

**Univerzita Hradec Králové**  
**Fakulta informatiky a managementu**  
**Katedra rekreologie a cestovního ruchu**

**Životní cyklus destinace Františkovy Lázně**  
Bakalářská práce

Autor: Aneta Chládková  
Studijní obor: Management cestovního ruchu

Vedoucí práce: prof. RNDr. Josef Zelenka, CSc.

Prohlášení:

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci zpracovala samostatně a s použitím uvedené literatury.

V Hradci Králové dne 29.4.2021

*vlastnoruční podpis*

Aneta Chládková

#### Poděkování:

Děkuji vedoucímu bakalářské práce prof. RNDr. Josefovi Zelenkovi, CSc. za metodické vedení práce, jeho cenné rady, připomínky a ochotu. Poděkování také patří všem respondentům, kteří se zúčastnili dotazníkového šetření.

## **Abstrakt**

Bakalářská práce se zabývá životním cyklem destinace, a to v destinaci Františkovy Lázně v západních Čechách. Na základě teoretických poznatků je analyzován životní cyklus destinace s důrazem na lázeňská místa. Kapitoly v první části práce vytváří znalostní rámec tak, aby byla pochopena problematika práce. Jsou také východiskem pro empirický výzkum, který byl ve Františkových Lázních realizován. Ve druhé části práce je představena destinace Františkovy Lázně. Základem úvah byla historická analýza Františkových Lázní a analýza návštěvnosti města. Bylo zjištěno, že destinace si prošla všemi fázemi životního cyklu. Pro destinaci byla určena fáze rozvoje jako poststagnačního vývoje, přičemž byly zváženy i vnější faktory, které destinaci ovlivňují. Tato fáze byla odvozena především z dotazníkového šetření, rysů rozvoje lázeňské infrastruktury, počtu návštěvníků v dané destinaci a ze změny lázeňských produktů. Průzkum mezi místními majiteli a provozovateli podniků odhalil, že v destinaci není zavedený destinační management.

**Klíčová slova:** životní cyklus destinace, cestovní ruch, Františkovy Lázně, udržitelný cestovní ruch, lázeňství

## **Abstract**

### **Title: Destination Life Cycle Františkovy Lázně**

The bachelor's thesis deals with the life cycle of the destination, namely in the destination of Frantiskovy Lazne located in western Bohemia. Based on theoretical knowledge, the destination life cycle is analyzed with emphasis on spas. The chapters in the first part of the work create a knowledge framework so that the issues of the thesis are understood. They are also a starting point for empirical research, which was implemented in Frantiskovy Lazne. The second part of the thesis presents the destination of Frantiskovy Lazne. The basis of considerations is formed by a historical analysis of Frantiskovy Lazne and an analysis of the number of visitors to the town. It was found that the destination went through all phases of the life cycle. The stage of development of post-stagnation development was determined for the destination, while the external factors influencing the destination were also considered. This phase was deduced mainly from a questionnaire survey, features of the development of spa infrastructure, the number of visitors in a particular destination and changes in spa products. A survey of local business owners and operators revealed that there was no destination management at the destination.

Keywords: destination life cycle, tourism, Františkovy Lázně, sustainable tourism, spa

## Obsah

1	Úvod.....	1
2	Cíl práce a metodika zpracování.....	3
2.1	Cíl práce .....	3
2.2	Metodika zpracování .....	3
3	Teoretická část.....	6
3.1	Destinace cestovního ruchu.....	6
3.1.1	Marketing destinace cestovního ruchu .....	8
3.2	Udržitelný cestovní ruch.....	9
3.2.1	Únosná kapacita území .....	9
3.3	Životní cyklus destinace .....	10
3.3.1	Životní cyklus lázeňské destinace.....	11
3.3.2	Fáze životního cyklu destinace .....	12
3.3.3	Faktory ovlivňující životní cyklus destinace .....	14
3.4	Destinační management.....	15
3.5	Lázeňství.....	16
3.5.1	Lázeňský cestovní ruch.....	17
3.5.2	Historie lázeňství v českých zemích .....	17
3.5.3	Léčebné služby v lázeňství .....	18
3.5.4	Trendy v lázeňství.....	19
3.6	Dopady koronavirové krize na cestovní ruch.....	20
4	Praktická část .....	21
4.1	Historie a současnost města Františkovy Lázně.....	21
4.2	Zpracování dotazníkového šetření .....	26
4.2.1	Dotazníkové šetření majitelů a provozovatelů hotelů .....	26
4.2.2	Neformální dotazy pro návštěvníky Františkových Lázní.....	38
4.3	Životní cyklus destinace ve Františkových Lázních .....	39
4.4	Trendy v lázeňství a dopad koronakrize na vývoj destinace .....	47
5	Shrnutí výsledků a jejich diskuse .....	49
6	Závěry a doporučení.....	52
7	Seznam použité literatury.....	54

8	Přílohy.....	60
8.1	Příloha č. 1 – Dotazník.....	60
8.2	Příloha č. 2 – Seznam dotazovaných zařízení.....	65
8.3	Příloha č. 3 – Statistické údaje o návštěvnosti Frant. Lázní.....	67
8.4	Příloha č. 4 – Porovnání čtyř obrázků ve Frant. Lázních.....	69
8.5	Příloha č. 5 – Historické fotografie.....	73

## Seznam obrázků

Obrázek 1 – Životní cyklus destinace .....	11
Obrázek 2 – Spouštěcí faktory ovlivňující životní cyklus destinace .....	15
Obrázek 3 – Lázně císaře Františka, okolí Františkova pramene v roce 1808.....	22
Obrázek 4 – Františkovy Lázně, okolí Lučního pramene kolem roku 1910 .....	23
Obrázek 5 – Františkovy Lázně, Františkův pramen v roce 1955.....	23
Obrázek 6 – Františkovy Lázně, okolí Lučního pramene .....	25
Obrázek 7 – Františkovy Lázně, Františkův pramen a socha Františka .....	25
Obrázek 8 –Divadlo B. Němcové ve Františkových Lázních .....	41
Obrázek 9 – Propagační leták z roku 1927 .....	42
Obrázek 10 – Odvození životního cyklu destinace Františkovy Lázně.....	46
Obrázek 11 – Františkovy Lázně, okolí Národní třídy .....	69
Obrázek 12 – Františkovy Lázně, okolí Národní třídy a Františkova pramene .....	70
Obrázek 13 – Františkovy Lázně, okolí Národní třídy a Františkova pramene .....	71
Obrázek 14 – Františkovy Lázně, Národní třída.....	72
Obrázek 15 – Ves Císaře Františka v roce 1784.....	73
Obrázek 16 – Františkovy Lázně, Luisin pramen v 19. století .....	73



## Seznam grafů

Graf 1 - Rozdělení respondentů podle typu podnikání.....	26
Graf 2 - Kategorizace podniků.....	27
Graf 3 - Charakteristika hostů dle země původu před pandemií.....	28
Graf 4 - Charakteristika hostů dle země původu po první vlně pandemie.....	28
Graf 5 - Charakteristika hostů dle věku před pandemií.....	29
Graf 6 - Charakteristika hostů dle věku po první vlně pandemie .....	30
Graf 7 - Vliv státního příspěvku na obsazenost zařízení .....	31
Graf 8 - Návštěvnost před pandemií.....	32
Graf 9 - Návštěvnost po první vlně pandemie .....	32
Graf 10 - Výdaje návštěvníka před pandemií.....	33
Graf 11 - Výdaje návštěvníka po první vlně pandemie .....	33
Graf 12 - Ekonomický význam cestovního ruchu pro destinaci.....	34
Graf 13 - Změna ekonomického významu cestovního ruchu v destinaci .....	34
Graf 14 - Změna autenticity prostředí v destinaci .....	35
Graf 15 - Františkovy Lázně jako vhodné místo pro žití.....	36
Graf 16 - Povědomí rezidentů o historii města .....	36
Graf 17 - Běžné životní zvyky rezidentů v závislosti na cestovním ruchu .....	37
Graf 19 - Porovnání počtu hostů ve Františkových Lázních .....	68
Graf 20 - Porovnání počtu přenocování ve Františkových Lázních .....	68

## Seznam tabulek

Tabulka 1 – Počet hostů ve Františkových Lázních.....	67
Tabulka 2 – Počet přenocování ve Františkových Lázních.....	67

# 1 Úvod

Lázně představují významný ekonomický přínos nejen pro veřejné rozpočty obcí, ale i pro udržení zaměstnanosti v regionu. Zároveň jako součást českého zdravotního systému je lázeňství oblastí, jež má bohatou historii a je celosvětově uznáváno zejména díky svým nezpochybnitelným zdravotním efektům. Z hlediska historie lze říct, že podmínky pro rozvoj lázeňství v České republice nebyly vždy stejné a měnily se na základě společenského a ekonomického vývoje, který probíhal napříč celou Evropou. V novodobé historii lázeňskou oblast v ČR ovlivnila zejména druhá světová válka a poté od roku 1948 nově nastolený socialismus, kdy se z lázeňských měst stala oblast sloužící k léčbě chorob pracujícího lidu. K výrazné změně došlo po roce 1989, kdy převážná většina lázní přešla do soukromého vlastnictví.

Kromě toho, že rozvoj lázeňství má pro společnost ekonomický, sociální a kulturní význam, tak je důležitý i z hlediska finančních příjmů lázeňských měst, které se pak mohou snadněji zdokonalovat a nabízet tak lepší služby pro potenciální či stávající klientelu. V českém systému zdravotní péče hrají lázně významnou roli jako destinace zejména pro pacienty, kteří je navštěvují kvůli zdraví, volnému času a wellness.

Jak již bylo zmíněno, každá destinace z hlediska času prochází určitým rozvojem a neustále se mění a vyvíjí. Tato práce tedy popisuje vývoj lázní a zdůrazňuje vliv lázeňské oblasti na společnost a utváření regionálního prostředí. Každé lázně mají předhistorické období. Město Františkovy Lázně je zkoumáno pro jeho bohatou historii. Práce se zabývá městem od jeho počátků až po současnost. Po staletí si Františkovy Lázně zachovaly autentičnost a jsou známé především díky svým přírodním léčivým zdrojům.

Práce se konkrétně zabývá využitím modelu životního cyklu destinace, jenž je podle Butlera 1980 formulován do šesti fází. Model se často využívá v odborné literatuře

a různých výzkumech. V této práci jsou představeny všechny fáze životního cyklu destinace, kterými si město prošlo.

Všeobecně je známo, že cestovní ruch má kladný dopad na ekonomický vývoj státu, díky kterému roste HDP. To se však změnilo s příchodem pandemie Covid-19 a zasažením lokality koronavirovou krizí. Pandemie měla dopad na kontinuitu rozvoje cestovního ruchu v celosvětovém měřítku, což se také projevilo na životním cyklu destinací. Konkrétně je v této práci také zkoumán dopad pandemie na destinaci Františkovy Lázně.

## **2 Cíl práce a metodika zpracování**

### **2.1 Cíl práce**

Hlavním cílem bakalářské práce je určit aktuální fázi životního cyklu destinace Františkovy Lázně, kterou v roce 2020 a 2021 značně ovlivnila koronavirová krize.

Práce má za úkol aplikovat teorii životního cyklu destinace na město Františkovy Lázně, která je vyhledávaným místem pro lázeňské pobyty. Dále je cílem práce vyhodnotit možné scénáře dalšího vývoje destinace. Dalším cílem je zjistit, jaký dopad měla pandemie (Covid-19) na místní podnikatele, kteří poskytují ubytovací a stravovací služby nebo nabízejí zábavní, rekreační či volnočasové aktivity.

Cílem práce je objasnit následující výzkumné otázky:

- V jaké fázi ŽCD se nachází město Františkovy Lázně a jaký lze předpokládat další vývoj?
- Jak vnímají rozvoj cestovního ruchu místní provozovatelé a majitelé lázeňských zařízení?
- Má cestovní ruch negativní vliv na obyvatele Františkových Lázní?
- Jak a proč se změnila návštěvnost destinace Františkovy Lázně v roce 2020?

### **2.2 Metodika zpracování**

Původním záměrem práce bylo určit aktuální fázi životního cyklu destinace ve Františkových Lázních a na základě vývoje životního cyklu navrhnout vhodná doporučení pro rozvoj lázeňství ve městě. Během výzkumu došlo k zásadním komplikacím, které byly zapříčiněny koronavirovou krizí. Pandemie zasáhla jak tuto oblast, tak celý svět. V důsledku tohoto zásahu byla práce modifikována na definování fáze životního cyklu destinace a zkoumání dopadů koronaviru v dané destinaci.

První část bakalářské práce vychází především ze studia odborné literatury a článků, týkajících se udržitelnosti cestovního ruchu, destinačního managementu a životního cyklu destinace se zaměřením na lázeňská místa. Dále byly také rozebrány spouštěcí faktory, ovlivňující životní cyklus destinace, díky čemuž bylo v další části práce možné vyhodnotit vnější prostředí destinace, a tedy odvodit tak nečekané dopady na vývoj destinace. Dalšími důležitými zdroji informací této práce byly mezinárodní články. Pro vlastní případovou studii byla získávána sekundární data z Českého statistického úřadu, na požádání také z matriky Městského úřadu ve Františkových Lázních, od společnosti Lázně Františkovy Lázně a.s. a z Destinační a informační agentury Františkovy Lázně. Tato data sloužila pro srovnání s daty primárními, která byla získána přímo z dotazníkového šetření. Byla také důležitá pro určení fáze životního cyklu destinace. Vzhledem k pandemii bylo obtížné získávat primární data mezi podnikateli a návštěvníky.

Po analýze sekundárních dat následovala analýza výsledků kvantitativního výzkumu, tato data byla získána formou dotazníkového šetření. Respondenti byli vybráni z řad provozovatelů a majitelů místních lázeňských zařízení, která se podílejí na fungování této destinace.

Dotazníkové šetření probíhalo od 12. září 2020 do 9. ledna 2021. Celkem bylo osloveno 70 provozovatelů nebo majitelů lázeňských zařízení, kteří poskytují ubytovací a stravovací služby nebo nabízejí zábavní, rekreační či volnočasové aktivity. Dotazník vyplnilo celkem 54 respondentů, kompletní seznam dotazovaných zařízení je znázorněn v Příloze č. 2. Zbýlých 16 provozovatelů a majitelů lázeňských zařízení odmítlo na přiložený dotazník odpovídat. Důvodem poměrně vysoké návratnosti údajů byly vhodné konexe v dané destinaci.

Nejprve probíhal sběr dat osobním dotazováním u 39 respondentů. V tomto případě byly odpovědi zaznamenávány do předem vytištěných dotazníků. Poté co prvních 5 respondentů odpovědělo na dotazy, bylo z důvodu získání doplňujících údajů rozhodnuto, že dotazník bude rozšířen o další 4 otázky. Těmto pěti respondentům byly následně otázky zaslány na e-mail, na které velmi ochotně odpověděli.

Následně byl kvůli pandemickým opatřením pro dokončení výzkumu vytvořen dotazník v elektronické formě, který byl zbylým 15 respondentům zaslán prostřednictvím e-mailu. Dotazník se skládal z 29 otázek zaměřených na vývoj cestovního ruchu ve Františkových Lázních v době před i po první vlně pandemie. Z toho bylo 7 otázek určeno pro ty respondenty, kteří mají trvalé bydliště ve Františkových Lázních. Tyto otázky zjišťovaly postoj místních obyvatel k vývoji cestovního ruchu v destinaci. Časová náročnost vyplnění dotazníku činila 20-25 minut při osobním dotazování, v elektronické podobě 10-15 minut. Otázky střídavě umožňovaly jednu i více odpovědí, bylo využito škálových otázek.

Dále byly zkoumány postoje návštěvníků k destinaci Františkovy Lázně. Průzkum se uskutečnil za pomoci 25 náhodně vybraných návštěvníků dané destinace, kteří byli osloveni v průběhu září 2020 neformálními dotazy. Hlavním cílem bylo zjistit, jakou mají motivaci k návštěvě destinace po první vlně pandemie. Z analýzy odpovědí bylo možné definovat stimuly, které motivovaly dotázané osoby k návštěvě této destinace. Odpovědi návštěvníků byly poznamenány do elektronického zařízení. Délka rozhovoru s návštěvníky se odvíjela od vstřícnosti a ochoty dotazovaných. U všech respondentů bylo zohledněno obecné nařízení o ochraně osobních údajů GDPR. Analýza všech odpovědí byla provedena v programu Microsoft Excel, který byl také použit pro tvorbu grafů a tabulek. Na základě vyhodnocení dotazníků byl proveden pilotní výzkum.

Kapitola *4.1 Historie a současnost města* je kapitolou pro uvedení do oblasti historie Františkových Lázní. Záměrně se pak Kapitola *4.3 Fáze životního cyklu ve Františkových Lázních* věnuje podrobnějšímu výkladu historie města pro identifikování a diskutování jednotlivých fází životního cyklu destinace.

Kurčení aktuální fáze životního cyklu destinace bylo využito primárních i sekundárních zdrojů. Podle jednotlivých ukazatelů byla odvozena fáze životního cyklu, ve které se nyní Františkovy Lázně pravděpodobně nachází. Výsledky výzkumu této práce vycházejí z údajů od malého počtu respondentů, šetření je tedy nutné považovat za předvýzkum.

## 3 Teoretická část

### 3.1 Destinace cestovního ruchu

Od různých autorů existuje celá řada definic destinace cestovního ruchu. Podle Ryglové a kol. (2011) je to turistický cíl či oblast se společnými charakteristickými rysy a prvky. Zelenka a Pásková (2012) definují destinaci cestovního ruchu následovně: „*cílová oblast regionu, typická významnou nabídkou atraktivit cestovního ruchu a infrastruktury cestovního ruchu.*“ Dále zmiňují, že se může jednat o země, regiony, lidská sídla a další oblasti, které jsou typické výskytem atraktivit cestovního ruchu. Podle Palatkové (2011) lze destinaci chápat jako produkt, který představuje kombinaci zboží a služeb, kde se jedná o služby nabízené jednotlivými poskytovateli cestovního ruchu. Tvrdí, že podle přítomnosti nabízených a spotřebovávaných služeb jsou destinace označovány jako tzv. rekreační produkt turismu. Petrů (2007) zmiňuje, že z hlediska zdravotních a rekreačních cílů lze vyjádřit určující faktor rozvoje cestovního ruchu, jako přírodní podmínky či přírodní prostředí. Vhodné přírodní prostředí je podle ní hlavní podmínkou pro rozvoj destinací cestovního ruchu.

Palatková (2007) představuje atraktivity destinace cestovního ruchu, které tvoří prvotní složku nabídky, jež je motivací k cestě do destinace. Jedná se tedy o primární nabídku a sekundární nabídku, která podle ní zahrnuje služby ubytovací, stravovací, dopravní, sportovně rekreační a materiálně technickou základnu.

Do primární nabídky podle Palatkové (2007:8-9) spadají:

- „*přírodní atraktivity - terén, klima, vodní toky a plochy, vegetace a fauna, přírodní léčivé zdroje, přírodní zvláštnosti, kvalita životního prostředí,*
- *kulturně historické atraktivity - architektonické památky (hrady, zámky), kulturní zařízení (galerie, muzea),*

- *organizované atraktivity - filmové, hudební a divadelní festivaly, folklórní slavnosti, sportovní akce, kongresy, společenské akce,*
- *sociální atraktivity - způsob života lidí, tradice, zvyky, gastronomie. “*

Podle Palatkové (2007) se v některých případech primární nabídkou rozumějí všechny faktory, jenž nemají přímý vztah k cestovnímu ruchu, ale dávají cestovnímu ruchu podobu svou přitažlivostí. Jako příklad uvádí nabídku přírodních a kulturně historických atraktivit, která je místně vázána, nelze ji přemístit mimo místo svého výskytu, nebo je kapacitně omezená.

Sekundární nabídka podle Palatkové (2007:9):

- *„vytváří podmínky pro využití primární nabídky,*
- *je odvozená od primární nabídky, musí kopírovat charakter produktu destinace, (objem a struktura kapacit, typ staveb),*
- *zahrnuje dostupnost (dopravní – vnější, vnitřní) destinace (komunikační, časová),*
- *zohledňuje image destinace,*
- *zahrnuje animaci v destinaci (zábavní programy, společenské a sportovní aktivity). “*

Nejdl (2011) tvrdí, že prvky, které tvoří destinaci, jsou propojeny vzájemnými vazbami. V průběhu času se podle něj mění počet a obsah prvků, účinnost vazeb a nároky na efektivní fungování destinace. Dále uvádí, že se systém destinace cestovního ruchu neustále vyvíjí. Z toho podle něj vyplývá, že změna, která se vyskytne v jednom vztahu, zpravidla vyvolá změnu v dalších úrovních.

Podle Jakubíkové (2012) přijíždí návštěvník do destinace v případě, má-li mu co nabídnout. Uvádí, že destinace se stává produktem s vlastním marketingovým mixem, značkou a umístěním na trhu.



