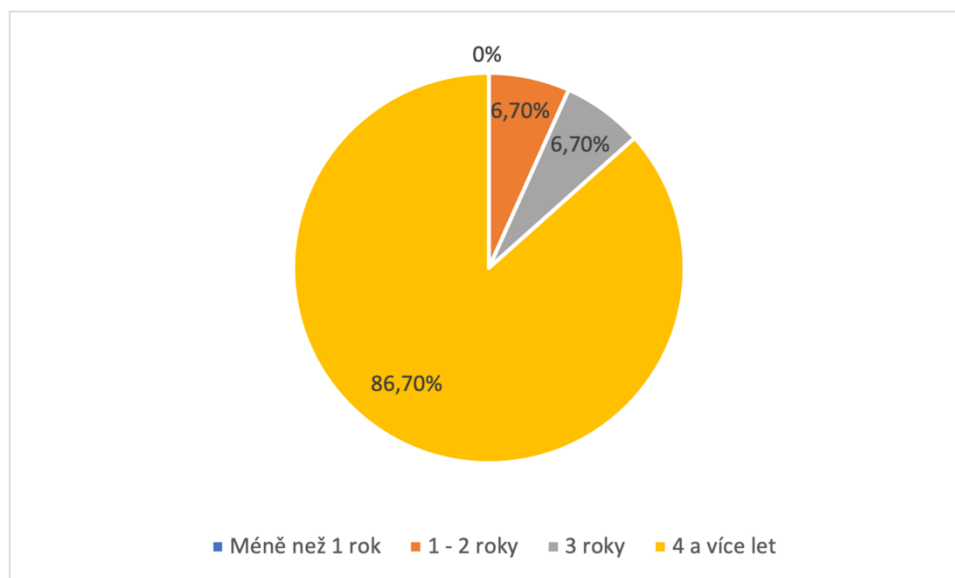


Zdroj: vlastní zpracování (2022)

Respondentům v dotazníku pro pracovníky byla položena i otázka, jak dlouho pracují v odvětví lázeňství. Nejvíce pracovníků v dotazníku uvedlo, že v lázeňství pracuje více než 4 roky. Nikdo z respondentů nevedl, že v tomto odvětví pracuje méně než rok. Výsledky v grafu jsou zobrazeny v procentech.

Na dotazník odpověděli zaměstnanci z různých pozic. Byli to pracovníci z recepce, z managementu, z obchodu, dále manažeři, asistenti ředitele, provozní hotelu, ale také lékaři, fyzioterapeut a ředitel lázeňského zařízení. Odpovědi tedy byly získány z většiny pozic, které mohou v lázeňství pracovat a na odpovědi se tak dalo nahlížet z různých pohledů zaměstnanců.

Graf 6: Doba zaměstnanosti v lázeňství



Zdroj: vlastní zpracování (2022)

Druhá část otázek se zabývala právě lázeňstvím. První otázka byla položena pro obě skupiny respondentů. Cílem u této otázky bylo zjistit, rozdíl, jak na lázně nahlízejí pacienti a jak jejich pracovníci. Otázka zněla: „Co se Vám vybaví, když se řekne slovo lázně?“

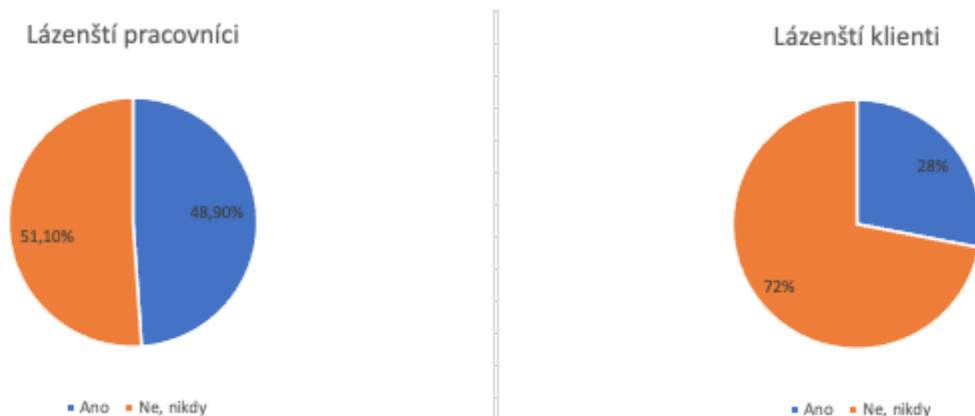
Odpovědi se ve většině případech u obou skupin shodovaly. Klienti lázně vnímají jako místo pro relax, odpočinek, pohodu. Někteří uváděli i procedury, zdraví, masáže a klid. Stejně tak i pracovníci nejčastěji uváděli zdraví, relax, odpočinek, léčení, koupele, přírodní prameny, masáže, procedury. Uváděli také celostní přístup a spojení účinků odborné medicínské péče, rehabilitace a přírodních léčivých zdrojů. Na druhé straně pak mnoho z nich vnímá lázně jako práci, stres a nejistotu.

V další otázce byli respondenti dotázáni, zda absolvovali někdy pobyt v lázních. Co se týče lázeňských pracovníků, zde je poměr skoro stejný. U lázeňských klientů převažuje neabsolvování pobytu. Ti, kteří pobyt absolvovali, byli většinou pojištěnci nebo samoplátci.

Respondenti, kteří uvedli, že lázeňský pobyt nikdy neabsolvovali byli následně dotázáni na důvod. U obou skupin nejčastějšími odpověďmi byl nedostatek času, preference jiného typu pobytu a nebyla potřeba pobyt absolvovat. Stále velké množství respondentů z řad klientů se domnívá, že pobyt v lázních je určen pouze pro nemocné či pro starší generaci.

U následující otázky jsou odpovědi vyznačeny ve dvou grafech, aby byl viditelný rozdíl v obou skupinách respondentů, co se týče absolvování či neabsolvování pobytu.

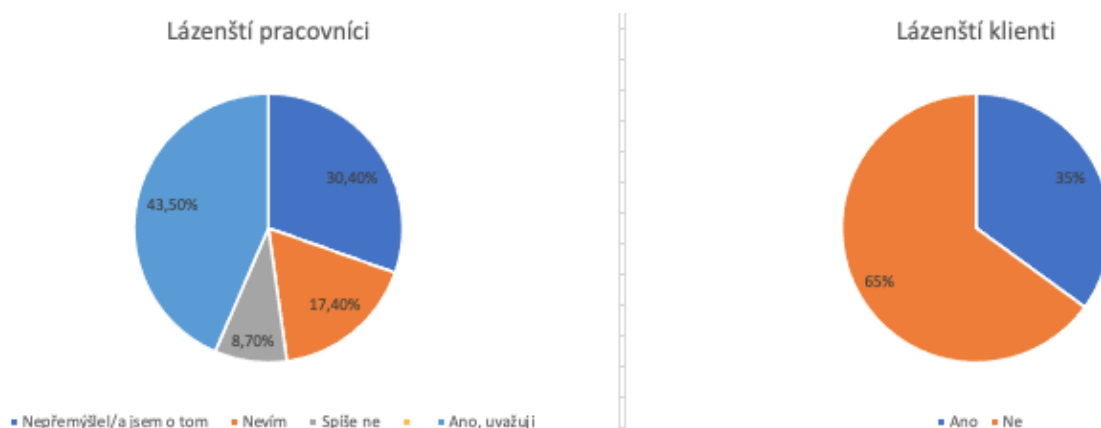
Graf 7: Absolvování lázeňského pobytu



Zdroj: vlastní zpracování (2022)

Další otázka na tyto respondenty byla, zda o pobytu v budoucnu uvažují. Větší procento lázeňských klientů uvedlo, že o pobyt v následujícím roce nemají zájem. Nejčastějšími důvody tohoto nezájmu byl nedostatek informací a domněnka, že lázně jsou určeny pouze pro nemocné a starší generaci. Naopak většina zaměstnanců uvedla, že o pobytu uvažuje. Velká část z nich uvedla, že o tom nepřemýšlela, a zbylá procenta respondentů uvedla, že nevědí nebo nechtějí.

Graf 8: Zájem o pobyt v lázních v budoucnu



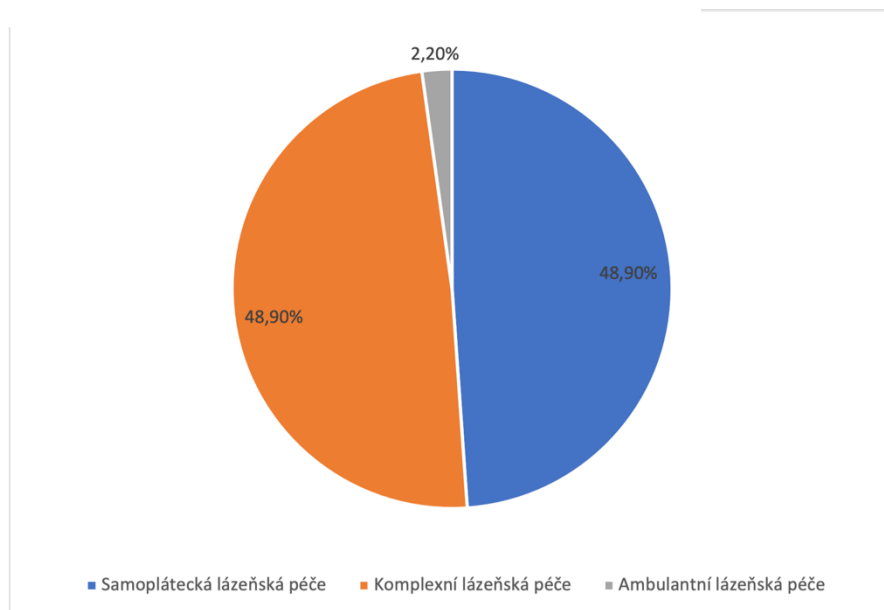
Zdroj: vlastní zpracování (2022)

Těmto malým procentům respondentů byla položena doplňující otázka, aby uvedli důvod, proč o pobytu neuvažují nebo nemají zájem. Nejčastějšími odpověďmi byl opět nedostatek času, dále preference pobytu s rodinou a nedostatek volnočasových aktivit v lázeňském místě.

