

VYSOKÁ ŠKOLA OBCHODNÍ A HOTELOVÁ

Studijní obor: Management hotelnictví a cestovního ruchu

Nikola HÁTLOVÁ

KLIENT LÁZEŇSKÉHO CR A VOLNÝ ČAS
CLIENT OF THE SPA TOURISM AND LEISURE TIME

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

Vedoucí bakalářské práce: doc. Ing. Jana Štofilová, CSc

Brno, 2015

VYSOKÁ ŠKOLA OBCHODNÍ A HOTELOVÁ

Katedra ekonomie a managementu

Akademický rok: 2014/2015

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Jméno a příjmení studenta: Nikola Hátlová

Osobní číslo: 6504014

Studijní program: Gastronomie, hotelnictví a turismus (GHT)

Studijní obor: Management hotelnictví a cestovního ruchu (MHCR)

TÉMA PRÁCE: KLIENT LÁZEŇSKÉHO CESTOVNÍHO RUCHU A VOLNÝ ČAS

TÉMA PRÁCE V AJ: CLIENT OF THE SPA TOURISM AND LEISURE TIME

Cíl stanovený pro vypracování BP

1. Teoretická část BP:

Cílem teoretické části je charakteristika jednotlivých pojmů, s kterými se bude v bakalářské práci pracovat jako je klient, klientela lázeňského cestovního ruchu, volný čas, využívání volného času klienty v lázních všeobecně.

2. Praktická část BP:

- V analytické části na základě marketingového průzkumu o volném čase lázeňské klientely ve vybraných lázních si ujasníme, co považuje klientela konkrétních lázní za volný čas a jak s ním zachází, to je, jak klienti v lázních tráví svůj volný čas.
- V návrhové části - podle zjištěných výsledků marketingového průzkumu budou vyvozeny praktické závěry volnočasových aktivit a navržené konkrétní doporučení, jak by dále mohla být rozšířena pro klientelu nabídka volnočasových aktivit v daných lázních.

Při zpracování BP vycházejte z pomůcky vydané VŠOH Brno.

Rozsah bakalářské práce bez příloh: 2 AA

Forma zpracování bakalářské práce: tištěná i elektronická

Seznam doporučené literatury:

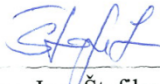
[1] VYSEKALOVÁ, J. *Chování zákazníka*. 1. vyd. Praha: Grada, 2011, s. 360. ISBN 978-80-247-3528-3

[2] ČERTÍK, M. *Volný čas, životní styl a cestovní ruch*. 1. vyd. Praha: Vysoká škola hotelová, 2009, s. 103. ISBN 978-80-86578-93-4

[3] KOUDELKA, J. *Spotřební chování a segmentace trhu*. 1. vyd. Praha: Vysoká škola ekonomie a managementu, 2006, s. 227. ISBN 80-86730-01-8.

Další literatura dle doporučení vedoucí/ho bakalářské práce.

Vedoucí bakalářské práce:


doc. Ing. Jana Štofilová, CSc.
Katedra ekonomie a managementu


Datum zadání bakalářské práce: 1. května 2014


Termín odevzdání bakalářské práce: 17. dubna 2015

V Brně dne: 28. 4. 2014

VYSOKÁ ŠKOLA
OBCHODNÍ A HOTELOVÁ s.r.o.
Bosonožská 9, 625 00 Brno

L.S.


prof. PhDr. Vladimír Šefčík, CSc.
Vedoucí katedry


Ing. Zdeněk Málek, Ph.D.
prorektor pro vzdělávací činnost

Jméno a příjmení autora:	Nikola HÁTLOVÁ
Název bakalářské práce:	Klient lázeňského CR a volný čas
Název bakalářské práce v AJ:	Client of the spa tourism and leisure time
Studijní obor:	Management hotelnictví a cestovního ruchu
Vedoucí bakalářské práce:	doc. Ing. Jana Štofilová, CSc.
Rok obhajoby:	2015

ANOTACE

Cílem bakalářské práce je zjistit, jak tráví klientela v lázních volný čas. První teoretická část je věnována k ujasnění pojmů klient, klientela lázeňského cestovního ruchu, volný čas a volnočasové aktivity v lázních a též pojmy, které jsou v práci zmiňovány jako lázeňství, cestovní ruch, Anenské Slatinné lázně a město Lázně Bělohrad. Praktická část se zabývá výzkumem prostřednictvím dotazníkového šetření, je proveden sběr informací, jeho následné vyhodnocení a navržení konkrétních doporučení, jak by dále mohla být rozšířena nabídka volnočasových aktivit pro klienty v daných lázních.

Klíčová slova: Klient, klient lázeňského cestovního ruchu, volný čas, volnočasové aktivity v lázních, lázeňství, cestovní ruch, Anenské Slatinné lázně, Lázně Bělohrad

ANNOTATION

The main focus of bachelor thesis is finding out how spa clients spend their leisure time in. The first theoretical part is paid to clarify the concepts of client, clientele of spa tourism, leisure time and leisure activities at the spa. Also there are described other concepts which are mentioned in the thesis. These are concepts of spas, tourism, Ann's Peat Spa and spa town Bělohrad. The practical part deals with research through a questionnaire survey is conducted to collect information, its subsequent evaluation and propose specific recommendations on how could further be extended for clients leisure time activities in these spas.

Key words: The client, the client spa tourism, free time, leisure activities at the spa, spas, tourism, Ann's Peat Spa, Spa town Bělohrad

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci *Klient lázeňského CR a volný čas* vypracovala samostatně pod vedením *doc. Ing. Jany Štofilové CSc.* a uvedla v ní všechny použité literární a jiné odborné zdroje v souladu s aktuálně platnými právními předpisy a vnitřními předpisy Vysoké školy obchodní a hotelové.

V Brně dne 17. 4. 2015

Nikola Hátlová

PODĚKOVÁNÍ

Na tomto místě bych ráda poděkovala doc. Ing. Janě Štofilové DSc. za cenné a věcné připomínky, vstřícnost a odbornou pomoc, které mi dopomohly ke vzniku bakalářské práce. Dále děkuji paní Ing. Janě Hlaváčkové marketingové asistence za věnovaný čas, pomocnou ruku, přínosné informace k danému tématu, konzultaci a poskytnutí potřebných dat. Velký dík patří všem respondentům, kteří mi byli ochotni věnovat svůj čas a poskytnout potřebné údaje. Ráda bych také poděkovala své rodině a přátelům, kteří mi byli po celou dobu psaní této práce velkou oporou.

OBSAH

Obsah	7
ÚVOD A CÍL PRÁCE	9
I. Teoretická část	11
1 CESTOVNÍ RUCH.....	12
1.1 Pojem cestovní ruch.....	12
1.1.1 Dělení cestovního ruchu	13
1.2 Historie a současnost lázeňství	15
1.3 Klient	16
1.4 Klient lázeňského cestovního ruchu	21
1.4.1 Dělení lázeňské péče.....	21
1.5 Volný čas	22
1.5.1 Pojem volný čas	23
1.5.2 Funkce volného času.....	24
1.6 Volný čas v lázních.....	25
2 LÁZEŇSTVÍ V KRÁLOVÉHRADECKÉM KRAJI.....	27
2.1 Lázně Bělohrad	27
2.1.1 Historie města Lázně Bělohrad a vývoj Anenských slatinných lázní.....	28
II. Praktická část	30
3 VOLNOČASOVÉ AKTIVITY	31
3.1 Volnočasové aktivity nabízené v Anenských slatinných lázních	31
3.2 Pamětihodnosti města Lázně Bělohrad.....	32

3.3	Vycházky do okolí města Lázně Bělohrad	35
3.4	Cyklistické výlety do okolí města Lázně Bělohrad	35
3.5	Výlety do okolí	37
3.6	Sportovní volnočasové aktivity nabízené Anenskými slatinnými lázněmi a městem Lázně Bělohrad	38
4	DOTAZNÍKOVÉ ŠETŘENÍ V LÁZNÍCH BĚLOHRADĚ	39
4.1	Přípravná etapa dotazníkového šetření	39
4.2	Výsledky dotazníkového šetření	40
4.3	Zhodnocení dotazníkového šetření	48
4.4	Návrhy a doporučení	48
	ZÁVĚR	52
	POUŽITÉ ZDROJE	54
	SEZNAM OBRÁZKŮ A GRAFŮ	57
	SEZNAM ZKRATEK	59
	PŘÍLOHY	60

ÚVOD A CÍL PRÁCE

Pro zpracování bakalářské práce jsem si vybrala téma „Klient lázeňského cestovního ruchu a volný čas“.

Lázeňství je jedna z forem cestovního ruchu a Česká republika je v tomto tradiční zemi a zaujímá zde nezastupitelné místo. Je to dáno zejména bohatstvím přírodních zdrojů na našem území a několikasetletou léčebnou tradicí jednotlivých lázeňských míst. Lázeňské oblasti jsou od dávných dob až do současnosti považovány za místa, která vrací fyzické a psychické zdraví.

Přínos lázeňství pro společnost a jedince je zřetelný. Pobyt v lázních by měl být chápán nejen jako cílený medicínský zákrok, který umožňuje klientům zvýšit kvalitu života a zlepšit jeho zdraví, ale měl by být brán i jako dovolená. Lázeňských služeb využívají hojně pacienti s různými chorobami, přepracovaní a psychicky vyčerpaní lidé, ale i lidé, kteří v lázních chtějí strávit svůj volný čas, odreagovat se od běžného života, zregenerovat se, zrelaxovat a využít volnočasové aktivity, které lázně svým klientům nabízí. Přibývá pobytů, které si lázeňští hosté platí ze svých finančních zdrojů, roste počet zařízení, které poskytují lázeňské a wellness služby a rostou i požadavky klientů na to, jak co nejlépe trávit v lázních volný čas.

Bakalářská práce je aplikována na Anenské slatinné lázně ve městě Lázně Bělohrad. Nachází se v Královéhradeckém kraji. Město Lázně Bělohrad je mi sympatické z několika důvodů. Jednak proto, že jsem v tomto kraji vyrůstala a žiji zde do současnosti. Zajímám se o lázeňství, wellness a v budoucnu bych se tomu chtěla nadále věnovat. Dalším důvodem proč jsem si toto téma vybrala, jsou Anenské slatinné lázně, místo, kde se léčila moje sestřenice, která na pracovníky a prostředí nedá dopustit. Opomenout však nesmím ani krásnou okolní krajinu se spoustou lesů, velmi přívětivé klimatické podmínky i udržované stavby lidové architektury. Oblast je obohacena hustou sítí značených turistických cest a nově jsou zde označeny i cykloturistické trasy. Město je významné i památkami pojmenované po významných osobnostech, které se v Lázních Bělohradě a okolí narodili. Lázeňští hosté zde mají na výběr mnoho možností, jak příjemně strávit a vynaložit se svým volným časem.

Hlavním cílem práce je na základě dotazníkového šetření zjistit, jakým způsobem tráví klientela v lázních volný čas. Jaké aktivity využívá nejraději a naopak jaké aktivity zde

využívá nejméně. Na základě získaných informací navrhnout další volnočasové aktivity, které by bylo možné v rámci volného času v lázních vykonávat.

Za tímto účelem je práce rozdělena na teoretickou a praktickou část, kde v teoretické části je přiblížena čtenáři problematika daného tématu. Je rozdělena na dvě samotné kapitoly. V první části jsou definovány základní pojmy související s cestovním ruchem, lázeňstvím, definováním spotřebitele a klientů v lázních jako takových. V této části je také vysvětlen pojem volný čas a jeho funkce a kromě toho je zde popsán volný čas v lázních, který lázeňský klient využívá.

Druhá kapitola teoretické části už se zabývá lázeňstvím v Královéhradeckém kraji a konkrétně městem Lázně Bělohrad a Anenskými slatinnými lázněmi, jejich historií a současností.

Praktická část je rozdělena na dvě samotné kapitoly. První část se zabývá podrobně popsanými volnočasovými aktivitami, které Anenské slatinné lázně, město Lázně Bělohrad a jeho okolí nabízí. Konkrétně jsou zde vypsány místa, kam lázeňští hosté chodí či jezdí na výlety, a kde tráví volný čas po povinných procedurách. Druhá část obsahuje popis přípravné etapy a samotné výsledky a vyhodnocení dotazníkového šetření a na základě zpracované analýzy výsledků dotazníku, které probíhalo v těchto lázních je navrženo, jak by i jinak zde mohli klienti trávit volný čas.

Práce vychází v první řadě ze studia literatury a internetových zdrojů, lázeňských webových stránek, ale také osobních kontaktů, zkušeností, informací a vlastní známost tohoto kraje, lázní a lázeňského města.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 CESTOVNÍ RUCH

Mezi nejvíce se rozvíjející ekonomické odvětví patří cestovní ruch. Významným způsobem se podílí na růstu zaměstnanosti, na rozvoji dopravní i technické infrastruktury, na zlepšení kvality ubytovacích a stravovacích zařízení, na utváření přírody a krajiny. V dnešní době je cestovní ruch běžnou součástí našeho života a můžeme říct, že cestování patří mezi základní potřeby lidí. CR se začal rozvíjet od poloviny 19. století. Snahy o přesné vymezení tohoto pojmu se datují na začátek 20. století a jsou spojené s rozvojem vzdělávání a se vznikem cestovního ruchu jako teoretické disciplíny i jako předmětu výzkumů. CR lze pokládat za jeden z nejvýznamnějších fenoménů 21. století, vzhledem k očekávanému růstu ekonomické prosperity a s tím úzce souvisejícímu růstu životní úrovně obyvatelstva a také s ohledem na předpokládaný růst jejich volného času.

1.1 Pojem cestovní ruch

Ačkoliv cestovní ruch do jisté míry souvisí s cestováním, je zapotřebí od sebe tyto dva pojmy odlišit. Cestování představuje realizaci cest do různě vzdálených míst, přičemž na každém z nich klient pobývá krátkodobě. CR však představuje daleko širší termín. Na rozdíl od cestování je o cestovním ruchu hovořeno v té situaci, „*když se cestování stává jevem masovým a je spojeno s poskytováním specifických služeb (ubytování, stravování, doprava a jiné), které zabezpečují specializované organizace.*“¹

Přesné vymezení cestovního ruchu je těžko definovatelné. V minulosti bylo provedeno mnoho pokusů o to, jak by mohl být CR jasně vymezen, ale je to velmi obtížné. V současnosti se v odborné literatuře setkáme s různě vysvětlenými pojmy cestovního ruchu.

O jednu z prvních definic cestovního ruchu se postarali švýcarští autoři Krapf a Hunziker. Podle nich se jedná o „*soubor vztahů a jevů, které vyplývají z pobytu na cizím místě, přičemž cílem pobytu není trvalé usídlení nebo výkon výdělečné činnosti*“.²

¹ KOTÍKOVÁ, Halina. Nové trendy v nabídce cestovního ruchu. 1. Vyd. Praha: Grada, 2013, 207 s. ISBN 978-80-247-4603-6, s. 15.

² HUNZIKER, Walter a Kurt KRAPF. *Grundriss der Allgemeinen Fremdenverkehrslehre*. Zurich: Polygraphischer Verla, 1942. ISBN neuvedeno.

Objasněním pojmu se zabývala UNWTO, která jej vymezila takto:

*„CR je 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“.*³

Podle Tomáše Hájka cestovním ruchem rozumíme *„souhrn všech jevů, vztahů a dopadů souvisejících s cestováním lidí, které je motivované uspokojováním potřeb v oblasti využití zejména volného času a to ve smyslu rekreace a obnovy životních sil, poznání, kontaktu mezi lidmi. Cestovní ruch je specifické hospodářské odvětví, založené na šetrném zhodnocení potenciálu zděděného přírodního a kulturního dědictví, živé kultury, gastronomie, sportovních a zábavních aktivit“.*⁴

1.1.1 Dělení cestovního ruchu

Cestovní ruch můžeme dělit na základní druhy a formy cestovního ruchu.

Druhy cestovního ruchu:

- **Domácí CR** – zde se jedná o druh cestovního ruchu, který je realizován občany určitého státu v rámci jejich hranic, pokud jej zaměříme na lázeňství, je tím myšleno, že klienti, spotřebitelé či zákazníci, hranice vlastního státu nepřekračují, pouze cestují do jiného města z místa trvalého bydliště, kde jejich cílem jsou právě vybrané lázně.
- **Zahraniční CR** – při tomto druhu cestovního ruchu již jeho účastníci překračují hranice jiného státu. Dobrým příkladem zde uvedu slovenské, ale i např. arabské občany, které velmi často cestují do českých lázní.
- **Tranzitní CR**

³ DROBNÁ, Daniela a Eva MORÁVKOVÁ. Cestovní ruch pro střední školy a pro veřejnost. 1. vyd. Praha: Fortuna, 2004. ISBN 80-7168-901-7.

⁴ HÁJEK, Tomáš. Cestovní ruch jako nástroj řešení asymetrie mezi městem a venkovem. In HASMAN, Milan, ŘÍHA, Jan, ŠITTLER, Eduard. Cestovní ruch, regionální rozvoj a školství. Tábor: Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích, Zemědělská fakulta cestovního ruchu v Táboře, 2002. s. 1-15. ISBN 80-7040-549-X.