### 3.1.1 Marketing destinace cestovního ruchu

Pro zajištění dlouhodobě efektivního cestovního ruchu v destinaci je využíván destinační marketing, který by měl dobře nabídnout a prodat vytvořené produkty a služby na svém území. Jakubíková (2012) uvádí, že v marketingu cestovního ruchu je kladen důraz na podporu komunikace mezi stranou nabídky a poptávky. Je známo, že díky existenci geografické poptávky mezi nabídkou a poptávkou hraje v marketingu destinace významnou roli image destinace cestovního ruchu. Palatková (2006) uvádí, že image je často považována za vlivnějšího činitele rozhodovacího procesu spíše, než jsou hmatatelné složky produktu (např. krajina, kultura, relaxace). Dále tvrdí, že image destinace úzce souvisí s analýzou životního cyklu produktu destinace, identifikací tržních příležitostí destinace, segmentací trhu i rozbořem motivace v marketingu destinace. Podle ní se image destinace vyznačuje dlouhodobým charakterem a nezávislostí na neočekávaných a rychlých změnách. Popisuje, že image je tvořena tradičními formami reklamy, na základě informací opatřených od průvodců, informací z televizního vysílání, dokumentů či zpráv, nebo také informací od příbuzných a ze svých vlastních získaných zkušeností. Dále uvádí, že po vyjasnění uvedených součástí je dalším krokem přistoupení k taktické rovině marketingu destinace. K tomu je podle Zelenky (2015) potřeba nástrojů marketingového mixu, především marketingový mix produktu, spolupráce, způsob distribuce a propagace. Je známo, že subjekt, který se zabývá poskytováním služeb, tedy i lázeňství, zahrnuje do marketingových nástrojů oblast řízení materiálního prostředí. Materiální prostředí mohou lázeňská zařízení využívat nabídkou lázeňských služeb, aby se odlišily na trhu, získaly tak svou konkurenční výhodu a vytvořily potřebnou image. Palatková (2007) zdůrazňuje podstatu neustálé dodržování kvality všech produktů poskytovaných destinací.

Zelenka (2015) a Palatková (2007) se shodují, že pravidelným průzkumem trhu se zjišťují způsoby chování návštěvníků. Z toho pak podle Zelenky (2015) vyplývá, za co a za kolik jsou návštěvníci schopni a ochotni utratit, tedy jaký je jejich zájem o současné služby a také, co konkrétně návštěvníky oslovuje. K tomu, aby byla destinace cestovního ruchu vhodně řízena, a aby byl destinační management

schopný předvídat vývojové fáze destinace, slouží, jak je známo, koncepcí udržitelného rozvoje cestovního ruchu.

### **3.2 Udržitelný cestovní ruch**

Účelem udržitelného cestovního ruchu by mělo být uskutečňování potřeb návštěvníků, ale neměl by být ohrožen další rozvoj cestovního ruchu do budoucna. Současně by cestovní ruch neměl mít negativní vliv na další aktivity a život rezidentů v dané destinaci. Pásková (2014) uvádí, že v aplikaci udržitelného cestovního ruchu by mělo být využito moderních metod organizování, monitorování a plánování, s využitím dostupných informačních a komunikačních technologií. Podle Higgins-Desbiolles (2018) je nutné cestovní ruch pro jeho komplexnost chápat jako určité hospodářské odvětví, které je založeno na dlouhodobě šetrném využívání, ochraně a rozvoji potenciálu geografického prostředí destinace. Pásková (2014) mezi důležité principy udržitelnosti cestovního ruchu řadí respektování tradic a potřeb místních obyvatel a příznivé chování účastníků cestovního ruchu s ohledem na prostředí destinace. Pásková (2009) uvádí, že je důležité uvědomění propojenosti udržitelnosti cestovního ruchu s konceptem životního cyklu destinace a s časoprostorovým vývojem potenciálu území a jeho kapacity.

#### **3.2.1 Únosná kapacita území**

Problematika únosné kapacity, rozvoje cestovního ruchu a koncept životního cyklu se prolíná do etap destinačního vývoje. Únosnou kapacitu území v souvislosti s cestovním ruchem Pásková (2014) popisuje jako maximální míru zatížení daného území, při kterém nedochází k nevratnému snížení kvality přírodního a socio-kulturního prostředí destinace. Podle Zelenky (2012) únosnou kapacitu určují ukazatele kvantity, kvality a citlivosti zdrojů, ať už přírodních, nebo vytvořených lidmi. Dvě z šesti druhů únosných kapacit, které Pásková (2014) popisuje, se nazývají ekonomicky únosná kapacita a socio-kulturně únosná kapacita.

*Ekonomicky únosná kapacita* – podle Páskové (2014) vymezuje dlouhodobě udržitelný kompromis mezi ekonomickou vytížeností a kvalitou životního prostředí v destinaci. Zmiňuje, že s ekonomicky únosnou kapacitou úzce souvisí ekonomická

stabilita destinace. Uvádí, že pokud má ekonomická stabilita destinace vysokou hodnotu, daná destinace se stává zranitelnou. Jedním ze způsobů, jak může dojít k ekonomické zranitelnosti, je podle ní nepřiměřená závislost na klíčových zdrojových oblastech. Pro příklad pak uvádí německé návštěvníky.

*Socio-kulturně únosná kapacita* – Pásková (2014) uvádí, že socio-kulturně únosná kapacita vymezuje kompromis mezi životem místních obyvatel a návštěvností destinace. Určuje tedy podle ní maximální počet návštěvníků daných lokalit, které dosud nijak neovlivňují život místních obyvatel.

Koncept únosné kapacity území se prolíná do analýzy životního cyklu destinace. Pásková (2014) uvádí, že v některých fázích životního cyklu může být únosná kapacita překročena.

### **3.3 Životní cyklus destinace**

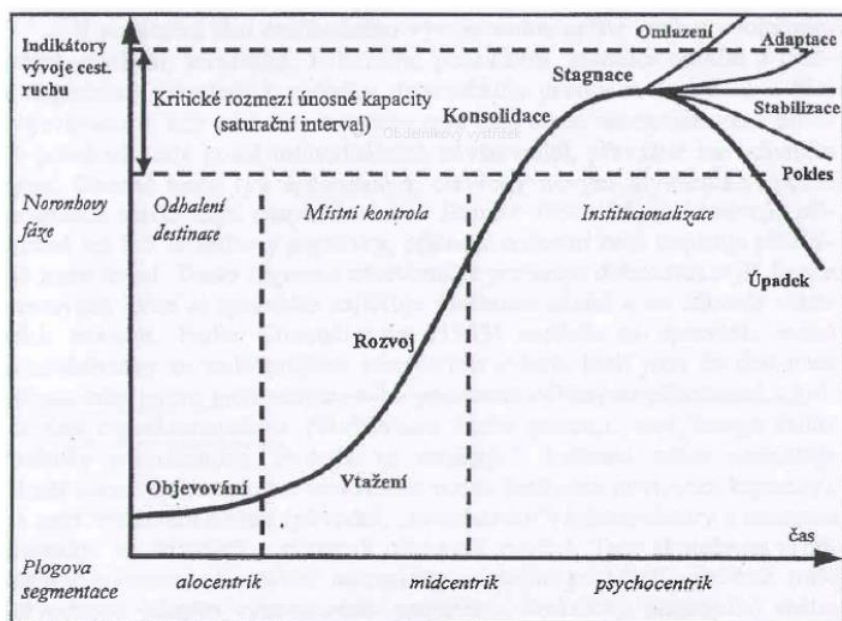
Obecně je známo, že v průběhu času se destinace mění a vyvíjí. Tyto změny jsou zachycovány modelem životního cyklu destinace. Pásková (2014) koncept životního cyklu destinace považuje za užitečný konceptuální rámec studia, výzkumu a managementu destinace cestovního ruchu. Hesková (2006) uvádí, že životní cyklus destinace je chápán jako výzkum vývoje určité destinace. Dále popisuje, že pomocí vhodně zvolených indikátorů a zohlednění dalších procesových jevů, například globalizace nebo urbanizace, lze podrobně sledovat kvantitativní a kvalitativní změny v destinaci. Pásková (2014) dodává, že pro určení fáze životního cyklu destinace je v první řadě zásadní objasnit dosavadní vývoj cestovního ruchu v dané destinaci. Dále zmiňuje, že křivka životního cyklu destinace zachycuje vývoj hodnot základních ukazatelů cestovního ruchu v konkrétní oblasti. Těmito ukazateli podle ní mohou být například hodnoty únosné kapacity území, počet návštěvníků, hlučnosti, množství odpadu atd.

Podle Páskové (2014) se koncept životního cyklu zaměřuje na sledování dynamiky v konkrétní lokalitě, pozoruje změny a predikuje vývoj destinačního prostředí v prostoru i čase.

### 3.3.1 Životní cyklus lázeňské destinace

Kapczynski a Szromek (2008) uvádějí, že od roku 1949 do roku 1984 bylo možné zaznamenat kompletní životní cyklus tzv. tradičního lázeňského produktu. Tímto tradičním lázeňským produktem byla podle nich lázeňská péče založená výhradně na balneologii. Byla to tedy připravovaná léčba pro nemocné pacienty na doporučení lékaře. Kapczynski a Szromek (2008) dále zmiňují, že přibližně v polovině 80. let 20. století vznikl nový životní cyklus lázní (založený na „nových“ lázeňských produktech). Takový produkt se podle nich zaměřuje na moderní přístupy v lázeňství. V tomto období byly v lázních aplikovány moderní technologie, zdravotní turismus a wellness.

Pásková (2014) tvrdí, že se koncept životního cyklu stal podle Butlera (1980) nejpoužívanějším modelem životního cyklu, který zachycuje vývoj destinace v šesti fázích. Následující obrázek znázorňuje vývoj životního cyklu destinace v těchto fázích: objevení, vtažení, rozvoj, konsolidace, stagnace a poststagnace. Především v závislosti na kvalitě destinačního managementu a předchozím vývoji destinace může mít poststagnační fáze více podob, jak je vidět na Obrázku č. 1. Jednou z možností rozvoje, pokud se jedná o fáze omlazení nebo adaptace, je nový životní cyklus destinace.



**Obrázek 1 – Životní cyklus destinace**

Zdroj: Butler (1980), Norohna (1976), Plog (1973) in Pásková (2009: 73)

### 3.3.2 Fáze životního cyklu destinace

#### *Fáze objevení*

Tato fáze destinace se podle Páskové (2014) vyznačuje vznikem nového destinačního produktu. V destinaci se zatím nevyskytuje infrastruktura, to podle ní zajišťuje původnost a autentičnost destinace. Dále uvádí, že návštěvníci do takové destinace proudí neorganizovaně a individuálně. Nejd (2011) dodává, že tyto návštěvy mají na ekonomiku jen malý efekt a zisky z nich jsou nízké. Podle něj se pro destinaci rozhoduje, zda rozvoj cestovního ruchu bude přínosný.

#### *Fáze vtažení*

Pásková (2014) uvádí, že místní obyvatelé ve fázi vtažení začínají poskytovat služby v oblasti cestovního ruchu, a tyto služby poskytují výlučně návštěvníkům. Weaver a Lawton (2002) doplňují, že zmiňovanými službami je například vyčlenění místnosti v domě místního obyvatele pro pobyt návštěvníka za úplaty. Pásková (2014) dále tvrdí, že stejně jak vzrůstá místní iniciativa, tak se také zvyšují nároky návštěvníků. Podle ní se vytváří trh cestovního ruchu vyznačovaný sezónností a formuje se propagace. Dále uvádí, že se začíná rozvíjet infrastruktura. Butler (2006) zmiňuje, že se v destinaci zajišťuje doprava a různé vybavení pro návštěvníky dané destinace. Podle Nejdla (2011) se začíná klást důraz na destinační marketing a jeho financování.

#### *Fáze rozvoje*

Ve fázi rozvoje podle Páskové (2014) během hlavní sezóny počet účastníků cestovního ruchu převyšuje počet místních obyvatel. Pro destinaci je podle ní charakteristická masovost a diverzifikace nabídky. Dále uvádí, že je zaznamenáván pokles aktivity místních obyvatel a jejich kontrola nad cestovním ruchem rovněž zřetelně klesá. Dále zmiňuje, že dochází ke zvyšování nároků na standard služeb a vybavení. Masovost, která se v destinaci vyskytuje, jak dále pokračuje, má negativní dopady na destinaci z hlediska udržitelného cestovního ruchu. Zejména uvádí dopady ekonomické a socio-kulturní. Zmiňuje také, že je nutné

zapojit destinační management na zabezpečení rozvoje infrastruktury cestovního ruchu a na zamezení překročení únosné kapacity území. Nejdí (2011) dodává, že na trh značně působí marketing, jelikož se rozvojem cestovního ruchu utváří prostředí pro možné zájmové budoucí střety, které mohou souviset například s ochranou životního prostředí.

#### *Fáze konsolidace*

Pásková (2014) uvádí, že ve fázi konsolidace se zpomaluje tempo růstu návštěvníků. V destinaci jsou podle ní důležité turistické atraktivity, jelikož mají velký vliv na zaměstnanost a příjem místních obyvatel. Fáze konsolidace se podle ní také vyznačuje snížením dostupné nabídky zboží denní spotřeby. Dále zmiňuje, že dochází k postupnému útlumu atraktivity destinace, v takovém případě je zásadní opětovaně začít propagovat destinaci se snahou rozšířit návštěvnickou nabídku. Nejdí (2011) uvádí, že snižování ceny produktů a změna obsahu nabídky vede k problému autenticity území z pohledu poptávky. Snižuje se tak podle něj ziskovost investic a zájem investorů.

#### *Fáze stagnace*

Fázi stagnace Pásková (2014) považuje za nejkritičtější fázi, jelikož rozhoduje o budoucím vývoji destinace cestovního ruchu. Uvádí, že klesá průměrná denní útrata návštěvníka, únosná kapacita destinace dosahuje svého nasycení a destinace postupně ztrácí svou image. Dále uvádí, že se snižují přínosy obyvatel podnikajících v cestovním ruchu a narůstají negativní vlivy na přírodní prostředí způsobené vysokou návštěvností. Destinace může mít podle Weavera a Lawtona (2002) kvalitní profil, ale nezajistí nárůst návštěvníků, jelikož nemusí být tak žádoucí jako jiné destinace. Nejdí (2011) zmiňuje, že celková konkurenceschopnost se snižuje, zájem poptávky o destinaci klesá a je podle něj kladen důraz na kooperaci. Dále uvádí, že strategickým cílem je obnovit pozici destinace na trhu, zachovat podíl na trhu a zabránit dalšímu zhoršování.

### *Fáze poststagnace*

Podle Páskové (2014) má destinace, na základě předchozí fáze, pět možných variant dalšího vývoje. Uvádí, že přechází buď do omlazení, adaptace, stabilizace, poklesu nebo úpadku. Hesková (2006) dodává, že u následujícího vývoje destinace záleží na schopnostech destinačního managementu a charakteru samotné destinace.

Cooper a kol. (1998) uvádějí, že koncept životního cyklu destinace je sestaven pro podmínky volného trhu. Nepočítá se podle nich se strategickými zásahy managementu a vnějšími vlivy, které mohou zvrátit celý průběh destinace.

### **3.3.3 Faktory ovlivňující životní cyklus destinace**

Činitelé, které ovlivňují životní cyklus destinace a zároveň se participují na utváření jejího průběhu, mohou být také spouštěcí faktory. Weaver a Lawton (2002) tyto faktory řadí do čtyř kategorií. Níže jsou popsány dva z nich.

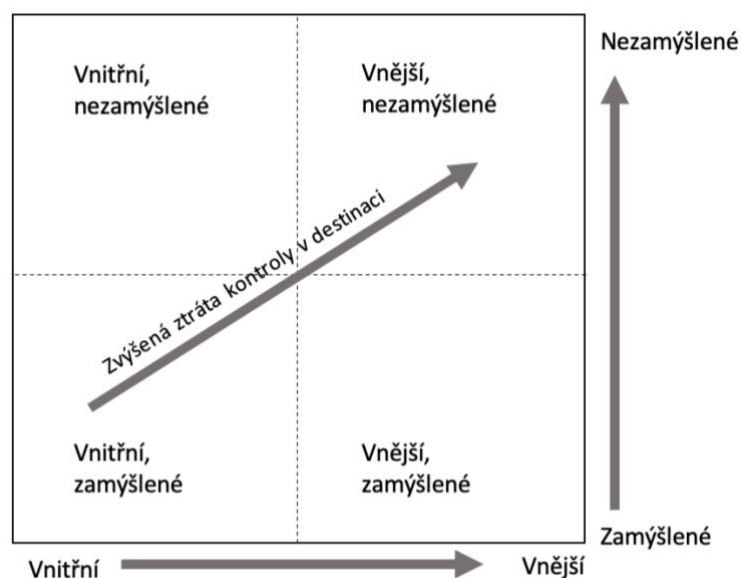
#### *Vnější zamýšlené faktory*

Weaver a Lawton (2002) uvádí, že tyto faktory vznikají sice záměrně, ale mimo destinaci. Příkladem podle nich může být efektivní marketingová kampaň, která je podporovaná státem.

#### *Vnější nezamýšlené faktory*

Tyto faktory podle Weavera a Lawton (2002) vznikají za hranicí destinace a neúmyslně ovlivňují destinaci. Uvádějí, že takové faktory představují pro budoucí možnosti destinace nejhorší variantu z důvodu nepředvídatelnosti dopadu a výsledku. Dále zmiňují, že vnější nezamýšlené faktory jsou pro management cestovního ruchu obtížné a těžko kontrolovatelné. Jako příklady uvádějí globální oteplování, opakované cyklóny nebo celosvětovou ekonomickou krizi.

Obrázek č. 2 znázorňuje vztah spouštěcích faktorů, které ovlivňují životní cyklus destinace. Na obrázku jsou vyobrazeny všechny čtyři kategorie: vnitřní zamýšlené, vnitřní nezamýšlené, vnější zamýšlené a vnější nezamýšlené.



**Obrázek 2 – Spouštěcí faktory ovlivňující životní cyklus destinace**  
*Zdroj: vlastní zpracování podle Weaver a Lawton (2002:325)*

### 3.4 Destinační management

Koncept životního cyklu destinace se uplatňuje především při strategických aktivitách destinačního managementu. Podle Páskové (2014) je odvozování životního cyklu destinace vykonáváno na základě analýzy a sběru dat z minulých období, k tomu podle ní napomáhá destinační management. Pro destinační management, jak uvádějí Zelenka a Pásková (2012), je důležité znát faktory, které ovlivňují vývoj destinace. Při vhodném zvolení indikátorů, lze podle nich, sledovat kvantitativní, ale i kvalitativní změny v dané destinaci, které jsou způsobeny rozvojem cestovního ruchu. Holešinská (2007) se shoduje se Zelenkou a Páskovou (2012) v tom, že destinační management představuje specifickou formu řízení a jeho efektivní fungování. Dále uvádí, že destinační management je založen na koordinaci v oblasti plánování a kooperaci mezi jednotlivými aktivními účastníky cestovního ruchu, tedy poskytovateli služeb, organizací a rozhodováním v destinaci. Podle Páskové (2014) má cestovní ruch z dlouhodobého hlediska zřetelný a celkový vliv na místní kulturní dědictví a přírodní zdroje. Tyto atributy podle ní představují, kromě určité minimální velikosti a kvality infrastruktury, základní předpoklady jeho realizace. Uvádí, že místní správy a samosprávy se na destinačním managementu



podílejí kvalitním přehledem o nabídkách dané lokality, které následně zveřejňují na svých portálech, nebo je zřizují turistická informační centra na webových stránkách. Holešinská (2007) zmiňuje, že jedním z trendů TIC je i zavádění rezervačních portálů, např. rezervování vstupenek na kulturní akce v regionu. Pásková (2014) pak dále tvrdí, že TIC komunikují s návštěvníky osobně, mají tedy možnost evidovat návštěvnost dané lokality a tyto informace statisticky zpracovávat. Takovýto způsob se dá označit za předvýzkum, jímž podle ní mohou místní podnikatelské subjekty snadno nabídnout služby návštěvníkům, které je lákají do destinace (např. novinky a nadstandardy). Ve spojení s tím pak v dané lokalitě vzrůstá ekonomický potenciál, jelikož se zvyšují nabídky pracovních míst pro rezidenty. Budeanu a kol. (2016) uvádějí, že s rozvojem cestovního ruchu dochází ke změnám v destinaci. To podle nich ovlivňuje postoj místních obyvatel k rozvoji cestovního ruchu a také vztah k návštěvníkům destinace. Pásková (2014) dodává, že mezi těmito dvěma aktéry cestovního ruchu je důležitá rovnováha. Uvádí, že přístup k plánování, organizování, komunikování mezi nimi a ke kontrole vývoje cestovního ruchu slouží model životního cyklu destinace. Dále zmiňuje, že koncept životního cyklu destinace je důležitým nástrojem zejména při strategických aktivitách destinačního managementu.

Pásková (2014:195-196) uvádí, že: „*...aplikace životního cyklu v praxi cestovního ruchu umožňuje destinačním manažerům a dalším destinačním aktérům hlubší porozumění turistifikačnímu procesu, což je nezbytným předpokladem pro interpretaci a usměrňování efektů cestovního ruchu a aktuální uzpůsobení aktivit managementu problémům charakteristickým pro aktuální fázi životního cyklu.*“

### **3.5 Lázeňství**

Zelenka a Pásková (2012) popisují lázeňství jako souhrn aktivit za účelem léčby somatických, psychosomatických nebo psychologických problémů za pomoci přírodních zdrojů a různých procedur. Sonnková (2014) tvrdí, že lázeňství je pro člověka podstatné více než dva tisíce let. Dále se shoduje s výše uvedenými autory, že lázeňství má význam jak pro jednotlivce, tak pro ekonomiku daného území (státu).

