

UNIVERZITA JANA AMOSE KOMENSKÉHO PRAHA

MAGISTERSKÉ

KOMBINOVANÉ STUDIUM

2014–2016

DIPLOMOVÁ PRÁCE

Adéla Jirušová

**Analýza lázeňského cestovního ruchu v oblasti Mariánské
Lázně a jeho atraktivita pro české a zahraniční občany**

Praha 2016

Vedoucí diplomové práce: Ing. Jiří Sysel, Ph.D.

JAN AMOS KOMENSKY UNIVERSITY PRAGUE

MASTER

COMBINED (PART TIME) STUDIES

2014–2016

DIPLOMA THESIS

Adéla Jirušová

**Analysis of spa tourism in Mariánské Lázně and its
attractiveness for the Czech and foreign citizens**

Prague 2016

The Diploma Thesis Work Supervisor: Ing. Jiří Sysel, Ph.D.

Prohlášení

Prohlašuji, že předložená diplomová práce je mým původním autorským dílem, které jsem vypracovala samostatně. Veškerou literaturu a další zdroje, z nichž jsem při zpracování čerpala, v práci řádně cituji a jsou uvedeny v seznamu použitých zdrojů.

Souhlasím s prezenčním zpřístupněním své práce v univerzitní knihovně.

V Českých Budějovicích dne 7.3.2016

Adéla Jirušová

Poděkování

Děkuji panu Ing. Jiří Syslovi, Ph.D. za vedení mé diplomové práce.

Anotace

Diplomová práce se ve své teoretické části zabývá vymezením základní terminologie, obecnou charakteristikou a historií lázeňství. Je definována současná situace českého lázeňství, legislativní rámec. Obsahuje analýzu poskytovaných služeb lázeňských zařízení a problematiky poskytování lázeňské péče. V praktické části práce jsou definovány hypotézy, které jsou postupnými kroky ověřovány. Součástí práce jsou statistické grafy a tabulky, které monitorují situaci lázeňského cestovního ruchu v oblasti Mariánských Lázní. Cílem této diplomové práce je analýza atraktivity lázeňského cestovního ruchu v Mariánských Lázních a jeho okolí pro rezidenty a nerezidenty.

Klíčová slova

Atraktivita, lázeňská péče, lázeňský cestovní ruch, lázeňství, léčivé zdroje, Mariánské Lázně, struktura návštěvníků, turistická oblast.

Annotation

Diploma thesis in its theoretical part deals with definition of basic terminology, general characteristics and the history of the Spa. The study also defined the current situation of the Czech spa industry, the legislative framework. It contains an analysis of services provided by the spa facilities and issue of Spa care. In the practical part of the work are defined hypotheses, which are verified by successive steps. The work also contains statistical data that are monitoring the situation of spa tourism in Mariánské Lázně. The aim of this thesis is to analyse the attractiveness of spa tourism in Mariánské Lázně and its surroundings for residents and non-residents.

Keywords

Attractiveness, balneology, healing resources, Mariánské Lázně, spa services, spa tourism, the structure of the visitors, the tourist area.

ÚVOD.....	9
TEORETICKÁ ČÁST.....	11
1 LÁZEŇSKÝ CESTOVNÍ RUCH	11
1.1 Vymezení pojmu cestovní ruch a lázeňství.....	12
1.2 Charakteristika lázeňství	15
1.3 Historie lázeňství.....	16
1.4 Současná situace českého lázeňství	18
1.5 Služby lázeňských zařízení	22
1.6 Legislativa upravující poskytování lázeňské péče v České republice	24
1.7 Základní typy lázeňské péče	25
2 MĚSTO MARIÁNSKÉ LÁZNĚ.....	29
2.1 Přírodní podmínky	29
2.2 Přírodní léčivé zdroje Mariánskolázeňského obvodu	30
2.3 Historický vývoj cestovního ruchu a lázeňství v Mariánských Lázních.....	31
2.4 Turistická oblast Mariánské Lázně	32
PRAKTICKÁ ČÁST	34
3 ANALÝZA SOUČASNÉHO STAVU MARIÁNSKÝCH LÁZNÍ.....	35
3.1 Lidský potenciál	35
3.1.1 Trh práce a zaměstnanost.....	36
3.2 Struktura návštěvníků.....	36
3.3 Základní služby lázeňských zařízení v Mariánských Lázních.....	41
3.3.1 Ubytovací zařízení	41
3.3.2 Lázeňská péče	43
3.4 Marketing v destinaci Mariánské Lázně	44
3.5 SWOT analýza Mariánských Lázní	48

3.5.1 S – Silné stránky	48
3.5.2 W – Slabé stránky	49
3.5.3 O – Příležitosti.....	49
3.5.4 T – Hrozby	50
3.6 Průzkum veřejného mínění 2015	51
3.7 Monitoring návštěvníků v turistickém regionu Západočeské lázně.....	58
3.8 Problémové okruhy	63
3.9 Návrhy pro zvýšení atraktivity lázeňské oblasti Mariánské Lázně.....	65
ZÁVĚR	67
SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ.....	69
SEZNAM TABULEK A GRAFŮ.....	72
SEZNAM PŘÍLOH.....	74

ÚVOD

Tématem mé diplomové práce je analýza lázeňského cestovního ruchu v oblasti Mariánské Lázně a jeho atraktivita pro české a zahraniční občany. Podnětem pro zpracování této práce byla snaha hlouběji poznat problematiku týkající se tohoto tématu, protože cestovní ruch a lázeňství jako jeho součást, představuje u nás i ve světě velmi dynamicky se rozvíjející segment. Lázeňství představuje díky své dlouholeté tradici velký potenciál cestovního ruchu, jedná se o významný zdroj příjmů soukromého i státního sektoru. Vytváří pracovní příležitosti, významně přispívá k rozvoji regionů, podílí se na tvorbě hrubého domácího produktu, podílí se na příjmech státu a lázeňských měst. Jako součást terciárního sektoru má lázeňství, především díky současným trendům, vysoký růstový potenciál. Jako obor náročný na kvalifikovanou pracovní sílu poskytuje množství pracovních příležitostí.

Cílem této diplomové práce je analýza lázeňského cestovního ruchu v Mariánských Lázních a jeho okolí, dále analýza národnostního složení návštěvníků, formulace doporučení a návrhů pro zvýšení atraktivity lázeňské oblasti Mariánské Lázně. V zájmu naplnění cíle diplomové práce je práce rozdělena do několika kapitol a subkapitol. V teoretické části práce se zabývám obecnou definicí lázeňského cestovního ruchu, vymezením základní terminologie, obecnou charakteristikou a historií lázeňství. Dále definuji současnou situaci českého lázeňství, zabývám se i legislativním rámcem upravujícím poskytování lázeňské péče v České republice, který v několika posledních letech značně ovlivnil vývoj lázeňského cestovního ruchu. V práci také analyzuji úroveň poskytovaných služeb lázeňských zařízení a problematiku poskytování lázeňské péče.

Dále blíže specifikuji město Mariánské Lázně, jeho přírodní podmínky a vhodnost ke zdravotním pobytům, historii vývoje cestovního ruchu na tomto území a definuji danou turistickou oblast.

V praktické části práce jsou definovány hypotézy, které jsou postupnými kroky, především díky statistickým údajům, ověřovány. Součástí práce jsou statistická data, která napovídají mnohé o vývoji lázeňského cestovního ruchu v oblasti. Především se jedná o data týkající se lidského potenciálu, struktury návštěvníků, úrovně služeb,

marketingových aktivit v oblasti. V práci byly také stanoveny problémové okruhy, které v současné době nejvíce brání rozvoji lázeňského cestovního ruchu na území této oblasti. Problematika byla ověřována a zkoumána prostřednictvím kompilace statistických údajů uveřejněných Českým statistickým úřadem i neveřejných databází Infocentra města Mariánské Lázně, dále průzkumem veřejného mínění a monitoringem návštěvníků, především prostřednictvím dotazníkového šetření. Příležitosti i ohrožení oblasti definuje SWOT analýza.

TEORETICKÁ ČÁST

1 LÁZEŇSKÝ CESTOVNÍ RUCH

Nedílnou součástí zdravotního a sociálního systému společnosti je lázeňství, které je díky své podstatě součástí cestovního ruchu. Obě tato odvětví mají mnoho shodných prvků, především se jedná o společný historický vývoj. Lázeňství a cestovní ruch má společnou povahu služeb, realizovaných místně a časově mimo trvalé bydliště účastníka. Obě odvětví se orientují na uspokojování potřeb regenerace fyzických a duševních sil a vedou k rozvoji jedince. Služby, které tyto obory poskytují, jsou využívány komplexně a vyvolávají realizaci dalších, doplňkových služeb, které vybraná destinace nabízí.

„Lázeňský cestovní ruch byl historicky jednou z prvních oblíbených forem novodobého cestovního ruchu již od 18. století a je jako součást cestovního ruchu prezentován dodnes, neboť v rámci lázeňství je vždy využívána materiálně technická vybavenost sloužící cestovnímu ruchu v daném místě. Lázeňství je významnou součástí domácího cestovního ruchu díky dlouhodobé tradici a atraktivitě lázeňských míst s bohatou kulturně společenskou nabídkou. Je také jedním z významných motivů aktivního zahraničního cestovního ruchu vzhledem k jedinečnosti některých přírodních léčivých zdrojů, či použitých léčebných metod v dané oblasti.“¹

Lázeňský cestovní ruch lze charakterizovat jako druh cestovního ruchu spojený s poskytováním určité formy zdravotní péče v místech a zařízeních, která jsou k poskytování péče vybavená. Ján Oriška definuje lázeňský cestovní ruch jako *„formu cestovního ruchu, která vyžaduje existenci zdravotnických zařízení využívajících přírodních léčivých zdrojů, léčivých zdrojů vodních, vřídelních plynů a emanací, peloidů a klimatických podmínek, které působí na lidský organismus svojí teplotou, chemickým složením nebo mechanickým tlakem.“²*

Výkladový slovník cestovního ruchu definuje lázeňský cestovní ruch jako *„druh cestovního ruchu, účast na němž je charakteristická pobytem v lázních, ať již za účelem*

¹ INDROVÁ, Jarmila. *Cestovní ruch: (základy)*. Vyd. 2., přeprac. V Praze: Oeconomica, 2009, 122 s. ISBN 978-80-245-1569-4.

² ORIEŠKA, Ján. *Technika služeb cestovního ruchu*. 4. české upr. vyd. Praha: Idea servis, 1996. ISBN 80-85970-11-2.

regenerace, poznání nebo sociálních kontaktů. Moderním trendem jsou kondiční a preventivně-zdravotní pobyty v lázních. Vzhledem k dlouholeté tradici a pověsti českého lázeňství a klientele s nadprůměrnými výdaji (a tedy s vysokou návratností investic) se jedná o jednu z klíčových forem aktivního cestovního ruchu pro ČR.“³

Stejný slovník uvádí také definici léčebného cestovního ruchu jako formu cestovního ruchu, „jejíž účastníci jsou motivováni zlepšováním vlastního zdravotního stavu, tělesné i psychické kondice.“⁴

Autorka Sandra Ziegler ve své knize *Qualitätsmanagement im Wellness- und Gesundheitstourismus*⁵, kterou můžeme volně přeložit jako Řízení kvality ve wellness a zdravotním turismu, uvádí rozdělení zdravotně orientovaného cestovního ruchu na lázeňský cestovní ruch, který se orientuje na již nemocné lidi, a wellness cestovní ruch zaměřený na lidi zdravé, udržující své zdraví preventivně. Lázeňský cestovní ruch tedy popisuje jako účast nemocných lidí na cestovním ruchu za účelem navrácení a udržení zdraví.

1.1 Vymezení pojmu cestovní ruch a lázeňství

Klíčovými, základními pojmy, které budou použity v koncepci celé práce, je cestovní ruch a lázeňství. Cestovní ruch představuje souhrn aktivit účastníků cestovního ruchu a současně i aktivit podniků a organizací poskytujících služby pro zajištění pobytu účastníků cestovního ruchu, mimo místo jejich trvalého bydliště. Cestovní ruch byl v roce 1991 definován světovou organizací cestovního ruchu WTO (World Trade Organisation). „*Cestovní ruch je definován jako činnost osoby, cestující na přechodnou dobu do místa mimo její běžné životní prostředí /mimo místo bydliště/ a to na dobu kratší než je stanovena, přičemž hlavní účel její cesty je jiný než vykonávání výdělečné činnosti*

³ ZELENKA, Josef a Martina PÁSKOVÁ. *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Kompletně přeprac. a dopl. 2. vyd. Praha: Linde Praha, 2012. ISBN 978-80-7201-880-2.

⁴ ZELENKA, Josef a Martina PÁSKOVÁ. *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Kompletně přeprac. a dopl. 2. vyd. Praha: Linde Praha, 2012. ISBN 978-80-7201-880-2.

⁵ SANDRA ZIEGLER. *Qualitätsmanagement im Wellness- und Gesundheitstourismus: das Gut Gesundheit im Wandel der Zeit*. Hamburg: Diplomica-Verl, 2011. ISBN 9783842854215.

v navštíveném místě.“ V odborné literatuře se můžeme setkat s řadou členění cestovního ruchu podle druhů a forem cestovního ruchu. Při určování formy cestovního ruchu přihlížíme především k motivům účasti na cestovním ruchu. Podrobnější určení vlastního průběhu cestovního ruchu pak udává jeho druhové určení, které zachycuje jeho průběh a vlastní realizaci v závislosti na ekonomických, sociálních, geografických či jiných podmínkách.

Vzhledem k nejednotnosti výkladu různých autorů, vycházíme z typologie cestovního ruchu podle Malé, která vymezuje následující kritéria pro určení typu cestovního ruchu *„převažující motivace účasti na cestovním ruchu, místo realizace, vztah k platební bilanci státu, délka pobytu, způsob zabezpečení cesty a pobytu, počet účastníků, způsob financování, věk účastníků, převažující prostředí pobytu, ostatní kritéria.“*⁶

Typy cestovního ruchu podle převažující motivace účasti na cestovním ruchu jsou dále definovány:⁷

- rekreační cestovní ruch
- kulturně-poznávací cestovní ruch
- cestovní ruch s náboženskou orientací
- cestovní ruch se vzdělávacími motivy
- cestovní ruch se společenskými motivy
- sportovně orientovaný cestovní ruch
- cestovní ruch orientovaný na poznávání přírodního prostředí
- cestovní ruch s dobrodružnými motivy
- cestovní ruch s profesními motivy
- cestovní ruch specificky orientovaný
- zdravotně-orientovaný cestovní ruch

⁶ Malá V.: Typologie cestovního ruchu, publikováno v Indrová J.a kol.: *Cestovní ruch (základy)*, Oeconomica 2007, str. 17-18, ISBN 978-80-245-1252-5

⁷ Zpracováno podle: Malá V.: Typologie cestovního ruchu, publikováno v Indrová J.a kol.: *Cestovní ruch (základy)*, Oeconomica 2007, str. 18 - 28, ISBN 978-80-245-1252-5

Náplní právě zdravotně-orientovaného cestovního ruchu je cesta za prevencí, léčením a rehabilitací. „Zahrnuje celou řadu zdravotně orientovaných aktivit, jako jsou rekondiční a zdravotně preventivně orientované pobyty zaměřené na posílení, udržení a obnovení fyzické či psychické kondice člověka.“⁸

Definici zdravotního cestovního ruchu uvádí i cizojazyčná literatura, ve své knize Health and Wellness Tourism, jej Malcolm Cooper definuje jako „jakékoli cestování, jehož cílem je stát se zdravější nebo cestování za zlepšením zdravotního stavu některého člena rodiny.“⁹

„Lázeňství představuje souhrn aktivit, specifické infrastruktury a lidských zdrojů v oblasti poznání a praxe zaměřený na znalost přírodních léčivých zdrojů (balneologie) a realizaci technik a procedur pro léčení různých somatických, psychosomatických i psychologických problémů (balneoterapie). Souhrnným cílem lázeňství je prevence a léčení lidských chorob, regenerace sil a relaxace. Je spojeno s využíváním síly přírodních léčivých zdrojů, krásy přírodního i kompozice kulturního prostředí“¹⁰

Představuje také významný zdroj příjmů soukromého i státního sektoru. Vytváří pracovní příležitosti, významně přispívá k rozvoji regionů, podílí se na tvorbě hrubého domácího produktu a na tvorbě devizových zdrojů, podílí se na příjmech státu a lázeňských měst. Jako součást terciárního sektoru má lázeňství vysoký růstový potenciál. Správou spadá obor lázeňství pod Ministerstvo zdravotnictví, je chápáno jako ucelená součást léčebné péče zakládající se především na využívání přírodních léčivých zdrojů. Součástí může být i léčba fyzikálními a rehabilitačními metodami, medikamenty, psychoterapie.