Dědina, rozdělil základní formy cestovního ruchu podle převažující motivace takto:⁵

- **Rekreační** – klienti do lázní jezdí za účelem regenerace a reprodukce fyzických a duševních sil člověka,
- **Kulturně poznávací** – klienti do lázní přijíždí, aby ve svém volném čase poznali historii lázní, historii lázeňského města, jejich kulturu, tradice apod.,
- **Sportovně-turistický** – klienti lázní využívají aktivní odpočinek, aktivní účast na sportovních činnostech, obsahem může být i organizování pasivní účasti na sportovních akcích,
- **Lázeňsko-léčebný** – klienti do lázní přijíždí za účelem léčby, prevence, relaxace a celkové obnovy fyzických a duševních sil.

Mezi společné znaky cestovního ruchu a lázeňství patří:⁶

- orientace na člověka, regenerace jeho duševních a fyzických sil,
- shodná materiální základna,
- služby cestovního ruchu a lázeňství jsou poskytovány mimo místo trvalého bydliště klienta, s tím je spojena nutnost ubytování,
- u obou se využívá příznivé působení přírodního prostředí.

Jak je z výše uvedeného patrné i lázeňským CR, můžeme tedy chápat veškeré cesty, které budou klienti, spotřebitelé či zákazníci do lázní realizovat. Přitom bude splněna podmínka, že se na určitém místě nebudou dlouhodobě zdržovat a nebudou zde ani vykonávat žádnou práci. Čas v lázních využijí k tomu, aby se mohli léčit, zotavovat, relaxovat či aby mohli načerpat nové síly, sportovat nebo objevovat a poznávat nová a zajímavá místa.

⁵ DĚDINA, Jiří. *Management, organizování a ekonomika lázeňství - vybrané kapitoly*. Praha: PRAGOLINE, 2004. 170 s.

⁶ INDROVÁ, Jarmila. *Cestovní ruch: [základy]*. Vyd. 2. přeprac. V Praze: Oeconomica, 2009, 121 s. ISBN 978-802-4515-694.

1.2 Historie a současnost lázeňství

Co doba, to jiné používání koupelí a lázní. Převážně to bylo z důvodů hygienických se zásahy vysloveně léčebnými, tzn. s procedurami sloužícími preventivně otužujícím účelům. Avšak později i se společenskými koupelemi ve volném čase, můžeme říci „pro radost“.

„Rodinné stříbro“, tímto pojmem je v českých zemích označován obor lázeňství. Jehož dlouholetá a slavná historie je spjata s mnoha významnými osobnostmi jak kulturního, společenského, tak i vědeckého nebo politického života. V minulosti se na území České Republiky nacházelo dokonce více než 250 lázní. Řada z nich ovšem upadla v zapomnění a lázeňství tak prodělalo období rozvoje, ale také období zmaru a úpadku.⁷

Balneologie, to je vědní obor zabývající se lázeňstvím. Je jednou z nejstarších terapeutických metod lidské civilizace.⁸ Lidé se zajímali o přírodní minerální prameny, které se od běžných pramenů lišily svou teplotou i chutí. Právě jejich odlišnost od jiných vodních zdrojů byla často spojována s nadpřirozenou mocí. Jelikož se navzájem prolínaly rituální, náboženské a hygienické důvody, je velice náročné definovat historický vývoj lázeňství. Na většinu lázeňských míst se vážou různé legendy a pověsti. Mnoho chrámů a oltářů bylo vybudováno v místech zdrojů minerálních vod a tím tak byl vyjádřen dík za zvláštní léčivé účinky těchto pramenů na lidské tělo.

Mnoho činností se v souvislosti s balneologií odvíjela v dávné minulosti. Historie je především založena na studiu archeologických důkazů, jak nám je nabízejí starověká centra osídlení s lázněmi, koupelemi či akvadukty. Ve starověkém Řecku byly lázně součástí soukromého postupně i veřejného života. Římané měli vybudovaný dokonalý systém lázeňství. Počátkem prvního století vybuďovaly první velké lázně. Klientela těchto lázní mohla kromě koupelí, využívat sály určené pro masáže, odpočívárny, čítárny, knihovny, kolonády, galerie a divadelní sály, obchůdky či tělocvičné sály. Ve středověku tomu bylo naopak. Byla to doba, která by se dala charakterizovat politickou nestabilitou, určitou nekulturností, která se projevovala i v nevelké péči o lidské tělo a zdraví.

⁷ *České lázeňství na rozcestí* [online]. 6. 11. 2003 [cit. 2015-03-16]. Dostupné z: <http://www.icot.cz/ceske-lazenstvi-na-rozcesti-4327/>

⁸ KAJLÍK, Vladimír. *České lázně a lázeňství*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj, 2007, 218 s. ISBN 978-802-3993-301.

Zlatý věk lázeňství, tak by se dalo charakterizovat období do 2. světové války. Rozvoj ducha a péče o lidské tělo se zvýšila a též se zvětšil objem lázeňských návštěvníků a kromě toho i struktura lázní. Zde už lázně nebyly pouze léčebného charakteru, ale lázeňský léčebný pobyt nabyl nového rozměru a stal se i společenským důležitým momentem. V této době se rozšířilo budování nových lázeňských objektů, kolonád, ale i společenské a kulturní prostory. Naše území po 2. sv. válce vzhledem k politické orientaci a celkovému ekonomickému vývoji, si zachovalo svou tradičně vysokou úroveň. Avšak finance dlouhodobě nebyly na to, aby se mohlo do tohoto oboru investovat, začít obnovovat nebo znova začít s výstavbou materiálně technických základů. Stalo se tedy, že úroveň ubytovacích, stravovacích i doplňkových služeb rapidně klesala nebo se dokonce i zastavila.

Velká změna nastala v období po roce 1990, kdy se významně změnilo myšlení dnešního člověka zvláště v péči o své zdraví. V této civilizaci se nachází stále větší a větší počet zájemců, kteří mají aktivní přístup k využívání volného času a s ním i poslouchání rad odborníků, jak nejlépe obnovit své fyzické a duševní síly. Společnost čím dál více takto využívá svůj mimopracovní čas. Ideálním místem pro realizaci aktivního přístupu k trávení volného času, jsou místa CR využívající lázeňské léčebné péče. Prvenství zde stále zůstává péče o lidské zdraví, ovšem mohli jsme si povšimnout, že se lázeňská místa přeměňují v centra cestovního ruchu se stále se rozšiřující nabídkou kvalitnějších služeb.

V dnešní době klient lázeňského CR vyžaduje vhodnou kombinaci, na prvním místě, odborné péče a dále potom kvalitních ubytovacích a stravovacích služeb spolu s nabídkou kulturního, sportovního vyžití, masáží nebo vycházkami do přírody.⁹

1.3 Klient

Ve spojitosti s lázeňstvím a jeho uživateli vystupuje do popředí otázka definování klient/spotřebitel/zákazník. V literatuře se vyskytují základní charakteristiky, které od sebe tyto pojmy odlišují.

Pojem klient má mnoho významů a velmi dlouhou historii. Již tehdy ve starověkém Římě byla klientem osoba neplnoprávní, hospodářsky i právně závislá osoba na svém ochránci.

⁹ SEIFERTOVÁ, Věra. *Marketing v lázeňském cestovním ruchu*. Vyd. 1. Praha: Pragoline, 2003, 120 s. ISBN 80-865-9200-6.

V právní terminologii je to osoba, která se dá zastupovat právním zástupcem, ovšem v současné době v obchodní terminologii je klientem stálý zákazník.¹⁰

„*Zákazník je náš pán.*“ Tento slogan velmi často slyšíme u většiny úspěšných podniků, které si uvědomují důležitost zákazníka. Zákazník je někdo, jehož přání a potřeby jsou uspokojovány a za co zákazník zaplatí některou z forem. Můžou to být peníze, čas ale i např. goodwill. Zákazník může být organizace, ale zákazníkem může být i osoba, která přijímá produkt. Pro nás, jakožto lázně, může být zákazníkem:¹¹

- Klient
- Spotřebitel
- Kupující - kupujícím v lázních rozumíme např. osobu, která bydlí nedaleko lázní a navštíví je pro svoje vlastní potřeby (př. masáž)

Pojem zákazník označuje subjekt, který nakupuje výrobek anebo službu od výrobců, resp. jeho sprostředkovatelů. Můžou to být institucionální zákazníci např. podniky, firmy, organizace anebo to můžou být koneční spotřebitelé např. jednotlivci či domácnosti. Označení zákazník je užším pohledem, protože se vztahuje hlavně na samotnou transakci. Představuje jednoduchý ekonomický vztah mezi zákazníkem a prodávajícím. Na základě těchto vztahů existuje loajalita zákazníka. Loajalita zákazníka je dlouhodobá preference určité značky nebo firmy založená na maximální spokojenosti s poskytovanou hodnotou a na pozitivních očekáváních zákazníka do budoucnosti. Jde o dlouhodobý vztah, který je kombinací postoje spotřebitele a preferovaného chování založeného na zkušenostech. Vybudováním pozitivního vztahu se spotřebitelem může společnost vytvořit vysoký stupeň loajality poskytováním dodatečných užiteků pro spotřebitele, které často nejsou k dispozici běžným způsobem.¹²

Cílem podnikatelských subjektů pro nás, jakožto lázně, je získání a udržení zákazníka/klienta/spotřebitele, který bude dlouhodobě věrný lázním. Základem podnikání jsou dobré vztahy mezi poskytovateli služeb a lázeňskou klientelou, což znamená, že tyto

¹⁰ VIESTOVÁ, Kristína. *Lexikón obchodu*. Bratislava: Ekonóm, 2006, 316 s. ISBN 8022521310.

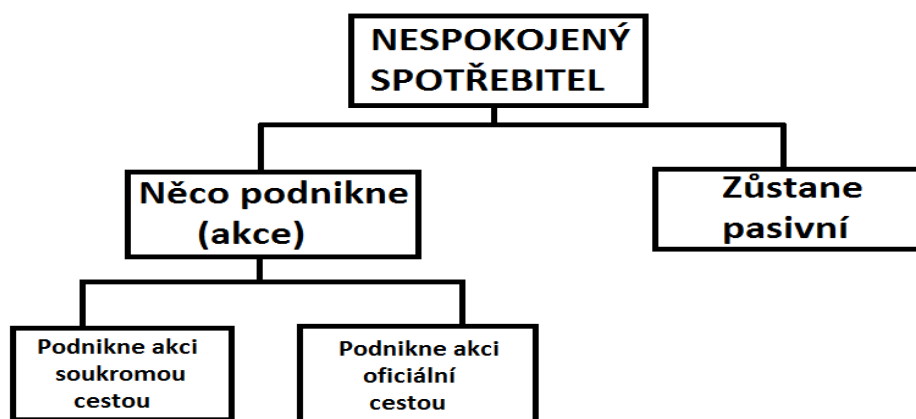
¹¹ KITA, Jaroslav. *Marketing. 2.*, preprac. a dopl. vyd. Bratislava: Iura Edition, 2002, 411 s. Ekonómia (Iura Edition). ISBN 8089047238.

¹² VIESTOVÁ, ref. ¹⁰

zákazníci dobře znají nabídky lázní a naopak lázně ví, jak můžou co nejlépe uspokojovat potřeby a přání klientů a ví, co jim přináší největší uspokojení.¹³

Uspokojení požadavků zákazníků znamená, že podnik správně pochopí zákaznické očekávání, které se snaží svojí činností naplnit nebo překročit. Spokojenost zákazníka je výsledkem procesu, při kterém zákazník porovnává svoje vlastní zkušenosti po použití výrobku nebo služby. Spokojenost zákazníků je předpokladem dlouhodobého úspěchu firmy, protože spokojený zákazník přichází, nakupuje znovu a šíří dobré jméno firmy, což je jedním z nejlepších způsobů reklamy.

Zákazník, kterého zkušenost s výrobky nebo službami nenaplnuje jeho očekávání, se nazývá zákazník nespokojený. Nespokojenost s výrobky nebo službami vyjadřuje různě. V níže uvedeném schématu je znázorněna reakce, pokud je klient nespokojený s nakupovanými výrobky či službami.



Obrázek 1: Akce spotřebitele jako reakce na nespokojenost s produktem

Zdroj: RICHTEROVÁ, Kornélia. *Spotřebitel'ské správanie*. Vyd. 1. Bratislava: Ekonóm, 2007, 258 s. ISBN 978-80-225-2355-4.¹⁴

Na tomto schématu je znázorněna reakce spotřebitele, pokud je nespokojený s nakoupenými produkty. Pokud toto schéma aplikujeme do lázeňství, nespokojený spotřebitel si může vybrat

¹³ *Ekonomía a podnikanie* [online]. Bratislava: Bratislavská vysoká škola práva, 2007 [cit. 2015-03-10]. ISSN 1337-4990. Dostupné z: http://www.paneurouni.cz/files/sk/fep/casopis/ekonomia_a_podnikanie_1-2007.pdf

¹⁴ RICHTEROVÁ, Kornélia. *Spotřebitel'ské správanie*. Vyd. 1. Bratislava: Ekonóm, 2007, 258 s. ISBN 978-80-225-2355-4.

dvě možnosti, kterými vyjádří svůj nesouhlas s poskytnutými výrobky či službami. V tom lepším případě zůstane pasivní, tzn. svojí nespokojenost, si nechá sám pro sebe a nikomu to neřekne. Naopak pokud si vybere tu druhou možnost a něco podnikne, tak to udělá jednou ze dvou možných cest. Buď spotřebitel podnikne akci soukromou cestou, přestane navštěvovat lázně a nebude si kupovat lázeňské procedury nebo bude varovat ostatní lázeňské klienty a vytvoří tak špatnou reklamu. Druhou možnou cestou, jak může spotřebitel vyjádřit svou nespokojenost je podniknout akci oficiálně. Požádá od lázní zpět své peníze, požádá náhradu jinou oficiální cestou nebo napíše stížnost státní, obchodní nebo soukromé inspekci.

Věrní zákazníci jsou základem úspěchu firmy. Pokud bychom toto aplikovali do lázeňství, můžeme říct, že věrnost lázní znamená, když je klient ochotný a připravený podstupovat různé procedury, opakovaně je navštěvovat, nakupovat výrobky či služby z jejich nabídky a svým chováním dává najevo pozitivní přístup.¹⁵

Pokud jsou zákazníci věrní lázním, můžou získat různé benefity, věrnostní programy nebo např. lázeňské balíčky. Pokud se podíváme do historie, můžeme konstatovat, že věrnostní programy nejsou novinkami na trhu. První strukturované programy se začali objevovat už okolo roku 1950 a v ČR na začátku 90. let.¹⁶

Uvedli jsme význam pojmů klient a zákazník tak, jak je uváděný v odborné literatuře. Nyní bude definován pojem spotřebitel a klasické metody, které lze v cestovním ruchu použít pro účely segmentace spotřebitelů.

Spotřebitel je ten, který spotřebovává výrobky a služby na konečnou spotřebu nebo do vlastnictví a používá je na další prodej, anebo na další produkci či výrobu.¹⁷

Definice spotřebitele podle Jaroslavy Dědkové zní takto:

„Spotřebitel je osoba, která něco spotřebovává, konzumuje. Jedná se o osobu, která užívá výrobky (resp. služby) jako konečné produkty – je konečným adresátem výrobku či služby. Spotřebitelem může být jednotlivec (fyzická osoba), instituce (právnícká osoba) nebo i

¹⁵ RICHTEROVÁ, ref. ¹⁴

¹⁶ MCÍKOVÁ, R.: *Ako na vernosť?* In *Stratégie: marketing, reklama, online, médiá*. – Bratislava: Sanoma magazines Slovakia, október 2005, roč. 12, č. 10, s. 14-16. ISSN 1335-2016

¹⁷ VIESTOVÁ, ref. ¹⁰

*skupina jednotlivců v roli jednotlivce (vystupuje jako jednatel se společnou vůlí – typicky rodina).*¹⁸

Musíme brát v potaz, že spotřebitelé/klienti jsou každý jiný a pokud bychom k nim přistupovali ke každému stejně a nerozlišovali jejich vlastnosti a potřeby, na současném trhu bychom ve většině případů jen velmi těžko obstáli. Proto je nutné znát segmentaci trhu a vybírat si tak, co je pro nás nejvýhodnější. Pro každý z vybraných segmentů pak rozvíjet odlišný marketingový přístup.¹⁹

Klasické metody, které lze v cestovním ruchu použít pro účely segmentace spotřebitelů můžeme dělit:

- **Demografická segmentace** – obsahuje například věk, pohlaví, stav, příjem, zaměstnání či vzdělání.
- **Geografická segmentace** – vychází se zde z předpokladu, že na potřeby zákazníků má vliv geografické umístění jejich sídla.
- **Socioekonomická segmentace** – zahrnuje příjmy, povolání, vzdělání a společenskou třídu.
- **Psychografická segmentace** – která představuje způsob života a je velmi úzce spojená s psychologickým výzkumem. Většinou se jedná o kombinace spotřebitelských aktivit, zájmů a názorů.
- **Behavioristická segmentace** – rozděluje spotřebitele podle toho, jak používají produkt nebo podle toho, jak chápou jeho užitek.