Respondenti, kteří uvedli, že tento pobyt absolvovali byli dotázáni na důvod. Nejčastějším důvodem u obou skupin respondentů byl odpočinek a relax. Klienti dále uváděli doporučení lékaře, preferenci léčby přírodními zdroji nebo finanční podporu lázeňského pobytu. Pracovníci jako další důvody uváděli prevenci pro zdraví, pobyt jakožto dovolenou, zdravotní důvody nebo odpočinek po lékařském zákroku.

V dotazníku byli lázeňští pracovníci dotázáni, se který typem lázeňského pobytu z hlediska počtu nástupů se nejčastěji setkávají. Zde bylo vyhodnoceno stejné procento samoplátecké a komplexní lázeňské péče. Jedna odpověď obsahovala ambulantní lázeňskou péči.

Graf 9: Nejčastější typ pobytu



Zdroj: vlastní zpracování (2022)

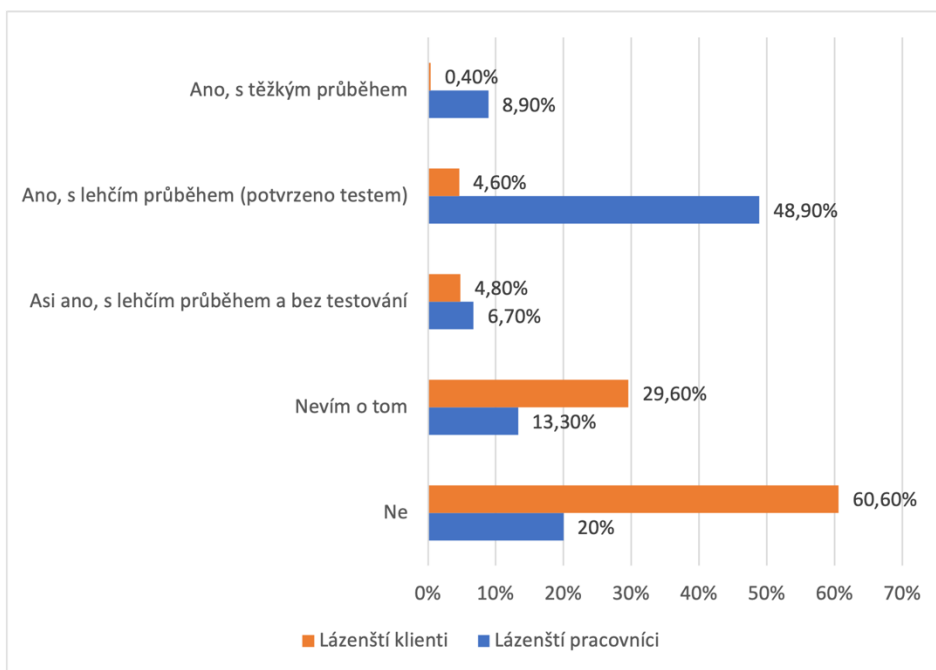
Další otázky v dotaznících byly zaměřené na Covid-19 a na to, jak pandemie celkově ovlivnila lázeňství.

Respondenti byli dotázáni, zda prodělali Covid-19. Jelikož dotazník pro lázeňské klienty se uskutečnil v prosinci 2020, v té době nebylo tolik respondentů, kteří by Covid-19

prodělali. Na druhé straně dotazník pro pracovníky byl realizován na přelomu března a dubna 2022, zde proto už více respondentů odpovídalo, že Covid-19 prodělalo. I tak ale větší procento respondentů z řad pracovníků Covid-19 neprodělala anebo o tom neví.

Výsledky, opět v procentech, od obou skupin jsou porovnány v jednom grafu níže přiloženém.

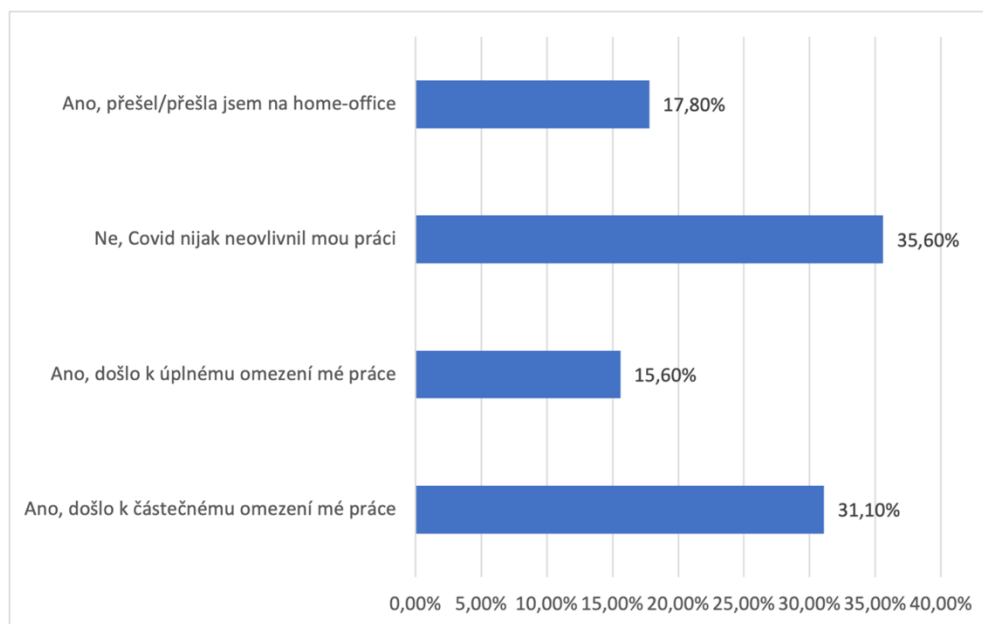
Graf 10: Prodělání onemocnění Covid-19



Zdroj: vlastní zpracování (2022)

Respondentům z řad pracovníků byla položena otázka, zdali pandemie nějak ovlivnila jejich práci a její náplň. Větší procenta respondentů odpovědělo, že došlo k částečnému omezení práce (31,1 %), nebo přešli na home-office (17,8 %) anebo Covid jejich práci nijak neovlivnil. Pouze malé procento z nich bylo touto pandemií významně ovlivněno a došlo k úplnému omezení jejich práce.

Graf 11: Vliv na pracovní pozici



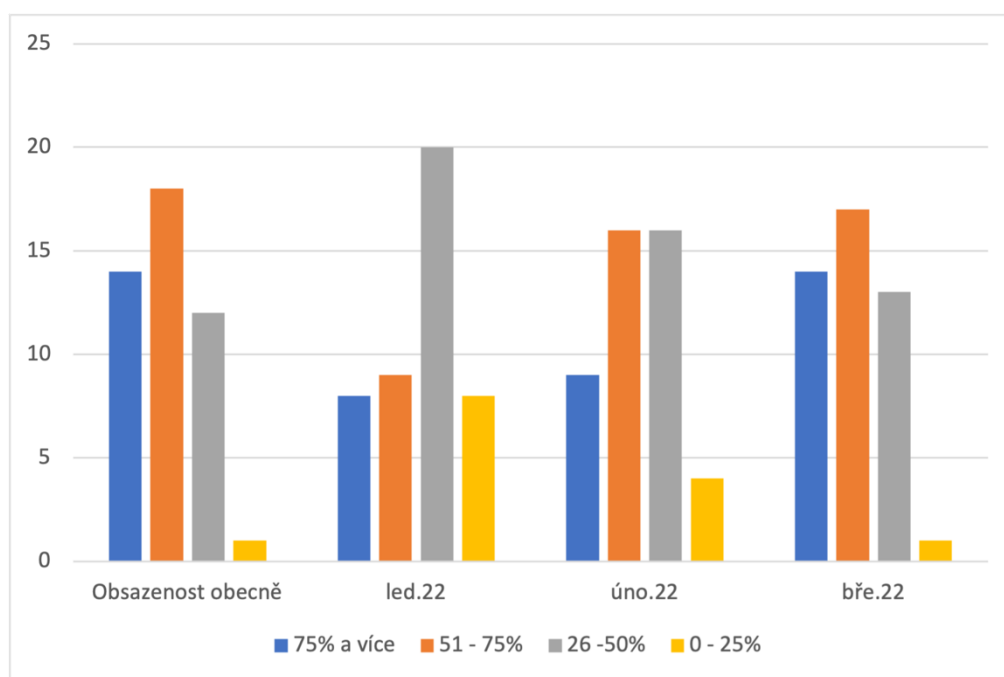
Zdroj: vlastní zpracování (2022)

Některým z nich se změnila náplň práce, nejčastěji to byl přechod k převážně administrativním úkonům, aktivity spojené se zajištěním protiepidemiologických opatření, více psychické zátěže a také nové procedury. Ti, kteří přešli na home-office pracovali více z domova online a přes telefon. Několik respondentů také uvedlo, že ztratilo zahraniční klientelu a bylo potřeba se přizpůsobit trhu a jeho změnám. Během největší vlny pandemie měla zařízení náročné období, musela sledovat mimořádná opatření, kontaktovat klienty a zjišťovat, kteří z nich mohou do lázní nastoupit vzhledem k nařízeným opatřením. Nastoupivším klientům museli pracovníci kontrolovat bezinfekčnost a podávat obsírnější informace. Některým se pracovní náplň změnila především na krizový management.