⁸ INDROVÁ, Jarmila. *Cestovní ruch: (základy)*. Vyd. 2., přeprac. V Praze: Oeconomica, 2009, 122 s. ISBN 978-80-245-1569-4.

⁹ ERFURT-COOPER, Patricia a Malcolm COOPER. *Health and wellness tourism: spas and hot springs*. Buffalo, NY: Channel View Publications, 2009. ISBN 1845411137.

¹⁰ ZELENKA, Josef a Martina PÁSKOVÁ. *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Kompletně přeprac. a dopl. 2. vyd. Praha: Linde Praha, 2012. ISBN 978-80-7201-880-2.

1.2 Charakteristika lázeňství

Pod pojmem lázeňství je všeobecně chápána péče poskytovaná v lázních, která je zaměřená na léčení a obnovu fyzických a psychických sil. Právě k obnově fyzických sil jsou využívány přírodní zdroje jako vody, peloidy, plyny nebo i klimatické podmínky.

„Význam lázeňství se liší dle jednotlivých etap vývoje lidské společnosti, velkou role hrají i zvyklosti daného regionu. Úloha lázeňství je obtížně zastupitelná v léčbě řady chronických onemocnění, v prevenci přechodu nemocí do chronického stadia a vzniku komplikací, v rehabilitaci po závažných akutních onemocněních, operacích a úrazech.“¹¹

„Více než doposud se lázeňství musí podílet na ovlivňování primárních rizikových faktorů, jako je nedostatek aktivního pohybu, kouření a v dnešní době stále nebezpečnější civilizační stres, dále musí reagovat na měnící se medicínskou potřebu obyvatelstva a musí odrážet změny v jeho zdravotním stavu, především v oblasti tzv. civilizačních chorob.“¹²

V tuzemských podmínkách se dělí zdravotně orientovaný cestovní ruch na podtypy lázeňský a zdravotní turismus. Lázeňský turismus je realizován komplexní lázeňskou léčbou využívající přírodní léčivé zdroje a pobyty zaměřenými na léčení nemocí, následky nemocí a celkovou rekonvalescenci, na prevenci a předcházení nemocem a podobným nepříznivým stavům lidského organismu. Může být realizován jedině v místech výskytu přírodních léčivých zdrojů. Zdravotní turismus (helthtourism) je forma cestovního ruchu zaměřená na prevenci, relaxaci, celkovou obnovu fyzických a duševních sil jednotlivce. Může být realizován kdekoli v místech s příznivým klimatickým prostředím a vhodnou technickou vybaveností. Slovem wellness je označován soubor programů a uvědomělého chování jednotlivce zaměřeného na celkové uvolnění jeho organismu a vytváření pocitu pohody a pozitivních nálad. Jedná se o dynamický podtyp zdravotního turismu.

¹¹ MACKOVIČ, M.: *Lázeňství a balneotechnika*. Plzeň: Západočeská univerzita, 1995,

ISBN 80-7082-226-0

¹² Lázeňská sezóna startuje: Hosté se letos mají na co těšit, služeb je víc. In: *Eurozprávy.cz* [online]. 2014 [cit. 2016-02-21]. Dostupné z: <http://domaci.eurozpravy.cz/zdravotnictvi/93501-lazenska-sezona-zahajena-letosni-rok-by-mel-byt-lepsi-nez-predchozi/>

Dle Attla ¹³ vystihuje podstatu lázeňství „6R“, tedy šest základních funkcí lázeňství:

Remedy (léčení) – vlastní procesy balneace, použití přírodních léčebných zdrojů.

Rehabilitation (rehabilitace) – odstranění následků úrazů, zranění a jiných zdravotních problémů.

Revitalize (obnova, rekondice) – obnovení fyzických a duševních sil.

Relax (odpočinek) – zotavení, oddech.

Reflect (uvolnění) – odpoutání se od negativ současného životního stylu.

Rejoice (potěšení) – získání nového optimismu, životní energie a radosti ze života.

1.3 Historie lázeňství

„Rozvoj lázeňství v evropském pojetí je založen na pradávnmém zájmu lidí o přírodní minerální prameny, které se odlišovaly od běžných pramenů především svým vzhledem, chutí a teplotou. Tyto „zázračné“ prameny začali využívat k vodoléčbě především Římané, kteří na ně při svých válečných výpravách narazili, a to zejména na území dnešní Francie, ale i v jiných částech Evropy (dnešním Německu, Chorvatsku, Maďarsku, atd.).“¹⁴

Vývoj lázeňství je tedy historicky úzce vázán na výskyt minerálních uhličitých vod. Rozvoj společnosti v oblasti techniky a nových vědních oborů v 18. a 19. století daly předpoklad rozvoje lázeňství a vzniku nových lázeňských středisek.

I na našem území se lázeňství začalo rozvíjet koncem 18. století. Byly vystavěny první velké lázeňské stavby, jako kolonády a lázeňské domy. V tomto období bylo vystavěno velké množství ubytovacích kapacit, především hotelů, penzionů a lázeňských domů. Ve století 19., které můžeme označit za „zlatou éru“ lázeňství, docházelo k modernizaci lázeňských léčebných procesů a k modernizaci zařízení pro tuto péči, dostavbám

¹³ ATTIL, Pavel a Karel NEJDLE. *Turismus*. Vyd. 1. Praha: Vysoká škola hotelová v Praze 8, 2004. ISBN 80-86578-37-2.

¹⁴ KNOP, Karel. *Lázeňství: ekonomika a management*. Vyd. 1. Praha, 1999. ISBN 80-7169-717-6.

lázeňských komplexů, vzniku divadel, galerií umění a dalších kulturních zařízení. V období druhé světové války byla většina našich významných lázeňských středisek zabrána a byla využívána pro vojenské účely. Tímto došlo k zastavení do té doby dynamického rozvoje lázeňství v naší zemi.

Po válce převládala snaha začlenit lázeňství do systému zdravotní péče a utlumit komerční aktivity v oboru. Byl vydán zákon 125/1948 Sb. o znárodnění přírodních léčivých zdrojů a lázní a o začlenění a správě konfiskovaného majetku. Tímto byla podstata lázní převedena do výhradního vlastnictví státu. Na přelomu 50. a 60. let se zvyšovala dříve potlačovaná tendence nabízet služby českých lázní cizincům, kteří je využívali stále častěji. Lázeňská péče byla organizována masově, především přes odborové orgány a v návaznosti na indikační seznam chorob pro lázeňskou péči Krajskými správami sociálního zabezpečení.

Jako důsledek toho, že v 70. a 80. letech poptávka po lázeňských službách převyšovala nabídku o 30 %, byla v roce 1978 vydána nová „Směrnice o poskytování lázeňské péče v zařízeních státní zdravotní správy“ včetně nového indikačního seznamu. Tato směrnice omezila společenskou poptávku omezením opakování lázeňské péče. Vývoj od roku 1986 vedl přes kratší stagnaci k absolutnímu poklesu kapacit v důsledku nutných havarijních odstávek, a tím i ke snížení počtu pacientů a výkonů.

"Po listopadových změnách 1989 v naší společnosti nastává obrat v pohledu na funkci veřejně prospěšných služeb typu lázeňství, které jako komplex služeb zahrnuje řadu oblastí, které samy o sobě mají svůj vývoj a své výchozí podmínky. Jde především o lázně v rámci zdravotního systému státu, dále systém hotelových a stravovacích služeb v lázních, cestovní ruch a jeho dopad na lázně a region. Doplňkový charakter mají právě regionální aktivity, které mají úzkou návaznost na všechny výše vyjmenované oblasti - sportovní, kulturní a společenská zařízení. Tyto veškeré aspekty a potencionální výhody restrukturalizace majetkových vztahů a činnosti provozovatelů byly nosnou myšlenkou pro záměry privatizace v oboru lázeňství a strukturálních změn v systému léčebných lázeňských poukazů a financování lázeňské péče."¹⁵

¹⁵ KNOP, Karel. *Lázeňství: ekonomika a management*. Vyd. 1. Praha, 1999. ISBN 80-7169-717-6.

Lázeňský cestovní ruch zažívá v posledních letech v Evropě dynamický rozvoj, tento trend lze i nadále předpokládat ve výhledu několika desítek let. I pro lázně na našem území by tato skutečnost mohla mít velký význam z hospodářského hlediska obecně, se zvláštním významem pro rozvoj regionů a všech souvisejících oborů. České lázeňství má i v porovnání s vyspělými evropskými lázněmi co nabídnout. Na vysoké úrovni je léčebně zdravotní péče, která je garantována odborností lázeňských lékařů a přírodních léčivých zdrojů.

1.4 Současná situace českého lázeňství

České lázeňství zaujímá v evropském lázeňství významné místo, a to zejména díky historické tradici, kvalitní lékařské péči a vysoce kvalifikovanému personálu, progresivním léčebným výsledkům, kvalitním přírodním zdrojům a vhodnému klimatickému prostředí. Výrazem mezinárodního uznání je i připravovaný zápis čtyř českých lázeňských míst (Karlovy Vary, Mariánské Lázně, Františkovy Lázně, Luhačovice) na Seznam světového kulturního a přírodního dědictví UNESCO. Lázeňská léčba v České republice kombinuje účinek přírodních léčivých zdrojů s preventivní a rehabilitační péčí a s léčbou některých chronických onemocnění. Česká republika disponuje stovkami přírodních léčivých pramenů a bohatými nalezišti peloidů (bahno, slatina a rašelina), zdroji přírodních zřídelních plynů i místy s příznivým klimatem. Díky jejich propojení s lékařskou vědou vzniklo na našem území více než třicet lázeňských míst, kde se léčí široká škála onemocnění.

V současné době se v České republice nachází 37 lázeňských míst, 85 lázeňských zařízení. Dvanáct lázeňských míst je zařazeno do kategorie velkých lázní podle počtu lůžek a rozmanitosti nabízených léčebných indikací. Jedná se o Karlovy Vary, Františkovy Lázně, Lázně Luhačovice, Léčebné lázně Mariánské Lázně, Léčebné lázně Jáchymov, Lázně Třeboň, Lázně Teplice v Čechách, Lázně Poděbrady, Janské Lázně, Lázně Darkov, Lázně Teplice nad Bečvou a Lázně Jeseník.

*„Lázeňský cestovní ruch v České republice je přitom v posledních letech doprovázen řadou problémů, které jsou obecně známé. Jedná se především o komplikovaný vztah českého státu k financování lázeňství, kdy v souvislosti s nesystémovými změnami v indikačním seznamu došlo k problémům s financováním komplexní a příspěvkové lázeňské péče. Dalším problémem je mezinárodně politická situace a z ní vyplývající pokles příjezdů návštěvníků z některých zdrojových zemí, především z Ruska. Tyto a další negativní vlivy vedly k ukončení lázeňské péče ve dvou lázeňských místech. Zatímco ve Velichovkách byl provoz v dubnu 2015 opět obnoven, v Lipové se tak bohužel nestalo“.*¹⁶

*„I když Česká republika nemá některé konkurenční výhody jiných prosperujících wellness destinací, jako je vysokohorské prostředí (aeroterapie, helioterapie) či moře (thalassoterapie), má i v této oblasti co nabídnout, a wellnessový cestovní ruch se tak může stát vhodným doplňkem klasického lázeňství. Zatímco lázeňství je vázáno především na přírodní léčivé zdroje, může se wellnessový i medicínský cestovní ruch rozvíjet nezávisle na těchto zdrojích, tudíž i mimo lázeňská místa. Přesto představuje i medicínský cestovní ruch zajímavý a perspektivní segment, který může přispět k dalšímu rozvoji lázeňských míst v České republice.“*¹⁷

Dle dostupných informací publikace Ústavu zdravotnických informací a statistik České republiky¹⁸ v roce 2014 lázně za účelem lázeňské léčebně rehabilitační péče celkem 348 348 lázeňských pacientů. Celkem 336 682 pacientů (96,7 %) byly dospělé osoby, dorostenců bylo 1 788 (0,5 %) a lázeňských pacientů v dětském věku bylo 9 878 (2,8 %). Celkem 126 848 pacientů z tuzemska (36,4 %) si platilo lázeňskou léčbu přímo, stejně jako 131 425 cizinců (37,7 %). Pobyt 78 447 pacientů (22,5 %) byl hrazen veřejným zdravotním pojištěním jako komplexní lázeňská péče (KLP) a 11 628 pacientů (3,4 %) jako příspěvková lázeňská péče (PLP). Veřejné zdravotní pojištění hradilo rovněž pobyt 4 665 osob nutného doprovodu v trvání 126 348 dnů. Pacienti v rámci komplexní lázeňské péče strávili v lázních 1 741 243 ošetřovacích dnů (39,4 %) s průměrnou délkou pobytu

¹⁶ ATTL, Pavel. Lázeňství a rozvoj dalších forem zdravotního cestovního ruchu v České republice. *COT Business*. Praha: C.O.T. media, s.r.o., 2015, 2015(06), 28-29. ISSN 1212-4281.

¹⁷ ATTL, Pavel. Lázeňství a rozvoj dalších forem zdravotního cestovního ruchu v České republice. *COT Business*. Praha: C.O.T. media, s.r.o., 2015, 2015(06), 28-29. ISSN 1212-4281.

¹⁸ *Lázeňská péče 2014*. Praha: Ústav zdravotnických informací a statistiky ČR, 2014. ISBN 978-80-7472-143-4. ISSN 1210-8596.

22,2 dne. Cizinci strávili v lázních celkem 1 714 063 dnů (38,8 %) s průměrnou délkou pobytu 13,0 dnů. Tuzemští „samoplátci“ čerpali v lázních 738 395 dnů (16,7 %) s průměrnou délkou pobytu 5,8 dnů a pacienti příspěvkové lázeňské péče celkem 225 867 dnů (5,1 %) s průměrnou délkou pobytu 19,4 dnů. Detailnější porovnání nelze provést s ohledem na to, že jsou k dispozici podklady za pouze 74,4 % poskytovatelů lázeňské léčebně rehabilitační péče. I přes omezené zdroje informací lze konstatovat, že v roce 2014 došlo k nárůstu u komplexní lázeňské péče. V roce 2013 bylo v lázních v rámci KLP celkem 55 590 pacientů na 1 321 977 dnů, v roce 2014 (z dostupných údajů za 58 poskytovatelů) bylo v rámci KLP 78 447 pacientů, kteří zde strávili 1 741 243 dnů - viz výše.