Závěrem bychom chtěli uvést, že v práci budeme považovat klient/spotřebitel/zákazník za synonymum.

¹⁸ DĚDKOVÁ, Jaroslava. *Spotřebitelské chování pro kombinované studium*. Vyd. 1. Liberec: Technická univerzita v Liberci, 2011, 138 s. ISBN 978-807-3727-130.

¹⁹ JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. *Marketing v cestovním ruchu*. 1. vyd. Praha: Grada, 2009, 288 s. Marketing (Grada). ISBN 978-80-247-3247-3.

1.4 Klient lázeňského cestovního ruchu

Péče o zákazníka je výraz, který se často používá k vyjádření zkušeností zákazníka s lázeňským pobytem v mnoha aspektech. Základem úspěšného podnikání je zvládnutí každé části klientovi návštěvy. Hodně času a peněžních prostředků je vynaloženo k tomu, aby byl zákazník osloven a navštívil právě naše lázně. Opravdové měřítko toho, jak dobře jsou služby nabízeny, je počet klientů, kteří se po první návštěvě stávají věrnými a pravidelnými zákazníky. Jsou zde neodmyslitelné rozdíly v nabízených službách. I přes rozdíly, které mohou mezi lázněmi být, je zde mnoho podobností. Ať už nazýváme osoby, které si zakoupí lázeňské služby: spotřebitelé, hosty, klienty, zákazníky nebo pacienty - všichni se vracejí pravidelně, jelikož lázně plní jejich očekávání. Jakýkoli dosažený obchodní úspěch je výsledkem vytrvalosti a kvality nabízených služeb.²⁰ Velkou roli hrají i služby doplňkové, které jsou zákazníkům nabízeny na zkrácení či zpestření jejich volného času v lázních.

Podle financování rozlišujeme lázeňskou péči komplexní, příspěvkovou, ambulantní nebo samoplátci. Pacienti si léčebné pobyty hradí z vlastních finančních zdrojů nebo je léčebný pobyt v lázních placen zdravotní pojišťovnou. Lékař, který pacienta ošetřuje a revizní lékař zdravotní pojišťovny, rozhodují o tom, zda pojedí pacient do lázní s komplexní nebo příspěvkovou péčí.

1.4.1 Dělení lázeňské péče

- **Komplexní lázeňská péče** – je poskytována v případech, kdy je lázeňská léčba zaměřena na doléčení pacienta, zabránění vzniku invalidity, nesoběstačnosti a na minimalizaci rozsahu invalidity.²¹ Tento lázeňský pobyt je zcela hrazený zdravotní pojišťovnou. Zdravotní pojišťovna tedy hradí lázeňskou léčbu, ubytování a stravování.
- **Příspěvková lázeňská péče** – na rozdíl od komplexní lázeňské péče je u příspěvkové péče hrazena pouze léčba. To znamená, že zdravotní pojišťovna hradí náklady na vyšetření a léčení pojištěnce, ale všechny ostatní náklady musí pojištěnec uhradit sám.

²⁰ WISNOM, Mary S, a Lisa L CAPOZIO. *Spa management: an introduction*. Boston: Prentice Hall, c2012, ISBN 01-350-3944-4

²¹ KNOP, Karel. *Lázeňství: ekonomika a management*. Praha: Grada, 1999. ISBN 80-7169- 717-6.

Jedná se o náklady na ubytování, stravování a také lázeňský poplatek.²²

- **Samoplátci** – zde platí, že jakékoliv náklady si hradí pacient sám ze svých prostředků. Jedná se nejen o ubytování, stravování a lázeňský poplatek, ale také jsou zde zařazeny léčebné služby. Samoplátce nepotřebuje k pobytu v lázních žádné doporučení od lékaře. Sám klient má možnost vybrat si z lázeňské nabídky procedury, které se mu líbí a vyhovují mu. Na jak dlouho klient pojedje do lázní u samoplátců, není stanoveno a datum nástupu je dán na základě dohody mezi pacientem a pracovníkem.
- **Ambulantní lázeňská péče** – nerežimová a nesystémová péče lokálního významu. Takto lze chápat ambulantní lázeňskou péči. Pacient do lázní dochází pouze na léčbu, avšak náklady za ubytování a stravování je povinen si sám zajistit a to mimo lázeňské zařízení. Proto lázně tento typ lázeňské péče nabízejí především na základě dobrého dopravního spojení. Jako u samoplátce i u této lázeňské péče si klient stanoví termín nástupu léčby.

1.5 Volný čas

Česká autorka Kučerová napsala v článku, že základní charakteristikou volného času je pravidelné střídání aktivity a odpočinku. Je součástí biologického rytmu všech živočichů a nabylo u člověka podoby střídání práce a volného času.²³

Je zřejmé, že volný čas patří k hodnotám, které lidé nejvíce oceňují. Je to čas strávený s rodinou, partnerem, přáteli nebo zdravím a jako takovým se jím zabývají různé společenské vědy. Sociologická věda se zaměřuje na volný čas jako symbol věku, sociální pozice, profese, společenského úspěchu, ale i vzdělání. Psychologie vnímá volný čas jako jeden ze způsobů prožívání reality, vztah k lidem, duševní aktivita nebo motivace k nějaké určité činnosti ve volném čase. Z pohledu pedagogiky a andragogiky se rozlišuje, jako výchova pro volný čas či výchova nebo vzdělávání ve volném čase.

²² KNOP, ref.²¹

²³ KUČEROVÁ, Stanislava. Volný čas jako hodnota: Pedagogická orientace. *Volný čas jako hodnota: Pedagogická orientace*. 1994, č. 10., s. 121-128

Obecně lze interpretovat volný čas ve třech rovinách jako hodnotu:²⁴

- **individuální** – např. seberealizace jedince či saturace individuálních zájmů,
- **sociální** – zde patří např. sociálně-patologické jevy, ale i životní styl,
- **edukční** – prostor pro vzdělávání a celkový rozvoj.

1.5.1 Pojem volný čas

Zde se pokusím blíže vymežit, co vlastně volný čas je. Stručně řešeno jde o dobu, kdy „*člověk patří sám sobě*“²⁵, kdy je oproštěn od každodenního tlaku a povinností, dobu, jejíž naplnění záleží pouze na osobní vůli. Pro volný čas je typická především dobrovolnost a možnost individuálního vlastního plánu, tj. pružný časový režim a svobodná volba. Volný čas se samozřejmě reálně projevuje především v konkrétních aktivitách a to jsou např. odpočinek či rekreace. Častá otázka ale je, zda zařadit do volného času i činnosti, které vyžadují pravidelnost, disciplínu a povinnosti. Jedná se např. o sebevzdělávání, veřejnou činnost, kutilství či zahradničení. Někdo tyto činnosti může brát jako zálibu, avšak jiný jako povinnost. Je ale zřejmé, že ačkoliv mají charakter určité povinnosti a pravidelnosti v jisté míře si je vybíráme relativně svobodně.²⁶

Na základě doporučené a dostupné literatury zabývající se volným časem je možné konstatovat, že existuje spousta pohledů, názorů a mnoho odlišných definic na to, co vlastně volný čas je. Od různých autorů jsem některé vybrala a níže popsala, ale stěží lze zvolit pouze jednu definici, která by se dala označit za nejlepší či nejpřesnější.

²⁴ ŠERÁK, Michal. *Zájmové vzdělávání dospělých*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2009, 207 s. ISBN 978-80-7367-551-6.

²⁵ HRADEČNÁ, Marie a KOL. *Vybrané problémy sociální pedagogiky*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 1995. ISBN 978-807-1840-152.

²⁶ ŠERÁK, ref.²⁴

Definice pojmu volný čas se začaly formovat od 60. let 20. století.²⁷

Pávková chápe volný čas jako „*opak doby nutné práce a povinností a doby nutné k reprodukci sil. Je to doba, kdy si své činnosti můžeme svobodně vybrat, děláme je dobrovolně a rádi, přinášejí nám pocit uspokojení a uvolnění.*”²⁸

Podle Hofbauera „*Volný čas je činnost, do níž člověk vstupuje s očekáváními, účastní se jí na základě svého svobodného rozhodnutí, která mu přináší příjemné zážitky a uspokojení.*”²⁹

Podle Orišky je „*volný čas nedílnou součástí lidského života a je bezprostředně ovlivněn charakterem pracovní činnosti, tvoří protiklad pracovního času. Je to čas, s nímž člověk svobodně nakládá podle svých zájmů a vykonává takové činnosti, které mu přinášejí potěšení, seberealizaci, zábavu, odpočinek, které více či méně rozvíjejí jeho tělesné a duševní schopnosti, případně tvořivé síly. Jestliže se o volný čas zasloužil člověk sám, má nárok užít si ho podle vlastních individuálních a hodnotových představ.*”³⁰

V práci jsou uvedené pouze tři definice volného času od různých autorů, ale existuje jich celá řada. Z dosud uvedeného, ale můžeme odvodit následující závěr, že pod pojmem volný čas se běžně zahrnuje odpočinek, relaxace, zábava, zájmové vzdělávání, zájmové činnosti, dobrovolná společensky prospěšná činnost i časové ztráty s těmito činnostmi spojené. Veškerý čas, který má člověk k dispozici, můžeme rozdělit na čas pracovní, vázaný, tedy polovolný či volný.

1.5.2 Funkce volného času

Některé funkce volného času vychází ze samotné podstaty a prvotního smyslu volného času a jsou tedy základní. Další funkce volného času se postupně objevují v závislosti na

²⁷ JANIŠ, Kamil ml. *Úvod do problematiky volného času*. Opava: Slezská univerzita v Opavě, 2009. ISBN 978-80-7248-530-7.

²⁸ PÁVKOVÁ, Jiřina. *Pedagogika volného času: [teorie, praxe a perspektivy výchovy mimo vyučování a zařízení volného času]*. Vyd. 4. Praha: Portál, 2008, 221 s. ISBN 978-80-7367-423-6.

²⁹ HOFBAUER, Břetislav. *Děti, mládež a volný čas*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2004, 176 s. ISBN 80-717-8927-5.

³⁰ ORIEŠKA, Ján. *Kongresové služby a animácia cestovného ruchu*. Bratislava: Slovenské pedagogické nakladateľstvo, 2002. ISBN 80-08-03138-7.

společenských podmínkách, v důsledku doby a změn společenského života, i z hlediska přístupů rozličných věd.³¹

Podle Hradečné jsou tři základní hlavní funkce, které mají volný čas plnit a to:³²

- **zábava** – zde souvisí s uspokojováním osobních potřeb či osvobození od nudy,
- **odpočinek** – kam bychom zařadili duševní i fyzickou relaxaci či obnovení síly.
- **vlastní rozvoj osobnosti člověka**

Jelikož člověk potřebuje pro spokojený život subjektivní pocit smysluplného využití času, je seberealizace jedince z hlediska náplně volného času velice významná.

Dlouhodobý nedostatek tohoto pocitu vyvolává u většiny z nás rozladěnost, nespokojenost, někdy až psychické trauma a bývá často zdrojem různých výkyvů v chování. Lidé proto spontánně či záměrně směřují k aktivitám, které jim tento pocit dávají.³³

1.6 Volný čas v lázních

Pobyt v lázních byl podstatně spojen s místy, kam se jezdilo nejen za léčením, zlepšením zdravotního stavu, odreagováním a odpočinkem, ale také místem setkávání nových známostí, řady zážitků v podobě sportovních, kulturních a společenských událostí.

Podle Karla Knopa rozeznáváme dva typy doprovodných služeb, kterých se zákazník účastní aktivně:³⁴

1) Sportovní aktivity

- Golf, minigolf, tenis, stolní tenis, squash a další míčové hry
- Jízda na koni

³¹ KRATOCHVÍLOVÁ, Emília. *Pedagogika volného času: výchova v čase mimo vyučování v pedagogické teorii a v praxi*. 1. vyd. Bratislava: Univerzita Komenského, 2004, 307 s. ISBN 80-223-1930-9.

³² HRADEČNÁ, ref.²⁵

³³ SPOUSTA, Vladimír, Jarmila FALTÝSKOVÁ, Martina HŘEBÍČKOVÁ, Dana KNOTOVÁ a Evžen ŘEHULKA. *Kapitoly z pedagogiky volného času*. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita v Brně, c1996, 37 s. ISBN 80-210-1274-9.

³⁴ KNOP, ref.²¹

- Turistika, cykloturistika, jízda na loďkách
- Koupání v bazénech a na koupalištích
- Střelnice
- Kuželky, bowling
- Lyžování – sjezdové i běžecké
- Gymnastika, jóga, bodystyling, fitness centra, posilovny

2) Kulturní a společenské aktivity

- Společenský tanec (taneční večery)
- Kasino, herny (biliár, šachy, atd.)

Pasivně lze využít a navštěvovat tyto objekty a akce:

- Divadla, kina, koncerty, zábavní večery
- Promenádní koncerty
- Organizované přednášky a besedy
- Galerie výtvarného umění, výstavy a festivaly

Zákazníci mohou využívat tyto služby, ale celá nabídka je ještě posílena o různé salony krásy, posilovny, restaurace a kavárny, knihovny, wellness a relaxační centra a v poslední době také o nejrůznější adrenalinové sporty (bungee jumping, zorbing, tandemový seskok, let balonek a další).

Volnočasové aktivity v lázeňství budou rozebrány na příkladu Anenské slatinné lázně, na níž je cílena praktická část této práce.

2 LÁZEŇSTVÍ V KRÁLOVÉHRADECKÉM KRAJI

V minulých letech zanikly v rámci východočeského kraje nejedny lázně např. Lázně Mlázovice, Pecka, Miletín, Mostek, Fořt i dokonce dvoje vyhlášené lázně. Lázně Běloves a Želenice. V současné době jsou v Královéhradeckém kraji pouze tři lázně, které jsou ovšem už dlouhodobě v provozu. Jsou to Jánské Lázně založené již v roce 1677, Lázně Velichovky založené v roce 1898 a Lázně Bělohrad, kde se datuje založení roku 1887.³⁵

2.1 Lázně Bělohrad

V této kapitole se budu věnovat historii města Lázně Bělohrad a lázeňského zařízení Anenské slatinné lázně. Zmíním zde již pradávno dějiny tohoto města, které se nachází v podhůří Krkonoš. Velmi úzce nastíním, jak se prolíná historie města s rozvojem lázeňství, kdy v roce 1885 zde byly objeveny léčebné účinky místní rašeliny.

Město Lázně Bělohrad leží v podkrkonošské krajině jehličnatých lesů, v nadmořské výšce 297 metrů.



Obrázek 2: Mapa města Lázně Bělohrad

Zdroj: Tree of Life. [online]. [cit. 2015-03-16]. Dostupné z: <http://www.treeoflife.cz/kontakt>

³⁵ HRADECKÝ, Jiří. Královéhradecký kraj a lázeňství, 2. Srpen 2012, 8, s. 2, [cit. 2015-03-01]. Dostupné z: http://www.janske-lazne.cz/user/data/fontana/F-_srpen_-_2012.pdf

2.1.1 Historie města Lázně Bělohrad a vývoj Anenských slatinných lázní

Úplně první zmínka v písemné podobě o Bělohradě se datuje k roku 1267, kdy byla obec latinsky uváděna jako Nova Villa. Významný rozkvět zaznamenalo město Lázně Bělohrad především za první republiky. V této době město navštěvovala spousta známých osobností, která se nechávala hýčkat v místních lázních a též poznávala nádherné místa ve městě či krásu okolní přírody.

„V půvabné dolině, již na severu chrání tmavá, kamenitá Hůra s olesněnými vršky novopackými, na jihu modravý věnec Chlumů hořických, na západě pahrbky směrem k Jičínu s rozhlodaným kuzelem Hřídalec v popředí a na východě rozlehlá mohutná Zvičina s kostelíčkem na temeni, sedí podél potoka, tětivovitě od severu k jihu, od vrchů zas až téměř k vrchům, stulené, dlouhé řady domů, téměř napořád dřevěných. Hojné stromoví košatí se nad střechami, šiky vytáhlých starých topolů podél vody a silnic strmí vysoko nade vším, a řady sliv a jabloní rozbíhající se od osady do širých polí...“³⁶

Tak viděl na počátku minulého století Lázně Bělohrad spisovatel a bělohradský rodák Karel Václav Rais. Od té doby se, ale mnohé změnilo. Zjištění rašeliny s léčivými účinky bylo podnětem ke zřízení lázní. První dřevěné malé lázně vznikly na levém břehu řeky Javoroky a to v roce 1880 továrníkem a poslancem Maxem Dormiterem. V roce 1885 pruská hraběnka Anna z Asseburgu, velmi vzdělaná žena, po níž jej nazýváme Anenské slatinné lázně, která po zjištění, že v přilehlém parku nazývaném Bažantnice se nachází vydatné ložisko rašeliny, z ní začala provádět léčivé pokusy. Rozhodla se z tohoto účelu nechat upravit lázeňský domek a provádět tam koupele slatinné. Z dřevěných chaloupek a domů byly časem vybudovány zděné domy. A původní dřevěná bouda lázní se třemi koupelnami, v nichž se prováděly pouze letní koupele, se přeměnila v komplex moderních lázeňských objektů.