Respondenti pracující v lázeňských zařízeních byli dotázáni, jaká je úspěšnost obsazenosti v lázeňských zařízeních v roce 2022. Z grafu je vidět, že zatím nejúspěšnějším měsícem je právě březen. Lázně začátkem roku nebývají tolik obsazené a silnější sezóna bývá v letních měsících. V lednu obsazenost byla velmi malá, ale je vidět, že postupem času úspěšnost obsazenosti rostla.

Graf zobrazuje na ose Y počty respondentů, kteří odpovídali, v číslech, osa X pak zobrazuje procentní údaje.

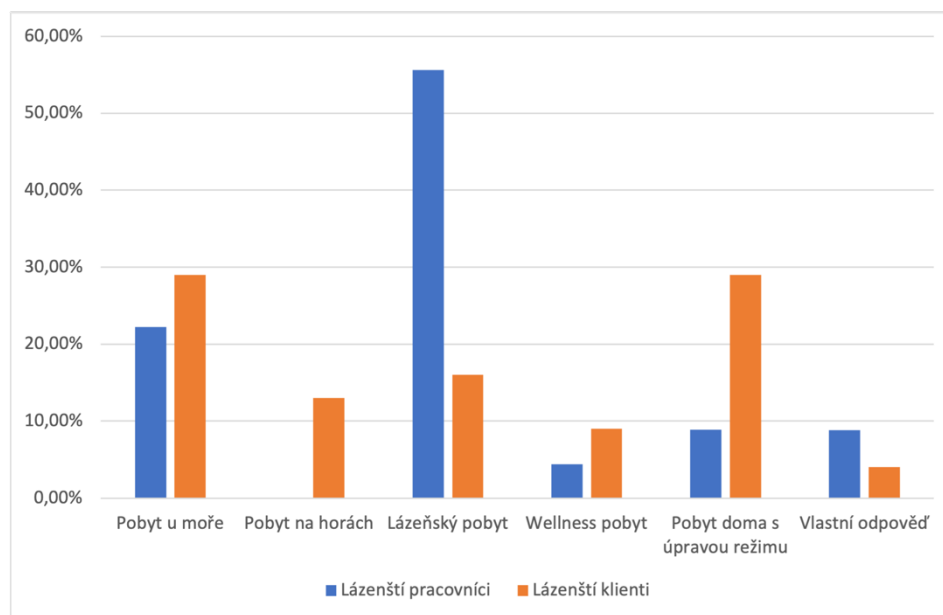
Graf 12: Úspěšnost obsazenosti v roce 2022



Zdroj: vlastní zpracování (2022)

Další otázka zjišťovala, jaká je podle respondentů nejlepší rehabilitace po prodělaném onemocnění Covid-19. Výsledky odpovědí u lázeňských klientů jsou rozloženy rovnoměrně. Většina odpověděla, že preferují pobyt doma nebo pobyt u moře. Pobyt doma by vysvětloval situaci, která byla v době, kdy respondenti z řad klientů vyplňovali dotazník, tedy díky pandemii Covid-19 většina z nich uvedla pobyt doma. U lázeňských pracovníků valná většina si jako ideální rehabilitaci představuje lázeňský pobyt.

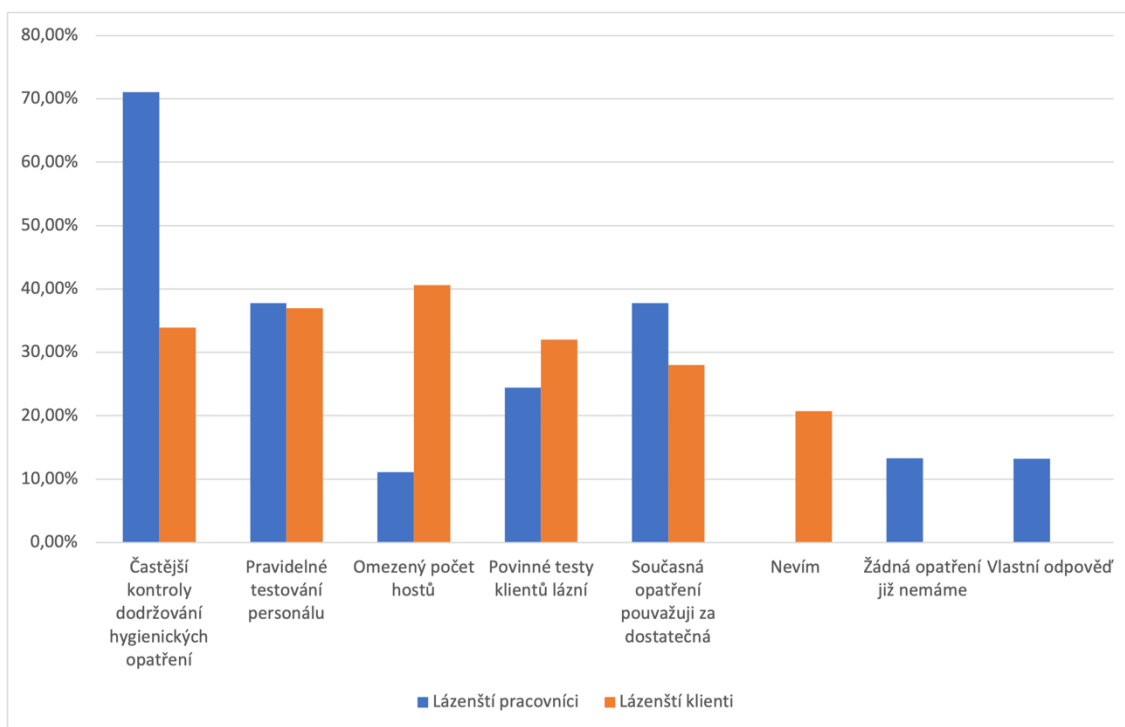
Graf 13: Ideální rehabilitace po prodělaném Covid-19



Zdroj: vlastní zpracování (2022)

Následující otázka u klientů měla zjistit, jaká opatření by zvýšila jejich pocit bezpečí v covidové době. Pracovníkům byla otázka položena z důvodu zjištění, na jaká opatření v jejich zařízeních stále dbají a dodržují je. V této otázce měly obě skupiny respondentů možnost označit více odpovědí. Z výsledků je patrné, že obě skupiny dbají na častější kontroly a dodržování hygienických opatření. Je zde také vidět, že pravidelné testování personálu stále trvá. Lázně již nemají povinnost snižovat počet hostů, jak tomu bylo na začátku pandemie, ale i tak některá zařízení na toto omezení stále dbají. Jiná lázeňská zařízení nyní považují svá opatření za dostatečná. Někteří pracovníci také uvedli vlastní odpovědi, ve kterých se objevovala stálá povinnost nošení respirátorů a dodržování aktuálních vládních nařízení.

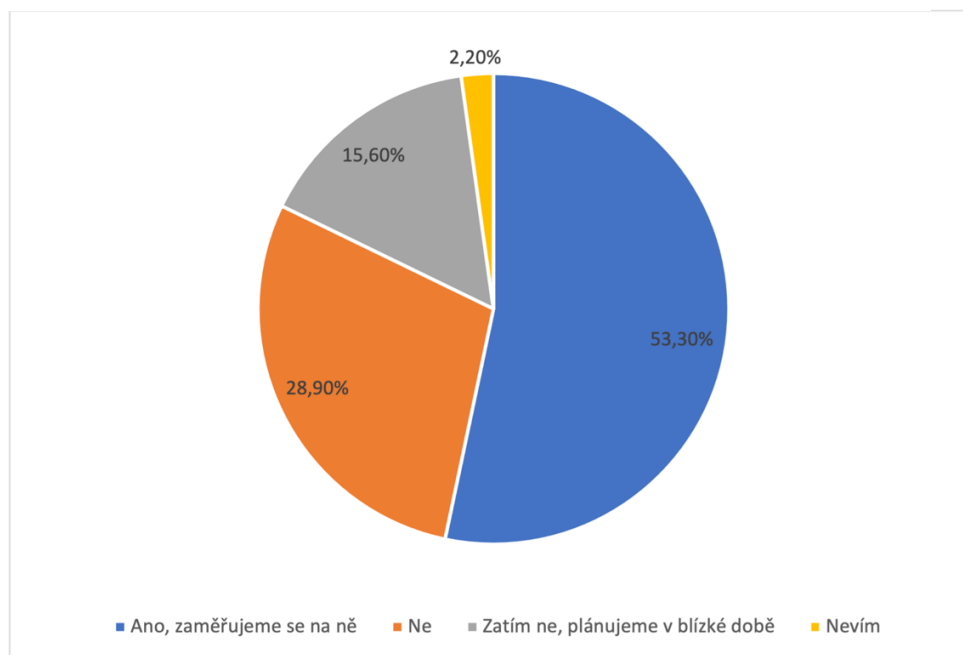
Graf 14: Opatření v lázních



Zdroj: vlastní zpracování (2022)

Dotazník pro lázeňské zaměstnance obsahoval otázku, zda se jejich lázeňská zařízení také zaměřují na postcovidové léčby. Větší část z nich odpověděla, že tento nový druh léčby ve svých zařízeních nabízejí.