V tabulce 1 je vyčíslen přehled přijatých pacientů v lázeňských zařízeních v roce 2014 dle krajů České republiky. Do této statistiky jsou zahrnuti jak čeští, tak zahraniční občané.

Tabulka 1: Počet přijatých pacientů v lázeňských zařízeních 2014

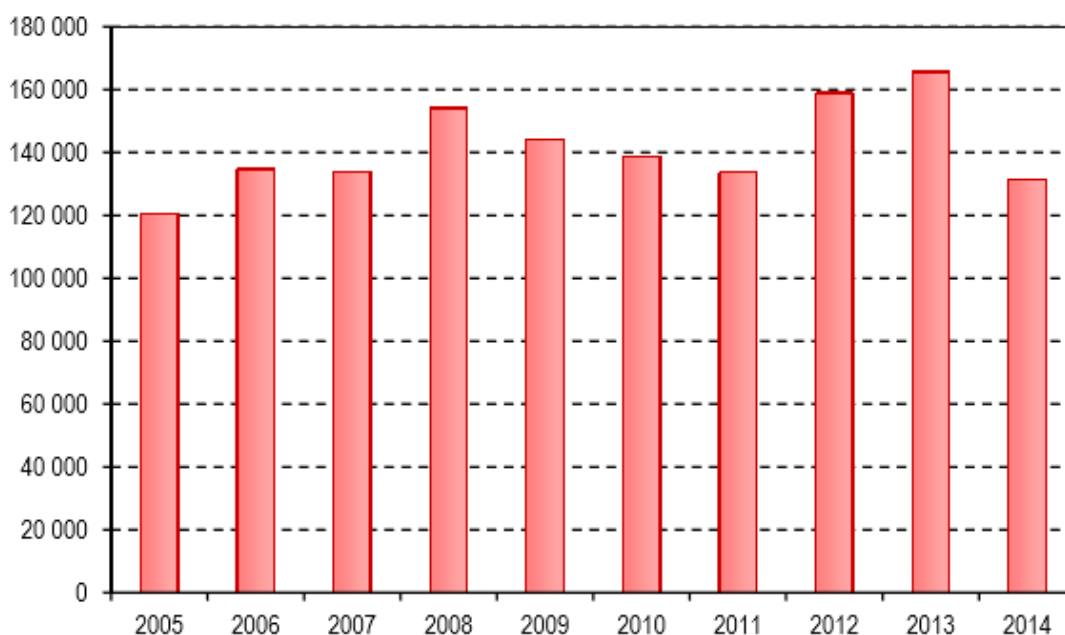
Kraj	Poskytnutá lázeňská péče				celkem	Doprovod hrazený ZP	Celkem pacienti + doprovod
	na náklad zdravotního pojištění		plně na vlastní náklady				
	KLP	PLP	tuzemci	cizinci			
	Dospělí						
Středočeský	3 869	325	14 201	791	19 186	6	19 192
Jihočeský	15 548	2 994	29 017	469	48 028	34	48 062
Plzeňský	1 519	158	1 450	478	3 605	5	3 610
Karlovarský	3 587	698	7 331	118 052	129 668	4	129 672
Ústecký	3 688	975	10 418	3 675	18 756	35	18 791
Liberecký	1 357	356	2 049	429	4 191	3	4 194
Královéhradecký	3 884	737	2 912	438	7 971	33	8 004
Pardubický	5 551	830	876	13	7 270	-	7 270
Jihomoravský	3 084	656	5 339	10	9 089	4	9 093
Olomoucký	8 445	993	17 893	340	27 671	10	27 681
Zlínský	7 246	1 826	23 051	4 402	36 525	45	36 570
Moravskoslezský	10 700	966	12 088	968	24 722	106	24 828
ČR	68 478	11 514	126 625	130 065	336 682	285	336 967

Zdroj¹⁹

¹⁹ Lázeňská péče 2014. Praha: Ústav zdravotnických informací a statistiky ČR, 2014. ISBN 978-80-7472-143-4. ISSN 1210-8596

V následujících grafech je zaznamenán vývoj počtu pacientů v českých lázeňských zařízeních od roku 2005 do 2014. Na grafu 1 Vývoj počtu pacientů – cizinci celkem si můžeme povšimnout nárůst počtu pacientů v roce 2012. Z grafu 2 Vývoj počtu dospělých pacientů v lázeňských zařízeních (bez cizinců) můžeme vyčíst výrazný pokles pacientů léčených na náklad zdravotních pojišťoven. To bylo především ovlivněno změnou zákona a novou vyhláškou č. 267/2012 Sb., která v poskytování lázeňské péče přinesla českému lázeňství značné komplikace.

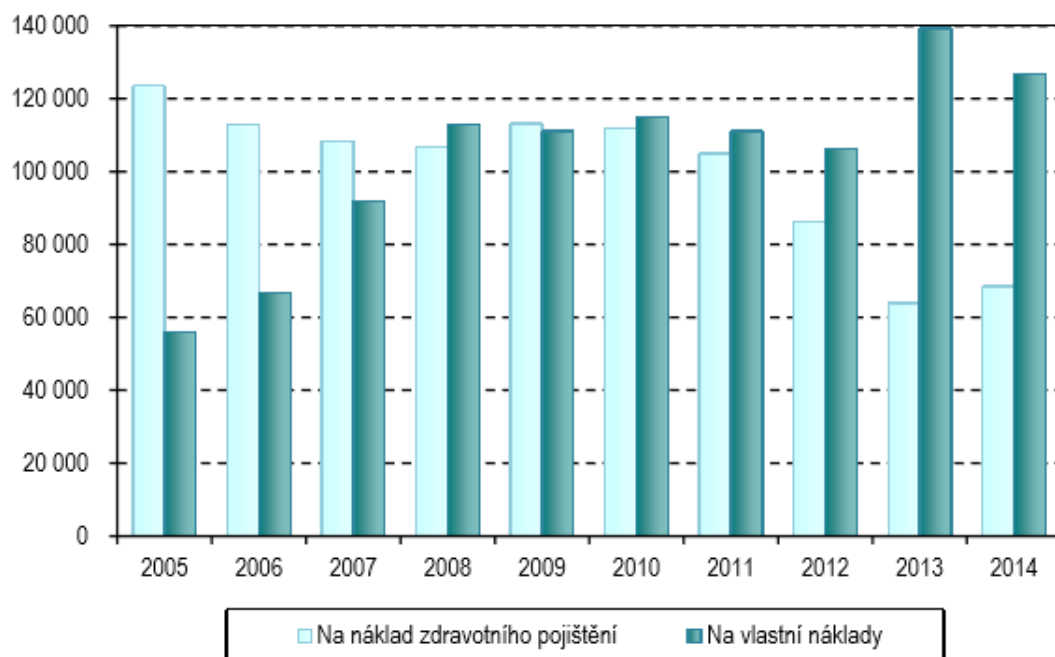
Graf 1: Vývoj počtu pacientů – cizinci celkem



Zdroj²⁰

²⁰ Lázeňská péče 2014. Praha: Ústav zdravotnických informací a statistiky ČR, 2014. ISBN 978-80-7472-143-4. ISSN 1210-8596

Graf 2: Vývoj počtu dospělých pacientů v lázeňských zařízeních (bez cizinců)



Zdroj²¹

1.5 Služby lázeňských zařízení

„Služby účastníkům lázeňského cestovního ruchu poskytují zařízení jednotlivých podniků přírodních léčebných lázní. Léčebná zařízení, např. lázně, horská sanatoria, termální lázně a další, poskytují léčebnou péči včetně ubytování. Lázeňská místa jsou komplexem ubytovacích, stravovacích, rehabilitačních, sportovních a léčebných zařízení, využívajících pro dosažení léčebného účinku na klienty přírodních léčivých zdrojů a léčebných procedur.“²² Mezi základní služby lázeňských zařízení patří služby zdravotně léčebné služby, ubytovací, stravovací a kulturně společenské. „Služby zdravotně léčebné zahrnují vstupní, kontrolní a výstupní prohlídku ošetřujícího lázeňského lékaře, který stanoví potřebné léčebné procedury, jejich rozsah a systém

²¹ Lázeňská péče 2014. Praha: Ústav zdravotnických informací a statistiky ČR, 2014. ISBN 978-80-7472-143-4. ISSN 1210-8596

²² DROBNÁ, Daniela a Eva MORÁVKOVÁ. Cestovní ruch pro střední školy a pro veřejnost. 1. vyd. Praha: Fortuna, 2004. ISBN 80-7168-901-7.

aplikace. Samotná lázeňská léčba spočívá v aplikaci léčebných výkonů neboli procedur, doporučeného denního režimu pacienta a edukační složky, která má usnadnit pacientovi osvojení vhodných návyků i pro běžný denní život. Léčebné výkony se v jednotlivých lázeňských zařízeních liší s ohledem na indikační zaměření, ale i technické vybavení konkrétního objektu. Nejčastěji jsou v českých lázních poskytovány léčebné výkony rehabilitační, masáže, vodoléčba a elektrofyziální výkony."²³ Lázeňská léčba zahrnuje procedury, jako jsou termální a perličkové koupele, hydroterapie, minerální, bahenní, solné, uhličitě, nebo bylinné koupele, rehabilitace, masáže, oxygenoterapie, elektroléčba, magnetoterapie, léčebná gymnastika, peloidoterapie, plynové injekce, parafinové zábaly, akupunktura, dietoterapie, pitná kúra, klimatoterapie.

Také ubytovací služby se řadí mezi základní služby, poskytované lázeňskými zařízeními. „*Ubytovací služby poskytují jednak vlastní lázeňsko-léčebné objekty, jednak léčebny, sanatoria, lázeňské hotely a lázeňské domy, ale rovněž i komerční síť místních ubytovacích zařízení včetně ubytování v soukromí a v kempech. V lázeňských místech je tak poskytování ubytovacích služeb častým zdrojem příjmů daných subjektů. Během lázeňského pobytu jsou vyšší nároky na vybavenost ubytovacího zařízení, jelikož slouží lázeňským hostům pro delší pobyt a prostory využívají nejen k přenocování, ale i k odpočinku během dne.*"²⁴

Další základní službou poskytovanou lázeňským zařízením jsou služby stravovací. „*Stravovací služby zajišťují celodenní výživu pacienta. Podle stavu pacienta a rozhodnutí ošetřujícího lékaře může být uplatňován dietní systém. Stravování je také přímou součástí léčebných výkonů např. v případech, kdy se pacient léčí na onemocnění zažívacího ústrojí, onemocnění žláz s vnitřní sekrecí, onemocnění močového ústrojí atd. V léčebných zařízeních je celodenní stravování realizováno restaurační formou. V lázeňském místě je většinou celá řada dalších stravovacích zařízení.*"²⁵

Protože kulturně společenské služby vedou k psychickému uvolnění a celkové relaxaci, řadí se tyto služby mezi základní služby lázeňských zařízení, která jsou k těmto účelům

²³ INDROVÁ, Jarmila. *Cestovní ruch: (základy)*. Vyd. 2., přeprac. V Praze: Oeconomica, 2009, 122 s. ISBN 978-80-245-1569-4.

²⁴ INDROVÁ, Jarmila. *Cestovní ruch: (základy)*. Vyd. 2., přeprac. V Praze: Oeconomica, 2009, 122 s. ISBN 978-80-245-1569-4.

²⁵ INDROVÁ, Jarmila. *Cestovní ruch: (základy)*. Vyd. 2., přeprac. V Praze: Oeconomica, 2009, 122 s. ISBN 978-80-245-1569-4.

také vybavena. Jejich prostory jsou uzpůsobeny k pořádání koncertů, přednášek a dalších společenských akcí. Ve společných prostorách lze také nalézt knihovny a místa pro společná setkávání pacientů.

Mezi nejčastější doplňkové služby můžeme řadit peněžní a směnářské služby, bankomat, pošta, obchodní služby, kadeřnictví, kosmetika, manikúra, pedikúra, prádelna a čistírna.

1.6 Legislativa upravující poskytování lázeňské péče v České republice

Právní úprava poskytování lázeňské péče se řídí především zákonem č. 1/2015 Sb., kterým se mění zákon č. 48/1997 Sb., o veřejném zdravotním pojištění a o změně a doplnění některých souvisejících zákonů, ve znění pozdějších předpisů. Tento zákon vstoupil v platnost 6. ledna 2015, kdy bylo nutné upravit vyhlášku č. 267/2012 Sb., která přinesla značné komplikace v poskytování lázeňské péče. Nový zákon 1/2015 Sb. a vyhláška 2/2015 Sb. upravují především indikační seznam a upravují tak počet diagnóz s nárokem na úhradu z veřejného zdravotního pojištění. Další zákony, nepřímo spojené s poskytováním lázeňské péče, jsou zákony č. 164/2001 Sb.: Lázeňský zákon o přírodních léčivých zdrojích, zdrojích přírodních minerálních vod, přírodních léčebných lázních a lázeňských místech a o změně některých souvisejících zákonů; Zákon č. 372/2011 Sb. o zdravotních službách, Zákon č. 20/1966 Sb.: o péči o zdraví lidu, Zákon č. 160/1992 Sb.: o nestátních zdravotnických zařízeních, Zákon č. 109/2014 Sb., Úhradová vyhláška 2015, Úhradová vyhláška 2016.

V zákonu č. 1/2015 Sb., kterým se mění zákon č. 48/1997 Sb., o veřejném zdravotním pojištění a o změně a doplnění některých souvisejících zákonů, ve znění pozdějších předpisů (dále jen Zákon) jsou obsažena základní pravidla poskytování lázeňské péče (§ 33). „*V příloze č. 5 zákona je pak uveden seznam indikačních skupin pro dospělé, děti a dorost; nemoci, u nichž lze lázeňskou léčebně rehabilitační péči poskytnout; způsoby poskytování lázeňské léčebně rehabilitační péče pro jednotlivé indikace (komplexní nebo příspěvková péče); délka základního léčebného pobytu a opakovaného léčebného pobytu pro jednotlivé indikace; četnost opakovaného léčebného pobytu; lhůta pro nástup*

*léčebného pobytu u indikací, kde je tuto lhůtu důvodné stanovit z hlediska léčebného efektu; možnost prodloužení léčebného pobytu podle jednotlivých indikací a způsobů poskytování lázeňské léčebně rehabilitační péče a další odborná kritéria vztahující se k jednotlivým indikacím.*²⁶

Zákonem je zde také stanovena délka léčebného pobytu a možnosti jeho prodloužení, následné opakování lázeňského pobytu a kritéria nevyplývající z ryze zdravotních důvodů. Došlo tedy zejména k úpravě § 33 odstavce 2 a doplnění odstavců 8- 12 stejného paragrafu.

*„Rok 2014 byl pro české lázeňství zlomový. Podpis Memoranda mezi ministerstvem zdravotnictví, lázněmi a zdravotními pojišťovnami a následná nová právní úprava poskytování lázeňské léčebně rehabilitační péče vedly k jednoznačnému úspěchu. Odstranili jsme mimo jiné stav, kdy byli pacienti kvůli stanovené délce pobytu 21 dnů z lázní propouštěni bez dostatečného zlepšení zdravotního stavu. Navrátili jsme lidem možnost léčit se u vybraných indikací 28 dnů a pobyty dle doporučení lékaře i prodloužit a opakovat. Výrazně se tím rozšířila skupina pacientů, kteří byli zařazeni do komplexní lázeňské péče. Meziročně došlo k nárůstu o 41 %.*²⁷ uvedl ministr zdravotnictví 2014 Svatopluk Němeček po zasedání tripartity, kterou informoval o stavu českého lázeňství.