V roce 1888 byly Anenské slatinné lázně úředně uznány za léčivé a bylo jim povoleno užívat označení surné slatinné lázně. Lázně se přestěhovaly z břehu říčky Javoroky, na okraj hraběcího parku Bažantnice. (Viz. Příloha č. 1) V roce 1891 byl na dnešních pozemcích vystavěn velký lázeňský dům, s křídly na obě strany.

³⁶ RAIS, Karel Václav. *Ze vzpomínek 1: napsal Karel Václav Rais*. Město Lázně Bělohrad: Lázně Bělohrad, 2009. ISBN neuvedeno.

V roce 1901 byl v lázeňském parku v Bažantnici úspěšně navrtán arzenoželezitý pramen, který byl pojmenován Anna-Mariánský. (Viz. Příloha č. 2) V roce 1936 byl dostavěn nový komfortní hotel Grand. Ještě v roce 1989 byly lázně Bělohrad součástí lázní Poděbrady, avšak v roce 1992 byla založena samostatná akciová společnost Anenské slatinné lázně. (Viz. Příloha č. 3) Od roku 1995 se datuje veliký rozmach lázní. Téhož roku na konci byl uveden do provozu nově postavený lázeňský hotel Anna Marie (Viz. Příloha č. 4) a v roce 1998 byla provedena kompletní dostavba hotelu Grand. (Viz. Příloha č. 5) Lázně tak získaly novou moderní kuchyni s jídelnou a ubytováním.

V následujících letech se podařilo zrekonstruovat v původním stylu vilu Karluška (Viz. Příloha č. 6), kompletně zmodernizovat lázeňský hotel Janeček, zrekonstruovat vilu Stefanie (Viz. Příloha č. 7) a otevřít nový rehabilitační bazén.

V roce 2008 došlo k propojení jednotlivých hotelů zastřešenými spojovacími lávkami (Viz. Příloha č. 8), čímž se zvýšil komfort hostů lázní. Vystavěny zde byly i tenisové kurty, v posledních letech i tenisová hala (Viz. Příloha č. 9) a minigolfové hřiště. (Viz. Příloha č. 10) V roce 2009 byl postaven supermoderní wellness komplex Strom života (Viz. Příloha č. 11), který se nachází, nedaleko Anenských slatinných lázní, kde si přijde na své i ta nejnáročnější klientela. Prokazatelně pozitivní vliv lázní a jejich přínos pro zdraví chválí mnoho generací hostů, mezi nimiž lze nalézt i řadu slavných osobností.

II. PRAKTICKÁ ČÁST

3 VOLNOČASOVÉ AKTIVITY

Volnočasové aktivity v lázeňství zde budou rozebrány na příkladu Anenské slatinné lázně, na níž je cílena praktická část této práce.

Nejdříve se zaměříme na volnočasové aktivity, které Anenské slatinné lázně nabízí své lázeňské klientele uvnitř areálu.

3.1 Volnočasové aktivity nabízené v Anenských slatinných lázních

Zákazníci mají možnost využít knihovnu, která se nachází v lázeňském hotelu Grand. Knihovna je tam již mnoho let a nabízí literaturu spíše se staršími tituly. Klienti mají možnost vybrat si z velké nabídky. Pokud by jim tato lázeňská knihovna nestačila, mohou navštívit knihovnu města Lázně Bělohrad, kde je výběr literatury mnohem rozsáhlejší.

V areálu lázní, přesněji též v části hotelu Grand se nachází velký kulturní sál. K velmi oblíbeným akcím v lázních patří cestopisné besedy se zajímavými lidmi a osobnostmi. Lázně navštívil Michal Viewegh, který je v současnosti nejvydávanější a nejpoblárnější český spisovatel. Lázeňským hostům se představil autorským čtením ze svých bestsellerů. Také lázně navštívila Halina Pawlowská, která měla připravenou přednášku „*ONE WOMAN Talkshow*“. Do lázní zavítal cestovatel ing. Petr Baudyš, polárník ing. Oldřich Bubák, horolezec Jiří Hladík, extrémní biker Jan Kopka, hudební kritik Jiří Černý i český filmový herci Jiří Mádl a Eva Josefíková a mnoho dalších.

11. dubna 2007 navštívil město Lázně Bělohrad i bývalý prezident Václav Klaus se svou ženou paní Livií Klausovou v rámci třídenního pobytu v Královéhradeckém kraji. Celá návštěva probíhala v areálu lázní, kde prezident diskutoval s občany města a lázeňskými hosty, poté prezidentský pár podepisoval v recepci lázeňského hotelu Anna Marie, knihy, fotografie a památničky. Na závěr se po přípitku podepsal do kroniky města Lázně Bělohrad a do pamětní knihy Anenských slatinných lázní. Rozhodně stojí za to zmínit, že jeden z darů, které předal starosta města, byl týdenní poukaz na relaxační pobyt do Anenských slatinných lázní.³⁷

³⁷ Lázně Bělohrad: oficiální stránky města. [online]. [cit. 2015-01-10]. Dostupné z: <http://www.lazne-belohrad.cz/navsteva-prezidenta-v-klause-v-l-belohrade/>

Zmíněno by zde mělo být i o významných osobnostech, které se narodily v městě Lázně Bělohrad, a též využívaly lázeňské péče. V sále je pravidelně organizovaný program zvaný „*Hodinka*“, kde je vyprávěno o životě rodáků tohoto města, např. o učiteli a spisovateli Karlu Václavu Raisovi, po kterém je pojmenováno ve městě mnoho historických pamětihodností nebo o spisovatelce Leontině Mašínové. Vyprávěno je i o rodáku tohoto kraje Karlu Jaromíru Erbenovi, který se narodil v nedalekém městě Miletín, kam ve volném čase mnohdy jezdí lázeňská klientela, aby spatřila jeho rodný dům. Kromě toho se v kulturním sále konají 2x týdně taneční večery, vystupuje tam místní folklórní soubor Hořeňák. Hosté lázní mají možnost zúčastnit se koncertů, které se tam pořádají a vyslechnout si např. koncert vynikajícího kytaristy Libora Fišera nebo koncert Bělohradského ženského sboru. Lázně svým hostům nabízí možnost vybrat si z Kalendáře akcí, který vždy vychází na měsíc. Tyto akce se uskutečňují v kulturním sále lázní nebo v Městské knihovně města Lázně Bělohrad. Kulturní program si mohou přečíst hosté v lázeňském časopise.

Ve svém volném čase může klientela lázní využít wellness centrum, které se nachází v jednom ze tří lázeňských hotelů, v hotelu Anna Marie. Wellness je otevřeno každý den PO-NE od 16:00–20:00 h. Zákazníci mají k dispozici privátní saunu s relaxační zónou, parní komoru s relaxační zónou a dvě odpočívárny. Lázeňští klienti platí 100 Kč/1 hod nebo 150 Kč/2 hod. Někteří klienti mají tyto služby zdarma a to proto, že si zakoupili slevový balíček, ve kterém je wellness v ceně pobytu. Ve volném čase mohou klienti využít i bazén za poplatek 100 Kč/1 hod nebo 200 Kč/2 hod. V nabídce mají i nově vybudované fitness, které je též za poplatek a činí 40 Kč/1 hod nebo 80 Kč/2 hod. Pro děti od 3 do 10 let je možnost využít 50% slevu.

Zákazníkům je k dispozici v hotelu Grand restaurace, která slouží pro lázeňské hosty i jako jídelna. V tomto hotelu se nachází i kavárna Grand a bar. V letním období je otevřena Restaurant Terasa, kde si klienti mohou posedět, občerstvit se a v příjemném lázeňském prostředí strávit svůj volný čas.

3.2 Pamětihodnosti města Lázně Bělohrad

Jak již bylo napsáno, většina návštěvníků města přijíždí do Lázně Bělohradu za upevněním svého zdraví, avšak i tyto klienti ve svém volném čase rádi využívají nabídky

„*Společné procházky*“ Bělohradem, či parkem Bažantnicí i s průvodcem. Město Bělohrad nabízí k vidění spoustu zajímavých a krásných pamětihodností.

Třetí strana (náměstí tvoří dvě řady domů a domy za říčkou vytvářejí řadu třetí), takto se nazývá lázeňská ulice, vroubená stromořadím, kde je možné dostat se k říčce Javorce, která tímto městem protéká. Je zde možné k vidění roubená stavení podkrkonošského typu. Nedaleko od tohoto místa se nachází pamětní deska připomínající místo, kde stával rodný domek spisovatele Karla Václava Raise. Domek byl dřevěný a shořel při velkém požáru r. 1896. Jeho podoba je zachycena v reliéfu, s přesnou kopií domku, v Památníku K. V. Raise. V památníku si můžou klienti s úctou prohlédnout vše, co K. V. Raise připomíná. Je přístupný návštěvníkům jednotlivě i ve skupinách, lázeňským klientům je umožněno navštívit tuto významnou památku i s průvodcem. Několik metrů od Památníku se nachází socha dvouocasého lva nakročeného na zadních nohách, přední tlapy má před tělem, s bohatou hřívou. Tento lev je symbol městského znaku.

Pokud si klienti prohlédnou park, ve kterém jsou tyto zajímavosti k vidění, mají možnost navštívit krásnou renesanční budovu nacházející se hned v blízkosti parku, zvanou Lázeňský hotel. Budova reprezentuje město i lázně a sloužila i pro samosprávu města jako radnice. Síně a velký sál, který se zde nachází, je využíván na kulturní, politické i společenské akce. Přímo naproti Lázeňskému hotelu stojí za povšimnutí meteorologický sloup, do kterého byly vloženy přístroje: teploměr, vlhkoměr, tlakoměr rtuťový, hodiny, kompas aj. Tento sloup se nachází na náměstí. V malém parčíku v sousedství Lázeňského hotelu stojí socha, nazvaná Dívka s holubicí zhotovená a postavená v roce 1988 sochařem a profesorem Michalem Moravcem vyučujícím na sochařsko-kamenické škole v nedalekém městě Hořice.

Lázeňská klientela by měla navštívit bělohradský zámek, který je považován za nejcennější historickou stavbu města. Původně dřevěná, po roce 1556 přestavěná na kamennou tvrz, pro jejíž bílé zdi ji poddání nazývali Bílým hradem – Bělohradem, z čehož vznikl název celého města. Na počátku 18. století byla celá tvrz od základu přestavěna v barokní zámek, a od té doby má nynější podobu. Zámek je dnes účelově využit a není veřejnosti přístupný.

Základní škola Karla Václava Raise je památná nejenom tím, že ji K. V. Rais navštěvoval a psal o ní i o svých učitelích ve svých vzpomínkách, ale i tím, že tuto školu navštěvoval hudební skladatel Karel Moor nebo zde učila spisovatelka dr. Leontina Mašínová. V budově

školy se nachází reliéf K. V. Raise. V přímém sousedství školy se nachází fara. Za starých časů to byla nerozlučná trojice: škola, fara a kostel.

Proto je kostel další zajímavostí, kterou by měli klienti navštívit. Kostel všech svatých byl postaven v roce 1689 nákladem tehdejšího majitele panství bělohradského, Bertolda Viléma z Valdštejna, toho času hejtmána královéhradeckého. Kostel je vystavěn v barokním slohu. Hlavní i ostatní oltáře jsou vybaveny obrazy. Vedle kostela po pravé straně, ve výklenku zahradní zdi stojí socha sv. Blažeje a po levé straně schodiště ke kostelu se nachází socha sv. Václava.

Na přilehlém bělohradském hřbitově by si neměla klientela nechat ujít hrob Raisových rodičů. Nachází se u hřbitovní zídky nedaleko hlavního vchodu. Na pomníku jsou napsány prosté, vřelé verše, které jejich syn Karel Václav Rais věnoval památce svých milovaných rodičů. Tyto verše bývají často návštěvníky hřbitova opisovány.

V malém parčíku proti škole je k vidění pomník spisovatele K. V. Raise, dílo profesora Kafky, rodáka z nedalekého města Nové Paky. Tento pomník byl slavnostně odhalen dne 15. 7. 1928. Raisův pomník směřuje k milované Zvičině, o které se ještě zmíním. V těsném sousedství pomníku se nachází nově restaurované a v roce 1994 znovu veřejnosti otevřené Fričovo muzeum. Vzniklo v roce 1904 z motivu známého paleontologa, geologa a profesora zoologie na Karlově Univerzitě, dr. Antonína Friče, který se ve zdejších lázních léčil, kraj si zamiloval a byl v Bělohradě častým hostem. V tomto muzeu se nachází přírodní zvláštnosti a vlastivědné exponáty. Vedle Fričova muzea stojí Husova lípa, která byla vsazena v roce 1915 k pětistému upálení Mistra Jana Husa.

Na malém náměstí, po pravé straně je k povšimnutí štíhlý mariánský sloup, zakončený dvojitým křížem, a po levé straně jsou k vidění poslední dřevěné domky z 19. století. Nedaleko odtud, na Jiráskově nábřeží se nachází socha sv. Jana Nepomuckého. Husova ulice může klientům nabídnout k vidění pamětní desku spisovatelky dr. Leontiny Mašínové, která je umístěna na domě č. 251, kde žila a pracovala.

Při návratu do Anenských slatinných lázní by měla být zastávka před lázeňskou budovou, kde upoutá pozornost klientů plastika Jiřího Sehnala, nazvaná Kompozice. Byla zhotovena r. 1980 z hořického pískovce. Před lázeňským hotelem Grand se nachází plastika chlapečka – Putti.

V lázeňském objektu Janáček stojí za povšimnutí sochařský portrét libretistky a básnířky Elišky Krásnohorské, která se v zdejších lázních léčila.

3.3 Vycházky do okolí města Lázně Bělohrad

Město Lázně Bělohrad má velmi pěkné okolí, které je jedinečným krajinným celkem se spoustou lesů i udržovaných staveb lidové architektury, který přímo vybízí ke krátkým či delším pěším výletům. Je tu mnoho turisticky značených cest, jsou tu naučné stezky s popisovými tabulemi i cyklistické trasy.

Nejoblíbenějším místem na procházky je Bažantnice. Bažantnice je rozsáhlý přírodní park se sportovním areálem, s tenisovými a volejbalovými kurty a minigolfem. Je ideálním místem pro krátké procházky, neboť tento park je součástí lázeňského prostoru. Park má upravené cestičky a idylická zákoutí. Přední část od lázeňských budov je opatřena osvětlením. Středem parku vede hlavní cesta, po které se dostaneme k amfiteátru, kde se v letní sezóně konají oblíbené koncerty i jiné kulturní akce. V roce 1999 byl v tomto parku obnoven vrt a vybudován altán. V prostředí obklopenými lesy dále po hlavní cestě klienti mohou vidět jezírka, která vznikla vyčerpáním léčivé rašeliny. Klienti si mají možnost ochutnat vodu z Annamariánského pramenu, který se nachází v altánku na konci parku.

Z tohoto parku můžou klienti absolvovat kratší vycházku na Byšičky, která patří k nejoblíbenějším a také nejhezčím. Pokud klienti vyjdou po hlavní cestě z parku Bažantnice, na první pohled spatří rozložitý strom, který je nazývám Raisův dub, za kterým je vidět v dáli návrší s kostelíkem – Byšičky. Tak se nazývá vrch s kostelem sv. Petra a Pavla, který patří k nejstarším památkám podzvíčinského kraje. Dnes je kolem kostelíku hřbitov, kde ze známých osobností odpočívají již výše zmíněný hudební skladatel a dirigent Karel Moor a spisovatelka dr. Leontina Mašínová. Za zmínku stojí i to, že Byšičky inspirovaly básníka Karla Jaromíra Erbena. K místu se váže jeho balada Svatební košile. Pod Byšičkami je rybník, který některá klientela ve svém volném čase využívá k rybaření.

3.4 Cyklistické výlety do okolí města Lázně Bělohrad

Na klinice v Anenských slatinných lázních je možnost zapůjčení jízdních kol. Pokud si klientela doveze své vlastní kolo, má možnost uschovat jej ve společné kolárně. V lázních jsou k dispozici i hole na severskou chůzi. Většina cykloturistických výletů je vedena, až na

drobné výjimky, po značených cykloturistických trasách, převážně po méně frekventovaných silnicích a zčásti po dobře sjízdných polních nebo lesních cestách.

Na každé trase je mnoho zajímavostí, jak už přírodních, kulturních i historických. Je možnost vydat se na výlet do Nové Paky, kde na trase je k vidění malebná vesnička Uhlíře, barokní socha Královna máje nebo zvonička, která oznamovala všem obyvatelům radostné i smutné události, sváteční poledne i klekání. Přímo v městě Nová Paka klienti mohou navštívit Klenotnici českých polodrahokamů, Suchardův dům, Farní kostel sv. Mikuláše, Řeckokatolický kostelík či Paulánský klášter s kostelem Nanebevzetí Panny Marie.