### 3.5.1 Lázeňský cestovní ruch

Základním důvodem návštěvy lázeňských zařízení a pobytu v nich jsou podle Jakubíkové a kol. (2019) zdravotní důvody, ale i aktivní dovolená. Pro pobyt v lázeňských místech podle nich slouží jak lázeňská zařízení, tak i další ubytovací zařízení. Dále vymezují předpoklady, které ovlivňují existenci a rozvoj lázeňství v určitých oblastech: „*přírodní podmínky, volný čas, ekonomické zdroje, právní úprava, materiálně technická základna, personální zdroje.*“

Podle Swartzhoffové (2014) mají lázeňská místa na cestovním ruchu značný podíl. Dále uvádí, že jde o významná centra domácího i zahraničního cestovního ruchu. Fakt, že přitahují pozornost zahraničních lázeňských hostů, je podle ní výhodou. Sonnková (2014) tvrdí, že mezi přínosy lázeňských míst patří nabídka nových pracovních míst pro rezidenty. Dále uvádí, že lázeňská místa mají podíl na tvorbě domácího produktu, který tvoří příjmy do státního rozpočtu a podílí se na příjmech jednotlivých regionů. Sonnková (2014) a Swartzhoffová (2014) se shodují, že kromě prevence, léčby a ekonomických přínosů, k lázeňství patří i kulturní, společenský a sportovní život. Podle nich se v lázeňských místech pořádají kulturní akce, festivaly, konference, koncerty a kongresy. Knopp (1999) dodává, že lázeňství má důležité postavení v mnoha zemích. Návštěvnost lázní podle něj konkuruje návštěvnosti hlavních měst, přímořských oblastí a dalších destinací.

### 3.5.2 Historie lázeňství v českých zemích

CzechTourism (2021) uvádí, že lázeňská péče v českých zemích má tradici starou stovky let. Podle Knoppa (1999) se o nejstarším období českého lázeňství šíří mnoho pověstí, ale nejsou historicky doložené. Uvádí například pověst o vladaři Karlovi IV., který náhodně objevil prameny a následně tak vzniklo město Karlovy Vary. Dále zmiňuje, že stejně tak Václav Hájek z Libočan objevil pramen v Teplicích v Čechách. Knopp (1999) dále tvrdí, že ve středověku i v následujících staletích se lázeňství vyznačovalo „dobou temna“, jelikož v tomto období bylo velice náročné dodržovat hygienu a vykonávat lázeňské procedury. Výjimku podle něj představovala jen dvě lázeňská místa, a to Karlovy Vary a Teplice v Čechách, která si držela svůj význam od začátku. Tato místa byla však určena jen pro nejbohatší

vrstvy obyvatel, Knopp (1999) zmiňuje, že lázně navštěvoval Albrecht z Valdštejna nebo ruský car Petr Veliký, který se nechal inspirovat Karlovými Vary a začal zakládat první lázeňská místa v Rusku. Doba vzniku skutečného lázeňství se podle Knoppa (1999) datuje ke konci 18. století. K jeho rozvoji podle něj přispívá také pokrok vědy, techniky a společenské komunikace. Dále uvádí, že následující dvě století byla doprovázena stavbou lázeňských domů, hotelů a penzionů. Zdůrazňuje, že docházelo k modernizaci léčebných procedur a k rozvoji kulturních či společenských center, což má podle něj pozitivní vliv na cestovní ruch. Dodává také, že docházelo ke vzniku divadel a uměleckých galerií. Dále se konaly hudební koncerty na promenádách, které jsou podle něj typické pro lázeňská místa.

### **3.5.3 Léčebné služby v lázeňství**

Podle Indrové (2009) je zdravotně orientovaný cestovní ruch zaměřen na zdravotní prevenci, rekonvalescenci a léčení následků nemocí. Toto léčení podle ní probíhá v lázních nebo ve střediscích cestovního ruchu s příznivým zdravotním prostředím. Uvádí, že k tomuto typu cestovního ruchu patří i zdravotně orientované aktivity, např. rekondiční a zdravotně preventivně orientované pobyty, které jsou zaměřené na posílení, udržení či obnovení fyzické nebo také psychické kondice člověka. Oriška (2010) tvrdí, že lázeňské služby jsou určeny pro účastníky lázeňských pobytů, které jsou pořádány v lázeňských místech, tedy v lázních. Lázeňská tradice je podle něj v České republice založena na termálních a minerálních vodách, bohatých přírodních podmínkách a klimatické léčbě. Jakubíková a kol. (2019) uvádějí, že poskytované služby v lázeňství a v lázeňském cestovním ruchu představují ucelený obraz kvality lázeňského místa a zařízení. Hovoří zejména o následujících službách: „*zdravotně léčebné služby, ubytovací služby, stravovací služby, společensko-kulturní služby, sportovně rekreační služby, služby cestovního ruchu...*“. Jakubíková a kol. (2019) dále uvádějí, že léčebné služby se dle využívaných metod člení na: „*klasické metody založené na přírodních léčivých zdrojích, klasické metody založené na jiných principech jako je fyzioterapie, dietoterapie, magnetoterapie, netradiční léčebné metody a pohybové aktivity (např. akupunktura, sauna)*.“ Lázeňská léčba podle Jakubíkové a spol. (2019), probíhá na základě

léčebných výkonů, tedy procedur, doporučeného denního režimu pacienta a edukační složky. Pacient si podle nich má osvojit vhodné návyky i pro další běžný život.

### **3.5.4 Trendy v lázeňství**

Schwartzhoffová (2014) tvrdí, že lázeňství za posledních 20 let zaznamenalo velký rozvoj. Ve zdravotním systému má podle ní tradiční lázeňská péče nezastupitelné místo, ať už je hrazená pojišťovny či soukromě. Dále tvrdí, že za poslední dobu byl zaznamenán značný úbytek pojištěnců. Jako důvod této skutečnosti uvádí omezování finančních zdrojů a méně volného času pacientů. Lázně podle ní musí na tyto změny reagovat a přizpůsobit se potřebám trhu. Popisuje také, že klasické lázeňské nabídky byly rozšiřovány o různé preventivní relaxační pobyty už v devadesátých letech. Dle jejího názoru je to zejména kvůli nárůstu počtu samoplátců lázeňské a wellness preventivní péče. Na základě informací z webových stránek spawellness (2014) se trh wellness a lázeňských služeb stále více soustředí na prevenci, tedy procedury a služby, které podporují zdraví a kondici pacientů. Dále uvádí, že díky internetovým stránkám jsou spotřebitelé služeb stále více obeznámeni s informacemi o nabízených službách a zájem o ně tak rychle roste. Zmiňují, že poptávka je především o wellness pobyty v lázních, které ve spolupráci s lékařem nabízí program péče na míru každému jedinci.

Webové stránky spawellness (2014) mezi wellness trendy řadí:

- wellness poradenství – jedná se především o výživové poradce, lektory jógy nebo kouče zdravého životního stylu,
- zájem o „zelenou“ kosmetiku – přírodní, účinné a aktivní látky,
- terapie zaměřená na prevenci a uvolnění stresu,
- návrat k přírodě a tradičním ozdravným technikám v péči o tělo, duši a mysl,
- ledové terapie,
- pobyty zaměřující se na rodiny s dětmi – pro utužení zájmu o zdravý životní styl od brzkého věku.

### **3.6 Dopady koronavirové krize na cestovní ruch**

Škare a kol. (2021) uvádí, že od propuknutí pandemie Covid-19 byla situace po celém světě značně podceňovaná. Podle nich došlo k pozdnímu zavedení opatření. Dále tvrdí, že politici a odborníci zatím nedokážou odhadnout scénář krize, který bude mít nepochybně nepříznivý vliv na cestovní ruch. Empirické studie se podle nich pokouší prozkoumat tento očekávaný negativní dopad na svět a na odvětví cestovního ruchu, které pomůžou politikům a odborníkům navrhnout opatření zaměřená na budování kapacit a provozní udržitelnost cestovního ruchu. Zmiňují také, že v boji proti této pandemické krizi bude hrát významnou roli inovace kvality zdravotní péče. Naciye a Adem (2020) uvádí, že rychle se šířící infekce ovlivňuje systém mezinárodního cestovního ruchu. Cestovní ruch podle nich podporuje šíření pandemie po celém světě kvůli vysoké mobilitě. Dle UNWTO (2020) patří cestovní ruch v současné době k jednomu z nejvíce postižených sektorů a zdůrazňuje, že význam mezinárodní spolupráce je nyní ještě důležitější. Rutynskiy a Kushniruk (2020) dodávají, že v důsledku karanténních opatření hrozí největší finanční ztráty velkým dopravním společnostem spolu s hotelovými a restauračními řetězci.

Podle Hoque a kol. (2020) cit. v Naciye a Adem (2020) vede pandemie ke znatelnému poklesu tzv. „sociální spotřeby“. Uvádějí, že omezení se vztahuje na domácí cestovní ruch, návštěvy restaurací či kulturních akcí. Zmiňují, že už několik významných událostí bylo v mnoha zemích odloženo nebo dokonce zrušeno. Dále uvádějí, že téměř žádné jiné odvětví není tak závislé na vývoji nehmotných hodnot jako odvětví cestovního ruchu, a že tato skutečnost ilustruje zranitelnost odvětví cestovního ruchu vůči nepříznivým událostem. Naciye a Adem (2020) dodávají, že v důsledku pandemie Covid-19, bude odvětví cestovního ruchu pravděpodobně čelit negativním dopadům v delším časovém horizontu.

Lze očekávat, že v některých destinacích tento vnější vliv (pandemie Covid-19) naruší i vývoj, který je možno popsat v rámci modelu životního cyklu destinace. Destinace se tak bude vyvíjet jiným směrem, než tomu bylo před pandemií.

## 4 Praktická část

### 4.1 Historie a současnost města Františkovy Lázně

První zmínka o Františkových Lázních se podle Macka (1997) váže k Františkovu prameni. V roce 1270 byly podle něj při velkém požáru města Chebu zničeny veškeré historické spisy, kromě poznámky Bohuslava Balbíny, který ve své kronice zmiňuje, že kníže Břetislav pil tento pramen již v roce 1196. První určitější zmínky a písemné záznamy podle Němce (2012) pocházejí z 15. a 16. století. Knopp (1999) dodává, že informace o prameni na území Františkových Lázní byly poprvé zaznamenány v roce 1542. Dále popisuje, že v 17. století se veřejnost začínala obeznávat se zmiňovaným Františkovým pramenem, který byl v té době nazýván Chebská kyselka. Tvrdí, že pramen se dostal do povědomí lidí především díky lékařům, kteří na něm prováděli rozborů. Němec (2012) dále uvádí, že voda z pramene byla rozvážena do několika evropských měst. Díky tomu se podle něj v okolí Chebu začali shromažďovat lázeňští hosté.

Podle informací uvedených na oficiálních webových stránkách města Františkovy Lázně (2007) a Macka (1995) došlo koncem 18. století k rozpracování návrhu na vybudování lázní a také k založení vesnice. Ta byla podle Macka (1997) nazývána Ves císaře Františka a v té době měla podobu ulicové vesnice s hlavní třídou, viz Obrázek č. 15 v Příloze č. 5. Podle něj se o tyto změny zasloužili zejména dva tamější lékaři svým racionálním přístupem. Uvádí, že šlo o Jana Bechera a Dr. Adlera. Macek (1995) dodává, že Dr. Adler ve své disertační práci zmiňoval, že odpoutání se od každodenního způsobu života a odložení starostí bylo chápáno jako součást léčby. Macek (1995) dále uvádí, že pacient se měl uvolnit a pominout své návyky, k tomu také patřil pobyt ve stejné motivované společnosti.

Na Obrázku č. 3 je viditelná relativně nízká návštěvnost vesnice, která navozuje pocit romantické atmosféry.



**Obrázek 3 – Lázně císaře Františka, okolí Františkova pramene v roce 1808**

*Zdroj: Macek (1995)*

Macek (1997) zmiňuje, že v 19. století byla Ves císaře Františka povýšena na město. V tomto období, jak uvádí Macek (1995), byla lázeňská společnost a atmosféra lázní nejzajímavějším fenoménem. Popisuje, že návštěva lázní byla brána jako projev kulturnosti. Hovoří o dokonalém propojení léčebného režimu se společenským životem.

Macek (1995) dále uvádí, že poté co se město napojilo na železniční síť, dosáhlo světového věhlasu. V lázních se podle něj objevila celá řada významných osobností a jejich přítomnost byla zapisována do rejstříků, tzv. kurlistů. Uvádí, že mezi nejznámější osobnosti patřili Johann Wolfgang Goethe, Ludwig van Beethoven, Otto von Bismarck, Božena Němcová nebo Jan Neruda.

Dva následující obrázky zachycují atmosféru 20. století ve Františkových Lázních. Je na nich také vyobrazena dobová tradice společenského života a poměrně vysoká návštěvnost města.



**Obrázek 4 - Františkovy Lázně, okolí Lučního pramene kolem roku 1910**  
*Zdroj: Macek (1995)*



**Obrázek 5 - Františkovy Lázně, Františkův pramen a socha Františka v roce 1955**  
*Zdroj: Němec (2012)*



Začátkem 20. století byla podle Němce (2012) ve Františkových Lázních uskutečněna rozsáhlá rekonstrukce města a byly objeveny další prameny. Během světových válek, jak dále uvádí, sloužily lázeňské domy jako lazarety. Budovy se podle něj po druhé světové válce a v období socialismu udržovaly, ale nerozvíjely. Dále zmiňuje, že od roku 1991 začala lázeňská zařízení spadat pod akciovou společnost Lázně Františkovy Lázně. Tato společnost prováděla opravy lázeňských zařízení s úmyslem vrátit Františkovy Lázně na světové výsluní.

Holeček a kol. (2007) uvádějí, že Františkovy Lázně se nachází severně od města Chebu. Podle Karlovarského kraje (2012) jsou Františkovy Lázně součástí historického západočeského trojúhelníku, do kterého se řadí ještě Mariánské Lázně a Karlovy Vary. Dále uvádí, že Františkovy Lázně jsou nejmenší z uvedené trojice. Fischer (2008) zmiňuje, že Františkovy Lázně leží v nadmořské výšce 445 metrů. WANET s.r.o. (2020) uvádí, že se ve Františkových Lázních nachází 22 minerálních pramenů. Fischer (2008) dodává, že tato minerální voda má poměrně vysoký obsah rozpuštěného oxidu uhličitého. Podle něj se při vývěru pramenů průměrný obsah oxidu uhličitého pohybuje kolem 1,5 do 2,5 gramu na litr minerální vody. Podle společnosti WANET s.r.o. (2020) se tyto prameny s vysokým obsahem oxidu uhličitého nazývají kyselky. Dále společnost zmiňuje, že Františkovy Lázně disponují velkým množstvím parků a lesů, a proto jsou nazývány „Zelenou perlou Chebska“. Český statistický úřad (2020a) uvádí, že k 1. lednu 2020 mělo město 5461 obyvatel. Františkovy Lázně jsou dobře dostupné díky vlakovému nádraží, kam mezinárodní vlak Pendolino dopravuje lázeňské hosty z celé České republiky. Do města jezdí také pravidelné autobusové linky z okolních měst. Podle Destinační a informační agentury Františkovy Lázně (2021), bylo město nominováno na zápis do Seznamu světového kulturního dědictví UNESCO, o vstupu se bude rozhodovat v červenci roku 2021. Dále uvádí, že Františkovy Lázně a 10 dalších lázeňských měst by se do seznamu měly zapsat jako uskupení „Great Spas of Europe – Slavné lázně Evropy“.

Na Obrázcích č. 6. a č. 7. jsou znázorněna místa ve Františkových Lázních z roku 2021 z podobného úhlu pohledu jako byly zachyceny předchozí dva obrázky.



**Obrázek 6 – Františkovy Lázně, okolí Lučního pramene**  
Zdroj: Chládková (2021)



**Obrázek 7 – Františkovy Lázně, Františkův pramen a socha Františka**  
Zdroj: Chládková (2021)

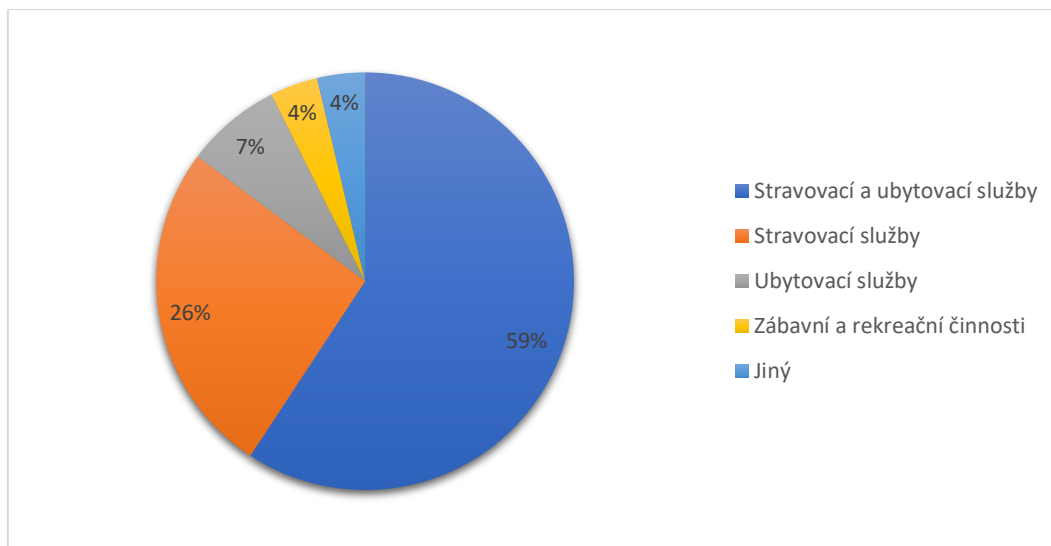
## 4.2 Zpracování dotazníkového šetření

Následující kapitola se zabývá výzkumem, který byl proveden pomocí dotazníkového šetření. Postup dotazníkového šetření je podrobně popsán v Kapitole 2.2 *Metodika zpracování* (str. 4 a 5), výsledky šetření jsou graficky znázorněny níže.

### 4.2.1 Dotazníkové šetření majitelů a provozovatelů hotelů

Dotazníkového šetření se zúčastnilo celkem 54 respondentů, kteří provozují nebo jsou majiteli lázeňských zařízení.

Z Grafu č. 1 vyplývá, že většina dotazovaných respondentů provozuje stravovací a ubytovací služby. Významný podíl respondentů provozuje stravovací služby, zbylé typy podnikání byly rozděleny relativně rovnoměrně do dalších sektorů. Jako jiný typ podnikání byly uvedeny informační a kulturní služby.



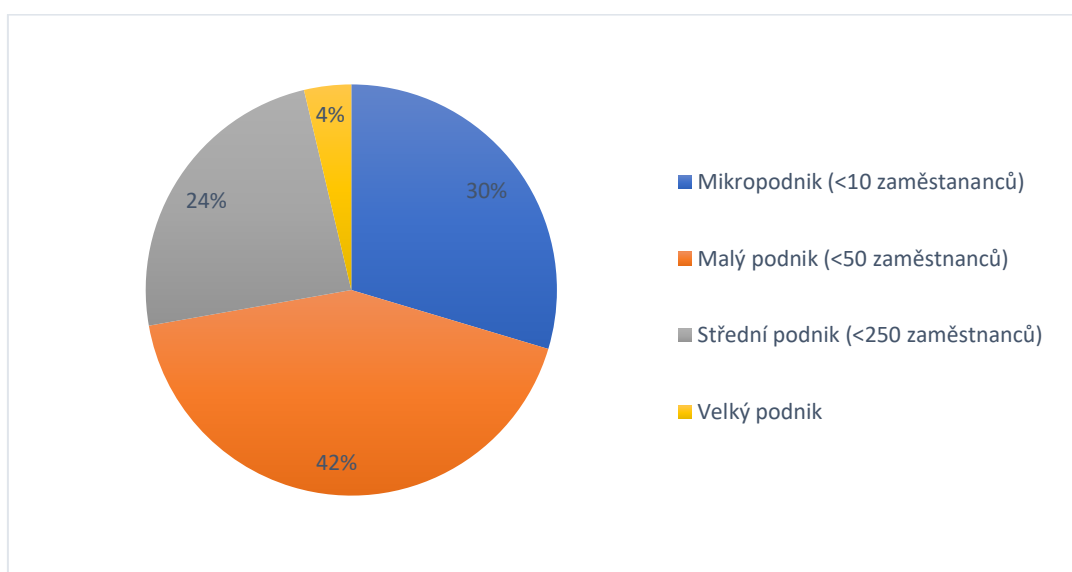
**Graf 1 - Rozdělení respondentů podle typu podnikání**

Zdroj: vlastní zpracování

Z celkového počtu 54 respondentů, kteří se zúčastnili dotazníkového šetření, tvoří 65 % mužů a 35 % žen. Z toho obecně vyplývá, že ve vedení podnikatelských subjektů dané destinace pracují převážně muži.

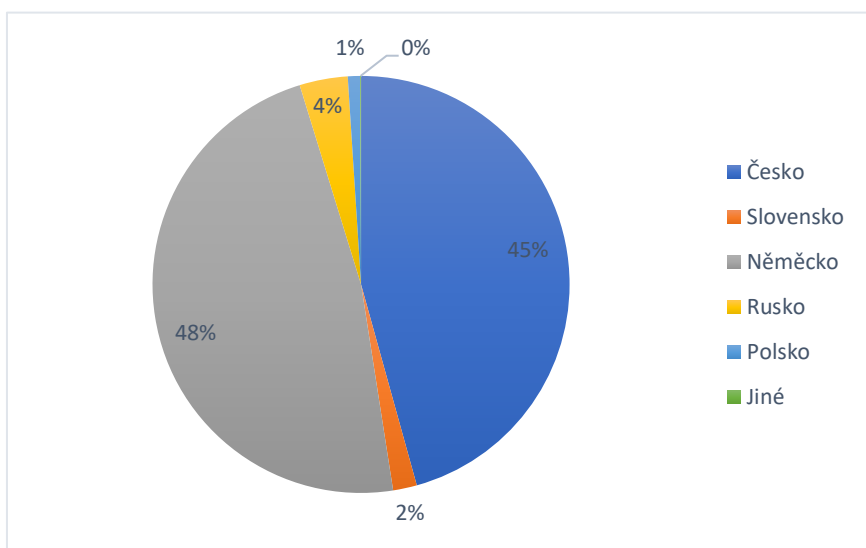
Dále byli respondenti členěni podle délky podnikání v oboru cestovního ruchu. Více jak polovina respondentů se pohybuje v oboru cestovního ruchu 11 let a více. Většina respondentů má tedy relativně dostatek zkušeností v daném oboru.

