

Česká zemědělská univerzita v Praze

Provozně ekonomická fakulta

Katedra obchodu a financí



Diplomová práce

**Zhodnocení potenciálu zvolené lázeňské destinace
cestovního ruchu v České republice**

Bc. Kristýna Kurková

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Kristýna Kurková

Hospodářská politika a správa
Podnikání a administrativa

Název práce

Zhodnocení potenciálu zvolené lázeňské destinace cestovního ruchu v České republice

Název anglicky

Assessment of the Chosen Spa Tourism Destination Potential in the Czech Republic

Cíle práce

Cílem diplomové práce je na základě zhodnocení potenciálu cestovního ruchu a současného stavu ve zvolené lázeňské destinaci, zpracovat návrhy a doporučení ke zlepšení atraktivity a propagace sledované lázeňské destinace.

Metodika

Metodika teoretické části bude vycházet ze studia dostupné literatury, zejména odborných knih a aktuálních internetových zdrojů. Teoretická východiska budou zpracována na základě metody zkoumání dokumentů a prostřednictvím komparace a syntézy sekundárních zdrojů.

Následně bude realizována vlastní část práce, ve které bude provedeno zhodnocení potenciálu zvolené lázeňské destinace a prostřednictvím ukazatelů intenzity cestovního ruchu zjišťována zatíženost sledovaného území. Dále bude realizováno dotazníkové šetření. Výsledky budou následně vyhodnoceny, interpretovány a diskutovány. Získaná zjištění budou použita k tvorbě návrhů a doporučení pro zlepšení atraktivity a propagace sledované lázeňské destinace.

Doporučený rozsah práce

60 – 80 stran

Klíčová slova

cestovní ruch, destinace, lázeňství, potenciál, služby, účastník cestovního ruchu

Doporučené zdroje informací

- BENEŠOVÁ, Petra a Hana KRUIŠOVÁ, 2013. Zdravotně orientovaný cestovní ruch vybrané kapitoly. Praha: Idea Servis. ISBN 978-80-85970-77-7.
- PAGE, Stephen, 2015. Tourism management. Fifth edition. New York: Routledge. ISBN 9781138784574.
- PÁSKOVÁ, Martina, 2014. Udržitelnost rozvoje cestovního ruchu. 3., přeprac. vyd. Hradec Králové: Gaudeamus. ISBN 978-80-7435-329-1.
- RAŠOVSKÁ, Ida a Kateřina RYGLOVÁ, 2017. Management kvality služeb v cestovním ruchu: jak zvýšit kvalitu služeb a spokojenost zákazníků. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-5021-7.
- SCHWARTZHOFFOVÁ, Eva, 2016. Lázeňství a wellness. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci. ISBN 978-80-244-5113-8.
- SMITH, Melanie a László PUCZKÓ, 2014. Health, Tourism and Hospitality: Wellness spas and medical travel. New York: Routledge. ISBN 978-0-415-63684-7.

Předběžný termín obhajoby

2020/21 LS – PEF

Vedoucí práce

Ing. Miroslava Navrátilová, Ph.D.

Garantující pracoviště

Katedra obchodu a financí

Elektronicky schváleno dne 3. 3. 2021

prof. Ing. Luboš Smutka, Ph.D.

Vedoucí katedry

Elektronicky schváleno dne 4. 3. 2021

Ing. Martin Pelikán, Ph.D.

Děkan

V Praze dne 18. 03. 2021

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že svou diplomovou práci "Zhodnocení potenciálu zvolené lázeňské destinace cestovního ruchu v České republice" jsem vypracovala samostatně pod vedením vedoucího diplomové práce a s použitím odborné literatury a dalších informačních zdrojů, které jsou citovány v práci a uvedeny v seznamu použitých zdrojů na konci práce. Jako autorka uvedené diplomové práce dále prohlašuji, že jsem v souvislosti s jejím vytvořením neporušila autorská práva třetích osob.

V Praze dne 31. 03. 2021

Poděkování

Ráda bych touto cestou poděkovala své vedoucí práce Ing. Miroslavě Navrátilové, Ph.D. za její ochotu, připomínky, cenné rady a čas, který mi věnovala při zpracovávání diplomové práce.

Zhodnocení potenciálu zvolené lázeňské destinace cestovního ruchu v České republice

Abstrakt

Diplomová práce se věnuje cestovnímu ruchu, jeho významu, tradicím, historii a současné situaci. Diplomová práce je rozdělena do dvou základních částí – teoretické a vlastní. V první části práce jsou zpracována teoretická východiska, ve kterých jsou definovány klíčové pojmy z oblasti cestovního ruchu. Druhá část práce je věnována charakteristice a aktuální nabídce služeb v rámci cestovního ruchu v dané destinaci. Na základě získaných informací je provedeno bodové hodnocení lokalizačních faktorů a poté je zhodnocen celkový potenciál cestovního ruchu zvolené destinace. Základem vlastní části práce je dotazníkové šetření, které zobrazuje preference a vnímání cestovního ruchu dotazovaných osob. Prostřednictvím ukazatelů intenzity cestovního ruchu je zjištěna zatíženost dané oblasti a na základě zjištěných informací z vlastní části práce jsou následně vytvořeny návrhy a doporučení ke zlepšení atraktivity a propagace destinace.

Klíčová slova: cestovní ruch, destinace, potenciál, služby, účastník cestovního ruchu

Assessment of the Chosen Spa Tourism Destination Potential in the Czech Republic

Abstract

The thesis deals with tourism, its importance, traditions, history and current situation. The thesis is divided into two basic parts - theoretical and own. The first part of the thesis deals with theoretical background, in which key concepts from the field of tourism are defined. The second part of the thesis is devoted to the characteristics and current offer of services in tourism in the destination. Based on the obtained information, a point evaluation of localization factors is performed and then the overall tourism potential of the selected destination is evaluated. The basis of the own part of the thesis is a questionnaire survey, which shows the preferences and perceptions of tourism of the interviewed persons. Through indicators of tourism intensity, the load of the area is determined and on the basis of the information obtained from the own part of the thesis, proposals and recommendations are subsequently created to improve the attractiveness and promotion of the destination.

Keywords: destination, participant in tourism, potential, services, tourism

Obsah

1	Úvod	13
2	Cíl práce a metodika	14
2.1	Cíl práce.....	14
2.2	Metodika	14
3	Teoretická východiska	19
3.1	Vymezení pojmu cestovní ruch	19
3.1.1	Formy cestovního ruchu	20
3.1.2	Druhy cestovního ruchu	21
3.2	Destinace cestovního ruchu	22
3.2.1	Životní cyklus destinace	23
3.3	Systém cestovního ruchu	25
3.3.1	Subjekt cestovního ruchu	27
3.3.2	Objekt cestovního ruchu.....	29
3.4	Produkt cestovního ruchu	30
3.4.1	Služby v cestovním ruchu	31
3.5	Rozvoj cestovního ruchu	34
3.5.1	Udržitelnost a dopady cestovního ruchu	35
3.6	Lázeňský cestovní ruch.....	36
3.6.1	Vymezení pojmu lázně	38
3.6.2	Účastníci lázeňského cestovního ruchu.....	39
3.6.3	Služby lázeňského cestovního ruchu.....	39
3.6.4	Formy lázeňské péče	43
3.6.5	Přínosy lázeňství.....	44
3.6.6	Trendy v oblasti lázeňství.....	46
3.6.7	Návštěvnost lázeňských zařízení.....	47
3.7	Hodnocení potenciálu cestovního ruchu.....	48
3.7.1	Zařazování území dle lokalizačních podmínek	50
3.8	Cestovní ruch a pandemie	55
4	Vlastní práce	57
4.1	Charakteristika lázeňského města Poděbrady.....	57

4.1.1	Pozoruhodnosti Poděbrad	59
4.2	Lázně Poděbrady	64
4.2.1	Historie lázní.....	65
4.2.2	Lázeňský pobyt.....	66
4.2.3	Léčebné procedury.....	67
4.2.4	Ubytovací a stravovací služby	71
4.2.5	Pobytové balíčky	74
4.2.6	Lázeňské služby.....	75
4.3	Zhodnocení potenciálu destinace dle metodiky Bíny (2002).....	76
4.3.1	Celkové vyhodnocení potenciálu cestovního ruchu destinace	78
4.4	Vyhodnocení dotazníkového šetření	80
4.5	Ukazatele intenzity.....	97
5	Výsledky a doporučení	102
5.1	Zhodnocení výsledků a diskuze	102
5.2	Doporučení.....	104
6	Závěr	108
7	Seznam použitých zdrojů	110
	Přílohy.....	118

Seznam schémat

Schéma 1 - Fáze životního cyklu destinace	25
Schéma 2 - Systém cestovního ruchu	26
Schéma 3 - Struktura účastníku cestovního ruchu.....	29
Schéma 4 - Úroveň produktu.....	31
Schéma 5 - Struktura služeb v cestovním ruchu.....	33
Schéma 6 – Systém lázeňské péče.....	42
Schéma 7 - Lázeňská péče v roce 2018 hrazená zdravotní pojišťovnou.....	44
Schéma 8 – Celkové přínosy českého lázeňství	45
Schéma 9 – Mapa lázeňských zařízení	48

Seznam tabulek

Tabulka 1 - Vyhodnocení potenciálu cestovního ruchu destinace	79
Tabulka 2 - Věková struktura respondentů.....	81
Tabulka 3 - Spojitost s danou destinací	84
Tabulka 4 - Návštěva za jiným účelem	86

Tabulka 5 - Délka pobytu za jiným účelem	87
Tabulka 6 - Zvolený způsob ubytování	93
Tabulka 7 - Doporučení k pobytu.....	93
Tabulka 8 - Potencionální důvod návštěvy	96
Tabulka 9 - Potencionální druh ubytování	96
Tabulka 10 - Potencionální dopravní prostředek	97
Tabulka 11 - Důvod nezájmu o destinaci	97
Tabulka 12 - Hodnocení lokalizačních podmínek.....	126

Seznam grafů

Graf 1 – Návštěvnost lázeňských zařízení v letech 2012 - 2018.....	47
Graf 2 – Návštěvnost lázeňských zařízení podle krajů	47
Graf 3 - Pohlaví respondentů.....	80
Graf 4 - Bydliště respondentů	81
Graf 5 - Vzdělání respondentů	82
Graf 6 - Znalost destinace	82
Graf 7 - Spojitost pojmů s destinací	83
Graf 8 - Turistická atraktivita destinace	85
Graf 9 - Účel návštěvy.....	85
Graf 10 - Hodnocení infrastruktury a vybavenosti destinace.....	88
Graf 11 - Hodnocení rozvoje cestovního ruchu v dané oblasti	89
Graf 12 - Opakovaná návštěva destinace	90
Graf 13 - Opakovaná návštěva lázeňského zařízení.....	90
Graf 14 - Délka pobytu v lázeňském zařízení	91
Graf 15 - Forma úhrady lázeňské péče.....	91
Graf 16 - Důvod léčby.....	92
Graf 17 - Výsledek léčby.....	92
Graf 18 - Hodnocení spokojenosti s danou službou.....	95
Graf 19 - Míra turistické penetrace sledované oblasti za období 2012 - 2019.....	98
Graf 20 - Míra hustoty turistů sledované destinace za období 2012 – 2019.....	99
Graf 21 - Míra turistické intenzity ve sledované destinaci za období 2012 – 2019 .	100
Graf 22 - Hodnoty Defertovy funkce vybrané destinace za období 2012 – 2019....	101
Graf 23 - Index turistického zatížení sledované destinace za období 2012 – 2019 .	101

Seznam obrázků

Obrázek 1 - ORP Poděbrady	57
Obrázek 2 - Zámek Poděbrady	128
Obrázek 3 - Lázeňský park.....	128
Obrázek 4 - Květinové hodiny	128
Obrázek 5 - Cyklostezka Poděbrady - Nymburk.....	129
Obrázek 6 - Jezero Poděbrady	129

Obrázek 7 - Kolonáda.....	129
Obrázek 8 - Jiřího náměstí s jezdeckou sochou krále Jiřího.....	130
Obrázek 9 - Zdymadlo a vodní elektrárna	130

Seznam použitých zkratk

aj. – a jiné

atd. – a tak dále

cca – cirka

CK – cestovní kancelář

CR – cestovní ruch

ČR – Česká republika

ČSÚ – Český statistický úřad

FN – fakultní nemocnice

HDP – hrubý domácí produkt

NPR – národní přírodní rezervace

ORP – obec s rozšířenou působností

PP – přírodní památky

tj. – to je

tzn. – to znamená

UNWTO – Světová organizace cestovního ruchu

1 Úvod

Cestovní ruch patří k jednomu z nejdůležitějších odvětví ekonomiky jakéhokoliv státu. Vzhledem k tomu, že se každý rok zvyšuje podíl obyvatel, kteří se účastní cestovního ruchu, lze toto odvětví zařadit do nejlépe rostoucí oblasti ekonomiky. Cestovní ruch je významný zejména z ekonomického a sociálního rozvoje, a to pro většinu zemí. Ovlivňuje nezaměstnanost, platební bilanci, příjmy státního rozpočtu, ale i HDP. Nelze opomenout, že cestovní ruch příznivě působí i na rozvoj infrastruktury, kulturně-historických památek a zvyšuje životní úroveň obyvatelstva. Hlavním produktem této oblasti je destinace, která je rozhodujícím aspektem při definování cílové skupiny účastníků cestovního ruchu, které spojují stejné nebo podobné zájmy. Díky této rozmanitosti je pak možné vytvořit nespočet kombinací služeb, které po ucelení vytvoří celkový produkt cestovního ruchu, který je pro cestovní ruch naprosto nezbytný.

Rozvoj cestovního ruchu koresponduje s ekonomickou vyspělostí státu, kdy motivem cestování lidí je nejčastěji odpočinek a rekreace, nebo v některých případech také navázání nových kontaktů, anebo pracovní důvody. Celá Evropa patří k nejoblíbenějším turistickým destinacím. Česká republika není pro turisty atraktivní jen z důvodu, že se nachází právě v srdci Evropy, ale také pro její krásné hlavní město a je velmi známa i svým lázeňským cestovním ruchem.

Protože se tato moderní doba dá považovat za hektickou a uspěchanou, stále častěji jsou objevovány nemoci, které souvisí s pohybovým ústrojím a s tím souvisí i nemoci kardiovaskulárního systému. Tyto problémy mohou být způsobeny sedavým zaměstnáním, nedostatkem pohybu, špatnou životosprávou nebo přemírou stresu. Lázně tak plní funkci léčebnou, preventivní ale i podpůrnou.

Lázeňský cestovní ruch má v České republice dlouhou historii a tradici. V této formě cestovního ruchu je dbáno na zlepšování zdravotního stavu účastníků cestovního ruchu a to jak po fyzické stránce, tak i po té psychické, k čemuž jsou využívány přírodní léčivé zdroje. Přírodní léčivé zdroje jsou tak nezastupitelným a velmi důležitým faktorem v oblasti lázeňského cestovního ruchu, což značí, že jsou nedílnou součástí vědního i lékařského oboru.

Lázně Poděbrady, a.s. patří k nejnavštěvovanějším lázeňským objektům ve Středních Čechách a jejich lákadlem je jejich historie, která sahá až do 17. století, úspěšná tradice, ale i pestrý kulturní život.

2 Cíl práce a metodika

2.1 Cíl práce

Cílem diplomové práce bylo zhodnotit cestovní ruch ve zvolené destinaci. Zvolenou destinací bylo lázeňské město Poděbrady. Na základě tohoto zhodnocení potenciálu cestovního ruchu a současného stavu byly vypracovány návrhy a doporučení pro zvolenou destinaci, která mohou přispět ke zlepšení atraktivity a propagace sledované destinace pro potencionální účastníky cestovního ruchu.

K naplnění cíle diplomové práce bylo třeba splnit následující úkoly: vymezení základních pojmů v cestovním ruchu, charakteristika zvolené destinace, zhodnocení preferencí a vnímání cestovního ruchu dotazovanými osobami, zhodnocení zatíženosti destinace prostřednictvím ukazatelů intenzity cestovního ruchu a zpracování návrhů a doporučení pro zlepšení rozvoje cestovního ruchu dané destinace.

2.2 Metodika

První část diplomové práce byla věnována teoretickým východiskům získaných z literatury, kterou byly především odborné knihy a další relevantní informační zdroje, mezi které patří internetové stránky, odborná literatura a také odborná periodika související s problematikou cestovního ruchu. V teoretické části byly vysvětleny základní pojmy cestovního ruchu, které souvisely s diplomovou prací.

Vlastní část diplomové práce byla rozdělena do několika kapitol, které napomáhaly dosáhnout stanovených cílů, které byly v počátku práce určeny.

První kapitolou bylo vymezení pojmu cestovní ruch a dále byly popsány formy cestovního ruchu a druhy cestovního ruchu. Dalším důležitým pojmem práce byl pojem destinace cestovního ruchu. V následujících kapitolách byla řešena problematika témat souvisejících s účastníky cestovního ruchu a produktem cestovního ruchu. V další části teoretických východisek bylo popsáno lázeňství. Byl popsán a vymezen pojem lázně, dále byli uvedeni účastníci lázeňského cestovního ruchu, služby lázeňského cestovního ruchu, formy lázeňské péče, přínosy lázeňství a trendy v oblasti lázeňství.

V druhé polovině práce byla velmi důležitou kapitolou charakteristika zvolené destinace, která byla obsahem kapitoly 4.1 a 4.2 a která byla klíčová pro následující kapitoly

vlastní části práce, zejména pro zhodnocení potenciálu destinace dle kritérií Bíny (2002), přičemž tato metoda byla teoreticky popsána v kapitole 3.7 a její praktické použití vyjadřovala kapitola 4.3. Další velmi důležitou kapitolou byla kapitola 4.4, ve které bylo provedeno zpracování dotazníkového šetření, které bylo možné použít ke statistice preferencí, ale i k přehledu, jak cestovní ruch v dané destinaci vnímají respondenti. Ve vlastní části práce byla také prostřednictvím ukazatelů intenzity cestovního ruchu, tedy kapitoly 4.5, zjištěna zatíženost dané oblasti.

Tyto informace pak byly podkladem pro doporučení, kterými se cestovní ruch v destinaci může nadále vyvíjet.

Metodami, které byly použity v diplomové práci:

- popisná analýza,
- zkoumání dokumentů,
- dotazníkové šetření,
- ukazatelé intenzity cestovního ruchu.

Popisná analýza

Cílem popisné analýzy je přinést exaktní informace a data, která jsou vypovídající o zkoumaném objektu a prostředí. Touto metodou jsou hodnoceny zejména sekundární zdroje informací. Tyto zdroje pak mohou být rozděleny na interní a externí data (Příbová, 1996). Popis má zobrazovat specifické detaily o jevu, situaci nebo vztazích a je nutné, aby se důkladně zaobíral o sledované prostředí. V rámci popisné analýzy má být věnován prostor vybranému jevu, přičemž má být tento jev popsán, popřípadě klasifikován dle vybraného kritéria a následně mají být rozebrány vztahy mezi těmito jevy (Jašíková, 2009).

Popisná analýza byla použita při rešerši literárních zdrojů v teoretické části práce. Východiska v teoretické části práce byla zpracována pomocí odborné literatury, která se zaměřuje na cestovní ruch. Veškerá použitá odborná literatura byla uvedena v seznamu použité literatury v závěru práce. Kromě teoretické části byla popisná analýza použita i ve vlastní části práce, kde byla použita při charakteristice zvolené destinace, tedy v kapitole 4.1 a 4.2.

Informace o dané problematice byly zjišťovány zejména z odborné literatury a internetových zdrojů a proto, aby práce byla více validní, bylo použito také syntézy a metody komparace. Tyto metody byly použity v celé práci a potvrzují zjištěné výsledky.

Zkoumání dokumentů

Dle Hendla (2005) se dokument posuzuje dle šesti kritérií, kterými jsou typ dokumentu, vnější znaky dokumentu, jeho obsah, intencionalita, původ a blízkost dokumentu k předmětu zkoumání. Dokumentem se rozumí novinový článek, kniha, elektronická periodika a veškeré napsané, tištěné a zaznamenané materiály.

Tato metoda byla použita napříč celou diplomovou prací a pro zhodnocení potenciálu cestovního ruchu zvolené lázeňské destinace, města Poděbrady, byla použita metodika dle Bíny (2002).

Dotazníkové šetření

Jednou z nejpoužívanějších metod získávání dat je dotazníkové šetření. Dotazník představuje formulář určený respondentovi, který může být dotazován během výzkumu, interview nebo během ankety. Dotazování je možné provádět ústně pomocí rozhovoru, písemně, telefonicky nebo elektronicky, přičemž na položené otázky je volba z několika možností odpovědí již předem daných, případně je ponechán prostor na otevřenou odpověď (Jašíková, 2009).

Vzhledem k současné epidemiologické situaci byl dotazník realizován pouze online, kdy byl umístěn zejména na sociální síť, přičemž byl zveřejněn v různých zájmových skupinách. V dotazníkovém šetření byly použity uzavřené otázky, kdy respondent mohl zvolit z několika možností, ale byly použity i polootevřené otázky, kdy respondent mohl dopsat vlastní odpověď. Dalším typem otázky byla škálová otázka, kdy respondent volil odpověď dle daných kritérií, a to na uvedené škále. Dotazníkové šetření bylo prováděno od ledna do února 2021 a celkem se ho zúčastnilo 318 respondentů. Informace, které byly dotazníkovým šetřením zjištěny, byly interpretovány v kapitole 4.4. Celé dotazníkové šetření je obsahem přílohy č. 1.

Ukazatelé intenzity cestovního ruchu

Ve vlastní části práce, v kapitole 4.5, byly použity níže uvedené ukazatelé intenzity cestovního ruchu. Tyto ukazatele zachycují vztah mezi cestovním ruchem a zvolenou destinací (Pásková a Zelenka, 2002).

Uvedené údaje byly použity pro oblast Poděbrad a Středočeského kraje, přičemž tyto hodnoty byly následně porovnány. Hodnoty ukazatelů intenzity cestovního ruchu byly vypočítány za období 2012 – 2019 a následně byly graficky vyjádřeny.

- *Míra turistické penetrace (TPR – tourist penetration rate)* – jedná se o poměr mezi počtem dní strávených turisty v dané oblasti za rok a počtem dní strávených v oblasti zdejšími obyvateli. Z této funkce se vyčte průměrné množství turistů nacházejících se v dané oblasti na 100 obyvatel sledované destinace a vypočítá se dle vzorce:

$$TPR = \frac{\text{průměrná délka pobytu turistů} * \text{počet turistů}}{\text{počet rezidentů} * \text{počet dní v roce}} * 100$$

- *Hustota výskytu turistů (TDR – tourist density ratio)* – tato hodnota ukazuje poměr mezi počtem dní, kteří strávili návštěvníci v dané oblasti a plochou oblasti. Výsledek je přepočítán na jeden den. Touto funkcí je zobrazeno množství návštěvníků, kteří se nachází v dané oblasti na 1 km² a vypočítá se jako:

$$TDR = \frac{\text{průměrná délka pobytu turistů} * \text{počet turistů}}{\text{celková plocha destinace} * \text{počet dní v roce}}$$

- *Míra turistické intenzity (TIR – tourist intensity rate)* – znázorňuje podíl návštěvníků a místních obyvatel v oblasti. Funkce znázorňuje množství turistů, nacházejících se v oblasti na 100 obyvatel za jeden rok a vypočítá se takto:

$$TIR = \frac{\text{počet turistů}}{\text{počet rezidentů}} * 100$$

- *Defertova funkce (TF – Defert tourist function rate)* – tato funkce vyjadřuje intenzitu turistické činnosti ve sledované oblasti a jako poměr navštěvující a navštěvované populace. Funkce znázorňuje, jaké množství lůžek v dané oblasti připadá na 100 obyvatel oblasti. Funkce se vypočítá dle vzorce:

$$TF = \frac{\text{počet stálých lůžek v ubytovacích zařízeních}}{\text{počet rezidentů}} * 100$$

- *Index turistického zatížení území (TL – impact of tourism activities on the locality)* – znázorňuje kapacitu ubytovacích zařízení v dané oblasti. Index zobrazuje, kolik lůžek se nachází v oblasti na 1km². Lze jej vypočítat jako:

$$TL = \frac{\text{počet stálých lůžek v ubytovacích zařízeních}}{\text{celková rozloha destinace v km}^2}$$

3 Teoretická východiska

V kapitole teoretická východiska je zpracován teoretický rámec řešené problematiky, a to pomocí odborné literatury. Teoretická východiska tvoří základní teoretický rámec, který je nutný pro kapitoly ve vlastní práci. Na základě dostupných zdrojů je oblast cestovního ruchu přiblížena a následně komplexně vysvětlena.

3.1 Vymezení pojmu cestovní ruch

Cestovní ruch lze vysvětlit několika definicemi, všechny jsou si však velmi podobné, neboť se dotýkají podobných rysů. Jednou z nejpoužívanějších definic je formulace podle Světové organizace cestovního ruchu, která uvádí, že cestovní ruch je společenský, kulturní a ekonomický jev, který zahrnuje pohyb lidí do zemí nebo na místa mimo jejich obvyklé prostředí pro osobní nebo obchodní, případně profesní účely. Tito lidé jsou nazýváni návštěvníky a cestovní ruch je obsahem jejich činností, z nichž některé zahrnují výdaje na cestovní ruch (unwto.org, 2020).

Kotlíková (2013 s. 16) tuto definici interpretuje: „*Cestovní ruch představuje činnost lidí, spočívající v cestování a pobytu mimo místo jejich obvyklého pobytu po dobu kratší jednoho roku za účelem využití volného času, obchodu a jinými účely.*“

Pojem cestovní ruch lze ale také odvodit od slova cestování, i když je zřejmé, že oba pojmy jsou rozdílné. Obecně je možné říci, že o cestovním ruchu, na rozdíl od cestování, se mluví v případě, kdy se cestování stává masovým jevem a je spojeno s poskytováním specifických služeb, jako je ubytování, stravování nebo doprava, které jsou zabezpečovány specializovanými organizacemi. Jednou z prvních definic cestovního ruchu je definice podle Kurta Krapfa a Waltera Hunzikera, podle kterých se jedná o soubor vztahů a jevů, které vyplývají z pobytu na cizím místě, přičemž cílem pobytu není trvalé usídlení nebo výkon výtěžné činnosti (Kotlíková, 2013).

Celosvětový ekonomický význam oboru cestovní ruch spočívá v dobrovolné aktivitě, přičemž lidé nejsou vyzýváni k provozování cestovního ruchu jakožto k základní potřebě k přežití. Tento obor má rostoucí ekonomický význam v celosvětovém měřítku a tempo jeho růstu převyšuje míru hospodářského růstu. Cestovní ruch je ale mnoho zeměmi vnímán jako příležitost k rostoucí míře zaměstnanosti (Page, 2015).

Cestovní ruch má mnoho podob a lze ho rozdělit podle několika kritérií, kterými jsou například místo realizace, délka pobytu, způsob zabezpečení průběhu pobytu, místo pobytu, motivace, množství účastníků, roční období a jiné. V odborné literatuře jsou rozlišovány druhy a formy cestovního ruchu, a ačkoliv má každý autor jiný pohled na tuto problematiku, dochází k jejich prolínání. Nelze opomenout, že cestovní ruch je možné také definovat jako komplexní společenský jev, přičemž se jedná o souhrn aktivit účastníků cestovního ruchu, služeb, společenských a hospodářských odvětví, která poskytují a zabezpečují cestovní zážitky. Mezi tyto zážitky patří přeprava, stravování, ubytování, zábava, ale i nakupování a další služby určené pro turisty (Goeldner a Ritchie, 2014).

3.1.1 Formy cestovního ruchu

Formy cestovního ruchu se dají definovat na základě otázky „Proč návštěvníci cestují?“. Podle Páskové a Zelenky (2002, s. 69) lze říci, že *„Druh cestovního ruchu je typ cestovního ruchu, pro jehož určení je klíčovým kritériem jevový průběh cestovního ruchu a způsob jeho realizace v závislosti na geografických, ekonomických, společenských a jiných podmínkách, jakož i jeho účinky.“*

Forma cestovního ruchu vyjadřuje účel nebo motiv cestování a patří mezi ně rekreační, sportovní, kulturní, dobrodružný, lázeňský/zdravotní a také obchodní cestovní ruch.

Hesková a kol. (2011) dělí formy cestovního ruchu v závislosti na místě realizace služeb, vztahu k platební bilanci státu, způsobu financování, počtu návštěvníků nebo věku.

Podle místa realizace služeb lze CR rozdělit na domácí turismus, příjezdový turismus a výjezdový turismus. Palatková a Zichová (2011) definují domácí turismus jako turismus rezidentů sledované země, při kterém rezidenti nepřekračují hranice vlastního státu. Pokud dochází k překračování hranic dané země, jedná se o zahraniční turismus. Tento se dělí na výjezdový a příjezdový, přičemž výjezdový turismus zahrnuje výjezd občana dané země do zahraničí a příjezdový zahrnuje jeho příjezd do této země. Specifickou formou, která stojí na pomezí těchto dvou, je turismus tranzitní. Při tomto dochází výhradně k průjezdu zahraničních účastníků přes danou zemi, přičemž tato země není cílovou destinací. Dle místa realizace se poté turismus člení na vnitrostátní, kdy je CR realizován na území dané země a na národní, kdy se jedná o celkový cestovní ruch obyvatelstva dané země.

Vztah platební bilance státu dělí turismus na aktivní a pasivní. V aktivním turismu se jedná o příjezdy návštěvníků ze zahraničí a jejich výdaje na produkt CR mají za následek

příliv devizových prostředků, čímž je kladně ovlivněna platební bilance. Naopak výjezd obyvatel daného státu do zahraničí popisuje pasivní turismus. V pasivním turismu je zachycen odliv devizových prostředků, který záporně ovlivňuje platební bilanci (Palatková a Zichová, 2011).

Rozdělení CR podle způsobu financování je zachycena v publikaci Ryglové, Buriana a Vajčnerové (2011), kdy se jedná o kategorii komerční a sociální. Při komerční formě CR jsou veškeré náklady financovány z vlastních prostředků účastníka turismu. Komerční forma CR byla dříve nazývána volnou formou CR. Sociální, dříve nazývána vázaná, forma CR je takovou formou, při které jsou veškeré náklady nebo jejich část financovány jiným subjektem. Příkladem je lázeňská péče.

Podle počtu návštěvníků se jedná o CR individuální a kolektivní. Individuální forma CR je taková forma, při které se zájezdu účastní pouze sám účastník nebo případně s jeho rodinou. Jak už samo slovo kolektivní naznačuje, při této formě jde o CR, kterého se účastní více osob (Ryglová, Burian a Vajčnerová, 2011).

Kritérium rozdělení dle věku účastníka se využívá především ve vztahu k demografickým charakteristikám a vychází z předpokladu, že každá věková skupina má jiné potřeby, možnosti a omezení, což vede k rozlišnému spotřebnímu chování. Jde o skupinu dětí, mládeže, rodin s dětmi, osob v produktivním věku bez dětí nebo seniory (Palatková a Zichová, 2011).

Šauer a kol. (2015) dále uvádí cestovní ruch dle délky pobytu (tj. krátkodobý, dlouhodobý). Kotlíková (2013) uvádí CR podle způsobu zabezpečení cesty a pobytu (tj. organizovaný a neorganizovaný). Palatková a Zichová (2011) kromě výše uvedeného rozděluje CR podle převažujícího prostředí (tj. městský, venkovský)

3.1.2 Druhy cestovního ruchu

Podle Gúčika (2004) je druh cestovního ruchu označení pro rozličné příčiny a jejich důsledky související s cestováním a pobytem na cizím místě. Přičemž Pásková a Zelenka (2002, s. 89) formu cestovního ruchu definují takto: „*Forma cestovního ruchu je typ cestovního ruchu, pro jehož určení je klíčovým kritériem motivace návštěvníka.*“ Druhy cestovního ruchu umožňují blíže určit podstatu cestovního ruchu z hlediska potřeb a cílů jeho návštěvníků. To je důsledkem lepší přípravy produktu a jeho následné nabízení na trhu pro cílovou skupinu návštěvníků cestovního ruchu (Gúčík, 2001). Druhy cestovního ruchu

jsou rozděleny podle několika hledisek, kdy se jedná například o geografické hledisko, počet a věk návštěvníků, délku účasti, použitý dopravní prostředek, sociologické hledisko a další (Linderová, 2013).

Hesková a kol. (2011) druhy cestovního ruchu charakterizuje dle motivace účastníků, tedy dle záměru, pro který návštěvníci cestují a pobývají na jiném místě, než je jejich bydliště. Z tohoto důvodu jde o čtyři základní členění, a to o rekreační cestovní ruch, sportovní cestovní ruch, kulturní cestovní ruch a lázeňský a zdravotní cestovní ruch. Toto členění pak doplňují specifické druhy cestovního ruchu, přičemž se jedná o dobrodružný, myslivecký, náboženský, kongresový cestovní ruch a další.

Cílem rekreačního cestovního ruchu je odpočinek a načerpání fyzické i psychické síly. Sportovní cestovní ruch sjednocuje sport s rekreací a je spojen s aktivním provozováním odlišných sportovních činností. Lze jej rozdělit na cykloturistiku, horskou turistiku, pěší turistiku nebo vodní turistiku. Kulturní cestovní ruch uspokojuje lidi s potřebou poznat kulturu a historii daného státu a jedná se o výstavy, návštěvu hradů a zámků, galerií, muzeí atd. Lázeňský a zdravotní cestovní ruch je zaměřen na léčebné a preventivní činnosti s cílem zlepšení zdravotního stavu, a to prostřednictvím procedur (Hesková a kol., 2011). Lázeňskému cestovnímu ruchu je věnována kapitola 3.6.

3.2 Destinace cestovního ruchu

S pojmem cestovní ruch úzce souvisí pojem destinace cestovního ruchu, která je turistickým cílem nebo turistickou oblastí, která je definována určitými společnými charakteristickými rysy (Rygllová, Burian a Vajčnerová, 2011)

Destinace cestovního ruchu podle světové organizace cestovního ruchu je definována jako geografický prostor, který si účastník cestovního ruchu vybírá jako cíl své cesty. Nejmenší jednotkou destinace je resort, který je místem nebo menší oblastí, která je navštěvována s cílem trávení volného času, odpočinku, zábavy nebo sportovních aktivit (Jakubíková, 2009).

Ačkoliv termín destinace byl v minulosti používán především ve spojení s leteckou dopravou, dnes se tímto termínem označuje také cílové místo cesty turistů. Palatková (2011) destinaci definuje jako svazek různých služeb koncentrovaných v určitém místě nebo oblasti, které jsou poskytovány v návaznosti na potenciál cestovního ruchu, místa nebo oblasti.

Nejdl (2011) považuje za nejužitečnější definici destinace takovou definici, která říká, že v případě destinace se jedná o geografický prostor, který je vybírán návštěvníkem jako cíl jeho cesty s přihlédnutím na nezbytná zařízení pro bydlení, stravování, zábavu a další aktivity. Každý účastník CR si vybírá destinaci, která mu nejvíce vyhovuje. Ta musí být řízena jako strategická obchodní jednotka.

Nejdl (2011) také poznamenává, že cílový prostor přináší návštěvníkovi komplexní prožitek a měl by uspokojit všechny jeho potřeby, které souvisejí s cestovním ruchem. Je také toho názoru, že jedině účastník CR vytváří destinaci, respektive poptávku po destinaci.

3.2.1 Životní cyklus destinace

Koncept životního cyklu destinace začal vznikat zhruba od poloviny 19. století, přičemž se za nejstarší autory považují Christaller, Ploga nebo Noronh.

Škauer a kol. (2015) životní cyklus destinace rozděluje do šesti fází, a to na objevování, zapojení, rozvoj, konsolidaci, stagnaci a poststagnaci. Někteří autoři jsou ale přesvědčeni pouze o třech či čtyřech fázích – zavedení, rozvoj, zralost a pokles (např. Cooper, Bodlender). Fáze životního cyklu destinace je zobrazena na schématu č. 1.

Fáze objevení

Fázi objevení lze nazývat také fází „počáteční“ nebo „objevitelskou“, protože je spojena s novou, neznámou a neobjevenou destinací a s nízkým počtem individuálních návštěvníků a návštěvnost není nijak pravidelná. Segmentem jsou účastníci CR, kteří jsou zvědaví a hledají nové zážitky a dobrodružství. Chtějí nalézt odlišnosti v destinaci v rámci přírodního i kulturního bohatství od návštěvníkova rodného a přirozeného prostředí. Návštěvníci jsou rezidenty přijímáni kladně a iritační index podle Doxeyho označuje postoj místních obyvatel jako euforii (Pásková, 2014).