Cyklistický výlet přes malebné vesničky na hrad Pecku. Tak by se dal nazvat výlet, kde i na této trase klienti mohou vidět mnoho zajímavostí. Za zmínku stojí Kamenná hůra, která je státní přírodní rezervací. Jedna z nejkrásnějších vyhlídek na celém podzvičinsku je Krkonošská vyhlídka. Rozhled je odtud na celé panorama Krkonoš, včetně nejvyššího vrcholu Sněžky. Samotné město Pecka nabízí k vidění historické památky Kostel sv. Bartoloměje a středověký gotický hrad Pecka, který je dominantou a nejvýznamnější památkou městečka. Z hradu a z jeho bezprostřední blízkosti je několik pěkných vyhlídek na okolí a Zvičinu.

Dalším výletem, kam by mohla klientela ve svém volném čase vycestovat, je právě výše zmíněná Zvičina. Nově vyznačená Raisova turistická cesta, na které jsou umístěny informační tabule, klienty seznámí s historií i současností tohoto kraje. Stezka je vedena obcemi Brtev a Březník, na této trase se nachází jako unikát Raisova kniha, kamenný sloup, kde na jeho vrchu je zavřená kniha s nápisem K. V. Rais. Samotný vrchol Zvičiny, je nejvyšším vrcholem bělohorské kotliny. K vidění je zde Kostelík sv. Jana Nepomuckého a dominantou pro klienty je na tomto vrcholu Raisova chata. Původně hostinec a v současné době je zde restaurace s venkovním posezením. Na severním svahu je v zimním období pro lázeňskou klientelu k dispozici lyžařský areál.

Cestou Karla Jaromíra Erbena za miletínskými modlitbičkami, tak by se dal nazvat další výlet pro lázeňské zákazníky. Miletín je totiž rodné město významného spisovatele a zakladatele novodobé české poezie K. J. Erbena. Uprostřed náměstí města stojí jeho pomník a nedaleko náměstí se nachází rodný domek, kde je umístěna pamětní deska K. J. Erbena. Ve městě se nachází i kostel Zvěstování Panny Marie, Kaple sv. Jana Nepomuckého, Socha sv. Gottharda

či socha sv. Linharta. Zajímavostí Miletína jsou výborné miletínské modlitbičky, které se jinde než v tomto městě nevyrábí. Je to sladká pochoutka z perníku.

Atraktivitou pro klienty může být město Hořice. Též známé jako město kamenné krásy. Město Hořice nabízí mnoho historických památek. K vidění je Hořický vrch Gotthard, kde Jan Žižka porazil v bitvě Husity a na jeho čest stojí zde památná socha, v bezprostřední blízkosti se nachází monumentální hřbitovní portál, Riegrův obelisk, a také přírodní galerie současného světového sochařství. Pod tímto vrchem se nachází Smetanovy sady vyzdobené četnými sochami významných osobností. Zajímavostí tohoto města je proslulá výroba místní speciality – hořických trubiček a také mezinárodními motocyklové závody „300 zatáček Gustava Havla“.

3.5 Výlety do okolí

Zajímavých památek, přírodních pozoruhodností a krásných míst je v blízkosti města Lázně Bělohrad opravdu mnoho. Spoustu jsem jich už zmínila, ale hodně jich ještě za zmínku stojí. Klienti lázní by si měli udělat výlety do Prachovských skal, které jsou přírodní rezervací. Na konci třetihor vznikly působením sopečné činnosti dnešní dominanty Českého ráje např. Trosky, Vyskeř, Velíš a další. Zákazníci by měli zavítat i na naše nejvyšší hory Krkonoše, které nabízejí neopakovatelné přírodní a krajinné bohatství. Nejkrásnější českou přehradou nacházející se na Labi nedaleko Dvora Králové je přehrada Les Království, která je od roku 1964 národní technickou památkou. Pokud klienti navštíví tuto krásu, mohou se podívat do nedalekého města Dvora Králové a tam projít jedinečnou Zoologickou zahradu s nově zrekonstruovaným Africkým safari. Pokud chce lázeňská klientela navštívit hrady či zámky i těch je tu k dispozici několik. Např. romantický zámek Hrubá skála, barokní zámek Dětenice, státní zámek Kuks, který ovšem nikdy jako zámek nesloužil a sloužil jako historický hospital. Dále klienti mohou navštívit původně barokní zámek Sychrov nebo unikátně řešenou stavbu, kde z vyhlídkové věže je překrásný výhled na Český ráj i Krkonoše.³⁸ Lázně svým klientům nabízí možnost organizovaných společných výletů. Každý měsíc v úterý, sobotu a neděli mají klienti možnost přihlásit se a absolvovat výlet, který si z nabídky Tipy na výlet vybrali. Na ukázkou jsem zdokumentovala Tipy na výlet, březen 2015 (Viz. Příloha č. 12)

³⁸ Lázně Bělohrad: Lázeňská rehabilitační klinika [online]. Lázně Bělohrad, 2009 [cit. 2015-02-21]. Dostupné z: <http://www.belohrad.cz/volny-cas-v-laznich/vylety/>

3.6 Sportovní volnočasové aktivity nabízené Anenskými slatinnými lázněmi a městem Lázně Bělohrad

Anenské slatinné lázně mají k dispozici pro své klienty v letních obdobích moderní minigolfové hřiště, které se nachází v jejich bezprostřední blízkosti. Hřiště je osmnácti jamkové s mezinárodními parametry. Klienti si musí jej zaplatit. Vstupné pro dospělé je 50 Kč/2 hod, děti 25 Kč/2 hod. Minigolf je přístupný veřejnosti. Jeho provozní doba je Po–Pá: 14:00–18:00 h a So-Ne: 13:00–18.00 h. Pro ženy je k dispozici posilovna, kde probíhá speciální cvičení zaměřené konkrétně ženám. Jedná se o cvičení s míči, kondiční cvičení, aerobic aj.

Jak už bylo výše napsáno, lázně za poplatek nabízí k půjčení Nordic walking hole, koloběžku či jízdní kolo. K dispozici je i úschovna pro své vlastní kolo. Lázeňský hotel Spa Resort of Tree nabízí klientům k zapůjčení pétanque, croquet, badmington či soft tenis a hosté si zde mohou zahrát i šipky nebo kulečnick.

Město Lázně Bělohrad nabízí mnoho oddílů sportovních zařízení. Pokud by hosté chtěli využít jiné volnočasové aktivity, které Anenské slatinné lázně nenabízí, mají možnost si tyto sportoviště pronajmout. Anenské slatinné lázně jsou toto schopni zařídit na požádání klienta.

Nedaleko lázní se nachází Sportovní zařízení TJ Lázně Bělohrad. Tento oddíl nabízí k pronájmu dvě fotbalová hřiště s travnatým povrchem, 5 tenisových kurtů, 2 volejbalové kurty včetně vybavení a hernu na stolní tenis se čtyřmi stoly.

Sportovní zařízení města Bělohrad nabízí k pronajmutí venkovní víceúčelové sportoviště u základní školy. Nachází se zde atletický ovál 200m a atletické sektory s umělým povrchem, hřiště 45x30m s umělým povrchem vhodné pro malou kopanou, házenou, volejbal, nohejbal a tenisový kurt s umělým povrchem. Od tohoto oddílu je k dispozici i tenisová hala v areálu Bažantnice v blízkosti lázní. V zimním období je klienty lázní tato hala velice využívána. Kromě je možné při dobrých sněhových podmínkách využít běžecké lyžařské stopy, kde je strojově udržován okruh dlouhý cca 15km.

Sportovní zařízení TJ SOKOL Lázně Bělohrad nabízí k pronájmu sokolovnu pro cvičení, trénink i další kulturní či společenské akce. Za sokolovnu se nachází asfaltové hřiště, které

též slouží pro cvičení, trénink i další kulturní či společenské akce. V zimním období při dobrých podmínkách je k dispozici klientům na bruslení ledová plocha.

Jelikož si lázně účtují poplatek za zprostředkování, někteří klienti si sami zařizují pronájem a chodí využívat ve svém volném čase tyto sportovní zařízení.

4 DOTAZNÍKOVÉ ŠETŘENÍ V LÁZNÍCH BĚLOHRADĚ

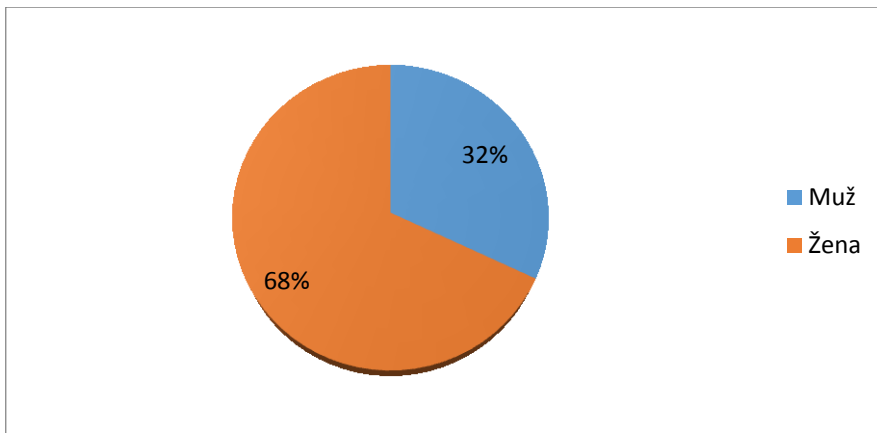
Součástí bakalářské práce je marketingový výzkum formou dotazníku, ve kterém jsem zjistila základní informace o lázeňském pobytu klientů, avšak hlavním cílem bylo zjistit, jakým způsobem tráví klientela volný čas v lázních a na základě jejich poznatků navrhnout i jiné volnočasové aktivity. Toto šetření bylo určeno klientům Anenských slatinných lázní a bylo provedeno v průběhu ledna 2014.

4.1 Přípravná etapa dotazníkového šetření

Aby bylo možno dotazník umístit do lázní, bylo potřeba získat schválení o spolupráci s Anenskými slatinnými lázněmi (Viz příloha č. 13). Dotazník se skládá celkem ze čtrnácti otázek. (Viz. Příloha č. 14). U každé z nich je na výběr z několika možných odpovědí. Po dotazovaných se vyžadovala pouze jedna správná odpověď. U otázky č. 11 bylo po respondentech požadováno subjektivní hodnocení každé z možností. Dotazník byl vytištěn a formou osobního kontaktu rozdáván náhodně vybraným respondentům v komplexu Anenských slatinných lázní. Celkově bylo rozdáno 100 dotazníků a jeho návratnost byla 100%, což můžeme považovat za relevantní údaje ohledně této části. Při zpracování dotazníků jsme z důvodu neúplnosti resp. nesprávnosti nemuseli vyloučit žádný, protože při vyplňování jsem byla fyzicky přítomná

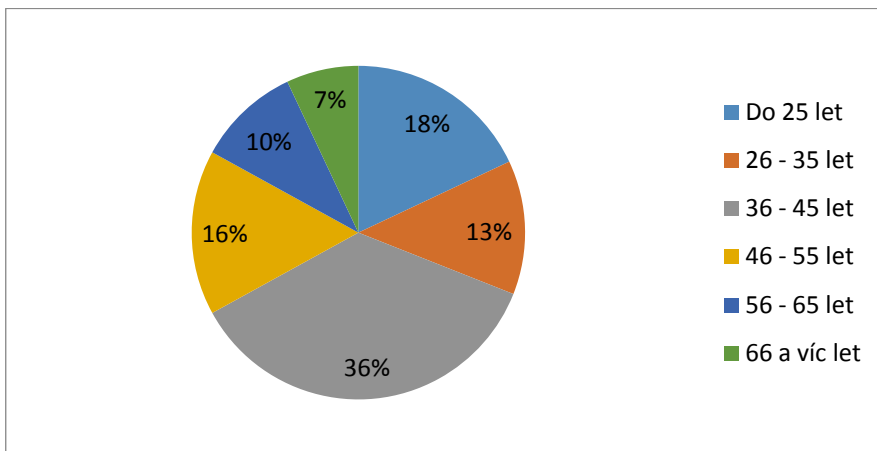
4.2 Výsledky dotazníkového šetření

Z dotazníkového šetření nám vyplynuly takové závěry.



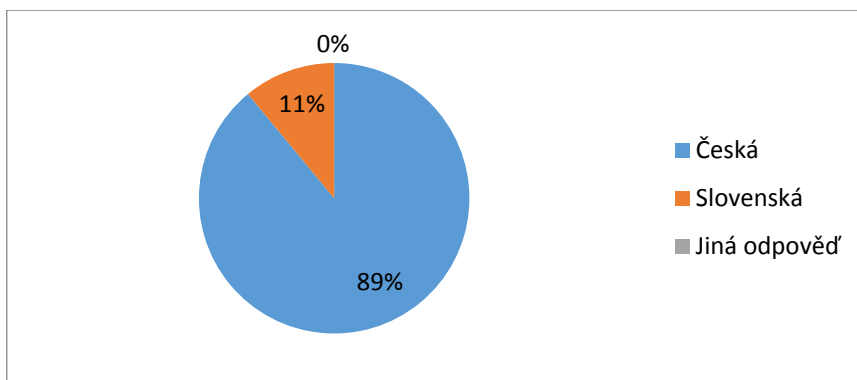
Graf 1: Pohlaví klientů

Zdroj: Vlastní zpracování



Graf 2: Věková kategorie klientů

Zdroj: Vlastní zpracování

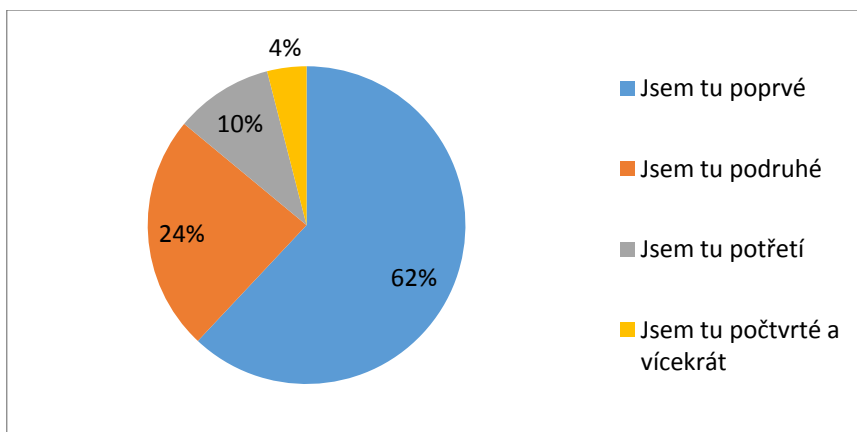


Graf 3: Národnost klientů

Zdroj: Vlastní zpracování

Z prvních třech otázek nám vyplynulo:

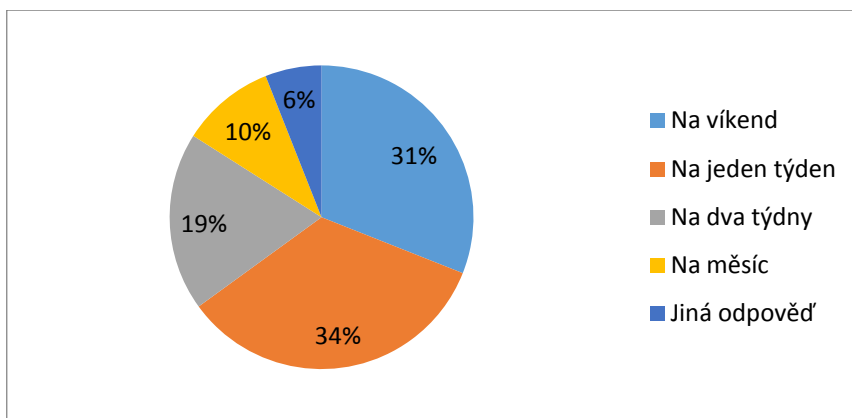
- že lázně navštěvují více ženy než muži. Z celkového počtu 100 respondentů bylo 68 % žen a 32 % tvořili muži.
- že největší věkovou kategorií tvoří klienti ve věku 36 – 45 let.
- že v lázních 89 % jsou občané České Republiky a 11 % tvoří národnost slovenská



Graf 4: Periodicita klientů

Zdroj: Vlastní zpracování

Tato otázka zjišťovala četnost pobytu v Anenských slatinných lázních, zda tu byli klienti poprvé nebo se sem vrací. Odpovědi ukázaly, že nejvíce respondentů je v lázních poprvé. Z celkového počtu tvoří tato klientela 62 %. 24 % klientů, navštívilo lázně podruhé a 10 % lázeňských klientů navštívilo lázně potřetí. Z celkového počtu 100 respondentů odpověděli pouze 4 % klientů, že jsou v těchto lázních po čtvrté nebo vícekrát. Průzkum nám ukazuje, že většina hostů jsou zde poprvé. Do budoucna bude určitě důležité si tuto skupinu nadále udržet. Téměř jedna čtvrtina z celkového počtu respondentů v těchto lázních bylo podruhé, je velká pravděpodobnost, že pokud budou chtít znovu jet do lázní, vyberou si opět Anenské slatinné lázně.