1.7 Základní typy lázeňské péče

Dne 6. ledna 2015 vstoupil v platnost novelizovaný zákon o veřejném zdravotním pojištění 1/2015 Sb., kterým se mění zákon č. 48/1997 Sb., o veřejném zdravotním pojištění a o změně a doplnění některých souvisejících zákonů, ve znění pozdějších předpisů. Jeho součástí je nově také novelizovaný Indikační seznam pro lázeňskou péči,

²⁶ Předepisování lázeňské péče od 1. ledna 2015. *Léčebné Lázně* [online]. [cit. 2015-12-10]. Dostupné z: <http://www.lecebne-lazne.cz/cs/pro-lekare/predepisovani-lazenske-pece-od-1-ledna-2015>

²⁷ Ministr Němeček: Podpora lázeňství zabrala, lidem se vrací potřebný rozsah péče. *Ministerstvo zdravotnictví České republiky* [online]. [cit. 2015-12-11]. Dostupné z: www.mzcr.cz/dokumenty/ministr-nemecekpodpora-lazenstvi-zabralalidem-se-vraci-potrebny-rozsah-pece-_10102_1.html

který upravuje pravidla poskytování lázeňské péče hrazené zdravotními pojišťovny.²⁸ Lázeňskou péči v České republice můžeme rozdělit do dvou skupin. Péče může být předepsána pacientovi lékařem na základě jeho zdravotního stavu, ve druhém případě představuje lázeňský pobyt zcela komerční službu, jedná o tzv. samoplátecký pobyt.

Lázeňská péče léčebně rehabilitační „je péče poskytována výhradně jako následná lůžková péče ve zdravotnických zařízeních, která se nacházejí v místě výskytu přírodního léčivého zdroje nebo na území s klimatickými podmínkami příznivými k léčení, a při poskytování péče jsou tyto přírodní léčivé zdroje nebo klimatické podmínky příznivé k léčení využívány.“²⁹ Podmínky pro poskytování a hrazení lázeňské péče stanovuje zákon 1/2015 Sb., o veřejném zdravotním pojištění, konkrétně § 33 Lázeňská péče. Lázeňskou péči doporučuje ošetřující nebo praktický lékař.

První formou léčebně rehabilitační péče je komplexní lázeňská péče, která se předepisuje zpravidla po pobytech v nemocnici, po i před operací, po zranění či v případě chronických onemocnění, ale může být chápána také jako prevence. Tato forma lázeňské péče je pacientovi plně hrazena zdravotní pojišťovnou. Pobyt v lázeňském zařízení bývá zpravidla předepsán na dobu minimálně 21 dní a zahrnuje ubytování, stravování a lázeňské procedury. V určitých případech může být pobyt u dospělých prodloužen na návrh ošetřujícího lékaře. Druhou formou je příspěvková lázeňská péče, při které je zdravotní pojišťovnou hrazena jen samotná léčba, ubytování a stravování si pacienti hradí sami. Oproti komplexní lázeňské péči má pacient nárok na tuto formu i v případě méně závažných onemocnění nebo zranění, ale jen jednou během dvou let. Standardní délka pobytu v lázních je shodná jako u komplexní péče, tedy 21 dní, ale pacient během této doby čerpá dovolenou.

Do lázeňských zařízení velmi často přijíždějí hosté také jako samoplátcí, kteří si sami, bez spoluúčasti zdravotní pojišťovny, platí ubytování, stravování i léčebné procedury. Tento přístup ke zdravotně orientovanému cestovnímu ruchu souvisí s pojmem wellness. Mezi samoplátcí nejsou samozřejmě jen občané České republiky, ale také turisté

²⁸ Předepisování lázeňské péče od 1. ledna 2015. *Léčebné Lázně* [online]. [cit. 2015-12-10]. Dostupné z: <http://www.lecebne-lazne.cz/cs/pro-lekare/predepisovani-lazenske-pece-od-1-ledna-2015>

²⁹ Zákon č. 1/2015 Sb., kterým se mění zákon č. 48/1997 Sb., o veřejném zdravotním pojištění a o změně a doplnění některých souvisejících zákonů, ve znění pozdějších předpisů In: *Sbírka zákonů České republiky*. 2015. Dostupný také z: <http://portal.gov.cz/app/zakony/zakon.jsp?page=0&nr=1~2F2015&rpp=15#seznam>

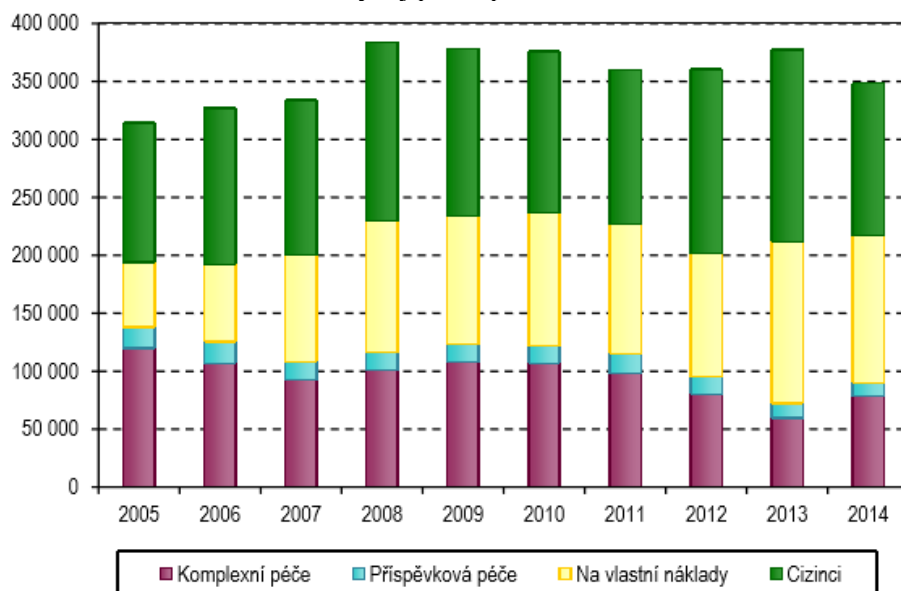
ze zahraničí. Zajímavostí jsou smlouvy dvou největších německých pojišťoven AOK Krankenkasse a TK Techniker Krankenkasse s Českou republikou. Smlouvy se řídí velmi přísnými pravidly, která české lázně musí splňovat. Následně musí být lázeňské zařízení opatřené certifikátem, který je vystavený v daném zařízení na viditelném místě. V České republice je tímto certifikátem opatřeno velmi málo zařízení, mezi nimi je hotel Danubius Health Spa Resort Nové Lázně, ve kterém jsem několik měsíců vykonávala vysokoškolskou praxi. Němečtí hosté jsou v českých zařízeních, poskytující lázeňskou péči, považováni za samoplátce, kdy ale mají nastaveny výhodnější ceny, než samoplátci z České republiky.

Tento hotel spadá pod Léčebné lázně Mariánské Lázně a.s., a je jediným zařízením s komplexní lázeňskou péčí. Počet hostů tohoto hotelu byl za minulý rok 39 025 osob, z toho 2 396 tuzemských pacientů využívající komplexní péči plně hrazenou zdravotní pojišťovnou, s průměrnou délkou pobytu 21 dní. Příspěvkové péče čerpalo 306 pacientů, s průměrnou délkou pobytu 18 dnů. Bez spoluúčasti pojišťovny, tedy jako samoplátci, přijelo za minulý rok 2 021 českých občanů, a rekondičních pobytů využilo 819 osob.

Z těchto informací tedy vyplývá, že 33 483 návštěvníků tohoto lázeňského zařízení bylo ze zahraničí. Bližší specifikace národnostního složení návštěvníků oblasti viz graf 6.

V následujícím grafu můžeme porovnat vývoj počtu českých pacientů i cizinců v letech 2005 až 2014, novější statistiky ještě nebyly Ústavem zdravotnických informací a statistiky ČR zpracovány. Jednoznačně největší výkyvy můžeme rozpoznat po roce 2012, kdy vlivem změny zákona a novou vyhláškou č. 267/2012 Sb., došlo k velkému úbytku českých pacientů využívající komplexní péče, naopak přibylo tzv. samoplátců. Naopak tato změna vyvolala nárůst zahraničních pacientů, na které změna českého zákona neměla žádný vliv. Důsledkem toho se uvolnily, často velmi obsazené, kapacity v českých lázeňských komplexech.

Graf 3: Vývoj počtu pacientů celkem



Zdroj³⁰

³⁰ Lázeňská péče 2014. Praha: Ústav zdravotnických informací a statistiky ČR, 2014. ISBN 978-80-7472-143-4. ISSN 1210-8596

2 MĚSTO MARIÁNSKÉ LÁZNĚ

Mariánské Lázně jsou druhým největším lázeňským městem v České republice, s velkým bohatstvím přírodních léčivých zdrojů a minerálních pramenů. Město je nejen nejmladší z proslulého trojúhelníku západočeských lázeňských měst, ale zároveň je i jedno z nejmladších lázní v České republice vůbec. Lázně jsou neobyčejně krásné a upravené město s mnoha památkami, mezi nimiž se vyjímá novobarokní kolonáda se svou Zpívající fontánou. Byla vystavěna roku 1889, a v roce 2010 byla zařazena na seznam národních kulturních památek. V minulosti byly Mariánské Lázně sídlem Výzkumného ústavu balneologického, nejvýznamnější organizace ve svém oboru v České republice. Mariánské Lázně patří mezi lázeňská místa s největším počtem indikací u nás vůbec, a to především díky početným pramenům s chemicky velmi různorodým složením.

2.1 Přírodní podmínky

Mariánské Lázně mají příznivé životní prostředí, velké plochy parků a čisté ovzduší. Z hlediska geografického se jedná o město s výměrou 51,81 km² a nadmořskou výškou 630m. „*Mariánské Lázně leží v chráněné krajinné oblasti Slavkovský les, který je ve svých vrcholech ohraničen třemi významnými lázeňskými místy – Karlovými Vary, Mariánskými Lázněmi a Františkovými Lázněmi a jeho poloha vypovídá o jeho nemalém významu jakožto přírodního a historického zázemí západočeských lázní. Nynější rozsáhlé smrkové lesní komplexy spolu s rašeliništi, tvoří ohromný přírodní vodní rezervoár, příznivě ovlivňující vodní režim širokého okolí, především lázní. Charakteristické jsou pro jihozápadní část Slavkovského lesa rozlehlá rašeliniště vrchovištního typu, která jsou pro návštěvníky částečně zpřístupněna naučnými stezkami na Kladské a Smrad'ochu.*“³¹

³¹ *Mariánské Lázně* [online]. [cit. 2015-11-30]. Dostupné z: <http://www.marianskelazne.cz/marianske-lazne/priroda-a-okoli>

Správní obvod Mariánské Lázně má rozlohu 405,44 km². Ve správním obvodu Mariánské Lázně je zahrnuto 14 obcí, kterými jsou Drmoul, Lázně Kynžvart, Mariánské Lázně, Mnichov, Ovesné Kladruby, Prameny, Stará Voda, Teplá, Trstěnice, Tři Sekery, Valy, Velká Hleďsebe, Vlkovice a Zádub- Závašín.

2.2 Přírodní léčivé zdroje Mariánskolázeňského obvodu

Dle zákona č. 164/2001 Sb. mohou být za přírodní léčivé zdroje považovány minerální vody, peloidy a plyny. Minerální vody se od prostých podzemních vod liší svým složením. Používají se především k léčebným účelům ve formě koupelí, podvodních masáží, irigace, inhalace či pitných kúr, jsou zákonem charakterizovány jako podzemní vody, které se vyskytují přirozeně a v původní čistotě a zároveň obsahují rozpuštěné pevné látky s předepsaným objemem minimálně 1 gram /1 litr, nebo alespoň 1 gram/1 litr rozpuštěného oxidu uhličitého. Může také obsahovat jiné chemické prvky, které mají na zdraví člověka příznivý vliv. Pro minerální vody je charakteristická teplota alespoň 20 °C při vývěru na povrch nebo radioaktivita radonu ve vodě nad 1,5 kBq/l.³²

Prameny na území Mariánskolázeňska se vyznačují vysokým obsahem minerálních látek, vlivem různorodého geologického složení hornin zde, na relativně malé ploše, vyvěrá na čtyřicet minerálních pramenů. Voda pramení z různých hloubek, někde vytéká ze země spontánně, jinde se čerpá z vrtů. „*Nejstarší lázeňské zřídlo je Ferdinandův pramen, který tvoří několik pramenů, z nichž Ferdinand VI. je známý jako stolní voda Excelsior, v Úšovicích vytéká Rudolfův pramen. Nejznámější je pramen Křížový, vyvěrající na hlavní kolonádě pod Masarykovou ulicí. Karolinin pramen, pojmenovaný podle manželky císaře Františka I. Ambrožovi prameny, celkem tři prameny, kterým se také říká „Prameny lásky“. Lesní pramen, Antonínův pramen, Mariiny prameny – vývěry kysličníku uhličitého, atd.*“³³

³² Zákon č. 164/2001 o přírodních léčivých zdrojích, zdrojích přírodních minerálních vod, přírodních léčebných lázních a lázeňských místech a o změně některých souvisejících zákonů

³³ DAVID, Petr a Vladimír SOUKUP. *Skvosty lázní*. Vyd. 1. V Praze: Knižní klub, 2005. ISBN 80-242-1524-1.

Další významné prameny, které se nacházejí v oblasti Mariánské Lázně- Lesní pramen, Alexandřin pramen, Balbínův pramen, Farská kyselka, Medvědí pramen, Pirátův pramen, Vlčí pramen, Myší pramen, Pramen Edward VII., Pramen Augustin.

Jako peloidy se označují rašeliny, slatiny a bahna organického původu, které se díky svým termoregulačním vlastnostem využívají ve formě slatinných zábalů a koupelí. V Mariánských Lázních se léčí onemocnění pohybového a dýchacího aparátu, ledvin, močových cest, poruchy látkové výměny, žláz s vnitřní sekrecí. Dále pak nemoci onkologické a nervové, otylost, chudokrevnost i kožní choroby.

Minerální vody můžeme dělit dle různých hledisek, jedním z nich je dělení dle teploty. Dělíme vody na studené, do 25 °C, a termální. Termální se dále člení na vlažné (25-32 °C), teplé (32-42 °C) a horké (termy) s teplotou nad 42 °C.

Na rozdíl od využívání přírodních zdrojů představuje rehabilitace aktivní formu léčby. Do formy rehabilitace lze zařadit pohybová i dechová cvičení, pohyb ve venkovním terénu. Dalšími oblastmi léčby jsou elektroterapie a magnetoterapie. Obě tyto formy využívají účinků magnetického pole a elektrického proudu na lidské tělo. K léčení se využívají také fototerapie, tedy léčba různými druhy světla, nejčastěji infračervené a ultrafialové záření, opomenout nelze ani sluneční záření. Lze ji využít v případě různých kožních onemocnění, zánětlivých onemocnění. Nepostradatelnou součástí lázeňské léčby je také klima - příroda, čistý vzduch i nadmořská výška mohou mít totiž léčebný účinek.