Graf 15: Přítomnost nových metod v lázních – postcovidové léčby



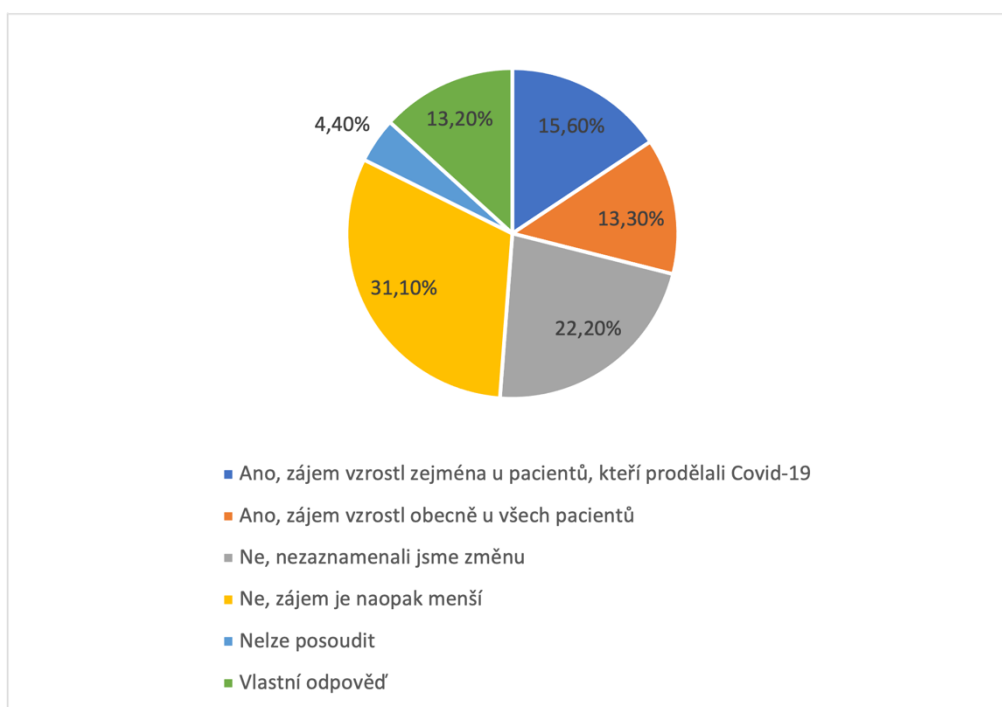
Zdroj: vlastní zpracování (2022)

Následovala proto otázka, jak takový pobyt probíhá. Sales a marketing ředitelka z lázeňského zařízení v Karlovarském kraji popsala léčbu následovně: „Každý pobyt začíná vstupní kontrolou u lékaře, který na základě zdravotního stavu klienta předepíše rozpis procedur, mezi stěžejní patří rehabilitace, včetně dechové, procedury s přírodním léčivým zdrojem (zejména inhalace), přístrojová terapie a pohybové aktivity. Součástí vyšetření jsou laboratorní testy. V průběhu lázeňské léčby je klient monitorován zdravotníky, léčba je dle potřeby upravena a je uzavřena výstupní prohlídkou, kde se zhodnotí výsledky.“ Jiní pracovníci také uvedli zavedení nového balíčku pro lidi po proděláním COVID-19 s pečlivě zvolenými procedurami. Mezi odpověďmi se také objevila možnost infuze vitamínu C. Jiný zaměstnanec uvedl možnost respiračního pobytu, který obsahuje nácvik techniky správného dýchání s fyzioterapeutem, 12 lázeňských procedur zaměřených na léčbu dechových obtíží a konzultace s lékařem. Mezi dalšími odpověďmi se nejčastěji opakovala právě dechová rehabilitace, inhalace, laserová terapie zaměřené na postcovidovou plicní rehabilitaci, oxygenoterapie, pohyb či procházky v přírodě. Dle pracovníků je léčba vždy uzpůsobena stavu klienta, tedy lékař po prohlídce předepisuje vhodné procedury.

V další otázce byli respondenti z řad lázeňských zaměstnanců dotázáni, zda je v současné době o lázeňské pobyty větší zájem, než tomu bylo před pandemií Covid-19.

Největší procento respondentů z řad pracovníků uvedlo, že o lázeňské pobyty v současné době není větší zájem, než tomu bylo před pandemií Covid-19, ale že je zájem naopak menší. Několik respondentů (22,2 %) nezaznamenalo změnu v lázeňských zařízeních. Malé procento uvedlo vlastní odpověď, kde uváděli, že zájem vzrostl díky voucherům, větší zájem Čechů, naopak méně cizinců, a především ztráta zahraniční klientely zde hrála velkou roli.

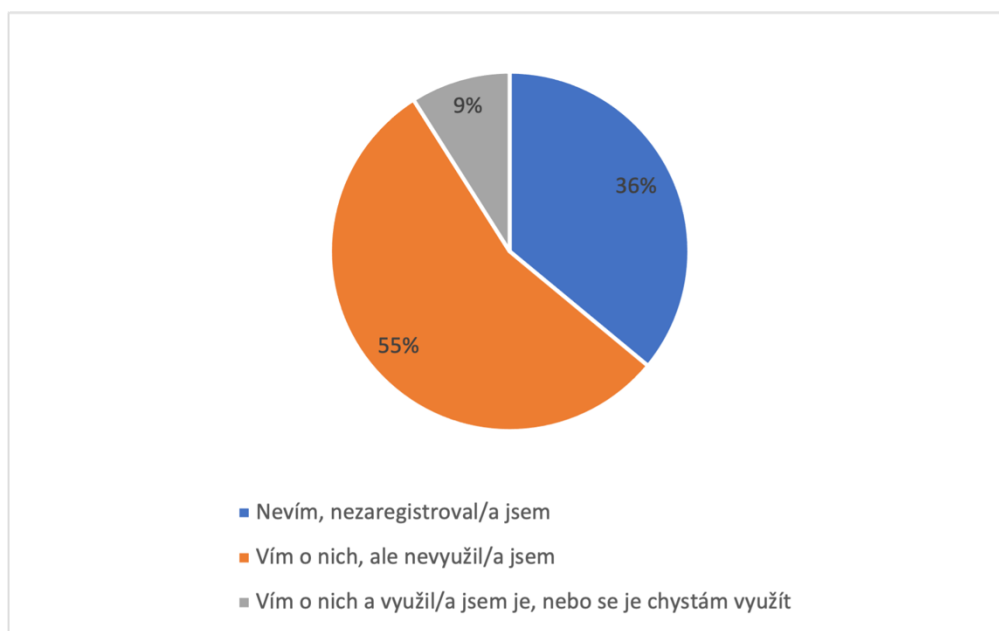
Graf 16: Zvýšení zájmu o lázeňské pobyty



Zdroj: vlastní zpracování (2022)

V poslední otázce byly obě skupiny respondentů dotázány, jak vnímají poskytování lázeňských voucherů, které bylo možné od 1. července 2020 využít na lázeňský pobyt. Lázeňští klienti na tuto otázku odpovídali výběrem z možností a výsledky jsou tak zobrazeny v následujícím grafu. Více než polovina z nich uvedla, že o voucherech ví, ale nevyužila je. Několik respondentů (36 %) také uvedlo, že o voucherech vůbec nevědí a někteří respondenti (9 %) vouchery využili nebo se je chystali využít.

Graf 17: Vnímání poskytování voucherů na lázeňskou péči



Zdroj: vlastní zpracování (2022)

Stejná otázka byla položena také lázeňským zaměstnancům, jaké je poskytování voucherů z jejich pohledu. Respondenti na tuto otázku odpovídali slovní odpovědí. Mnoho z nich vnímá poskytování těchto voucherů kladně a velice pozitivně. Pro některá lázeňská zařízení to byla také dobrá reklama a uvedli, že se k nim klienti vracejí i bez možnosti využití voucherů. Některým lázeňským zařízením to také pomohlo zvýšit obsazenost lázní. Někteří respondenti dokonce uvedli, že díky voucherům Češi objevili lázně a stoupl tak počet samopláteckých pobytů. Jiná zařízení přivítala nové klienty a radovala se z plných kapacit. Na druhé straně byli ale také respondenti, kteří vouchery vnímají negativně. Dle jejich slov byli klienti náročnější, někteří také hodnotili vouchery jako nedotaženou akci a zmiňovali nutnost více práce pro lázeňská zařízení. Také uvádějí, že po skončení platnosti voucherů došlo k poklesu rezervací, neboť klientům trvá déle, než si opět zvyknou na standardní ceny.

6.3 Návrhová část

Dle dostupných výsledků autorka práce navrhuje několik doporučení pro zlepšení situace a vztahu Čechů k lázeňství v Česku. Z výsledků je patrné, že lázeňství bylo postiženo pandemií Covid-19 ve velké míře. České lázeňství přišlo o zahraniční klientelu, která tvořila největší část osazenstva. Lázeňská zařízení musela dle nařízení vlády omezovat počet pacientů v zařízeních a sčítala tak velké ztráty. Proto v Česku vznikl program MMR COVID, který poskytl vouchery na lázeňskou péči, jak již bylo zmíněno výše. Tyto vouchery měly podpořit lázeňství a přitáhnout více českých návštěvníků do lázní.

Autorka navrhuje dvě doporučení, která mohou přilákat do českých lázní více Čechů a podpořit tak české lázeňství.

6.3.1 Volnočasové aktivity v lázeňském místě

Pomocí výsledků z dotazníku bylo zjištěno, že obě skupiny respondentů nevyhledávají lázně a jedním z důvodů je právě nedostatek nabízených volnočasových aktivit. Právě volnočasové aktivity by v dnešní době měly být součástí lázeňského pobytu. V létě se v lázeňských městech mohou konat různé festivaly, koncerty či výstavy. Jedná se zejména o lázeňská města, která se nachází v Karlovarském kraji. Právě sem jsou klienti nejvíce přitahováni, jelikož v letních měsících nechybí ani kulturní zážitek, který lze spojit s návštěvou lázní.