Fáze zapojení

Tato fáze je charakteristická zvyšujícím se počtem návštěvníků, začínající sezónností a propagací, postupným rozvojem a vybaveností infrastruktury CR. Návštěvnost lze považovat za pravidelnou, s čímž souvisí začínající podnikání rezidentů v oblasti CR. Místní obyvatelé postoj k návštěvníkům nijak zásadně nemění, jedná se o kombinaci euforie s určitou dávkou apatie (Pásková, 2014).

Fáze rozvoje

Fáze vyznačující se intenzivním cestovním ruchem, důraznou propagací a masovou nabídkou cestovního ruchu společně s vysokým počtem návštěvníků, který převyšuje počet místních obyvatel, je fází rozvoje. Turisté zde mají větší nároky na standard služeb a vybavenost infrastruktury a místní obyvatelé nemají rozvoj CR pod kontrolou, přičemž v této fázi často jejich podniky krachují, protože se na trh dostávají větší, silnější a modernější společnosti. Postoj místních rezidentů k účastníkům CR volně přechází v apatii. Tato fáze se dá rozdělit do dvou etap – raná a pozdní. Raná etapa je spojena s nabídkou balíčků zájezdů od cestovní kanceláře, pozdní etapa je charakteristická zaměřením cestovní kanceláře na vnější prostředí (Pásková, 2014).

Fáze konsolidace

V této fázi počet návštěvníků stále roste, ale zpomaluje se tempo růstu návštěvnosti. Cestovní ruch je pro destinaci zásadním a klíčovým oborem. Postupně roste infrastruktura, služby a vybavenost CR, ale pouze v nadnárodní úrovni. Lokální podniky vznikají pouze v omezeném množství. Návštěvníci ve fázi konsolidace nemají zájem o místní obyvatele, jejich kulturu ani životní styl, neboť se jim destinace jeví jako turisticky nepřitažlivá (Beránek a kol., 2013b). Do destinace cestují pouze díky cestovním kancelářím, které ji nabízejí jako atraktivní a mnohdy nazývanou „turistickým rájem“. Místní obyvatelstvo je s turisty v destinaci nespokojeno, musí se přizpůsobovat a omezovat a dle iritačního indexu se jedná o fázi znechucení (Pásková 2014).

Fáze stagnace

Jedná se o nejkritičtější období, protože se destinace stává okoukanou, nemódní a neatraktivní. Typickým znakem této fáze je dosažení maxima v počtu návštěvníků, klesající průměrná délka pobytu a útrata turistů. Přírodní a kulturní aktivity jsou nahrazeny umělými a začíná přesycení únosné kapacity území dané destinace. Do destinace jezdí stále stejná klientela a ubytovací kapacity nejsou plně využívány ani v sezóně. Obyvatelé destinace jsou s návštěvníky nespokojeni a jednají s nimi velice negativně a nepřátelsky. Z hlediska postoje místních obyvatel jde o přechod mezi znechucením a antagonismem. (Jakubíková, 2012).

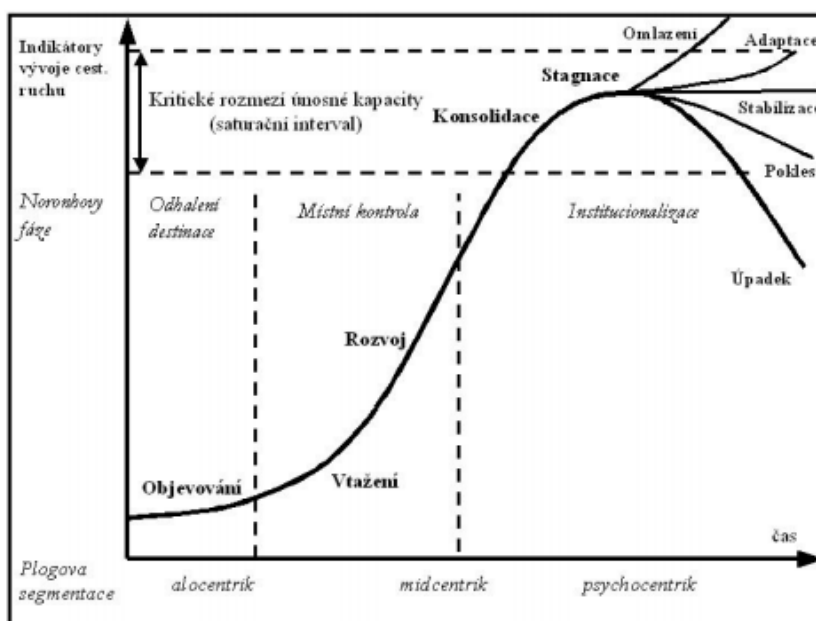
Fáze poststagnace

Poslední fází životního cyklu destinace je poststagnace. Tuto fázi lze dále členit do pěti dalších etap, které jsou zobrazeny na schématu č. 1. Avšak podle Zelenky (2012) má tato fáze pouze tři členění, a to nevratný pokles, stabilizace, omlazení.

Protože fáze poststagnace závisí na fázi stagnace, může dojít k pěti situacím. Jde o:

- úpadek – dojde k němu v případě, že budou vyčerpány všechny zdroje destinace, nebo se celkově sníží životní úroveň,
- pokles – probíhá postupným snižováním návštěvnosti z důvodu překročení kapacity území a nedostačujícího množství investic do infrastruktury,
- stabilizaci – v případě zajištění stabilní úrovně návštěvnosti,
- adaptaci – pokud dojde k rozvoji turismu z důvodu jeho obměny nebo přizpůsobení kapacity destinace,
- omlazení – pomocí změny image a působení destinace (Pásková, 2014).

Schéma 1 - Fáze životního cyklu destinace



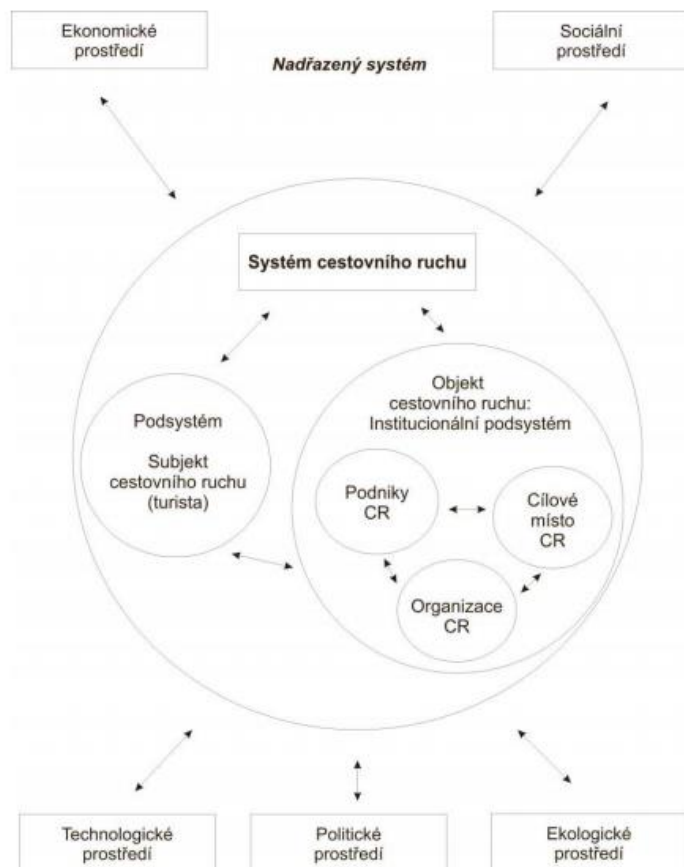
Zdroj: Pásková, 2014

3.3 Systém cestovního ruchu

Cestovní ruch lze považovat za otevřený a dynamický systém, který je tvořen dvěma podsystémy – subjektem a objektem cestovního ruchu, a to včetně vzájemných vazeb. Vazby

existují i mezi cestovním ruchem jako systémem a jinými systémy, které tvoří jeho okolí, čímž je vnější prostředí. Jedná se o ekonomické, politické, technicko-technologické, ekologické a sociální prostředí. Toto je zobrazeno na schématu č. 2 (Hesková a kol. 2011).

Schéma 2 - Systém cestovního ruchu



Zdroj: Kaspar in Škauer a kol., 2015

Ekonomické prostředí má pro cestovní ruch velký význam. Jde o kladné nebo záporné vlivy ekonomického růstu, který je prezentován růstem HDP. Růst HDP má za následek růst výdajů a investic na CR. Poté se jedná o nezaměstnanost, která souvisí s poklesem příjmů a výdajů obyvatelstva, ale i o stabilitu měny, inflaci nebo úrokovou míru.

Politické prostředí tvoří především mírové podmínky jednotlivých zemí, kdy mír je nezbytnou součástí rozvoje CR.

Dopravní infrastruktura je ovlivněna technicko-technologickým prostředím a jedná se především o vznik nových technologií.

Pokud by došlo k poškození ekologického prostředí, mělo by to negativní vliv na rozvoj CR, neboť CR je závislý na tvorbě atraktivního prostředí a rozvíjí se v místě, kde jsou příznivé kulturně-historické a přírodní zdroje.

Pokud jde o sociální prostředí, tak toto má pro CR velký význam, protože je dáno společenským zřízením států, které je tvořeno sociální politikou státu, rozdělováním HDP nebo pracovními a mimopracovními podmínkami, které úzce souvisejí s fondem volného času (Hesková a kol. 2011).

Jedním z nejdůležitějších subjektů, které v oblasti CR působí, jsou také cestovní kanceláře a cestovní agentury. Přestože se na první pohled může zdát, že v těchto dvou pojmech není žádný významový rozdíl, jsou to dva odlišné pojmy, které je nutno rozlišovat. Právní regulaci těchto pojmů obsahuje především zákon o cestovním ruchu a živnostenský zákon.

Cestovní kancelář

Za pojmem cestovní kancelář stojí podnikatel, který je oprávněn pořádat, nabízet a prodávat zájezdy na základě koncese. Dle zákona o cestovním ruchu lze akceptovat také cestovní kancelář, která je usazena na území členského státu Evropské unie nebo Evropského hospodářského prostoru. Tyto cestovní kanceláře na území České republiky podnikají na základě oprávnění jejich státu k provozování cestovní kanceláře, přičemž je nutné, aby měly sjednané pojištění záruky pro případ úpadku CK, nebo musí být pro tento případ jinak zajištěny, a to minimálně v rozsahu, který stanoví zákon (protravel.cz, 2021).

Cestovní kancelář je také označována jako velkoobchod, neboť nakupuje od primárního producenta produkty, které dále prodává konečným zákazníkům, přičemž nese všechna rizika související s prodejem (Jakubíková, 2012).

Cestovní agentura

Cestovní agenturu lze označit za podnikatele, který je na základě ohlášení volné živnosti oprávněn nabízet, prodávat a zprostředkovávat prodej jednotlivých služeb cestovního ruchu.

Pro porovnání těchto dvou pojmů je nutno konstatovat, že se v obou případech jedná o podnikatele, avšak s tím rozdílem, že cestovní kancelář je oprávněna zájezdy organizovat, přičemž cestovní agentura smí tyto zájezdy pouze zprostředkovávat a zákazník musí vědět, jaká cestovní kancelář je pořadatelem zájezdu (protravel.cz, 2021).

3.3.1 Subjekt cestovního ruchu

Subjektem cestovního ruchu je účastník, kterého lze nazvat turistou, návštěvníkem nebo výletníkem. Účastníkem CR je ten, kdo uspokojuje své vlastní potřeby spotřebou statků

CR a to v jeho volném čase při cestování a pobytem mimo místo svého trvalého bydliště. Statisticky se účastník cestovního ruchu označuje jako turista, návštěvník, výletník nebo jako stálý obyvatel (Gúčík, 2000). Toto rozdělení neuvádí pouze Gúčík (2000), ale i Hesková a kol. (2011), Beránek a kol. (2013a), Page (2015) a i Palatková a Zichová (2011). Struktura účastníků CR je zobrazena na schématu č. 3.

Návštěvník

Návštěvníkem je označována osoba, která cestuje v domácím CR, a to po dobu alespoň jedné noci a zároveň na dobu kratší, než je šest měsíců, mimo své trvalé bydliště v zemi. Zahraniční CR tuto osobu charakterizuje jako osobu, která cestuje mimo svoji zemi na kratší dobu, než je jeden rok. Hlavní účel cesty nesmí být za výkonem výdělečné činnosti (Hesková a kol., 2011).

Turista

Tento pojem charakterizuje osobu, která je návštěvníkem, a kterou lze rozdělit podle délky pobytu. Jde o turistu na dovolené, který zůstává na místě daný počet dní a nocí a o krátkodobě pobývacího turistu, který pobývá na místě minimálně s jedním přenocováním (Palatková a Zichová, 2011).

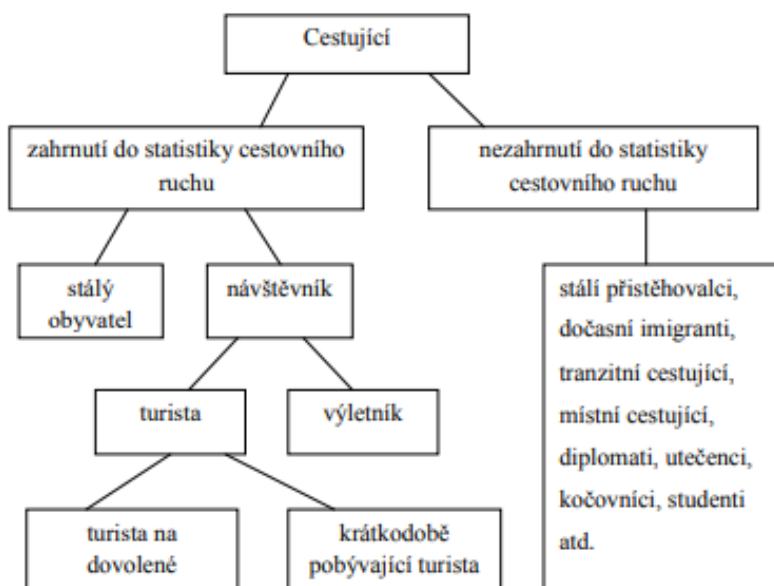
Výletník

Jde o návštěvníka, který vycestuje ze svého trvalého bydliště a v dané destinaci zůstane jeden den, a to bez přenocování v této destinaci (Ryglová, Burian a Vajčnerová, 2011).

Stálý obyvatel

Stálým obyvatelem neboli rezidentem je taková osoba, která pobývá v domácím CR minimálně šest po sobě jdoucích měsíců. V zahraničním CR se jedná o osobu, která žije v zemi alespoň jeden rok. Jde tedy o občana daného státu nebo cizince, který dlouhodobě pobývá v tomto státu (Hesková a kol. 2011).

Schéma 3 - Struktura účastníku cestovního ruchu



Zdroj: Hesková a kol., 2011

3.3.2 Objekt cestovního ruchu

Do objektu CR je možné zařadit vše, co může být příčinou změny pobytu účastníka. Jde především o přírodu, hospodářství, kulturu nebo společnost. Objekt CR je na straně nabídky, díky čemuž je tvořeno cílové místo, instituce CR a podniky (Hesková a kol., 2011).

Do objektů CR lze zařadit například cílové místo nebo destinaci, přičemž si lze pod tímto pojmem představit stát, region nebo středisko CR. Pro rozvoj cestovního ruchu v těchto místech je důležité, aby se v destinaci vyskytoval vhodný přírodní a kulturní potenciál (Linderová, 2013).

Objekt CR lze určit v pojetí primární a sekundární nabídky. Primární nabídkou je označován přírodní a kulturní potenciál cílového místa, kdy tento potenciál není v prostoru rozmístěn rovnoměrně a s ohledem na svojí jedinečnost může mít místní, regionální, celostátní nebo mezinárodní význam. Primární nabídka umožňuje naplnit cíle účasti na CR. V sekundární nabídce jde o podniky a instituce, které umožňují návštěvníkům cílového místa přechodně se ubytovat, stravovat a vykonávat různé aktivity, které jsou typické pro cestovní ruch. Těmito aktivitami jsou například aktivity rekreační, sportovní nebo kulturní (Hesková a kol., 2011).

3.4 Produkt cestovního ruchu

Produkt cestovního ruchu je v literatuře definován několika způsoby, avšak žádnou z definic nelze považovat za stálou nebo všeobecně uznávanou.

Hesková a kol. (2011) za produkt CR považuje vše, co je nabízeno na trhu cestovního ruchu a má schopnost uspokojit potřeby návštěvníků a vytvořit tak komplexní soubor zážitků. Tento soubor zážitků se pak skládá převážně ze služeb, které jsou produkovány a nabízejí cílové místo, které je chápáno jako primární nabídka. Jako sekundární nabídka jsou chápány podniky a různé instituce CR. Produkt CR je z ekonomického hlediska souborem volných statků, služeb, zboží a veřejných statků, které jsou hlavním předmětem spotřeby účastníků CR.

Neoddělitelnou součástí produktu cestovního ruchu je dle Jakubíkové (2012) považován zákazník. Je tomu tak zejména proto, že produkt cestovního ruchu je řazen do odvětví služeb. Služby, na rozdíl od výrobků mají řadu specifických vlastností, přičemž se jedná se o nehmotnost, proměnlivost, neoddělitelnost, neskladovatelnost a další. Toto potvrzuje skutečnost, že personál, který se účastní produkce a dodávky služeb, je součástí samotného produktu.

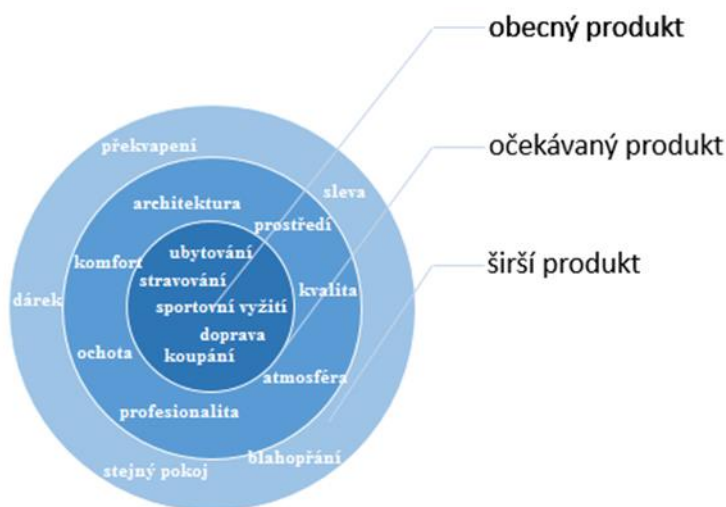
Dle Vaníčka (2006) je možné nahlížet na produkt jako na kombinaci dvou rovin, kdy se jedná o rovinu fyzickou a rovinu symbolickou. Ve fyzické rovině je možné si představit původní nebo odvozené předpoklady destinace a zpracování jedinečných skutečností, přičemž zde hraje klíčovou roli při tvorbě produktu destinace, čímž je vytvářena její konkurenční výhoda. Symbolická rovina pak zahrnuje očekávání, fantazie a představy. Z hlediska návštěvníků je produktem to, co si vzhledem k nehmotnému a neskladovatelnému charakteru produktů cestovního ruchu můžou uchovat, může tím být například zážitek nebo zkušenost – návštěvníci chtějí v daném místě zažít a prožít něco zajímavého a autentického.

Jak je výše zmíněno, produkt lze chápat několika způsoby. Z marketingového hlediska lze produkt rozdělit do tří úrovní, kterými jsou obecný produkt, očekávaný produkt a širší produkt. Toto rozdělení zobrazuje schéma č. 4.

Obecný produkt se dá považovat za jádro produktu a je tvořen nabídkou specializovaných služeb včetně variabilní primární nabídky destinace. Nabídka specializovaných služeb je například přenocování a all inclusive u služeb hotelu, dalším

příkladem jsou dopravní, ubytovací nebo stravovací služby. Zákazníci považují jádro produktu za samozřejmost, neboť představuje minimální standard, který by destinace měla splňovat. Očekávaným produktem je pak takový produkt, který vyplývá z očekávání hostů, zatímco producent služeb se jím odlišuje od své konkurence. Například v případě hotelu se jedná o prostředí, architekturu, atmosféru atd. Jedná se tedy o všechny drobné a osobní služby zákazníkům, čímž je například vítání zákazníka nebo oslovení. Je důležité však vědět, že špičková služba neznamena služba luxusní. Vzhledem k tomuto faktu proto není vhodné se při poskytování špičkových služeb soustřeďovat na technickou vybavenost, ale vhodnější je se soustředit na služby, kterými se daná služba odliší od konkurentů, čímž by mohla předstihnout očekávání zákazníků. Širší produkt je takovým produktem, jehož účelem je poskytnut dodatečný zážitek. Lze jej chápat jako něco navíc, co zákazník neočekává a přesto to dostane. Příkladem je blahopřání k narozeninám, sleva za pravidelné využívání služby a jiné (Linderová, 2013).

Schéma 4 - Úroveň produktu



Zdroj: vlastní zpracování dle Linderové, 2013

3.4.1 Služby v cestovním ruchu

Z obecného hlediska je služba ekonomickým statkem, jehož podstatou je činnost a jeho hodnota je určena užitekem, který přináší. Všeobecným znakem služeb je nemateriálnost, což znamená, že službu nelze vnímat smysly. Nemateriálnost služeb také souvisí s vysokou spotřebou živé práce, neboť poskytování služeb je vázáno na zprostředkovatele. Dalším všeobecným znakem je začlenění vnějšího faktoru do procesu

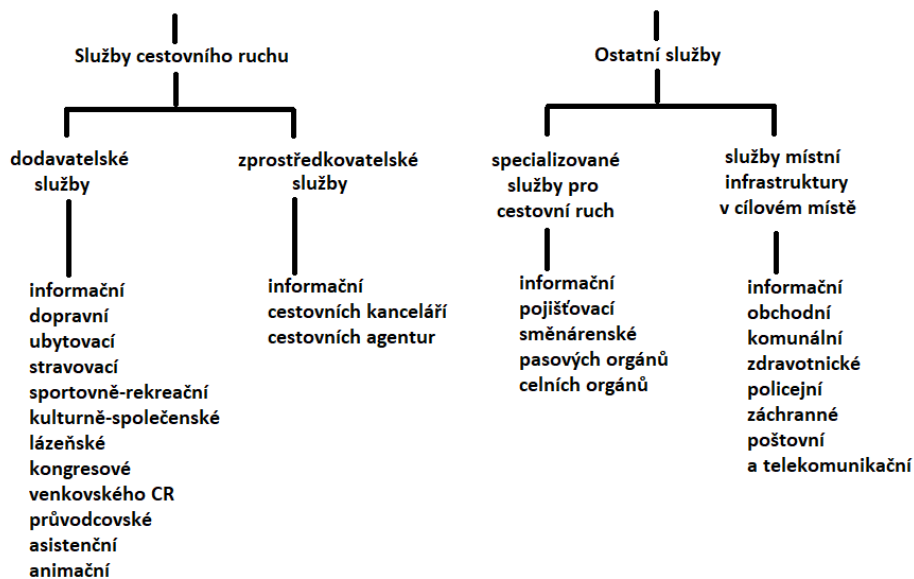
poskytování služeb. Obecným znakem služeb je také simultánnost, která značí soulad poskytování služeb s jejich spotřebou. Služby není možné produkovat do zásoby a jsou neskladovatelné, což je další všeobecný znak služeb, tedy pomíjivost.

Speciálním znakem služeb cestovního ruchu je časová a místní vázanost služby na primární nabídku cestovního ruchu, která souvisí s lokalizací podstatných prvků nabídky na určité cílové místo, kdy je příkladem poskytování služeb lázeňství, které se váže na výskyt přírodního léčivého zdroje. Komplementárnost je dalším znakem, neboť uspokojení jedné potřeby danou službou je podmíněno uspokojením další potřeby službou jinou. Proto je komplexnost a komplementarita řazena mezi významné znaky služeb cestovního ruchu. Nedílnou vlastností služby je i zastupitelnost. Toto nastává v případě změny cen, nabídky nebo preferencí účastníka cestovního ruchu. Speciálním znakem je i dynamika poptávky po službách cestovního ruchu, ke které patří například sezonnost. Požadavkem zákazníků je také informovanost o službách cestovního ruchu a informovanost o jejich kvalitě, přičemž se právě na základě tohoto znaku stanou potenciaální spotřebitelé reálnými.

Služby cestovního ruchu představují heterogenní soubor užitečných efektů, které jsou určeny na uspokojování potřeb jeho účastníků. Produkují je nejen podniky cestovního ruchu, ale i další subjekty soukromého a veřejného sektoru a všeobecně lze říci, že služby jsou spotřebovávány ve všech sférách ekonomiky. Mezi tyto sféry patří například výroba, distribuce nebo spotřeba. Lze je rozdělit na služby v cestovním ruchu a na ostatní služby, přičemž služby cestovního ruchu souvisí s poskytováním účastníkům cestovního ruchu. Ostatní služby jsou pak poskytovány převážně místnímu obyvatelstvu a účastníkům cestovního ruchu je určena část jejich produkce. Rozdělení a hierarchie těchto služeb je vyobrazena na schématu níže (Hesková a kol., 2011).

Z hlediska uspokojení služeb se rozlišují služby základní a doplňkové. Základní služby uspokojují sekundární potřeby účastníků, umožňují přemístění účastníků z místa jejich trvalého bydliště do cílové destinace a zpět, tj. dopravní služby a umožňují také pobyt v cílovém místě, tj. ubytovací a stravovací služby. Doplňkové, neboli komplementární služby uspokojují primární potřeby účastníka cestovního ruchu spotřebou např. kulturně-společenských a dalších služeb, a to v závislosti na formě cestovního ruchu. Služby jsou dále členěny na dopravní, ubytovací, informační, stravovací, poradenské, pojistné a další (Orieška, 2010).

Schéma 5 - Struktura služeb v cestovním ruchu



Zdroj: Hesková a kol., 2011

Informační služby

Informace poskytují převážně turistické kanceláře, a to prostřednictvím počítačových systémů nebo letáků. Náplní informačních služeb je informovat o cílových destinacích a nabízených službách, kdy jsou tyto informace mnohdy vyžadovány již před zahájením cesty, tzn. v místě bydliště turisty a při cestě do dané destinace. Vzhledem k velkému množství nabídek, které se na trhu nacházejí, různých kombinací služeb a cen se ze služby informační stává služba poradenská (Rašková a Ryglová, 2017).

Dopravní služby

Dopravní služby jsou jednou z nejdůležitějších služeb cestovního ruchu. Jedná se o službu, která je nutná k realizaci turismu. Dochází zde k přepravě osob a jejich zavazadel a také s nimi úzce souvisí například rezervace sedadel, vyřizování reklamací, poskytování informací a další. Z hlediska cestujících je důležitá rychlost, pohodlnost, bezpečnost, kvalita ale i cena. Negativní vliv na cestující má jakýkoliv problém týkající se dopravy, kterým může být zpoždění nebo zrušení spoje. Tyto služby lze členit do několika kategorií, a to na železniční, leteckou, silniční, ale i vodní dopravu. Aby cestující mohli využít dopravních služeb, je nutné si pořídit dopravní ceninu, kterou je jízdenka, letenka, lodní lístek a další (Jakubíková, 2012 a Hesková a kol., 2011).

Ubytovací služby

Ubytovací služby poskytují návštěvníkům přechodné ubytování v dané destinaci na jimi zvolenou dobu. Tato služba v sobě zahrnuje také možnost úschovy zavazadel a cenností v hotelovém trezoru, úklid, buzení, poskytnutí informací o místě, možnost půjčit si sportovní vybavení, ale i možnost rezervace (Rašková a Ryglová, 2017). Se stoupajícími nároky turistů postupně dochází k rozlišování různých typů ubytování, které se odlišují např. cenou, velikostí, umístěním, vybaveností, kvalitou nebo rozsahem poskytovaných služeb do tříd, které se promítají v počtu hvězdiček od jedné do pěti. Nejvyšší počet hvězdiček odpovídá nejvyšší kvalitě. Kategorie určuje také typ ubytovacího zařízení, tzn. hotely, penziony, motely atd. (Jakubíková, 2012).

Stravovací služby

Nepostradatelnou součástí cestovního ruchu jsou stravovací služby. Jsou poskytovány v zařízeních, která jsou pro tento účel vybudována (restaurace). Restaurace se nacházejí jak v nemocnicích, tak v různých ubytovacích zařízeních nebo ve školách. Trh stravovacích služeb je velmi rozmanitý a má spoustu tržních segmentů, které se odlišují podle typu stravovacího zařízení, které se zákazníkovi zamlouvá (Jakubíková, 2012).

Pojistné služby

Protože se v průběhu cestování turisti setkávají s mnoha riziky, sjednávají si cestovní pojištění, které v případě daného rizika kryje jeho výdaje vynaložené v souvislosti s tímto rizikem. Cestovní pojištění obvykle obsahuje pomoc v případě nemoci, úrazu, živelné pohromy, krádeže atd. Pojistné služby jsou nabízeny pojišťovnami přímo účastníkům cestovního ruchu, případně zprostředkovaně přes cestovní agentury nebo cestovní kanceláře. S cestujícím je uzavřena pojistná smlouva, která obsahuje dobu pojištění, určení pojistné události a výšku pojistného krytí (Hesková a kol., 2011).

3.5 Rozvoj cestovního ruchu

Rozvoj cestovního ruchu je obecně ovlivněn několika činiteli, které lze rozdělit do tří skupin. Jedná se o:

- lokalizační předpoklady,
- realizační předpoklady,
- selektivní předpoklady.

Lokalizační předpoklady jsou předpoklady, které tvoří potenciál pro tvorbu produktu cestovního ruchu. Jsou vyjádřeny atraktivitou místní přírody nebo místními kulturními hodnotami a pozoruhodnostmi. Přírodní a kulturní podmínky jsou relativně neměnné a potenciál cestovního ruchu v dané oblasti se může změnit v závislosti na konaných akcích, které jsou v oblasti uskutečňovány a které se pro ni stanou typické (Bína, 2002). Mezi přírodní faktory lze zařadit například reliéf, klima, hydrosféru, faunu, floru nebo ochranu přírody. Mezi společenské faktory patří kulturní památky, kulturní akce, sportovní akce nebo kulturní a zábavní zařízení (Hamarnehová, 2012).

Realizační předpoklady zabezpečují vlastní realizaci turismu a vytváří podmínky pro využití lokalizačních předpokladů. Umožňují se dostat do dané destinace a využít poskytovaných služeb, kdy lze pak s dodatečnou nabídkou služeb sestavit atraktivní turistické produkty. Tento druh faktorů zahrnuje dopravní infrastrukturu a služby spojené s cestovním ruchem, jako je například stravování, ubytování atd. K hodnocení úrovně realizačních faktorů se využívá několik ukazatelů. Jedná se například o počet a skladbu návštěvníků v určitém prostoru, počet ubytovacích zařízení, počet lůžek, počet míst u stolu, občanská vybavenost aj. (Ryglová, Burian a Vajčnerová, 2011).

Selektivní předpoklady působí na vznik a rozvoj cestovního ruchu. Určují, zda někdo vůbec přijede, v jakém počtu a zda je existence cestovního ruchu v daném místě vůbec možná. Lze je rozdělit na objektivní a subjektivní. (Hamarnehová, 2012) Mezi objektivní faktory lze zařadit politické, demografické, administrativní, urbanizační, personální, ekologické a jiné předpoklady. Subjektivními faktory se rozumí například postavení hodnocení území oproti konkurenci a jeho obraz u vybraných cílových skupin, tedy marketingové a psychologické faktory (Ryglová, Burian a Vajčnerová, 2011).

3.5.1 Udržitelnost a dopady cestovního ruchu

Mezi nejzákladnější oblast v souvislosti s trvale udržitelným rozvojem cestovního ruchu patří oblast ekonomická, environmentální a sociokulturní. Jde o tři základní oblasti, které jsou také nazývány jako tři pilíře. Základem trvale udržitelného rozvoje je vyváženost stavu podmínek pro příznivé životní prostředí, ekonomický rozvoj a sociokulturní vývoj, který uspokojuje potřeby současné generace, aniž by ohrožoval podmínky života pro budoucí generaci (Pásková a Zelenka, 2012).

Vzhledem k tomu, že mobilita obyvatelstva neustále stoupá, stoupá i význam CR a význam jeho dopadů na přírodní, sociokulturní a ekonomické prostředí. Pozitivním dopadem z hlediska environmentální problematiky jsou bezesporu investice do obnovy památek, ochrana přírody, výchova místních obyvatel k ochraně prostředí, které je lákavé pro návštěvníky aj. Negativní stránkou z environmentálního hlediska je dopad na životní prostředí, kdy dochází např. k nadměrnému užívání vody z důvodů využívání bazénů, rušení fauny v době hnízdění, zvyšování eroze, znečištění dopravními prostředky, přelidnění, hluk atd.

Ekonomickým přínosem je zvýšení zaměstnanosti, rostoucí tržby turistů nebo rozvoj infrastruktury. Ekonomické ztráty jsou pak důsledkem sezónní zaměstnanosti a nevyužité kapacity v zařízeních cestovního ruchu.

Dopady na sociokulturní prostředí jsou charakterizovány vztahem místních obyvatel k procesům cestovního ruchu. Účastníci cestovního ruchu přijíždějí do destinace za odpočinkem a vezou si s sebou své návyky, které nemusí být shodné s rezidenty. Velké množství návštěvníků je předpokladem pro vznik turistické inflace, která je způsobena zvýšenou hladinou počtu turistů, s čímž souvisí zvýšená cenová hladina dané lokality. Toto vede například ke vzniku turistických ghett. Lze tedy říci, že dochází ke stavu, kdy je funkce rezidentů potlačena a převažuje funkce turistů. Upřednostňují se tedy potřeby návštěvníků, a to na úkor potřeb rezidentů a jejich životního stylu (Pásková, 2014).

Dopad CR může být vnímán také z hlediska únosné kapacity území, kdy se jedná o maximální zatížení daného území, při kterém zatím nedochází ke snížení kvality životního prostředí. Jde o skladební indikátor, pomocí kterého je měřena zranitelnost lokality. Tento indikátor je složen z ukazatelů, jejichž cílem je odhadnout mezní hodnotu počtu návštěvníků. Ukazatelům intenzity cestovního ruchu je věnována kapitola 4.5 (Pásková a Zelenka, 2002).

3.6 Lázeňský cestovní ruch

Podle Křížka (1987) se vědní obor, který se zabývá lázeňstvím, nazývá balneologie. Balneologie zahrnuje balneoterapii jako léčebnou a preventivní disciplínu. Balneologie je charakterizována jako nauka o léčení přírodními, v určitých místech vázanými léčivými zdroji, jejich účincích na lidský organismus a lázeňských léčebných metodách. Je také souhrnem konkrétních léčebných postupů, které jsou užívány v místě příslušného léčivého zdroje pod lékařským vedením za účelem uzdravení či optima restituce funkcí organismu.

Balneologie kombinuje léčení s využitím přírodních léčebných zdrojů s dietoterapií, pohybovou léčbou, masáží, terénních kúr a s další fyzikální léčbou i s léčbou medikamentózní, což znamená, že zahrnuje nejen léčbu, ale i všechny stupně prevence.

Mezi přírodní léčivé zdroje patří:

- přírodní minerální vody,
- zřídelní plyn,
- peloidy,
- léčivé klima.

Podle Knopa (1999) je lázeňství vymezené jako zdravotnický obor, jako komplex produktů cestovního ruchu a jako specifická ekonomická kategorie.

Podle Páskové a Zelenky (2002 s. 448) lázeňství představuje „*komplex ubytovacích, stravovacích, rehabilitačních, sportovních a léčebných zařízení, které jsou využívány pro zajištění léčebného účinku na klienty přírodních léčivých zdrojů (minerální a termální prameny, peloidy, humidity (slatiny, rašeliny) a bahna (prostá, sirná), vřídelní plyny, klimatické podmínky, moře, vysoká nadmořská výška, jeskyně) a léčebných procedur.*“

Benešová a Kruisová (2013) zmiňují charakteristické rysy pro lázeňský cestovní ruch, kterým je delší pobyt v lázeňské oblasti, pobyt s denním režimem pod dohledem kvalifikovaných zdravotních pracovníků a čerpání služeb, které souvisí s pobytem (tj. ubytování, stravování, sportovní aktivity atd.). Podle Benešové a Kruisové (2013) je pak cílem lázeňského pobytu obnova fyzických a psychických sil, celkové zlepšení zdravotního stavu a celková lepší kondice člověka.

Potřeby lázeňských hostů jsou identifikovány pomocí „6R“, který je odvozený z anglického jazyka, přičemž název slova napovídá základnímu významu dané potřeby a jejímu obsahu. Jde o:

- Remedy (léčení) – vlastní balneo procesy,
- Rehabilitation (rehabilitace) – odstranění následků úrazů,
- Revitalize (obnova) – procesy obnovení fyzických a duševních sil návštěvníků lázní,
- Relax (odpočinek) – zotavení, oddech,
- Reflex (uvolnění) – odpoutání se od negativ současného životního stylu,
- Rejoice (potěšení) – získání nové radosti ze života a životní energie (Ryglová, 2009).