Další segmentace byla zaměřena na velikost podniků respondentů. Z Grafu č. 2 vyplývá, že významné zastoupení mají ve Františkových Lázních malé podniky. Zhruba stejné zastoupení mají mikropodniky a střední podniky, velké podniky provozuje nejmenší část respondentů.



**Graf 2 - Kategorizace podniků**  
Zdroj: vlastní zpracování

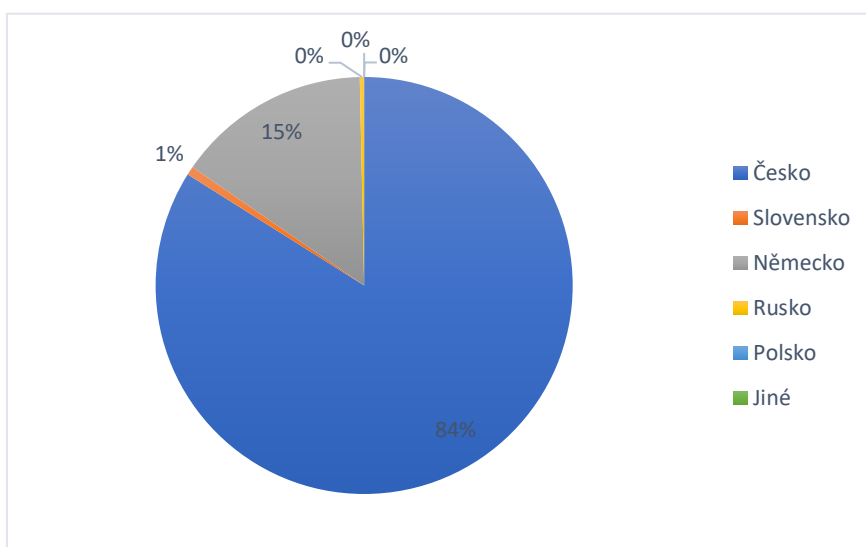
Klienti, kteří navštěvovali podniky dotazovaných respondentů před pandemií, nejčastěji pocházeli z Německa a Česka. Tito klienti tvořili podstatný a téměř stejný podíl návštěvnosti. V nízké míře byli uváděni hosté z Ruska, Slovenska, Polska či Ukrajiny, viz Graf č. 3.



**Graf 3 -  
Charakteristika  
hostů dle země  
původu před  
pandemií**  
Zdroj: vlastní  
zpracování

Podle většiny respondentů změnila pandemie poměr příchozích zahraničních a tuzemských hostů a také poměr věku klientů. Krize rovněž vedla k ekonomickým problémům, na jejichž základě muselo 17 % respondentů svůj podnik uzavřít v důsledku zavedení pandemických opatření.

Těchto 17 % respondentů bylo vyřazeno ze všech otázek týkajících se porovnání po první vlně pandemie.

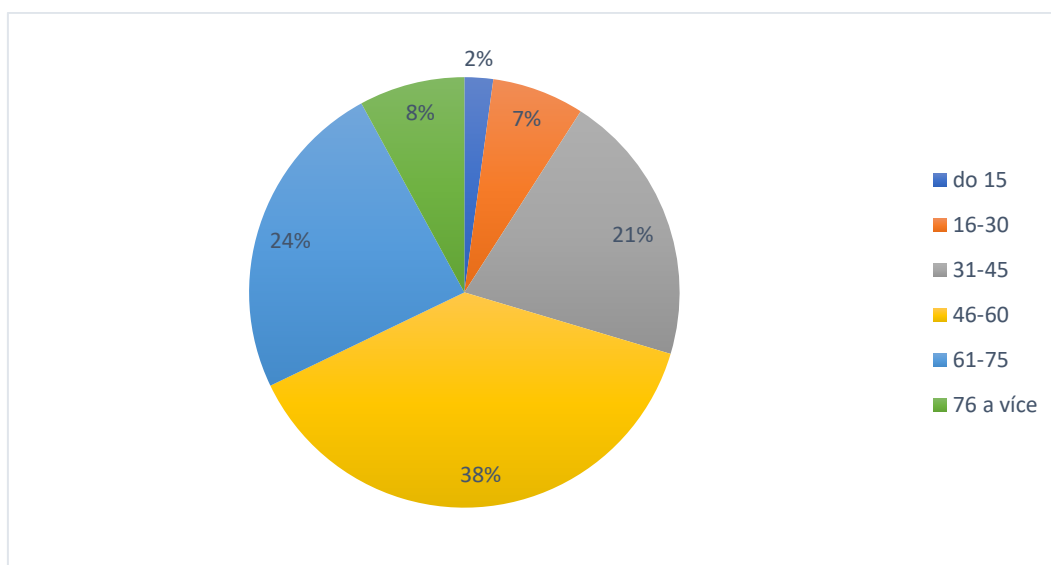


**Graf 4 -  
Charakteristika  
hostů dle země  
původu po první  
vlně pandemie**  
Zdroj: vlastní  
zpracování

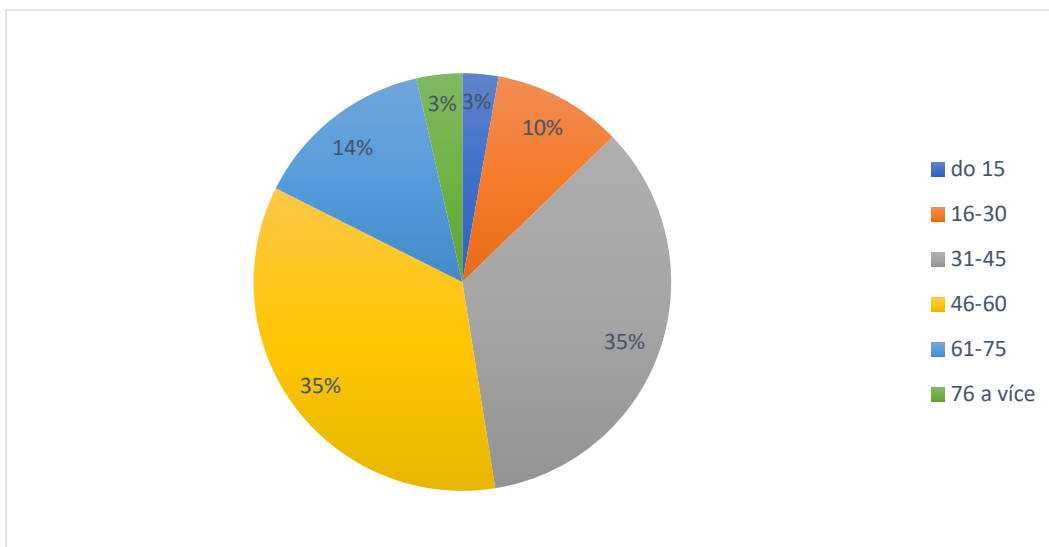
Po první vlně pandemie, konkrétně od července roku 2020, v destinaci vzrostl podíl klientů z Česka, naopak podíl klientů z Německa klesl. Rovněž také poklesl počet klientů ze Slovenska. Rusko, Polsko a jiné státy měly dle výzkumu minimální zastoupení. Příloha č. 3 však ukazuje, že podíl hostů z ostatních států měl vyšší hodnotu, než vyplývá z Grafu č. 4. (kromě Česka a Německa)

Z Grafů č. 3 a č. 4 vyplývá, že v důsledku koronavirové krize prudce klesl počet zahraničních hostů, naopak destinaci začala podstatně více navštěvovat klientela původem z České republiky. Respondenti jako nejčastější důvod této změny uváděli strach z cestování ze strany zahraničních klientů. Na zvýšený podíl klientů z České republiky měl podle respondentů velký vliv státní příspěvek na lázeňský pobyt.

Graf č. 5 ukazuje věkovou kategorii klientů, kteří navštěvovali zařízení respondentů. Největší zastoupení vykazovala věková kategorie 46-60 let. Klienti věkové kategorie 16-30 let a klienti do 15 let tvořili nejmenší podíl.



**Graf 5 - Charakteristika hostů dle věku před pandemií**  
Zdroj: vlastní zpracování

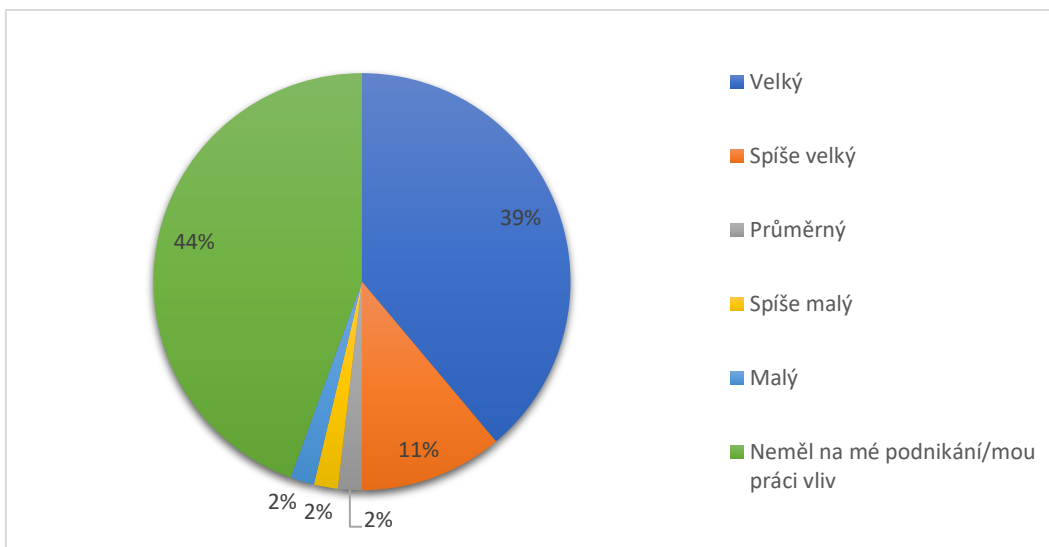


**Graf 6 - Charakteristika hostů dle věku po první vlně pandemie**

Zdroj: vlastní zpracování

Z porovnání Grafů č. 5 a č. 6 vyplývají dvě podstatné změny týkající se věku hostů. Po první vlně pandemie začala do destinace více cestovat mladší generace. Ve věkové kategorii 31-45 let stoupl počet klientů o 14 %. Naopak počet hostů, kteří spadají do věkové kategorie 61-75 let, klesl o 10 %. Z výpovědí respondentů vyplývá, že u starší generace tuto změnu zapříčinily obavy z cestování spojené s obavou z nákazy. Naopak převážně mladší generace využila podporu od státu formou státního příspěvku na lázeňský pobyt v hodnotě 4.000Kč. Podle respondentů našli tito hosté nový způsob dovolené.

Státní příspěvek na lázeňský pobyt mohla uplatňovat pouze zařízení, která do svých služeb zahrnují lázeňskou a rehabilitační péči. Tato lázeňská zařízení dle výpovědí respondentů využila po první vlně pandemie svou kapacitu na maximum. Respondenti, kteří byli vlastníky restaurací nebo zábavních a rekreačních zařízení, tvrdili, že státní příspěvek měl alespoň částečný vliv na obsazenost jejich podniků. Z Grafu č. 7 vyplývá, že státní příspěvek na lázeňský pobyt měl značný vliv na 50 % zařízení všech respondentů.



**Graf 7 - Vliv státního příspěvku na obsazenost zařízení**

Zdroj: vlastní zpracování

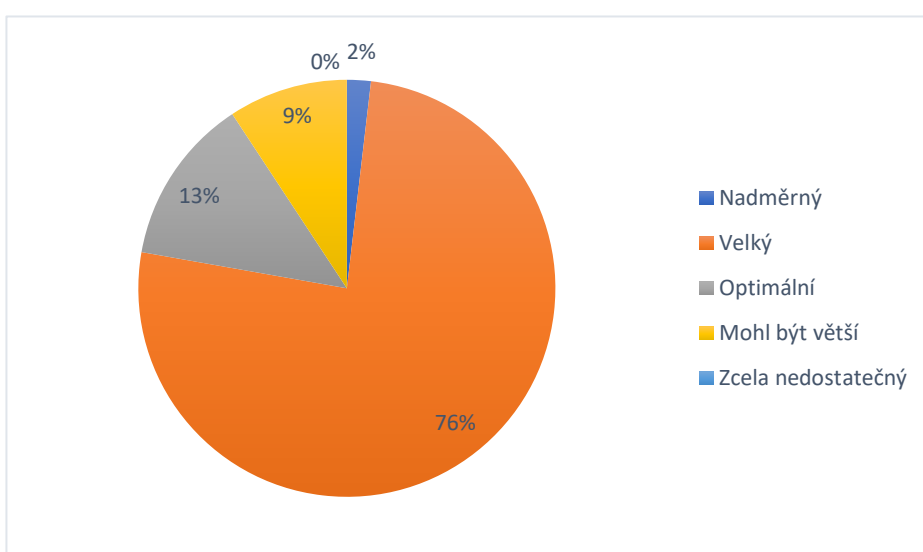
Respondenti, jejichž zařízení bylo do jisté míry státním příspěvkem ovlivněno, byli vyzváni, aby ohodnotili vliv tohoto příspěvku na jejich podnikání. Z celkových třiceti respondentů 87 % dotázaných hodnotilo příspěvek pozitivně. Ke kladům nejčastěji uváděli: a) velká nebo alespoň částečná obsazenost zařízení, b) podpora tuzemské ekonomiky, c) motivace k cestování.

Byly zmíněny i negativní vlivy, které dle respondentů státní příspěvek zapříčinily. Respondenti uvedli, že zvýšený počet návštěvníků v destinaci vedl k většímu znečištění přírodního prostředí. Dále zmínili, že se dostatečně nerespektovala vládní nařízení tak, aby se pandemie dále neprohlubovala, viz Obrázek č. 12.

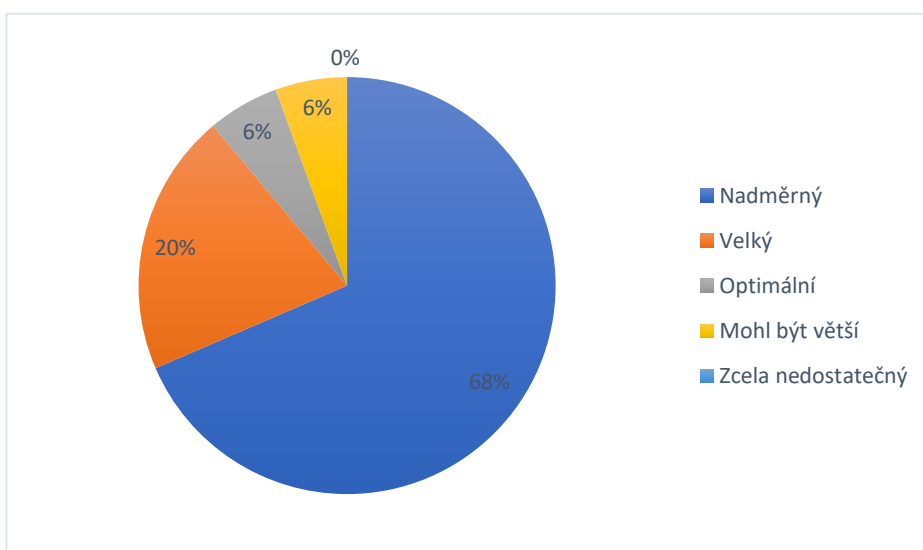
Mezi problémy, které někteří respondenti pocítili během koronavirové krize, bylo zařazeno propouštění svých zaměstnanců. Z celkového počtu 54 respondentů, větší část provozovatelů, tj. 56 %, své zaměstnance propouštět nemuselo. Generální ředitel hotelu Monti Spa ve Františkových Lázních Otakar Skala, podle Jandy (2020) uvádí, že hoteliéři nemuseli propouštět své zaměstnance díky obsazenosti lázeňských zařízení, kterou podpořil státní příspěvek na lázeňský pobyt. Také z dotazníkového šetření vyplývá, že většina respondentů, kteří nemuseli propouštět své zaměstnance, byli majiteli lázeňských zařízení s nárokem na podporu od státu.



Dále respondenti porovnávali změnu počtu návštěvníků ve Františkových Lázních před a po první vlně pandemie Covid-19. Tato situace je zakreslena v Grafech č. 8 a č. 9. Více než tři čtvrtiny respondentů uvedlo, že před vypuknutím pandemie byl počet návštěvníků v destinaci velký, jak vyplývá z Grafu č. 8. Poté co návštěvníci začali uplatňovat státní příspěvky na lázeňský pobyt, byl podle více jak dvou třetin respondentů počet návštěvníků v destinaci nadměrný, jak ukazuje Graf č. 9. Z těchto dvou grafů vyplývá, že se podle většiny respondentů počet návštěvníků v destinaci významně zvýšil.

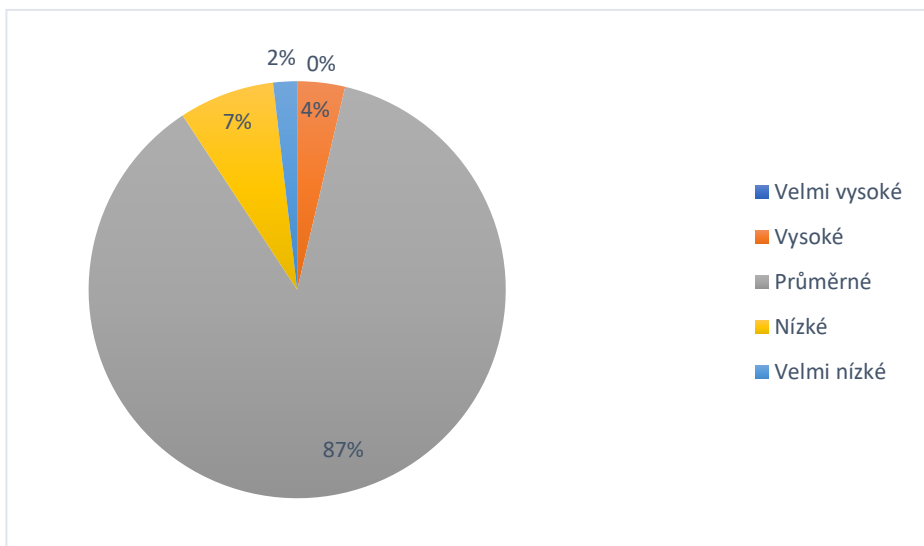


**Graf 8 -  
Návštěvnost  
před  
pandemií**  
Zdroj: vlastní  
zpracování

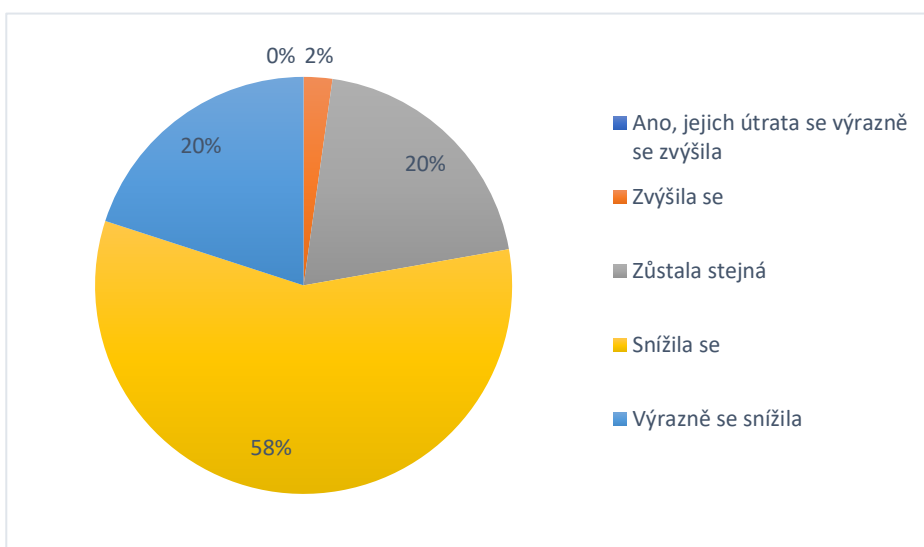


**Graf 9 -  
Návštěvnost  
po první vlně  
pandemie**  
Zdroj: vlastní  
zpracování

Pokud jde o změnu denní útraty návštěvníků po první vlně pandemie, více než polovina respondentů se shodla na tom, že návštěvníci v místních podnicích začali utrácet méně peněz. To ukazují Grafy č. 10 a č. 11.