2.3 Historický vývoj cestovního ruchu a lázeňství v Mariánských Lázních

První ověřené případy využívání léčivých pramenů sahají do roku 1606. „Po třicetileté válce sem přicházejí nemocní a zranění z Čech, Sazka i Bavorska. Roku 1766 se objevují jména tří pramenů - Ambrožova, Křížového a Mariina. Doktor Josef Nehr nechal u pramene Mariina postavit zděný dům k ubytování nemocných, jednalo se o první vystavěný lázeňský objekt v této oblasti, říkalo se mu Mariánské Lázně, od něj dostalo

budoucí město své jméno.“³⁴ Zlatý věk z hlediska cestovního ruchu a rozvoj města, byl zaznamenán v 2. polovině 19. století. V tomto období se lázně staly světoznámým a velmi vyhledávaným lázeňským místem. Za zakladatele města se považuje opat z kláštera premonstrátů v Teplé Karl Kašpar Reitenberg. „*V roce 1808 byla otevřena první lázeňská sezóna a město bylo pojmenováno podle jednoho z nalezených pramenů – Mariina. Jak vzrůstal věhlas lázní, město přitahovalo stále více osobností evropské i světové kultury. Zavítali sem například J. W. Goethe, M. Twain, N. V. Gogol, R. Wagner, F. Chopin, A. Dvořák, E. Destinová, F. Kafka, anglický král Eduard VII. i císař František Josef I.*“³⁵ Zásadní zlom přineslo v sedmdesátých letech napojení Mariánských Lázní na trasu železnice ve směru Plzeň – Cheb, kdy se roku 1870 počty hostů zdvojnásobily z 6 148 osob na 12 856 osob v roce 1880.

V této době vznikala lázeňská místa s dodnes dochovanou typickou architekturou. Lázeňství bylo jediným motivem domácího cestovního ruchu. Po druhé světové válce docházelo ke změnám i v oblasti lázeňství. Lázeňská zařízení byla zestátněna, obor se stal součástí zdravotnické sféry a měnila se i struktura hostů. Převažovali klienti v rámci léčebných pobytů hrazených komplexně nebo částečně zdravotními pojišťovnami. Zahraniční klientelu tvořili převážně lidé z východního bloku. Po roce 1992 došlo v lázeňství k privatizaci, zařízení přecházela z přibližně 80 % ze státního do soukromého vlastnictví, zbylá zařízení zůstala v majetku Ministerstva zdravotnictví, zahraničí, obrany a vnitra.

2.4 Turistická oblast Mariánské Lázně

Atmosféru města dotvářejí mnohé z pravidelně konaných kulturních akcí a festivalů: „*Společenský ples města Mariánské Lázně – únor/březen, Oslavy osvobození – květen, Festival porozumění – květen, Mistrovství v dlouhé ploché dráze – květen/červen, Mariánskolázeňské hádankářské slavnosti – červen, Memoriál Hany Trejbalové – červen,*

³⁴ DAVID, Petr a Vladimír SOUKUP. *Skvosty lázní*. Vyd. 1. V Praze: Knižní klub, 2005. ISBN 80-242-1524-1.

³⁵ *Historie města Mariánské Lázně* [online]. [cit. 2015-11-20]. Dostupné z: <http://marianske-lazne.info/>

*Starostafest - pivní slavnosti - červen/červenec, MHF Jazzové lázně - červenec/červenec, Sochařské sympozium u hotelu Krakonoš – červenec/červenec, Mariánskolázeňská nokturna – červenec, Mariánskolázeňské kulturní léto - červenec/srpen, Chopinův festival – srpen, Dny evropského dědictví – září, Mariánský podzim, folklórní hudební festival – září, Svatováclavské setkání lidí dobré vůle – září, Lázeňský festival jablek – říjen, Den vzniku samostatného Československa – říjen, Vánoční trhy – prosinec*³⁶ Z předešlého výčtu akcí je zřejmé, že se v Mariánských Lázních pořádají především hudební festivaly, nejznámější z nich je Chopinův festival. Hlavním organizátorem kulturních programů ve městě je Kulturní a informační centrum. Každoročně v květnu probíhá také slavnostní zahájení lázeňské sezóny, které je společenskou událostí pro stálé obyvatele i návštěvníky města. V příloze C je umístěn kulturní a sportovní přehled 2016.

Ve městě se nachází instituce jako například Městské divadlo, Městské muzeum Mariánské Lázně, Kino Slavia, Městská knihovna a poměrně bohatá infrastruktura sloužící ke kulturním účelům. Z hlediska památek a turistických zajímavostí jsou ve městě významné především městské domy, kolonády a lázeňské objekty.

Velmi významné je Hřiště Royal Golf Clubu Mariánské Lázně, které bylo založeno již v roce 1905 a které je příkladem klasického typu skotských a irských hřišť (v zimních měsících je areál využíván pro běžecké lyžování). Výrazná úloha spočívá i v jezdectví, které je provozované Jezdeckou společností Mariánské Lázně, a v existenci Tenisového klubu v Mariánských Lázních. Bohaté možnosti sportovního vyžití nabízí i cykloturistika a Cyklistické trasy v okolí Mariánských Lázní v prostředí CHKO Slavkovský les. Problémem v oblasti podmínek pro sportovní vyžití je často ne zcela vyhovující stavebně technický stav mnohých starších zařízení. Město postrádá infrastrukturu pro vodní sporty a trávení volného času v letních měsících roku. V turistické oblasti Mariánské Lázně se nachází zámek Kynžvart, premonstrátský klášter Teplá, město Bečov s hradem a zámek, klášter v Kladrubech, Františkovy Lázně, nebo Karlovy Vary.

Město Mariánské Lázně disponuje bohatou nabídkou ubytovacích možností pro návštěvníky, od autokempu přes pensiony až po luxusní hotely s vysokou úrovní služeb. Celková lůžková kapacita hotelů a penzionů je 7 595 osob.

³⁶ Každoroční kulturní akce. *Kultura Mariánské Lázně* [online]. 2015 [cit. 2015-12-01]. Dostupné z: <http://www.marianskelazne.cz>

PRAKTICKÁ ČÁST

V praktické části práce jsou definovány hypotézy, které jsou postupnými kroky, především díky statistickým údajům, ověřovány. Součástí práce jsou statistická data, která napovídají mnohé o vývoji lázeňského cestovního ruchu v oblasti Mariánské Lázně. Především se jedná o data týkající se lidského potenciálu, struktury návštěvníků, úrovně služeb, marketingových aktivit v oblasti. V práci byly také stanoveny problémové okruhy, které v současné době nejvíce brání rozvoji lázeňského cestovního ruchu na tomto území. Problematika byla ověřována a zkoumána prostřednictvím kompilace statistických údajů uveřejněných Českým statistickým úřadem i neveřejných databází Infocentra města Mariánské Lázně, dále průzkumem veřejného mínění a monitoringem návštěvníků, především prostřednictvím dotazníkového šetření. Příležitosti i problémové oblasti definuje v závěru práce SWOT analýza.

V této části jsou formulovány vedlejší cíle diplomové práce- analýza národnostního složení návštěvníků, a doporučení a návrhy pro zvýšení atraktivity lázeňské oblasti Mariánské Lázně.

Dále je potřeba zodpovědět následující položené otázky. Jaké je procentuální zastoupení zahraničních návštěvníků? Kolik procent českých pacientů využívá komplexní lázeňské péče? Kolik procent návštěvníků města navštívilo oblast za účelem léčení?

Hypotéza č. 1: Více než 60% návštěvníků města jsou cizinci.

Hypotéza č. 2: Více než polovina českých pacientů využívá komplexní lázeňské péče.

Hypotéza č. 3: Více než 70% návštěvníků navštívilo Mariánské Lázně za účelem návštěvy léčebného zařízení.

3 ANALÝZA SOUČASNÉHO STAVU MARIÁNSKÝCH LÁZNÍ

3.1 Lidský potenciál

Ve srovnání předchozích let je možné sledovat úbytek obyvatelstva na území města Mariánské Lázně. K 1.1.2015 žilo na území města 13 283 obyvatel, z toho 6 227 mužů a 7 056 žen. Ve městě žije 14,3 % obyvatel ve věku do 14 let, 66 % obyvatel ve věku od 15 do 64 let a 19,7 % obyvatel starších 65 let.³⁷ Na základě údajů z roku 2014 je možné konstatovat, že město Mariánské Lázně má kladné saldo migrace obyvatelstva, a to 3,2. S ohledem na statistiky provedené v uplynulých letech je zřejmé, že trend odlivu obyvatelstva z území města se začíná velmi postupně obracet. Přirozený přírůstek obyvatel je -3,7 %, celkový přírůstek obyvatel je -0,5 %. Průměrný věk obyvatel je 41,7 let.

Tabulka 2: Pohyb obyvatelstva ve vybraných městech 2014

2014	obyvatel (k 31.12.)	přirozený přírůstek	migrační saldo	celkový přírůstek	% podíl 0-14	% podíl 65 +
Česká republika	10 538 275	0,4	2,1	2,5	1601045	1880406
Mariánské Lázně	13 283	-3,7	3,2	-0,5	1 687	2 859
ORP Mariánské Lázně	24 211	-2,1	2,9	0,7	3 355	4 636
Karlovy Vary	49 781	-2,6	0,9	-1,7	6 352	10 462
Cheb	32 351	-1,1	-7,1	-8,2	5 083	5 429
Sokolov	23 762	-2,3	-2,6	-4,9	3 549	4 124
Třeboň	8 391	-5,2	-5,5	-10,7	1 201	1 762
Litoměřice	24 101	-1,2	-0,3	-1,5	3 777	4 235
Poděbrady	14 142	0,7	8,5	9,2	2 161	2 911
Chrudim	23 002	1,3	-1	0,3	3 361	4 147

Zdroj³⁸

³⁷ Mariánské Lázně. Český statistický úřad [online]. 2015 [cit. 2015-12-01]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/13-4113-03--0691>

³⁸ Demografická ročenka správních obvodů obcí s rozšířenou působností - 2005 až 2014. In: Český Statistický úřad [online]. 2015 [cit. 2016-03-08]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/so-orp-karlovarsky-kraj>

3.1.1 Trh práce a zaměstnanost

Na základě údajů z roku 2015 je možné sledovat výrazný úbytek nezaměstnaných. V porovnání s roky 2010, kdy počet nezaměstnaných vzrostl na 547 a rokem 2006, kde počet nezaměstnaných čítal 459 osob. V roce 2015 činil tento počet 318 osob z celkového počtu 8 737 osob ekonomicky aktivního obyvatelstva. Míra nezaměstnanosti v toto časové období činila 3,6 %. Porovnání těchto údajů dle územního hlediska je zohledněno v tabulce 3.

Tabulka 3: Nezaměstnanost v Mariánských Lázních 2015

k 31. 12. 2015	počet nezaměstnaných	obyvatelé ve věku 15 -64 let**	míra nezaměstnanosti	volná místa
Česká republika	453 118		6,2 %	102 545
Karlovarský kraj	14 896		7,1 %	3 277
Cheb (okres)	3 555		5,5 %	1 393
ORP Mariánské Lázně	684	16 220	4,2 %	309
Mariánské Lázně	318	8 737	3,6 %	272

Zdroj³⁹

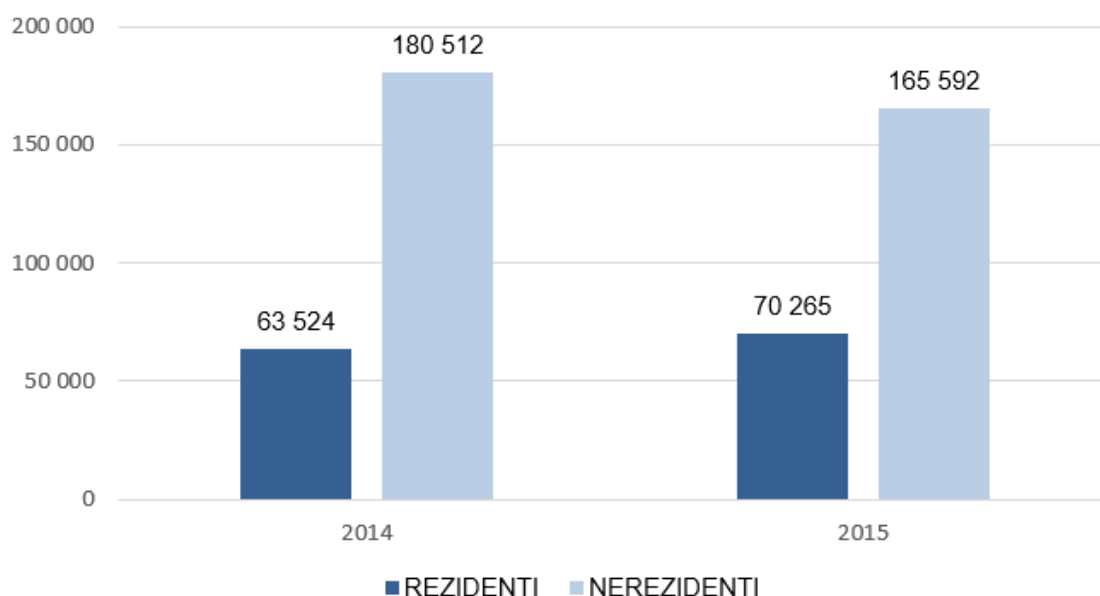
3.2 Struktura návštěvníků

Trend poklesu celkového počtu hostů v hromadných ubytovacích zařízeních nezachránilo třetí ani čtvrté čtvrtletí 2015, můžeme tedy říci, že celkový pokles hostů oproti loňskému roku zůstal na 3 %. Pokračuje tedy klesající tendence, která začala rokem 2014, kdy bylo

³⁹ *Statistiky nezaměstnanosti z územního hlediska*. In: Integrovaný portál MPSV [online]. 2015 [cit. 2016-03-08]. Dostupné z: <https://portal.mpsv.cz/sz/stat/nz/uzem>

zaznamenáno první snížení počtu turistů od roku 2003. Počet přenocování zůstal téměř na stejných hodnotách a průměrná délka pobytu se naopak zvýšila o necelá 3 %. Celkem v Mariánských Lázních v roce 2015 přenocovalo 235 857 osob, z toho 70 265 rezidentů, což je téměř 30 % z celkového počtu.

Graf 4: Hosté Mariánských Lázní 2014/2015



Zdroj⁴⁰

Počet českých hostů vzrostl meziročně o téměř 11 %, v lázeňských zařízeních dokonce o 13 %. Česká klientela zůstává v lázních průměrně 4 dny, hosté lázeňských zařízení pak 5,5 dne. V obou případech jde o nárůst 16 % respektive 28 %.

Za rok 2015 je zároveň evidován pokles zahraničních návštěvníků celkově o 8 %, průměrná délka pobytu zůstala na hodnotách roku 2014, tedy 5,7 dne. U lázeňských zařízení lze pozorovat pokles počtu nerezidentů o 13 %, přičemž se zvýšila průměrná délka pobytu o 5 %.