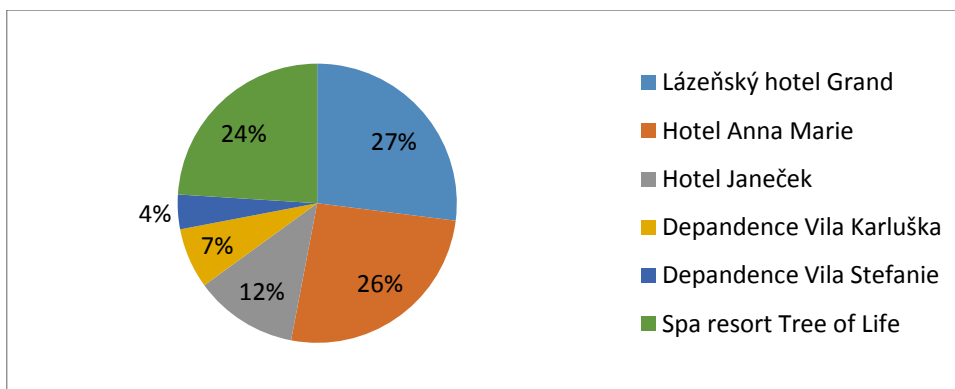
Graf 5: Délka pobytu

Zdroj: Vlastní zpracování

Graf vyjadřuje odpověď na otázku, na jak dlouho klienti do Anenských slatinných lázní přijeli. Na výběr bylo několik možností od víkendového pobytu až po pobyt na jeden měsíc.

Podle výsledků bylo zjištěno, že zde více než polovina klientů jezdí na víkendový pobyt nebo pobyt na jeden týden. Víkendový pobyt uvedlo 34 % respondentů a o 3 % méně uvedli klienti, jezdící do lázní na jeden týden. 19 % klientů zde jezdí na čtrnáct dní. Na nejdelší pobyt, tedy měsíc, uvedlo do dotazníku 10 % respondentů. 6 % respondentů, uvedlo v dotazníku jinou odpověď. 3 klienti uvedli v další odpovědi, že zde jeli pouze na jeden den. Klienti to měli v rámci soukromé cesty, jako jednodenní pobyt. Jeden klient lázně navštívil též v rámci soukromé cesty ovšem strávil v lázních 2 dny. Uvedl, že zde byl již podruhé a to v prosinci a nyní na jaře. Další host odpověděl, že v lázních strávil 4 dny a dva jiní klienti zde strávili pobyt na tři týdny.

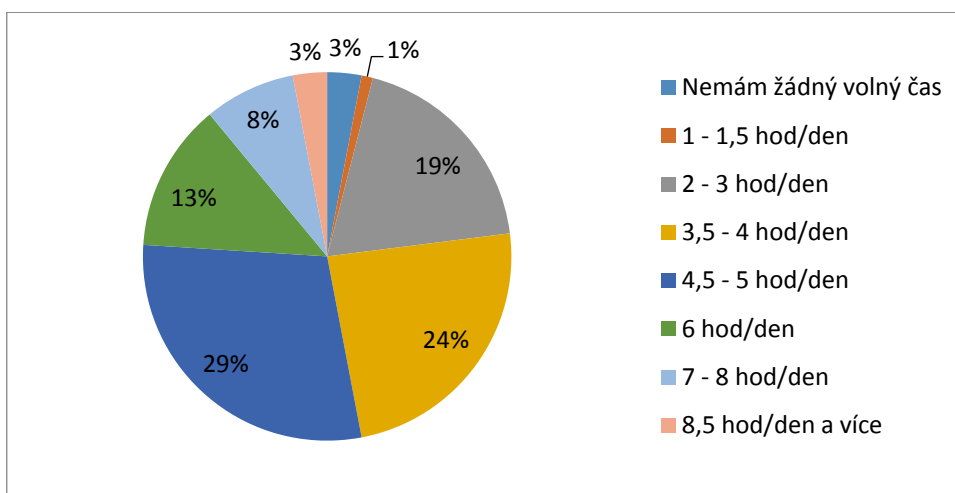
Jak je z výsledků patrné, 34 % klientů a 31 % klientů strávilo v lázních pobyt na víkend či jeden týden. Tyto pobyty jsou absolvovány především z důvodu relaxace, uvolnění, odpočinku nebo volnočasových aktivit. Anenské slatinné lázně se zaměřují na léčbu pohybového ústrojí, čemuž odpovídá i nabídka léčebných lázeňských procedur. V dnešní době si lidé na krátkodobé pobyty vybírají taková lázeňská zařízení, která nabízejí wellness služby, různé druhy cvičení či široký sortiment volnočasových aktivit.



Graf 6: Ubytování klientů

Zdroj: Vlastní zpracování

Grafické znázornění nám říká, že nejvíce klientů, tedy 27 % navštěvující Anenské slatinné lázně se ubytovává v lázeňském hotelu Grand. Pouze o jedno procento méně a to 26 % klientů, jsou v rámci pobytu ubytováni v hotelu Anna Marie. Z vyhodnocení jsem byla překvapena, že velké množství respondentů v dotazníku označilo za místo, kde jsou ubytováni Spa Resort Tree of Life. Tento lázeňský komplex, je součástí společnosti Lázně Bělohrad a.s., avšak na své si zde přijde převážně náročnější klientela, která preferuje komfort a luxus. Můžeme se domnívat, že 24 % klientů je movitějšího charakteru a vyžaduje kvalitnější ubytování, které tento resort nabízí. 12 % hostů je ubytováno v hotelu Janeček. Nedaleko lázní se nachází i dvě dependence, prostřednictvím jichž byla v minulosti rozšířena kapacita ubytování. I zde bylo využito ubytování a to 7 % klientů v dependence Vila Karluška a 4 % lázeňských klientů označilo v dotazníku odpověď Depandence Vila Stefanie. Jak již tento graf znázorňuje, veškeré ubytovací hotely, které Anenské slatinné lázně poskytují, jsou využívány.

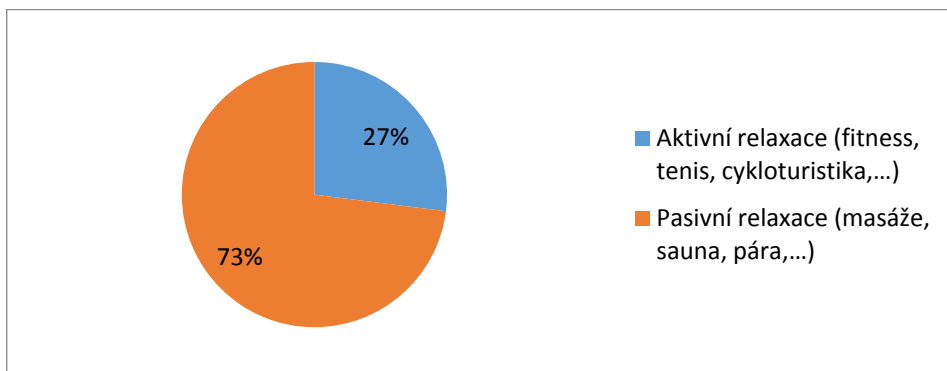


Graf 7: Volný čas klientů

Zdroj: Vlastní zpracování

Cílem této otázky bylo zjistit, kolik volného času denně klientům zbývá po absolvování povinných procedur. Z grafu vyplývá, že 29 % z celkového počtu 100 respondentů má 4,5 – 5 hod/den pro svůj volný čas. 24 %

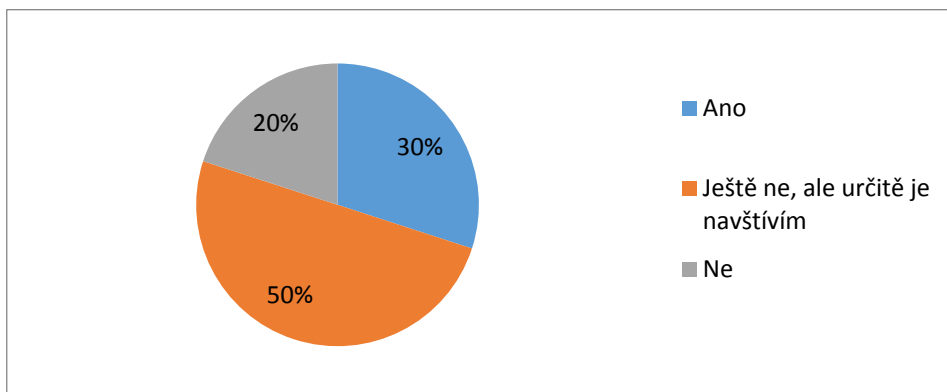
klientů má času o jednu hodinu méně a to 3,5 – 4 hod/den. 2 – 3 hod/den volného času zbývá 19 % klientům a 6 hod/den zbývá 13 % klientům. Z celkového počtu 100 respondentů 8 % klientů odpovědělo, že mají 7 – 8 hod/den volného času. 3 % klientů odpovědělo, že nemají v lázních žádný volný čas a stejný počet klientů označil, že má naopak 8,5 hod/den a více. Jednomu klientovi zbývá 1 – 1,5 hod/den volného času po absolvování povinných procedur.



Graf 8: Preferované služby klientů

Zdroj: Vlastní zpracování

Otázka č. 8 se dotýkala typu služeb, které lázeňská klientela preferuje. Z toho nám vyplynulo, že téměř $\frac{3}{4}$ hostů, tedy 73 % využívá raději pasivní relaxaci. Přináší klientovi klid, pohodu a celkový odpočinek pro sebe a své tělo. Pasivní relaxaci v lázních jsou myšleny různé druhy masáží, odpočinek v sauně či páře aj. Wellness služby v hotelu Anna Marie, jsou proto pro klienty plně k dispozici. 27 % respondentů označilo za odpověď aktivní relaxaci. Ta spočívá převážně v pohybové činnosti. Hodně je zaměřena na sportovní aktivity, tedy různé druhy sportů, které lázně nabízí. Např. tenis, volejbal, minigolf, ale také cykloturistiku či fitness.

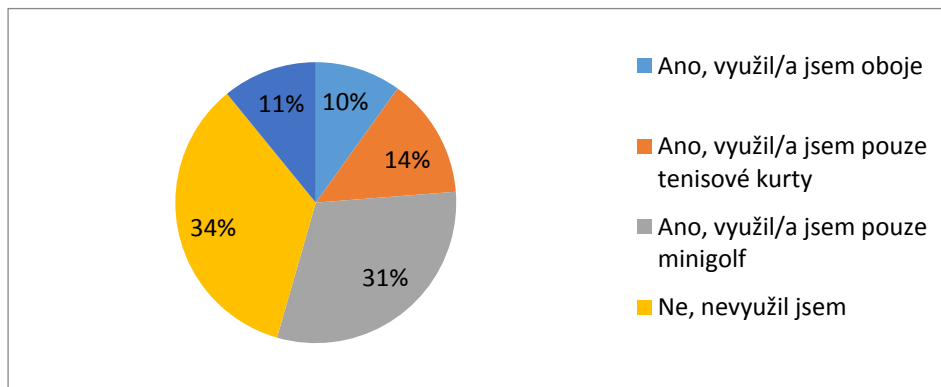


Graf 9: Využití wellness služeb v hotelu Anna Marie

Zdroj: Vlastní zpracování

Z grafu vyplývá, že polovina klientů z celkového počtu 100 respondentů zatím nevyužilo wellness služby, které se nachází v lázeňském hotelu Anna Marie, ovšem určitě se tyto služby chystají využít. 30 % klientů v dotazníku odpovědělo, že služby wellness využilo a 20 % tyto služby nevyužilo. Je možné, že právě tato skupina klientů

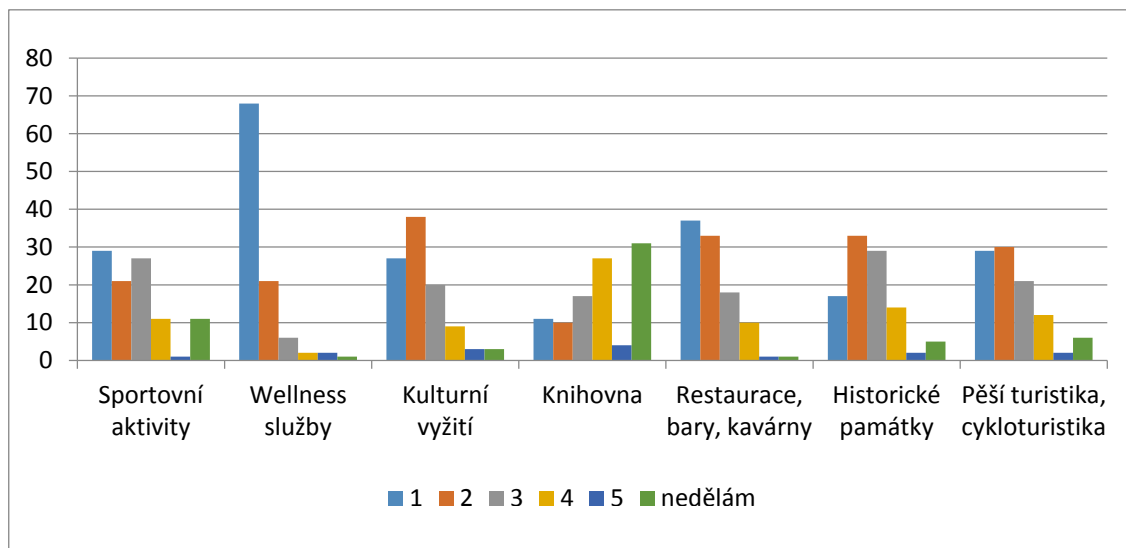
preferuje aktivní relaxaci, kterou jsme si výše vysvětlili a raději svůj volný čas naplní jinými aktivitami než wellness službami.



Graf 10: Využití tenisových kurtů či minigolfu

Zdroj: Vlastní zpracování

Cílem této otázky bylo zjistit, jestli lázeňská klientela v rámci jejich volného času využívá aktivní relaxaci. V bezprostřední blízkosti lázní jsou hostům k dispozici tenisové kurty a minigolf. Průzkum ukázal, že 34 % klientů tyto aktivity nevyžívá. 11 % klientů nevyžívá tyto aktivity, ale určitě je využije. Z celkového počtu 100 respondentů využilo tenisové kurty a minigolf pouze 10 % klientů. 14 % klientů odpovědělo, že využilo pouze tenisové kurty a velké množství klientů využilo minigolf. Využilo ho 31 % klientů.

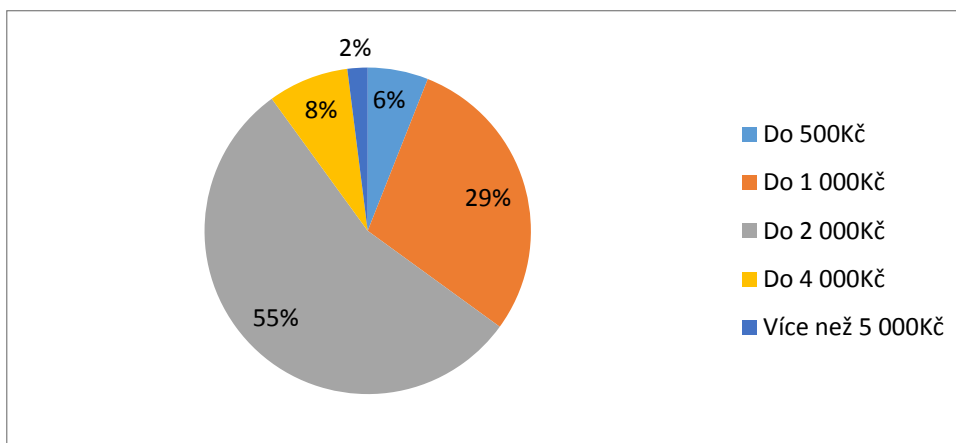


Graf 11: Hodnocení volnočasových aktivit

Zdroj: Vlastní zpracování

V jedenácté otázce bylo cílem zjistit, jaké volnočasové aktivity klienti v rámci svého pobytu v lázních využívají nejvíce nebo naopak nejméně či které aktivity nevyžívají vůbec. Z grafu vyplývá, že naprosto nejvíce využívá

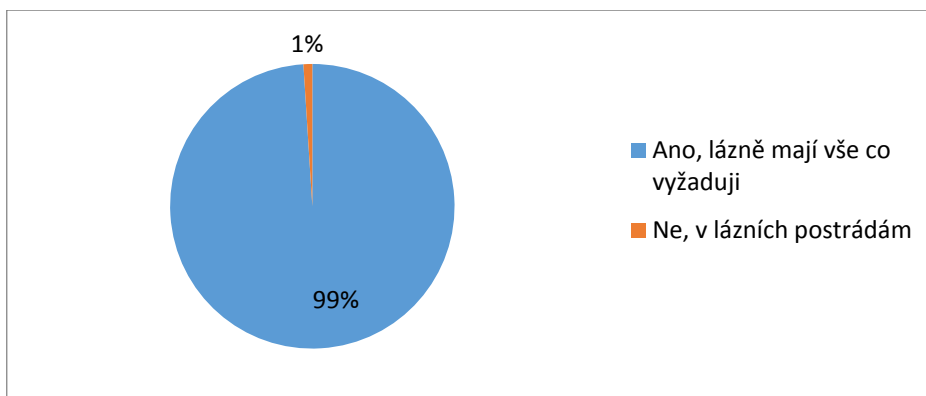
klientela wellness služby, z celkového počtu 100 respondentů ohodnotilo nejlepší známkou tuto odpověď 68 % klientů. Dále jsme se z grafu dozvěděli, že mnoho klientů tráví svůj volný čas v restauracích, barech či kavárnách, které se nachází v lázeňském hotelu Grand. Z celkového počtu 100 respondentů, ohodnotilo tuto aktivitu nejlepší známkou 37 % klientů. Pokud jsou hosté ve městě, je velmi pravděpodobné, že navštíví podniky (restaurace, kavárny, bary), které se nachází ve městě Lázních Bělohradě. 29 % klientů odpovědělo, že ve svém volném čase nejraději využívá pěší turistiku a cykloturistiku a stejný počet respondentů odpovědělo, že nejraději využívá sportovní aktivity, ovšem 11 % respondentů odpovědělo, že sportovní aktivity v lázních nedělá vůbec. 27 % klientů nejraději tráví volný čas kulturně. Chodí na různé besedy s cestovateli, na literární přednášky, přednášky o významných osobnostech, které se v tomto kraji narodili či na koncerty hudebních skupin nebo vystoupení tanečního folklórového souboru. Dále jsme se z grafu dozvěděli, že 17 % klientů nejraději navštěvuje historické památky, které je možné navštívit ve městě Lázně Bělohrad. Z grafického znázornění můžeme vidět, že nejméně klienti využívají knihovnu, kterou mají v lázních k dispozici. Z celkového počtu 100 respondentů, ohodnotilo nejlepší známkou tuto volnočasovou aktivitu pouze 11 % klientů a dokonce 31 % označilo v odpovědi, že do knihovny nechodí vůbec.