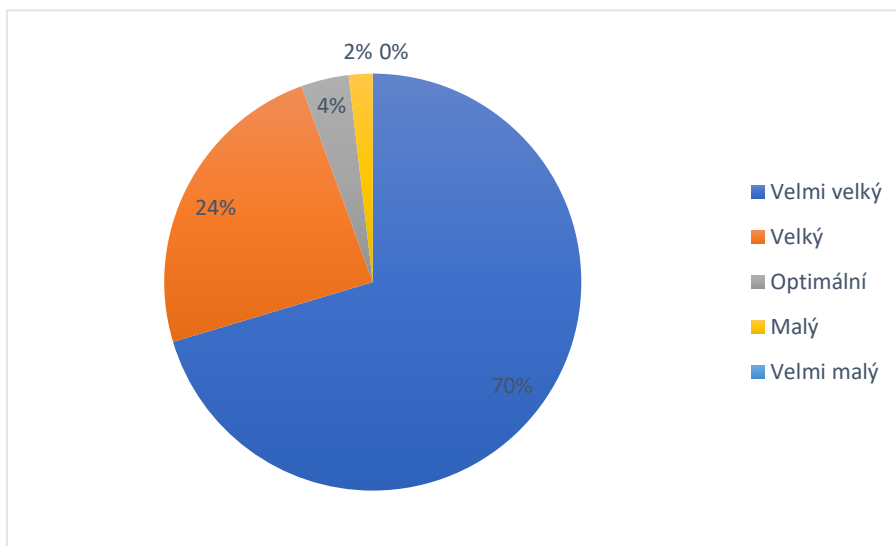
**Graf 10 -  
Výdaje  
návštěvníka  
před  
pandemií**  
Zdroj: vlastní  
zpracování



**Graf 11 -  
Výdaje  
návštěvníka  
po první vlně  
pandemie**  
Zdroj: vlastní  
zpracování

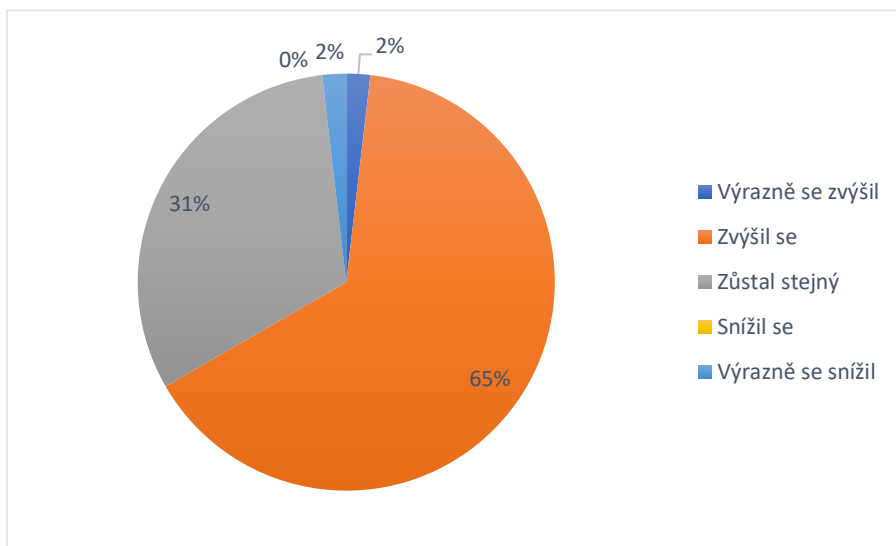
V další části výzkumu byly respondentům kladeny dotazy týkající se cestovního ruchu v dané destinaci. V této sekci došlo ke zjištění, že ve Františkových Lázních není zaveden destinační management. Přesto se většina respondentů domnívá, že město poskytuje potřebnou infrastrukturu pro rozvoj cestovního ruchu.

Podstatná část dotazovaných se domnívá, že ekonomický význam cestovního ruchu je pro destinaci velmi důležitý. Z ekonomického hlediska je město na cestovním ruchu závislé, viz Graf č. 12.



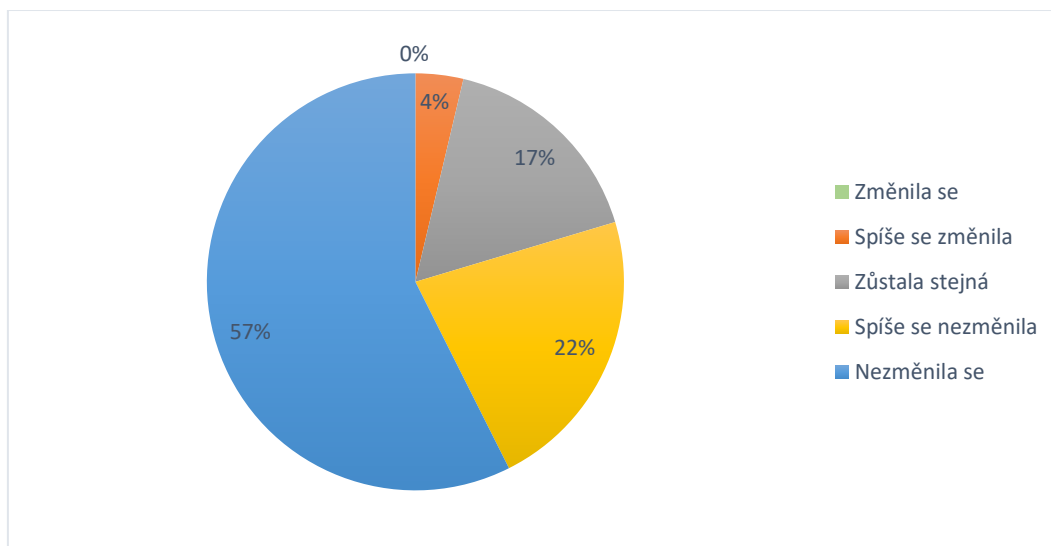
**Graf 12 -  
Ekonomický  
význam  
cestovního  
ruchu pro  
destinaci**  
Zdroj: vlastní  
zpracování

Graf č. 13 ukazuje změnu ekonomického významu cestovního ruchu pro Františkovy Lázně za posledních 10-15 let. Z tohoto grafu je patrné, že podle více jak poloviny respondentů se ekonomický význam cestovního ruchu pro destinaci zvýšil.



**Graf 13 -  
Změna  
ekonomického  
významu  
cestovního  
ruchu  
v destinaci**  
Zdroj: vlastní  
zpracování

Graf č. 14 ukazuje změnu autenticity prostředí ve Františkových Lázních v posledních 10-15 letech. Z tohoto grafu jednoznačně vyplývá, že se respondenti domnívají, že byla zachována jedinečnost místa.



**Graf 14 - Změna autenticity prostředí v destinaci**

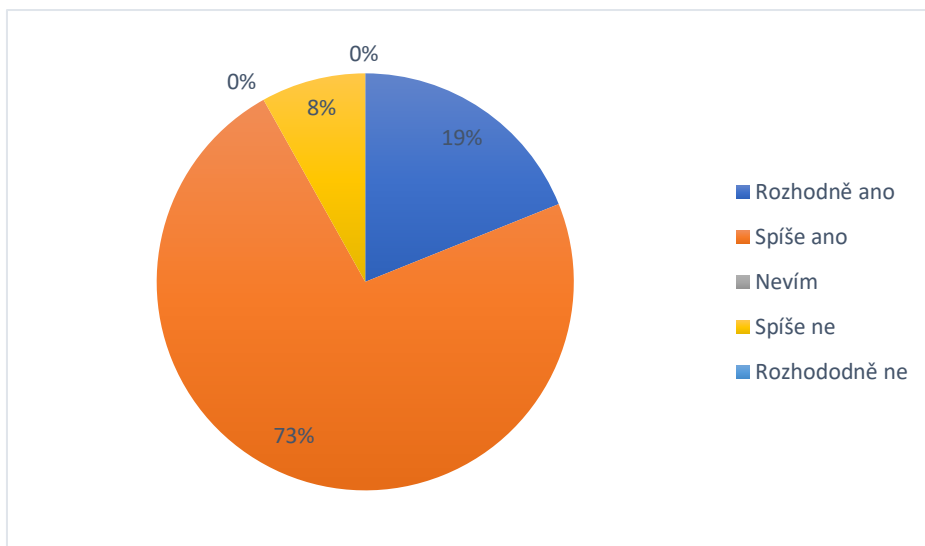
Zdroj: vlastní zpracování

Z hlediska návštěvnosti je ve Františkových Lázních nejnáročnějším obdobím jaro a léto. Podle většiny respondentů se ve městě vyskytuje nejvíce turistů v období od května do září. Respondenti toto období považují za hlavní sezónu.

Dále výzkum zjišťoval počet respondentů trvale žijících ve Františkových Lázních. Pro následující otázky byli vyřazeni respondenti, kteří uvedli své místo bydliště mimo město Františkovy Lázně, jelikož tito respondenti nemohou poskytnout vypovídající informace o životě ve městě. Z celkového počtu 54 respondentů má 37 dotazovaných trvalé bydliště ve Františkových Lázních.

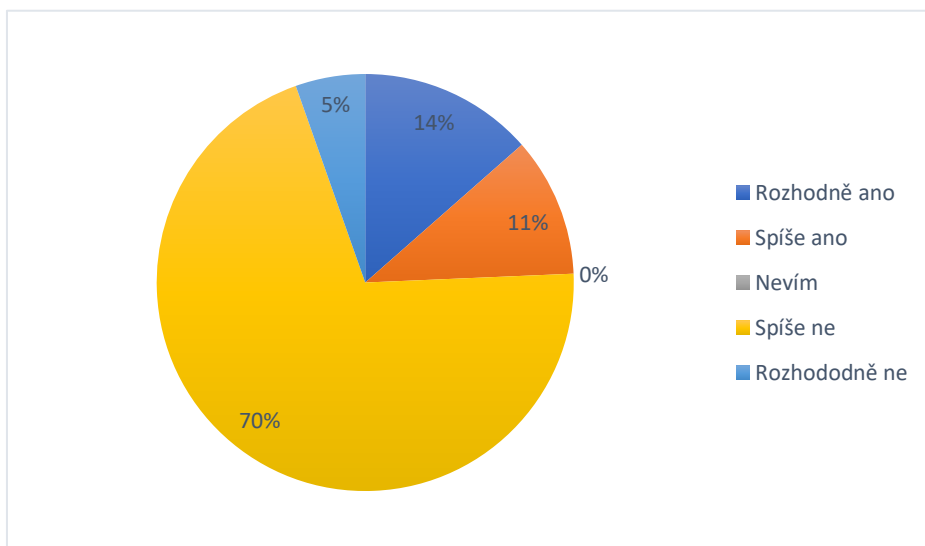
Co se týče charakteru místních suvenýrů, více jak polovina respondentů se domnívá, že místní suvenýry postrádají autenticitu a pocházejí z masové výroby. Opačný názor má 35 % respondentů, podle nich jsou suvenýry autentické a vystihují charakter města.

Město Františkovy Lázně, jak vyplývá z Grafu č. 15, rezidenti považují za vhodné místo pro žití. K nejčastějším důvodům respondenti uváděli dostupnost služeb, mnoho sportovních možností nebo krásnou přírodu.



**Graf 15 -  
Františkovy  
Lázně jako  
vhodné  
místo pro žití**  
Zdroj: vlastní  
zpracování

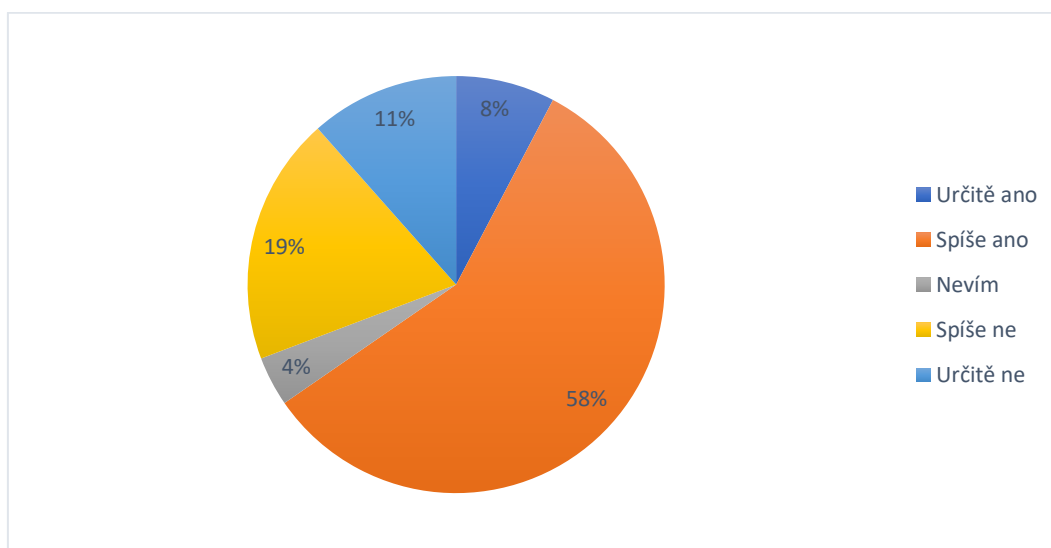
Dále byli rezidenti dotazováni, zda se zajímají o historii města. Graf č. 16 ukazuje, že větší část respondentů se o historii města nezajímá.



**Graf 16 -  
Povědomí  
rezidentů o  
historii  
města**  
Zdroj: vlastní  
zpracování

Následující Graf č. 17 znázorňuje, zda rezidenti mění své běžné životní zvyky v závislosti na cestovním ruchu. Z tohoto grafu je patrné, že názor respondentů není

ucelený. Více než polovina respondentů odpověděla, že své životní zvyky spíše mění. Rezidenti jako příklady uváděli, že často vyhledávají klidnější místa, která návštěvníci neznají, protože mnoho částí města je v hlavní sezóně přeplněno turisty. Pokud se jednalo o sportovní aktivity místních obyvatel, uváděli, že se sportovním aktivitám věnují až ve večerních hodinách, jelikož by to kvůli vysoké návštěvnosti přes den nebylo možné. Jako příklad uváděli plavání, tenis nebo in-line brusle. Respondenti si také stěžovali na velký provoz aut a problém s parkovacími místy, protože těch je ve městě nedostatek a během hlavní sezóny je podle místních obyvatel jen málokdy možné najít místo na parkování.



**Graf 17 - Běžné životní zvyky rezidentů v závislosti na cestovním ruchu**  
Zdroj: vlastní zpracování

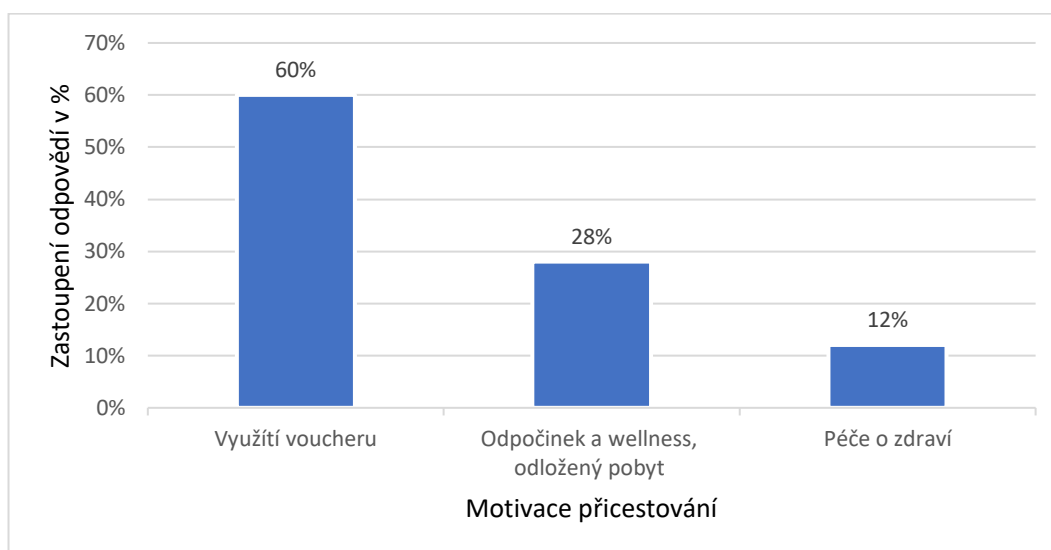
Další otázka byla zaměřena na znehodnocování památek návštěvníky v dané oblasti. Drtivá většina respondentů se domnívá, že ze strany návštěvníků nedochází k žádnému znehodnocení památek.

Poslední otázka dotazníkového šetření se týkala množství kulturních akcí ve Františkových Lázních. Většina dotazovaných se domnívá, že se ve městě koná mnoho kulturních akcí, ale jsou zaměřeny jen pro starší generace. Jako příklad uváděli kolonádní koncerty, zahájení lázeňské sezóny nebo průvody. Dále uváděli,

že ve městě chybí akce pro mladší generace, zmiňovali také, že by ve městě ocenili podniky pro noční život, koncerty populární hudby nebo kino.

#### 4.2.2 Neformální dotazy pro návštěvníky Františkových Lázní

Na tyto dotazy odpovídalo 25 návštěvníků ve věku 50-70 a více let. Způsob dotazování je podrobněji popsán v Kapitole 2.2 (str. 5).



**Graf 18 – Motivace přicestování po první vlně pandemie**

Zdroj: vlastní zpracování

Návštěvníci na otázku, co je lákalo přicestovat do destinace po první vlně pandemie, měli tři různé odpovědi. Podle většiny návštěvníků ve věkové kategorii 50-69 let, byly důvodem příjezdu do destinace dvě střídající se odpovědi. Buď přicestovali do destinace, aby využili voucher – státní příspěvek na lázeňský pobyt v hodnotě 4.000Kč nebo přicestovali za odpočinkem a wellness, jejichž pobyt byl odložený kvůli dřívějším pandemickým opatřením. Tito návštěvníci zmiňovali, že voucher na jejich pobyt neměl vliv. Zpravidla u návštěvníků, kteří uvedli svůj věk 70 a více let, bylo hlavním důvodem přicestování do Františkových Lázní péče o zdraví spojený s jejich nemocí. Poměr těchto důvodů je znázorněn v Grafu č. 18. Z tohoto grafu vyplývá, že největší motivací pro přicestování do destinace byl pro návštěvníky právě státní příspěvek na lázeňský pobyt.

### **4.3 Životní cyklus destinace ve Františkových Lázních**

#### **Fáze objevení**

Na základě historické analýzy by se dala fáze objevení města Františkovy Lázně datovat k začátku 16. století, kdy tamní lékaři prováděli rozbory pramenů, jak již bylo zmíněno v Kapitole 4.1 (str. 21). To významně přispělo k objevení potenciálu destinace. O to se podle Macka (1995) zasloužil hlavně městský lékař Matyáš Horník, který napsal řadu pojednání o prameni, v té době nazýván Chebská kyselka. Snažil se tak podle něj o jeho propagaci. Dále uvádí, že povznést pramen mezi nejznámější a nejžádanější evropské léčivé prameny se Horníkovi podařilo na přelomu 16. a 17. století. Zásadní mezník pro vznik cestovního ruchu byl rok 1616, kdy podle Macka (1995) do destinace začali neorganizovaně proudit první návštěvníci. Těmi byli podle něj císařští úředníci.

#### **Fáze vtažení**

Jak již bylo zmíněno v Kapitole 3.3.2 (str. 12), místní obyvatelé ve fázi vtažení poskytují návštěvníkům služby v oblasti cestovního ruchu a destinace se vyznačuje určitou sezónností. V archivu Městské knihy jsou podle Macka (1995) zaznamenány zprávy již z roku 1617. Zmínka je zde podle něj o chebských ženách – nosičkách kyselky, od kterých si lázeňští hosté nechávali donášet pramen. Macek (1995) dále uvádí, že v následujících letech zájem o kyselku rychle stoupal a vesnici navštěvovaly významné osobnosti, pro které byla největším lákadlem právě pitná kúra. V Městské knize jsou podle Macka (1995) od roku 1621 konkrétní údaje o vyklízení kyselky, které se opakovaly i v příštích letech. Jednalo se podle něj o úpravu a údržbu pramene. Dále uvádí, že z vyklízení kyselky se stal slavnostní ceremoniál, kterého se účastnil starosta a pověření radní. Zmiňuje, že slavnostní ceremoniál u pramene byl chápán jako symbolické otevírání sezóny. Rozvoj lázní byl podle Němce (2012) přerušen třicetiletou válkou v 1. pol. 17. století, avšak i uprostřed válečných událostí, byl pramen exportován do větších evropských měst. Fáze vtažení se také vyznačuje rozvojem infrastruktury. Macek (1995) uvádí, že později po válce probíhal podle záznamu v Městské knize z roku 1669 spor o ubytování hostů, kterým místní obyvatelé pronajímali byty nebo domy. Proto byly



podle Macka (1995) na přelomu 17. století a 18. století postaveny tři lázeňské domy, tzv. kyselkové domy. V roce 1707 bylo podle Macka (1997) zaregistrováno prvních 666 koupelí pro cizince a 72 koupelí pro domácí pacienty. Zmiňuje, že lázně byly sezónní. Důležitým mezníkem pro rozvoj lázní byl rok 1793, ve kterém došlo, jak uvádí Macek (1997), ke schválení výstavby lázní a také k založení Františkových Lázní. Jak již bylo zmíněno v Kapitole 4.1. *Historie a současnost města Františkovy Lázně*, vesnice nesla název Ves císaře Františka a byla založena na žádost doktora Bernarda Adlera. Podle Němce (2012) byl nad již přejmenovaným Františkovým pramenem (dříve Kyselka) v roce 1794 vybudován pavilon, dřevěná kolonáda a Společenský dům. Macek (1995) uvádí, že podle záznamů Městské knihy byla ves v roce 1807 přejmenována na Lázně císaře Františka-Františkovy Lázně. Macek (1995) zmiňuje, že podle lázeňské listiny hostů, přijela 17. července 1846 do Františkových Lázní Božena Němcová. Macek (1995) dále uvádí, že pro Němcovou byl pobyt v lázních vhodnou příležitostí pro psaní. Své dojmy z Františkových Lázní podle něj popsala ve třech fejetonech. Dále uvádí, že tyto fejetony evokují prostředí Františkových Lázní ve čtyřicátých letech 19. století. Podle Městského úřadu Františkovy Lázně (2007) bylo v roce 1868 postaveno divadlo, pojmenováno právě po Boženě Němcové a stalo se důstojnou součástí lázeňského kulturního života. (Na Obrázku č. 6 je zachyceno Divadlo B. Němcové, které bylo podle Městského úřadu města Františkovy Lázně (2007) zrekonstruováno v roce 1928.) Dalším důležitým mezníkem pro rozvoj cestovního ruchu ve Františkových Lázních byl rok 1865, kdy byla podle Němce (2012) ves Františkovy Lázně povýšena na město a ve stejném roce byla obec napojena na železniční síť. Tím se podle něj staly Františkovy Lázně světově proslulé. Macek (1995) uvádí, že v tomto období byla roční návštěvnost zhruba 8 000 hostů. Dále tvrdí, že ve druhé polovině 19. století byly postupně objevovány další prameny. Zmiňuje např. Luisin pramen, viz Obrázek č. 16 v Příloze č. 5.