3.6.1 Vymezení pojmu lázně

Vysvětlení pojmu lázně, neboli spa, není v literatuře jednoznačné. Podle jedné z několika teorií vychází slovo spa z valoského slova espa, což znamená fontána. Jiná teorie vychází ze slova spagere, které pochází z latiny a znamená rozptylovat, posypat a navlhčit. Další badatelé se přiklánějí k teorii, že výraz spa vychází ze zkratky Salus per aquae, který je z latiny překládán jako zdraví z vody. Mnohem pravděpodobnější je však teorie, že slovo pochází z belgické vesnice Spa, která je známá svými minerálními prameny (Braun, 2018).

Ve výkladovém slovníku lze význam slova spa nalézt jako ozdravné středisko, ozdravovnu nebo zařízení pro péči o zdraví, včetně lázní (Pásková a Zelenka, 2002).

V původním významu slova, před 30 až 40 lety, znamenalo zakomponování vodoléčebných procedur v lázních s minerálními prameny do wellness stylu života. V podobě, ve které slovo známe dnes, je spojení vodních procedur a vodních atrakcí s wellness, které pochází ze Severní Ameriky z 80. let 20. století.

V anglicky mluvících zemích se název spa začal používat ve spojení s osobními službami, kterými jsou péče o obličej a tělo, koupele, masáže, zábaly a jiné relaxační služby. Neorganizovaný vývoj těchto a podobných zařízení začala regulovat organizace International Spa Organization, která byla zřízena za tímto účelem v roce 1991. Aby byl vývoj těchto služeb organizovaný, organizace zformulovala deset základních parametrů, které by měly osobní služby obsahovat.

Jedná se o služby:

- voda (pro vnější a vnitřní použití),
- výživa (včetně potravinových doplňků),
- pohyb (aerobik, jóga, pilates a další),
- příroda (sociální prostředí, počasí, příroda),
- kultura (umění – například živá hudba),
- společnost (chování okolí, zákaznická služba, vstřícnost personálu),
- dotekové terapie (masáže, zábaly a další),
- integrace s vnějším prostředím (význam okolního prostředí),
- péče o vzhled (estetika, kosmetika),
- čas, prostor, rytmus (vliv doby, ve které žijeme).

V evropských zemích je význam slova spa synonymem ke slovu wellness a názvy jsou dnes používány globálně, a to včetně České republiky, bez toho aniž by se výrazně lišily v nabízených službách. Uplatňují se pouze kvalifikační předpoklady pro výkon jednotlivých služeb a příslušné hygienické a provozní normy. Lze se tak setkat se zařízeními typu day spa, resort spa, destination spa, mineral spa, medical spa, medic wellness centra a úzce profilovaná a specifická wellness centra. Z historie lázeňství jsou známy pojmy léčebné lázně, sírné lázně, radonové lázně, horské lázně, městské lázně, denní lázně atd. (Jakubíková, 2019).

3.6.2 Účastníci lázeňského cestovního ruchu

Účastníkem lázeňského cestovního ruchu je skupina návštěvníků, kterou je nutné řádně vymezit především podle typu čerpaných služeb a jejich následné úhrady. V rámci českého lázeňství jsou rozlišovány služby, které jsou poskytovány pro oblast zdravotnictví a oblast cestovního ruchu, týkající se místního rozvoje (Benešová, Kruisová, 2013).

Účastníky lázeňského cestovního ruchu jsou:

- **pacienti** – osoba lékařsky ošetřovaná, nebo osoba, která toto lékařské ošetření potřebuje (lidovyslovník.cz, 2020),
- **lázeňští pojištěnci** – skupina osob, kterým je pobyt hrazen zdravotními pojišťovnami,
- **lázeňští turisté** – samoplátce, který si hradí léčbu ze svých vlastních prostředků,
- **lázeňští turisté s motivem zdraví** – samoplátce, který se soustředí na odpočinek a regeneraci organismu s cílem péče o vlastní zdraví,
 - **lázeňský produkt** – turista, čerpající služby lékaře,
 - **wellness produkt** – turista, který nečerpá služby lékaře,
- **lázeňští turisté a výletníci** – osoby, navštěvující lázeňské místo za jiným než léčebným účelem (Benešová, Kruisová, 2013).

3.6.3 Služby lázeňského cestovního ruchu

Služby v cestovním ruchu lze rozdělit na služby komplexní a příspěvkové péče. V současné době se v širokém měřítku využívá samoplátců. Služby lázeňského cestovního ruchu jsou:

- zdravotní služby,
- ubytovací služby (sanatoria, kliniky, hotely, penziony, soukromé ubytování),
- stravovací služby,
- kulturní, společenské, sportovní a zábavné služby,
- doplňkové služby (Knop, 1999).

Zdravotní služby tvoří především ústavní péče, kdy má pacient zajištěné jak ubytování, tak stravování včetně veškerých procedur v příslušném lázeňském zařízení. Dále je tvoří ambulantní péče, kdy je pacient ubytován mimo lázeňské zařízení a na procedury jen dochází. Pacientovi jsou během pobytu prováděny určité terapie podle jeho zdravotních problémů. Jedná se například o balneoterapii, elektroléčbu, rehabilitaci, fyzioterapii a další (Indrová, 2009).

Do ubytovacích služeb patří ubytovací zařízení, kterými jsou například sanatoria, kliniky, hotely, penziony a soukromé ubytování.

- Lázeňská sanatoria jsou nejvyužívanějším typem ubytovacího zařízení, které zahrnuje stravovací služby a služby zdravotnického personálu (Seifertová, 2003).
- Lázeňské kliniky mají nejširší nabídku komplexních programů s vlastními ubytovacími a hotelovými službami, neboť spolupracují s klinickými pracovišti.
- Ubytování na vyšší úrovni s možností celodenního stravování pak představují lázeňské hotely (Dědina, 2002). Lázeňské hotely se dělí na dva základní typy, a to na lázeňský/spa hotel a lázeňský hotel garni.
 - Lázeňský/Spa Hotel - *Ubytovací zařízení, které se nachází v místě se statutem lázeňského místa dle Zákona č. 164/2001 Sb. (lázeňský zákon) v aktuálním znění, které splňuje veškeré požadavky pro kategorii hotel (vyjma à la carte restaurace) a které zajišťuje zároveň lázeňskou péči dle § 33 zák. č. 48/1997 Sb. (Hotelstars, 2020 s. 6).*
 - Lázeňský hotel garni - *Ubytovací zařízení, které se nachází v místě se statutem lázeňského místa dle Zákona č. 164/2001 Sb. (lázeňský zákon) v aktuálním znění, které splňuje veškeré požadavky pro kategorii hotel garni a které zajišťuje zároveň lázeňskou péči dle § 33 zák. č. 48/1997 Sb. (Hotelstars, 2020 s. 6).*

Podle Knopa (1999) penzióny a ubytování v soukromí disponují určitými výhodami, kterou je například nižší cena ubytování. Velkou nevýhodou je však docházení klienta na léčebné výkony do lázeňského místa. V obou případech tohoto ubytování může být také nevýhodou omezení stravovacích služeb.

Ubytovací služby jsou rozděleny do tříd, které prezentují jejich úroveň, vybavení a rozsah poskytovaných služeb (Beránek, 2013). Klasifikace ubytovacích zařízení probíhá pomocí počtu hvězdiček, které značí úroveň hotelu. Nejnižší třídou ubytování je jedna hvězdička, kterou je označováno ubytování typu tourist. Dvě hvězdičky je označení pro ubytování Economy, tři hvězdičky pro ubytování Standard, čtyři hvězdičky pro First Class a nejvyšší možný počet, což je pět hvězdiček je pro ubytování Luxury. Ubytovací zařízení, která splňují v rámci jednotlivých klasifikačních tříd více než povinná kritéria a minimální počet nepovinných kritérií, mohou získat kromě označení hvězdičkami také označení Superior (Hotelstars, 2020). Toto rozdělení se nikterak neliší od ubytovacích služeb, které jsou obecně poskytovány v CR.

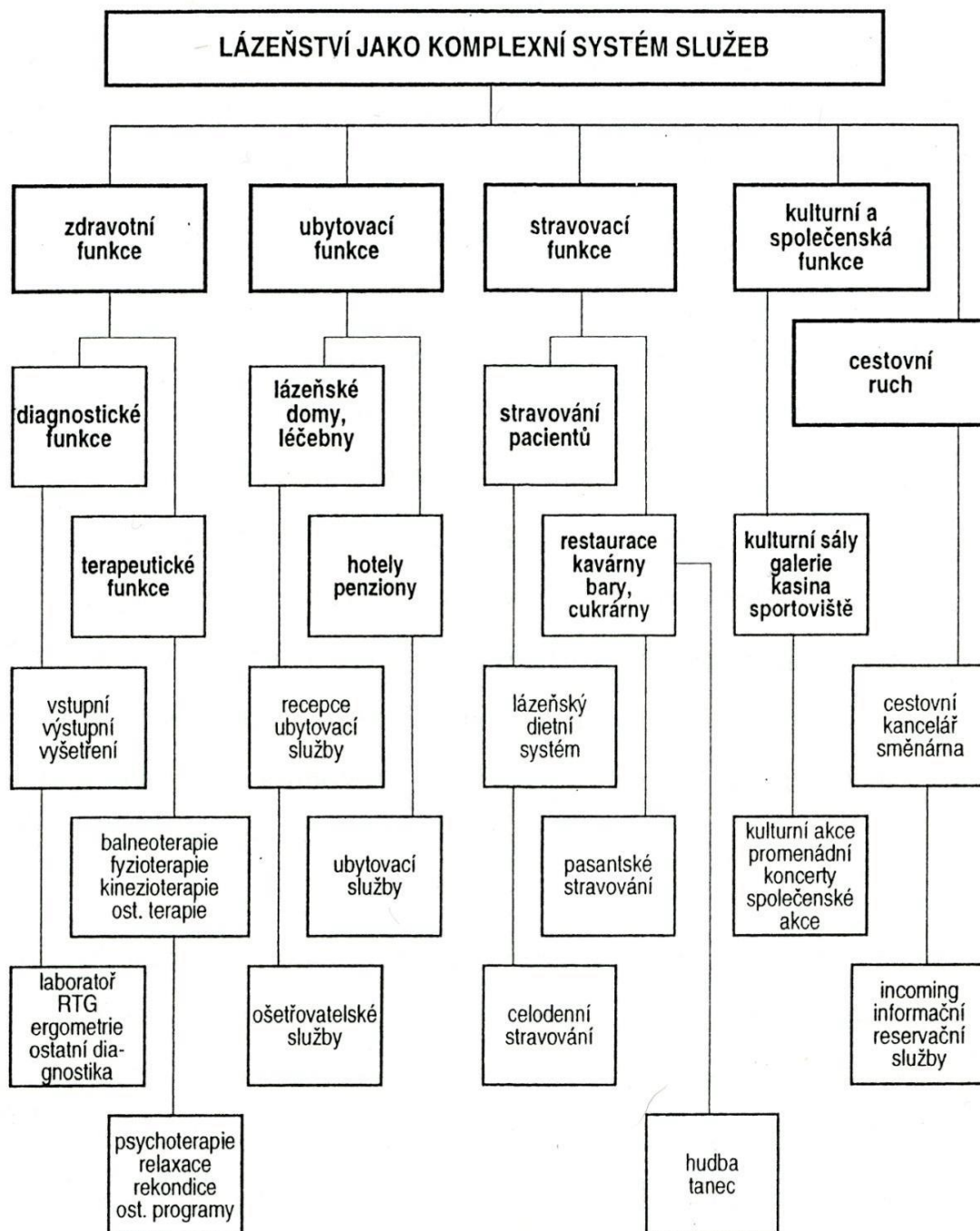
Stravovací služby se odvíjí od zdravotního stavu pacienta a rozhoduje o nich ošetřující lékař. Rozlišuje se mezi režimovým stravováním, nerežimovým restauračním provozem a doplňkovým stravovacím zařízením (Drobná, Morávková, 2004). Režimové stravování je určeno pro pacienty s komplexní lázeňskou péčí a je uskutečňováno přímo v lázeňských domech. Celodenní stravovací proces má pevně daný řád, který zahrnuje snídani, svačinu, oběd a večeři, včetně individuální diety každého pacienta a vyhrazených míst u stolu (Seifertová, 2003). Nerežimový restaurační provoz se vyznačuje stravováním v běžných restauračních zařízeních mimo lázeňské domy, které jsou využívány především samoplátcí (Drobná, Morávková, 2004). Poslední kategorie, kterou je doplňkové stravovací zařízení, zahrnuje především cukrárny s nabídkou lázeňských oplatek, bylinných likérů a místních specialit, které jsou typické pro danou lokalitu. Dalšími doplňkovými zařízeními jsou kiosky, bufety, čajovny a další (Čertík a kolektiv, 2000).

Kulturní, společenské, sportovní a zábavné služby jsou prostředkem k uspokojování cílů klientů, kteří jsou v lázních především pro zlepšení fyzického stavu, ke kterému je důležitá celková relaxace. Konkrétním příkladem jsou knihovny nebo společenské sály, ve kterých lze pořádát společenské akce (Drobná, Morávková, 2004).

Mezi **doplňkové služby** se řadí směnářské a peněžní služby, dopravní služby (lanovky, historická vozidla), kosmetické služby a obchodní služby, např. prodej dárkových předmětů (Seifertová, 2003).

Lázeňství je prezentováno jako komplexní systém služeb, které jsou graficky zobrazeny na schématu 6.

Schéma 6 – Systém lázeňské péče



Zdroj: Knop, 1999

3.6.4 Formy lázeňské péče

Lázeňský pobyt je stanoven lékařem, který také uvádí důvod léčby. Ministerstvo zdravotnictví proto vydalo tzv. Indikační seznam, který slouží lékařům k indikaci pobytu v lázních. V tomto dokumentu lze najít i lázně, které jsou pro daný typ onemocnění nejvhodnější (mzcr.cz, 2020b).

Lázeňskou péči lze rozdělit na dvě základní kategorie. Jedná se o péči ústavní a péči ambulantní. Péče ústavní je spojená s léčebným pobytem pacienta v lázních včetně všech služeb, kterými jsou komplexní lázeňská péče, příspěvková lázeňská péče a samoplátecké pobyty. Charakteristickým znakem ambulantní péče je docházení na léčebnou péči do lázeňských zařízení s ubytováním a stravováním mimo lázeňská zařízení. Jedná se o péči, při které pacient pravidelně dochází na léčebnou péči podle stanoveného harmonogramu. Ambulantní léčba je jednou z možností, pomocí které lze snížit náklady pacientů při léčbě v případě, že je zde možnost využít takové formy léčby a pacientovi vyhovuje (mzcr.cz, 2020a).

Komplexní lázeňská péče

Komplexní lázeňská péče navazuje na ústavní péči nebo specializovanou ambulantní zdravotní péči. Zaměřuje se na doléčení, zabránění vzniku invalidity a nesoběstačnost nebo na minimalizaci rozsahu invalidity. Jde o 21 denní nebo 28 denní léčebné pobyty a pojišťovna hradí náklady na léčení, ubytování i stravování ve standardní úrovni nasmlouvané s poskytovateli lázeňské péče. Léčba probíhá v režimu pracovní neschopnosti a návrh na přidělení péče a umístění do lázní vystavuje praktický či odborný lékař a poté jej schvaluje revizní lékař zdravotní pojišťovny. Schválený a vystavený návrh pak platí 3 měsíce (mzcr.cz, 2020a).

Příspěvková lázeňská péče

Je poskytnuta převážně pojištěncům s chronickým onemocněním, a to v případech, kdy nejsou splněny podmínky pro komplexní lázeňskou péči. Jedná se o 21 denní nebo 14 denní léčebný pobyt, kdy zdravotní pojišťovna hradí pouze standardní léčení a ostatní výdaje za lázeňský pobyt si pacient platí sám. Léčba probíhá v rámci dovolené a návrh na přidělení péče vystavuje praktický nebo odborný lékař a stejně jako u komplexní lázeňské péče jej pak posuzuje revizní lékař zdravotní pojišťovny. Schválený a vystavený návrh je platný 6 měsíců (mzcr.cz, 2020a).

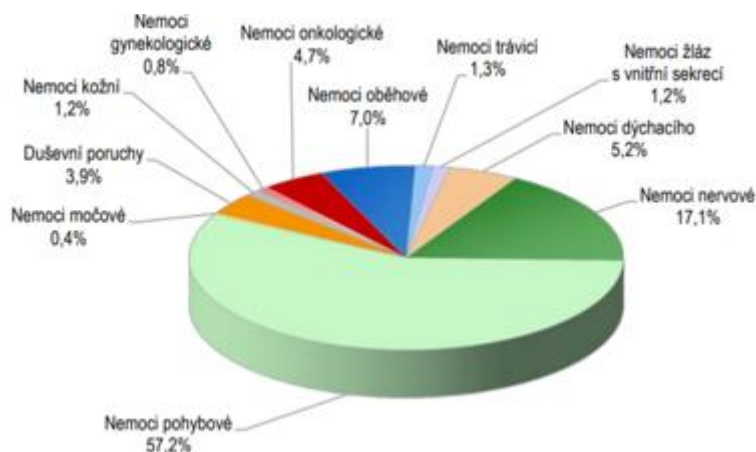
Proces vystavení návrhu lázeňské péče

Pro vystavení návrhu na lázeňskou péči je nejprve nutná konzultace s praktickým lékařem, kdy je potřeba prodiskutovat vhodnost lázeňské léčby a její přínos. Poté praktický lékař vystaví návrh na lázeňskou péči, který je obvykle nutný v písemné formě pro schválení léčby. O schválení rozhoduje revizní lékař, který pracuje pro zdravotní pojišťovnu. Pokud je návrh schválen, pojišťovna jej obvykle odesílá přímo do lázní.

V případě neschválení revizním lékařem, je zde možnost, že pacient se i tak zúčastní lázeňského pobytu, avšak jako samoplátce. V rámci tohoto pobytu pak není omezena délka pobytu a pro tuto skupinu pacientů jsou připravené různé nabídky. Tím, že se zvyšuje počet samoplátčecké klientely, se rozšiřují a zkvalitňují nabídky ozdravných pobytů, zejména relaxačních, rehabilitačních a wellness programů (vzp.cz, 2020).

Na schématu 7 jsou graficky znázorněny nemoci, které jsou důvodem lázeňského pobytu a které jsou hrazeny zdravotní pojišťovnou. Nejčastějšími léčenými nemocemi v lázeňském prostředí jsou nemoci pohybové, které přesahují 50 %, jak je vidět na schématu. Dalšími nemocemi, které jsou léčeny v lázních a hrazeny zdravotní pojišťovnou jsou nemoci nervové, dýchací, oběhové, onkologické, duševní atd. (uzis.cz, 2020).

Schéma 7 - Lázeňská péče v roce 2018 hrazená zdravotní pojišťovnou



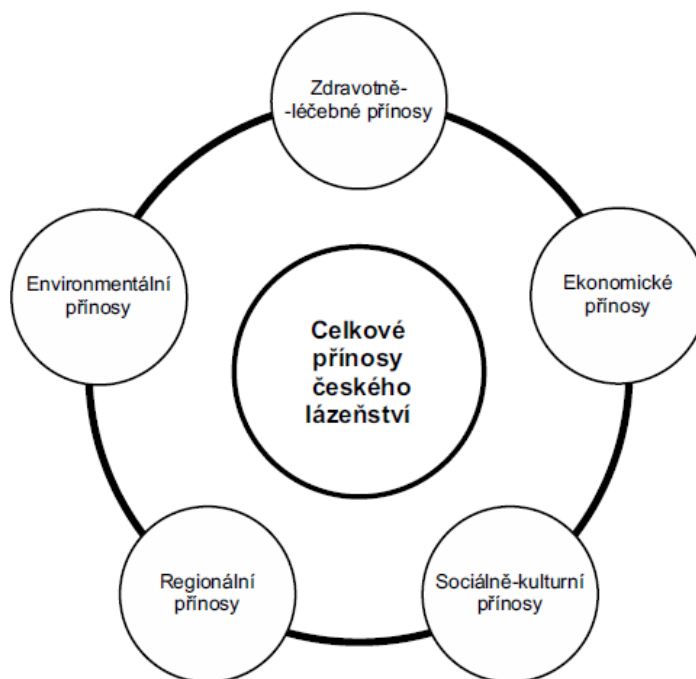
Zdroj: UZIS, 2020

3.6.5 Přínosy lázeňství

Lázeňství je oborem, který spojuje jak zdravotnictví, tak cestovní ruch. Lázně byly v minulosti velmi významným společensko-kulturním centrem a v menší míře je tomu tak

i dnes. Přínosy lázeňství lze proto hledat v několika oblastech, které jsou znázorněny na schématu 8 (Jakubíková a kol., 2019).

Schéma 8 – Celkové přínosy českého lázeňství



Zdroj: Jakubíková a kol., 2019

Ekonomické přínosy spočívají v posílení konkurenceschopnosti lázeňského území, zaměstnanosti i významu lázeňských míst a zároveň rozvíjí další služby a živnosti a tím se tvoří nové pracovní příležitosti (Seifertová, 2003).

Ekonomika lázeňství je ovlivněna několika faktory, jako je význam lázeňského místa pro oblast léčby a cestovní ruch, jako jsou tradice a rozloha, úroveň kvality materiálního vybavení a infrastruktury, unikátnost přírodních zdrojů, ale i spolupráce vedení obcí a firem. Z hlediska ekonomických přínosů je lázeňský cestovní ruch významný zejména ve významném zdroji peněžních prostředků, podílu na HDP nebo posílení přímé i nepřímé zaměstnanosti (Benešová a Kruisová, 2013).

Sociálně-kulturní přínosy zahrnují budování dalších zařízení, jako jsou společenská, kulturní nebo sportovní zařízení a to v zájmu uspokojení přání hostů.

Lázeňství také přispívá k rozvoji regionu a jeho image a známosti. Příspěvkem do regionu mohou být lázeňské poplatky, které jdou do místních rozpočtů, ze kterých může docházet k financování projektů, které rozvíjí společenský život.

Lázeňství je spjato i s environmentálními přínosy, neboť na území lázeňských míst platí silná regulační opatření ve prospěch životního prostředí. Regulační opatření se týkají hospodaření s vodou, nakládání s odpady, omezování hluku nebo dopravy a péči o zeleň. V důsledku monitoringu nepříznivých vlivů jsou zvyšovány investice do moderní techniky, která sleduje stav životního prostředí.

Nejdůležitějším zdravotním přínosem pro tělo klienta je pak jeho zdravotní prevence. V případě léčby, je jejím cílem dokončit léčebný proces a stabilizovat stav pacienta. Nezanedbatelný přínos mají lázně pro děti a mládež a na jejich zdravý vývoj (Jakubíková a kol., 2019).

3.6.6 Trendy v oblasti lázeňství

Lázeňství se stalo velmi vyhledávanou oblastí zájmů různých generací, které spojují hlavní rysy využití lázeňského pobytu. Liší se pouze v důvodech, případně v kombinaci důvodů, proč lidé chtějí lázeňské místo navštívit. Dříve bylo předmětem návštěvy lázní vzniklé onemocnění pacienta. Moderním trendem posledních let je ale předmětem návštěvy lázní právě předcházení onemocnění pacienta, které je spojeno s wellness programy a pobytů, které slouží k regeneraci těla a pro celkovou relaxaci.

V této době jsou lázeňské služby k dispozici i zahraničním zájemcům a jsou cíleně propagovány v zahraničí nejen agenturou CzechTourism, ale i prostřednictvím odborných sdružení jako je Svaz léčebných lázní, nebo Sdružení lázeňských míst. Nabídka českého lázeňství je pravidelně zastoupena na domácích i zahraničních veletrzích cestovního ruchu, stejně tak jako na speciálních výstavních akcích věnovaným lázeňství. Počet cizinců, kteří vyhledávají naše lázně za účelem léčení i rekreace, stále stoupá (Indrová, 2009).

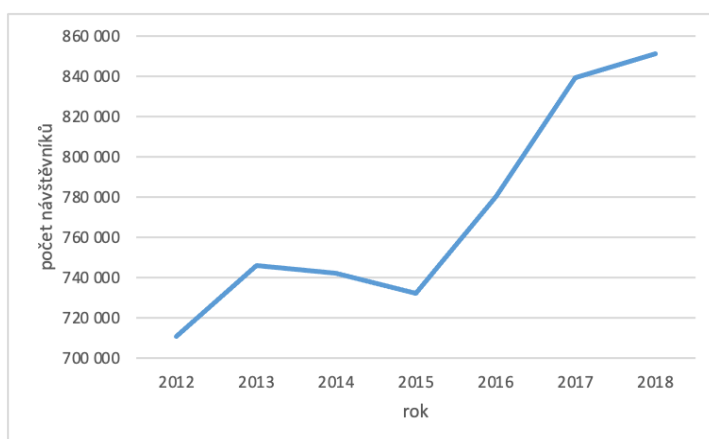
Podle Schwartzhoffové (2016) je současným trendem zvyšování počtu samoplátců, kteří navštěvují lázně za účelem krátkých regeneračních wellness pobytů, což je důsledkem zkracování průměrné délky pobytu. Roste tak tlak na kvalitu poskytovaných služeb a proto se lázně stále více orientují na tento segment zákazníků.

Dalšími trendy jsou antistresové pobyty pro manažery, prodloužené víkendy, týdny zdraví, golfové pobyty, vinoterapie, rozšíření doplňkových aktivit, alternativní lázeňství a další (Benešová a Kruisová, 2013a).

3.6.7 Návštěvnost lázeňských zařízení

Na následujícím grafu je znázorněný celkový vývoj návštěvnosti lázeňských zařízení v letech 2012 – 2018. Dle grafického znázornění je patrné, že návštěvnost lázeňských zařízení má rostoucí tendenci a v roce 2018 přesahuje počet návštěvníků 850 000.

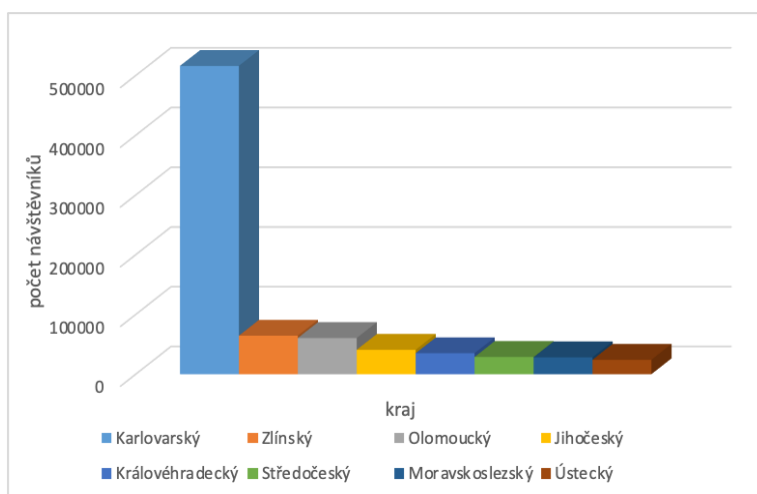
Graf 1 – Návštěvnost lázeňských zařízení v letech 2012 - 2018



Zdroj: vlastní zpracování z czso.cz, 2020

Graf 2 zobrazuje návštěvnost lázeňských zařízení v roce 2018 podle krajů. Největší návštěvnost má Karlovarský kraj, neboť zde se nachází nejvýznamnější české lázně, kterými jsou Karlovy Vary, Mariánské Lázně a Františkovy lázně. Nejméně navštěvovaným krajem je Moravskoslezský kraj. V tomto grafu nejsou zahrnuty údaje Jihomoravského, Pardubického, Libereckého a Plzeňského kraje, neboť tyto kraje považují údaje o návštěvnosti lázeňských zařízení jako primárně důvěrné. Také zde nenajdeme údaj z Vysočiny a Prahy, protože v těchto krajích se žádné lázeňské zařízení nenachází.

Graf 2 – Návštěvnost lázeňských zařízení podle krajů



Zdroj: vlastní zpracování z czso.cz, 2020

Následující mapa zobrazuje rozmístění jednotlivých lázeňských zařízení na území České republiky.

Schéma 9 – Mapa lázeňských zařízení



Zdroj: lysahora.cz, 2020

3.7 Hodnocení potenciálu cestovního ruchu

Problematice související s hodnocením potenciálu cestovního ruchu se začal věnovat v 60. letech 20. století slovenský geograf Peter Mariot. Tento autor je také považován za průkopníka a předchůdce současných autorů. Výše zmiňovaný definoval jasný obraz o dané destinaci a jejím funkčním využití v cestovním ruchu prostřednictvím komplexního hodnocení všech lokalizačních předpokladů. Funkčně-chronologický model členění lokalizačních předpokladů cestovního ruchu tento autor představil v roce 1983. Kategorizace jednotlivých složek cestovního ruchu dle Mariota (1983) se shoduje i s jinými autory, neboť jde o členění na přírodní předpoklady a kulturně historické předpoklady. Do přírodních předpokladů patří povrch, klima, vodstvo, rostliny, živočichové a celkový obraz krajiny. Do kulturně historických předpokladů se pak řadí stavební památky, lidová architektura a ostatní (Mariot, 1983).

Mezi zahraniční autory, kteří se věnovali potenciálu cestovního ruchu a konkurenceschopnosti destinace, patří například Ritchie, Brant a Crouch (2003). Tento kolektiv autorů rozděluje kvalifikační a rozvojové činitele cestovního ruchu do čtyř základních skupin. Jsou jimi klíčové zdroje a atraktivita, podpůrné faktory a zdroje, destinační politika, plánování a rozvoj a destinační management. Za předpoklad, který rozhoduje o existenci CR, považují bezpečnost a ochranu destinace.

Ačkoliv se této problematice věnuje několik autorů, pro hodnocení potenciálu cestovního ruchu se v diplomové práci vychází z podmínek Bíny (2002), který definuje, za jakých podmínek je místo atraktivní pro cestovní ruch, čemuž se podrobněji věnuje kapitola č. 3.7.1 v teoretické části práce a kapitola 4.3 ve vlastní části práce.

Dle Bíny (2002) jsou první hodnotící kategorií lokalizační faktory, které obsahují informace o území, poloze a vývoji aktivit cestovního ruchu. Tyto jsou určeny atraktivitou přírody a krajiny, ale také kulturními hodnotami a zajímavostmi. Pro zkoumání lokalizačních faktorů je nutné je přiřadit do přirozených segmentů, které tvoří homogenní aktivity cestovního ruchu. Základními formami lokalizačních faktorů je přijatelnost oblasti pro určitou činnost cestovního ruchu, stálá danost, která se v místě vyskytuje a je zajímavá pro turisty a kulturní, sportovní nebo jiné akce. Uvedené podmínky jsou vyjmenovány v sestupném pořadí z hlediska prostorové a časové stálosti.

Lokalizační faktory lze rozdělit do čtyř stupňů, kdy ve stupni nula tyto podmínky nejsou obsaženy vůbec a ve stupni jedna je typický bazický stupeň podmínek, kdy lze daný fenomén pozorovat. Stupeň dva je charakterizován vyšší mírou výskytu fenoménu a ve stupni tři je již tento fenomén ve vysoké míře. U některých složek může dojít k tomu, že se rozlišuje pouze jeden stupeň, to znamená, že podmínky jsou nebo nejsou přijatelné.

Druhou skupinou faktorů hodnotící potenciál cestovního ruchu jsou realizační podmínky, které dovolují realizovat individuální požadavky účastníků cestovního ruchu. Lze je rozdělit na dopravní, materiálně technické, stravovací, sportovně zábavní aj. (Bína, 2002).

Bína (2002) také uvádí tabulku, ve které je znázorněno hodnocení potenciálu cestovního ruchu dle jednotlivých stupňů, které jsou charakterizovány níže. Tabulka obsahuje složku potenciálu cestovního ruchu a následně její stupeň, kterému je přidělen určitý počet bodů, které destinace získá v případě zařazení do tohoto stupně. Tato tabulka je obsahem přílohy č. 2.

3.7.1 Zařazování území dle lokalizačních podmínek

Následující kategorie vycházejí z podmínek, jak zařadit území do daného stupně rozvoje jednotlivých atraktivit v dané oblasti.

- 1) Přírodní pozoruhodnosti
 - Stupeň 1 – vyskytují se jednotlivé atraktivní přírodní výtvoři (skalní formace)
 - Stupeň 2 – větší a významnější přírodní výtvoři, které mají širší publicitu v průvodcích a turistických mapách
 - Stupeň 3 – celostátně a mezinárodně proslulé přírodní výtvoři, které jsou důvodem návštěvy celé oblasti (pískovcová skalní města, jeskyně, propasti, aj.)
- 2) Vhodnost krajiny pro pěší a horskou turistiku
 - Stupeň 1 – méně členitá pahorkatina až vrchovina, se střídáním lesů se zemědělskými plochami, vhodné mimosilniční trasy využitelné pro pěší turistiku
 - Stupeň 2 – větší reliéfová členitost, vyšší nadmořská výška, přibývá podíl lesů a objevují se louky a pastviny
 - Stupeň 3 – horská a podhorská krajina, souvislejší lesy, četné turistické stezky, vyhlídky, rozhledny
- 3) Vhodnost krajiny pro cykloturistiku
 - Stupeň 1 – rovinatá až pahorkatinná krajina v zemědělských územích v oblastech bez výraznějšího ekologického poškození, s malým podílem lesů, vhodné vedlejší silnice a polní cesty
 - Stupeň 2 – rovinatá až pahorkatinná krajina v oblastech, kde je více lesů a vodotečí, krajiny odpovídající vrchovinám
 - Stupeň 3 – území s větším podílem lesů, nízkou hustotou osídlení a vysokou krajinnou estetikou
- 4) Vhodnost krajiny pro sjezdové zimní sporty
 - Stupeň 1 – nadmořské výšky nad 500 m, případně nižší nadmořská výška, pokud má oblast dobré klimatické podmínky a dostatečnou sněhovou pokrývku

- Stupeň 2 – poměrně vhodný terén k provozování zimních sportů, nadmořské výšky okolo 800 m
 - Stupeň 3 – náročný lyžařský terén, nadmořské výšky okolo 1 000 m, dlouhé trvání sněhové pokrývky
- 5) Vhodnost krajiny pro lyžařskou turistiku
- Stupeň 1 – částečně vhodný terén pro provozování lyžařské turistiky, nadmořské výšky okolo 500 m, případně nižší nadmořská výška, pokud má oblast dobré klimatické podmínky a dostatečnou sněhovou pokrývku
 - Stupeň 2 - poměrně vhodný terén k provozování lyžařské turistiky, přírodně atraktivní prostředí, dostatečná a dlouho trvajících sněhová pokrývka
 - Stupeň 3 – vysoké přírodní hodnoty a atraktivity, chladné klimatické oblasti s vhodnými teplotními i srážkovými poměry
- 6) Vhodnost krajiny pro rekreaci u vody
- Stupeň 1 – přírodní vodní plochy nadmístního významu
 - Stupeň 2 – lokality regionálního a částečně nadregionálního významu, větší vodní plochy rybníků, přehradní nádrže, vesměs ubytovací zařízení k dispozici
 - Stupeň 3 – vodní plochy velkého rozsahu, velké přehradní nádrže, využití je celorepublikového významu a často přitahuje i zahraniční klientelu
- 7) Vhodnost krajiny pro rekreaci typu lesy/hory
- Stupeň 1 – pahorkatinná, výjimečně nížinná a rovinná krajina se zvýšeným podílem lesů a průměrnou hustotou obyvatelstva a osídlení
 - Stupeň 2 – oblasti v nadmořských výškách 500 – 800 m celostátně výrazně nadprůměrný podíl lesů s rozptýleným osídlením a malou hustotou zalidnění
 - Stupeň 3 – typický areál horských krajín se souvislými lesy a nejlepšími možnostmi rekreačního využití, území s nadmořskou výškou nad 900 m

8) Vhodnost krajiny pro venkovskou turistiku

- Stupeň 1 – obce se sídly vesnického charakteru v rovinaté nebo mírně zvlněné zemědělské krajině, průměrně osídlené, s menším podílem lesů a vodních ploch
- Stupeň 2 – obce s venkovskými sídly v členitější krajině charakteru vrchovin s vyšším podílem lesů, vodních ploch, turisticky značených cest
- Stupeň 3 – venkovská sídla v členité podhorské a horské krajině, vysoký podíl lesů, dostatek možností pro turistiku

9) Vhodnost krajiny pro vodní turistiku

- Stupeň 1 – obce, které jsou situovány při vodních tocích, které jsou vhodné pro vodní turistiku a jsou méně využívané
- Stupeň 2 – obce situovány při části řek, vhodné pro vodní turistiku a využívané, patří sem i obce podél souvislejších tras výletní lodní dopravy
- Stupeň 3 – území ležící při březích, vodácky nejpopulárnějších řek v ČR (Sázava, Berounka, horní Vltava...)