V některých lázeňských městech se nabízí volnočasových aktivit mnoho, problémem ale je, že jsou málo prezentované a lidé se tak o nich nemusí dozvědět. V některých případech je mohou prezentovat infocentra, ale neprezentují je samotná lázeňská zařízení, která spoléhají na to, že lidé všechny informace zjistí právě v infocentru. Lidé ale chtějí mít všechny informace pohromadě, proto by se tedy i samotná lázeňská zařízení měla zaměřit na prezentaci dostupných volnočasových aktivit.

Autorka práce navrhuje volnočasový program přivést přímo do lázní, a to animační programy. Ty jsou stále více populární zejména v zahraničí, ale v současné době již i mezi českými obyvateli, především pak u rodin s dětmi. Právě ty vyhledávají ke své dovolené přítomnost animačních programů, a mnohdy i právě z tohoto důvodu cestují raději na dovolenou do zahraničí, kde v hotelech animační programy najdou. Mnoho rodin animace vyhledává především kvůli svým dětem. Nemusí tomu ale tak být vždy. V současné době se animace stávají oblíbené i u mladých párů a starších generací.

Přítomnost animačních programů i v lázeňských zařízeních by mohlo být jednou z motivací, proč by Češi právě lázně začali navštěvovat ve větší míře. Animace nemusí být určena jen dětem. Tyto programy by určitě měly být v největší míře v dětských lázeňských léčebnách, kde by je děti jistě ocenily a přivítaly. V některých zařízeních tyto programy už mohou být dostupné.

Animační programy organizují a připravují animátoři. Jejich úkolem je postarat se o zábavu klientů v jejich volném čase. Při sestavování programu by měl být důraz kladen především na to, pro koho je program připravován. Aktivity mohou být různé a pro všechny věkové kategorie. Připravované aktivity a jejich vhodnost by animátoři měli nejdříve konzultovat s lékaři či vedením hotelu.

Animátoři by měli být přítomni v hotelu v určité časy, které by se nekryly s léčebnými procedurami a léčebným programem. Byly by dostupné pro klienty v lázních, v časech, kdy právě nepodstupují procedury a chtějí aktivně využít svůj volný čas. Úkolem animátora je především nedat možnost pacientům se nudit.

Pro děti mohou být připraveny aktivity v rámci dětského klubu. Může pro ně být nachystán každý den tematicky. Připraveny pro ně mohou být aktivity spojené s kreslením, vyráběním, malováním na obličej i pohybové aktivity. Další možností jsou aktivity v bazénu. Všechno ale záleží na vybavení lázeňského zařízení a stavu pacientů.

Dospělé mohou nalákat taktéž aktivity v bazénu. Dámy jistě ocení lekce jógy, pánové pak naopak lehké cvičení či posilování. Součástí animačního programu mohou být i ranní rozcvičky spojené s léčbou či určitou procedurou. Odpolední program je třeba začínat vždy zvolna, a to kupříkladu nenáročnými hrami, u kterých se klient nemusí tolik hýbat a může u nich i odpočívat, mohou to být různé hádanky, stolní či karetní hry. Pro dospělé pak může být připraven například vodní volejbal či vodní polo, zde ale opět záleží na vybavení daného lázeňského zařízení.

Animační programy mohou být atraktivní i pro starší generace. Pro ty mohou být nachystány karetní turnaje, kostky či jednoduché cvičení v bazénu. Na své si mohou přijít při večerních programech do kterých mohou být zapojeni nebo se účastnit pouze jako diváci. Večerní programy mají za úkol pobavit a rozesmát klienty. Mohou být realizovány čistě jen v podání animátorů, nebo do nich mohou být zapojeni i diváci, jedná se pak o různé soutěže, písničky na přání anebo také karaoke. Pro děti večer může být připravena i dětská diskotéka.

Přítomnost animačních programů může být velkým lákadlem zejména pro rodiny s dětmi, rodiče si pojedou do lázní odpočinout a děti ocení animační programy, které je zabaví po celý den. Aktivní zavedení animačních programů v lázeňských místech může přitahovat více českých klientů, kteří namísto dovolené v zahraničí dají přednost dovolené v českých lázních. Nabídka animačních programů by se týkala zejména letní sezóny, kdy lidé nechtějí podstupovat tolik procedur a raději si užívají odpočinek a využívají právě volnočasových aktivit.

Tabulka 1: Ukázka animačního programu

ANIMAČNÍ PROGRAM NA CELÝ DEN	
10:00	Ranní rozcvička
11:00	Vodní hrátky
12:30	Klubové tance
15:00	Líné hry
16:00	Šipky
17:00	Aquaerobic
20:00	Dětská diskotéka
21:00	Večerní show

Zdroj: vlastní zpracování (2022)

Animační program pak může vypadat následovně, viz tabulka. Dopoledne začíná vždy ranní rozcvičkou a seznámení s programem na celý den. Následují vodní hrátky pro malé i velké, uzpůsobeno dle klientely. Před obědem jsou poslední aktivitou klubové tance, jedná se o aktivnější zakončení dopoledního programu. Jednoduché sestavy na známé písně, které zvládne zatančit každý. Odpoledne začíná odpočinkovými – „línými“ hrami, pod nimi si lze představit například karetní hru UNO či Prší, skládky z papíru a hádanky anebo ping pong. Oblíbená aktivita mezi všemi generacemi mohou být šipky, následuje aquaerobic, zde se jedná o cvičení v bazénu, spojené s trochou tance. Večerní program odstartuje dětská diskotéka a následuje večerní show.

Pokud by lázeňská zařízení tuto možnost zvažovala, autorka nastínila také přibližnou kalkulaci v případě, že by se jednalo o animační program 6 dní v týdnu.

V případě, že by si lázeňská zařízení najala zkušené a profesionální animátory je třeba počítat s položkami na jejich mzdu. Další výdaj souvisí s animačním materiálem. Poslední položka je věnována ceně, která by musela být připočítána k ceně zájezdu.

Pokud bychom počítali s platem pro animátora 120Kč/h, vycházel by pak jeho plat na 960Kč/den. Pokud by tedy animátor pracoval 6 dní, s tím, že jeden den v týdnu by měl vždy volný, jednalo by se o částku 5 760 Kč. Na výše zmíněný program budou v lázeňském zařízení zapotřebí animátoři dva. V tabulce je zobrazena kalkulace na dva animátory. K animacím je třeba zajistit materiál na různé hry, jedná se o míče, karty, papíry, pěnové desky do vody na cvičení a také kostýmy na večerní představení a diskotéky. Zde je uvedená cena 530Kč/den, na týden je pak cena 3 180 Kč.

Poslední položkou je cena, kterou by klient zaplatil v ceně zájezdu. Pokud bychom počítali se 40 lidmi na týdenní zájezdy, v závislosti na platu animátora, částka by pak byla 48Kč/den. Na týdenní pobyt by tedy bylo třeba počítat s 288.-Kč na osobu.

Všechny uvedené ceny v tabulce jsou pouze orientační a nevyplývají ze žádných dat.

Tabulka 2: Ukázka orientační kalkulace

KALKULACE ANIMACÍ NA 6 DNÍ V TÝDNU	DEN	TÝDEN
Animátor	960 Kč	5 760 Kč
Druhý animátor	960 Kč	5 760 Kč
Animační materiál	530 Kč	3 180 Kč
Cena ze zájezdu	48 Kč	288 Kč

Zdroj: vlastní zpracování (2022)

Pokud by se programu po celou sezónu každý animační den účastnilo zhruba 12 lidí, autorka připravila podrobnou kalkulaci animačního materiálu. Kalkulace je připravena na letní animační sezónu, jednalo by se o 53 animačních dní. Materiál na celou sezónu vychází na 28 098 Kč. V následující tabulce lze vidět jeho podrobnou kalkulaci. Uvedené ceny u jednotlivých položek byly inspirovány cenami výrobků dostupných na trhu. V částce je také započítána uniforma pro animátory, která se skládá z triček a kalhot s krátkými nohavicemi.

Tabulka 3: Kalkulace animačního materiálu

AKTIVITA	MATERIÁL	POČET KUSŮ	CENA ZA KUS	CENA CELKEM
Ranní rozvíčka	Podložka na cvičení	12	200	2 400
Vodní hrátky	Pěnové desky	12	149	1 788
	Míč	2	300	600
	Nafukovací lehátko	3	130	390
Klubové tance	Přenosný aktivní reproduktor	1	6 800	6 800
Líné hry	Karty	2	280	560
	Souprava na ping pong	2	320	640
Šipky	Terč	1	550	550
	Šipky	3	230	690
Aquaerobic	Pěnové žížaly	12	80	960
Dětská diskotéka	Klaunské kalhoty	2	800	1 600
Večerní show	Kostýmy	8	690	5 520
	Rekvizity	10	200	2 000
Uniforma	Animační tričko	8	275	2 200
	Animační kraťasy	4	350	1 400
Celkem				28 098

Zdroj: vlastní zpracování (2022)

Zde by také lázeňská zařízení mohla využít marketingového tahu a nabízet pobyt ve svém lázeňském zařízení ve formě balíčku i právě s těmito volnočasovými aktivitami. V tomto případě by pak mohla uvést, že k pobytu jsou nabízeny animace zdarma, ačkoliv by částka v zájezdu byla započítána.