⁴⁰ Statistiky: *Cestovní ruch*. In: Český statistický úřad [online]. 2015 [cit. 2016-03-08]. Dostupné z: https://www.czso.cz/csu/xk/cestovni_ruch-xk

Tabulka 4: Návštěvnost a přenocování v hromadných ubytovacích zařízeních

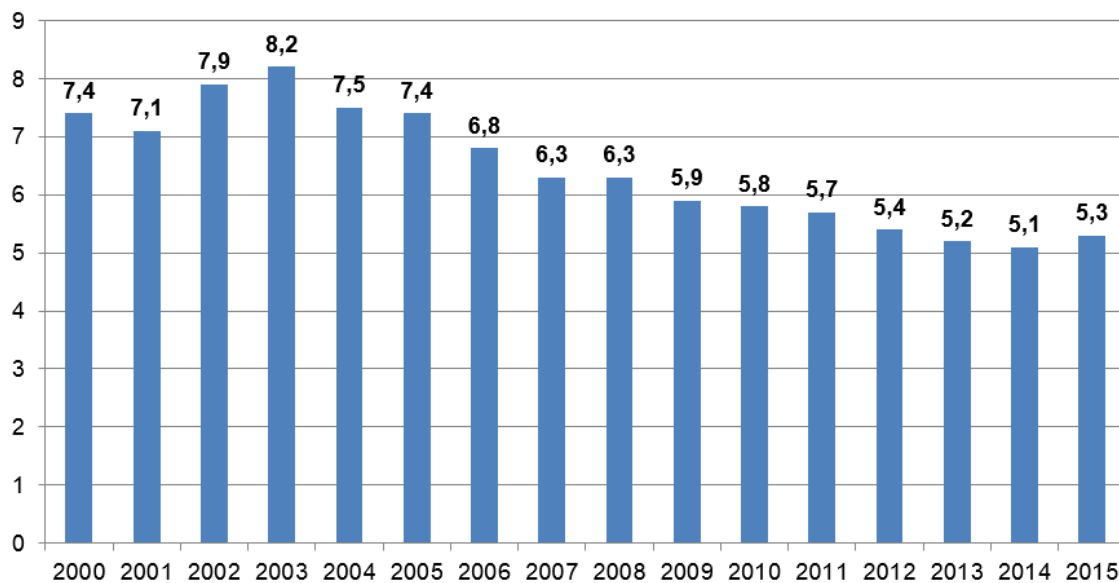
Návštěvnost a přenocování v hromadných ubytovacích zařízeních města Mariánské Lázně									
	2014			2015			2015/2014		
	Hosté	Přenocování	Průměrná délka pobytu	Hosté	Přenocování	Průměrná délka pobytu	Hosté	Přenocování	Průměrná délka pobytu
	zařízení celkem			zařízení celkem			zařízení celkem		
Celkem	244 036	1 256 738	5,1	235 857	1 244 760	5,3	97%	99%	102,5%
z toho:									
rezidenti	63 524	234 516	3,7	70 265	301 083	4,3	110,6%	128%	116%
nerezidenti	180 512	1 022 222	5,7	165 592	943 677	5,7	92%	92%	100%
z toho:									
Německo	103 755	563 663	5,4	91 717	571 741	6,2	88,4%	101%	115%
Rusko	24 817	280 498	11,3	15 358	179 853	11,7	62%	64%	104%
Ostatní asijské země 1)	19 574	33 454	1,7	7 929	19 600	2,5	40,5%	59%	145%
Tchaj-wan (čínská provincie)				16 708	17 479	1,0	100,0%	100%	100%
Rakousko	5 590	13 954	2,5	1 641	3 801	2,3	29%	27%	93%
Izrael	3 924	41 460	10,6	2 573	33 588	13,1	66%	81%	124%
Čína	3 098	3 347	1,1	2 473	2 552	1,0	80%	76%	94%
	lázeňská zařízení			lázeňská zařízení			lázeňská zařízení		
Celkem	192 040	1 092 278	5,7	176 609	1 079 686	6,1	92,0%	99%	107%
z toho:									
rezidenti	35 413	152 014	4,3	39 884	218 723	5,5	113%	144%	128%
nerezidenti	156 627	940 264	6,0	136 725	860 963	6,3	87%	92%	105%
z toho:									
Německo	91 128	513 249	5,6	77 494	519 656	6,7	85%	101%	119%
Rusko	23 049	268 084	11,6	14 243	172 882	12,1	62%	64%	104%
Ostatní asijské země 1)	17 019	30 238	1,8	6 341	17 524	2,8	37%	58%	156%
Rakousko	5 401	13 564	2,5	2 520	10 367	4,1	47%	76%	164%
Izrael	3 674	39 321	10,7	2 573	33 588	13,1	70%	85%	122%

Zdroj⁴¹

Z grafu 5 lze usoudit, že průměrná délka pobytu v lázeňských zařízeních se neustále snižuje, v roce 2015 zaznamenala mírný nárůst jak u českých, tak zahraničních občanů.

⁴¹ Veřejná databáze: *Hosté a přenocování v hromadných ubytovacích zařízeních*. In: Český statistický úřad [online]. 2015 [cit. 2016-03-08]. Dostupné z: <https://vdb.czso.cz/>

Graf 5: Průměrná délka pobytu ve dnech



Zdroj⁴²

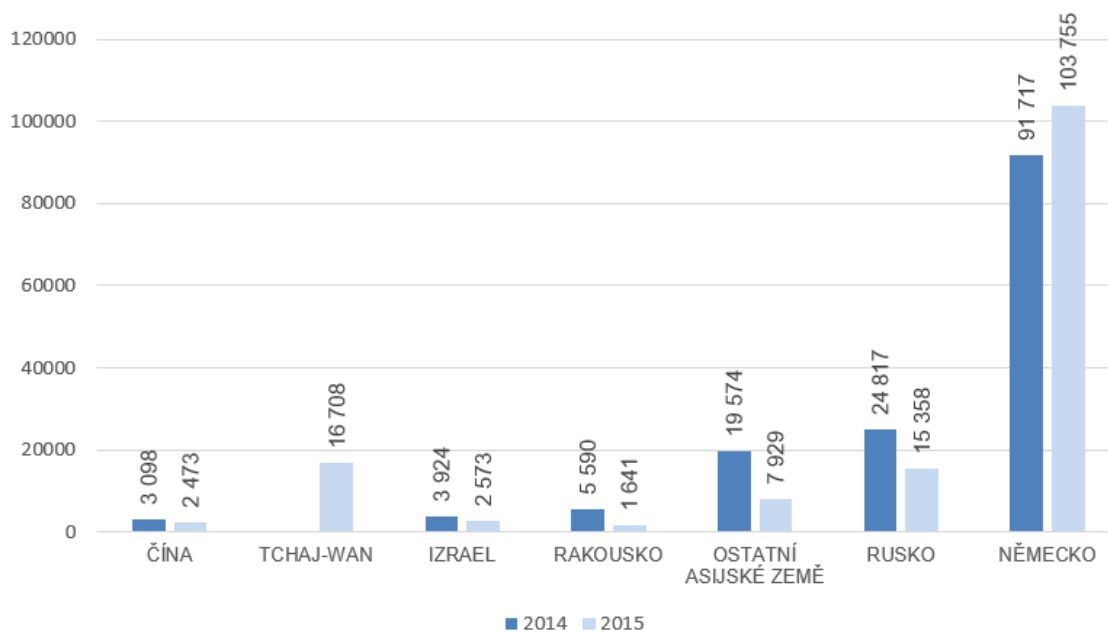
Nejvýznamnějším zastoupením nerezidentů stále zůstává Německo, přestože počet německých hostů vytrvale klesá, jak je možné vyčíst z grafu 6. Ve srovnání s rokem 2014 přijelo v roce 2015 o 12 % méně německých turistů, v případě lázeňských zařízení dokonce o 15 %. Zůstávají však déle, oproti poklesu v roce 2014 se v roce 2015 průměrná délka pobytu naopak zvýšila o 15 %, tedy na 6,2 dny, v lázeňských zařízeních je to dokonce 6,7 dne, což je zvýšení o 19 %.

V případě ruských klientů nadále pokračuje klesající trend, který se ustálil na propadu 38 % oproti roku 2014. Průměrná délka pobytu ruského návštěvníka je 11,7 dne. Velmi výrazně s pořadím národností zamíchala čínská provincie Tchaj-wan, která celkově předhlonila Rusko. Zatímco v roce 2014 se Tchaj-wan vůbec do statistik nedostal, za rok 2015 je evidováno téměř 17 tisíc příjezdů z této čínské provincie. Přestože průměrná délka pobytu je jen 1 noc, těchto turistů zde bylo více než Rusů. Nicméně do pořadí národností v lázeňských zařízeních se Tchaj-wan pochopitelně nedostal. Podobně je na tom Čína, kterou vidíme na 6. příčce s 20 % poklesem návštěvnosti a ustálenou délkou pobytu 1 noc. Nutno podotknout, že Číňané jsou na žebříčku před Rakouskem, které

⁴² Veřejná databáze: *Hosté a přenocování v hromadných ubytovacích zařízeních*. In: Český statistický úřad [online]. 2015 [cit. 2016-03-08]. Dostupné z: <https://vdb.czso.cz/>

vidíme až na posledním místě. V případě rakouských návštěvníků můžeme zmínit zajímavý trend návštěv – Rakušané navštěvují město obvykle jen v 1. a 4. čtvrtletí, častěji pak do lázeňských zařízení, kde je také vyšší průměrná délka pobytu 4 dny oproti celkovému průměru 2 dnů.

Graf 6: Počet nerezidentů 2014/2015



Zdroj⁴³

Ostatní asijské země (asijské země mimo Čínu, Indii, Izrael, Japonsko, Jižní Koreu, Saúdskou Arábii a Spojené arabské emiráty), zaznamenává poměrně velké výkyvy. Zatímco příjezdy výrazně poklesly (téměř o 60 %), počet nocí se zvýšil o 45 %. Tito turisté zde tedy v roce 2015 zůstali průměrně 2,5 dne. Dalším významným trhem zůstává Izrael, avšak i zde vidíme pokles počtu hostů průměrně o 30 %. Tito hosté zde zůstávají nejdéle, a to 13 dní, nejoblíbenějším obdobím je 3. čtvrtletí.

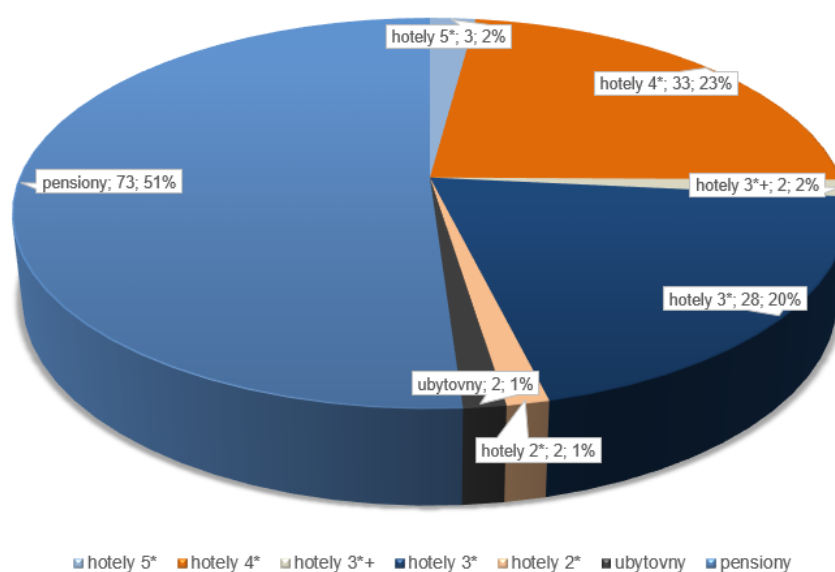
⁴³ Statistika: *Cestovní ruch*. In: Český statistický úřad [online]. 2015 [cit. 2016-03-08]. Dostupné z: https://www.czso.cz/csu/xk/cestovni_ruch-xk

3.3 Základní služby lázeňských zařízení v Mariánských Lázních

3.3.1 Ubytovací zařízení

Celková kapacita hotelů a penzionů v oblasti Mariánské Lázně je 7 595 lůžek, z toho 6 472 je lůžkovou kapacitou hotelů, 1 123 lůžek je k dispozici v penzionech. Nejpočetnější lůžkovou kapacitou disponuje hotel Spa Resort Hvězda s depandancí Imperial a Neapol 383 lůžek, Falkensteiner Grand Spa Hotel Marienbad s počtem 342 lůžek a hotel Centrální lázně - Maria Spa Courtyard s kapacitou 246 lůžek. Celkově se ve městě a jeho okolí dle klasifikace hotelů nachází 3 5*, 33 hotelů 4*, 2 hotely 3*+, 28 hotelů 3*, 2 hotely 2*, 2 ubytovny a 73 penzionů. V grafu 7 je znázorněno procentuální zastoupení těchto zařízení.

Graf 7: Ubytovací zařízení v Mariánských Lázních



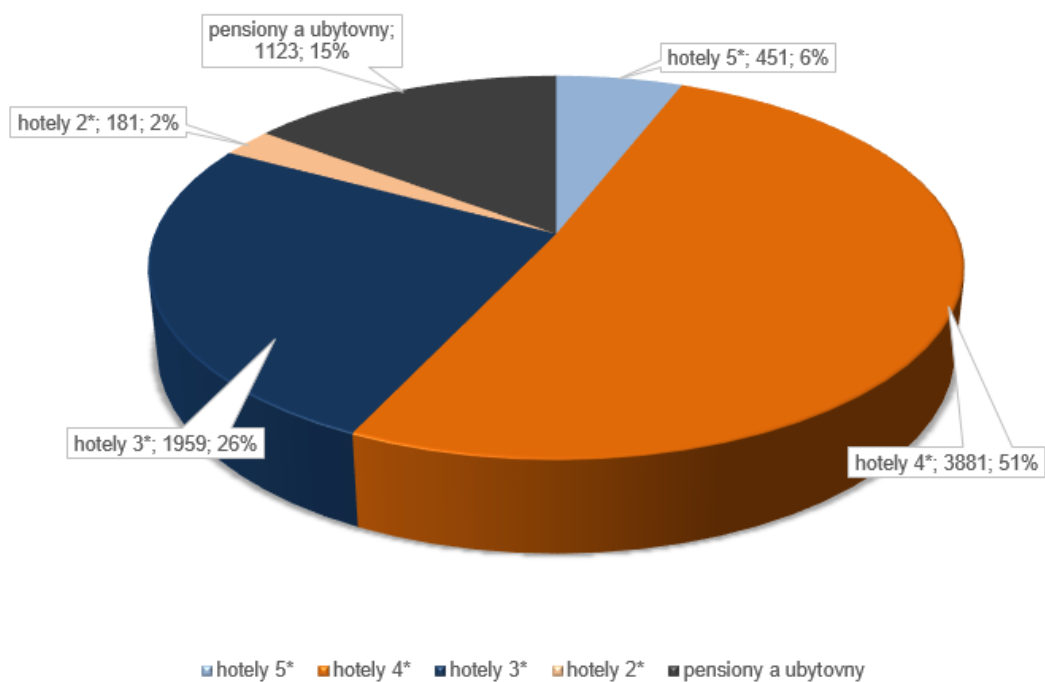
Zdroj⁴⁴

⁴⁴ TINTĚROVÁ, Barbora. *Infocentrum města Mariánské Lázně: Přehled lůžkových kapacit v Mariánských Lázních*. Mariánské Lázně, 2016.

V grafu 8 je znázorněno procentuální zastoupení dle počtu lůžkových kapacit v těchto zařízeních.

Graf 8: Lůžková kapacita

LŮŽKOVÁ KAPACITA



Zdroj⁴⁵

⁴⁵ TINTĚROVÁ, Barbora. *Infocentrum města Mariánské Lázně: Přehled lůžkových kapacit v Mariánských Lázních*. Mariánské Lázně, 2016.