10) Vhodnost krajiny pro horolezectví

- Splňující výskyt skal umožňujících horolezecké výstupy nebo alespoň výcvik, zejména pískovcová skalní města Kokořínska, Českého ráje a další

11) Vhodnost krajiny pro závěsné létání

- Odpovídající konfigurace terénu, která je vhodná pro starty rogalových křidel a pro paragliding, jde o prudké, málo zalesněné osamělé vrchy, roviny, širší kotliny

12) Vhodnost krajiny pro sportovní myslivost

- Výskyt mysliveckých revírů vydávajících turistická lovecká povolení. *Na základě informace z příslušného odboru Ministerstva zemědělství vydává dnes tato povolení velké množství mysliveckých sdružení, takže je není možno evidovat. Proto byly příslušné lokalizační podmínky vyhodnoceny kladně v každé obci s výjimkou silně urbanizované*

a intenzivně zemědělské krajiny s minimem rozptýlené zeleně (Bína, 2002, s. 7).

13) Vhodnost krajiny pro sportovní rybolov

- V případě výskytu rybářských revírů se zájmem o turistické rybářské lístky. Na základě dostupných rybářských map se do této kategorie řadí všechny pstruhové a mimopstruhové revíry Českého a Moravského rybářského svazu i dalších organizací a soukromých vlastníků. Pokud v kraji nejsou dostupné tyto mapy, posuzuje se vhodnost dle průměrného průtoku (šířky) příslušného vodního toku dle mapy.

14) Vhodnost krajiny pro pozorování vodních ptáků

- Jedná se o lokality s možností sezónního pozorování ptáků při páření či hnízdění zajímavé z hlediska vzácnosti druhu. Většinou jde o břehové prostory velkých rybníků a výjimečně o jiné ornitologické lokality ve stepních lesích i jiných oblastech.

15) Kulturně historické památky a soubory

- Stupeň 1 – obce, ve kterých se nachází vesnické památkové zóny
- Stupeň 2 – obce s městskými památkovými zónami a obce, ve kterých se nachází vesnické památkové rezervace
- Stupeň 3 – městské památkové rezervace, obce obsahující památky UNESCO a národní kulturní památku

16) Skanzeny a muzea

- Stupeň 1 – obce, ve kterých existují skanzeny a muzea s regionálním a místním významem
- Stupeň 2 – obce, ve kterých existují skanzeny s nadregionálním významem
- Stupeň 3 – obce, ve kterých existují skanzeny a muzea s celostátním a mezinárodním významem

17) Lázeňská funkce

- Stupeň 1 – všechny obce, které jsou klasifikovány jako lázeňské
- Stupeň 2 – obce se střední kapacitou specializovaných zdravotnických zařízení a se zřetelným fyziognomickým utvářením lázeňské čtvrti

- Stupeň 3 – lázeňská města s významným postavením v léčebném procesu (více než 30 000 pacientů za rok), vysoce atraktivní za účelem kulturní a společenské turistiky

18) Kongresy a konference

- Stupeň 1 – relativně často se konají valné hromady a konference regionálního a místního významu
- Stupeň 2 – relativně často konají konference a kongresy celostátního a nadregionálního významu
- Stupeň 3 – časté pořádání nejvýznamnějších kongresů, konferencí a symposií celostátního i mezinárodního významu

19) Kulturní akce

- Stupeň 1 – obce s meziročně pravidelným konáním kulturních akcí a slavností regionálního a místního významu
- Stupeň 2 – meziročně pravidelné konání festivalů, slavností s nadregionálním a celostátním významem
- Stupeň 3 – nejvýznamnější festivaly, přehlídky, slavnosti s celostátním a mezinárodním významem

20) Sportovní akce

- Stupeň 1 – nejméně v roční periodicitě se konají sportovní závody a jiné akce regionálního a místního významu
- Stupeň 2 – sportovní akce s větší tradicí a delší tradicí
- Stupeň 3 – sportovní závody a akce s celostátním a mezinárodním významem a s nejdelší tradicí

21) Církevní akce

- Stupeň 1 – všechna církevní poutní místa
- Stupeň 2 – církevní poutní místa vyššího významu, tzn. více poutí do roka, více poutníků
- Stupeň 3 – církevní poutní místa nejvyššího významu

22) Veletrhy a tematické trhy

- Stupeň 1 – nejméně v roční periodicitě se konají trhy, jarmarky a podobné akce regionálního a místního významu

- Stupeň 2 – trhy a jiné akce jsou více zaměřené na výstavnictví a obvykle jsou spojeny s kulturními akcemi
- Stupeň 3 – nejvýznamnější veletrhy a výstavy, které jsou důležité v mezinárodním kontextu

23) Místní produkty

- Stupeň 1 – nadmístně známý prodej řemeslných a tradičních potravinářských produktů
- Stupeň 2 – vyráběné produkty jsou známé a jejich prodej vytváří turistickou atraktivitu v regionálním významu
- Stupeň 3 – celostátně nejznámější a turisticky atraktivní produkty

24) Příhraniční specifika

- Stupeň 1 – je hodnocena obec z hlediska atraktivity pro občany příhraničních států za účelem zábavy a běžných nákupů zboží a služeb, potencionální ekonomický přínos se týká obcí v okolí cca 10 – 15 km od státní hranice.
- Stupeň 2 – obce ležící na silnicích I. a II. třídy, které vedou k hraničním přechodům vzdáleným cca 7 – 15 km
- Stupeň 3 – obce přímo při silničních hraničních přechodech a města v jejich těsné blízkosti

Dle výše zmíněných specifík pak dochází k zařazení destinace do příslušné zóny potenciálu cestovního ruchu, kdy se tyto zóny dělí do pěti kategorií. Zóna základního potenciálu obsahuje 1 – 25 bodů, zvýšeného potenciálu 26 – 50 bodů, vysokého potenciálu 51 – 100 bodů, velmi vysokého potenciálu 101 – 200 bodů a zóna výjimečného potenciálu 201 bodů a více (Bína, 2002).

3.8 Cestovní ruch a pandemie

Cestovní ruch je nepochybně jedním z nejvíce zasaženým odvětvím COVID 19. Stav v České republice nejlépe dokládají níže uvedená čísla, která ukazují, jak COVID 19 poznamenal a ovlivnil cestovní ruch oproti minulosti.

Díky šíření viru počet lidí, kteří v roce 2020 využili služeb ubytovacích zařízení v České republice, klesl meziročně o 51 %. Počet přenocování se pak snížil téměř o polovinu.

Výrazný propad byl zaznamenán zejména u turistů ze zahraničí, přičemž největší pokles návštěvnosti byl zaznamenán v Praze. Na celosvětové úrovni se v roce 2020 počet mezinárodních příjezdů snížil o 74 %. Počty ubytovaných cizinců v minulém roce klesly o 51 % a počet přenocování klesl o 45 %. Dle předsedy Českého statistického úřadu se návštěvnost ubytovacích zařízení propadla na úroveň 90. let. První případy nákazy se v Česku objevily na počátku března roku 2020 a prázdninové uvolnění restrikcí vedlo k velkému zájmu o dovolenou v Česku, což způsobilo, že ubytování domácích hostů se v letních měsících zvýšilo meziročně o více než 20 %.

Oproti toku 2019 byla zahraniční návštěvnost snížena na čtvrtinu. V tuzemských ubytovacích zařízeních tedy loni chybělo více než 8 milionů cizinců a meziroční pokles přenocování byl cca 20 milionů nocí. Ačkoliv mezi zahraničními turisty i v minulém roce vedli Němci, meziročně jich ČR navštívilo o 61 % méně.

Jak již bylo výše zmíněno, největší pokles zaznamenala Praha, ale poklesem návštěvnosti byly dotknuty bez výjimky všechny kraje České republiky. Praha přišla o cca 6 milionů hostů. Ve všech krajích pak byly meziroční poklesy zahraničních návštěv více než 50%.

Dle UNWTO byl v minulém roce zaznamenán poklesl mezinárodních příjezdů o 74 %. Skutečnost, že byly zavřeny hranice, byly stanoveny zdravotní restriktce a četná bezpečnostní opatření na celém kontinentu způsobila, že po světě cestovalo o miliardu lidí méně, z nichž se zhruba polovina tohoto úbytku týkala Evropy. Je pravděpodobné, že propad mezinárodních příjmů z cestovního ruchu povede ke snížení celosvětového HDP až o 2 %, neboť tento propad může dosáhnout až 1,3 bilionu dolarů, tedy 11x více než v době ekonomické recese v letech 2008 a 2009 (czso.cz, 2021b).

Za nejohroženější skupinu v této souvislosti se dají považovat ženy a mladí lidé, neboť tvoří hlavní část pracovníků daného odvětví. Z pohledu států bude mít COVID 19 největší dopad na státy, které jsou nejvíce závislé na cestovním ruchu (ceskenoviny.cz, 2021).

4 Vlastní práce

Ve vlastní části diplomové práce bude charakterizováno lázeňské město Poděbrady, kde budou popsány jeho předpoklady v cestovním ruchu. Následně bude představeno konkrétní lázeňské zařízení Poděbrady, a.s. V této kapitole také bude provedena charakteristika výše zmíněné destinace při dodržení kritérií dle metody Bíny (2002) a bude vyhodnoceno dotazníkové šetření. Následně bude zhodnocena zatíženost dané destinace dle ukazatelů.

4.1 Charakteristika lázeňského města Poděbrady

Aby se určité místo stalo cílem cestovního ruchu, musí vykazovat určité předpoklady. Tyto předpoklady lze rozdělit do dvou základních skupin, a to předpoklady lokalizační a realizační. Tyto dvě skupiny mohou být rozšířeny o kulturně-historické a selektivní předpoklady.

Lázeňské město Poděbrady se nachází ve Středočeském kraji v okrese Nymburk v nadmořské výšce 184 – 190 m n. m. Leží v rovinaté krajině na řece Labi, která je nazývána polabskou nížinou a která patří do ORP Poděbrady. Mapa ORP Poděbrady je zobrazena níže a vysvětlivky k mapě jsou obsahem přílohy č. 3.

Obrázek 1 - ORP Poděbrady



Zdroj: ÚÚR, 2010

Tato oblast je málo zalesněná a intenzivně zemědělsky využívána. Krajině okolo Poděbrad se již od dávných časů přezdívalo „Zlatý prut Země České“, neboť se stala jednou z nejúrodnějších oblastí České republiky. V okolí města lze pozorovat pouze tři kopce, a to Oškobrh (285 m n. m.), Chotuc (254 m n. m.) a Sadecký (213 m n. m.). Směrem na Libicí nad Cidlinou se nachází národní přírodní rezervace Libický luh. Tato národní přírodní rezervace je zbytkem lužních lesů, které v minulosti pokrývaly celou oblast. Větší množství lesů se nachází zejména mezi Libicí nad Cidlinou a Velkým Osekem. Menší lesní celky se pak nacházejí především podél řeky Labe, jižně od města.

Polabí je charakteristické poměrně teplým podnebím a průměrná roční teplota je v této oblasti 9°C. Jaro tu začíná relativně brzy, zima pak naopak později. Za nejstudenější měsíc lze považovat leden, neboť je to období častých mrazů a inverzních mlh. Trvalá sněhová pokrývka není obvyklá a průměrný roční počet srážek je nízký (edpp.cz, 2020).

Oblast Poděbradska se vyznačuje mnoha vodními plochami. Svého zástupce tu má rybník, potok i řeka. Největší řekou, která oblastí protéká, je řeka Labe. V Poděbradech se také nachází písník, neboli antropogenní jezero, což je zatopená bývalá pískovna. K zatopení došlo po ukončení těžby a v současné době je toto jezero hojně navštěvováno lidmi, kteří se v letních měsících chtějí v Poděbradech vykoupat, neboť v severním rohu jezera se nachází areál koupaliště s písčitou pláží. Zároveň jezerem protéká bezejmenný potok, který přitéká do jezera od jihovýchodu a odtéká na severu. Tento potok náleží k povodí Labe (centralbohemia.cz, 2020).

NPR a PP, které se tu nacházejí, jsou např. NPR Libický luh, NPR Žehuňská obora a Žehuňský rybník, PP Písečný přesyp u Osečka, PP Báň nebo PP Vinný vrch (Chovanec, 2013).

Co se týká památek, tak hlavní dominantou města je zámek, který je v současné době upraven ve stylu klasicistního baroka. Za jedno z nejlepších sochařských děl 19. století je považován pomník krále Jiřího z Poděbrad, který můžeme vidět na náměstí. Dále se v Poděbradech nachází lázně s lázeňským parkem, kde jsou největší zajímavostí a dominantou květinové hodiny, které se každý rok skládají z jiných druhů květin.

Toto lázeňské město samozřejmě nabízí i určitá kulturní vyžití jako jsou koncerty, divadelní představení, která se odehrávají zejména v areálu zámku. Každoročně se také koná tzv. zahajování lázeňské sezóny nebo zahájení motorkářské sezóny. Dále mohou návštěvníci jít například do galerie, kde si mohou prohlédnout výtvarná či sochařská díla, a také mohou

navštívit místní muzea. Na náměstí se také každoročně konají Svatomartinské a vánoční trhy. Poděbrady jsou rozmanité z pohledu ubytování v hotelech či penzionech, ale také se návštěvníci mohou ubytovat například i v kempu. V centru Poděbrad je také velký výběr kaváren, cukráren i restaurací.

Město nabízí příznivé podmínky i pro sportovce, neboť se zde nachází sportovní hala, tenisové kurty, posilovny atd. Na své si zde přijdou i milovníci cykloturistiky nebo in-line bruslení, kteří mohou využít cyklistické trasy v okolí Poděbrad. Lidé také ve velkém počtu navštěvují nedaleké Jezero, kde se mohou nejen koupat, ale také si zde mohou půjčit loďku nebo šlapadlo, nebo mohou rybařit, ale i navštívit nepříliš vzdálené golfové hřiště (kudyznudy.cz, 2020).

4.1.1 Pozoruhodnosti Poděbrad

V této kapitole budou charakterizována některá zajímavá místa, ze kterých bude následně vycházeno v kapitole č. 4.3. Fotodokumentace pozoruhodností Poděbrad se nachází v příloze č. 4.

Zámek

Dominantou města Poděbrad je zámek, který se nachází na náměstí. Jedná se o nejstarší a nejvýznamnější poděbradskou památku. Dnes zde má sídlo Ústav jazykové a odborné přípravy Univerzity Karlovy. Veřejnosti je zpřístupněna pouze bývalá hradní kaple s Památníkem krále Jiřího a s ní sousedící tzv. rodná síň krále Jiřího z Poděbrad. Zajímavostí je, že v hradním sklepení jsou umístěny lodě vydlabané z jednoho kmene, které pochází z doby vlády Slavníkovců.

V severním podzámčí se nachází areál bývalé hospodářské části zámku a tyto části jsou dnes využity jako divadlo a kino a mají dobová označení, jako Divadlo Na Kovárně a Zámecký biograf. Další zajímavostí je, že po II. světové válce zde byla zřízena škola, kterou navštěvoval i pozdější prezident Václav Havel a režisér Miloš Forman (mistopisy.cz, 2020).

Jiřího náměstí s jezdeckou sochou krále Jiřího

Jiřího náměstí patří mezi nejstarší část města. Je pojmenováno po králi Jiřím a toto náměstí bylo vždy tržním střediskem. Současná podoba domů nacházejících se na náměstí odráží historii. Několik domů má zachována renesanční jádra, ale bohužel například malebná renesanční podloubí a průčelí domů však nenávratně zmizela při požáru v roce 1832. Další

památkou nacházející se na náměstí je mariánský sloup, který vytvořil poděbradský barokního sochař Josef Bergman. Tento sloup má připomínat mor z roku 1714. Před branou do zámku se nachází velmi zajímavá památka Poděbrad, a to jezdecká socha krále Jiřího od Bohuslava Schnircha, a tato socha patří k vrcholným dílům české monumentální plastiky 19. století. Socha byla nejdříve instalována v Praze a až poté byla slavnostně odhalena v Poděbradech, a to v roce 1896. Způsob zhotovení plastiky je ojedinělý, neboť je vytepaná z měděných plátů upevněných na nosnou ocelovou kostru.

Mariánský sloup

Jak již bylo zmíněno výše, tak tento sloup se nachází na Jiřího náměstí. Sloup je postaven v rokokovém stylu se sochou Neposkvrněné Panny Marie a čtyřmi sochami světců stojících na podstavci kolem sloupu. Tato památka pochází z roku 1765 a od roku 1965 je chráněna jako kulturní památka. Tento sloup byl vytvořen poděbradským barokním sochařem Josefem Bergmanem a má připomínat mor z roku 1714 (turistika.cz, 2020a).

Polabské muzeum

Toto muzeum se nachází na místě, kde původně stála škola, kterou v 15. století založila první manželka krále Jiřího, Kunhuta ze Šternberka. V expozicích muzea mohou návštěvníci nahlédnout do přírody a historie Poděbradska. Nacházejí se v něm také velké sbírky přírodovědecké, bohatý archiv a knihovna. Menší část expozice je věnována historii lázeňství (turistika.cz, 2020b).

Květinové hodiny

Mezi velkou zajímavostí lázeňského parku patří již od roku 1936 květinové hodiny. Květinová výzdoba a skladba je každý rok jiná a o kousek dál se nacházel malý trpaslíček, který svým kladívkem odbíjí každou celou hodinu na velkou muchomůrku. Na místo kde původně stál trpaslík, který byl v dané době považován za kýč a odstraněn, bylo v šedesátých letech nainstalováno velké rudé tlukoucí srdce, jež má znázorňovat symbol poděbradských lázní. Později k hodinám přibyly také dvě sochy dívek. V současné době jednu z nich, neboli sedící dívku s osuškou najdeme naproti hodinám u průčelí LÚ Libenský. V roce 2006 bylo původní srdce nahrazeno třemi keramickými srdci, která jsou dílem poděbradského keramika Milana Exnera (lazne-podebrady.cz, 2020b).

Občanská záložna

Občanská záložna je reprezentativní novorenesanční budova postavená architektem Karlem Hugem Kepkou a nachází se v centru města na nároží Jiřího náměstí a Divadelní

ulice, kde tvoří urbanistický protipól poděbradského zámku. Součástí budovy je reprezentativní sál, který se stal centrem společenského života. Za dob ČSSR budovu provozovala Československá státní spořitelna a později v ní sídlil národní podnik Restaurace a jídelny. Budova procházela rekonstrukcí, která však nebyla dokončena a od poloviny osmdesátých let 20. století je část této stavby prázdná. V přízemí sídlila po roce 2003 Union banka, která byla následně nahrazena vietnamskou tržnicí. Od roku 2017 je stavba státem chráněna jako kulturní památka a zároveň je součástí památkové zóny Poděbrady (pamatkovykatalog.cz, 2020a).

Radiotelegrafní vysílací stanice

Radiotelegrafní vysílací stanice se nachází na lukách mezi labskými lužními lesy východně od města Poděbrady. Informace byly přenášeny pomocí Morseovy abecedy. V roce 1923 bylo uskutečněno první radiotelegrafické spojení Československa se zahraničím. Mezi další funkce této stanice v době studené války patřilo rušení signálu západního rozhlasu. Po sametové revoluci zde bylo školicí středisko a v současnosti se jedná o sídlo golfového klubu a celý areál je součástí golfového hřiště.

I tato stavba je od roku 2004 chráněna jako státní kulturní památka. Jedná se o velmi kvalitní architekturu reprezentující rondokubismus a dochoval se i původní exteriér a částečně i zajímavě dekorovaný interiér (pamatkovykatalog.cz, 2020b).

Zdymadlo a vodní elektrárna

Jedná se o součást regulace řeky Labe v Poděbradech a tuto památku můžeme vidět na jihu od poděbradského zámku. Finální rozhodnutí, že bude tato stavba vybudována, padlo v roce 1900, kdy docházelo k celkové regulaci řeky Labe. Mezi nejvýznamnější ze skupiny staveb tvořící vodní elektrárnu patří jez, plavební komora a malá vodní elektrárna. V roce 1914 začala stavba zdymadla a následně o rok později stavba hydroelektrárny. Realizace projektu se protáhla z důvodu vypuknutí první světové války. Finálně došlo k dokončení stavby až v roce 1923. Poděbradská vodní elektrárna patří k nejstarším stavbám svého druhu na Labi a roku 2017 byla prohlášena za národní kulturní památku.

Po více než sto letech je hydroelektrárna se zdymadlem i v současnosti v provozu. Zajímavostí je, že původní most pro pěší, který byl v sedmdesátých letech zbořen, nahradila v roce 2002 nová lávka pro pěší i pro cyklisty. Došlo i ke zpřístupnění ostrova mezi zdymadlem a plavební komorou (pamatkovykatalog.cz, 2020c).

Film Legends Museum

Jedná se o soukromé muzeum, ve kterém jsou vystaveny figurky a sběratelské sochy ze známých hollywoodských filmů. První expozice byla otevřena roku 2015 v Praze-Vysočanech, ale z důvodu potřeby větších prostor bylo muzeum v roce 2016 přemístěno do dvojice řadových domů na Jiřího náměstí. Následně byly otevřeny pobočné expozice roku 2018 v Praze-Libni a v roce 2019 v Kroměříži. Exponáty v muzeu pochází ze soukromé sbírky sběratele Johnnyho Wolfa. Film Legends Museum Czech Republic je doposud největší sbírkou filmové popkultury představené veřejnosti. Počtem 1.800 ks se řadí mezi největší na světě. Od roku 2016 má toto muzeum registrovanou i ochrannou známku (filmlegendsmuzeum.cz, 2020).

Muzeum Lega

V poděbradském muzeu si děti, ale i dospělí mohou prohlédnout více než 3000 originálních modelů Lego. Toto muzeum velmi populární dětské stavebnice se nachází v centru města a jako suvenýr mohou rodiče koupit dětem nějakou stavebnici Lego, kterou v klasickém obchodě nekoupí. Také se v muzeu nachází dětský koutek, kde si děti mohou pohrát s hračkami Lego (muzeumlega.cz, 2020).

Cyklistické trasy

Milovníci cykloturistiky, kteří chtějí objevit kouzlo polabské krajiny ze sedla kola, se mohou vydat na nenáročnou projížďku podél Labe. Vyjadí se podél řeky, po pravé straně, po kvalitní asfaltové cyklostezce č. 24 z lázeňského města Poděbrady až do Nymburka a za zády budou mít panorama města. Následně se po levé straně Labe poté vrátí zpět do Poděbrad.

Jelikož, jak je již výše zmíněno, je celý úsek asfaltový, tak je tento okruh vhodný i pro in-line bruslaře. Z toho důvodu je potřeba očekávat, že za příznivého počasí je na této cyklostezce zvýšený provoz. Trasa je vhodná i pro rodiny s dětmi, protože stezka vede po rovině. Tento okruh z Poděbrad do Nymburka a zpět je dlouhý 18 km a je tak vhodný i pro malé cyklisty, pro které pak bude náležitou odměnou občerstvení v podobě točené nebo kopečkové zmrzliny na náměstí. Pro ty, kteří by chtěli tuto trasu vyzkoušet, je níže uvedena stručná trasa okruhu: Nymburk - Lávka přes Lánskou strouhu (Sánský kanál) - chatová osada Babín - Velké Zboží - Poděbrady - lávka přes Labe - napojení na cyklotrasu č. 0019 - Chvalovice - Kovanice - sportovní areál Nymburk - slepé rameno Labe Remanence - anglický park Ostrov - Nymburk centrum.

Cyklistická stezka č. 24 je součástí tzv. Labské trasy, která je vybudována z Pardubic do Magdenburgu. Tato stezka vede, jak již bylo zmíněno, po pravém břehu Labe. Trasa z Libice nad Cidlinou až do Byšičky je dlouhá cca 40 km a rekreačním tempem jí lze ujet za 3 hodiny (ipodebrady.cz, 2020b).

Další známou trasou je cyklistická stezka č. 0019, která začíná v Nymburce, vede přes obce Kovanice a Chvalovice až k poděbradské jízdárně a Havířskému kostelíku. Odtud je možné pokračovat k hydroelektrárně a přes novou lávku mohou cyklisté přejít na druhý břeh řeky a pokračovat dále do Libice nad Cidlinou, anebo se vrátit po opačném břehu Labe zpět do města Nymburk (livetouring.com, 2020).

Kulturní akce

Každoročně se v Poděbradech koná začátkem května „Slavnostní zahájení lázeňské sezóny. Tato akce bývá od pátku do neděle a návštěvníci mohou navštívit například výstavy, shlédnout divadelní představení, které se při této akci hrají, mohou se účastnit například charitativního běhu, mohou vidět módní přehlídku a samozřejmě na takovéto třídní akci nechybí různá hudební představení, ať už se jedná o klasickou hudbu např. od Komorní filharmonie Pardubice, folklórní kapely, anebo moderní zpěváky a kapely, jako je například kapela Sto Zvířat, anebo písničkář a textař Pokáč. Mezi další kulturní akce konané v lázeňském městě Poděbrady patří různé typy koncertů, jako bylo například v roce 2019 Poděbradské swingování.

Jednou z největších hudebních akcí konaných v Poděbradech je festival Soundtrack. Tento festival každoročně nabízí to nejlepší z filmové hudby a multimédií, přivádí do města největší hvězdy filmového hudebního průmyslu a ty největší osobnosti domácí populární hudby.

Další významnou každoroční kulturní akcí je Den Poděbrad, na kterém dochází k slavnostnímu předávání výročních městských cen významným osobnostem města Poděbrady. V dobách vánočních se v Poděbradech často konají například adventní koncerty atd. (ipodebrady.cz, 2020a).

Místní produkty

Tradicí lázeňských měst bývají lázeňské oplatky a ani u Poděbrad tomu není jinak. Vyrábí se zde tradiční Lázeňské oplatky z Poděbrad dělané dle původní receptury a jsou dodávány celoročně i mimo hlavní sezónu i do dalších maloobchodů nebo velkoobchodů (oplatky-trubicky.cz, 2020). Dalšími produkty vyráběnými v Poděbradech jsou produkty

z medu, které vyrábí Včelí farma Poděbrady. Nejznámějším produktem Poděbrad je zcela jistě minerální voda Poděbradka.

Veletrhy a tematické trhy

V Poděbradech se konají obyvateli města velmi oblíbené a hojně navštěvované farmářské trhy. Tento typ trhů je v dnešní době lidmi velmi oblíbený, neboť si rádi koupí výrobky od malých farmářů a ochutnají například různé domácí speciality, které si v klasickém obchodě nebo supermarketu nekoupí.

Na farmářských trzích v Poděbradech si návštěvníci mohou koupit české borůvky a maliny, sadbu a čerstvé bylinky, ručně vyráběné korbáčky a oštěpky, krůtí maso z farmy Nový dvůr, pečivo z pekárny Kejval, med od Františka Vlasáka z Dobřeně, ovocné extrakty a šťávy, ručně vyráběné šperky atd.

Mezi další tematické trhy konané v Poděbradech patří adventní trhy, kde si návštěvníci mohou koupit například výrobky s vánoční tematikou, poslechnout koledy a také ochutnat například svařák či medovinu nebo trdelník.

Kongresy a konference

V oblasti kongresové turistiky mohou nabídnout Poděbrady komplexní služby. V Poděbradech se nachází několik vhodných prostor pro konání takovýchto akcí. Jedná se o prostory Kongresové centrum Lázeňská Kolonáda, restaurace Swiss a dále například takovými prostory disponuje hotel Zámeček. Jednou, asi největší, konferencí, která se v tomto lázeňském městě pořádala na konci září 2019, byla konference „VODA 2019“. Na této konferenci se probírala velmi důležitá a zajímavá témata, jako je například znovuvyužití odpadní vody, znečištění vody, vodárenství a ochrana vody v přírodě, dešťové vody ve městech atd. Místem konání této konference byly výše zmíněné prostory kongresového centra Lázeňská Kolonáda, které pořadatelům umožnily, aby součástí konference byla i doprovodná výstava (czwa.cz, 2020).

4.2 Lázně Poděbrady

Dominantním symbolem Poděbrad jsou jednoznačně lázně. I přesto, že poděbradské lázně se řadí k nejmladším v České republice, získaly si prestiž nejvýznamnějších kardiologických lázní. Toto dokazuje i známý slogan „Na srdce jsou Poděbrady“, který je

znám po mnoha generací a značí nejen tradice, ale především vysokou kvalitu a účinnost lázeňské léčby zde.

V roce 1905, kdy zde byl objeven první minerální pramen, se z malého zemědělského městečka stalo vyhledávané lázeňské město. Lázně se specializují na léčbu kardiovaskulárního systému, léčbu pohybového aparátu a látkové výměny.

Lázeňství v Poděbradech se opírá nejen o kvalitní služby, ale také o dlouholetou tradici. Mezi nejznámější návštěvníky se řadí například T. G. Masaryk, E. Beneš, K. Kramář, V. Havel, F. Křížík, F. Halas, F. Kafka, M. Forman, E. Destinová a V. Burian. Díky blízkosti hlavního města Prahy, kde jsou klinická pracoviště lékařských fakult Univerzity Karlovy, bylo příčinou, že jako lázeňští lékaři se zde po celou dobu lázeňské historie objevovali přední odborní lékaři z oboru kardiologie, a to např. profesor Libenský, Filip, Mládek či Šamánek (Fialová, 2007).

4.2.1 Historie lázní

Počátky lázeňství v městě Poděbrady spadají do 17. století, kdy byl ve městě objeven léčivý pramen minerální uhličitě vody a kdy byly vybudovány lázně, které však nepřekročily lokální význam. Novodobá historie lázní začala vznikat až v roce 1905, kdy proutkař Karl von Bülow za pomoci virgule našel při hledání pitné vody silný pramen. Pramen byl nalezen na druhém nádvoří zámku a později byl podchycen vrtem. Pramen poprvé vytrysknul z hloubky 97 m, a to dne 1. srpna 1905, první lázeňská sezóna byla však zahájena až 15. června 1908. Od roku 1910 byly lázně v držení města a po první světové válce přešly do majetku akciové společnosti. Popularita lázní pokračovala velmi rychle, k čemuž přispěla i národní agitace, kdy se české lázně s převážně maloměstskou klientelou stavěly do protikladu k lázním cizím s převážně německým obyvatelstvem a mezinárodní klientelou.

Akciová společnost vybuodovala v roce 1926 vyšetřovací a léčebný ústav a koupila hotel U Krále Jiřího. První lázeňský ústav se pod vedením profesora Libenského z Univerzity Karlovy v Praze specializoval na léčbu srdečních a cévních chorob. Byl zřízen lázeňský park, inhalatorium, bylo zajištěno jímání nových zřidel a byly postaveny další lázeňské budovy. Za druhé světové války byly lázně určeny pro děti z Říše a pro vojáky a důstojníky německého Wehrmachtu. Po válce byly lázně zestátněny a od roku 1992 je provoz lázní zajišťován akciovou společností Lázně Poděbrady.

V současné době do lázní přijíždí nejen tuzemští pacienti, ale také cizinci, a to zejména z rusky, německy, arabsky mluvících zemí (Burachovič, Wieser, 2001).

4.2.2 Lázeňský pobyt

V lázních se léčí především všechna onemocnění srdce, zejména se tu léčí lidé, kteří prodělali srdeční infarkt, anginu pectoris, ischemickou chorobou srdeční nebo po srdečních operacích. Mimo srdeční nemoci se tu také léčí všechny cévní choroby (např. vysoký krevní tlak, přístrojová léčba tepen a žil). Možnost speciálních diet přispívá k léčbě vysokého cholesterolu, cukrovky a obezity. Rozsáhlý balneoprovoz také dává možnost pro léčbu pohybového ústrojí (páteř, klouby).

Léčebný pobyt začíná lékařskou prohlídkou, kde lékař zhodnotí stav pacienta dle EKG, diagnostické ergometrie, laboratorního vyšetření a dalších vyšetření. Po této prohlídce je stanovena dieta a druhy lázeňských procedur. Komplexní lázeňská léčba je uskutečňována využitím zdejších přírodních zdrojů, jako jsou pitné a koupací kúry, peloidy a další přírodní i moderní léčebné metody. K léčbě pacienta jsou nejčastěji využívány všechny druhy koupelí v přírodní minerální uhličitě vodě. Koupele jsou pak doplněny o další tradiční procedury, např. masáže, elektroléčebné procedury, ultrazvuk, parafinové obklady, inhalace a jiné.

Značná část péče je věnována vzdělávání pacientů v oblasti jejich onemocnění, kdy jsou tito pacienti při lékařských přednáškách a besedách s dietními sestrami seznamováni s příčinami jejich onemocnění a o tom, co mají dělat, aby nedocházelo k dalšímu zhoršení jejich zdravotního stavu (lazne-podebrady.cz, 2020d).

Zdravotní péče může být hrazena zdravotní pojišťovnou plně nebo částečně. O způsobu hrazení lázeňské péče rozhoduje revizní lékař zdravotní pojišťovny. V případě hrazení lázeňského pobytu formou komplexní péče, zdravotní pojišťovna pošle návrh do lázní, které pacienta předvolají k nástupu. Pacientovi je hrazena zdravotní péče, která je čerpaná v době pracovní neschopnosti, ubytování a stravování. Ubytování je nabízeno ve standardních dvojlůžkových pokojích a stravování je celodenní v potřebných dietách. Hosté si hradí pouze lázeňský poplatek, který je ve výši 21 Kč/den. V případě příspěvkové péče je prostřednictvím zdravotní pojišťovny či pacienta odeslán návrh přímo do lázní. V tomto návrhu jsou uvedeny požadavky na stravování a ubytování a zdravotní pojišťovna hradí pouze zdravotní léčbu, která je čerpaná v době své dovolené. Pokud není schválena ani

jedna z výše uvedených péčí, hradí si veškeré náklady na pobyt pacient sám (lazne-podebrady.cz, 2020a).

Kromě léčby srdečních chorob nabízejí lázně Poděbrady i různé druhy pobytů pro širokou veřejnost, a to se zaměřením na prevenci vzniku těchto chorob, stresu a především na celkovou relaxaci. Mezi konkrétní relaxační pobyty patří např. pobyt pro seniory, víkendový pobyt, pobyt pro ženy, pobyt pro muže, pobyt pro páry aj. (lazne-podebrady.cz, 2020e).

4.2.3 Léčebné procedury

V Lázních Poděbrady je nabízeno mnoho procedur, a to ne jen léčebných, ale i regeneračních. Mezi vyhlášené procedury patří především koupel ve vodě s minerálními složkami, ale nabízejí i mnoho druhů masáží od certifikovaných masérů, saunových procedur, solnou jeskyni i bazén.

Lázeňské procedury je možná rozdělit na dvě skupiny, na lázeňské procedury, které jsou volně prodejné a na lázeňské procedury, které je možné zakoupit po předchozí konzultaci s lékařem.

Koupele

Jde o nejrozšířenější a nejžádanější léčebnou metodu, kdy hlavním léčebným prostředkem je přírodní minerální voda. Jde o tyto koupele:

- uhličitá koupel – koupel v minerální vodě poděbradce, která zdárně působí na lidský organismus tím, že je kůži vstřebáván oxid uhličitý a tím se zvyšuje prokrvení kůže, což může blahodárně působit na fungování srdce a ledvin,
- přísadová koupel – regenerační a zvláčňující koupel, která je doplněna o aroma dle výběru pacienta,
- perličková koupel – relaxační koupel, kdy jsou ve vaně vytvářeny perličky vzduchu, které masírují a uvolňují celé tělo,
- medová koupel – vhodná pro citlivou pleť, kterou med zklidní a zhojí,
- vířivá koupel – relaxační koupel, při které dochází k masáži kůže prostřednictvím víření vody, která je vhodná zejména k léčení poúrazových stavů,

- ruční podvodní masáž – různá intenzita vodního paprsku masíruje ztuhlé svaly a zmírňuje bolest,
- podvodní masáž – relaxační masáž ve vaně, kdy dochází k svalovému uvolnění, prokrvení kůže a stimulaci lymfatického systému,
- plynová koupel skupinová – léčebná procedura probíhá ve skupině v bazénu, kdy působením suché uhličitě koupele dochází k prokrvení tkání, tzn. zlepšení činnosti tkání a orgánů,
- suchá uhličitá koupel včetně vaku – účinek této procedury se shoduje s účinkem uhličitě koupele, ale procedura není prováděna ve vodě, nýbrž v plynové lázni. Pacient se uloží do vaku z PVC, který dosahuje až k hlavě a následně je tento vak naplněn oxidem uhličitým.

Masáže

Obecně lze říci, že masáže jsou vyhledávané jako zdroj uvolnění, odpočinku a relaxace. Při masáži dochází k rozehrívání a uvolnění svalů, prokrvení podkožních částí, nebo k vstřebávání případných nerovností. Při masáži mohou být používány masážní prostředky, oleje či emulze. Masáže jsou v lázních prováděny certifikovanými osobami. Lázně Poděbrady nabízí tyto masáže:

- klasická masáž celková,
- hydrojet (masážní lůžko),
- klasická masáž částečná,
- celotělová masáž přísadová,
- částečná masáž přísadová,
- candella masáž,
- mořská masáž,
- reflexní masáž plošky nohy,
- lávové kameny masáž částečná,
- lávové kameny masáž celková,
- medová masáž zad,
- ruční podvodní masáž,
- podvodní masáž,
- aromaterapeutická masáž obličeje a dekoltu,

- aromaterapeutická masáž celotělová.