Fáze vtažení by se na základě historické analýzy dala datovat od začátku 17. století do konce 70. let 19. století. V tomto období byla v destinaci vybudována základní infrastruktura, byly navázány tradice a začaly se tvořit kontakty z hlediska návštěvnosti. Lidé v tomto období začali rozumět kultuře lázeňské léčby a lázeňské architektury.



**Obrázek 8 – Divadlo B. Němcové ve Františkových Lázních**  
*Zdroj: Chládková (2021)*

### **Fáze rozvoje**

Díky světovému věhlasu proudilo do destinace podle Macka (1997) mnoho návštěvníků. Tvrdí, že zvýšená návštěvnost vyvolala stavební horečku. Dále uvádí, že se nadále z ekonomického hlediska nevyplácelo stavět další lázeňské domy, a že byla zcela naplněna kapacita lázní. Macek (1995) uvádí, že roční návštěvnost podle propagačních brožur v roce 1869 činila 16 000 hostů.

Podle Němce (2012) bylo v roce 1910 ve Františkových Lázních 192 domů, z toho bylo 159 domů pro návštěvníky. Macek (1995) dodává, že počet pokojů byl 4 900. Začátek dvacátého století se nesl ve znamení zlatého věku lázeňství, podle společnosti FL info s.r.o. (2021) tomu tak bylo až do druhé světové války. Macek (1995) dále uvádí, že podle propagačních brožur mělo město před úpadkem roční návštěvu 20 000 pacientů.

Fázi rozvoje ve Františkových Lázních lze datovat od konce 70. let 19. století do druhé poloviny 20. století. Destinace v tomto období zaznamenala výrazný nárůst návštěvnosti. Lázeňská péče se rozšířila do uceleného, komplexního systému, který byl podle Macka (1995) blízký dnešnímu pojetí lázeňství.

## Fáze konsolidace

Od poválečného období ve Františkových Lázních lze opět podle historické analýzy vyhodnotit, že se destinace nacházela ve fázi konsolidace, jelikož se zpomalilo tempo růstu návštěvníků. Podle Macka (1995) se v této době destinace znovu začala zabývat propagací. Uvádí, že 28. dubna 1946 byla zahájena první poválečná sezóna a do konce srpna téhož roku lázně navštívilo 3 200 hostů. Propagační leták města je zobrazen na Obrázku č. 9.



**Obrázek 9 – Propagační leták z roku 1927**  
*Zdroj: Macek (1995)*

Druhá polovina 20. století byla podle Macka (1997) obdobím budování socialistického lázeňství. Fáze konsolidace se také vyznačuje postupným útlumem atraktivity destinace, jak je zmiňováno v Kapitole 3.3.2 (str. 13). Macek (1995) uvádí, že hotely ve Františkových Lázních byly v tomto období ve špatném stavu, zanedbané a nečištěné. A proto podle něj nebylo možné zařadit město mezi lázeňská místa, která byla určena pro zahraniční návštěvníky. Dále zmiňuje, že v roce 1959 navštívilo město 19 905 pacientů, z toho léčbu podstoupilo 45 cizinců. Fázi konsolidace lze datovat zhruba od poloviny 20. století do počátku 70. let 20. století.

### **Fáze stagnace**

Podle Macka (1995) v roce 1967 nejmenovaný kronikář poznamenal, že Františkovy Lázně se po válce staly „prázdným pojmem“. Destinace tak postupně ztrácela svou image. Na počátku 70. let 20. století byla podle Macka (1995) situace v lázeňství kritická. Popisuje, že ubytovací podmínky byly bídné, proto se začalo experimentovat s úmyslem obnovení pozice na trhu. Začaly se tak podle něj zvyšovat investice do lázeňství, prvotním cílem bylo zajistit dobré podmínky pro zahraniční klientelu. Dále uvádí, že od roku 1973 byl díky centrálnímu vytápění města zaveden celoroční provoz lázní. Město v té době podle něj navštívilo 2 500 cizinců. Dále zmiňuje, že v roce 1984 bylo ve městě 2 847 lůžek a léčilo se zde 35 300 pacientů ročně, z toho byl podíl zahraniční klientely stále nízký. Dodává, že kontinuitu udržovala především dobrá úroveň lázeňských lékařů, ale ani tato veškerá snaha nestačila k oživení pověsti světových lázní.

### **Fáze poststagnace – omlazení**

Ve městě se opět začalo rozvíjet lázeňství až po skončení socialismu. Společnost FL info s.r.o. (2021) uvádí, že se Františkovy Lázně začaly vracet ke své slávě z přelomu 19. a 20. století až po sametové revoluci roku 1989. Františkovy Lázně tedy zaznamenaly opětovaný nárůst návštěvnosti, což značí fázi omlazení.

### **Fáze poststagnačního rozvoje**

Nové období, jak uvádí Knopp (1999), nastalo privatizací karlovarského lázeňství. Propojení různých forem vlastnictví mělo podle něj vytvořit zdravé konkurenční prostředí. V tomto období je také opět kladen důraz na infrastrukturu. Knopp (1999) uvádí, že začala vznikat samostatná lázeňská zařízení, lázeňské hotely, sanatoria a akciové společnosti. Destinace se tak po započetí nového cyklu znovu ocitá ve fázi rozvoje, pro kterou je charakteristický pozvolný rozvoj a postupné využívání zdrojů. Tento systém, jak Knopp (1999) dále pokračuje, měl za úkol rozvíjet léčebnou stránku a také umožnit rozvoj i pro jiné působící složky v oboru cestovního ruchu. Novým trendem, který měl z ekonomického hlediska velký význam pro rozvoj regionů a všech příbuzných oborů lázeňství, byly podle Macka (1997) lázeňské pobyty hrazené pojišťovnami. Podle společnosti

FL info s.r.o. (2021) se s rozvojem lázeňství rozvíjelo i samotné město. Uvádí, že byly vybudovány nové kolonády, anglické parky, altány, pavilony pramenů a stavby převážně v klasicistním a empírovém slohu. Společnost dále zmiňuje, že Františkovy Lázně byly v roce 1992 vyhlášeny za městskou památkovou rezervaci. Koncem 20. století se podle Macka (1995) ve Františkových Lázních rekonstruovaly lázeňské hotely a modernizovaly balneoprovozy. Podle společnosti FL info s.r.o. (2021) k oživení destinace také významně přispěly léčebné procedury, které byly doplněny o řadu wellness procedur. Macek (1995) dodává, že lázně se tak opět začaly dostávat do povědomí zahraničních klientů. Začátkem 21. století byly Františkovy Lázně vyhledávaným místem nejen pro lázeňské pobyty. Ve městě se každou lázeňskou sezónou konaly významné společenské akce, festivaly, koncerty a různé slavnosti. V současnosti destinace disponuje řadou sportovišť, turistickými trasami nebo aquaparkem.

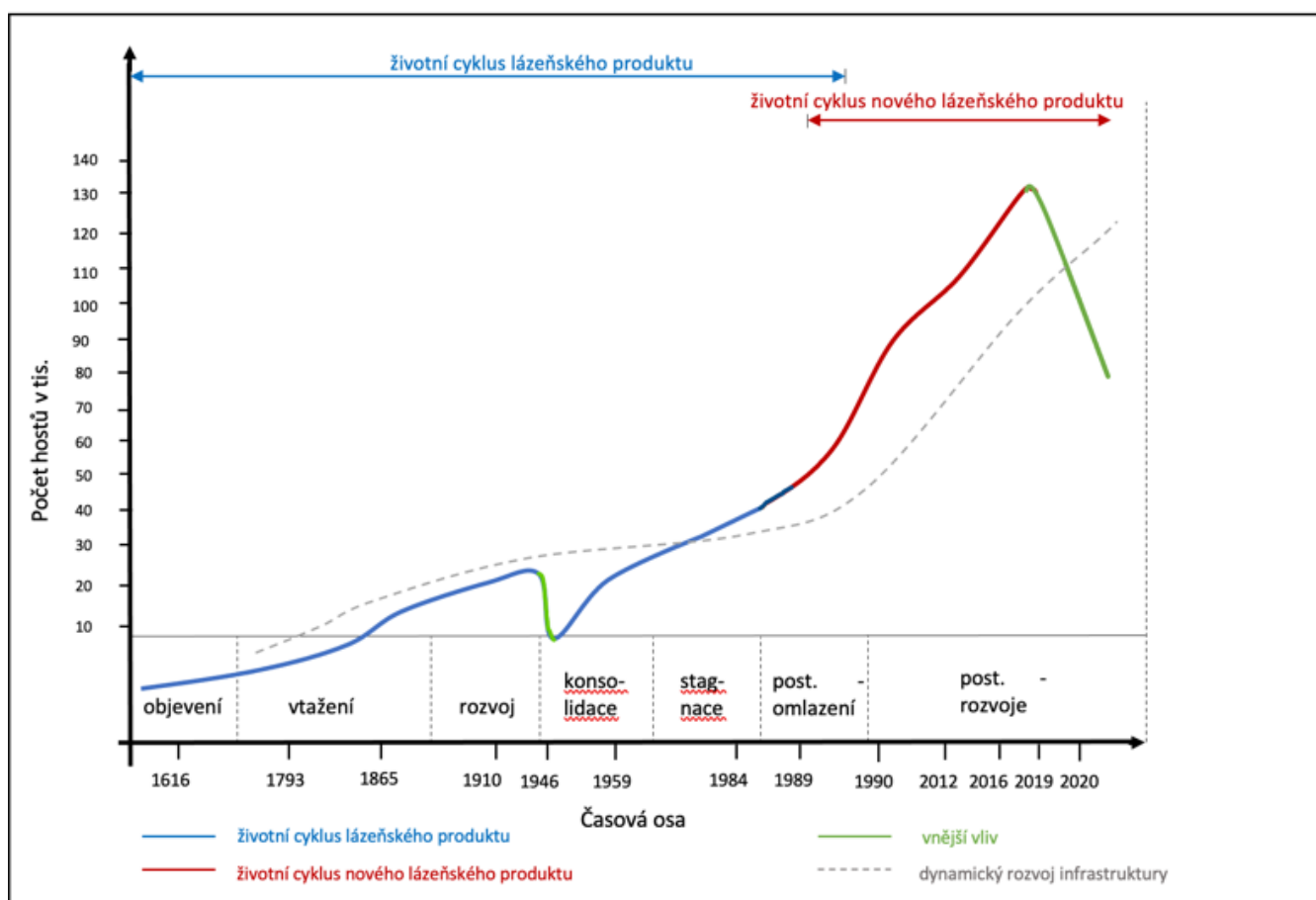
Dotazníkové šetření potvrzuje, že v roce 2019 se Františkovy Lázně stále nacházely ve fázi poststagnačního rozvoje. Z šetření vyplývá, že ekonomický význam cestovního ruchu je v destinaci velký a v posledních 10-15 letech se zvyšoval. Z hlediska udržitelnosti cestovního ruchu byly dopady na destinaci minimální. Z dotazníkového šetření také vyplývá, že město poskytuje potřebnou infrastrukturu pro cestovní ruch a zachovává si svou autentičnost a genia loci. Rok 2020 však přinesl nenadálé změny, které byly způsobeny pandemií Covid-19, která ovlivnila cestovní ruch po celém světě.

Pro zjištění fáze životního cyklu destinace, ve které se Františkovy Lázně nacházely v lázeňské sezóně 2020, byly vyhodnoceny výsledky dotazníkového šetření. Destinační vývoj mezi lety 2019 a 2020 pravděpodobně přecházel do pokročilejší poststagnační fáze rozvoje. Lázeňská sezóna byla určena na měsíce květen až září. Dotazníkové šetření ukazuje, že v lázeňské sezóně 2020 se míra návštěvnosti v destinaci zvýšila. Tento fakt dokazuje i vyjádření starosty Františkových Lázní Jana Kuchaře, který podle regionzapad.cz (2020) uvádí, že destinace disponuje kapacitou cca 5 000 lůžek, která podle něj byla od poloviny července 2020 využita na sto procent. Dále zmiňuje, že průměrná délka pobytu ve Františkových Lázních

byla 6,5 dne, to podle něj za 5 týdnů tvoří zhruba 25 000 klientů. Dále přičítá 500 jednodenních návštěvníků, to je podle něj za pět týdnů dalších 17 500 lidí. Z toho vyplývá, že v lázeňské sezóně se během pěti týdnů ve Františkových Lázních vyskytlo více jak 40 000 návštěvníků. Počet návštěvníků během lázeňské sezóny 2020 tedy převyšoval počet rezidentů. Z dotazníkového šetření dále vyplývá, že vysoký počet návštěvnosti v destinaci se projevil ve změně životního stylu rezidentů. Pokles aktivity místních obyvatel a kontroly cestovního ruchu je rovněž znakem rozvojové fáze životního cyklu destinace. V tomto období bylo zapotřebí zapojit destinační management na zabezpečení infrastruktury cestovního ruchu a na zamezení překročení únosné kapacity území. V průběhu dotazníkového šetření bylo však zjištěno, že v dané lokalitě není destinační management zaveden. Jak dále vyplývá z dotazníkového šetření, destinace v období lázeňské sezóny 2020 zaznamenala socio-kulturní dopady. Ve městě se začala projevovat masovost návštěvnosti destinace, která hraničila s tolerancí místních obyvatel. Je nutné podotknout, že výše popsané dopady na destinaci byly ovlivněny státním příspěvkem na lázeňský pobyt, který je možné označit za vnější zamýšlený faktor, který ovlivňuje životní cyklus destinace, popsaný v Kapitole 3.3.3 (str. 14).

Na Obrázku č.10 je znázorněna odhadovaná křivka životního cyklu destinace Františkovy Lázně. Pro ukazatel vývoje životního cyklu byl zvolen počet hostů pro dané období v destinaci. Na časové ose jsou zaznamenány důležité mezníky v určitých fázích životního cyklu destinace. Jak bylo uvedeno výše, **fáze objevení** byla datována na počátek 17. století. Relativně rychle následovala **fáze vtažení**, která trvala zhruba do 70. let 19. století. **Fáze rozvoje** byla datována přibližně od konce 70. let 19. století do druhé poloviny 20. století. Od konce druhé světové války do počátku 70. let 20. století se destinace dle historické analýzy nacházela ve **fázi konsolidace**. Na obrázku je vyznačen pokles počtu hostů v destinaci, který byl zapříčiněn právě v důsledku druhé světové války – jako vnějšího vlivu. Destinace se ve **fázi stagnace** nacházela zhruba od poloviny 70. let 20. století do skončení období socialismu. Na obrázku je vývoj počtu hostů po tuto fázi vyznačen modrou křivkou.

Po sametové revoluci v roce 1989 se destinace transformovala do **fáze omlazení**, k tomu přispěl i životní cyklus nového lázeňského produktu, viz Kapitola 3.3.1 (str. 11), na obrázku je vyznačen červenou křivkou. Pro další rozvoj destinace měla významný vliv privatizace státních podniků, kterou si většina lázní prošla po roce 1990. V tomto období byl kladen velký důraz na infrastrukturu, to na obrázku ukazuje přerušovaná křivka. V tomto období začal v destinaci stoupat počet hostů. Tím ve Františkových Lázních započala **poststagnační fáze rozvoje**. V lázeňské sezóně 2020 se v destinaci vyskytoval nejvyšší počet hostů, přesto Františkovy Lázně ve stejném roce zaznamenaly velký pokles návštěvnosti v důsledku vnějšího vlivu - pandemie Covid-19. Pro zdůraznění posledního období je časová osa záměrně nerovnoměrná.



**Obrázek 10 – Odvození životního cyklu destinace Františkovy Lázně**  
 Zdroj: vlastní zpracování podle Páskové (2014), Kapczynski a Szromeka (2008)

#### **4.4 Trendy v lázeňství a dopad koronakrize na vývoj destinace**

Společnost Františkovy Lázně AQUAFORUM a.s. (2020a) uvádí, že se do Františkových Lázní nejčastěji jezdí léčit pacienti s onemocněním srdce a cév, dále také s onemocněním pohybového ústrojí, gynekologickým onemocněním nebo s potížemi, které jsou spojeny s nervovým ústrojím. Léčebné služby ve Františkových Lázních podle společnosti vycházejí hlavně z klasických metod, které jsou založeny na přírodních zdrojích. Františkovy Lázně jsou známé zejména třemi tradičními léčebnými procedurami. Společnost Františkovy Lázně AQUAFORUM a.s. (2020a) zmiňuje, že léčba přírodními zdroji zahrnuje rašelinové koupele, uhličitě koupele a plynové injekce. Dodává, že mimo tradiční metody, lázně poskytují i moderní léčebné postupy.

Za velký trend v lázeňství se dá považovat postcovidová rekonvalescence. Obchodní ředitel hotelu Pawlik Viktor Slezák, podle společnosti Františkovy Lázně AQUAFORUM a.s. (2020b) uvádí, že v současnosti je možné přijímat pouze pacienty na léčebné pobyty, které jsou alespoň částečně hrazeny z veřejného zdravotního pojištění tzv. příspěvkové a komplexní péče. Dále uvádí, že hotely musí splňovat přísné hygienické předpisy, přičemž je v hotelech zavedený systém nadstandardních opatření. Společnost Františkovy Lázně AQUAFORUM a.s. (2021c) uvádí, že wellness pobyty, hotelové pobyty a pobyty, které si hosté hradí sami, nejsou v současné době možné. Ve veřejné databázi Českého statistického úřadu (2020b) je uveden počet hromadných ubytovacích zařízení, kterými Františkovy Lázně disponují. Celkem se ve Františkových Lázních nachází 52 ubytovacích zařízení. Podle HOTEL.CZ a.s. (2021) je v současnosti ve Františkových Lázních na postcovidové pobyty vyhrazeno 11 hotelů. Ubytovací kapacita těchto hotelů je dle zástupce ředitele Vojenské lázeňské léčebny Kijev Fialy (2021) obsazena přibližně z jedné čtvrtiny z celkové kapacity.

Z analýzy této práce vyplývá, jak koronavirová krize ovlivnila vývoj destinace. Tyto dopady jsou graficky znázorněny v *Kapitole 4.2.1 Dotazníkové šetření majitelů a provozovatelů hotelů*. V lázeňské sezóně 2020 na sebe v dané destinaci vzájemně



působily vnější nezamýšlené a vnější zamýšlené faktory. Vnější nezamýšlený faktor v podobě pandemie a vnější zamýšlený faktor v podobě státního příspěvku na lázeňský pobyt. Obecně se v tomto období v destinaci vyskytoval vyšší počet návštěvníků než v předešlých letech. V důsledku pandemie klesl počet hostů starší generace. Naopak díky státnímu příspěvku na lázeňský pobyt začaly destinaci navštěvovat mladší generace a početnější také byly návštěvy rodin s dětmi. Z analýzy dále vyplývá, že v tomto období prudce klesl počet zahraničních hostů a do destinace cestovala klientela původem spíše z České republiky. Podle informací pracovnice Městského úřadu Františkovy Lázně Brisudové (2021) se tato skutečnost dá označit za velký příval návštěvníků pouze přes hlavní sezónu, jelikož počet hostů ve Františkových Lázních klesl za celý rok 2020 téměř o polovinu, viz Příloha č. 3.

Z Přílohy č. 3 dále vyplývá, že Františkovy Lázně jsou v posledních letech závislé na zahraniční klientele, převážně na klientele z Německa. Jsou tedy ekonomicky zranitelné, podrobněji popsáno v Kapitole 3.2.1 (str. 9). V důsledku toho destinace v současné době zaznamenává velký ekonomický propad. Ve Františkových Lázních dopadá krize nejvíce na podniky v gastronomii. Dotazníkové šetření ukazuje, že se průměrná denní útrata hostů snížila a některé podniky v tomto oboru musely ukončit svou činnost. Prezident České unie cestovního ruchu Sivek, podle idnes.cz, uvádí, že podnikatelé v turismu jsou v kritické situaci a že oživení oboru potrvá několik let.

V Příloze č. 4 se nachází čtyři obrázky, které porovnávají návštěvnost v centru města Františkových Lázní, tzv. Národní třídy. Obrázky znázorňují, jak se v průběhu roku střídaly extrémy z hlediska návštěvnosti. Od minimální návštěvnosti ve druhém a čtvrtém čtvrtletí roku 2020, po maximální využití kapacity destinace ve třetím čtvrtletí roku 2020 (graficky znázorněno také v Příloze č. 3). Začátek roku 2021 se opět vyznačuje nízkou návštěvností destinace. Kromě návštěvníků je na obrázcích možné vidět prostředí, které je pro lázeňskou destinaci typické – udržované městské prostory, opečovávané budovy a upravené stromy. Město je podle obrázků i přes dopady koronavirové krize připraveno na zahájení další lázeňské sezóny.