Graf 12: Finanční prostředky vynaložené na volnočasové aktivity

Zdroj: Vlastní zpracování

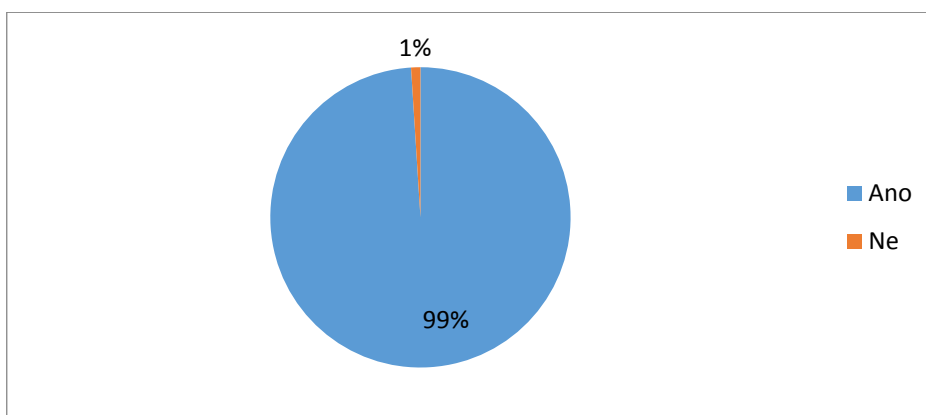
Cílem otázky bylo zjistit finanční možnosti klientů vynaložené za jeden týden pobytu. Do rozpočtu nebylo počítané již předem zaplacené ubytování nebo i stravování, ale pouze náklady vynaložené pro svojí vlastní potřebu např. za kulturu, návštěvu kavárny nebo zakoupení lázeňských oplatků. Klienti, kteří zvolili jako optimální cenové rozpětí do 2 000Kč, představují 55 %. Klienti, kteří zvolili jako optimální cenové rozpětí do 1 000Kč, představují 29 %. Více než 5 000Kč je ochotno zaplatit pouze 2 % klientů a 8 % vynaloží 4 000Kč pro svojí potřebu. 6 % hostů utratí do 500Kč za svoje vlastní potřeby.



Graf 13: Poskytované služby v lázních

Zdroj: Vlastní zpracování

V otázce č. 13 odpovídali klienti na to, zda lázně poskytují komplexní služby nebo jestli jim nějaké služby schází. 99 % z celkového počtu 100 respondentů je spokojeno s poskytovanými lázeňskými službami. To je velmi pozitivní zjištění. Jediný klient označil, že v lázních nějaké služby postrádá. Při odpovědi ne, jsem zvolila možnost, kdy se klient mohl vyjádřit a napsat, co mu v lázních chybí. Respondent uvedl, že mu chybí vířivka. Doporučila bych klientovi navštívit moderní wellness Spa Resort Tree of Life, který spolupracuje s Anenskými slatinnými lázněmi. Resort nabízí vířivku s podvodními tryskami, s teplotou vody 37 – 40 stupňů Celsia.



Graf 14: Doporučení Anenských slatinných lázní

Zdroj: Vlastní zpracování

Otázka č. 14 se dotýkala toho, zda by klienti doporučili Anenské slatinné lázně svým známým. Z grafického znázornění vyplývá velmi příjemné zjištění, že 99 % respondentů by lázně doporučilo. Pouze jeden respondent by lázně svým známým nedoporučil.

4.3 Zhodnocení dotazníkového šetření

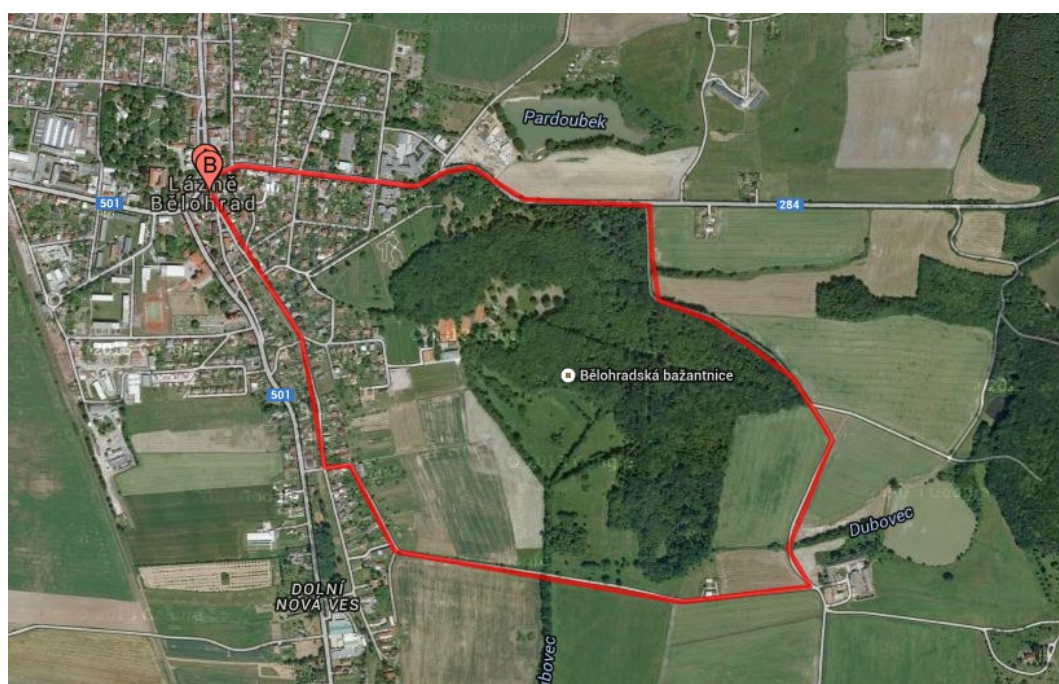
Na základě zpracování dotazníkového šetření lze říci, že početnější klientelu Anenských slatinných lázní tvoří ženy. Největší věkovou kategorií zde tvoří klienti ve věku v rozmezí 36 – 45 let. Z 89 % jsou to hosté tuzemští, ale 11 % klientů do lázní přijelo ze sousedního Slovenska. Většina oslovených navštívila Lázně Bělohrad poprvé nebo podruhé, ovšem našla se zde i stálá klientela, které je v těchto lázních již počtvrté nebo i vícekrát. Z otázky na jak dlouho do lázní přijeli, jsme se dozvěděli, že největší počet lázeňských klientů přijíždí na víkendové pobyty, prodloužené pobyty či na jeden týden. Po absolvování veškerých povinných procedur, které klient má, z grafu vyplynulo, že 85 % hostů má denně v rozmezí 2-6 hodin k vyplnění svého volného času. Host si na základě individuálního výběru může sám zvolit, jakým aktivitám se bude věnovat. Může využít kalendář kulturních akcí, nebo měsíční tipy na výlet, které lázně nabízí. Přibližně 2/3 klientů preferuje pasivní druh relaxace, což nám dokazuje i individuální ohodnocení volnočasových aktivit. Nejraději totiž klienti tráví svůj volný čas ve wellness službách v lázeňském hotelu Anna Marie. Na otázku zda tyto služby využili, 30 % klientů odpovědělo, že wellness navštívilo a polovina klientů z celkového počtu 100 respondentů se chystá wellness určitě navštívit. Kromě toho z hodnocení vyplynulo, že velmi často klienti tráví volný čas v restauracích, kavárnách či barem. Je velmi pravděpodobné, že klientela v rámci procházky po městě a prohlídky historických památek navštíví i tyto stravovací zařízení, kterých město Lázně Bělohrad nabízí mnoho. Sportovní aktivity, pěší turistiku a cykloturistiku využívá nejraději 29 % lázeňských klientů. Na základě těchto poznatků, jsem se rozhodla navrhnout pro tyto volnočasové aktivity ještě další aktivity, které by mohli klienti využívat. Z analýzy výsledků jsem se dále dozvěděla, že více než polovina klientů je ochotna zaplatit za týdenní aktivity ve svém volném čase do 2 000Kč a necelých 30 % bere jako optimální cenové rozpětí do 1 000Kč. Pouze jediný člověk byl nespokojený s komplexními službami, které lázně poskytují a nedoporučil by je svým známým. Ovšem 99 % klientů z celkového počtu 100 respondentů by lázně doporučilo. Takové pozitivní zjištění je pro lázně velmi přínosné.

4.4 Návrhy a doporučení

Jak jsem již výše v hodnocení napsala, převážná většina klientů v lázních využívá ve svém volném čase wellness služby, ovšem o něco menší část klientů se věnuje sportovním

aktivitám či pěší turistice a cykloturistice. Z toho důvodu by bylo vhodné návrhovou část postavit na těchto poznacích, které byly z dotazníků analyzovány. V návrhové části rozšířit nabídku těchto volnočasových aktivit, které klientela využívá méně a dát jim možnost, jak i jinak trávit v lázních volný čas.

Jelikož je v okolí lázní příjemné prostředí a kolem města Lázně Bělohrad jsou pole, louky a lesy je zde i vybudovaná stezka. Klienti by mohli tuto stezku využívat nejen pro pěší turistiku a cykloturistiku, ale v rámci sportovních aktivit by zde mohli využívat i jízdu na inline bruslích. Z náměstí města na nedaleké Byšička, kam stezka vede a zpět je trasa dlouhá přibližně 4,221 km.



Obrázek 3: Mapa in-line trasy pro jízdu na bruslích

Zdroj: Trasy.nabruslich.cz: server o inline bruslení v regionech. Trasy.nabruslich.cz [online]. 2007-2014 [cit. 2015-03-27]. Dostupné z: http://trasy.nabruslich.cz/?lokalita=4&id_trasa=366&Lazne-Belohrad---Bysicka-a-zpet

Na základě analýzy výsledků dotazníku bylo zjištěno, že stejný počet klientů využívající sportovní aktivity, využívá i pěší turistiku a cykloturistiku. I pro tyto volnočasové aktivity by bylo vhodné rozšířit nabídku a dát klientům možnost, jak aktivně strávit volný čas. V nedalekém městě Miletín, 19. června 2010 byla slavnostně otevřena Naučná stezka Karla Jaromíra Erbena. Rodáka tohoto kraje, významného básníka, prozaika a spisovatele. Stezka je

výbornou variantou, jak více klientům představit život a myšlenky za doby žití námi velmi známé osobnosti. Stezka je v celkové délce 5,179 km.



Obrázek 4: Mapa naučné stezky K. J. Erbena

Divadelní soubor Erben: Naučná stezka K. J. Erbena. Divadelní soubor Erben [online]. 2008 [cit. 2015-03-27]. Dostupné z: <http://dserben.miletin.cz/stezka.php#popis5>

Na trase je 9 usazených informačních tabulí, vyhlídkové místa jsou doplněna lavičkami a klient na naučné stezce může vidět i dřevěné sochy. Na každém zastávkovém místě je informační tabule, která stručně představí osobnost K. J. Erbena.

1. Vychází se od rodinného domku K. K. Erbena, kde informační tabule podá klientovi kompletní informaci o naučné stezce.
2. **Zastávkové místo – Studánka na Koši.** Znamou báseň Polednice, kterou básník napsal, přiblíží dřevěná socha Polednice, kterou může klient vidět. Na informační tabuli se dozví něco z historie jeho rodiny. V místě jsou vysazeny 2 stromy třesně a to

z důvodu, že dříve na stejném místě jeho otec vysadit ovocný, převážně třešňový sad.

3. **Zastávkové místo – Popraviště.** Toto místo inspirovalo Erbena k napsání balady Dceřina kletba. Informační tabule klienta seznámí s tímto místem, kde se nacházelo bývalé popraviště. S jeho historií od počátků až do poslední popravy, která se zde uskutečnila.
4. **Zastávkové místo – Hoj jede z lesa pán,** je v pořadí čtvrté místo, kde se naskytne klientovi možnost vidět sochu pána, která se dívá na rodný domek K. J. Erbena. Pokud se klient přes část těla pána podívá, sám rodný domek uvidí.
5. **Zastávkové místo – Miletínské lázně.** Původní místo lázní přiblíží klientovi dobu, kdy se zde scházeli lidé za účelem léčení.
6. **Zastávkové místo – Očima K. J. Erbena.** Zde má klient možnost porovnat stávající výhled s dobovým pohledem ze života K. J. Erbena. Klient zde může vidět i sloup s křížkem, který zde stojí přesně od roku narození známého básníka.
7. **Zastávkové místo – Po stopách předků, hřbitov.** Na zdejších hřbitově je zčásti pochovaná rodina Erbena a klient má možnost získat více informací o jeho rodině z informační tabule, která se nachází před branou hřbitova.
8. **Zastávkové místo – Erbenovi tváří vstříc.** Toto místo je věnováno pomníku K. J. Erbena a jeho historii.
9. **Zastávkové místo – Parkáň.** Posledním místem na naučné cestě je prostor věže, kde má klient možnost dozvědět se, kde se pohyboval sám Erben, ale i jeho rodina. Popsána je zde škola, tehdejší klášter či zámek aj.

Vzhledem k tomu, že víc než polovina klientů tráví volný čas pasivně, z toho důvodu jsem se zaměřila na sportovní aktivity a pěší turistiku. Navrhla jsem a doporučila bych dvě volnočasové aktivity, které by dále mohla klientela v Anenských slatinných lázních využívat. Vzhledem k rozšířené nabídce by se mohl zvýšit počet klientů, kteří začnou využívat jejich volný čas nejen pasivní relaxací, ale i tou aktivní.

ZÁVĚR

V bakalářské práci na téma „Klient lázeňského cestovního ruchu a volný čas“ jsem se zabývala otázkou, lázeňská klientela versus volný čas. Práce byla rozdělena do čtyř kapitol. Teoretická část práce se týkala cestovního ruchu a lázeňství, bylo v ní definováno, co je cestovní ruch a jeho dělení, historie a současnost lázeňství a kromě toho podává přehled o tom, kdo je klient a kdo se ve spojitosti s lázeňstvím považuje za klienta, jeho segmentace a rozdělení lázeňské péče. V této části práce nechybí ani definice pojmu volný čas a význam volného času v lázeňství. Ve druhé kapitole teoretické části bylo stručněji popsáno lázeňství Královéhradeckého kraje a více byl v této kapitole kladen důraz na seznámení s městem Lázně Bělohrad a Anenskými slatinnými lázněmi, které se tam nachází a na které je práce aplikována.

Praktická část bakalářské práce byla rozdělena na dvě samostatné kapitoly. První kapitola podrobně nastínila čtenáři, jaké veškeré volnočasové aktivity může lázeňská klientela využít. Počínaje od aktivit, které nabízí Anenské slatinné lázně uvnitř nebo v bezprostřední blízkosti lázní nebo aktivity, které nabízí město Lázně Bělohrad či jeho okolí. Druhá část se zabývala přípravnou etapou, samotnými výsledky s grafickým znázorněním a vyhodnocením dotazníkového šetření. Rozsáhlejší dotazník byl dostatečně detailně propracován, aby výsledky mohly být relevantní. Vzhledem k tomu, že práce je věnována zejména lázeňství a volnému času, který většina klientů v lázních využívá dle svého uvážení, hosté byli velmi vstřícní a dotazník vyplňovali s chutí.