Zábaly

Cílem zábalů je prohřát problematickou partii a tím zmírnit bolest. Zábaly jsou prováděny za použití různých prostředků a podle použitého prostředku se předpokládá účinek. V lázních Poděbrady jsou poskytovány zábaly:

- zábal přísadový celotělový,
- zábal přísadový částečný,
- ovesný zábal dekoltu a obličeje,
- remineralizační a zpevňující zábal „Vital“
- detoxikační zábal z mořských řas proti celulitidě,
- bahenní zábal z Mrtvého moře,
- parafínový zábal na ruce,
- lavatherm – jedná se o lokální teplý obklad k léčbě kloubních potíží a onemocnění páteře, nebo k potlačení chronických zánětlivých onemocnění.

Solná jeskyně

V solné jeskyni se používá sůl z Mrtvého moře, a to za účelem rehabilitace, rekondice, ochrany zdraví a prevence. V solné jeskyni vládne klima, které je charakteristické bakteriologickou čistotou vzduchu, která má vliv na psychiku člověka. Vzduch v solné jeskyni je také obohacen o částice jódu, draslíku, sodíku, vápníku, hořčíku, selenu, brómu a dalšími. Tyto složky jsou důležité pro správnou činnost lidského organismu a jedna hodina pobytu v solné jeskyni s obsahem soli z Mrtvého moře se dá srovnat s třídním pobytém u moře (lazne-podebrady.cz, 2020g).

Infrasauna

Saunování v tomto zařízení je uskutečněno při poměrně nízké teplotě, a tudíž je toto doporučováno lidem, kteří nemají možnost, ze zdravotních důvodů, navštívit klasickou finskou saunu. Dlouhovlnné infračervené záření proniká do tělových tkání a dostane se až do hloubky více jak 4 cm. Úleva pacienta přichází při ztuhlosti kloubů, výronu kotníku, při namožených svalech nebo bolesti zad. Díky této sauně se snadněji vyplavují toxické látky z těla, čímž se ovlivňuje redukce váhy. Pomáhá k načerpání nové energie, vylepší psychiku, zbavuje únavy a ovlivňuje i lepší hojení poranění, popálenin a ekzémů.

Po konzultaci s lékařem

Procedury, které jsou předepsány lékařem:

- motodlaha – motorová dlaha, která je využívána k pasivní pohybové léčbě. Jde o kontinuální léčebnou rehabilitaci kloubů po operacích a úrazech, kdy použitím motodlah dochází ke zlepšení mobility končetin.
- skupinový nebo individuální tělocvik,
- ergometrický trénink - je pravidelně kontrolována tepová frekvence pacienta,
- lymfoven – přístrojová lymfodrenáž horních nebo dolních končetin pomocí drenážních návleků, která napomáhá toku lymfy,
- plynová injekce – oxid uhličitý je podáván podkožně, což zlepšuje prokrvení, mírní bolest a zlepšuje hojení ran,
- endomed – při proceduře se využívá vakuovaných elektrod a intenzita proudu se volí dle subjektivních pocitů pacienta. Indikací jsou především chronické zánětlivé a degenerativní nemoci pohybového aparátu.

Po konzultaci s lékařem je možné podstoupit i jiné procedury, ale také jakoukoliv proceduru z výše zmíněných, včetně procedur koupelí, zábalů nebo masáží (lazne-podebrady.cz, 2020f).

Minerální prameny

Už od počátku lázní v Poděbradech je jejich základem léčivá minerální voda. Základem lázní v Poděbradech je od jejich počátku léčivá minerální voda. Od chvíle, kdy tato voda byla objevena, je stále stejného složení i stejné teploty. Voda, která je typická nezaměnitelnou chutí, napršela někdy před 20 tis. lety pravděpodobně v Krkonoších, odkud pomalu teče do Polabí přes propustné pískovcové horniny. V procesu této cesty je sycena oxidem uhličitým a také se v ní příčinou různých tlaků rozpouští různé minerály. Vzhledem k tomu, že jsou Poděbrady na konci této vodní cesty, nemá voda již potřebný vztlak a je nutno ji k zemskému povrchu čerpat. Toto je důvodem, proč je většina původně navrtaných pramenů v současnosti utěsněna a pro potřeby poděbradských lázní jsou nyní využívány jen tři vydatné zdroje. Z těchto je voda střídavě čerpána do rezervoárů, které se nacházejí u lázeňské polikliniky, odkud se pak rozvádí do všech balneoprovozů. Veřejnosti je tato lahodná minerální voda poskytnuta k ochutnání v osmi pítkách na volně přístupných místech. Pět z těchto pitek z nich je napájeno z lázeňského rezervoáru. Jedná se o pítko

v zámeckém příkopu, kde býval pramen Hohenlohe, v Letních lázních u bývalého pramene Chariclea, na Riegrově náměstí v místě bývalého pramene Rieger, v kiosku Libenského kolonády v lázeňském parku u bývalého pramenu Boček a v kiosku u nádraží, kde býval pramen Trnka. Pítka v Žižkově předměstí obsahuje vodu přímo ze sondy. Svatojánský pramen byl v roce 2011 zbudován nad kontrolním vrtem v Kubových sadech. Pítka Eliščin pramen v lázeňském parku, které bylo opět uvedeno do provozu v roce 2013, je napájeno novým vrtem, který nese stejný název.

Většina píttek je dostupných dle sezónního provozu, tzn. od dubna do října, ale výjimkou jsou dvě pítka (Chariclea a Rieger), která jsou v provozu v průběhu celého roku (polabi.com, 2020).

Poděbradská přírodní minerální voda je hlavním léčebným prostředkem v poděbradských lázních. Jde o přírodní léčivou vodu, středně mineralizovanou, smíšeného typu. Jak obyvatelé města, tak i návštěvníci mohou příznivé účinky poděbradské minerální vody ocenit u několika vodních toků, které byly vybudovány u nádrží, v lázeňském parku, nebo v objektu zámku a které jsou zmíněny výše. Díky svému vysokému obsahu oxidu uhličitého a snadné upravitelnosti jsou přírodní zdroje minerální vody poděbradského typu vhodné i pro plnění jako přírodní minerální vody balené. Nejznámější balenou vodou z této oblasti je jednoznačně Poděbradka, která je plněna ve Velkém Zboží, což je nedaleko Poděbrad (podebradka.cz, 2020).

4.2.4 Ubytovací a stravovací služby

Lázně Poděbrady provozují celkem šest poděbradských hotelů, Jedná se o Hotel Zámeček, Hotel Bellevue Tlapák, Hotel Libenský, Hotel Zimní lázně, Hotel Libuše a Hotel G-REX. Hotel G-REX a Rehabilitační centrum Máj je určeno pouze pro léčebné pobyty, které jsou hrazeny zdravotní pojišťovnou.

V polovině roku 2021 je plánováno otevření čtyřhvězdičkového hotelu Chariclea, který se bude nacházet na lázeňské kolonádě a bude hotelem s moderním balneoprovozem, plaveckým bazénem, saunovým světem a wellness centrem.

Hotel Zámeček

Čtyřhvězdičkový Hotel Zámeček se nachází v blízkosti řeky Labe i v blízkosti centra. Lázněmi je tento hotel označen jako „klidný hotel přímo u Labe“ a nachází se v prostředí lužního lesoparku. Hotel je tvořen hlavní budovou a dependancí, která je obsazována

v případě vyšší obsazenosti hlavní části hotelu a klientům je pak poskytována sleva 10 %. Hotel má vlastní balneoprovoz, ale některé procedury jsou uskutečňovány v Centrálních nebo Letních lázních. Hotel jako jediný nabízí ubytování s domácím zvířetem a cena ubytování se pohybuje v závislosti na typu pokoje, a to od 1 210 Kč/noc vč. snídaně.

Hotel Bellevue Tlapák

Jde o čtyřhvězdičkový funkcionalistický hotel přímo na poděbradské lázeňské kolonádě s vyhlídkou na květinové hodiny. Hotel prošel modernizací a návštěvníky je oblíbený zejména kvůli poloze a útulnosti. Lázně Poděbrady tento hotel označují jako „nejkrásnější hotel na kolonádě“. Hotel nemá vlastní balneoprovoz, ale nachází se zde pítka minerální vody. Cena ubytování pro rok 2020 se pohybuje ve výši od 1 340 Kč/noc vč. snídaně.

Hotel Libenský

Hotel je označen jako „hlavní lázeňský hotel“ a nachází se přímo v centru lázeňské kolonády naproti květinovým hodinám. Díky své poloze patří k nejvyhledávanějším čtyřhvězdičkovým hotelům ve městě. Byl vystaven v roce 1912 a nesl jméno U Krále Jiřího. Po roce 1924 byl hotel přestavěn v moderní léčebnou budovu pro katedru balneologie lékařské fakulty Univerzity Karlovy na podnět profesora Libenského. Hotel vlastní balneoprovoz a cena za pokoj vč. snídaně je ve výši od 1 360 Kč.

Hotel Zimní lázně

Umístění hotelu je v klidné ulici poblíž lázeňské kolonády a je propojen prosklenou spojovací chodbou s hotelem Libenský. Je klasifikován jako tříhvězdičkový hotel a stravování probíhá ve vedlejším hotelu Libenský. Komerční klientela se stravuje v restauraci a jídelna slouží pouze pacientům. Cena hotelu se pohybuje od 1 050 Kč/noc vč. snídaně.

Hotel Libuše

Tříhvězdičkový hotel se nachází ve středu města a je situovaný na okraji lázeňského parku. Nese označení „nejlevnější hotel přímo na kolonádě“. Veškeré procedury jsou zajištěny v objektu Centrálních a Letních lázní, které jsou od tohoto hotelu vzdáleny cca 30 metrů. Hotel poskytuje transfer mezi hotely a léčebnami zdarma. Cena ubytování začíná na částce 930 Kč/noc vč. snídaně.

Hotel G-REX

Hotel je lázněmi označen heslem „po operacích srdce“, neboť je určen po kardiochirurgických výkonech. V tomto ubytovacím zařízení probíhá speciální program Program časných rehabilitací, který se v lázních vyvíjí už od roku 2002. Jde o program, který je zaměřen na urychlení zotavovacího procesu po operaci srdce, kdy klíčovým momentem tohoto typu léčby je právě její časnost, tzn. bezprostřední návaznost na kardiochirurgický výkon. Lázně Poděbrady úzce spolupracují s významnými českými kardiochirurgickými klinikami, jako je např. IKEM, Nemocnice Na Homolce, FN Královské Vinohrady, FN Motol aj., přičemž je pacient po operaci srdce přeložen přímo do Poděbrad. Tříhvězdičkový hotel je umístěn na lázeňské kolonádě, poblíž náměstí krále Jiřího a nemá vlastní balneoprovoz, Ubytování v tomto hotelu je možné pouze v případě komplexního léčebného pobytu.

Rehabilitační centrum Máj

Stejně jako předchozí ubytovací zařízení, nese i toto heslo lázní, a to „pro pohybový aparát“. Rehabilitační centrum Máj je ortopedické a rehabilitační centrum, které poskytuje léčebně-rehabilitační péči a jeho provoz byl zahájen v roce 2013. Ve spolupráci s Fakultní nemocnicí Královské Vinohrady v Praze je zajištěno odpovídající personální a technické vybavení k poskytování kvalitní léčebně-rehabilitační péče a při poskytování této specializované péče jsou využity mnoholeté zkušenosti z Programu časných rehabilitací. Pobyt v tomto zařízení je možný pouze v případě léčebného pobytu hrazeného zdravotní pojišťovnou a příjem pacientů probíhá přímým překladem z ortopedických pracovišť (lazne-podebrady.cz, 2020c).

Restaurace a kavárny

Poděbradské lázně doporučují italskou restauraci Ristorante Pasta & Risotto, která se nachází v Hotelu Bellevue Tlapák a která se specializuje na italskou kuchyni.

Po novodobé úpravě v dubnu 2009 byla znovu otevřena lázeňská kavárna Viola, která hostům nabízí příjemné prostředí tradičního lázeňského odpočinku a především mnoho zákusků, zmrzlin a nápojů. Kromě pohostinství kavárna také organizuje doplňkové akce a besedy.

Další doporučovanou restaurací je restaurace Swiss, která se nachází v budově Kongresového centra a specializuje se na pokrmy z grilu.

Architektonickým skvostem lázně nazývají restauraci a kavárnu Modrý salonek, neboť svým interiérem restaurace láká k zažití klasické lázeňské atmosféry.

Poslední na seznamu doporučených stravovacích zařízení jak pro lázeňské hosty, tak pro širokou veřejnost, lázně zmiňují kavárnu Hodiny, která se nachází v hotelu Libenský a nabízí výhled na proslulé květinové hodiny. V kavárně se nachází i taneční parket, kde jsou uskutečňovány pravidelné taneční večery.

4.2.5 Pobytové balíčky

Lázně Poděbrady nabízejí svým hostům připravené pobytové balíčky, které si host vybírá dle různých kategorií a požadavků na pobyt. Pobytové balíčky jsou sestavovány spíše pro samoplátceckou klientelu a obsahují balíček ubytovací služby, stravovací služby, ale i některé léčebné procedury. V současné době lze také zakoupit poukaz na lázeňský pobyt s možností otevřeného termínu, který si určí obdarovaný a specifický je i pobyt s příspěvkem státu 4 000 Kč, na který lze uplatnit příspěvek ve výši 4 000 Kč na pobyt v lázních z programu COVID-19. Standardní typy pobytových balíčků jsou např. léčebné pobyty, wellness, pro seniory, pro ženy, pro muže, pro páry, akční, pobyty s kulturou, víkendové, týdenní, na míru, rekondiční, pro děti nebo vánoční pobyty. Konkrétní pobytové balíčky, které si potenciální host může zakoupit, přičemž je lze zařadit do více typů pobytů, jsou:

- 1) Léčebný pobyt pro samoplátce
- 2) Seniorský pobyt s lékařskou konzultací
- 3) Lázeňský týden v Poděbradech
- 4) VIP týden
- 5) Rekondiční pobyt
- 6) Pobyt šitý na míru
- 7) Dámský víkend
- 8) Víkend pro dva
- 9) Týden pro ženy
- 10) Aktivní týden
- 11) Výroční pobyt 112 let
- 12) Relax pro muže

- 13) Seniorský minirelax
- 14) Lázně na 4 dny
- 15) Relaxace v týdnu
- 16) Prodloužený víkend exklusive
- 17) Komplexní léčebný pobyt pro dospělé
- 18) Příspěvkový léčebný pobyt pro dospělé
- 19) Léčebný pobyt pro samoplátce
- 20) Komplexní léčebný pobyt pro děti
- 21) Léčebný pobyt pro děti trpící obezitou
- 22) Ozdravný pobyt pro děti trpící obezitou
- 23) Doprovod k pacientovi
- 24) Hotelové ubytování
- 25) Prodloužený vánoční pobyt 20. – 27. 12.
- 26) Klasický vánoční pobyt 22. – 27. 12.
- 27) Silvestrovský týden 27. 12. – 3. 1.
- 28) Vánoční odpočinek
- 29) Vánoční + Silvestrovský pobyt 19. 12. – 3. 1.
- 30) Silvestrovský prodloužený víkend 30. 12. – 3. 1. (lazne-podebrady.cz, 2020e)

4.2.6 Lázeňské služby

Mimo ubytovací a stravovací služby lázně Poděbrady nabízejí i ostatní služby, které mohou pacienti využít ve volném čase během svého pobytu. Lázeňský komplex obsahuje kadeřnictví a kosmetický salon, nabízí poukázku do kavárny nebo do Galerie Ludvíka Kuby. Poděbrady k zakoupenému pobytu poskytují půjčení jízdních kol a další. V některých ubytovacích zařízeních lázní se také nachází bazén nebo fitcentrum.

K využití lázně nabízejí i Kongresové centrum Lázeňská kolonáda, které se již dle názvu nachází přímo na lázeňské kolonádě. Centrum je vhodné pro pořádání kongresů, ale i pro konání firemních akcí a plesů.

Mezi kulturní akce v Poděbradech a okolí patří Galerie Ludvíka Kuby Poděbrady, Divadlo na Kovárně, Divadelní spolek Jiří Poděbrady, Zámecký biograf, Muzeum filmových legend, Polabské muzeum v Poděbradech, Městské kulturní centrum Poděbrady a v neposlední řadě Turistické informační centrum Poděbrady.

4.3 Zhodnocení potenciálu destinace dle metodiky Bíny (2002)

V této kapitole bude vycházeno z informací, které jsou uvedeny v kapitolách č. 3.7.1, 4.1 a 4.2. Na základě těchto jednotlivých informací bude vytvořena tabulka dle Bíny (2002), podle které bude vyhodnocen potenciál zvolené destinace.

- **Přírodní pozoruhodnosti** – destinaci byl z hlediska přírodních pozoruhodností přidělen stupeň 1, neboť se v destinaci vyskytují přírodní výtvořry, a to např. NPR a PP.
- **Vhodnost krajiny pro pěší a horskou turistiku** – v destinaci dochází ke střídání zalesněných a zemědělských oblastí a jsou zde mimosilniční trasy využitelné pro pěší turistiku, a to zejména podél Labe.
- **Vhodnost krajiny pro cykloturistiku** – destinace odpovídá rovinnaté až pahorkatinné krajině v zemědělských územních oblastech bez výraznějšího poškození a s malým podílem lesů.
- **Vhodnost krajiny pro sjezdové zimní sporty** – ve zvolené destinaci se nenachází žádné sjezdovky a vleky, a proto jí byl přidělen stupeň 0, který značí, že pro tento účel je krajina nevhodná.
- **Vhodnost krajiny pro lyžařskou turistiku** – stejně jako krajina nepatří do krajín vhodných pro sjezdové zimní sporty, tak ani do krajín pro lyžařskou turistiku, neboť zde nejsou vybudovány žádné oficiální lyžařské stopy.
- **Vhodnost krajiny pro rekreaci u vody** – v destinaci se nachází vodní plochy, které mají regionální a částečně nadregionální význam a proto byla zařazena do 2. stupně.
- **Vhodnost krajiny pro rekreaci typu lesy / hory** – protože je krajina málo zalesněná, nebylo možné ji zařadit do žádného stupně dle Bíny (2002), a proto byla zařazena do stupně 0.
- **Vhodnost krajiny pro venkovskou turistiku** – krajina patří do 1. stupně, protože obsahuje obce vesnického charakteru v rovinnaté zemědělské krajině, které jsou průměrně osídlené a mají menší podíl lesů.

- **Vhodnost krajiny pro vodní turistiku** – dle tohoto kritéria byla krajina zařazena do 2. stupně, protože jde o obec při břehu Labe. Ačkoliv někteří jedinci považují řeku Labe za vodácky velmi atraktivní, což by odpovídalo stupni 3, nelze krajinu do tohoto stupně zařadit, neboť jde o subjektivní názor jedinců (tourism-review.cz, 2020).
- **Vhodnost krajiny pro horolezectví** – krajina neobsahuje žádné skály, které by umožňovaly horolezecké výstupy.
- **Vhodnost krajiny pro závěsné létání** – konfigurace terénu neodpovídá vhodnosti pro starty rogalových křídel.
- **Vhodnost krajiny pro sportovní myslivost** – lokalizační podmínky pro tento účel jsou vyhodnoceny kladně v každé obci, s výjimkou těch, které jsou silně urbanizované a velmi intenzivně zemědělsky využívány.
- **Vhodnost krajiny pro sportovní rybolov** – krajina je hodnocena ve stupni vyhovující, protože obsahuje rybářské revíry se zájmem o turistické rybářské lístky.
- **Vhodnost krajiny pro pozorování vodních ptáků** – krajina je vhodná pro pozorování vodních ptáků a probíhal zde i podzimní Festival ptactva, během kterého ornitologové organizují vycházky pro veřejnost, které jsou spojeny s pozorováním ptáků (birdlife.cz, 2020).
- **Kulturně historické památky a soubory** – díky velkému množství historických památek, které jsou uvedeny v kapitole 4.1 a 4.2, je destinace zařazena do stupně 2.
- **Skanzeny a muzea** – ve zvolené destinaci se nachází muzea, která mohou mít nadregionální význam, zejména Film Legends Museum nebo Muzeum Lega, dle kterého lze krajinu zařadit do 2. stupně.
- **Lázeňská funkce** – díky Lázním Poděbrady a.s. lze destinaci charakterizovat jako obec se střední kapacitou specializovaných zdravotnických zařízení a s lázeňskou čtvrtí.
- **Kongresy a konference** – vzhledem k tomu, že v obci jsou relativně často konány konference, které se většinou týkají zdravotnictví, a to minimálně v místním významu, čemuž odpovídá stupeň 1. V listopadu tohoto roku být uskutečněn např. Kongres ambulantní diabetologie v lázeňské kolonádě, ale

vzhledem k pandemii byl uskutečněn pouze online distanční formou. Naposledy uskutečněnou konferencí byla konference Voda 2019, a to v roce 2019.

- **Kulturní akce** – zvolená oblast je bohatá v konání různých kulturních akcí, které jsou specifikovány v kapitole 4.1 a 4.2, což odpovídá 2. stupni.
- **Sportovní akce** – v obci se pravidelně konají sportovní akce typu chodecké závody, jezdecké závody, skokové závody, poděbradský triatlon a jiné.
- **Církevní akce** – v destinaci se nenachází žádné místo, které by bylo klasifikováno jako poutní.
- **Veletrhy a tematické trhy** – standardem pro oblast jsou farmářské a adventní trhy, a proto je oblast zařazena do 1. stupně.
- **Místní produkty** – oblast neobsahuje žádné celostátně nejznámější a turisticky atraktivní produkty, ani produkty, které by vytvářely turistickou atraktivitu v regionálním významu, ale prodej lázeňských oplatek a produktů z medu oblast řadí do 1. stupně.
- **Příhraniční specifika** – oblast se nenachází u hraničního přechodu, nýbrž ve středu Čech, a proto není atraktivní z hlediska příhraničních specifíků.

4.3.1 Celkové vyhodnocení potenciálu cestovního ruchu destinace

Tabulka č. 1 zobrazuje vyhodnocení potenciálu cestovního ruchu zvolené destinace, a to na základě metody Bíny z publikace z roku 2002. Na základě bodové hodnoty jednotlivých složek je destinace zařazena do příslušné zóny potenciálu cestovního ruchu, přičemž pokud jde o bodovou hodnotu v rozmezí od 1 – 25 bodů, jde o zónu základního potenciálu. Zóna zvýšeného potenciálu obsahuje rozmezí bodů od 26 – 50, vysokého potenciálu 51 – 100 bodů, velmi vysokého potenciálu 101 – 200 bodů a v zóně výjimečného potenciálu je nutno získat 201 a více bodů (Bína, 2002).

Na základě výše zmíněného byl potenciál destinace vyhodnocen jako velmi vysoký, neboť celkový počet získaných bodů je 149.

Z výsledku bodového hodnocení je také možné určit typ potenciálu cestovního ruchu, kterým destinace disponuje. Na základě postupu dle Bíny (2002), je toto určeno výpočtem procentuálního poměru přírodních a kulturních složek na celkovém bodovém ohodnocení. Jde o typ přírodně vyhraněný (100 % přírodních složek), přírodní (80 – 99,9 % přírodních

složek), smíšený, kulturní (60 – 79,9 % kulturních složek), kulturně vyhraněný (nejméně 80% kulturních složek. Dle uvedeného hodnocení v tabulce č. 1, je destinace hodnocena jako typ smíšený, který má velmi blízko k typu kulturnímu, neboť obsahuje 59,73 % kulturních složek a 40,27 % přírodních složek.

Tabulka 1 - Vyhodnocení potenciálu cestovního ruchu destinace

Složka potenciálu cestovního ruchu	Počet bodů		
	1	2	3
Přírodní pozoruhodnosti	10		
Vhodnost krajiny pro pěší a horskou turistiku	5		
Vhodnost krajiny pro cykloturistiku	10		
Vhodnost krajiny pro sjezdové zimní sporty	-	-	-
Vhodnost krajiny pro lyžařskou turistiku	-	-	-
Vhodnost krajiny pro rekreaci u vody		20	
Vhodnost krajiny pro rekreaci typu lesy / hory	-	-	-
Vhodnost krajiny pro venkovskou turistiku	3		
Vhodnost krajiny pro vodní turistiku		7	
Vhodnost krajiny pro horolezectví			-
Vhodnost krajiny pro závěsné létání			-
Vhodnost krajiny pro sportovní myslivost			2
Vhodnost krajiny pro sportovní rybolov			2
Vhodnost krajiny pro pozorování vodních ptáků			1
Přírodní potenciál celkem			60
Kulturně historické památky a soubory		25	
Skanzeny a muzea		15	
Lázeňská funkce		15	
Kongresy a konference	2		
Kulturní akce		20	
Sportovní akce	2		
Církevní akce	-	-	-
Veletrhy a tematické trhy	5		
Místní produkty	5		
Příhraniční specifika	-	-	-
Kulturní potenciál celkem			89
Celkový potenciál			149

Zdroj: Vlastní zpracování, 2020

4.4 Vyhodnocení dotazníkového šetření

Pro zjištění, jak na zvolenou destinaci pohlíží veřejnost, bylo uskutečněno dotazníkové šetření. Otázky v dotazníkovém šetření byly směřovány na konkrétní informace o cestovním ruchu zvolené destinace a v závěru dotazníku i na osobní údaje.

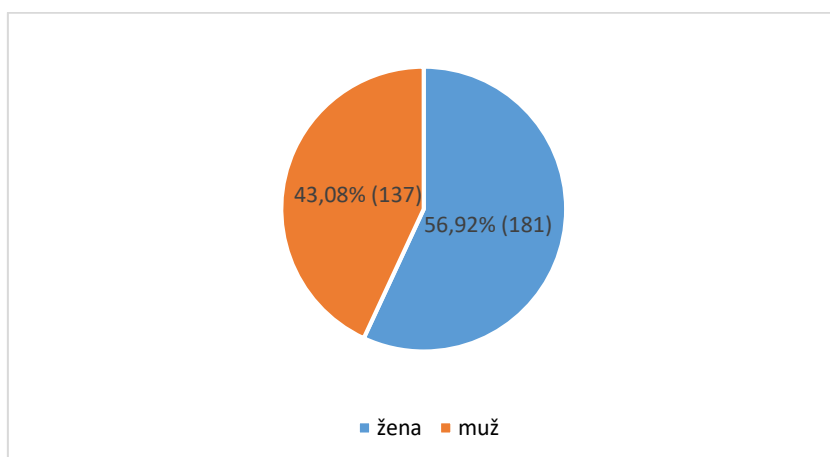
Dotazníkového šetření se zúčastnilo celkem 318 respondentů a sběr dat probíhal od ledna do února 2021. Vzhledem současné epidemiologické situaci nebylo možné oslovit respondenty osobně, a proto byl dotazník umístěn na webovém portálu a následně sdílen na několika sociálních sítích. Získaná data byla zpracována do grafů a tabulek, které jsou součástí této diplomové práce. Plné znění dotazníku je obsaženo v příloze č. 1.

Dotazník se skládá z 27 otázek, přičemž jeden respondent odpovídá průměrně na 12 otázek, neboť dotazník je segmentován. Za segmentační otázku se dá považovat otázka „Znáte město Poděbrady?“, „Navštívil/a jste město Poděbrady?“ a „Za jakým účelem jste město navštívil/a?“. Respondenti odpovídali na otázky uzavřené nebo polootevřené, mohli volit buď jednu odpověď, nebo více možností a byly použity i otázky se škálovým hodnocením.

Sociodemografické členění respondentů

Jak již bylo výše uvedeno, dotazníkového šetření se zúčastnilo celkem 318 respondentů. Více než polovina (56,92 %, 181) respondentů, byly ženy. Z tohoto výsledku lze usuzovat, že ženy jsou ochotny věnovat čas dotazníkovému šetření více než muži. Grafické rozdělení respondentů dle pohlaví je znázorněno na grafu č. 3.

Graf 3 - Pohlaví respondentů



Zdroj: vlastní šetření, 2021

Věková struktura dotázaných osob se pohybuje v šesti kategoriích, přičemž nejvíce zastoupenou skupinou jsou osoby ve věku od 51 do 65 let. Po této skupině následuje věková kategorie 25 let a méně, která je v dotazníkovém šetření zastoupena v podobném počtu jako skupina osob ve věku 26 – 35 let. Čtvrtou nejvíce zastoupenou skupinou v pořadí je věková skupina 36 – 50 let. Nejméně respondenty je zastoupena skupina 75 let a více. Relativní vyjádření je zobrazeno v tabulce č. 2. Výsledek dotazníkového šetření může být ovlivněn tím, že dotazník byl zveřejněn na sociálních sítích v okruhu osob autorky.

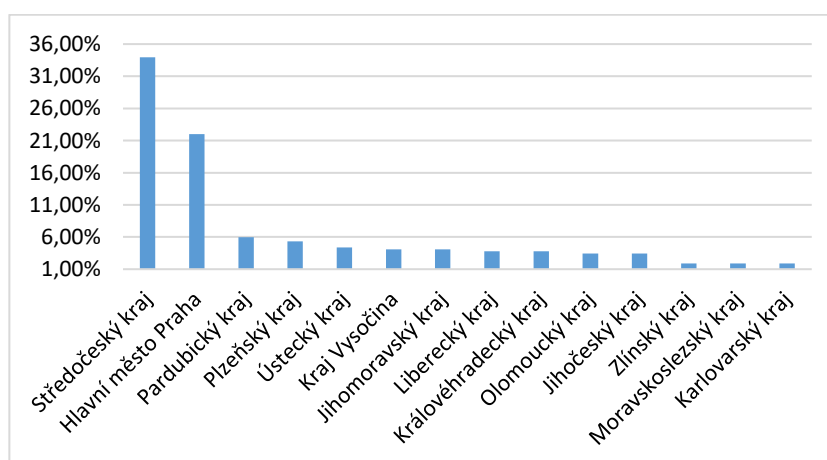
Tabulka 2 - Věková struktura respondentů

Věková skupina	Absolutní četnost	Relativní četnost
51 – 65	80	25,16 %
25 a méně	66	20,75 %
26 - 35	64	20,13 %
36 – 50	57	17,92 %
66 – 74	34	10,69 %
75 a více	17	5,35 %
Celkem	318	100 %

Zdroj: vlastní šetření, 2021

Z hlediska bydliště dotázaných, s odkazem na graf č. 4, má dominantní zastoupení Středočeský kraj (108 osob, 33,96 %) a hlavní město Praha (70 osob, 22,01 %), což je způsobeno rozesláním dotazníku mezi osoby z okolí autorky práce. Ostatní kraje jsou zastoupeny téměř identicky a nejméně zastoupenou skupinou jsou osoby z Karlovarského, Moravskoslezského a Zlínského kraje (vždy 6 osob, 1,89 %).

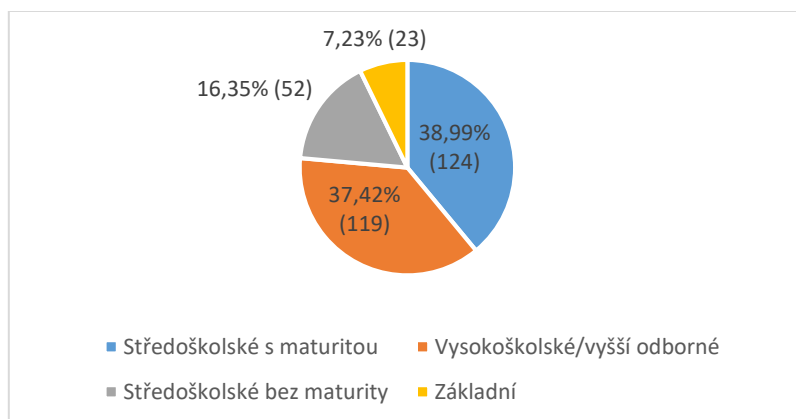
Graf 4 - Bydliště respondentů



Zdroj: vlastní šetření, 2021

Poslední otázkou z hlediska segmentace zúčastněných osob (n = 318) dotazníkového šetření byla otázka na jejich vzdělání. Největší zastoupení měli respondenti se středoškolským vzděláním s maturitou (124, 38,99 %) a osoby s vysokoškolským nebo s vyšším odborným vzděláním (119, 37,42 %), což je podloženo grafem č. 5. Lze říci, že toto odpovídá umístění dotazníku na sociálních sítích v okruhu osob autorky.

Graf 5 - Vzdělání respondentů

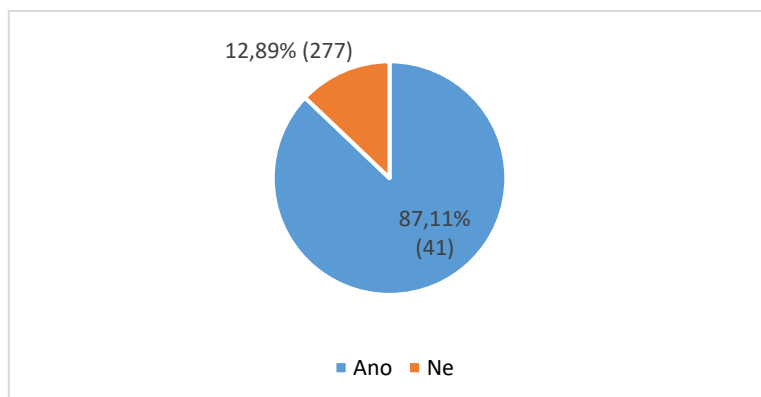


Zdroj: vlastní šetření, 2021

Znalost destinace

Z níže uvedeného grafu je patrné, že většina (277, 87,11 %) respondentů zná zvolenou destinaci, tedy město Poděbrady. Cílem této otázky bylo získat představu o povědomí potenciálních účastníků cestovního ruchu o zvolené destinaci. Zároveň je tato otázka považována za segmentační, neboť ti, kteří destinaci neznají, byli přeměrováni na otázky týkající se sociodemografického členění respondentů a následně byli vedeni k ukončení dotazníku. Pokud respondent odpověděl, že destinaci zná, pokračoval v dotazníku následující otázkou, tedy co se mu vybaví při zmínce dané destinace.

Graf 6 - Znalost destinace



Zdroj: vlastní šetření, 2021

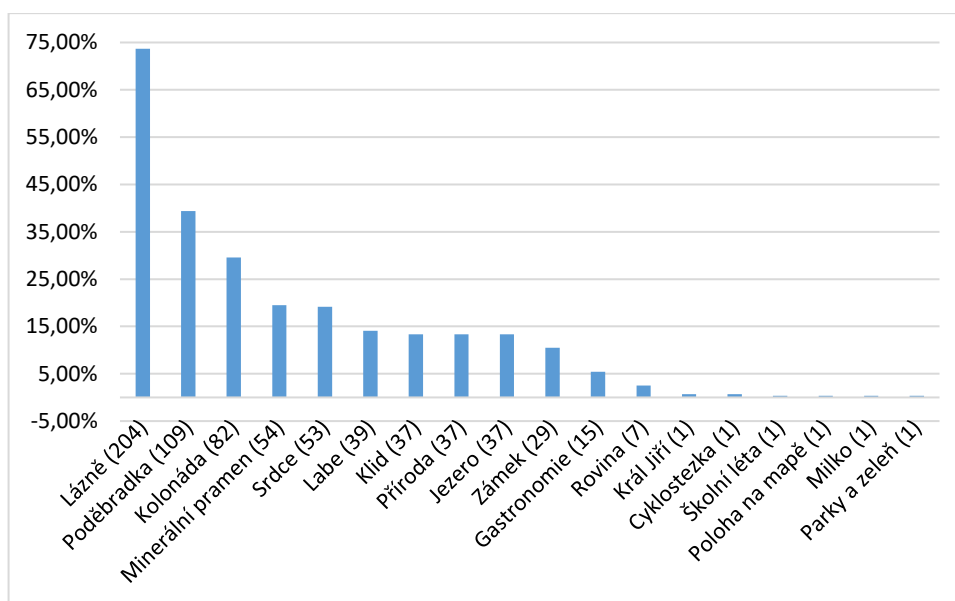
Spojitosť s danou destináci

Pokud respondent na otázku, jestli zná destinaci odpověděl ano, pokračoval k otázce ohledně spojitosti pojmů s danou destinací. Dotazníkové šetření zde tedy vychází z odpovědí respondentů v celkovém počtu 277 respondentů z celkového počtu (n = 318).