6.3.2 Propagace pomocí sociálních sítí

Z dostupných výsledků je patrné, že zájem o lázně výrazně klesl a je naopak menší, než tomu bylo před příchodem pandemie Covid-19. Lázně ve většině případů fungovaly i na vrcholech pandemie, i když ve velmi omezeném režimu. Ubyla značná část zahraniční klientely, která například v Karlovarském kraji tvořila většinu návštěvníků. Proto vznikly vouchery na lázeňskou péči, aby podpořily lázeňství v naší zemi.

V dotazníku pro klienty lázní několik z nich uvedlo, že o voucherech vůbec nevěděli nebo se o ně nezajímali. Autorka proto navrhuje větší propagaci této akce. V současné době

bylo možné vouchery využít do konce března, u některých hotelů byla doba prodloužena do konce června 2022. Někteří lázeňští pracovníci tuto akci hodnotili jako nedotaženou a neúplnou.

Dle průzkumu od agentury CzechTourism 60 % Čechů je motivováno k uskutečnění dovolené díky přímé finanční podpoře na cestování (Machová, 2020).

Autorka navrhuje podpořit propagaci lázeňských míst přes sociální sítě. Je třeba českým občanům ukázat, že lázně nemusí být určeny pouze pro nemocné či pro starší generaci, jak si stále většina lidí myslí. Lázně mohou být také zážitkem, odpočinkem, relaxací či rehabilitací. V budoucnu by se lázně mohly stát vyhledávaným místem pro dovolenou v České republice. Mladí lidé stále preferují jiný typ dovolené, ale častokrát se nechávají ovlivňovat reklamami, které vidají právě na sociálních sítích. V dnešní době je internetu a sociálním sítím věnována velká pozornost a prakticky téměř každý alespoň některé sociální sítě využívá. Po příchodu pandemie Covid-19 byla veškerá komunikace přesunuta do on-line režimu a na sociální sítě. Byla jim věnována větší pozornost a dostalo se jim většího významu. Na každé ze sociálních sítích můžeme denně vidat různé reklamy.

Lázeňská zařízení by se právě na sociální sítě měla zaměřit a jejich pomocí propagovat své lázeňské zařízení. Jejich pozornost by mohli získat právě samoplátci, kteří o pobytu přemýšlejí nebo v návaznosti na reklamu by o pobytu začali uvažovat. Jak již bylo zmíněno dříve, samoplátecké pobyty se stávají novým trendem a jejich počet stále roste. Lázeňství je pro nás v České republice velikým bohatstvím a ztráta zahraničních klientů ho výrazně poznamenala. Zde by se proto lázeňská zařízení měla zaměřit na domácí klientelu a propagovat svá zařízení. Sociální sítě v tomto mohou hodně pomoci a lázně se tak dostanou do podvědomí více lidí, kteří by je v budoucnu mohli začít navštěvovat. Velkým motivem by mohly být lázeňské vouchery. I těm by se mělo dostat větší reklamy. Reklama přes sociální sítě by mohla přilákat více mladších klientů, kteří hledají odpočinkovou dovolenou a nechtějí vyjíždět za hranice.

Příkladem dobré reklamy přes sociální sítě by mohlo být například krátké video. V současné době je nejvíce používaná sociální platforma s názvem Instagram a právě zde je velkým trendem „reels“. Jedná se o krátké video upoutávky, sestříhaná videa či video prezentace pomocí fotografií doplněná o zvukové efekty. Právě tato krátká videa se dále zobrazují uživatelům často na hlavní stránce podle toho, co je zajímavá či co vyhledávali

předtím. Instagram také nabízí placenou propagaci, tzn. uživatel si na svém účtu může vybrat právě tento „reels“, který mu Instagram zpropaguje pro určitou skupinu lidí, kterou si uživatel zvolí. Tedy pomocí tohoto mohou lázeňská zařízení oslovovat konkrétní klientelu. Je tedy dobré, aby se lázeňská zařízení v současné době zaměřila právě na online reklamu pomocí této sociální platformy. Je třeba pracovat také na vizuální stránce účtu, aby bylo přilákáno více klientů, je důležité, aby i účet na sociální platformě oslovil potenciální uživatele svou vizuální a vzhledovou stránkou. Video aneb tzv. „reels“ by poté měly být stručné ale výstižné. Ve videu je dobré ukázat zázemí lázeňského zařízení, ukázat možnost stravy a ubytování, způsob relaxace na místě a neměla by chybět také ukázka volnočasových aktivit.

Stále větším trendem právě i u mladších generací se stávají wellness víkendy. Proto by se lázeňská zařízení mohla zaměřit i na ně a začít nabízet možnost wellness víkendů ve svých zařízeních, například ve výhodných balíčcích s určitou procedurou, s večeří pro dva v ceně anebo právě s animačním programem zdarma. Když si české obyvatelstvo povšimne výhodné nabídky s něčím zdarma či v ceně, může právě toto přilákat jejich pozornost. Je tedy třeba zaměřit se na dobrou a kvalitní reklamu, která přitáhne mnoho pozornosti.

Důležité je, aby pomocí této propagace ukázaly lázně české klientele, že se nemusí nutně jednat pouze o léčebné lázeňské pobyty, ale i o odpočinek či zážitek.

Mnoho lidí stále preferuje pobyt u moře, jako způsob relaxace, je tedy důležité se na tyto lidi zaměřit a ukázat jim, že tento relax mohou najít právě i v českých lázních. Pomoci jim v tom může například nabídka relaxace či léčby s využitím mořské vody. Ukázat určitým způsobem, že i v jejich zařízeních mohou mít moře nadosah a nemusejí kvůli tomu cestovat do zahraničí.

Tato doporučení by lázeňským zařízením mohla pomoci dostat se opět zpátky na vrchol a eliminovat ztráty, které lázně utrpěly díky pandemii. Právě české obyvatelstvo by mohlo lázně v tomto směru podpořit pomocí využití jejich služeb.

Závěr

Předložená bakalářská práce se věnuje vztahu Čechů k lázeňství a zkoumá rozdíly vnímání lázní z pohledu jeho stávajících i potencionálních klientů a zaměstnanců z lázeňských zařízení.

Práce se nejprve zabývala vysvětlením základních pojmů, které s cestovním ruchem a lázeňstvím souvisejí. Zaměřovala se na lázeňství obecně, byly vysvětleny pojmy s ním související a také historie. Dále byla práce zaměřena na lázeňství v České republice, byl vysvětlen jeho význam a postavení v cestovním ruchu.

Podle poznatků získaných z odborné literatury je české lázeňství velice významné především díky bohatému výskytu přírodních léčivých zdrojů. Proto je české lázeňství také někdy nazýváno jako české rodinné stříbro. Část kapitoly se také zabývala lázeňskými profesními institucemi a podkapitola byla věnována marketingu v lázeňství. V teoretické části byly dále popsány trendy v lázeňství. Díky pramenům z odborných literatur byly popsány trendy posledních let jak v Evropě, tak v České republice.

Teoretická část práce je věnována stále aktuálnímu tématu ohledně pandemie Covid-19. Bylo popsáno, jak tato pandemie oblast lázeňství zasáhla a do jaké míry. Byla zde zmíněna i možná léčba po prodělání onemocnění – postcovidová léčba, která se zaměřuje na zlepšení stavu pacienta po prodělání Covid-19. Část byla věnována i lázeňským voucherům, které bylo možné využít na pobyty v lázních.

Praktická část se zaměřovala na obecný vztah Čechů k lázním. Pomocí dvou dotazníkových šetření byly získána data, která bylo třeba pro porovnání dvou skupin respondentů, ti na toto odvětví cestovního ruchu nahlíží každý z jiného úhlu pohledu. Výsledky z obou dotazníků byly porovnány, popsány a byly interpretovány jejich rozdíly. Pomocí grafů byly zobrazeny výsledky a rozdíly v odpovědích u obou skupin respondentů.

Sběr dat probíhal pomocí on-line dotazníku, který byl rozeslán do lázeňských zařízení po celé České republice. Někteří lázeňští pracovníci zažádali o dotazník v papírové podobě a vyplnili dotazník touto formou. Tyto dotazníky byly přidány k odpovědím z on-line dotazníku a poté byly všechny shromážděny a interpretovány. Druhý dotazník byl již dříve vytvořen a jeho výsledky byly použity k porovnání těchto dvou skupin.

Na základě výsledků z těchto dotazníků bylo autorkou navrženo několik doporučení, která by mohla pomoci rozvoji českého lázeňství mezi českými klienty. Z výsledků bylo patrné, že obsazenost českých lázní není začátkem roku vysoká, a ačkoliv největší část v současné době tvoří právě česká klientela, lázeňská zařízení nejsou stále naplněna.

Cílem práce bylo definovat postavení Čechů k lázeňství. Autorka práce se zaměřila na dvě skupiny a to klienty, ať už stávající či potenciální, a na druhé straně na zaměstnance v lázeňství. Poté pomocí dat zjištěných z dotazníkových šetření porovnávala výsledky odpovědí těchto respondentů. V práci se zaměřila také na to, jak vnímají respondenti situaci ohledně Covid-19 a jak moc je v tomto směru ovlivnila. Posledním bodem bylo navržení vhodných doporučení, která by mohla posílit vztah Čechů k lázeňství.