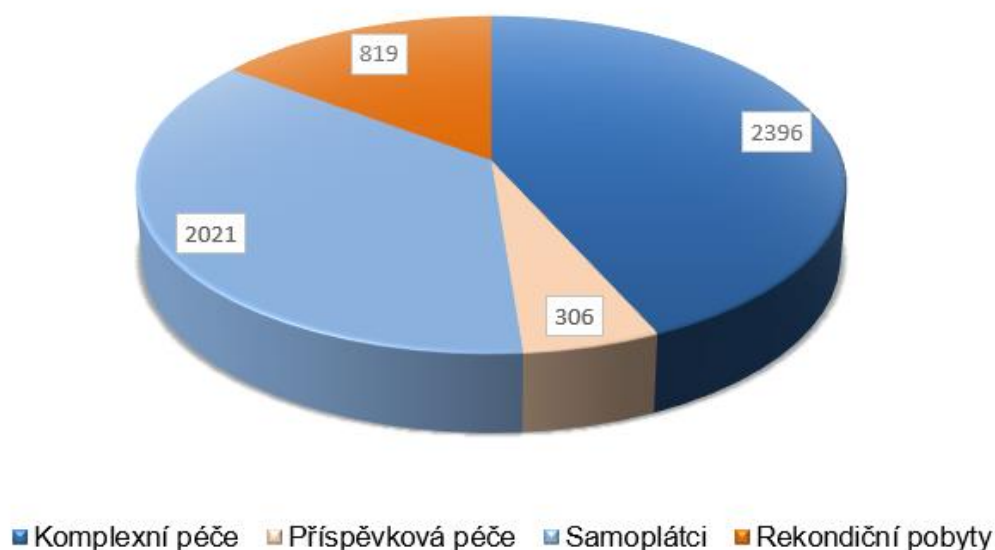
3.3.2 Lázeňská péče

Jediným zařízením nabízející komplexní lázeňskou péči v Mariánských Lázních je Hotel Danubius Health Spa Resort Nové Lázně, který spadá pod Léčebné lázně Mariánské Lázně a.s. Počet hostů tohoto hotelu byl za minulý rok 39 025 osob, z toho 2 396 tuzemských pacientů využívající komplexní péči plně hrazenou zdravotní pojišťovnou, s průměrnou délkou pobytu 21 dní. Příspěvkové péče čerpalo 306 pacientů, s průměrnou délkou pobytu 18 dnů. Bez spoluúčasti pojišťovny, tedy jako samoplátci, přijelo za minulý rok 2 021 českých občanů, a rekondičních pobytů využilo 819 osob. Všechny výše uvedené údaje shrnuje graf 9. *„Lze předpokládat, že nejdůležitějším segmentem návštěvníků českých lázní i v budoucnosti zůstanou tuzemští samoplátci. Tradiční léčebné lázeňství je postupně doplňováno o další služby, například o produkty wellnessového cestovního ruchu. I když Česká republika nemá některé konkurenční výhody jiných prosperujících wellnessových destinací, jako je vysokohorské prostředí (aeroterapie, helioterapie) či moře (thalassoterapie), má i v této oblasti co nabídnout, a wellnessový cestovní ruch se tak může stát vhodným doplňkem klasického lázeňství.“*⁴⁶

Z těchto informací vyplývá, že 33 483 návštěvníků tohoto lázeňského zařízení bylo ze zahraničí. Zahraniční hosté jsou považováni pouze za samoplátce. Zajímavostí jsou smlouvy dvou největších německých pojišťoven AOK Krankenkasse a TK Techniker Krankenkasse s Českou republikou. Smlouvy se řídí velmi přísnými pravidly, která české lázně musí splňovat. Následně musí být lázeňské zařízení opatřené certifikátem, který je vystavený v daném zařízení na viditelném místě.

⁴⁶ ATTL, Pavel. Lázeňství a rozvoj dalších forem zdravotního cestovního ruchu v České republice. *COT Business*. Praha: C.O.T. media, s.r.o., 2015, 2015(06), 28-29. ISSN 1212-4281.

Graf 9: Počet českých pacientů využívajících služeb lázeňských zařízení



Zdroj⁴⁷

V České republice je tímto certifikátem opatřen i hotel Danubius Health Spa Resort Nové Lázně, poskytující komplexní lázeňskou péči českým občanům. Existuje snaha nahradit stagnující segment pacientů komplexní a příspěvkové lázeňské péče a slábnoucí proud návštěvníků z Ruska turisty z jiných zemí, jakými jsou například Čína nebo Jižní Korea. Je otázkou, zda návštěvníci z těchto vzdálených destinací mohou nahradit snížené počty návštěvníků z tradičních zdrojových zemí, kterými jsou především Německo a Rusko.

3.4 Marketing v destinaci Mariánské Lázně

Do roku 2015 se propagací a marketingovými aktivitami města se zabýval odbor rozvoje a investic Městského úřadu města Mariánské Lázně. „Odbor zajišťuje i spolupráci s příslušnými ministerstvy, agenturou CzechTourism včetně jejich zahraničních zastoupení, dále Svazem měst a obcí České republiky, Sdružením lázeňských míst České republiky, Euregiem Egrensis, Krajským úřadem Karlovarského kraje,

⁴⁷ Léčebné lázně Mariánské Lázně a.s.: Přehled poskytované lázeňské péče. Mariánské Lázně, 2016.

*Mikroregionem Mariánskolázeňsko a dalšími externími a komerčními subjekty v oblasti cestovního ruchu, lázeňství a kultury.*⁴⁸ Město Mariánské Lázně nemá v současné době zřízené oddělení, které by mělo na starosti výhradně aktivity marketingu, propagace či komunikace. Neexistuje zde ani tiskové oddělení a rovněž nevyužívá institutu tiskového mluvčího - s médii většinou komunikují přímo jednotliví zástupci radnice, případně pověřená osoba připraví pro média vyžádané podklady. Město se snaží o důležitých událostech i akcích média informovat, komunikace s médii neprobíhá ale systémově. Informační centrum města Mariánských Lázní (KISML – kultura, informace, služby/servis Mariánské Lázně), tvoří významný prvek v systému komunikace s občany i návštěvníky města. KIS poskytuje standardní turistické informace, provádí předprodej vstupenek na kulturní akce a poskytují i další služby jako prodej upomínkových předmětů, suvenýrů a informačních materiálů.

Především díky změně zákona a zavedením nové vyhlášky č. 267/2012 Sb., městu výrazně ubylo českých návštěvníků, proto začalo vedení města situaci řešit. Bylo vypsáno výběrové řízení a zrealizován průzkum pomocí dotazníkového šetření. Tohoto výběrového řízení se zúčastnily dvě marketingové agentury, STEM/MARK a Ewing Public Relations. Dotazníkové šetření bylo realizováno agenturou STEM/MARK, na jehož výsledcích byla později založena komunikační kampaň společnosti Accedo Czech Republic, která vyhrála ve výběrovém řízení města Mariánské Lázně. Tato agentura realizuje komunikační kampaně destinace Mariánské Lázně na českém trhu pro rok 2016. Primárním cílem spolupráce je dlouhodobé budování pozitivní image města Mariánské Lázně se zaměřením na zvýšení návštěvnosti tuzemské klientely. Agentura Accedo má na starosti kompletní zajištění vztahů s médii a tvorbu a řízení mediální kampaně a dalších marketingových nástrojů realizovaných v rámci ČR, které budou propagovat atraktivitu destinace v oblasti cestovního ruchu a lázeňství a všeobecně podporovat

a rozvíjet dobré jméno města. Na tyto marketingové aktivity byla radou města uvolněna částka 700 000 Kč, která bude čerpána v průběhu celého roku. Spolupráce spočívá ve vytváření tiskových zpráv na základě aktuálních nabídek, společenských či sportovních událostí zajímavostí z oblasti, a realizování soutěží o produkty lázeňského

⁴⁸ *Strategický plán rozvoje města Mariánské Lázně* [online]. [cit. 2015-12-01]. Dostupné z: <http://www.econsulting.cz/>

cestovního ruchu v Mariánských Lázních. Tiskové zprávy jsou následně zveřejňovány v tištěných (Mladá Fronta, Deník, ČTK, Ski Magazin, Ego, TTG, COT Business) i online médiích (protišedi.cz, chytrážena.cz, rozhlas.cz, idnes.cz, kudyznudy.cz,...) Informace zveřejňované v médiích jsou předem stanoveny v Komunikačním plánu Mariánských Lázní pro rok 2016, který je umístěn v příloze B této práce. Jako příklad lze uvést měsíc únor, kdy byly uveřejněny články na téma Valentýn, léčba žen v Mariánských Lázních, Evropský pohár ve snowboardingu, Masopust na kolonádě, představení historie města a významní návštěvníci, a byla uskutečněna soutěž o valentýnský pobyt.

Do současné doby odbor rozvoje a investic Městského úřadu města Mariánské Lázně propagoval město různými způsoby. Jedním z nich patřilo vydávání tištěných brožur, které byly k dispozici především v infocentrech a frekventovaných místech této destinace. V rámci Regionálního sdružení obcí a měst Euregia Egrensis, město spolupracuje s obcemi v oblasti dřívějšího Chebska. Euregio Egrensis je pro plánovací období 2014 - 2020 Správcem Dispozičního fondu a Fondu malých projektů v regionu Egrensis. Fondy jsou určeny pro podporu projektů s prokazatelným přeshraničním dopadem v oblasti malých přeshraničních aktivit typu People-to-people, jež korespondují s prioritami a opatřeními stanovenými v těchto programech. Město se pravidelně účastní největšího veletrhu cestovního v České republice Holiday World pořádaného v Praze, ostravského Dovolena a Region, Lázeňství, Euroregion tour v Jablonci, Lázeňského veletrhu v Lysé nad Labem, třetího největšího veletrhu cestovního ruchu ITEP v Plzni.

Pravidelně se účastní také mezinárodních veletrhů v Moskvě, Erfurtu či Berlíně. Problémem zahraničních veletrhů je převážné cílení na podnikatelské subjekty, nikoliv na konečného zákazníka.

Základem úspěšné strategie v online prostoru je atraktivní obsah pravidelně nahrávaný na webové stránky. Co se online marketingu týče, město v roce 2015 získalo ocenění „Zvláštní cena ministryně pro místní rozvoj udělená ministryní za nejlepší turistickou prezentaci na webových stránkách při soutěži Zlatý erb“⁴⁹ v kategorii města/obce. Zvítězil Turistický portál města Mariánské Lázně www.marianskelazne.cz. Dále město komunikuje prostřednictvím sociálních sítí Facebook (aktuálně 1660 fanoušků), Google+

⁴⁹ Výsledky celostátního kola soutěže Zlatý erb 2015. In: *Zlatý Erb* [online]. 2015 [cit. 2016-01-20]. Dostupné z: <http://www.zlatyerb.cz/vysledky-celostatniho-kola-souteze-zlaty-erb-2015/d-1274>

a pravidelně zveřejňuje video nahrávky ze zasedání zastupitelstva prostřednictvím největšího internetového serveru pro sdílení videosouborů YouTube. Stránka na sociální síti Facebook je zaměřená spíše na obyvatele města, které informuje o místních akcích. Profil je aktivní a pravidelně aktualizovaný, nicméně se vůbec nevěnuje turistům, kteří by o Mariánské Lázně mohli projevit zájem a stát se tak jeho návštěvníky. Města obecně nepoužívají sociální sítě ke komunikaci směrem k návštěvníkům, to by se mohlo stát konkurenční výhodou Mariánských Lázní. Presentace o Mariánských Lázních je také součástí propagace České republiky agenturou CzechTourism na portálu www.visiteurope.com, jejíž aplikace je dostupná i pro mobilní telefony. Dle informací vedoucí Městského infocentra Barbory Tintěrové bude v dubnu 2016 přijat nový zaměstnanec, starající se pouze o správu sociálních sítí, správu nových internetových stránek, přípravu informačních e-mailů tzv. newsletterů. V současné době totiž nemá infocentrum, při 5 zaměstnancích, na takovéto aktivity kapacity.

Město Mariánské Lázně je spolu se západočeskými lázněmi od roku 2013 zapojeno do projektu Česko- země příběhů, který je realizován ve spolupráci agentury CzechTourism, Ministerstva pro místní rozvoj České republiky a Evropské unie.

Tato destinace je také zastřešena asociací Národní sítě Zdravých měst ČR, kde jejím členům spolupráce umožňuje sdílet zkušenosti a dobrou praxi v nejrůznějších oblastech jejich rozvoje. *„Strategickým dokumentem je Program rozvoje Karlovarského kraje 2014-2020, do kterého jsou zařazeny v přípravě, projekty v realizaci a projekty v udržitelnosti. Tento dokument sestává ze dvou částí: Analýza rozvojových charakteristik a potenciálu Karlovarského kraje a Strategická část Programu rozvoje Karlovarského kraje na období 2014 – 2020“⁵⁰*

V roce 2007 zastupitelstvo města schválilo Strategický plán rozvoje města Mariánské Lázně pro období 2007 – 2015, jehož vyhodnocování právě probíhá. V současné době je také připravován nový Strategický plán rozvoje města pro období 2016 – 2031, který na základě analýzy navrhuje úpravy a představuje plán pro rozvoj města v následujících letech.

⁵⁰ Program rozvoje Karlovarského kraje 2014-2020. In: *Databáze Strategií* [online]. [cit. 2016-01-25]. Dostupné z: <http://databaze-strategie.cz/cz/kvk/strategie/program-rozvoje-karlovarskeho-kraje-2014-2020>

3.5 SWOT analýza Mariánských Lázní

3.5.1 S – Silné stránky

- Tradice a historie na území České republiky
- Výhodná geografická poloha - součást západočeského lázeňského trojúhelníku
- Kvalitní životní prostředí ve městě a jeho okolí
- Významné bohatství přírodních léčivých zdrojů - vhodné využití místních termálních a minerálních pramenů pro koupelovou i pitnou kúru
- Široká nabídka produktů wellness a relaxačních pobytů
- Prestiž lázní pro zahraniční klientelu
- Nabídka vysoce komfortního ubytování
- Velká ubytovací kapacita
- Vysoká zaměstnanost v terciárním sektoru
- Příznivá věková struktura obyvatelstva
- Dopravní, technická a občanská vybavenost na dobré úrovni
- Existence trolejbusové dopravy ve městě
- Hustá a dobře značená síť turistických tras a stezek
- Významné kulturní a sportovní akce
- Značný potenciál kulturně-historických památek

3.5.2 W – Slabé stránky

- Chátrající budovy v centru lázeňského města
- Nutnost rekonstrukcí některých komunikací v lázeňské části
- Nedostatek finančních prostředků na údržbu a obnovu kulturního dědictví
- Přílišná orientace na zahraniční klientelu
- Zaměření na velmi úzký profil návštěvníků vyhledávající pouze lázeňské služby
- Město je vnímáno jako destinace vhodná pro důchodce
- Zaměření trhu práce na odvětví pohostinství a ubytování
- Nízká účast sportovního vyžití v základní nabídce relaxačních a wellness balíčků
- Nedostatečná nabídka konkurenceschopných turistických produktů
- Nedostatečná péče o infrastrukturu
- Relativně nízká nabídka kvalitních základních a doplňkových služeb cestovního ruchu
- Nerovnoměrně rozložené ubytovací kapacity
- Nízká vzdělanostní a kvalifikační úroveň obyvatelstva
- Relativně nízká nabídka volnočasových aktivit sledující aktuální trendy
- Slevová turistika
- Nejasný plán rozvoje města

3.5.3 O – Příležitosti

- Výhodná poloha u hranic se Spolkovou republikou Německo, možnosti cílené propagace na německé turisty

- Dobrá dostupnost z hlavního města Prahy
- Rozvoj tradičního lázeňství
- Rozvoj zdravotní turistiky
- Zvýšení zájmu o lázeňskou turistiku a využití minerálních pramenů
- Rozšiřování nabídky v oblasti kulturních akcí
- Možnosti rozvoje města především mimo lázeňské centrum
- Zvyšování vybavenosti středisek cestovního ruchu
- Tvorba nových produktů v oblasti cestovního ruchu, lázeňství
- Prosazování nových technologií v cestovním ruchu a lázeňství
- Rozšíření vzdělávacích programů pro dospělé
- Definování dlouhodobé komunikační strategie města, která bude navazovat na koncepci rozvoje města