Spojitosť s danou destinací je dána otázkou, co se dotazované osobě vybaví při zmínce o městě Poděbrady. Zde respondenti mohli vybírat z několika uzavřených odpovědí, přičemž mohli zvolit maximálně 3 možnosti, nebo mohli zvolit možnost „jiné“, kde otázku doplnili o svojí vlastní odpověď. Vzhledem k této skutečnosti tedy počet respondentů neodpovídá počtu odpovědí.

Jak je vidět na grafu níže, město Poděbrady je nejvíce (73,65 %, 204) spojeno s lázněmi, které se tu nachází. Následně je spojováno s Poděbradkou (39,35 %, 109), kolonádou (29,6 %, 82) minerálním pramenem (19,49 %, 54) a srdcem (19,13 %, 53). Individuálně je pak destinace spojována se školními lety, polohou na mapě, společností Milko, zelení, králem Jiřím nebo s cyklostezkou.

Graf 7 - Spojitosť pojmů s destinací



Zdroj: vlastní šetření, 2021

Konkrétní absolutní a relativní vyjádření výsledků z výše uvedeného grafu je zobrazeno v tabulce č. 3.

Tabulka 3 - Spojitost s danou destinací

Spojitosť	Absolutní četnost	Relativní četnost
Lázně	204	73,65 %
Poděbradka	109	39,35 %
Kolonáda	82	29,60 %
Minerální pramen	54	19,49 %
Srdce	53	19,13 %
Labe	39	14,08 %
Klid	37	13,36 %
Příroda	37	13,36 %
Jezero	37	13,36 %
Zámek	29	10,47 %
Gastronomie	15	5,42 %
Rovina	7	2,53 %
Král Jiří	1	0,72 %
Cyklostezka	1	0,72 %
Školní léta	1	0,36 %
Poloha na mapě	1	0,36 %
Milko	1	0,36 %
Parky a zeleň	1	0,36 %

Zdroj: vlastní šetření, 2021

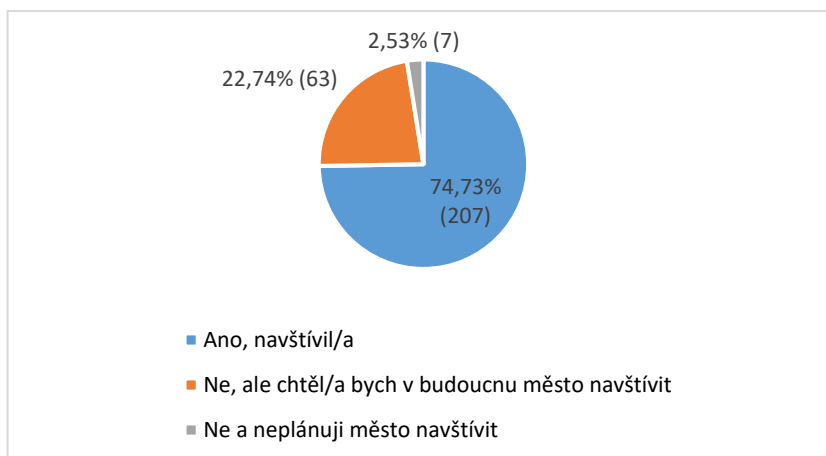
Turistická atraktivita destinace

Turistická atraktivita destinace je znázorněna na grafu č. 8. Tato otázka úzce souvisí s předchozí otázkou, neboť byla zobrazena pouze těm respondentům, kteří znají destinaci, tedy 277 osobám (n = 318). I tato otázka je považována za segmentační, neboť otázka následující po této, závisela na zvolené odpovědi.

Pokud respondent odpověděl, že destinaci navštívil, byl odkázán na otázku, za jakým účelem město navštívil. V případě, že jeho odpověď byla, že město nenavštívil, ale měl by o to zájem v budoucnu, pokračoval otázkou na důvod jeho návštěvy v budoucnu. V případě, že odpověděl, že město neplánuje navštívit, byl odkázán na otázku, z jakého důvodu neplánuje návštěvu města a následně k sociodemografickým otázkám a k ukončení dotazníku.

Z 277 respondentů dotazníkového šetření, kteří znají město Poděbrady, jich toto město navštívilo 74,73 % (207), což je více než polovina. 22,74 % (63) dotazovaných město nenavštívilo, ale v budoucnu by tak chtěli učinit a pouze 2,53 % (7) to vůbec nemají v plánu.

Graf 8 - Turistická atraktivita destinace



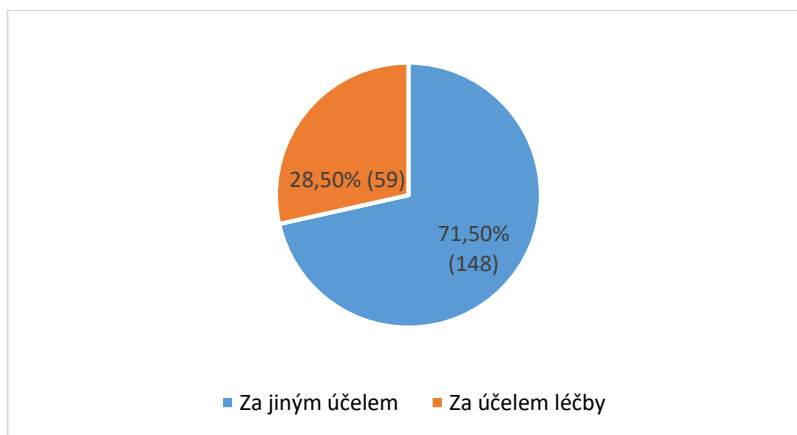
Zdroj: vlastní šetření, 2021

Účel návštěvy

Tato otázka se zaměřovala na účel návštěvy zvolené destinace. Aby bylo dotazníkové šetření relevantní, byla i tato otázka segmentační a po zvolení dané možnosti následoval okruh otázek týkající se daného účelu. Na tuto otázku odpovídalo celkem 207 respondentů (n = 318), neboť to jsou ti, kteří výše odpověděli, že město v minulosti navštívili.

Jak již bylo nastíněno výše, zvolená destinace je specifická svými lázněmi, což odpovídá i odpovědi, že 28,5 % (59) osob toto město navštívilo právě za účelem léčby. Zbytek (71,5 %, 148) destinaci navštívil za jiným účelem. Konkrétní důvod tohoto účelu byl obsahem následující otázky.

Graf 9 - Účel návštěvy



Zdroj: vlastní šetření, 2021

Návštěva destinace za jiným účelem

Za jiným účelem než za účelem léčby navštívilo destinaci celkem 148 osob (n = 318). Tato otázka byla zaměřena na důvody, které vedly respondenty k návštěvě této oblasti. Dotazovaní mohli vybírat z 8 odpovědí, přičemž mohli zvolit maximálně 2 možnosti, proto počet odpovědí neodpovídá počtu respondentů, čemuž nasvědčuje i tabulka č. 4.

Nejčastějším (45,27 %, 67) důvodem návštěvy destinace byl důvod poznání, tedy návštěva turistických aktivit, historie nebo kultura. V podobném množství byla destinace navštívena také za účelem relaxace, kdy si návštěvníci chtěli odpočinout, projít se, nebo pobývat v přírodě. Následně byla nejčastěji zvolena odpověď za účelem turistiky a sportu (23,65 %, 35), z pracovních důvodů (13,51 %, 20), za zábavou (13,51 %, 20), z důvodu návštěvy příbuzných (10,81 %, 16), tranzitu (6,08%, 9) a za účelem nákupů (4,05 %, 6).

Tabulka 4 - Návštěva za jiným účelem

Důvod návštěvy	Absolutní četnost	Relativní četnost
Poznání	67	45,27 %
Relaxace	65	43,92 %
Turistika a sport	35	23,65 %
Práce	20	13,51 %
Zábava	20	13,51 %
Návštěva	16	10,81 %
Tranzit	9	6,08 %
Nákupy	6	4,05 %

Zdroj: vlastní šetření, 2021

Délka pobytu v destinaci za jiným účelem

V následující otázce bylo zjišťováno, jak dlouho v destinaci respondenti pobývali. Nejvíce z nich, tedy 84 (56,75 %) lidí se zdrželo pouze jeden den bez přenocování. Toto může být důvodem toho, že většina odpovídajících osob uvedla, že pochází ze Středočeského kraje nebo z Prahy, což je v dojezdové vzdálenosti Poděbrad a nemají tedy nutnost pobývat zde s přenocováním. Jako druhou možnost v pořadí odpovídající zvolili možnost, že zde pobývali 2 noci, následně 1 noc, více než 3 noci a 3 noci. Absolutní a relativní vyjádření těchto hodnot je zobrazeno v tabulce č. 5.

Tabulka 5 - Délka pobytu za jiným účelem

Počet nocí	Absolutní četnost	Relativní četnost
Bez přenocování	84	56,76 %
2 noci	22	14,86 %
1 noc	16	10,81 %
Více než 3 noci	15	10,14 %
3 noci	11	7,43 %
Celkem	148	100 %

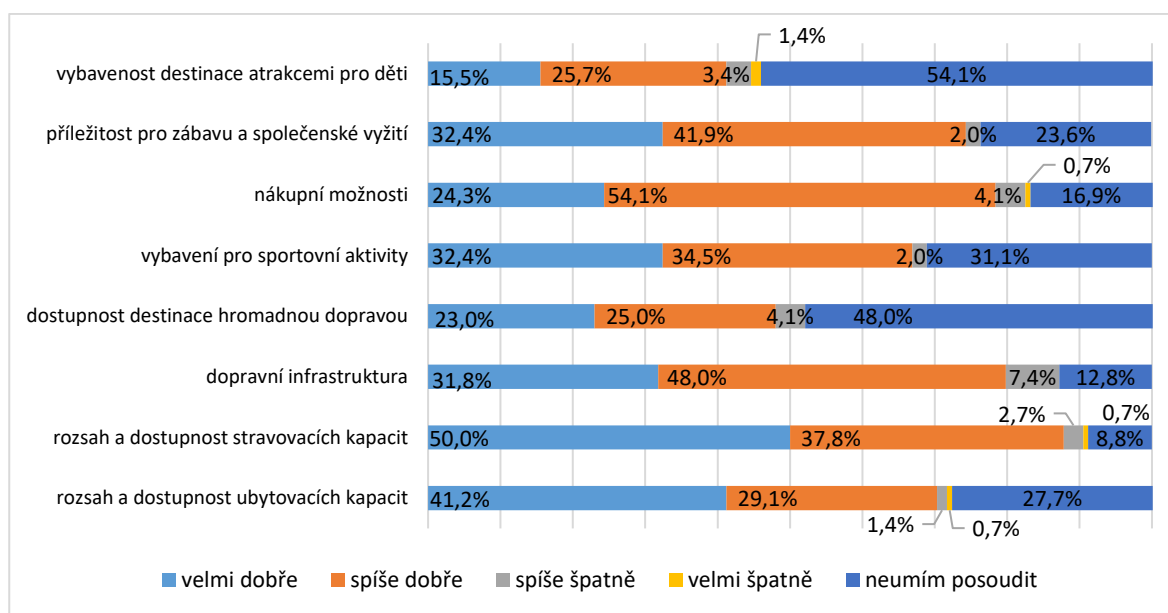
Zdroj: vlastní šetření, 2021

Hodnocení infrastruktury a vybavenost destinace

Dotazovaný se u každé podotázky v této otázce musel rozhodnout pro odpověď na dané škále. Otázka byla zacílena na hodnocení infrastruktury a vybavenost destinace a obsahovala podotázky na téma rozsah a dostupnost ubytovacích kapacit, rozsah a dostupnost stravovacích kapacit, dopravní infrastruktura, dostupnost destinace hromadnou dopravou, vybavení pro sportovní aktivity, nákupní možnosti, příležitost pro zábavu a společenské vyžití a vybavenost destinace atrakcemi pro děti. U každé podotázky bylo na výběr z možností na škále, tj. možnost velmi dobře, spíše dobře, spíše špatně, velmi špatně nebo neumím posoudit.

Rozsah a dostupnost ubytovacích kapacit je hodnoceno jako „velmi dobře“, neboť tak hodnotí 41,20 % (61) osob. Rozsah a dostupnost stravovacích kapacit je hodnoceno 50 % (74) respondentů jako „velmi dobře“ a pouze 8,8 % (13) respondentů toto „neumí posoudit“, z čehož lze vyvodit, že téměř všichni návštěvníci destinace mají zkušenost se stravovacími zařízeními ve městě. Dopravní infrastruktura je hodnocena „spíše dobře“ (48 %, 71). Zde se jedná o parkoviště a silnice, kdy je pravděpodobné, že respondentům nevyhovuje kapacita parkovišť. Z dotazníkového šetření vyplývá, že dostupnost destinace hromadnou dopravou nevyzkoušelo 48 % (71) respondentů, neboť hodnotili jako „neumí posoudit“. Co se týče vybavení regionu pro sportovní aktivity, tak přibližně 1/3 (32,4 %, 48) dotázaných toto hodnotí jako „velmi dobře“, 1/3 (34,5 %, 51) „spíše dobře“ a 1/3 (31,1 %, 46) toto „neumí posoudit“. Nákupní možnosti ve městě jsou hodnoceny převážně (54,1 %, 80) „spíše dobře“, stejně tak jako příležitosti pro zábavu a společenské vyžití (41,9 %, 62). Vybavenost destinace atrakcemi pro děti neumí posoudit 54,1 % (80) respondentů, což může být důsledkem toho, že dotázaní nemají děti, nebo v dané destinaci tyto atrakce neměli možnost/nechtěli vyzkoušet. Pro úplné vyjádření této škálové otázky je uveden graf č. 10.

Graf 10 - Hodnocení infrastruktury a vybavenosti destinace



Zdroj: vlastní šetření, 2021

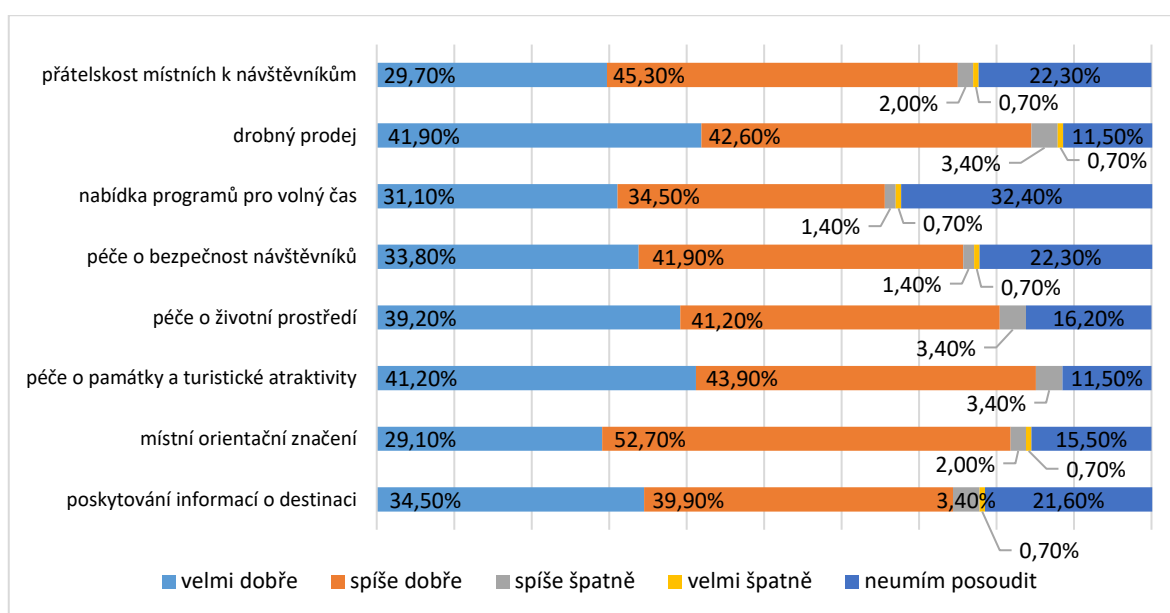
Hodnocení rozvoje cestovního ruchu v dané oblasti

I v této otázce se dotazovaný musel u každé podotázky rozhodnout pro odpověď na dané škále. Otázka byla zacílena na hodnocení rozvoje cestovního ruchu v daných oblastech a obsahovala podotázky na téma poskytování informací o destinaci, místní orientační značení, péče o památky a turistické atraktivity, péče o životní prostředí, péče o bezpečnost návštěvníků, nabídka programů pro volný čas, drobný prodej a přátelkost místních k návštěvníkům. U každé podotázky bylo na výběr z možností na škále, tj. možnost velmi dobře, spíše dobře, spíše špatně, velmi špatně nebo neumím posoudit. Plnohodnotné hodnocení této otázky je uvedeno v grafu č. 11.

Hodnocení rozvoje cestovního ruchu v daných oblastech je všeobecně hodnoceno jako „spíše dobře“, neboť tato odpověď vždy tvoří největší poměrnou část odpovědí v podotázkách. Poskytování informací o destinaci respondenti hodnotí v první řadě (39,9 %, 59) jako „spíše dobře“ a následně (34,5 %, 51) jako „velmi dobře“. Ve stejném pořadí, jen v jiném počtu je hodnoceno i místní orientační značení, kterými jsou například směrovky nebo tabule. Místní orientační značení hodnotilo jako „spíše dobré“ 78 (52,7 %) osob a jako „velmi dobré“ 43 (29,1 %) osob. Péči o památky a turistické atraktivity dotazovaní hodnotí jako „spíše dobré“ (43,9 %, 65), ale s počtem osob 61 (41,2 %) je toto také hodnoceno jako „velmi dobře“. Péče o životní prostředí je hodnocena jako „spíše dobrá“ s počtem 41,2% (61). Bezpečnost návštěvníků je hodnocena taktéž „spíše dobře“ (41,9 %, 62). Nabídka

programů pro volný čas je hodnocena jako „spíše dobrá“ (34,5 %, 51), ale 32,4 %, (48) tedy cca 1/3 osob odpovědělo, že toto neumí posoudit. Další cca 1/3 (31,1%, 46) osob ohodnotila tuto podotázku jako „velmi dobře“. Drobný prodej suvenýrů, občerstvení, nebo stánky ve městě jsou hodnoceny 63 (42,6 %) osobami jako „spíše dobré“, ale 62 (41,9 %) osobami jako „velmi dobré“. Přátelskost místních obyvatel k návštěvníkům neumí posoudit 33 (22,3 %) osob, ale 67 (45,3 %) osob jej hodnotí jako „spíše dobře“.

Graf 11 - Hodnocení rozvoje cestovního ruchu v dané oblasti

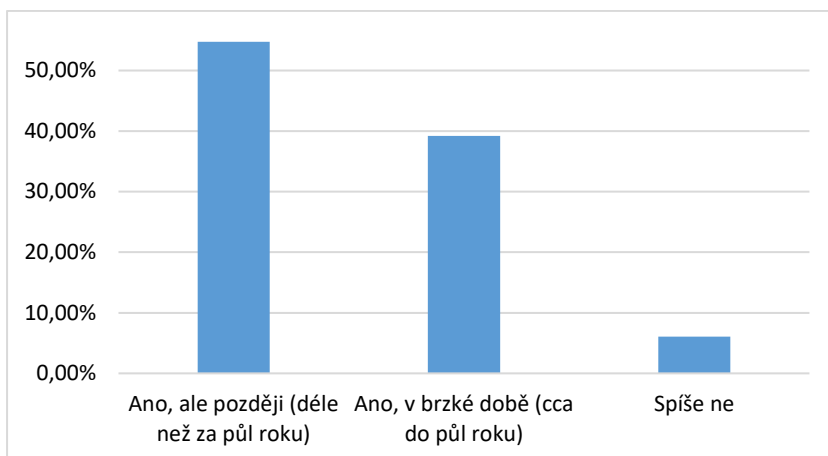


Zdroj: vlastní šetření, 2021

Opakovaná návštěva a doporučení návštěvy ostatním

Poslední dvě otázky pro tento okruh respondentů se týkají opakované návštěvy, kdy je předmětem otázky, jestli dotázaná osoba má v úmyslu opakovaně navštívit destinaci a jestli by návštěvu města doporučila ostatním. 54,73 % (81) osob odpovědělo, že opakovanou návštěvu destinace má v plánu, ale později, což znamená déle než za půl roku. 39,19 % (58) osob plánuje Poděbrady navštívit v brzké době, tedy v čase do půl roku a pouze 6,08 % (9) již destinaci neplánuje navštívit vůbec, což ukazuje graf č. 12. Zároveň 147 (99,32 %) osob tuto destinaci doporučuje k navštívení a pouze 1 (0,68 %) osoba nikoliv.

Graf 12 - Opakovaná návštěva destinace



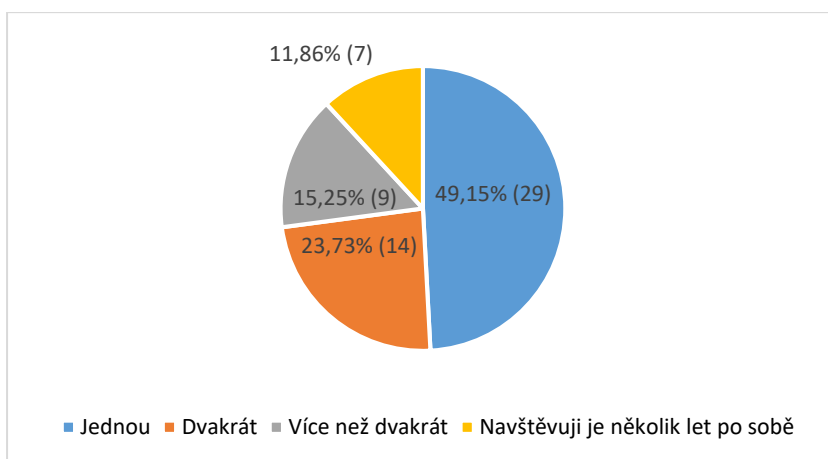
Zdroj: vlastní šetření, 2021

Návštěva destinace za účelem léčby

Za účelem léčby město navštívilo celkem 59 (28,5 %) osob z těch, kteří uvedli, že destinaci znají a že jí navštívili, tedy z 207 osob. V případě této odpovědi respondenti odpovídali na okruh otázek, které souvisejí s jejich pobytem v lázeňském zařízení, přičemž první z nich byla zaměřena na opakovanou návštěvu lázeňského zařízení (grafické znázornění na grafu č. 13).

Většina (49,15 %, 29) odpověděla, že v lázeňském zařízení pobývala jen jednou, 23,73 % (14) dotázaných bylo v lázních dvakrát, 15,25 % (9) lidí je navštívilo více než dvakrát a 7 (11,86 %) osob z celkového počtu navštěvuje lázně několik let po sobě.

Graf 13 - Opakovaná návštěva lázeňského zařízení

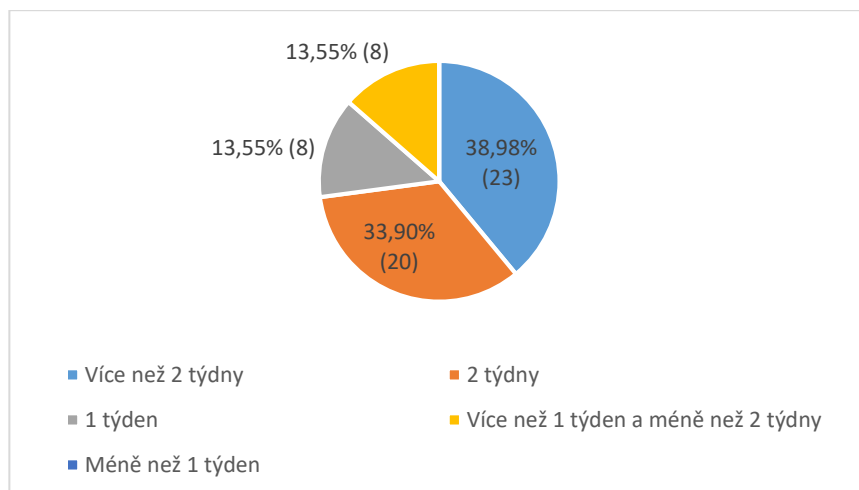


Zdroj: vlastní šetření, 2021

Délka pobytu v lázních

Cílem této otázky bylo zjistit, jak dlouho zde pacienti pobývali, přičemž bylo zjištěno, jak napovídá graf č. 14, že cca 1/3 (38,98 %, 23) v lázních pobývala více než 2 týdny a cca 1/3 (33,90 %, 20) 2 týdny. Stejný počet pacientů (13,55 %, 8) pobývalo v lázních 1 týden a více než 1 týden, ale zároveň méně než 2 týdny. Žádný z respondentů v lázních nepobýval méně než 1 týden.

Graf 14 - Délka pobytu v lázeňském zařízení

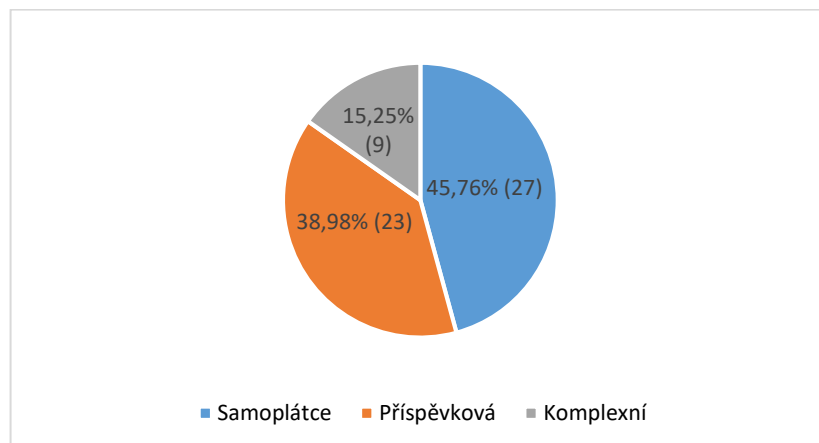


Zdroj: vlastní šetření, 2021

Forma úhrady pobytu

Respondenti byli dotazováni na způsob úhrady pobytu v lázních. Dle grafu níže je patrné, že nejvíce (45,76 %, 27) pacientům byl léčebný pobyt hrazen formou samoplátce, tedy vše si pacient hradil sám. Nejméně (15,25 %, 9) aplikovanou formou úhrady byla forma komplexní úhrady lázeňské péče.

Graf 15 - Forma úhrady lázeňské péče

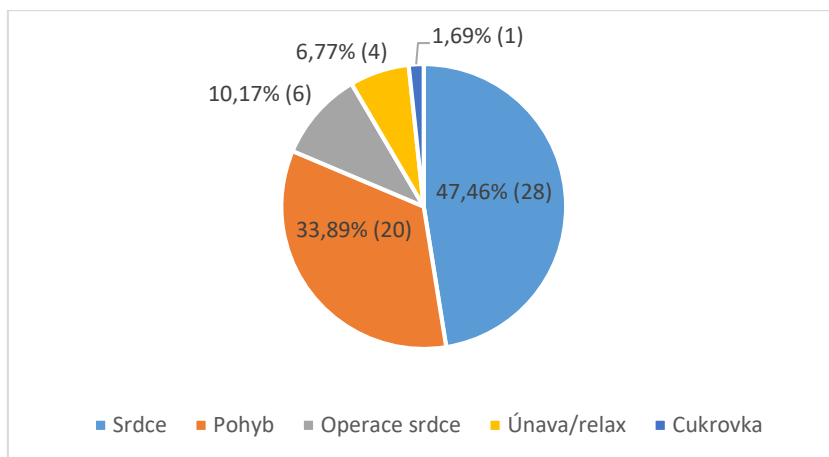


Zdroj: vlastní šetření, 2021

Důvod a výsledek léčby

Cílem těchto dvou otázek bylo zjistit, s jakými problémy se dotázaná osoba v lázních léčila a jaký byl výsledek léčebných procesů. Výsledkem bylo zjištění, kterému odpovídá graf č. 16, že nejvíce (47,46 %, 28) osob se v lázních léčilo se srdcem, následně s pohybem (33,89 %, 20), s operací srdce (10,17 %, 6), s problémy s únavou (6,77 %, 4) a nejméně (1,69 %, 1) s cukrovkou.

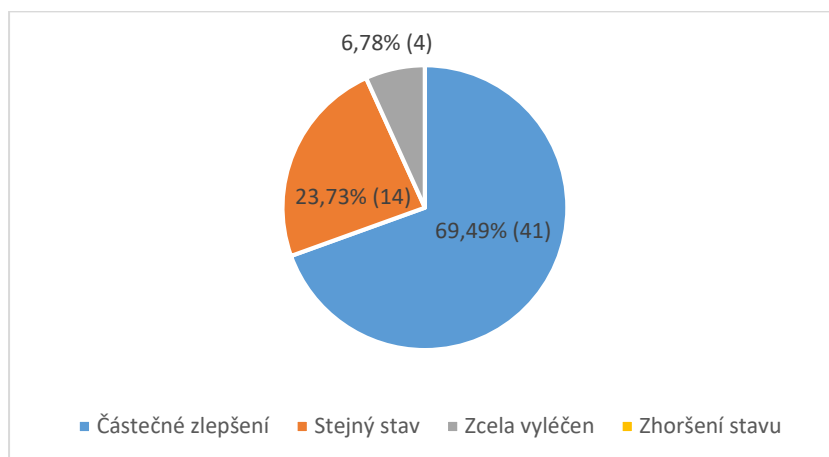
Graf 16 - Důvod léčby



Zdroj: vlastní šetření, 2021

Z hlediska výsledku léčby bylo nejčastější (69,49 %, 41) odpovědí, že se zdravotní stav pacienta částečně zlepšil nebo že zdravotní stav pacienta zůstal stejný (viz graf č. 17), a to v případě 14 (23,73 %) pacientů. Zcela vyléčeno bylo 6,78 % (4) pacientů a zhoršení stavu nenastalo u žádného pacienta.

Graf 17 - Výsledek léčby



Zdroj: vlastní šetření, 2021

Zvolený způsob ubytování

Způsob ubytování v destinaci byl zjišťován pomocí následující otázky. V níže uvedené tabulce je vidět, že nejčastěji (74,58 %, 44) respondenti volili léčebný dům, a poté penzion (11,86 %, 7). Další v pořadí nejčastěji voleným ubytováním je soukromé ubytování a hotel, které jsou na stejném místě a ve stejném počtu (6,78 %, 4).

Tabulka 6 - Zvolený způsob ubytování

Ubytování	Absolutní četnost	Relativní četnost
Léčebný dům	44	74,58 %
Penzion	7	11,86 %
Soukromé ubytování	4	6,78 %
Hotel	4	6,78 %
Celkem	59	100 %

Zdroj: vlastní šetření, 2021

Doporučení k pobytu v lázních

Tato otázka byla zaměřena na to, kdo respondentovi, který navštívil lázeňské zařízení, návštěvu doporučil. Nejčastěji (50,84 %, 30) pacient získal doporučení od svého ošetřujícího lékaře nebo od přátel (18,64 %, 11). Poté často (13,56 %, 8) získal doporučení od rodiny nebo si pobyt v lázních vyhledal sám (6,78 %, 4), případně jej doporučila pojišťovna (6,78 %, 4). V tabulce č. 7 je také vidět, že v ojedinělých případech byl pobyt doporučen cestovní kanceláří (3,39 %, 2). Z respondentů, kteří se účastnili léčby v Poděbradech, žádný neodpověděl, že mu byla léčba doporučena prostřednictvím médií.

Tabulka 7 - Doporučení k pobytu

Doporučení	Absolutní četnost	Relativní četnost
Ošetřující lékař	30	50,85 %
Přátelé/známý/známá	11	18,64 %
Rodina	8	13,56 %
Sám/sama	4	6,78 %
Pojišťovna	4	6,78 %
Cestovní kancelář	2	3,39 %
Média (TV, rádio, tisk)	0	0
Celkem	59	100 %

Zdroj: vlastní šetření, 2021

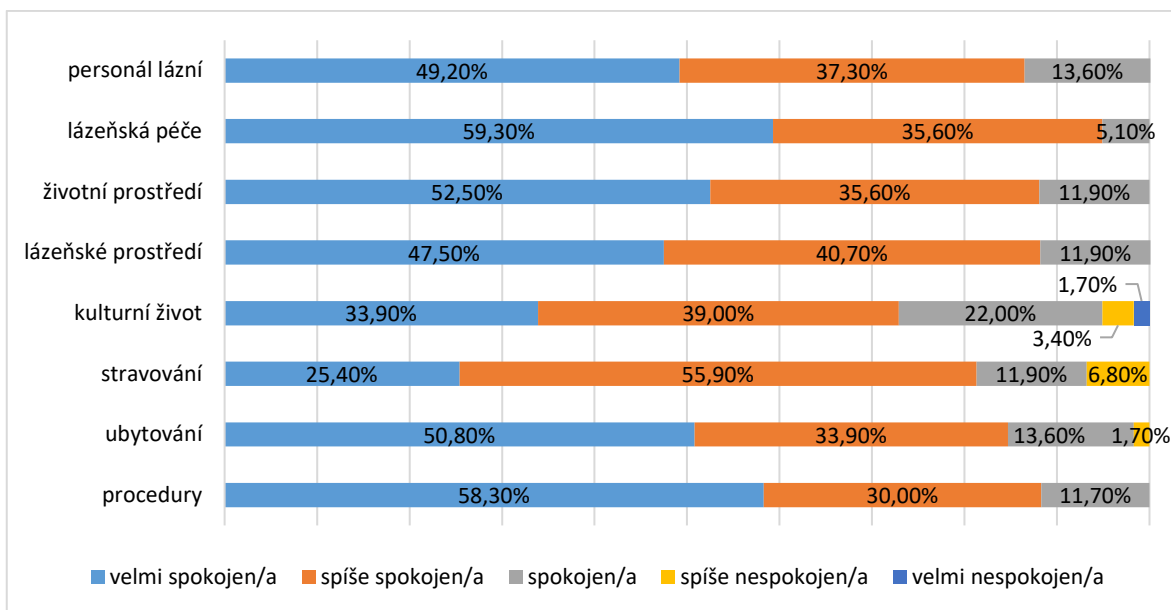
Hodnocení spokojenosti

U této otázky se respondent musel rozhodnout pro odpověď na dané škále. Otázka byla zacílena na spokojenost jeho pobytu v lázeňském zařízení. Respondent byl tázán na spokojenost ohledně procedur, ubytování, stravování, kulturního života, lázeňského prostředí, životního prostředí, lázeňské péče a personálu lázní. U každé podotázky bylo na výběr z možností na škále, tj. možnost velmi spokojen/a, spíše spokojen/a, spíše nespokojen/a, velmi nespokojen/a.

Jak je patrné z grafu č. 18, dotázané osoby jsou převážně velmi spokojeni, případně spíše spokojeni se službami, které jim jsou poskytovány v průběhu jejich lázeňského pobytu. Odpověď spíše nespokojen/a byla zvolena pouze u stravovacích a ubytovacích služeb a u kulturního života, přičemž odpověď velmi nespokojen/a byla zvolena pouze v případě u kulturního života.

Návštěvníci lázní byli s procedurami v lázních ve většině (58,3 %, 35) případech velmi spokojeni. Žádný z návštěvníků neuvedl, že by s procedurami nebyl spokojen. S ubytováním bylo velmi spokojeno 30 (50,8 %) lidí, spíše spokojeno 33,9 % (20), spokojeno 13,6 % (8) a spíše nespokojena byla pouze 1 osoba (1,7%). Pacienti lázeňského zařízení byli se stravováním spíše spokojeni (55,9 %, 33), neboť tuto možnost zvolilo nejvíce z dotázaných. Následně bylo stravování hodnoceno jako „velmi spokojen/a“, kdy tak odpovědělo 25,4 % (15) lidí. Spokojeno bylo 11,9 % (7) osob a spíše nespokojeno 6,8 % (4). Hodnocení spokojenosti s kulturním životem v lázních obsahuje všechny možnosti odpovědi na dané škále, tedy velmi spokojeni bylo 33,9 % (20), spíše spokojeno 39 % (23), spokojeno 22% (13), spíše nespokojeno 3,4 % (2) a velmi nespokojeno jen 1,7 % (1). Lázeňské a životní prostředí bylo hodnoceno téměř identicky. V případě lázeňského prostředí bylo velmi spokojeno 47,5 % (28) návštěvníků, spíše spokojeno 40,7 % (24) a spokojeno 11,9 % (7) osob. S životním prostředím v dané destinaci bylo velmi spokojeno 52,5 % (31), spíše spokojeno 35,6 % (21) a spokojeno 11,9 % (7). Co se týče personálu lázní, tak s ním návštěvníci taktéž byli jen spokojeni, neboť nebyla uvedena odpověď, že by někdo spokojen nebyl. 49,2 % (29) osob bylo s personálem velmi spokojeno, 37,3 % (22) spíše spokojeno a 13,6 % (8) spokojeno.

Graf 18 - Hodnocení spokojenosti s danou službou



Zdroj: vlastní šetření, 2021

Doporučení léčby ostatním

Poslední otázkou, týkající se lázeňského pobytu v Poděbradech, byla otázka, jestli by respondent doporučil léčebný pobyt i ostatním pacientům. Z dotazníkového šetření vyplývá, že drtivá většina (98,33 %, 59) léčbu v lázních ostatním doporučuje a jedna (1,67 %) osoba nikoliv.