Cíle práce bylo dosaženo na základě zpracované analýzy dotazníkového šetření, které probíhalo v Anenských slatinných lázních a bylo navrženo, jak jinak by mohla lázeňská klientela trávit jejich volný čas. Přínosem práce je dotazníkové šetření, které ukázalo, že většina klientů trávila nejraději volný čas pasivní relaxací, tedy navštěvovala wellness služby nebo bazén v hotelu Anna Marie, a s těmito službami, byli velice spokojeni. Z analýzy vyplynulo, že menší počet klientů využívá aktivní relaxaci a proto byly navrženy i další aktivity k tomu, aby měli hosté větší nabídku těchto volnočasových aktivit. Návrhy se nachází v kapitole č. 4.4. Právě tyto návrhy tvoří největší přínos zpracování práce.

Po realizaci návrhů uvedených v této práci by bylo možné dále v ní pokračovat a vyhodnotit tyto změny v oslovení nové vlny klientů, zjistit jejich volnočasové aktivity, které nejraději

využívají a zároveň posoudit, zda stávající klientela při realizovaných změnách nezměnila jejich odpovědi a nezačne trávit volný čas právě tím.

POUŽITÉ ZDROJE

České lázeňství na rozcestí [online]. 6. 11. 2003 [cit. 2015-03-16]. Dostupné z: <http://www.icot.cz/ceske-lazenstvi-na-rozcesti-4327/>

DĚDINA, Jiří. *Management, organizování a ekonomika lázeňství - vybrané kapitoly*. Praha: PRAGOLINE, 2004. 170 s

DĚDKOVÁ, Jaroslava. *Spotřebitelské chování pro kombinované studium*. Vyd. 1. Liberec: Technická univerzita v Liberci, 2011, 138 s. ISBN 978-807-3727-130.

DROBNÁ, Daniela a Eva MORÁVKOVÁ. *Cestovní ruch pro střední školy a pro veřejnost*. 1. vyd. Praha: Fortuna, 2004. ISBN 80-7168-901-7.

Ekonomía a podnikanie [online]. Bratislava: Bratislavská vysoká škola práva, 2007 [cit. 2015-03-10]. ISSN 1337-4990. Dostupné z: http://www.paneurouni.cz/files/sk/fep/casopis/ekonomia_a_podnikanie_1-2007.pdf

HÁJEK, Tomáš. *Cestovní ruch jako nástroj řešení asymetrie mezi městem a venkovem*. In HASMAN, Milan, ŘÍHA, Jan, ŠITTLER, Eduard. *Cestovní ruch, regionální rozvoj a školství*. Tábor: Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích, Zemědělská fakulta cestovního ruchu v Táboře, 2002. s. 1-15. ISBN 80-7040-549-X.

HOFBAUER, Břetislav. *Děti, mládež a volný čas*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2004, 176 s. ISBN 80-717-8927-5.

HRADECKÝ, Jiří. *Královéhradecký kraj a lázeňství*, 2. Srpna 2012, 8, s. 2, [cit. 2015-03-01]. Dostupné z: http://www.janske-lazne.cz/user/data/fontana/F-_srpen_-_2012.pdf

HRADEČNÁ, Marie a KOL. *Vybrané problémy sociální pedagogiky*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 1995. ISBN 978-807-1840-152.

HUNZIKER, Walter a Kurt KRAPF. *Grundriss der Allgemeinen Fremdenverkehrslehre*. Zurich: Polygraphischer Verla, 1942. ISBN neuvedeno.

INDROVÁ, Jarmila. *Cestovní ruch: [základy]*. Vyd. 2. přeprac. V Praze: Oeconomica, 2009, 121 s. ISBN 978-802-4515-694.

JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. *Marketing v cestovním ruchu*. 1. vyd. Praha: Grada, 2009, 288 s. Marketing (Grada). ISBN 978-80-247-3247-3.

JANIŠ, Kamil ml. *Úvod do problematiky volného času*. Opava: Slezská univerzita v Opavě,

2009. ISBN 978-80-7248-530-7.

KAJLÍK, Vladimír. *České lázně a lázeňství*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj, 2007, 218 s. ISBN 978-802-3993-301.

KITA, Jaroslav. *Marketing*. 2., preprac. a dopl. vyd. Bratislava: Iura Edition, 2002, 411 s. Ekonómia (Iura Edition). ISBN 8089047238.

KNOP, Karel. *Lázeňství: ekonomika a management*. Praha: Grada, 1999. ISBN 80-7169- 717-6

KOTÍKOVÁ, Halina. *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. 1. Vyd. Praha: Grada, 2013, 207 s. ISBN 978-80-247-4603-6, s. 15.

KRATOCHVÍLOVÁ, Emília. *Pedagogika voľného času: výchova v čase mimo vyučovania v pedagogickej teórii a v praxi*. 1. vyd. Bratislava: Univerzita Komenského, 2004, 307 s. ISBN 80-223-1930-9.

KUČEROVÁ, Stanislava. *Volný čas jako hodnota: Pedagogická orientace. Volný čas jako hodnota: Pedagogická orientace*. 1994, č. 10., s. 121-128

Lázně Bělohrad: Lázeňská rehabilitační klinika [online]. Lázně Bělohrad, 2009 [cit. 2015-02-21]. Dostupné z: <http://www.belohrad.cz/volny-cas-v-laznich/vylety/>

Lázně Bělohrad: oficiální stránky města. [online]. [cit. 2015-01-10]. Dostupné z: <http://www.lazne-belohrad.cz/navsteva-prezidenta-v-klause-v-l-belohrade/>

MCIKOVÁ, R.: *Ako na vernosť?* In *Stratégie: marketing, reklama, online, médiá*. – Bratislava: Sanoma magazines Slovakia, október 2005, roč. 12, č. 10, s. 14-16. ISSN 1335-2016

ORIEŠKA, Ján. *Kongresové služby a animácia cestovného ruchu*. Bratislava: Slovenské pedagogické nakladateľstvo, 2002. ISBN 80-08-03138-7.

PÁVKOVÁ, Jiřina. *Pedagogika volného času: [teorie, praxe a perspektivy výchovy mimo vyučování a zařízení volného času]*. Vyd. 4. Praha: Portál, 2008, 221 s. ISBN 978-80-7367-423-6.

RAIS, Karel Václav. *Ze vzpomínek 1: napsal Karel Václav Rais*. Město Lázně Bělohrad: Lázně Bělohrad, 2009. ISBN neuvedeno

RICHTEROVÁ, Kornélia. *Spotrebiteľské správanie*. Vyd. 1. Bratislava: Ekonóm, 2007, 258 s. ISBN 978-80-225-2355-4.

SEIFERTO VÁ, Věra. *Marketing v lázeňském cestovním ruchu*. Vyd. 1. Praha: Pragoline, 2003, 120 s. ISBN 80-865-9200-6.

SPOUSTA, Vladimír, Jarmila FALTÝSKOVÁ, Martina HŘEBÍČKOVÁ, Dana KNOTOVÁ a Evžen ŘEHULKA. *Kapitoly z pedagogiky volného času*. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita v Brně, c1996, 37 s. ISBN 80-210-1274-9.

ŠERÁK, Michal. *Zájmové vzdělávání dospělých*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2009, 207 s. ISBN 978-80-7367-551-6.

VIESTOVÁ, Kristína. *Lexikón obchodu*. Bratislava: Ekonóm, 2006, 316 s. ISBN 8022521310.

WISNOM, Mary S, a Lisa L CAPOZIO. *Spa management: an introduction*. Boston: Prentice Hall, c2012, ISBN 01-350-3944-4.

SEZNAM OBRÁZKŮ A GRAFŮ

Obrázek 1: Akce spotřebitele jako reakce na nespokojenost s produktem.....	18
Obrázek 2: Mapa města Lázně Bělohrad.....	27
Obrázek 3: Mapa inline trasy pro jízdu na bruslích.....	49
Obrázek 4: Mapa naučné stezky K. J. Erbena.....	50
Obrázek 5: Park Bažantnice.....	60
Obrázek 6: Anna-Mariánský pramen.....	60
Obrázek 7: Anenské slatinné lázně.....	61
Obrázek 8: Lázeňský hotel Anna Marie.....	61
Obrázek 9: Lázeňský hotel Grand.....	62
Obrázek 10: Depandence Vila Karluška.....	62
Obrázek 11: Depandence Vila Stefanie.....	63
Obrázek 12: Spojovací lávka.....	64
Obrázek 13: Tenisové kurty a tenisová hala.....	64
Obrázek 14: Minigolfové hřiště.....	65
Obrázek 15: Tree of Life.....	65
Obrázek 16: Tipy na výlet.....	66
Obrázek 17: Spolupráce s Anenskými slatinnými lázněmi.....	67
Graf 1: Pohlaví klientů.....	40
Graf 2: Věková kategorie klientů.....	40
Graf 3: Národnost klientů.....	41
Graf 4: Periodicita klientů.....	41
Graf 5: Délka pobytu.....	42
Graf 6: Ubytování klientů.....	43
Graf 7: Volný čas klientů.....	43
Graf 8: Preferované služby klientů.....	44
Graf 9: Využití wellness služeb v hotelu Anna Marie.....	44
Graf 10: Využití tenisových kurtů či minigolfu.....	45
Graf 11: Hodnocení volnočasových aktivit.....	45
Graf 12: Finanční prostředky vynaložené na volnočasové aktivity.....	46
	57

Graf 13: Poskytované služby v lázních.....	47
Graf 14: Doporučení Anenských slatinných lázní.....	47

SEZNAM ZKRATEK

CR – cestovní ruch

UNWTO – Světová organizace cestovního ruchu

PŘÍLOHY

Příloha č. 1: Obrázek 5



Obrázek 5: Park Bažantnice

Zdroj: vlastní dokumentace

Příloha č. 2: Obrázek 6



Obrázek 6: Anna-Mariánský pramen

Zdroj: vlastní dokumentace

Příloha č. 3: Obrázek 7



Obrázek 7: Anenské slatinné lázně

Zdroj: vlastní dokumentace

Příloha č. 4: Obrázek 8



Obrázek 8: Lázeňský hotel Anna Marie

Zdroj: vlastní dokumentace

Příloha č. 5: Obrázek 9



Obrázek 9: Lázeňský hotel Grand

Zdroj: vlastní dokumentace

Příloha č. 6: Obrázek 10



Obrázek 10: Dependance Vila Karluška

Zdroj: vlastní dokumentace

Příloha č. 7: Obrázek 11



Obrázek 11: Dependence Vila Stefanie

Zdroj: vlastní dokumentace

Příloha č. 8: Obrázek 12



Obrázek 12: Spojovací lávka

Zdroj: vlastní dokumentace

Příloha č. 9: Obrázek 13



Obrázek 13: Tenisové kurty a tenisová hala

Zdroj: vlastní dokumentace

Příloha č. 10: Obrázek 14



Obrázek 14: Minigolfové hřiště

Zdroj: vlastní dokumentace

Příloha č. 11: Obrázek 15



Obrázek 15: Tree of Life

Zdroj: vlastní dokumentace

Příloha č. 12: Obrázek 16

		<h2 style="text-align: center;">TIPY NA VÝLET BŘEZEN 2015</h2>		
DATUM	ČAS	VÝLET	VSTUPNÉ PLNÉ/SNÍŽENÉ	JÍZDNÉ
1.3.	12,00	Zámek DĚTENICE	120,-	110,-
3.3.	14,45	Pivovar NOVÁ PAKA	99,-	40,-
7.3.	12,00	Výroba Perličkových ozdob PONIKLÁ	40,-	110,-
8.3.	12,00	Zámek SYCHROV	150/100,-	140,-
10.3.	14,45	Pivovar NOVÁ PAKA	99,-	40,-
14.3.	12,00	Třebechovické muzeum betlémů + Obří akvárium HRADEC KRÁLOVÉ	60/40,- 120/80,-	140,-
15.3.	12,00	Sklárny HARRACHOV	180/120,-	110,-
17.3.	14,45	Pivovar NOVÁ PAKA	99,-	40,-
21.3.	12,00	Zámek a hrad STARÉ HRADY	115/50,-	100,-
22.3.	12,00	ZOO Dvůr Králové a Les Království	120/80,-	100,-
24.3.	14,45	Pivovar NOVÁ PAKA	99,-	40,-
28.3.	12,00	Zámek DĚTENICE	120,-	110,-
29.3.	12,00	Zámek HRÁDEK U NECHANIC	180/120,-	140,-
31.3.	14,45	Pivovar NOVÁ PAKA	99,-	40,-

HLASTE SE NA RECEPCI GRAND, výlety jsou bez průvodce
Maximální počet zájemců – 8 osob

Obrázek 16: Tipy na výlet

Zdroj: vlastní dokumentace

Příloha č. 13: Obrázek 17



Věc: Spolupráce na bakalářské práci

Na základě osobní a telefonické konzultace se zástupci VŠOH (doc. Ing. Jany Štofilové CSc. a studentky Nikolý Hátlové), jsme se domluvili na vzájemné spolupráci.

Tématem BP je „Klient lázeňského CR a volný čas“.

V Lázních Bělohrad, 26. března 2014



Lázně Bělohrad a.s.
Lázeňská 165
507 81 Lázně Bělohrad
IČ: 46504834 DIČ: CZ46504834
Tel.: 493 767 111
E-mail: lazne@belohrad.cz, www.belohrad.cz

-28-

Obrázek 17: Spolupráce s Anenskými slatinnými lázněmi

Zdroj: Anenské slatinné lázně

Příloha č. 14: Dotazník

Dobrý den, jmenuji se Nikola Hátlová.

Jsem studentkou Vysoké školy obchodní a hotelové v Brně a vypracovávám bakalářskou práci na téma **Klient lázeňského cestovního ruchu a volný čas**.

Součástí mé práce je realizace průzkumu volnočasových aktivit klientů v Anenských slatinných lázních ve městě Lázně Bělohrad, která má vést ke zkvalitnění možností lázní, ve kterých se právě nacházíte a to na základě Vašich podnětů.

Velice ráda bych Vás proto požádala o vyplnění tohoto dotazníku,

který **JE a BUDE** anonymní

1. Jaké je Vaše pohlaví?

- Muž
- Žena

2. Do jaké věkové kategorie patříte?

- Do 25 let
- 26 - 35 let
- 36 - 45 let
- 46 - 55 let
- 56 - 65 let
- 66 a více let

3. Jaké jste národnosti?

- Česká
- Slovenská
- Jiná odpověď (prosím, uvěďte)

4. Po kolikáté jste navštívili naše lázně?

- Jsem tu poprvé
- Jsem tu podruhé
- Jsem tu potřetí
- Jsem tu počtvrté či vícekrát

5. Na jak dlouho jste do lázní přijeli?

- Na víkend
- Na jeden týden
- Na dva týdny
- Na měsíc
- Jiná odpověď (prosím, uveďte)

6. Ve kterém lázeňském hotelu jste v rámci pobytu ubytováni?

- Lázeňský hotel Grand
- Hotel Anna Marie
- Hotel Janeček
- Depandance Vila Karluška
- Depandance Vila Stefanie
- Spa resort Tree of Life

7. Kolik volného času denně Vám zbývá po absolvování povinných procedur?

- Nemám žádný volný čas
- 1 - 1,5 hod/den
- 2 - 3 hod/den
- 3,5 - 4 hod/den
- 4,5 - 5 hod/den
- 6 hod/den
- 7 - 8 hod/den
- 8,5 hod/den a více

8. Který typ služeb preferujete?

- Aktivní relaxace (fitness, tenis, cykloturistika,...)
- Pasivní relaxace (masáže, sauna, pára,...)

9. Využili jste v rámci volného času v lázních wellness služby, které se nachází v hotelu Anna Marie?

- Ano
- Ještě ne, ale určitě je navštívím
- Ne

10. Využili jste v rámci volného času v lázních tenisové kurty či minigolf?

- Ano, využil/a jsem oboje
- Ano, využil jsem pouze tenisové kurty
- Ano, využil jsem pouze minigolf
- Ne, nevyužil jsem
- Ne, ale určitě využiji
-

11. Na stupnici od 1 do 5 ohodnot'te aktivity, které v lázních ve volném čase děláte nejraději (1 = dělám aktivitu nejraději; 5 = dělám ji nejméně rád; nedělám = nedělám tuto aktivitu vůbec)

1 2 3 4 5 nedělám

- Sportovní aktivity
- Wellness služby
- Kulturní vyžití
- Knihovna
- Restaurace, bary, kavárny
- Historické památky
- Pěší turistika, cykloturistika

12. Kolik finančních prostředků NA JEDEN TÝDEN při pobytu obvykle vynaložíte, pokud nebudeme počítat ubytování (či již předem zaplacené stravování v lázních)? Například za kulturu, návštěvu kavárny, nakoupení lázeňských oplatků apod.

- Do 500Kč
- Do 1 000Kč
- Do 2 000Kč
- Do 4 000Kč
- Více než 5 000Kč

13. Myslíte si, že lázně poskytují komplexní služby nebo nějaké služby postrádáte?

- Ano, lázně mají vše, co vyžadují
- Ne, v lázních postrádám (prosím, uveďte)

14. Doporučili byste naše lázně svým známým?

- Ano
- Ne

Moc Vám děkuji za vyplnění dotazníku.

Právě jste pomohli ke zlepšení místa, kde trávíte svůj volný čas.

Lázně mají zájem na zlepšení služeb pro své klienty, a proto byl tento dotazník vytvořen, Vaše odpovědi povedou ke zkvalitnění služeb.