## 5 Shrnutí výsledků a jejich diskuse

Historická analýza ukazuje, že město Františkovy Lázně je destinací s bohatou historií s propady a vzestupy. Napříč tomu se během necelých dvou set let stalo z malé vesnice významné lázeňské město.

Na začátku práce byly položeny čtyři výzkumné otázky:

1. V jaké fázi ŽCD se nachází město Františkovy Lázně a jaký lze předpokládat další vývoj?

Na základě šetření této práce lze uvést, že město Františkovy Lázně si prošlo všemi fázemi životního cyklu destinace. Do historické analýzy nebylo možné zahrnout analýzu rozvoje infrastruktury a postoj rezidentů k cestovnímu ruchu, jelikož tyto údaje nebyly k dispozici a zpětně byly těžko dohledatelné. Tyto údaje mohly vést k přesnějšímu popisu jednotlivých fází životního cyklu destinace. Z doložených údajů vyplynulo, že po sametové revoluci v roce 1989 začalo město přecházet do fáze omlazení, započal nový životní cyklus a v destinaci opět začala vzrůstat návštěvnost. Z dotazníkového šetření vyplynulo, že v roce 2019 se Františkovy Lázně nacházely ve fázi rozvoje jako poststagnačního vývoje. Důsledkem nenadálých vnějších vlivů se destinace v roce 2020 transformovala do pokročilejší poststagnační rozvojové fáze. Budoucí vývoj destinace nelze předpovědět, jelikož se bude odvíjet od vnějších vlivů, které není možné kontrolovat ani ovlivňovat.

2. Jak vnímají rozvoj cestovního ruchu místní provozovatelé a majitelé lázeňských zařízení?

Místní podnikatelé za posledních 10-15 let vnímali rozvoj cestovního ruchu ve Františkových Lázních pozitivně. Z výsledků dotazníkového šetření vyplývá, že cestovní ruch měl v destinaci stoupající tendenci. Destinace zůstala dostatečně atraktivní pro starší generace a zachovala si svoji autenticitu. Bylo však několikrát zmíněno, že v destinaci chybí vzájemná spolupráce podnikatelských subjektů a ve městě se tak vytvořilo konkurenční prostředí. V současnosti se kvůli koronavirové krizi postoj místních podnikatelů k rozvoji cestovního ruchu

výrazně zhoršil. Zvláště malé a střední podniky, které byly závislé na zahraniční klientele, zaznamenaly velký úbytek klientů a s tím spojené velké finanční ztráty, některé podniky kvůli ekonomickému propadu zkrachovaly.

### 3. Má cestovní ruch negativní vliv na obyvatele Františkových Lázní?

Z dotazníkového šetření dále vyplynulo, že místní obyvatelé si stěžují na vysoký počet návštěvníků v destinaci, kvůli kterým jsou nuceni měnit své běžné životní zvyky. Rovněž tak nebyli spokojeni s kulturním vyžitím v destinaci, které je zaměřeno pro starší generace, zvláště kvůli návštěvníkům.

### 4. Jak a proč se změnila návštěvnost destinace Františkovy Lázně v roce 2020?

Je zřejmé, že Františkovy Lázně jsou na cestovním ruchu závislé. Pandemie Covid-19 měla za rok 2020 na destinaci extrémní dopady. Statistické údaje o návštěvnosti města, viz Příloha č. 3, ukazuje, že se v roce 2020 ve Františkových Lázních ubytovalo cca 83 000 klientů, což je zhruba o 40 % méně než v roce 2019. Dále z Přílohy č. 3 vyplývá, že se snížil počet přenocování v destinaci. Klienti v roce 2020 v destinaci strávili 518 000 nocí, v roce 2019 byl počet přenocování v destinaci 948 500 nocí. Z analýzy této práce dále vyplývá, že vlivem koronavirové krize se změnil poměr místních a zahraničních hostů. Destinace zaznamenala značný pokles příjezdového cestovního ruchu, naopak domácí cestovní ruch vzrostl. Z pohledu na věkovou strukturu hostů, jak vyplývá z dotazníkového šetření, je vidět jasná převaha mladších účastníků cestovního ruchu a také zvýšená návštěvnost rodin s dětmi. Změny poměru klientů dle jejich země původu a změny poměru jejich věkové kategorie byly zapříčiněny státním příspěvkem na lázeňský pobyt, který využilo mnoho hostů.

Dotazníkového šetření odhalilo, že Františkovy Lázně postrádají řízení a organizaci cestovního ruchu, které by bylo cíleně zaměřené na podporu rozvoje cestovního ruchu v destinaci. Koordinace cestovního ruchu chyběla zejména při lázeňské sezóně 2020, kdy byla potřebná regulace návštěvníků, aby nebyla

překročena únosná kapacita destinace. Město sice disponuje destinační a informační agenturou, ta ale zaujímá pouze pozici turistického informačního centra. Destinační management by ve městě mohl být využit také na ochranu přírodních léčivých zdrojů, které se v destinaci vyskytují ve velkém množství a jsou jedním z největších lákadel pro pacienty a návštěvníky Františkových Lázní.

## 6 Závěry a doporučení

V závislosti na provedeném šetření bylo možné odpovědět na všechny výzkumné otázky. Provedený výzkum vycházel z informací rozvedených v teoretické části práce, které byly čerpány z odborné literatury. Díky těmto poznatkům bylo možné provést kvantitativní výzkum, rozebrat závažnost vnějších vlivů působících na vývoj destinace a na závěr práce zhodnotit největší problémy týkající se rozvoje cestovního ruchu v destinaci. Hlavním cílem celé práce bylo aplikovat životní cyklus destinace na destinaci Františkovy Lázně. Františkovy Lázně si prošly všemi fázemi životního cyklu destinace až po omlazení, poté započal nový životní cyklus destinace.

Na základě analýzy této práce byly odhaleny nedostatky v destinaci týkající se infrastruktury a managementu cestovního ruchu. Dle reakcí podnikatelů a také obyvatel Františkových Lázní by bylo vhodné zlepšit dopravní infrastrukturu v destinaci, především navýšit počet parkovacích míst v centru města. Ve městě je také špatný stav nádražního nástupiště, kde chybí vybavení pro osoby s omezenou pohyblivostí. V destinaci dále chybí širší možnosti pro sportovní vyžití. Malé množství míst pro sportovní činnosti pak způsobuje přehluštěný provoz v těchto oblastech. Z dotazníkového šetření vyplynulo, že se rezidenti příliš nezajímají o historii města. V destinaci by se tedy mohly konat akce připomínající důležité historické události. Historické souvislosti a důležitá data rovněž nejsou dostatečně využívána pro propagaci města. Ve městě je také nedostatek obchodů se suvenýry, často jsou nahrazovány „vietnamskými obchody“.

Dále z dotazníkového šetření vyplynulo, že do destinace přijíždí lázeňští hosté za účelem dlouhodobých nebo wellness pobytů, převážně ve věku 46 a více let. Destinace je tedy přizpůsobena klientům starší generace a nesnaží se zaujmout jiný segment klientů. V destinaci tak chybí levné ubytování a stravování pro rodiny s dětmi, noční podniky, koncerty populární hudby nebo kino. Dle respondentů jsou jídelní lístky v restauracích vedeny v českém a německém jazyce. S předpokládaným vstupem do světového dědictví UNESCO a zařazením destinace

mezi slavné lázně Evropy, by bylo patřičné jídelní lístky rozšířit ještě alespoň o jeden světový jazyk, například jazyk anglický. To by bylo vhodné praktikovat i u popisných tabulí památek ve městě. Jak již bylo zmíněno v Kapitole 4.1 (str. 24), město by se mělo zapsat na seznam světového dědictví v červenci roku 2021. To by pro město Františkovy Lázně mohlo být ještě větší motivací, aby v budoucnu začalo uplatňovat principy destinačního managementu a rozvíjet spolupráci s podnikatelskými subjekty a s veřejnou správou.

Bakalářská práce nastiňuje nepříznivou situaci v destinaci. Tuto vzniklou situaci z velké části zapříčinila koronavirová krize, ale dalším důvodem může být i nezavedený destinační management ve městě. Současné problémy se znovuoobením cestovního ruchu by tak mohly být řešeny vzájemnou spoluprací a systematickou propagací destinace. Tato práce by mohla sloužit jako základ pro vytvoření strategie v oblasti podpory lázeňství.

## 7 Seznam použité literatury

- [1] A.S, HOTEL CZ. *Pobyty po covidu ve Františkových Lázních*. [online]. 2021 [cit. 18.04.2021]. Dostupné z: <https://www.spa.cz/frantiskovy-lazne/filter-r317/>
- [2] BUDENAU, A., MILLER, G., MOSCARDO, G., OOI, C., *Sustainable tourism, progress, challenges and opportunities: an introduction*, Journal of Cleaner Production, Vol. 111, Part B, 2016, pp. 285-294. Dostupné z: <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2015.10.027>.
- [3] BUTLER, R. W., *The Concept of a Tourism Area Cycle of Evolution: Implication for Management of Resources*. *Canadian Geographer*, 1980, Vol. 24, No. 1, pp. 5–12. Dostupné z: [10.1111/j.1541-0064.1980.tb00970.x](https://doi.org/10.1111/j.1541-0064.1980.tb00970.x)
- [4] BUTLER, R. W., *The tourism area life cycle. Vol. 1: Applications and Modifications*. Clevedon: Channel View Publications, 2006. 385 s. ISBN 1-84541-025-4.
- [5] BRISUDO VÁ, H. Statistické údaje o Františkových Lázních [elektronická pošta]. Message to: aneta.chladkova16@gmail.com. 26. února 2021 14:58 [cit. 22.04.2021]. Osobní komunikace.
- [6] Cestovní ruch je v krizi. Podnikatelé propadávají sítím podpor, tvrdí unie. *iDNES.cz* [online]. 2021 [cit. 18.04.2021]. Dostupné z: [https://www.idnes.cz/ekonomika/domaci/cestovani-dovolena-kompenzace-turismus.A210224\\_162337\\_ekonomika\\_mato](https://www.idnes.cz/ekonomika/domaci/cestovani-dovolena-kompenzace-turismus.A210224_162337_ekonomika_mato)
- [7] COOPER, Ch., GILBERT, D., WANHILL, S., John FLETCHER, J., SHEPHERD, R. *Tourism : principles and practice*, 2nd ed. Harlow: Longman, 1998. 530 s. ISBN 0-582-31273-6.
- [8] CZECHTOURISM. Františkovy Lázně · #VisitCzechRepublic [online]. 2021 [cit. 18.04.2021]. Dostupné z: <https://www.visitczechrepublic.com/en-US/5fe4bdaf-e761-4ee4-8f29-2e8c13305df9/place/t-frantiskovy-lazne-frazensbad>
- [9] ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. *Počet obyvatel - stav k 1. 1. 2020 / ČSÚ v Karlových Varech* [online]. 2020a [cit. 18.04.2021]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/xk/pocet-obyvatel-stav-k-1-1-2020>

- [10] ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. Výstupní objekt VDB. *Kapacity hromadných ubytovacích zařízení za vybrané území* [online]. 2020b [cit. 18.04.2021]. Dostupné z: [https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=vystup-objekt&z=T&f=TABULKA&katalog=31742&pvo=CRU02&str=v1306&v=v1339\\_KAT\\_154\\_1&u=v1306\\_VUZEMI\\_43\\_554529](https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=vystup-objekt&z=T&f=TABULKA&katalog=31742&pvo=CRU02&str=v1306&v=v1339_KAT_154_1&u=v1306_VUZEMI_43_554529)
- [11] DESTINAČNÍ A INFORMAČNÍ AGENTURA FRANTIŠKOVY LÁZNĚ. *Great Spas of Europe, Slavné lázně Evropy Františkovy Lázně* [online]. 2021 [cit. 18.04.2021]. Dostupné z: <https://www.frantiskovy-lazne.info/cs/great-spas-of-europe>
- [12] FISCHER, B., *Lázeňství v Karlovarském kraji*. Karlovy Vary: Karlovarský kraj, 2008. 91 s. ISBN 978-80-254-2455-1.
- [13] FL INFO S.R.O. *Františkovy Lázně, jejich historie a současnost* | Infocentrum Františkovy Lázně - flinfo.cz [online]. 2021 [cit. 18.04.2021]. Dostupné z: <http://www.flinfo.cz/cz/frantiskovy-lazne-a-okoli/historie-a-soucasnost>
- [14] FRANTIŠKOVY LÁZNĚ AQUAFORUM A.S. Františkovy Lázně. *COVID 19 - Aktuální informace* [online]. 2020c [cit. 18.04.2021]. Dostupné z: <https://www.frantiskovylazne.cz/cs/novinky/covid-19-aktualni-informace>
- [15] FRANTIŠKOVY LÁZNĚ AQUAFORUM A.S. Františkovy Lázně. *EPIDEMIOLOGICKÁ DOPORUČENÍ PRO PROVOZ FRANTIŠKOVÝCH LÁZŇÍ* [online]. 2020b [cit. 18.04.2021]. Dostupné z: <https://www.frantiskovylazne.cz/cs/frantiskolazenske-listy>
- [16] FRANTIŠKOVY LÁZNĚ AQUAFORUM A.S. Františkovy Lázně. *Léčebné programy* [online]. 2020a [cit. 18.04.2021]. Dostupné z: <https://www.frantiskovylazne.cz/cs/lecebne-programy>
- [17] FRANTIŠKOVY LÁZNĚ: OFICIÁLNÍ WEB MĚSTA. *Zakladatel Lázní - doktor Bernard Adler: Historie města: Františkovy Lázně* [online]. 2007 [cit. 19.04.2021]. Dostupné z: <https://www.frantiskovy-lazne.cz/zakladatel-lazni-doktor-bernard-adler/d-97230/p1=7095>
- [18] Františkovy Lázně: Vyjádření starosty města ohledně koronaviru. *REGIONZAPAD.CZ* [online]. 2020 [cit. 18.04.2021]. Dostupné z: <https://www.regionzapad.cz/zpravodajstvi/frantiskovy-lazne-vyjadreni-starosty-mesta-ohledne-sireni-koronaviru-153114/>



- [19] HESKOVÁ, M. *Cestovní ruch: pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. Praha: Fortuna, 2006. 216 s. ISBN 80-7168-948-3.
- [20] HIGGINS-DESBIOLLES, F. „Sustainable tourism: Sustaining tourism or something more?“, *Tourism Management Perspectives*, Vol. 25, 2018, pp. 157-160. Dostupné z: <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2017.11.017>
- [21] HOLEČEK, M., MARIOT, P., STRÍDA, M. *Zeměpis cestovního ruchu*. Praha: Česká geografická společnost, 2007. 132 s. ISBN: 978-80-86034-98-0.
- [22] HOLEŠINSKÁ, A. *Destinační management, aneb, Jak řídit turistickou destinaci*. Brno: Masarykova univerzita, 2007. 90 s. první. ISBN 978-80-210-4500-2.
- [23] HOQUE, A., SHIKHA, F. A., HASANT, M.W., ARIF. I., HAMID, A.B.A., *The effect of coronavirus (COVID-19) in the tourism industry in China*. *Asian Journal of Multidisciplinary Studies*, Vol. 3, Issue 1, 2020. Dostupné z: <https://asianjournal.org/online/index.php/ajms/article/view/213> (citováno dle Naciye a Adem 2020)
- [24] CHLÁDKOVÁ, A., 2020. *Vlastní fotografie, archiv* [fotografie], [cit.2021-4-7].
- [25] CHLÁDKOVÁ, A., 2021. *Vlastní fotografie, archiv* [fotografie], [cit. 2021-4-7].
- [26] Informace poskytla Hana Brisudová, pracovnice Městského úřadu Františkovy Lázně. Františkovy Lázně 26.2.2021
- [27] Informace poskytl Milan Fiala, zástupce ředitele Vojenské lázeňské léčebny Kijev. Františkovy Lázně 30.3.2021
- [28] JAKUBÍKOVÁ, D., VILDOVÁ, E., JANEČEK, P., TLUČHOŘ, J., *Lázeňství: management a marketing*. Praha: Grada Publishing, 2019. Expert (Grada). 368 s. ISBN 978-80-271-2461-9.
- [29] JAKUBÍKOVÁ, D., *Marketing v cestovním ruchu: jak uspět v domácí i světové konkurenci*. 2. vyd. Praha: Grada, 2012. 313 s. ISBN 9788024742090.
- [30] JANDA, J. Hoteliéři žádají, aby úřady prodloužily platnost voucherů. Bojí se propouštění. *Valašský deník* [online]. 2020 [cit. 18.04.2021]. Dostupné z: <https://valassky.denik.cz/podnikani/cesko-lazne-nemci-klienti-20200826.html>

- [31] KAPCZYŃSKI, A., SZROMEK, R. A., *Hypotheses concerning the development of Polish spas in the years 1949–2006*, *Tourism Management*, Vol. 29, Issue 5, 2008, pp. 1035-1037. Dostupné z: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.10.001>.
- [32] KARLOVARSKÝ KRAJ. Františkovy Lázně | Živý kraj [online]. 2012 [cit. 18.04.2021]. Dostupné z: <http://www.zivykraj.cz/cz/lazne-a-wellness/frantiskovy-lazne>
- [33] KNOPP, K., *Lázeňství – Ekonomika a management*. Praha: Grada Publishing, 1999, 232 s. ISBN 80-7169-717.
- [34] MACEK, S., *Františkovy Lázně v král. Českém – Historie města*. Františkovy Lázně: Městské muzeum Františkovy Lázně, 1995. 87 s. ISBN: (brož.).
- [35] MACEK, S., *Františkovy Lázně: krok za krokem: procházka městem*. Karlovy Vary: Promenáda, 1997. 34 s. ISBN 80-86092-16-x.
- [36] MĚSTSKÝ ÚŘAD FRANTIŠKOVY LÁZNĚ. Divadlo Boženy Němcové: Zajímavé objekty ve městě: Františkovy Lázně [online]. 2007 [cit. 18.04.2021]. Dostupné z: <https://www.mufrlazne.cz/vismo/dokumenty2.asp?id=96930&p1=18904&n=divadlo%2Dbozeny%2Dnemcove&defpc=1>
- [37] NACIYE, G., U, ADEM, A. *Impacts of COVID-19 on global tourism industry: A cross-regional comparison*, *Tourism Management Perspectives*, Vol. 36, 2020, 100744. Dostupné z: <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2020.100744>.
- [38] NEJDL, K., *Management destinace cestovního ruchu*. Praha: Wolters Kluwer Česká republika, 2011. 204 s. ISBN 978-80-7357-673-8.
- [39] NĚMEC, P., *Františkovy Lázně: průvodce městem*. Cheb: Irpen, 2012. 31 s. ISBN 978-80-87229-05-7.
- [40] ORIEŠKA, J., *Služby v cestovním ruchu*. V Praze: Idea servis, 2010. 405 s. ISBN 978-80-85970-68-5.
- [41] PALATKOVÁ, M., *Marketingový management destinac*. Praha: Grada Publishing, 2011. 208 s. ISBN 978-80-247-3749-2.
- [42] PALATKOVÁ, M., *Marketingová strategie destinace cestovního ruchu: jak získat více příjmů z cestovního ruchu*. Praha: Grada, 2006. 341 s. ISBN 80-247-1014-5.

- [43] PALATKOVÁ, M., *Metodika a odpovědnost za aktualizaci dat v destinačním managementu* [online]. Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2007. Dostupné z: [https://www.mmr.cz/getmedia/7e3ddbdf-ccb7-4ef2-8633-a99b05b1eb1b/GetFile?fbclid=IwAR0iCZVafKA6uxzcOPkNSm6o0DWRWLLqE1DAqyC\\_5dBUP8SxM0eWf12UgEM](https://www.mmr.cz/getmedia/7e3ddbdf-ccb7-4ef2-8633-a99b05b1eb1b/GetFile?fbclid=IwAR0iCZVafKA6uxzcOPkNSm6o0DWRWLLqE1DAqyC_5dBUP8SxM0eWf12UgEM)
- [44] PÁSKOVÁ, M., *Udržitelnost rozvoje cestovního ruchu*. Vyd. 2. Hradec Králové: Gaudeamus, 2009. 298 s. ISBN 978-80-7435-006-1.
- [45] PÁSKOVÁ, M., *Udržitelnost cestovního ruchu*. 3. vydání. Hradec Králové: Gaudeamus, 2014. 335 stran. ISBN 978-80-7435-329-1.
- [46] PETRŮ, Z., *Základy ekonomiky cestovního ruchu*. 2., upr. vyd. Praha: Idea servis, 2007. 126 s. ISBN 9788085970555.
- [47] RUTYNSKYI, M., KUSHNIRUK, H., The impact of quarantine due to COVID-19 pandemic on the tourism industry in Lviv (Ukraine). *Problems and Perspectives in Management*, Vol. 18, Part 2, 2020, pp. 194-205. Dostupné z: [http://dx.doi.org/10.21511/ppm.18\(2\).2020.17](http://dx.doi.org/10.21511/ppm.18(2).2020.17)
- [48] RYGLOVÁ, K., BURIAN M., VAJČNEROVÁ, I., *Cestovní ruch – podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. Praha: Grada, 2011. 213 s. ISBN 9788024740393.
- [49] SCHWARTZHOFFOVÁ, E., *Lázeňství a wellness*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2014. 74 s. ISBN 978-80-244-5113-8.
- [50] SONNKOVÁ, P., *Modulová kniha 4 – Wellness a Lázeňství*. Brno: Tribun EU, 2014. 94 s. ISBN 978-80-263-0571-2.
- [51] SPA WELLNESS. *Současné wellness trendy – vývoj na trhu wellness a SPA* [online]. 2014 [cit. 18.04.2021]. Dostupné z: <http://www.wellnesslife.cz/spawellness/soucasne-wellness-trendy/>
- [52] ŠKARE, M., DOMINGO, R., S., PORADA-ROCHOŇ, M., *Impact of COVID-19 on the travel and tourism industry*, *Technological Forecasting and Social Change*, Volume 163, 2021, 120469. Dostupné z: <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.120469>.
- [53] WANET S.R.O. Františkovy Lázně - Současnost obce [online]. 2020 [cit. 18.04.2021]. Dostupné z: <https://www.mistopisy.cz/pruvodce/obec/15/frantiskovy-lazne/soucasnost/>
- [54] WEAVER, D., LAWTON, L., *Tourism Management*. 2nd ed. Sidney: John Wiley & Australia, 2002. 480 s. ISBN 0-470-80066-6.