Potencionální důvod návštěvy destinace

Následující okruh otázek se týkal pouze osob, kteří odpověděli, že město Poděbrady sice znají, ale zatím jej nenavštívili, ačkoliv to v budoucnu plánují. Cílem těchto otázek bylo zjistit, jaké preference potencionální návštěvníci mají a co by zvolili, pokud by měli na výběr. Tyto otázky se tedy týkají 63 respondentů (n = 318).

V otázce, která se zabývala potencionálním důvodem návštěvy destinace, odpovídající mohli volit z několika odpovědí, přičemž měli možnost zvolit maximálně 3 možnosti.

Nejvíce (42,86 %, 27) potencionálních návštěvníků by do destinace přijelo za účelem poznání, neboli poznávací turistiky (za návštěvou památek). Jako druhý účel v pořadí (36,51 %, 23) by volili péči o fyzickou kondici, tedy rehabilitace, wellness, lázně. Více lidí byl také zvolen důvod pěší turistiky (33,33 %, 21) a lázeňského prostředí (30,16%, 19). Stejný počet respondentů (17,46 %, 11) by zvolili jako důvod návštěvy poznání místních způsobů života a cykloturistiku a 15,87 % (10) osob by jelo do destinace za návštěvou

kulturních akcí. Ostatní účely návštěvy byly voleny pouze v řádu jednotek osob, čemuž nasvědčuje tabulka č. 8.

Tabulka 8 - Potencionální důvod návštěvy

Důvod návštěvy	Absolutní četnost	Relativní četnost
Poznávací turistika	27	42,86 %
Péče o fyzickou a duševní kondici	23	36,51 %
Pěší turistika	21	33,33 %
Lázeňská atmosféra	19	30,16 %
Poznání místních způsobů života	11	17,46 %
Cykloturistika	11	17,46 %
Návštěva kulturních akcí	10	15,87 %
Koupání, vodní sporty	6	9,52 %
Společenský život a zábava	4	6,35 %
Jiný aktivní sport, který provozujete	3	4,76 %
Návštěva sportovních akcí	1	1,59 %

Zdroj: vlastní šetření, 2021

Potencionální ubytovací zařízení

Pokud by potencionální návštěvníci zavítali do města Poděbrady, zvolili by převážně pobyt bez přenocování (23,81%, 15), jak je vidět v tabulce č. 9. V případě, že by chtěli v destinaci přenocovat, vybrali by si apartmán nebo 2* hotel (příp. 3* hotel), a to ve stejném počtu preferencí (22,22 %, 14). Někteří by také zvolili penzion (17,46 %, 11), ten nejlepší hotel ve městě (12,7 %, 8) nebo jedna osoba (1,59 %) by zvolila kemp.

Tabulka 9 - Potencionální druh ubytování

Druh ubytování	Absolutní četnost	Relativní četnost
Bez přenocování	15	23,81 %
Apartment	14	22,22 %
2* nebo 3* hotel	14	22,22 %
Penzion	11	17,46 %
4* nebo 5* hotel	8	12,70 %
Kemp	1	1,59 %
Celkem	63	100 %

Zdroj: vlastní šetření, 2021

Potencionální využitý dopravní prostředek

V případě, že by respondent chtěl navštívit místo, použil by jako dopravní prostředek téměř vždy (74,6 %, 47) vlastní dopravu, níže je tato skutečnost podložena tabulkou č. 10. Toto může být způsobeno tím, že respondenti, kteří uvažují v budoucnu o návštěvě

destinace, nemusejí být z bezprostřední blízkosti a je pro ně proto tato doprava nejlepší volbou. Část respondentů (15,87 %, 10) by využilo vlak a jen 4,76 % (3) autobus. Kolo by využily pouze 2 (3,17 %) osoby, což může souviset s tím, že se jejich bydliště nachází velmi blízko destinace. Specifickým dopravním prostředkem je karavan, který by zvolila jen jedna osoba (1,59%).

Tabulka 10 - Potencionální dopravní prostředek

Doprava	Absolutní četnost	Relativní četnost
Vlastní	47	74,60 %
Vlak	10	15,87 %
Autobus	3	4,76 %
Kolo	2	3,17 %
Karavan	1	1,59 %
Celkem	63	100 %

Zdroj: vlastní šetření, 2021

Důvod nezájmu o destinaci

V případě, že respondent na začátku dotazníkového šetření odpověděl, že sice zná destinaci Poděbrady, ale nenavštívil ji a ani to v budoucnu neplánuje, netýkaly se ho předchozí otázky, ale byl přsměrován k otázce, z jakého důvodu destinaci neplánuje navštívit. V tabulce níže je vidět, že ze 7 respondentů, kteří odpověděli, že destinaci navštívit nechtějí, je důvodem vzdálenost u 5 (71,43 %) z nich. Za nedostatek atraktivit v destinaci a nezajímavou image destinace mají vždy po jednom respondentovi (14,29 %).

Tabulka 11 - Důvod nezájmu o destinaci

Důvod	Absolutní četnost	Relativní četnost
Vzdálenost	5	71,43 %
Nedostatek atraktivit	1	14,29 %
Nezajímavá image	1	14,29 %
Celkem	7	100 %

Zdroj: vlastní šetření, 2021

4.5 Ukazatele intenzity

Uvedené údaje jsou použity pro destinaci Poděbrady. Při níže uvedených výpočtech bude pracováno s daty uvedenými na stránkách ČSÚ pro období od 2012 do 2019 (vdb.czso.cz, 2021a; 2021b).

Na zkoumanou oblast budou používány níže uvedené ukazatele intenzity cestovního ruchu. Tyto ukazatele se snaží zachytit vztah mezi cestovním ruchem a zkoumanou destinací a jsou počítány dle vzorců, které jsou uvedeny v kapitole č. 2.2.

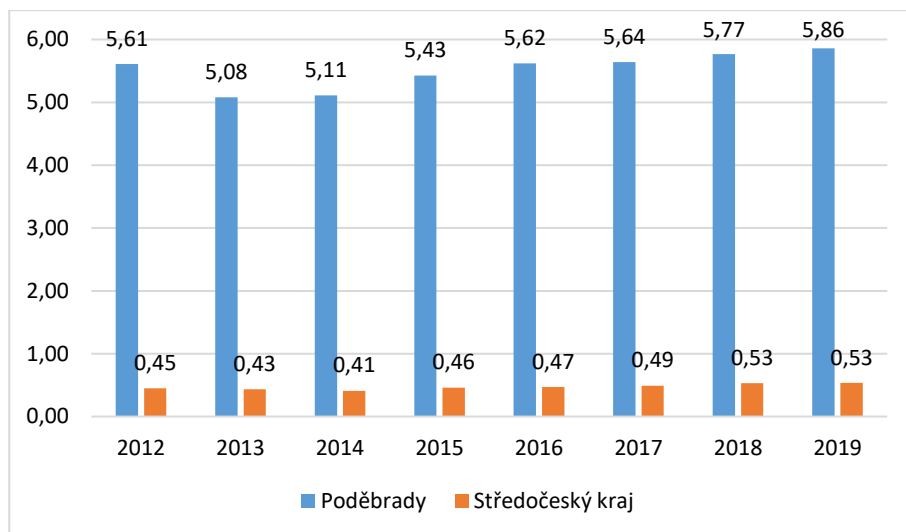
Níže uvedené ukazatele intenzity cestovního ruchu zachycují vztah mezi CR a destinací, přičemž ve statistické databázi jsou evidovány pouze data turistů, kteří pobývají v placených ubytovacích zařízeních, čímž mohou být výsledky podhodnoceny.

Míra turistické penetrace (TPR – tourist penetration rate)

Jedná se o poměr mezi počtem dní strávených turisty v dané oblasti za rok a počtem dní strávených v oblasti zdejšími obyvateli (Pásková a Zelenka, 2002). Z níže uvedené funkce se vyčte průměrné množství turistů nacházejících se v dané oblasti na 100 obyvatel sledované destinace.

Z grafu č. 19 je patrné, že Poděbrady značně vykazují vyšší míru turistické penetrace než Středočeský kraj. Od roku 2014 míra turistické penetrace v obou destinacích nepřetržitě roste. V Poděbradech se nachází průměrně 5,51 turistů na 100 místních obyvatel, zatímco ve středočeském kraji to je průměrně jen 0,47.

Graf 19 - Míra turistické penetrace sledované oblasti za období 2012 - 2019



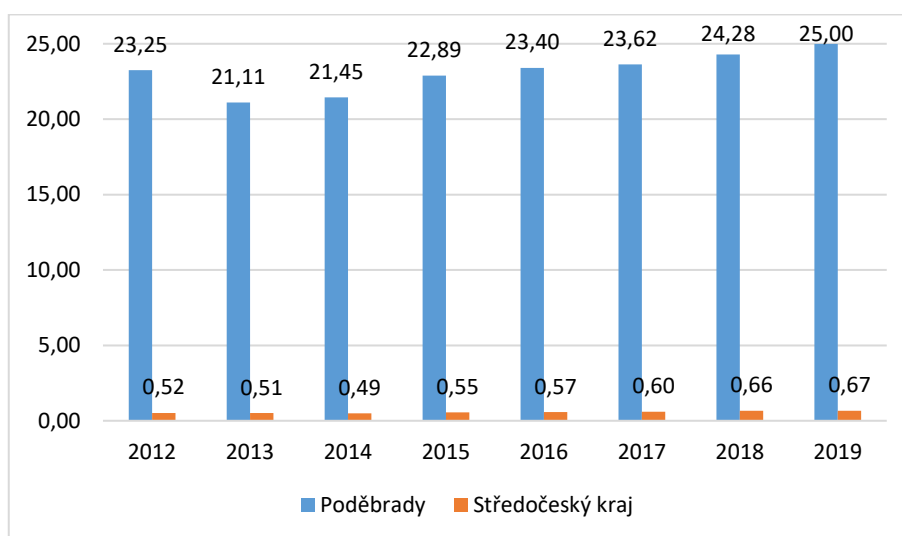
Zdroj: vlastní výpočty a zpracování dle vdb.czso.cz, 2021a; 2021b

Hustota výskytu turistů (TDR – tourist density ratio)

Tato hodnota ukazuje poměr mezi počtem dní, kteří strávili návštěvníci v dané oblasti a plochou oblasti. Výsledný výsledek je přepočítán na jeden den (Pásková a Zelenka, 2002). Touto funkcí je zobrazeno množství návštěvníků, kteří se nachází v dané oblasti na 1 km².

Níže uvedený graf ukazuje, že lázeňská destinace Poděbrady je zatížena mnohonásobně více než Středočeský kraj. Obě destinace však mají růstovou tendenci, a to od roku 2014. V letech 2012 – 2013 míra hustoty výskytu turistů v obou destinacích klesala. Výsledná hodnota znázorňuje, že na 1 km² v Poděbradech se průměrně vyskytuje 23,13 návštěvníků a ve Středočeském kraji se vyskytuje průměrně 1 návštěvník (vypočtená hodnota je 0,57). Lze konstatovat, že velký rozdíl mezi destinacemi souvisí s velkým rozdílem rozlohy dané oblasti.

Graf 20 - Míra hustoty turistů sledované destinace za období 2012 – 2019



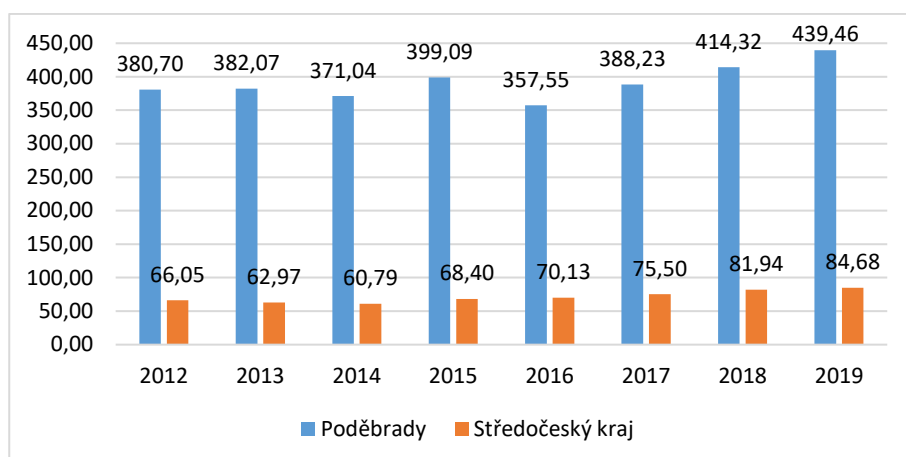
Zdroj: vlastní výpočty a zpracování dle vdb.czso.cz, 2021a; 2021b

Míra turistické intenzity (TIR – tourist intensity rate)

Znázorňuje podíl návštěvníků a místních obyvatel v oblasti (Pásková a Zelenka 2002). Funkce znázorňuje množství turistů, nacházejících se v oblasti na 100 obyvatel za jeden rok.

Míra turistické intenzity v Poděbradech za období 2012 – 2019 kolísala (viz graf č. 21), přičemž v období 2012 – 2013 byl v destinaci mírný nárůst a následující rok pokles. V období 2014 – 2015 míra turistické intenzity zase vzrostla, přičemž v období 2015 – 2016 výrazně poklesla. Od roku 2016 úroveň turistické intenzity jen roste. Míra turistické intenzity ve Středočeském kraji má od roku 2012 do roku 2014 klesající tendenci a od 2014 oblast vykazuje růst, ačkoliv není tak významný jako růst turistické intenzity za poslední období v Poděbradech. Výsledkem tohoto výpočtu je, že v Poděbradech se nacházelo v daném období průměrně 391,56 turistů na 100 obyvatel za rok a ve Středočeském kraji tato hodnota činí 71,31 turistů na 100 obyvatel za rok.

Graf 21 - Míra turistické intenzity ve sledované destinaci za období 2012 – 2019



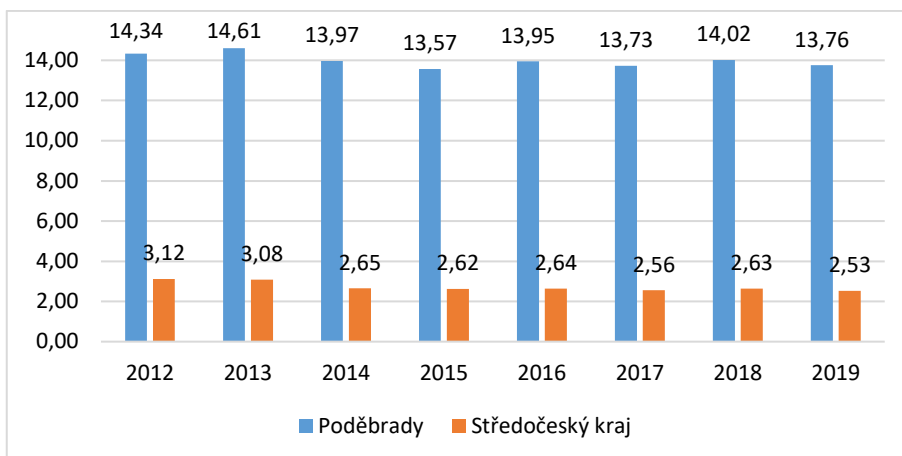
Zdroj: vlastní výpočty a zpracování dle vdb.czso.cz, 2021a; 2021b

Defertova funkce (TF – Defert tourist funktion rate)

Tato funkce vyjadřuje intenzitu turistické činnosti ve sledované oblasti jako poměr navštěvující a navštěvované populace. Hodnoty Defertovy funkce jsou rozřazeny dle stupnice míry turistické intenzity, přičemž hodnoty menší než 4 značí téměř žádnou turistickou aktivitu. Hodnoty 4 – 10 definují nevýraznou turistickou aktivitu, 10 – 40 výraznou, ale nepřevažující, hodnoty 40 – 100 jsou definovány jako převážně turistická destinace, hodnoty 100 – 500 jako významná destinace a hodnoty větší než 500 se považují za hyperturistickou destinaci. (Pásková a Zelenka, 2002). Výše uvedená funkce znázorňuje, jaké množství lůžek v dané oblasti připadá na 100 obyvatel oblasti.

Dle grafu č. 22 je v Poděbradech hodnota Defertovy funkce kolísavá, přičemž opakovaně roste a klesá. Vzhledem k tomu, že lázeňské město Poděbrady má 95násobně nižší počet obyvatel než Středočeský kraj, přičemž počet lůžek v Poděbradech je cca 2 000, zatímco ve Středočeském kraji je to cca 36 000, vykazuje hodnota Defertovy funkce v Poděbradech 14, a to průměrně za období 8 let. Znamená to tedy, že v Poděbradech se nachází průměrně 14 lůžek na 100 obyvatel, zatímco ve Středočeském kraji je to průměrně 2,73 lůžek na 100 obyvatel. Dle intervalů této funkce patří Poděbrady do území s významnou, ale nepřevažující funkcí cestovního ruchu a Středočeský kraj patří do turistické oblasti, kde není téměř žádná turistická aktivita.

Graf 22 - Hodnoty Defertovy funkce vybrané destinace za období 2012 – 2019



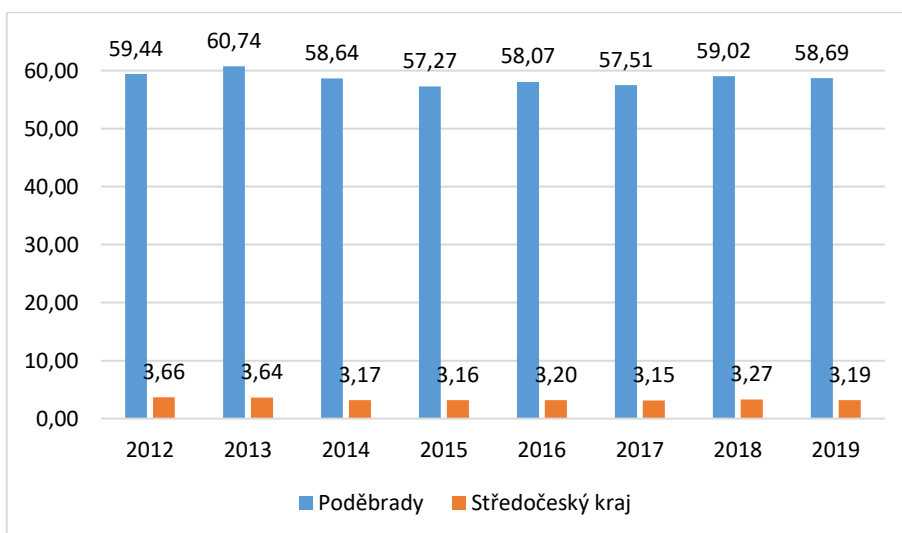
Zdroj: vlastní výpočty a zpracování dle vdb.czso.cz, 2021a; 2021b

Index turistického zatížení území (TL – impact of tourism activities on the locality)

Znázorňuje kapacitu ubytovacích zařízení v dané oblasti. Index tedy zobrazuje, kolik lůžek se nachází v dané oblasti na 1 km².

Zatížení destinace Poděbrady je výrazně vyšší než Středočeského kraje. Obecně lze říci, že pokud dojde ke snížení počtu lůžek, dojde i ke snížení této hodnoty. Průměrně se za sledované období v Poděbradech vyskytuje 58,67 lůžek na 1 km², zatímco ve Středočeském kraji to je 3,31 lůžek na 1 km². Toto je znázorněno na grafu č. 23.

Graf 23 - Index turistického zatížení sledované destinace za období 2012 – 2019



Zdroj: vlastní výpočty a zpracování dle vdb.czso.cz, 2021a; 2021b

5 Výsledky a doporučení

Tato kapitola je rozdělena do dvou částí, přičemž první část se věnuje zhodnocení výsledků práce a diskuzi, zejména vyhodnocení potenciálu sledované destinace cestovního ruchu a provedeného dotazníkového šetření, které se zabývá znalostí dané destinace. Následně je pomocí syntézy informací z použitých metod vypracováno doporučení ke zlepšení návštěvnosti destinace.

5.1 Zhodnocení výsledků a diskuze

Potenciál zvolené destinace byl vyhodnocen na základě Biny (2002). Při stanovení tohoto potenciálu došlo k zařazení destinace do zóny potenciálu.

Nejprve byla charakterizována destinace obecně, přičemž tyto charakteristiky byly následně zařazeny do stupňů, které určují bodové hodnocení dle jednotlivých kritérií. Ze získaných informací vyplývá, že destinace Poděbrady má velmi vysoký potenciál, neboť disponuje celkovým počtem 149 bodů. Oblast je vhodná k rekreaci u vody, kterou nemusí být nutně myšleno jen řeka Labe, ale nachází se zde i jezero, které je v letních měsících hojně navštěvováno jak místními, tak lidmi z okolních měst. Zároveň je destinace velmi dobře hodnocena z hlediska kulturně historických památek, muzeí a kulturních akcí, ale také především z hlediska lázeňské funkce. Na druhou stranu destinace neobsahuje žádné místo, které by bylo vhodné pro zimní sporty, horolezectví nebo závěsné létání a vzhledem k nízkému počtu lesů není vhodná ani pro rekreaci typu lesy/hory.

Cílem provedeného dotazníkového šetření bylo odhalit znalost destinace samotnými účastníky trhu cestovního ruchu. Vzhledem k tomu, že se jedná o lázeňské město s velmi vysokým potenciálem, velká část respondentů destinaci zná, a to pod klíčovými slovy lázně, Poděbradka, kolonáda, minerální pramen a další. Z respondentů, kteří destinaci znají, jich Poděbrady navštívilo téměř 75 % a téměř 23 % by destinaci chtělo navštívit v budoucnu, což je pro zvolenou destinaci příznivý výsledek, neboť zde existuje množství potenciálních účastníků cestovního ruchu, kteří destinaci nenavštívili, a je možné na ně zacílit.

Respondenti, kteří destinaci navštívili, přijeli nejčastěji kvůli poznání destinace, relaxaci, turistice nebo kvůli zábavě. Druhá část respondentů se sem přijela léčit se zdravotními potížemi. Lázně Poděbrady jsou totiž velkým lákadlem této destinace, a to jak pro potenciální účastníky, kteří zde chtějí absolvovat léčebný pobyt, nebo jen relaxovat

v prostředí s lázeňskou atmosférou. V případě, že se zde rozhodnou absolvovat léčebný pobyt, tak je to zejména z důvodu léčby srdce, neboť tomu odpovídá i slogan lázní, tedy „Na srdce jsou Poděbrady!“.

Způsob dopravy do destinace je většinou vlastní doprava (automobil), což je příznivé zejména z důvodu vysoké flexibility a mnoha možností, které osobní automobilová doprava nabízí. Destinace ale může trpět tím, že není vybavena dostatečným počtem parkovacích míst. Z dotazníkového šetření také vyplývá, že městskou hromadnou dopravu účastníci cestovního ruchu v této destinaci téměř nevyužívají.

Velmi příznivé pro destinaci je, že se návštěvníci chtějí v budoucnu do destinace vrátit, a to v 90 %. Příznivá je i délka jejich pobytu, která se pohybuje od 1 noci až po více jak 3 noci. Ze zkušeností návštěvníků lze konstatovat, že destinace má potenciál být oblíbenou lokalitou pro aktivní turisty se zájmem o kulturu, čemuž by bylo vhodné přizpůsobit místní nabídku služeb. Ryglová, Vajčnerová a Šácha (2016) analyzovali, co preferují čeští turisté při volbě cílové destinace. Z jejich šetření vyplynulo, že pro obyvatele ČR je velmi podstatným kritériem při volbě cílové destinace jejich bezpečnost a čistota, které vedou k loajalitě návštěvníků. Mezi další významná kritéria se řadí přírodní atraktivita, úroveň a ceny poskytovaných služeb a dostupnost do destinace. Nejmenší roli pak mají kritéria, jako jsou např. lokální doprava a respektování udržitelnosti místní samosprávou.

Česká republika se řadí mezi bezpečné lokality. Počet registrovaných trestných činů v okrese Nymburk, kam patří město Poděbrady, má dlouhodobě klesající tendenci. V roce 2019 bylo v celém okrese zaznamenáno 1 263 trestných činů, ze kterých byla většina tvořena obecnou a hospodářskou kriminalitou (vdb.czso.cz, 2021c). Lze tedy konstatovat, že zvolená destinace splňuje požadavky bezpečnosti, čistoty i dostatku přírodních atraktivit.

Luštický a Musil (2017) považují jako nejvýznamnější pro rozvoj CR ekonomické dopady, kterými jsou například investiční příležitosti, vznik pracovních míst a příjmy pro rezidenty a místní správy. Zaměření se na sociální, kulturní a environmentální dopady by taktéž mělo být nedílnou součástí politiky CR. Tomuto odpovídá, že zvolená destinace se angažuje v rozvoji cestovního ruchu zkvalitňováním poskytovaných služeb a infrastruktury, k čemuž se pojí především výstavba cyklostezek nebo investice do opravy kulturních památek. Z hlediska environmentálních dopadů se snaží udržovat zeleň v oblasti a ve město se nachází i mnoho velkých zaměstnavatelů. Mezi největší zaměstnavatele oblasti patří

například Lázně Poděbrady, a.s., Autosalon Louda, Poděbradka, a.s., nebo Crystal BOHEMIA, a.s. (uur.cz, 2021).

Co se týče propagace dané destinace, nejvíce využívanou metodou je propagace prostřednictvím internetových stránek. Na svých oficiálních internetových stránkách www.mesto-podebrady.cz prezentují město od aktuálních akcí, až po památky a úřední záležitosti. Nedílnou součástí propagace jsou také internetové stránky lázeňského zařízení Poděbrady, a.s. Tyto webové stránky (www.lazne-podebrady.cz) prezentují nejen lázně, ale i téměř veškeré produkty destinace. Webové stránky podávají důležité informace o aktuálním dění nejen v lázních, o nabízených procedurách, ale i o možnostech trávení volného času. Destinace také využívá sociální sítě, jako je Facebook, Instagram nebo Twitter. Jako propagace destinace lze také považovat uskutečňované domácí a lázeňské veletrhy a další kulturní akce, kterými jsou např. Zahájení motocyklové sezóny Harley-Davidson Clubu Praha nebo Mezinárodní chodecké závody. Poděbrady uskutečňují propagaci také formou podpory prodeje, kdy jsou nabízeny pobytové balíčky lázní s cenovým zvýhodněním, pokud jsou uskutečněny mimo hlavní sezónu. Propagace destinace probíhá i prostřednictvím slevových portálů nebo v rádiu. V minulosti proběhla propagace destinace i v pořadu Toulavá kamera na České televizi.

Na základě výše uvedeného je možné říci, že destinace má velmi dobrý potenciál s vysokou úrovní hodnocených služeb a vzhledem k výsledkům dotazníkového šetření je zde stále prostor pro zvýšení návštěvnosti destinace, a to především zacílením na obyvatele, kteří destinaci vůbec neznají nebo kteří destinaci znají, ale prozatím ji nenavštívili.

5.2 Doporučení

V následující kapitole budou zpracovány návrhy a doporučení, která by mohla přispět ke zlepšení atraktivity a propagace sledované destinace pro potencionální účastníky cestovního ruchu. Tato doporučení jsou rozdělena do čtyř následujících kategorií.

1) Propagace na sociálních sítích a v televizi

Sociální sítě cílí na mladší generaci, a protože lze konstatovat, že z výsledků dotazníkového šetření v návštěvnosti destinace není dostatečně zastoupena mladší generace, byla by tato forma propagace taktéž vhodná. Mladší generace by zde našla své vyžití zejména ve sportovních aktivitách, které jsou dalším doporučením ke zvýšení atraktivity. Jak je již výše uvedeno, destinace již využívá některé sociální sítě, ale tuto komunikaci

autorka považuje za nedostatečnou a to především z toho důvodu, že obsah na Instagramu neodpovídá kvalitě destinace a například fotografie z destinace jsou přidávány v nelichotivé kvalitě, což značně ubírá na touze po poznání potencionálních účastníků cestovního ruchu. Proto je doporučeno zvýšení aktivity prostřednictvím těchto médií, což by vzhledem ke skutečnosti, že sociální sítě jsou v dnešní době jedním z vysoce efektivních zdrojů komunikace, vedlo k oslovení většího počtu potenciálních zákazníků. Ačkoliv reklama v televizi je jednou z nejdražších forem propagace, jejím vhodným zpracováním lze zacílit na největší skupinu potencionálních návštěvníků, a to zejména na starší věkovou kategorii.

2) Rozšíření nabídky v rámci produktu

Relaxační „poCOVID“ pobyt

V současné době, kdy nelze volně cestovat do zahraničí, obyvatelé ČR upřednostňují tuzemské cestování. Tohoto by destinace mohla využít i vzhledem k tomu, že má velmi dobrou technickou základnu (lázně) pro realizaci relaxačního pobytu. Mohlo by dojít k vytvoření pobytového balíčku, který by byl zaměřen na odpočinek a relaxaci například po prodělání nemoci. Případně by pobytový balíček mohl být zaměřen na zlepšení psychické kondice po této náročné době potencionálního účastníka cestovního ruchu.

Před odevzdáním diplomové práce bylo zjištěno, že tento návrh již destinace zahrnula do své nabídky produktů. Produkt nese název „Pobyt po Covid-u 19“ a je zaměřen na osoby, které prodělaly onemocnění a stále se necítí fit (lazne-podebrady.cz, 2021b).

Pobyt zaměřený na zdravý životní styl

Vzhledem k tomu, že zájem o zdravotní životní styl stále roste, mohl by vzniknout pobytový balíček, který by byl určen klientům, kteří se zajímají o udržování a zlepšování fyzické kondice a chtějí si osvojit návyky, které propojují aktivní styl života se správnou výživou. Navrhovaný balíček by mohl obsahovat služby ubytování, sestavení jídelníčku na míru, vstupní lékařské vyšetření, změření tělesných parametrů, rozbor současných návyků týkajících se zdravé výživy a určitý počet procedur dle vlastního výběru, případně poukaz k návštěvě některé pozoruhodnosti.

Gastrovíkend

Protože k cestování patří i gastronomický zážitek, je dalším navrhovaným doporučením uskutečnění pobytu, který se soustředil zejména na výjimečné jídlo a kvalitní víno, připravované gastronomickou ikonou. Mohlo by být servírováno degustační menu, k čemuž by patřila i degustace vín. Vše by mohlo probíhat s odborným výkladem. Vzhledem

k lázeňské destinaci by součástí pobytu byla i procedura dle vlastního výběru, která by zajistila víkendovou relaxaci.

3) Sportovní aktivity

Protože z dotazníkového šetření také vyplynulo, že důvodem návštěvy je ve většině případech návštěva oblasti za účelem sportovního vyžití, neboť z důvodu rovinaté polohy tato oblast přímo vybízí ke sportovním aktivitám, jako jsou in-line bruslení, cyklistika, pěší turistika. Dalším doporučením je, že by destinace mohla zorganizovat spolek, který by se věnoval pravidelným cyklovýletům a mohl by tak přilákat příznivce tohoto sportu nejen na své cyklostezky, ale i na své lázeňské prostředí a tradiční místo. Destinace nabízí ideální cyklistické podmínky a lázeňské prostředí udrží návštěvníky v dobré náladě a kondici.

Navrhované rozšíření sportovních aktivit také spočívá v zařazení lekcí jako je jóga, zumba nebo pilates, které by probíhaly pod dohledem kvalifikovaných zaměstnanců. Jejich uskutečnění by mohlo probíhat v pravidelném intervalu, a to buď v areálu lázní, nebo za příznivého počasí v lázeňském parku. Zařazení lekcí by mohlo přilákat klientelu v hlavní sezóně, ale i mimo ní.

4) Doplnkové služby

Vzhledem k současné situaci by bylo také vhodné vytvořit aplikaci mobilního průvodce, který by poskytoval turistům okamžité informace o zajímavých kulturních památkách destinace, místech určených ke sportování, případně doporučená ubytování nebo stravování. Toto by umožnilo individuální návštěvu potencionálních návštěvníků, přičemž by nebylo nutné přijít do kontaktu s průvodcem a účastník by si vystačil sám s mobilním telefonem a sám by si mohl určit, která místa chce navštívit a která místa jsou pro něj zajímavá.

Autorka také doporučuje zvýhodněné vstupné. Toto doporučení by obsahovalo to, že například každý 3. víkend v měsíci by bylo na všechny památky v dané destinaci zvýhodněné vstupné, čímž by mohlo dojít ke zvýšení návštěvnosti zejména rodin s dětmi. Tím, že by došlo ke zvýhodněnému vstupnému, by sice destinace nezískala tolik finančních prostředků jako za normálních okolností, ale zvýšenou návštěvností by došlo k většímu prodeji například suvenýrů, což by kompenzovalo snížené vstupné. Zvýhodněné vstupné by mohlo být také poskytnuto prostřednictvím různých soutěží, např. na sociálních sítích, kdy by mohlo dojít k vyhlášení soutěže o unikátní fotku z destinace a výhrou by mohla být právě

sleva na určitou akci v destinaci. Tyto soutěže by mohly být propagovány v rámci spolupráce s influencery na sociálních sítích.

Dále by mohlo dojít například k pořádání přednášek se zdravotnickou tematikou pro ty klienty, kteří by se nechtěli účastnit výše doporučeného pobytu, který se zaměřuje na zdravý životní styl. Přednášky na téma zdravého životního stylu, ale i na téma léčby (např. pomocí přírodních léků a bylinek) by byly vhodnou alternativou k pobytovému balíčku.

6 Závěr

Ačkoliv je cestovní ruch v současné situaci velmi omezen, je nedílnou součástí člověka. Každý má jiné požadavky na trávení svého volného času a účely cestování mohou být velmi různorodé.

Destinace Poděbrady se dá považovat za velmi atraktivní turistickou destinaci, a to především z důvodu velkého počtu kulturních a historických památek, ale i z toho důvodu, že se zde nachází lázně, které jsou velkým turistickým lákadlem. Destinace je mimo jiné vhodně vybavena z hlediska pěší turistiky a cykloturistiky. Území se nachází ve Středočeském kraji v okrese Nymburk a leží v rovinaté krajině na řece Labi, která je nazývána polabskou nížinou a která patří do ORP Poděbrady.

Jak již bylo několikrát v této práci zmíněno, hlavním cílem práce bylo zhodnotit potenciál destinace a navrhnout možné budoucí formy rozvoje. V diplomové práci je uvedeno několik vlastních návrhů, které vycházejí z dotazníkového šetření a celé předešlé analytické části práce, a také projektů, které jsou již realizovány v jiných regionech s přihlédnutím k místním podmínkám.

Díky tomu, že cestovní ruch je odvětvím velice rozsáhlým, dala by se samozřejmě teoretická část práce pojmout i z jiných hledisek, které by nahlížely na tento obor z jiného úhlu pohledu. Tato práce se zaměřuje na teoretické vymezení pojmů, jako jsou druhy a formy cestovního ruchu, destinace, účastníci cestovního ruchu, ale protože se zvolenou destinací úzce souvisí lázeňství, věnuje se teoretická část také vymezení pojmů souvisejících s lázeňstvím.

Ve vlastní části diplomové práce je pak popsána destinace Poděbrady podrobně, a to od různých turistických atraktivit, přes hodnocení potenciálu destinace dle Bíny (2002), až po vyhodnocení dotazníkového šetření, zhodnocení zatíženosti destinace a navrhovaná doporučení.

Doporučující stanoviska bylo nutné alespoň částečně propojit se současnou epidemiologickou situací, a proto byla doporučena propagace destinace v televizi a na sociálních sítích, neboť je pravděpodobné, že v době, kdy lidé musí být doma, takto tráví svůj čas. Se současnou situací také souvisí navrhovaný relaxační pobyt, který navazuje na prodělání nemoci, což ale není podmínkou. Pobytu by se mohli účastnit i osoby, kteří nemoc neprodělali, ale chtějí si jen vylepšit psychickou kondici. S COVID 19 situací může částečně souviset i mobilní aplikace průvodce, která by vedla potencionální účastníky k návštěvě

turistických atrakcí bez nutnosti průvodce. Vzhledem k dotazníkovému šetření je pak doporučeno organizovat sportovní aktivity nebo zvýhodněné vstupné do turistických atrakcí.

Z výsledku bodového hodnocení dle Bíny (2002) byl určen typ potenciálu cestovního ruchu, kterým destinace disponuje. Dle uvedeného hodnocení, je destinace hodnocena jako typ smíšený, který má velmi blízko k typu kulturnímu, neboť obsahuje 59,73 % kulturních složek a 40,27 % přírodních složek.

Dále bylo provedeno dotazníkové šetření, kdy bylo zjištěno, že z celkového počtu dotázaných ($n = 318$) destinaci zná 87 % z nich, přičemž $\frac{3}{4}$ lidí tuto destinaci již navštívilo a $\frac{1}{4}$ respondentů by destinaci ráda navštívila.