Seznam použitých zdrojů

- Attl, P. (2014). *Ekonomika českého lázeňství a cestovní ruch*. Univerzita Hradec Králové.
- Bělohávková, V. (2022, 6. ledna). *Slevové poukazy do lázní nekončí. Projekt však financují provozovatelé*. iDNES.cz. https://www.idnes.cz/ekonomika/domaci/lazenske-vouchery-poukazy-czech-tourism-hoste-covid.A220106_115529_ekonomika_vebe
- Boulevard Staff (2021, 28. prosince). *Spa industry statistics and trends to watch in 2022*. <https://www.joinblvd.com/blog/spa-industry-statistics-2021>
- Burešová, P., Zimáková, B., Čertík, M., Hán, J. (2014). *Vybrané kapitoly z hotelnictví a gastronomie*. Wolters Kluwer.
- Cathala, H. (2007). *Wellness od vnějšího pohybu k vnitřnímu klidu*. Grada Publishing.
- Cohen, M., & Bodeker, G. (2008) *Understanding the global spa industry: Spa management*. (1. vyd.) Taylor & Francis
- Drobná, D., & Morávková, E. (2004). *Cestovní ruch*. Nakladatelství Fortuna.
- Institut lázeňství a balneologie. (2021, 8. listopadu). *Lázeňský cestovní ruch v České republice*. Spadata.cz. Dostupné 24.3.2022 z <https://spadata.cz/lazensky-cestovni-ruch-v-ceske-republice/>
- iROZHLAS. (2021, 5. června). *Pacienti s postcovidovým syndromem nemají nárok na lázně. Ministerstvo proto plánuje změnu vyhlášky*. Dostupné 28. 2. 2022 z https://www.irozhlaz.cz/zivotni-styl/zdravi/postcovidovy-syndrom-lazne-ministerstvo-zdravotnictvi_2106051111_gak
- Jakubíková, D., Vildová, E., Janeček, P., Tluchoř, J. (2019). *Lázeňství management a marketing*. Grada Publishing.
- Jandová, B. (2009). *Balneologie*. Grada Publishing.
- Jedeme do lázní. (n.d.) *Prvopočátky lázeňství u nás*. <https://jedemedolazni.cz/dovolena-v-lazenskych-mistech/historie-lazenstvi.html>
- Karlovarská agentura rozvoje podnikání (2022, 28. března) *Lázeňská zařízení Karlovarského kraje v číslech*. Spadata – informační server lázeňství a balneologie. <https://spadata.cz/lazenska-zarizeni/>

Karlovarská agentura rozvoje podnikání (2022, 8. března) *Karlovarský kraj žije lázeňstvím. Jak se daří inovacím v tomto tradičním oboru?* https://www.karp-kv.cz/aktualita/karlovarsky-kraj-zije-lazenstvim-jak-se-dari-inovacim-v-tomto-tradicnimoboru/248?utm_source=sklik&utm_medium=cpc&utm_campaign=KARP+clanky&utm_content=KARP-4.cil.-480x300px.png&utm_term=&sznclid=xayh-P3x8_z1_fP0_PXy8vzy8Pz89Py5sfj08PDy_PHx_fL06_Lx8bmxoPj08_Hy_P329PXw6_D8_Lmm-Ifxglby9YD984Dyh_b2hP2A9ff89_3xhlfzh_L9g_Ly

Kostková, M., & Schellong, L. (2018). *Lázeňství a hotelnictví – distanční studijní text*. Slezská univerzita v Opavě. https://repozitar.cz/repo/37715/Kostkova-Schellong_Lazenstvi_a_hotelnictvi_181103.pdf

Kotíková, H. (2013). *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. Grada Publishing.

Kupčíková, T. (2022, 31. března). *Návštěvnost HUZ – podrobná data 2012–2021*. CzechTourism. Dostupné 4.4. 2022 z <https://tourdata.cz/data/navstevnost-huz-2012-2021/>

Lázně Travel (n.d.) *Česká republika – centrum světového lázeňství*. <https://www.laznetravel.cz/ceska-republika.html>

Machová, S. (2020, 19. dubna). *Lázeňství 2019*. CzechTourism. Dostupné 17.3.2022 z <https://tourdata.cz/data/lazenstvi/>

Machová, S. (2020, 2. června). *Potenciál finančního příspěvku na podporu DCR*. CzechTourism. <https://tourdata.cz/data/potencial-financniho-prispevku-na-podporu-dcr/>

Matějí, K., Hruška, O., Janeček, P., Vávra, J. (2020). *Jaký je vztah Čechů k lázeňství a změnil se nějak v době koronavirové pandemie? – souhrnná zpráva ze socioekonomického průzkumu*. Institut lázeňství a balneologie v. v. i. <https://spadata.cz/wp-content/uploads/2021/06/Souhrnna-zprava-ze-socioekonomickeho-pruzkumu-Jaky-je-vztah-Cechu-k-lazenstvi.pdf>

Ministerstvo pro místní rozvoj ČR (2021). *Výzva k předkládání žádostí o poskytnutí dotace pro dotační titul COVID – Lázně*. https://www.mmr.cz/getmedia/819d8146-5b73-4bdc-a549-c67069eb7876/Vyzva_dotacniho-titulu_COVID-Lazne_2.pdf.aspx?ext=.pdf

Ministerstvo zdravotnictví (2020, 29. prosince). *Seznam lázeňských míst v ČR*. Dostupné 24.3.2022 z <https://www.mzcr.cz/seznam-lazenskych-mist-v-cr/>

Novinky.cz (2022, 6. ledna) *Nové poukazy na pobyt v lázních. Lidé mohou do března využít slevu 2000 korun.* Dostupné 1. 4. 2022 z <https://www.novinky.cz/ekonomika/clanek/nove-poukazy-na-pobyt-v-laznich-lide-mohou-do-brezna-vyuzit-slevu-2000-korun-40383161>

Plzáková, L. & Studnička, P. (2014). *Řízení cestovního ruchu v České republice – minulost, současnost, budoucnost.* Wolters Kluwer.

Seifertová, V. (2003). *Marketing v lázeňském cestovním ruchu.* Pragoline.

Sonnková, P. (2017). *Lázeňský cestovní ruch a wellness.* Slezská univerzita v Opavě.

Svaz léčebných lázní České republiky (2022, 6. ledna) *Nové lázeňské vouchery pro rok 2022.* Facebook. <https://www.facebook.com/lecebnelazne/posts/5440774269273028>

Špišák, L., & Hruška, O. (2021, 20. listopadu). *Postcovidová léčba v lázních.* Institut lázeňství a balneologie, v. v. i. <https://spadata.cz/postcovidova-lecba-v-laznich/>

Švarcová, P. (2020, 21. května) *České lázně sčítají ztráty. Německé důchodce by mohli nahradit čeští pojištěnci.* CNN Prima News. https://cnn.iprima.cz/lazne-scitaji-ztraty-mnozi-zamestnavatele-zacali-propoustet-3361?fbclid=IwAR3LHuzwVInycI4DUvxs-k36VFBq5iM5i9-TiIjLNv2qlcg-QJCSB4t_fo

Tatro, S. (2020, 2. července) *15 amazing Czech spa getaways from historic baths to secluded forest retreats.* Expats.cz <https://www.expats.cz/czech-news/article/from-historic-baths-to-modern-facilities-with-stunning-views-find-the-perfect-spa-getaways-across-czech-republic>

UNESCO památky. (n.d.) *České dědictví UNESCO.* Dostupné 28. 2. 2022 z <https://www.unesco-czech.cz/unesco-pamatky/>

Usnesení vlády České republiky č. 169 o změně usnesení vlády č. 48 a prodloužení podpory COVID-Lázně do 31. prosince 2021. (2021). https://www.mmr.cz/getmedia/577afe04-0266-4483-8575-74688896235b/Priloha-c-1_vyzvy_UV169_2021.pdf.aspx?ext=.pdf

Vaníček, J., & Hilšerová, M. (2020). *Zdravotní, lázeňský a wellness turismus.* Nakladatelství Oeconomica.

Vaňous, P. (2022, 19. března) *Poslední šance na levnější lázně. Poukazy zatím využily tisíce lidí.* Deník.cz. https://www.denik.cz/z_domova/lazne-vouchery-

[covid.html?fbclid=IwAR2QXntrNn94a2Zv8dSVIzOMi8JEW2kDe7Wpj_AnYLGCSUxmC2PqiMbDtVY](https://www.facebook.com/IwAR2QXntrNn94a2Zv8dSVIzOMi8JEW2kDe7Wpj_AnYLGCSUxmC2PqiMbDtVY)

Vilmorin, L., & Wijeratne, C., V. (n.d.). *Top 10 global spa trends for 2022 designed to heal mind, body & soul*. EHL Insights. Dostupné 16. 1. 2022 z <https://hospitalityinsights.ehl.edu/global-spa-trends-2022>

Walton, J., K. (2014). *Mineral springs resorts in global perspective: Spa histories*. (1. vyd.) Taylor & Francis.