- [55] WORLD TOURISM ORGANIZATION. *COVID-19: UNWTO Calls on Tourism to be Part of Recovery Plans*. [online]. 2020 [cit. 18.04.2021].  
Dostupné z:  
<https://www.unwto.org/news/covid-19-unwto-calls-on-tourism-to-be-part-of-recovery-plans>
- [56] ZELENKA, J., *Cestovní ruch – marketing*. Vyd. 3., přeprac. Hradec Králové: Gaudeamus, 2015. 247 s. ISBN 978-80-7435-543-1.
- [57] ZELENKA, J., Únosná kapacita v cestovním ruchu. *Czech Journal of Tourism*, 2012, roč. 1., č. 2: s. 114-134.
- [58] ZELENKA, J., PÁSKOVÁ, M., *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Kompletně přeprac. a dopl. 2. vyd. Praha: Linde Praha, 2012. 768 s. ISBN 978-80-7201-880-2.

## 8 Přílohy

### 8.1 Příloha č. 1 – Dotazník

1. Jaký typ podnikání provozujete?
  - a) Stravovací a ubytovací služby
  - b) Ubytovací služby
  - c) Stravovací služby
  - d) Zábavní a rekreační činnosti
  - e) Jiný – jaký: .....
  
2. Jste:
  - a) Muž
  - b) Žena
  - c) Jiné
  
3. Jak dlouho pracujete v oboru cestovního ruchu?
  - a) <5 let
  - b) 6-10 let
  - c) >11 let
  
4. Do jaké kategorie se řadí Váš podnik?
  - a) Mikropodnik (<10 zaměstnanců)
  - b) Malý podnik (<50 zaměstnanců)
  - c) Střední podnik (<250 zaměstnanců)
  - d) Velký podnik
  
5. Z jakých států pochází nejvíce Vašich klientů? (prosím uveďte jejich procentuální zastoupení)
  - a) Česko
  - b) Slovensko
  - c) Německo
  - d) Rusko
  - e) Polsko
  - f) Jiné – jaké: .....
  
6. Jezdili k Vám v důsledku koronavirové krize klienti původem z jiných států, než tomu bylo v době předešlé?
  - a) Ano
  - b) Ne

7. Pokud ke změně došlo, prosím uveďte, jak se proměnilo procentuální zastoupení klientů dle jejich země původu.
- a) Česko
  - b) Slovensko
  - c) Německo
  - d) Rusko
  - e) Polsko
  - f) Jiné – jaké: .....
8. Do jaké věkové kategorie spadá nejvíce Vašich klientů? (pokud zvolíte více možností, uveďte prosím i procentuální zastoupení)
- a) do 15
  - b) 16-30
  - c) 31-45
  - d) 46-60
  - e) 61-75
  - f) 76 a více
9. Do jaké věkové kategorie spadali hosté, kteří Váš podnik/zařízení navštívili v době koronavirové krize? (pokud zvolíte více možností, uveďte prosím i procentuální zastoupení)
- a) do 15
  - b) 16-30
  - c) 31-45
  - d) 46-60
  - e) 61-75
  - f) 76 a více
10. Jaký vliv na obsazenost Vašeho zařízení měl státní příspěvek na lázeňský pobyt v hodnotě 4.000Kč?
- a) Velký
  - b) Spíše velký
  - c) Průměrný
  - d) Spíše malý
  - e) Malý
  - f) Neměl na mé podnikání/mou práci vliv
11. Pokud na Vás měl státní příspěvek na lázeňský pobyt vliv, jak byste Vy osobně ohodnotil/a státní příspěvek na lázeňský pobyt?
- a) Pozitivně
  - b) Negativně

Prosím zdůvodněte svou odpověď:

12. Jaký největší problém jste pocítili během koronavirové krize?

13. Musel/a jste během koronavirové krize propouštět své zaměstnance?
- Ano
  - Ne
14. Jaký byl podle Vás počet návštěvníků ve Františkových Lázních před vypuknutím pandemie Covidu-19?
- Nadměrný
  - Velký
  - Optimální
  - Mohl být větší
  - Zcela nedostatečný
15. Jaký byl podle Vás počet návštěvníků v destinaci po 1. červenci 2020?
- Nadměrný
  - Velký
  - Optimální
  - Mohl být větší
  - Zcela nedostatečný
16. Jaké jsou podle Vás výdaje návštěvníka?
- Velmi vysoké
  - Vysoké
  - Průměrné
  - Nízké
  - Velmi nízké
17. Měla koronavirová krize vliv na průměrnou denní útratu návštěvníků Vašeho zařízení?
- Ano, jejich útrata se výrazně se zvýšila
  - Zvýšila se
  - Zůstala stejná
  - Snížila se
  - Výrazně se snížila
18. Jaký je dle Vašeho názoru ekonomický význam cestovního ruchu pro Františkovy Lázně?
- Velmi velký
  - Velký
  - Optimální
  - Malý
  - Velmi malý

19. Jak se dle Vašeho názoru v posledních 10-15 letech změnil ekonomický význam cestovního ruchu pro Františkovy Lázně?
- a) Výrazně se zvýšil
  - b) Zvýšil se
  - c) Zůstal stejný
  - d) Snížil se
  - e) Výrazně se snížil
20. Změnila se autenticita prostředí ve Františkových Lázních v posledních 10-15 letech?
- a) Změnila se
  - b) Spíše se změnila
  - c) Zůstala stejná
  - d) Spíše se nezměnila
  - e) Nezměnila se
21. Poskytuje podle Vás město Františkovy Lázně potřebnou infrastrukturu pro rozvoj cestovního ruchu?
- a) Rozhodně ano
  - b) Spíše ano
  - c) Nevím
  - d) Spíše ne
  - e) Rozhodně ne
22. V kterých měsících se podle Vás ve Františkových Lázních vyskytuje nejvíce turistů?
- a) leden-duben
  - b) březen-červenec
  - c) srpen-říjen
  - d) listopad-prosinec
23. Máte trvalé bydliště ve Františkových Lázních?
- a) Ano
  - b) Ne
24. Jaký je podle Vás charakter místních suvenýrů?
- a) Suvenýry jsou autentické, vystihují charakter města
  - b) Suvenýry postrádají autenticitu, pocházejí z masové výroby

Charakterizujte vlastními slovy:

25. Je podle Vás město Františkovy Lázně vhodné město pro život?
- a) Rozhodně ano
  - b) Spíše ano
  - c) Nevím
  - d) Spíše ne
  - e) Rozhodně ne



26. Zajímáte se o historii města Františkových Lázní?
- a) Rozhodně ano
  - b) Spíše ano
  - c) Nevím
  - d) Spíše ne
  - e) Rozhodně ne
27. Myslíte si, že místní obyvatelé mění kvůli cestovnímu ruchu běžné životní zvyky?
- a) Určitě ano
  - b) Spíše ano
  - c) Nevím
  - d) Spíše ne
  - e) Určitě ne
28. Domníváte se, že jsou některé památky turisty znehodnocovány?
- a) Ano
  - b) Ne
29. Domníváte se, že se ve Františkových Lázní koná málo kulturních akcí?
- a) Ano
  - b) Ne

## **8.2 Příloha č. 2 – Seznam dotazovaných zařízení**

Seznam zařízení dotazovaných formou osobní komunikace v terénu.  
Šetření probíhalo v období: 12.9.2020 – 21.11.2020

1. Aquaforum Františkovy Lázně
2. Destinační a informační agentura
3. Divadlo Boženy Němcové
4. Camping Amerika
5. Country Saloon Bažina
6. Cukrárna U Matěje
7. Gruzie Pilsner Restaurant
8. Hotel Komorní hůrka
9. Hotel REZA
10. Hotel Zátíší
11. Kavárna Beethoven
12. Lázeňský hotel Belveder
13. Lázeňský hotel Dr. Adler
14. Lázeňský dům Erika
15. Lázeňský hotel Goethe
16. Lázeňský hotel Imperial S
17. Lázeňský hotel Luisa
18. Lázeňský dům Luna
19. Lázeňský hotel Pyramida
20. Lázeňský hotel Savoy
21. Lázeňské sanatorium Dr. Peták
22. Penzion Eduard
23. Pension Josef
24. Pizzeria Pinocchio
25. Prodejna Oplatek Dr. Adler
26. Restaurace a penzion Štekrův mlýn
27. Restaurace Rudý Baron
28. Restaurace Rybářská Bašta
29. Restaurace Selská jizba
30. Růžová cukrárna U Holíků
31. Sanatorium Mariot
32. Spa & Kur Hotel Harvey
33. Spa Hotel Centrum
34. Spa Hotel Sevilla
35. Spa Resort Pawlik
36. Tenis klub Františkovy Lázně
37. U Kohoutů na hřišti
38. Vojenská lázeňská léčebna Kijev
39. Wellness Hotel Bohemia

Seznam zařízení dotazovaných elektronickou formou.

Šetření probíhalo v období: 3.12.2020 – 9.1.2021

1. Hotel Bajkal
2. Hotel Hubert
3. Hotel Tři lilie
4. Kurhotel Brussel
5. Pension Sport – Relax Buky
6. Penzion Hortenzie
7. Penzion u Námořníka
8. Penzion Villa Altona
9. Penzion Villa Joanna
10. Pizzerie Stínadla
11. Restaurace u Modrého Slona
12. Rezidence Zámeček
13. Sanatorium Klíma
14. SPA HOTEL DIANA
15. Spa & Kur Hotel Praha

### 8.3 Příloha č. 3 – Statistické údaje o návštěvnosti Frant. Lázní

Počet hostů						
	Počet hostů celkem	Česko	Německo	Rusko	Slovensko	Ostatní
2012	90 200	40 500	43 300	1 600	500	4 300
2013	91 600	38 700	45 500	2 400	500	4 500
2014	94 600	40 500	48 200	1 700	600	3 600
2015	105 700	46 900	50 400	1 300	900	6 200
2016	114 500	50 000	54 300	1 100	1 200	7 900
2017	118 200	50 400	59 300	1 100	900	6 500
2018	127 800	58 300	60 300	1 100	800	7 300
2019	134 200	63 200	60 700	1 200	1 100	8 000
2020	82 900	53 700	24 400	500	600	3 700

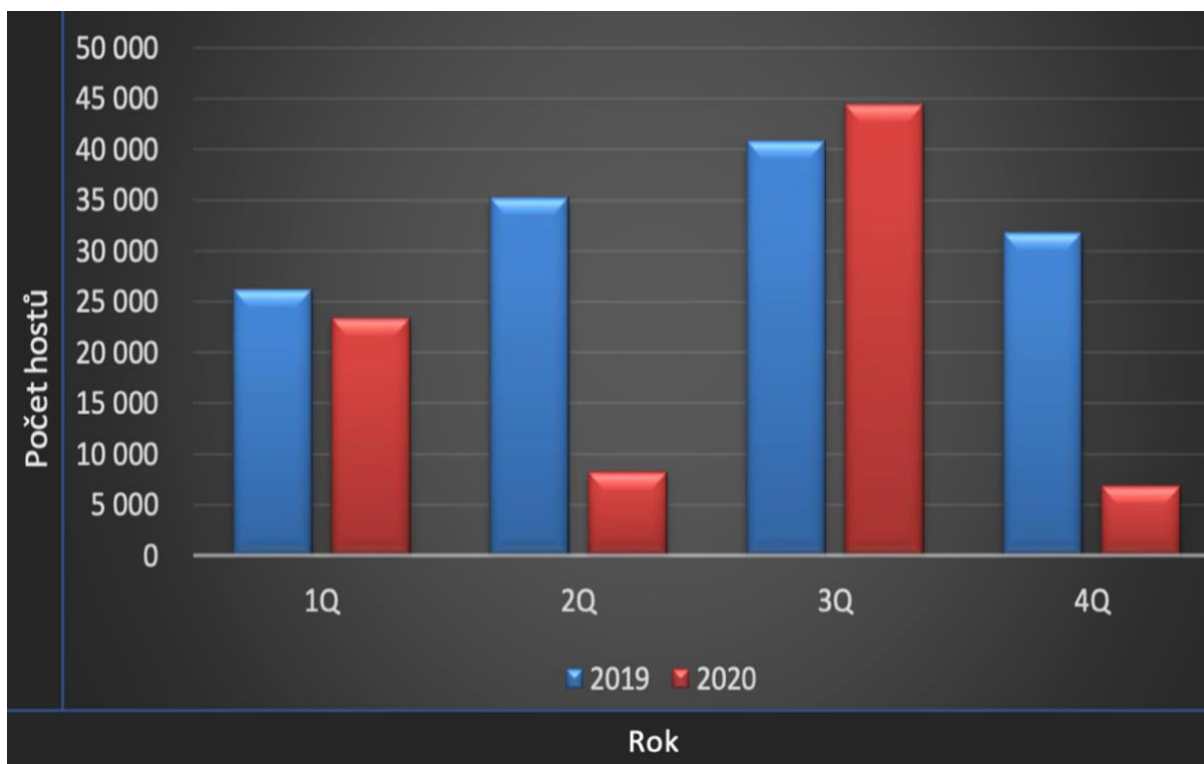
**Tabulka 1 – Počet hostů ve Františkových Lázních (zaokrouhleno na sto)**

Zdroj: vlastní zpracování podle Brisudové (2021)

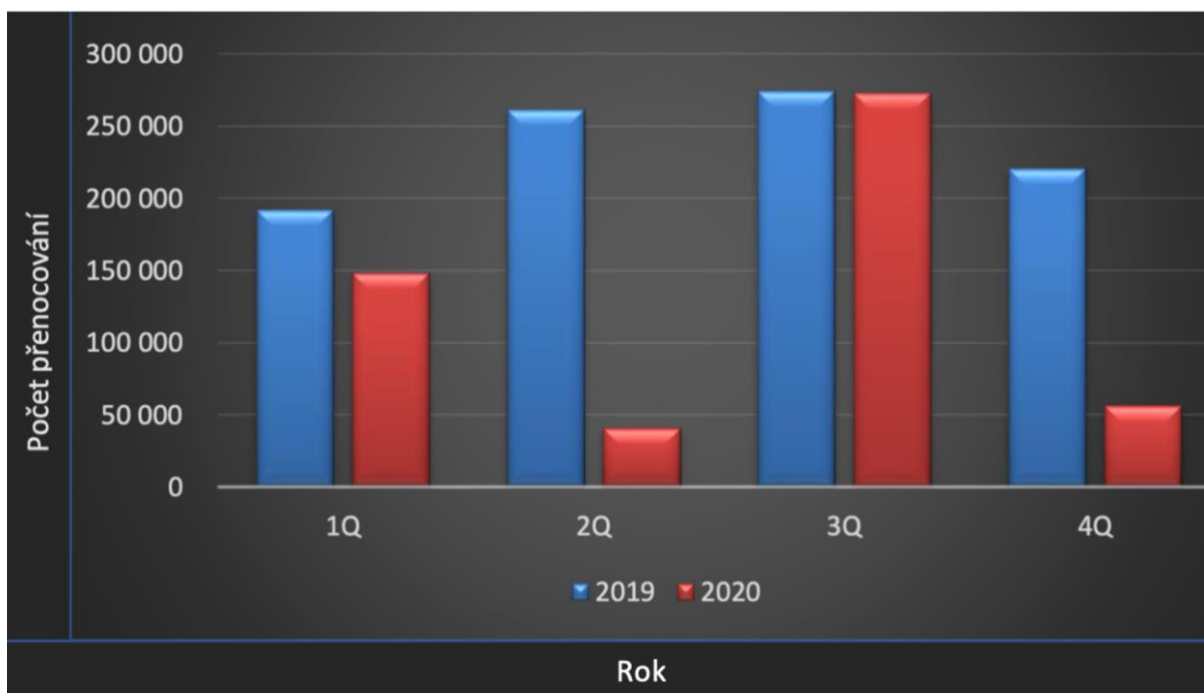
Počet přenocování						
	Počet přenocování celkem	Česko	Německo	Rusko	Slovensko	Ostatní
2012	747 300	300 800	414 600	14 200	1 700	16 000
2013	732 400	261 800	427 600	22 900	1 800	18 300
2014	776 600	292 300	447 100	20 400	1 900	14 900
2015	867 600	375 900	453 500	10 700	3 200	24 300
2016	872 200	385 700	449 400	8 100	3 600	25 400
2017	862 800	359 600	470 500	9 000	2 800	20 900
2018	937 200	438 600	464 400	7 300	2 700	24 200
2019	948 500	454 700	458 300	8 000	2 800	24 700
2020	518 000	335 600	166 800	2 800	1 600	11 200

**Tabulka 2 – Počet přenocování ve Františkových Lázních (zaokrouhleno na sto)**

Zdroj: vlastní zpracování podle Brisudové (2021)



**Graf 19 - Porovnání počtu hostů ve Františkových Lázních**  
Zdroj: Brisudová (2021)



**Graf 20 - Porovnání počtu přenocování ve Františkových Lázních**  
Zdroj: Brisudová (2021)

## 8.4 Příloha č. 4 – Porovnání čtyř obrázků ve Frant. Lázních



**Obrázek 11 – Františkovy Lázně, okolí Národní třídy**  
Zdroj: Chládková (2020)

Františkovy Lázně v březnu 2020 po zavedení prvních vládních opatření omezující pohyb.



**Obrázek 12 – Františkovy Lázně, okolí Národní třídy a Františkova pramene**  
Zdroj: Chládková (2020)

Františkovy Lázně v srpnu 2020 po rozvolnění vládních opatření.



**Obrázek 13 – Františkovy Lázně, okolí Národní třídy a Františkova pramene**  
Zdroj: Chládková (2020)

Františkovy Lázně v říjnu 2020 po znovuzavedení vládních opatření.





**Obrázek 14 – Františkovy Lázně, Národní třída**  
Zdroj: Chládková (2021)

Františkovy Lázně v dubnu 2021.

## 8.5 Příloha č. 5 – Historické fotografie



**Obrázek 15 – Ves Císaře Františka v roce 1784**  
Zdroj: Macek (1995)



**Obrázek 16 – Františkovy Lázně, Luisin pramen v 19. století**  
Zdroj: Macek (1997)

Na Obrázku č. 16 je možné zaznamenat lázeňské lékaře, kteří podle Macka (1997) ordinovali přímo u pramene. Měli podle něj důstojný vzhled (společenské oblečení, cylindr a špacírku), kterým se snažili upoutat pacienty.

## Zadání bakalářské práce

<b>Autor:</b>	<b>Aneta Chládková</b>
Studium:	I1700221
Studijní program:	B6208 Ekonomika a management
Studijní obor:	Management cestovního ruchu
<b>Název bakalářské práce:</b>	<b>Životní cyklus destinace. Františkovy Lázně</b>
Název bakalářské práce AJ:	Destination Life Cycle. Františkovy Lázně

### **Cíl, metody, literatura, předpoklady:**

Cíl:

Cílem práce je určit aktuální fázi životního cyklu destinace Františkovy Lázně, které v letošním roce značně ovlivnila koronavirová krize.

Osnova:

- 1 Úvod
- 2 Cíle a metodika práce
- 3 Teoretická část
  - 3.1 Destinace cestovního ruchu
  - 3.2 Udržitelnost cestovního ruchu
  - 3.3 Životní cyklus destinace a vnější vlivy
  - 3.4 Koronavirová krize

#### 4 Praktická část

##### 4.1 Historie a současnost destinace Františkovy Lázně

##### 4.2 Trendy v lázeňství a dopad koronakrizy na vývoj destinace

#### 5 Shrnutí výsledků a jejich diskuse

#### 6 Závěry a doporučení

#### 7 Seznam použité literatury

#### 8 Přílohy

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

JAKUBÍKOVÁ, D., VILDOVÁ, E., JANEČEK, P., TLUČHOŘ, J. (2019): Lázeňství: management a marketing. Praha: Grada Publishing, ISBN 978-80-271-2461-9.

PALATKOVÁ, M. (2011): 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, ISBN 978-80-247-3749-2.

PÁSKOVÁ, M. (2014): Udržitelnost cestovního ruchu. Gaudeamus Hradec Králové, ISBN 978-80-7435-329-1, online dostupné na <https://database.op-vk.cz/Product/Detail/60774>

Pásková, M., Zelenka, J.: Výkladový slovník cestovního ruchu, Linde Praha 2012

UN WTO (1997): Agenda 21 for the Travel and Tourism Industry, ISBN: 92-844-0180-1

UN WTO (1998): Guide for Local Authorities on Developing Sustainable Tourism, ISBN 92-844-0280-8

UN WTO (1999): Guide for Local Authorities - Supplementary Volumes, ISBN: 92-844-0326-X  
databáze Sciencedirect

Garantující pracoviště: Katedra rekreologie a cestovního ruchu,  
Fakulta informatiky a managementu

Vedoucí práce: prof. RNDr. Josef Zelenka, CSc.

Oponent: Mgr. Pavlína Chaloupská, Ph.D.

Datum zadání závěrečné práce: 15.10.2020