Klíčovou atraktivitou jsou jednoznačně lázně a přírodní prostředí, a ačkoliv samotné lázně se mohou zdát dostatečně propagovány, propagace destinace jako celku by mohla být přínosem k většímu zviditelnění, s čímž by mohla být spojena větší návštěvnost. Nutno podotknout, že v souvislosti s COVID 19 nelze predikovat budoucí vývoj cestovního ruchu.

7 Seznam použitých zdrojů

Tištěné zdroje

BENEŠOVÁ, Petra a Hana KRUISOVÁ. *Řízení subjektů zdravotně orientovaného cestovního ruchu: vybrané kapitoly*. Praha: Idea servis, 2013a. ISBN 978-80- 85970-78-4.

BENEŠOVÁ, Petra a Hana KRUISOVÁ. *Zdravotně orientovaný cestovní ruch vybrané kapitoly*, Vyd. 1. Praha: Idea Servis, 2013b. ISBN 978-80-85970-77-7.

BERÁNEK, Jaromír a kol. *Ekonomika cestovního ruchu*. Praha: Mag Consulting, 2013a. ISBN 978-80-86724-46-1.

BERÁNEK, Jaromír a kol. *Moderní řízení hotelového provozu*. 5., zcela přepracované vydání. Praha: Mag Consulting, 2013b. ISBN 978-80-86724-45-4.

BERÁNEK, Jaromír. *Ekonomika cestovního ruchu*. Praha: Mag Consulting, 2013. ISBN 978-80-86724-46-1.

BURACHOVIČ, Stanislav a Stanislav WIESER. *Encyklopedie lázní a léčivých pramenů v Čechách, na Moravě a ve Slezsku*. Praha: Libri, 2001. ISBN 80-7277-048-9.

CONNELL J. Sun, Sea, Sand &... *Surgery. Tourism Management School of Geosciences*, University of Sydney, NSW 2006, Australia. ISBN: 0261-5177.

COOPER, M., COOPER-ERFURT P. *Health and wellness tourism – Spas and hot springs*. Bristol, Short Run Press, 2009. ISBN: 978-1-84541-112-1.

ČERTÍK, Miroslav. *Cestovní ruch: vývoj organizace a řízení*. Praha: Off, c2000. ISBN 8023862758.

DĚDINA, Jiří. Management. *Organizování a ekonomika lázeňství - vybrané kapitoly*. Praha: Vysoká škola cestovního ruchu, hotelnictví a lázeňství, 2004. ISBN 80-86592-01-4.

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

FIALOVÁ, D. (2007): *Socioekonomická a demografická analýza města Poděbrady*. PřF UK, Praha.

GÚČIK, Marian a kol. *Krátký slovník cestovního ruchu*. Banská Bystrica: Slovak - Swiss Tourism, 2004. ISBN 8088945739

GÚČIK, Marian. *Cestovní ruch pre hotelové a obchodné akademie*, Bratislava: Slovenské pedagogické nakladateľstvo, 2001. ISBN 80-08-03071-2

GÚČIK, Marian. *Základy cestovního ruchu*. Banská Bystrica: Univerzita Mateja Bela, 2000. 152 s. ISBN 80-8055-355-6.

HAMARNEHOVÁ, Iveta. *Geografie turismu: mimoevropská teritoria*. 1. vyd. Praha: Grada, 2012. ISBN 978-80-247-4430-8.

HENDL, Jan. *Kvalitativní výzkum: Základní metody a aplikace*. 2. vydání. Portál, 2005. ISBN 978-80-7367-485-4.

HESKOVÁ, Marie a kol.: *Cestovní ruch: pro vyšší odborné a vysoké školy*. 2., aktualiz.a rozš. vyd. Praha: Fortuna, 2011. ISBN 978-80-7373-107-6

INDROVÁ, Jarmila. *Cestovní ruch: (základy)*. Vyd. 2., přeprac. V Praze: Oeconomica, 2009. ISBN 978-80-245-1569-4.

JAKUBÍKOVÁ, Dagmar, Eliška VILDOVÁ, Petr JANEČEK a Jan TLUČHOŘ. *Lázeňství: management a marketing*. Praha: Grada Publishing, 2019. Expert (Grada). ISBN 978-80-271-2461-9.

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

JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. *Marketing v cestovním ruchu: jak uspět v domácí i světové konkurenci*. 2., aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada, 2012. ISBN 978-80-247-4209-0.

JAŠÍKOVÁ, Veronika. *Úvod do tvorby empirických prací pro cestovní ruch*. Hradec Králové: Gaudeamus, 2009. ISBN 978-80-7435-020-7.

KNOP, Karel. *Lázeňství: ekonomika a management*. Praha: Grada, 1999, .ISBN 80-716-9717-6.

KOTÍKOVÁ, Halina. *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. Praha: Grada, 2013. ISBN 978-80-247-4603-6, str. 16.

KŘÍŽEK, Felix a Josef NEUFUS. *Moderní hotelový management: nové trendy a metody v řízení hotelů, aktualizované informace o hotelovém provozu a jeho organizaci, optimalizace provozu s ohledem na ekologii a etiku, praktické příklady a fotografická příloha*. 2., aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada, 2014. ISBN 9788024748351.

LÁZNĚ PODEBRADY. *Na srdce jsou Poděbrady. Poděbrady: Lázně Poděbrady*, 1998. ISBN: 80-238-2736-7.

LINDEROVÁ, Ivica. *Cestovní ruch: základy a právní úprava*. Jihlava: Vysoká škola polytechnická Jihlava, 2013. ISBN 978-80-87035-82-5.

MARIOT, Peter. *Geografia cestovného ruchu*. Bratislava: VEDA, vydavateľstvo Slovenskej akadémie vied, 1983.

NEJDL, Karel. *Management destinace cestovního ruchu*. Praha: Wolters Kluwer ČR, 2011. ISBN 978-80-7357-673-8.

ORIEŠKA, Ján. *Služby v cestovním ruchu*. 1. vyd. Gaudetop, 2010. ISBN 978-80-85970-68-5

PAGE, Stephen J. *Tourism management*. 5th Edition. New York: Routledge, 2015. ISBN 9781138784574.

PALATKOVÁ, Monika a Jitka ZICHOVÁ. *Ekonomika turismu: turismus České republiky; vymezení a fungování trhu turismu, přístupy k hodnocení významu a vlivu turismu, charakteristika turismu České republiky*. Praha: Grada Publishing, 2011. ISBN 978-80-247-3748-5.

PALATKOVÁ, Monika. *Marketingový management destinací: strategický a taktický marketing destinace turismu, systém marketingového řízení destinace a jeho financování, řízení kvality v destinaci a informační systém destinace*. Praha: Grada Publishing, 2011. ISBN 978-80-247-3749-2.

PALATKOVÁ, Monika. *Mezinárodní turismus*, Vyd. 2. Praha: Grada Publishing, 2014. ISBN 978-80-247-4862-7.

PÁSKOVÁ, Martina a Josef ZELENKA. *Cestovní ruch: výkladový slovník*. 2. vyd. Praha: Linde Praha a.s., 2012. ISBN 978-80-7201880-2.

PÁSKOVÁ, Martina a Josef ZELENKA. *Výkladový slovník cestovního ruchu: turismus České republiky*. 2., aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj, 2002, Marketing (Grada). ISBN 80-239-0152-4.

PÁSKOVÁ, Martina. *Udržitelnost rozvoje cestovního ruchu*. 3., přeprac. vyd. Hradec Králové: Gaudeamus, 2014. ISBN 978-80-7435-329-1.

PŘÍBOVÁ, M.: *Marketingový výzkum v praxi*. Praha: Grada Publishing, 1996, ISBN 80-7169-299-9.

RAŠOVSKÁ, Ida a Kateřina RYGLOVÁ. *Management kvality služeb v cestovním ruchu: jak zvýšit kvalitu služeb a spokojenost zákazníků*. Praha: Grada, 2017. ISBN 978-80-247-5021-7.

R. GOELDNER, Charles a J. R. Brent RITCHIE. *Cestovní ruch: Principy, příklady, trendy*. Brno: BizBooks, 2014. ISBN 978-80-265-0298-2.

RITCHIE, J. R. Brent a Geoffrey I. CROUCH. *The competitive destination: a sustainable tourism perspective*. Wallingford: CABI publishing, 2003. ISBN 0-85199-664-7.

RYGLOVÁ, Kateřina, Michal BURIAN a Ida VAJČNEROVÁ. *Cestovní ruch - podnikatelské principy a příležitosti v praxi: (soubor studijních materiálů)*. 1. vyd. Praha: Grada, 2011. Ekonomie (Key Publishing). ISBN 978-80-247-4039-3.

SEDLÁKOVÁ, Renáta, *Výzkum médií: Nejužívanější metody a techniky*. Praha: Grada Publishing, 2014. ISBN 978-80247-3568-9

SEIFERTOVÁ, Věra: *Marketing v lázeňském a cestovním ruchu, VŠ CRHL* ve spolupráci s nakladatelstvím Jindřich Kraus - Pragoline, Praha 2003, ISBN 80-86592-00-6

SCHWARTZHOFFOVÁ, Eva, 2016. *Lázeňství a wellness*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, ISBN 978-80-244-5113-8.

SMITH, Melanie a PUCZKÓ, László. *Health, Tourism and Hospitality: Wellness spas and medical travel*. New York: Routledge. ISBN 978-0-415-63684-7..

ŠAUER a Kolektiv. *Cestovní ruch. Učební text*. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita. 2015.

VANÍČEK, Jiří. *Destinační marketing a management, spolupráce soukromého a veřejného sektoru*. 1. Vysoká škola polytechnická Jihlava, 2006.

Internetové zdroje

A. BRAUN. *A Brief History of Spas*. 2018. [online]. [cit. 2020-03-25]. Dostupné z: <https://www.tripsavvy.com/history-of-spas-3085930>

BÍNA, J. 2002. *Hodnocení potenciálu cestovního ruchu v obcích České republiky*. In Urbanismus a územní rozvoj. [online]. Brno. Ústav územního rozvoje, 2002. [cit. 2020-06-03]. ISSN 1212-0855. Dostupné na internetu: <http://www.uur.cz/>

ČESKÁ SPOLEČNOST ORNITOLOGICKÁ. *Pozvánka na Festival ptactva 2020* [online]. [cit. 2020-10-27]. Dostupné z: <https://www.birdlife.cz/pozvanka-na-festival-ptactva-2020/>

ČESKÉ NOVINY. *Cestovní ruch v ČR se výrazně propadl* [online]. [cit. 2021-02-27]. Dostupné z: <https://www.ceskenoviny.cz/zpravy/cestovni-ruch-v-cr-se-vyrazne-propadl/1919463>

ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. Veřejná databáze. *Hosté a přenocování v hromadných ubytovacích zařízeních* [online]. [cit. 2021-03-14a]. Dostupné z: <https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=vystup-objekt-parametry&sp=A&skupId=1330&pvokc=&katalog=31743&pvo=CRU03&z=T>

ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. *Návštěvnost v hromadných ubytovacích zařízeních. Archiv 2012 – 2018 – Cestovní ruch – časové řady* [online]. [cit. 2020-06-08]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/navstevnost-v-hromadnych-ubytovacich-zarizenich-archiv-2012-2018-cestovni-ruch-casove-rady-1>

ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. *Návštěvnost hromadných ubytovacích zařízení ve Středočeském kraji v roce 2020*. [online]. [cit. 2021-02-27a]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/xs/cestovni-ruch-ve-stredoceskem-kraji-v-roce-2020>

ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. *Smutný rok pro cestovní ruch* [online]. [cit. 2021-02-27b]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/smutny-rok-pro-cestovni-ruch>

ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. Veřejná databáze. *Kapacity hromadných ubytovacích zařízení za vybrané území*. [online]. [cit. 2021-03-14b]. Dostupné z: <https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=vystup-objekt-parametry&sp=A&pvokc=&katalog=31742&pvo=CRU02&z=T>

ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. Veřejná databáze. *Kriminalita – trestné činy* [online]. [cit. 2021-02-27c]. Dostupné z: https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=vystup-objekt&pvo=KRI05&z=T&f=TABULKA&katalog=31008&str=v38&evo=v104_!_KRI05-H-6068_1&u=v38__VUZEMI__101__40231

FILM LEGENDS MUSEUM. *Film Legends Museum* [online]. [cit. 2020-10-26]. Dostupné z: <https://filmlegendsmuzeum.cz>

GEOCACHING. *Zdymadlo a vodní elektrárna Poděbrady* [online]. [cit. 2021-03-07]. Dostupné z: https://www.geocaching.com/geocache/GC7AN5K_zdymadlo-a-vodni-elektrarna-podebrady?guid=49e30c04-a482-4685-9f92-613453cef404

HOTELSTARS.CZ. *Metodika oficiální jednotné klasifikace ubytovacích zařízení České republiky pro období 2015 – 2020* [online]. Praha: Asociace hotelů a restaurací České republiky o.s. [cit. 2020-06-01]. Dostupné z: <https://www.hotelstars.cz/ke-stazeni>

CHOVANEK T. *Sociodemografická analýza SO ORP Poděbrady*. 2013. [online]. Dostupné z: <https://docplayer.cz/20026667-Sociodemograficka-analyza-so-orp-podebrady.html>

KUDY Z NUDY. *Poděbrady* [online]. [cit. 2020-10-25]. Dostupné z: <https://www.kudyznudy.cz/kam-pojedete/stredni-cechy/stredni-cechy-polabi/podebrady>

LYSÁ HORA. *Lázeňství v České republice*. [online]. [cit. 2020-06-08]. Dostupné z: <http://www.lysahora.cz/encyklopedie/objekty1.phtml?id=113362>

LÁZNĚ PODEBRADY. *Ceník* [online]. [cit. 2020-10-27a]. Dostupné z: <https://www.lazne-podebrady.cz/pro-pacienty/cenik>

- LÁZNĚ PODĚBRADY. *Květinové hodiny* [online]. [cit. 2020-10-26b]. Dostupné z: <https://www.lazne-podebrady.cz/kvetinove-hodiny>
- LÁZNĚ PODĚBRADY. *Lázeňské domy* [online]. [cit. 2020-10-27c]. Dostupné z: <https://www.lazne-podebrady.cz/lazenske-domy>
- LÁZNĚ PODĚBRADY. *Lázně Poděbrady* [online]. [cit. 2020-10-27d]. Dostupné z: <https://www.lazne-podebrady.cz>
- LÁZNĚ PODĚBRADY. *Léto* [online]. [cit. 2021-03-07a]. Dostupné z: <https://www.lazne-podebrady.cz/leto>
- LÁZNĚ PODĚBRADY. *Pobyt po-covidu* [online]. [cit. 2021-03-10b]. Dostupné z: <https://www.lazne-podebrady.cz/pobyt/po-covidu>
- LÁZNĚ PODĚBRADY. *Pobyty* [online]. [cit. 2020-10-27e]. Dostupné z: <https://www.lazne-podebrady.cz/pobyty#>
- LÁZNĚ PODĚBRADY. *Procedury* [online]. [cit. 2020-10-27f]. Dostupné z: <https://www.lazne-podebrady.cz/procedury>
- LÁZNĚ PODĚBRADY. *Solná jeskyně* [online]. [cit. 2020-10-27g]. Dostupné z: <https://www.lazne-podebrady.cz/procedura/solna-jeskyne>
- LÁZNĚ PODĚBRADY. *Zajímavá místa* [online]. [cit. 2021-03-07b]. Dostupné z: <https://www.lazne-podebrady.cz/zajimava-mista>
- LIDOVÝ SLOVNÍK. *Lidový slovník pro chalupáře*. [cit. 2020-06-02]. Dostupné z: <https://lidovyslovník.cz/index.php?dotaz=pacient>
- LIVETOURING.COM. *Cyklostezka Nymburk-Poděbrady-Nymburk* [online]. [cit. 2020-10-26]. Dostupné z: <https://www.livetouring.com/cs/track/cyklostezka-nymburk-podebrady-nymburk>
- LUŠTICKÝ, Martin a Martin MUSIL. Tourism impacts on tourism destination: Theory and practice. XX. mezinárodní kolokvium o regionálních vědách. Sborník příspěvků. Kurdějov: Masaryk university, 2017. DOI: 10.5817/CZ.MUNI.P210-8587-2017-80. ISBN 978-80-210-8586-2.
- MĚSTSKÉ KULTURNÍ CENTRUM PODĚBRADY. *Akce města* [online]. [cit. 2020-10-26a]. Dostupné z: <https://ipodebrady.cz/akce-mesta>
- MĚSTSKÉ KULTURNÍ CENTRUM PODĚBRADY. *Cyklotrasy* [online]. [cit. 2020-10-26b]. Dostupné z: <https://ipodebrady.cz/cyklotrasy>

MINISTERSTVO ZDRAVOTNICTVÍ ČESKÉ REPUBLIKY. *Druhy zdravotní péče*. [online]. [cit. 2020-03-20a]. Dostupné z: https://www.mzcr.cz/Cizinci/obsah/druhy-zdravotni-pece_2627_22.html

MINISTERSTVO ZDRAVOTNICTVÍ ČESKÉ REPUBLIKY. *Platný indikační seznam pro lázeňskou péči*. [online]. [cit. 2020-03-20b]. Dostupné z: https://www.mzcr.cz/Odbornik/obsah/platny-indikacni-seznam-pro-lazenskou-peci_3241_3.html

MÍSTOPISNÝ PRŮVODCE. *Poděbrady* [online]. [cit. 2020-10-26]. Dostupné z: <https://www.mistopisy.cz/pruvodce/obec/9138/podebrady/pamatky-turistika/>

MUZEUM LEGA.CZ. *Muzeum lega Poděbrady* [online]. [cit. 2020-10-26]. Dostupné z: <https://www.muzeumlega.cz/muzeum/podebrady>

NÁRODNÍ PAMÁTKOVÝ ÚSTAV. *Památkový katalog. Občanská záložna* [online]. [cit. 2020-10-26a]. Dostupné z: <https://pamatkovykatalog.cz/obcanska-zalozna-2277198>

NÁRODNÍ PAMÁTKOVÝ ÚSTAV. *Památkový katalog. Radiostanice* [online]. [cit. 2020-10-26b]. Dostupné z: <https://www.pamatkovykatalog.cz/radiostanice-2282778>

NÁRODNÍ PAMÁTKOVÝ ÚSTAV. *Památkový katalog. Vodní elektrárna* [online]. [cit. 2020-10-26c]. Dostupné z: <https://pamatkovykatalog.cz/vodni-elektrarna-2308918>

OPLATKY-TRUBICKY.CZ. *Firemní prodejna* [online]. [cit. 2020-10-27]. Dostupné z: <http://www.oplatky-trubicky.cz>

PODĚBRADKA. *Poděbradka* [online]. [cit. 2020-10-27]. Dostupné z: <https://www.podebradka.cz>

Poděbrady. *Charakteristika zájmového území, EDPP.CZ, Elektronický digitální povodňový portál* [online]. [cit. 2020-10-25]. Dostupné z: https://www.edpp.cz/pdb_charakteristika-zajmoveho-uzemi/

Potenciál cestovního ruchu v České republice: Středočeský kraj [online]. Brno: ÚÚR, 2010 [cit. 2021-02-20]. Dostupné z: <https://www.uur.cz/images/uzemnirozvoj/cestovniruch/potencialCR/02-potencialCR-stredocesky.pdf>

PRO TRAVEL cestovní kancelář pro poznávání. *Rozdíl mezi cestovní kanceláři a cestovní agenturou* [online]. [cit. 2021-02-20]. Dostupné z: <https://www.protravel.cz/clanek/rozdil-mezi-ck-a-ca/>

RYGLOVÁ, Kateřina, Ida VAJČNEROVÁ a Jakub ŠÁCHA. *Destination Quality Perception in the Context of Different Behavioural Characteristics of Visitors*. Czech

Journal of Tourism [online]. 2016. [cit. 2021-02-27]. ISSN 1805-3580. Dostupné z: doi:10.1515/cjot-2016-0001

STŘEDNÍ ČECHY. *Jezero Poděbrady* [online]. [cit. 2020-10-25]. Dostupné z: <https://www.centralbohemia.cz/dr-cs/26940-jezero-podebrady.html>

THE CZECH WATER ASSOCIATION. *Voda 2019, Poděbrady, 18. – 20. září 2019* [online]. [cit. 2020-10-27]. Dostupné z: <http://www.czwa.cz/voda2019/>

TOURISMREVIEW NEWS. *Sázava – nejromantičtější řeka Česka* [online]. [cit. 2020-10-27]. Dostupné z: <https://www.tourism-review.cz/vodaky-oblibene-reky-ceske-republiky-news2379>

TURISTIKA.CZ. *Poděbrady – Jiřího náměstí* [online]. [cit. 2020-10-26a]. Dostupné z: <https://www.turistika.cz/mista/podebrady-jiriho-namesti/detail>

TURISTIKA.CZ. *Polabské muzeum Poděbrady* [online]. [cit. 2020-10-26b]. Dostupné z: <https://www.turistika.cz/mista/polabske-muzeum-podebrady/detail>

UNWTO. *Home – Glossary of tourism terms*. [online]. [cit. 2020-03-25]. Dostupné z: <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms>

ÚSTAV ÚZEMNÍHO ROZVOJE. *Poděbrady. 2010*. [online]. [cit. 2021-02-27]. Dostupné z: <https://www.uur.cz/default.asp?ID=3613>

ÚZIS ČR. *Lázeňská péče*. [online]. [cit. 2020-03-20]. Dostupné z: <https://www.uzis.cz/index.php?pg=vystupy--statistika-zdravotnich-sluzeb--lzenska-pece>

VZP ČR. *Schvalování lázeňské péče*. [online]. [cit. 2020-03-20]. Dostupné z: <https://www.vzp.cz/o-nas/tiskove-centrum/otazky-tydne/schvalovani-lazenske-pece>

ZLATÝ PRUH POLABÍ. *O Polabí – Minerální prameny* [online]. [cit. 2020-10-27]. Dostupné z: <http://polabi.com.orion2.gcm.cloud/o-polabi/turisticke-informacni-centrum-podebrady/o-podebradech-1/lazne-podebrady/mineralni-prameny/>

Přílohy

Příloha 1 - Dotazníkové šetření	119
Příloha 2 - Tabulka hodnocení lokalizačních předpokladů dle Bíny (2002).....	126
Příloha 3 - Mapa ORP Poděbrady včetně vysvětlivek	127
Příloha 4 - Fotoarchiv Poděbrady	128

Příloha 1 – Dotazníkové šetření

Dobrý den,

jsem studentkou magisterského studia na ČZU v Praze a ráda bych Vás požádala o vyplnění dotazníku, který se týká města Poděbrady.

Dotazník je zcela anonymní a jeho vyplnění Vám zabere maximálně 10 minut. Odpovědi budou použity výhradně ke zpracování mé diplomové práce, ve které se zabývám potenciálem destinace Poděbrady.

Děkuji za Váš čas

Kristýna Kurková

1. Znáte město Poděbrady?

Respondent musel zvolit jednu z nabízených odpovědí a podle toho se mu zobrazily další otázky [Ano → otázka č. 2, Ne → otázka č. 24].

- Ano
- Ne

2. Co se Vám vybaví při zmínce o tomto městě? (vyberte max. 3 možnosti)

- Lázně
- Poděbradka
- Kolonáda
- Minerální pramen
- Srdce
- Labe
- Klid
- Příroda
- Jezero
- Zámek
- Gastronomie
- Rovina
- Jiný:

3. Navštívil/a jste město Poděbrady?

Respondent musel zvolit jednu z nabízených odpovědí a podle toho se mu zobrazily další otázky [Ano, navštívil/a → otázka č. 4, Ne, ale chtěl/a bych v budoucnu město navštívit → otázka č. 20, Ne a neplánuji město navštívit → otázka č. 23].

- Ano, navštívil/a
- Ne, ale chtěl/a bych v budoucnu město navštívit
- Ne a neplánuji město navštívit

4. Za jakým účelem jste město navštívil/a?

Respondent musel zvolit jednu z nabízených odpovědí a podle toho se mu zobrazily další otázky [Za účelem léčby → otázka č. 6, Za jiným účelem → otázka č. 5].

- Za jiným účelem
- Za účelem léčby

5. Za jakým jiným účelem jste město navštívil/a? (vyberte max. 2 možnosti)

- Poznání (návštěva turistických aktivit, historie, architektura, kultura...)
- Relaxace (rekreace, pobyt v přírodě, odpočinek, procházky...)
- Turistika a sport (pěší túry, cykloturistika, tenis...)
- Práce (služební cesta, školení, konference, obchod...)
- Zábava (společenské aktivity s přáteli, kry, noční život, dobré jídlo, pití...)
- Návštěva příbuzných nebo známých
- Tranzit (pouze tudy projíždím)
- Nákupy

6. Kolikrát jste Lázně Poděbrady navštívil/a?

- Jednou
- Dvakrát
- Více než dvakrát
- Navštěvuji je několik let po sobě

7. Jak dlouho jste v Lázních Poděbrady pobýval/a?

- Více než 2 týdny
- 2 týdny
- 1 týden
- Více než 1 týden a méně než 2 týdny
- Méně než 1 týden

8. Jakou formou byl Váš pobyt hrazen?

- Samoplátce (vše jsem si hradil/a sám/sama)
- Příspěvkovou (byly mi placeny pouze léčebné procedury, náklady spojené s ubytováním a stravováním jsem si hradil/a sám/sama)
- Komplexní (bylo mi hrazeno vše)

9. S jakými obtížemi jste se léčil/a?

- Srdce
- Pohyb
- Operace srdce
- Únava/relax
- Cukrovka
- Jiné:

10. V jakém ubytovacím zařízení jste byl/a ubytován/a?

- Hotel
- Penzion
- Léčebný dům
- Soukromé ubytování (např. prostřednictvím krátkodobého pronájmu bytu/pokoje...)
- Jiné:

11. Kdo Vám Lázně Poděbrady doporučil?

- Rodina
- Přátelé/známý/známá
- Ošetřující lékař
- Pojišťovna
- Sám/sama
- Média (TV, rádio, tisk)
- Zaměstnavatel
- Cestovní kancelář
- Někdo jiný:

12. Jak jste byl/a spokojen/a s:

Respondent se musel u každé podotázky rozhodnout mezi odpověďmi na dané škále.

	Velmi spokojen/a	Spíše spokojen/a	Spokojen/a	Spíše nespokojen/a	Velmi nespokojen/a
Procedury	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ubytování	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Stravování	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kulturní život	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lázeňské prostředí	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Životní prostředí	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lázeňská péče	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Personál lázní	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

13. Jaký byl výsledek léčebných procesů?

- Zcela vyléčen
- Částečné zlepšení
- Stejný stav
- Zhoršení stav

14. Doporučil/a byste léčbu v lázních ostatním?

- Ano
- Ne

15. Jak dlouho jste ve městě pobýval/a?

- Jeden den/několik hodin/pobyt bez přenocování
- 1 noc
- 2 noci
- 3 noci
- Více než 3 noci

16. Jak hodnotíte infrastrukturu a vybavenost destinace?

Respondent se musel u každé podotázky rozhodnout mezi odpověďmi na dané škále.

	Velmi dobře	Spíše dobře	Spíše špatně	Velmi špatně	Neumím posoudit
Rozsah a dostupnost ubytovacích kapacit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Rozsah a dostupnost stravovacích kapacit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Dopravní infrastruktura (silnice, parkoviště)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Dostupnost destinace hromadnou dopravou	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vybavení regionu pro sportovní aktivity	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nákupní možnosti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Příležitost pro zábavu s společenské vyžití	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vybavenost destinace atrakcemi pro děti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

17. Jak hodnotíte péči o rozvoj cestovního ruchu v následujících oblastech?

Respondent se musel u každé podotázky rozhodnout mezi odpověďmi na dané škále.

	Velmi dobře	Spíše dobře	Spíše špatně	Velmi špatně	Neumím posoudit
Poskytování informací o destinaci	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Místní orientační značení (směrovky, tabule)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Péče o památky a turistické atraktivity	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Péče o životní prostředí	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Péče o bezpečnost návštěvníků	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nabídka programů pro volný čas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Drobný prodej (suvenýry, občerstvení, stánky)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Přátelskost místních k návštěvníkům	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

18. Uvažujete o opakované návštěvě této destinace?

- Ano, v brzké době (cca do půl roku)
- Ano, ale později (déle než za půl roku)
- Spíše ne

19. Doporučil/a byste návštěvu města ostatním?

- Ano
- Ne

20. Jaký by byl účel Vaší návštěvy? (vyberte max. 3 možnosti)

- Pěší turistika
- Cykloturistika
- Koupání, vodní sporty
- Jiný aktivní sport, který provozujete (golf, volejbal...)
- Péče o fyzickou a duševní kondici (fitness, sauna, rehabilitace, lázně)
- Poznávací turistika (návštěva památek, muzeí, galerií...)
- Návštěva kulturních akcí (festivaly, slavnosti, koncerty...)
- Návštěva sportovních akcí (závody, utkání, přebory...)
- Společenský život a zábava (návštěva známých, rodiny)
- Poznání místních způsobů života (speciality, jídla)
- Lázeňská atmosféra

21. V jakém ubytovacím zařízení byste se ubytoval/a?

- Plánoval/a bych město navštívit bez přenocování
- Ty nejlepší hotely 5* nebo hotel 4*
- Hotel 2* nebo hotel 3*
- Apartmán
- Penzion
- Kemp
- Hostely
- Ubytovna
- Soukromé ubytování (chalupa, chata, byt/pokoj)

22. Jaký dopravní prostředek byste využil/a k navštívení destinace?

- Vlastní doprava
- Autobus
- Vlák
- Karavan
- Pěšky
- Kolo

23. Z jakého důvodu destinaci neplánujete navštívit?

- Neznalost regionu
- Vzdálenost

- Cenová úroveň
- Nezajímavá image
- Nespokojenost známých s návštěvou
- Nedostatek atraktivit
- Jiné:

24. Jaké je Vaše pohlaví?

- Žena
- Muž

25. Kolik je Vám let?

- 25 a méně
- 26 – 35
- 36 – 50
- 51 – 65
- 66 – 74
- 75 a více

26. Ve kterém kraji žijete?

- Hlavní město Praha
- Středočeský kraj
- Liberecký kraj
- Ústecký kraj
- Karlovarský kraj
- Královéhradecký kraj
- Jihočeský kraj
- Plzeňský kraj
- Pardubický kraj
- Jihomoravský kraj
- Kraj Vysočina
- Zlínský kraj
- Olomoucký kraj
- Moravskoslezský kraj

27. Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?

- Základní
- Středoškolské bez maturity
- Středoškolské s maturitou
- Vysokoškolské

Příloha 2 - Tabulka hodnocení lokalizačních předpokladů dle Bíny (2002)

Tabulka 12 - Hodnocení lokalizačních podmínek

Složka potenciálu cestovního ruchu	Počet bodů pro kladný stupeň lokalizačních podmínek		
	1	2	3
Přírodní pozoruhodnosti	10	20	45
Vhodnost krajiny pro pěší a horskou turistiku	5	10	15
Vhodnost krajiny pro cykloturistiku	10	15	20
Vhodnost krajiny pro sjezdové zimní sporty	7	15	30
Vhodnost krajiny pro lyžařskou turistiku	3	7	10
Vhodnost krajiny pro rekreaci u vody	10	20	40
Vhodnost krajiny pro rekreaci typu lesy / hory	7	13	20
Vhodnost krajiny pro venkovskou turistiku	3	7	10
Vhodnost krajiny pro vodní turistiku	3	7	15
Vhodnost krajiny pro horolezectví			2
Vhodnost krajiny pro závěsné létání			2
Vhodnost krajiny pro sportovní myslivost			2
Vhodnost krajiny pro sportovní rybolov			2
Vhodnost krajiny pro pozorování vodních ptáků			1
Kulturně historické památky a soubory	10	25	50
Skanzeny a muzea	5	15	35
Lázeňská funkce	5	15	35
Kongresy a konference	2	10	20
Kulturní akce	10	20	40
Sportovní akce	2	7	20
Církevní akce	2	4	10
Veletrhy a tematické trhy	5	20	40
Místní produkty	5	10	25
Příhraniční specifika	2	5	10

Zdroj: Bína, 2002

Příloha 3 – Mapa ORP Poděbrady včetně vysvětlivek



Zdroj: ÚÚR, 2010

Legenda kartogramů

Atraktivity cestovního ruchu:

- | | | |
|-----------------------------|------------------------------|---------------------------------|
| přírodní pozoruhodnost | historické podzemí | jiná atraktivita CR |
| historický městský soubor | muzeum, galerie | přidaná hodnota: památka UNESCO |
| historický vesnický soubor | muzeum v přírodě, skanzen | |
| zámek | lázeňské místo | |
| hrad, tvrz, zřícenina | zoologická zahrada, zoo | |
| křesťanská sakrální památka | botanická zahrada, arboretum | |
| židovská památka | aquapark, plavecký bazén | |
| vojenská památka | golfové hřiště | |
| pietní památník | farma pro hipoturistiku | |
| technická památka | vinařský věhlas | |
| archeologická památka | pivovarnický věhlas | |

- Velikost symbolu (bodová hodnota):
- | | |
|--|---------|
| | do 20 |
| | 25 - 35 |
| | 40 - 50 |
| | 55 - 75 |
| | 100 |

Plochy a linie ovlivňující cestovní ruch:

- | | |
|--|--|
| rekreační a turistická krajina typ I | břeh vodní plochy typ I |
| rekreační a turistická krajina typ II | břeh vodní plochy typ II |
| rekreační a turistická krajina typ III | řeka vhodná ke splouvání |
| rekreační a turistická krajina typ IV | silnice I. třídy |
| urbanizovaný prostor | železnice typ I |
| průmyslový a těžební prostor | železnice typ II |
| dálnice a R-silnice se sjezdem | přidaná hodnota: národní park |
| areál dálniční dostupnosti typ I | přidaná hodnota: chráněná kraj. oblast |
| areál dálniční dostupnosti typ II | |

Zdroj: ÚÚR, 2010

Příloha 4 – Fotoarchiv Poděbrady

Obrázek 2 - Zámek Poděbrady



Zdroj: lazne-podebrady.cz, 2021c

Obrázek 3 - Lázeňský park



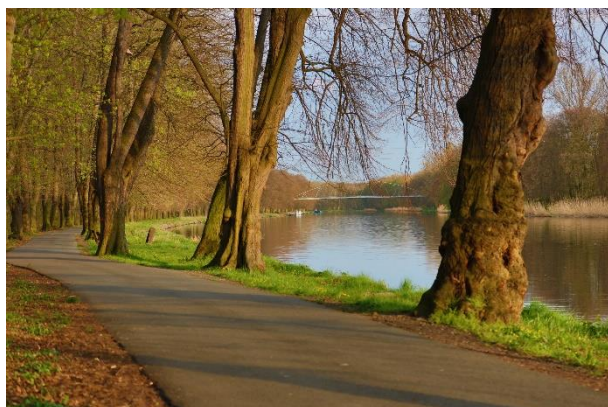
Zdroj: lazne-podebrady.cz, 2021c

Obrázek 4 - Květinové hodiny



Zdroj: lazne-podebrady.cz, 2021c

Obrázek 5 - Cyklostezka Poděbrady - Nymburk



Zdroj: lazne-podebrady.cz, 2021a

Obrázek 6 - Jezero Poděbrady



Zdroj: lazne-podebrady.cz, 2021a

Obrázek 7 - Kolonáda



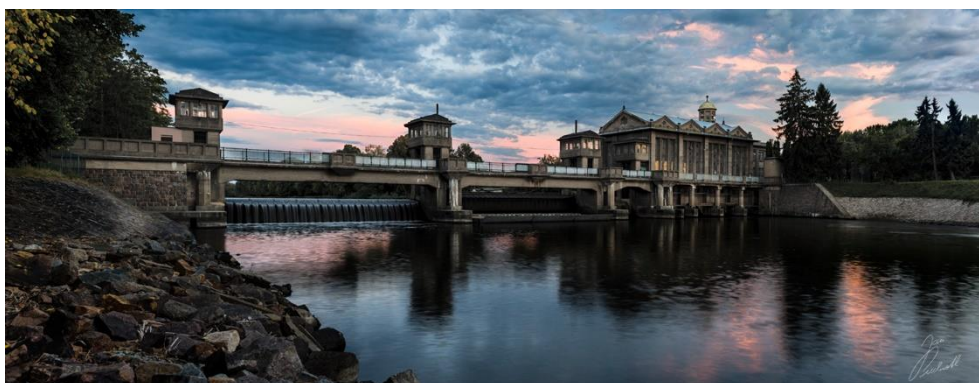
Zdroj: lazne-podebrady.cz, 2021a

Obrázek 8 - Jiřího náměstí s jezdeckou sochou krále Jiřího



Zdroj: mistopisy.cz, 2021

Obrázek 9 - Zdymadlo a vodní elektrárna



Zdroj: geocaching.com, 2021