Živý kraj (2018, 11. února). *Lázeňský trojúhelník – UNESCO*. <https://blog.zivykraj.cz/lazensky-trojuhelnik-unesco/>

Seznam tabulek

Tabulka 1: Ukázka animačního programu	45
Tabulka 2: Ukázka orientační kalkulace	46
Tabulka 3: Kalkulace animačního materiálu.....	47

Seznam obrázků

Obr. 1: Počty příjezdů do ČR za rok 2021	9
Obr. 2: Lázeňský cestovní ruch v ČR za rok 2021	17
Obr. 3: Lázeňská místa v ČR	19
Obr. 4: Ukázka voucheru 2022	27

Seznam grafů

Graf 1: Pohlaví respondentů.....	29
Graf 1: Pohlaví respondentů.....	29
Graf 2: Věková struktura respondentů	30
Graf 2: Věková struktura respondentů	30
Graf 3: Místo bydliště a pracoviště	31
Graf 4: Doba zaměstnanosti v lázeňství.....	32
Graf 5: Absolvování lázeňského pobytu	33
Graf 6: Zájem o pobyt v lázních v budoucnu.....	33
Graf 7: Nejčastější typ pobytu.....	34
Graf 8: Počet respondentů, kteří prodělali Covid-19	35
Graf 9: Vliv na pracovní pozici.....	36
Graf 10: Úspěšnost obsazenosti v roce 2022	37
Graf 11: Ideální rehabilitace po prodělaném Covid-19.....	38
Graf 12: Opatření v lázních.....	39
Graf 13: Přítomnost nových metod v lázních – postcovidové léčby.....	40
Graf 14: Zvýšení zájmu o lázeňské pobyty	41
Graf 15: Vnímání poskytování voucherů na lázeňskou péči.....	42

Seznam použitých zkratk a značek

ČR	Česká republika
ČSÚ	Český statistický úřad
HDP	hrubý domácí produkt
ILaB	Institut lázeňství a balneologie
KLP	komplexní lázeňská péče
MMR	Ministerstvo pro místní rozvoj
PLP	příspěvková lázeňská péče
UNESCO	United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization
UNWTO	United Nations World Tourism Organization

Seznam příloh

Příloha A: Dotazník pro lázeňské zaměstnance

Příloha B: Dotazník pro lázeňské klienty zpracovaný ILaBem

Příloha A: Dotazník pro lázeňské zaměstnance

1. Jste? *
 - Muž
 - Žena
 - Nechci uvést

2. Kolik Vám je let? *
 - 18-24 let
 - 25-34 let
 - 35-44 let
 - 45-54 let
 - 55 let a více

3. Jak dlouho pracujete v lázeňství? *
 - Méně než 1 rok
 - 1–2 roky
 - 3 roky
 - 4 a více let

4. Jaká je náplň Vaší práce? * (*slovní odpověď*)

5. V jakém kraji se nachází lázeňské zařízení, v kterém pracujete? *
 - Hlavní město Praha
 - Středočeský kraj
 - Jihočeský kraj
 - Plzeňský kraj
 - Karlovarský kraj
 - Ústecký kraj
 - Liberecký kraj
 - Královehradecký kraj
 - Pardubický kraj
 - Vysočina
 - Jihomoravský kraj
 - Olomoucký kraj
 - Zlínský kraj
 - Moravskoslezský kraj

6. Co se Vám vybaví, když se řekne slovo lázně? * (slovní odpověď)

7. Absolvoval/a jste vy sám/a někdy pobyt v lázních? *

- Ano
- Ne, nikdy

7a. Pokud jste absolvoval/a, uveďte prosím důvod.

- Slovní odpověď

7b. Pokud jste neabsolvoval/a, uveďte prosím důvod

- Slovní odpověď

8. Pokud jste uvedl/a „ne“, uvažujete o pobytu v budoucnu?

- Nepřemýšlel/a jsem o tom
- Nevím
- Spíše ne
- Ne
- Ano, uvažuji

8a. Pokud jste na předchozí otázku odpověděl/a „ne“ nebo „nevím“, uveďte prosím důvod proč? (slovní odpověď)

9. S jakým nejčastějším typem pobytu v lázních se v současné době setkáváte? (myšleno z pohledu počtu nástupů) *

- Ambulantní lázeňská léčba
- Komplexní lázeňská léčba
- Příspěvková lázeňská léčba
- Samoplátecká léčba
- jiné

10. Ovlivnil příchod pandemie Covid-19 Vaši pracovní pozici? *

- Ano, došlo k částečnému omezení mé práce
- Ano, došlo k úplnému omezení mé práce
- Ne, Covid nijak neovlivnil mou práci
- Ano, přešel/přesla jsem na home-office

11. Změnil nějak Covid-19 Vaši pracovní náplň? * (slovní odpověď)

12. Prodělal/a jste onemocnění Covid-19? *

- Ano s těžkým průběhem
- Ne
- Nevím o tom
- Ano, s lehčím průběhem (potvrzeno testem)
- Ano, s pozitivním testem a bez příznaků
- Asi ano s lehkým průběhem a bez testování

13. Co si představujete jako ideální rehabilitaci po prodělaném onemocnění Covid-19? *

- Pobyt u moře
- Pobyt na horách
- Lázeňský pobyt
- Wellness pobyt
- Pobyt doma s úpravou režimu (více odpočinku, změna stravy, sport)
- Vlastní odpověď

14. Jaká je úspěšnost obsazenosti v roce 2022? (1 – 75% a více, 2 – 51 -75%, 3 – 26% - 50%, 4 – 0 – 25%) *

- | | | | | |
|---------------------|---|---|---|---|
| - Obsazenost obecně | 1 | 2 | 3 | 4 |
| - Leden 2022 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| - Únor 2022 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| - Březen 2022 | 1 | 2 | 3 | 4 |

15. Jaké nové opatření jste v lázních kvůli pandemii Covid-19 zavedli a stále na ně dbáte? (lze vybrat více odpovědí) *

- Častější kontroly dodržování zvýšených hygienických opatření
- Pravidelné testování personálu
- Omezený počet hostů
- Povinné testy klientů lázní
- Současná opatření považují za dostatečná
- Žádná opatření již nemáme
- Nevím

16. Využíváte nových metod v lázních, jako např. postcovidové léčby? *

- Ano, zaměřujeme se na ně
- Ne
- Zatím ne, plánujeme ale v blízké době

17. Pokud jste uvedli, že se na postcovidové léčby zaměřujete, popište prosím, jak takový pobyt probíhá? *(slovní odpověď)*

18. Je v současné době o lázeňské pobyty větší zájem, než tomu bylo před pandemií Covid-19? *

- Ano, zájem vzrostl zejména u pacientů, kteří Covid-19 prodělali
- Ano, zájem vzrostl obecně u všech pacientů
- Ne, nezaznamenali jsme změnu
- Ne, zájem je naopak menší
- Nelze posoudit

19. Jak vnímáte poskytování voucherů na lázeňskou péči? * *(slovní odpověď)*

Příloha B: Dotazník pro lázeňské klienty zpracovaný ILaBem

Otázky zabývající se lázeňstvím:

Co se Vám vybaví, když se řekne slovo lázně?

Co se Vám vybaví, když se řekne slovo wellness?

Kolikrát jste absolvoval/a v posledních 10 letech lázeňský pobyt v České republice?

(Délka léčebného pobytu v minimální délce 14 dní)

Uvažujete o pobytu v lázních v následujícím roce?

Co je důvodem, proč o lázních neuvažujete?

Co vy Vás motivovalo, abyste o lázeňském pobytu v ČR uvažoval/a?

Co je důvodem, proč jste v lázních za posledních 10 let nebyl/a?

Z jakého důvodu uvažujete o pobytu v lázních?

Sociodemografické otázky:

Jaké je Vaše pohlaví?

Jaký je Váš věk?

Jak velká je obec, ve které žijete?

V jakém kraji právě žijete?

Jakého nejvyššího vzdělání jste dosáhl/a?

Kolik osob s Vámi žije ve společné domácnosti?

Uveďte prosím, jaký je celkový čistý měsíční příjem Vaší domácnosti (v Kč).

Otázky týkající se pandemie COVID-19:

Prodělal/a jste COVID-19?

Co si představujete jako ideální rehabilitaci po prodělaném COVID-19?

Podle čeho byste se rozhodoval/a, pokud byste vybíral/a město (DESTINACI) pro svůj lázeňský pobyt PŘED PANDEMIÍ?

Jaká opatření v lázeňských zařízeních by zvýšila Váš pocit bezpečí v současné situaci (míněno situaci kolem COVID-19)?

Maté informace o tom, jak fungují lázně v současné situaci?

Jak ovlivnily Váš postoj k návštěvě lázní informace z médií o výskytu COVID-119 v některých lázeňských městech a jejich okolí?

Jak vnímáte poskytování voucherů na lázeňskou péči?

Zdroj: Institut lázeňství a balneologie (2021)

Abstrakt

Maršánová, M. (2022). *Vztah Čechů k lázeňství a jeho význam pro cestovní ruch* [Bakalářská práce, Západočeská univerzita v Plzni].

Klíčová slova: cestovní ruch, lázeňství, lázně, lázeňská zařízení, Česká republika, Covid-19

Předložená bakalářská práce je zaměřena na vztah českého obyvatelstva k lázním v České republice. Zjišťuje rozdíly ve vnímání tohoto oboru cestovního ruchu jeho zaměstnanci a jeho klienty, které lázně navštívili, či navštěvují. Nejprve se práce zaměřuje na charakteristiku lázní obecně i v České republice a popisuje také význam lázeňství pro cestovní ruch. Práce uvádí i trendy v lázeňství za posledních několik let a část je také věnována pandemii Covid-19 a jeho dopady na současný trh. Pomocí dotazníkového šetření byly zjištěny rozdíly ve vnímání lázní dvou skupin respondentů. Na základě výsledků bylo navrženo několik doporučení, která mají za cíl posílit a rozvíjet vztah českého obyvatelstva k lázním.

Abstract

Maršánová, M. (2022). *The relationship of Czech people and its importance for tourism*
[Bachelor Thesis, University of West Bohemia]

Key words: tourism, spa, spa facility, Czech Republic, Covid-19

The presented work is focused on the relationship that Czech people have to spas. Perception of this type of tourism by its employees and its potential or non-potential clients. Firstly, the work focuses on the general characteristics of Czech spas, and describes the importance of spas in tourism. The work also presents trends in spas over the last few years including the Covid-19 pandemic period and its effects on current market. Using a questionnaire survey, differences in the perception of the spas of the two groups of respondents were found. Based on the results, several recommendations were proposed, which aim to strengthen and develop the Czech population's relationship with the spas.