3.5.4 T – Hrozby

- Konkurence způsobovaná vznikem nových center provozujících alternativní medicínu
- Konkurenční boj v rámci Karlovarského kraje (blízkost Karlových Varů, Františkových Lázní a Konstantinových Lázní)
- Nedostatečná kvalita a struktura infrastruktury cestovního ruchu
- Hrozící destrukce kulturních a technických památek
- Kvalita životního prostředí obcí a měst
- Útlum přílivu lázeňských hostů, především zahraničních
- Útlum lázeňství a s tím spojené navyšování nezaměstnanosti

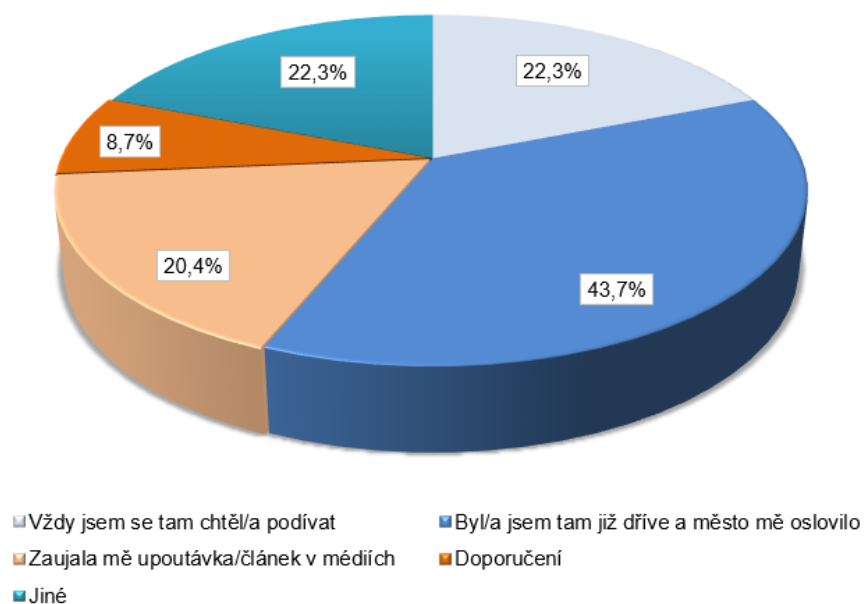
- Pokračující odliv kvalifikované pracovní síly
- Zaostávání v zavádění moderních telekomunikačních technologií
- Růst objemu individuální automobilové dopravy ve městě
- Rozdílné názory a stanoviska jednotlivých zastupitelů na rozvoj města
- Nedostatečná participace zainteresovaných subjektů na marketingové komunikaci

3.6 Průzkum veřejného mínění 2015

Společnost STEM/MARK uskutečnila v červenci 2015 průzkum veřejného mínění, jak jsou vnímány Mariánské Lázně cílovou skupinou. Šetření se uskutečnilo na vzorku 516 respondentů, formou internetového online dotazníku. Cílová skupina byli aktivní Češi 15-59 let, kteří cestují po Česku tj. skupina čítající cca 5,3 milionu obyvatel. Konkrétní výsledky včetně grafického zpracování jsou uvedeny níže.

Důvod návštěvy – největší procento dotazovaných Mariánské Lázně již navštívilo, protože jejich návštěva zanechala pozitivní vzpomínku, rozhodli do Mariánských Lázní vrátit.

Graf 10: Důvod návštěvy města

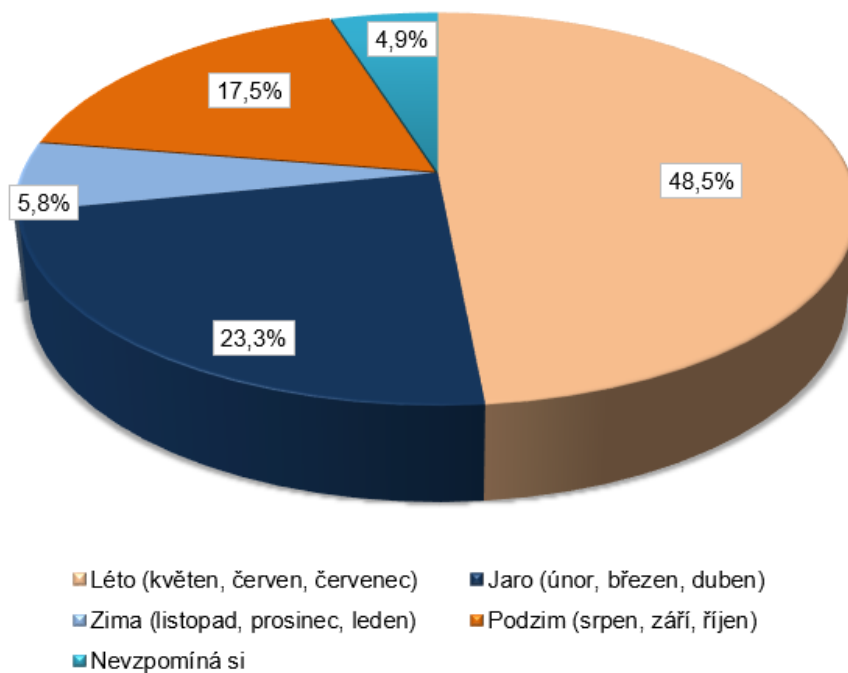


Zdroj⁵¹

Návštěvnost dle ročních období – do Mariánských Lázní se nejvíc jezdí v letních měsících, tedy v květnu, červnu a červenci.

⁵¹ STEM/MARK. *Průzkum veřejného mínění*. Praha, 2015.

Graf 11: Návštěvnost dle ročních období

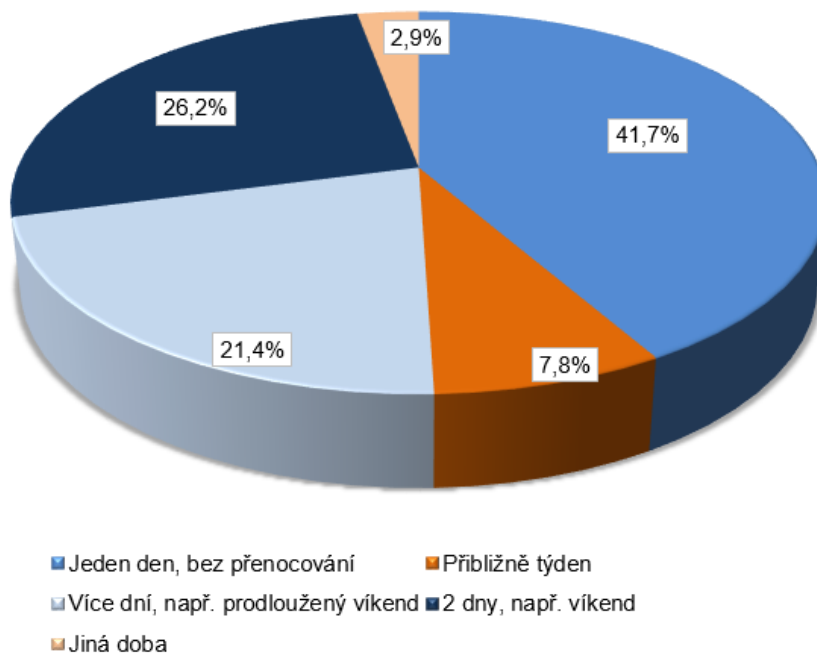


Zdroj⁵²

Délka pobytu - 40 % lidí jede do Mariánských Lázní jen na jeden den, u mužů je to dokonce 53 % (ženy 28 %). Víkend nebo prodloužený víkend jsou relativně podobně častou variantou návštěvy (26 % muži, respektive 21 % ženy). Na týdenní pobyty jezdí především ženy 15 %, zatímco muži na ně téměř nejezdí. Výše uvedené údaje jsou zohledněny v grafu 12.

⁵² STEM/MARK. *Průzkum veřejného mínění*. Praha, 2015.

Graf 12: Délka pobytu

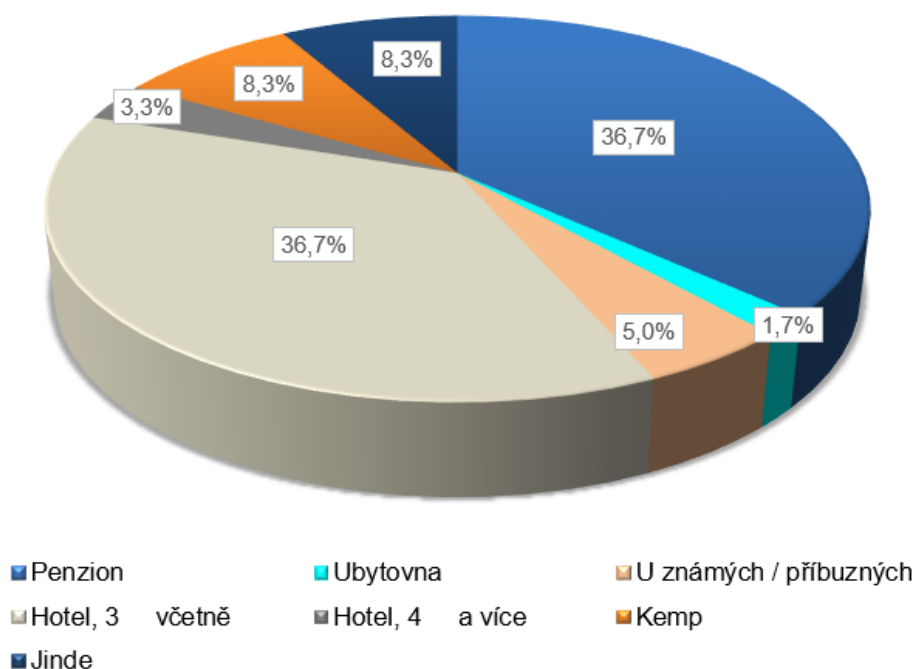


Zdroj⁵³

Forma ubytování – Téměř 75 % hostů využívá pro svůj pobyt služby hotelů do 3* a penzionů, jak vyplývá z grafu 13. Lidé jsou s úrovní ubytování spokojeni, přísnější nároky mají mladí lidé. Ti, co byli nespokojeni, bydleli v kempu. 82 % hodnotí ubytování jako výborné nebo spíše dobré.

⁵³ STEM/MARK. *Průzkum veřejného mínění*. Praha, 2015.

Graf 13: Forma ubytování

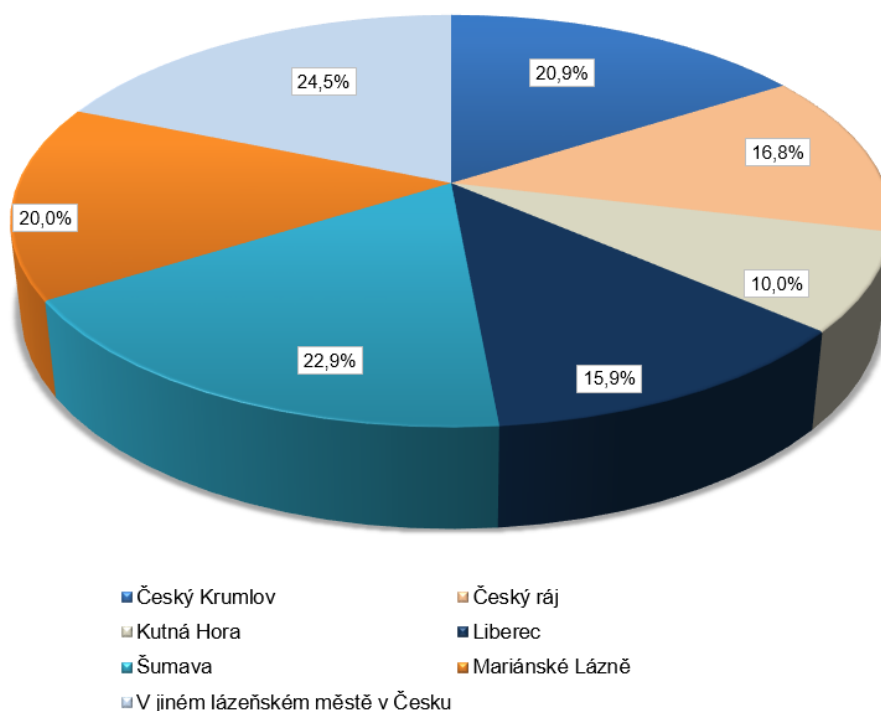


Zdroj⁵⁴

V grafu 14 je uveden seznam turisticky atraktivních míst, které návštěvníci města Mariánské Lázně v posledních dvou letech navštívili. 22,9 % respondentů navštívilo oblast Šumava, 20,9 % Český Krumlov- zapsaný na seznamu světového dědictví UNESCO. 20% respondentů navštívilo Mariánské Lázně opakovaně, 16,8% navštívilo oblast Český ráj. Další frekventovaně navštěvovaná města byly Liberec, Kutná Hora a další.

⁵⁴ STEM/MARK. *Průzkum veřejného mínění*. Praha, 2015.

Graf 14: Návštěvnost turisticky zajímavých lokalit v posledních dvou letech



Zdroj⁵⁵

Závěry plynoucí z průzkumu týkající se spokojenosti návštěvníků - 97 % lidí bylo s návštěvou Mariánských Lázní spokojeno (67 % bylo, spíše bylo 30 %). Z průzkumu dále vyplynulo, že 1 % lidí už po poslední návštěvě neplánuje návštěvu Mariánských Lázní. Naopak skoro 40 % lidí je chce rozhodně navštívit znovu. Nejvíce lidí, kteří chtějí navštívit Mariánské Lázně znovu, se rekrutuje z víkendových návštěvníků. Z lidí, kteří v posledních dvou letech nebyli v Mariánských Lázních, jich 35 % návštěvu plánuje. Pro polovinu dotazovaných jsou Mariánské Lázně daleko od jejich bydliště. Pro pětinu z nich jsou nabízené služby drahé. Skoro nikdo nezvolil jako důvod „nenávštěvy“ to, že by ve městě nebylo nic zajímavého.

V posledních dvou letech navštívilo Mariánské Lázně zhruba 20 % lidí z cílové skupiny, tj. cca 1 060 000 návštěvníků. Jen 10 % žen a 15 % mužů nikdy neslyšelo o žádné zajímavosti Mariánských Lázní, u obou pohlaví patří mezi suverénně nejznámější zajímavosti zpívající fontána, parky a prameny. Mezi další přednosti města byla uváděna

⁵⁵ STEM/MARK. *Průzkum veřejného mínění*. Praha, 2015.

architektura, klid, atmosféra města, park miniatur Bohemium, lázeňské procedury, turistické trasy či sjezdovka.

Respondenti projevili také svou nespokojenost s davu lidí/ cizinců, především ruské a německé národnosti. Nejvíce návštěvníkům vadí vyšší ceny, absence nočního života ve městě, arogantní městská policie, vietnamské obchody v centru, malý výběr kvalitních restaurací, některé zanedbané lázeňské domy.

K opětovné návštěvě by respondenty mohlo přimět doporučení od známých, levnější doprava vlakem, zajímavý pobytový balíček, nabídka zajímavých výletů, cykloakce, atraktivní volnočasový program, nebo dostatek peněz a čas potřebný k čerpání dovolené.

Z průzkumu dále vyplynulo, že Mariánské Lázně jsou ideální místo k vícedennímu aktivnímu odpočinku, ale cílová skupina je tak zatím nevnímá. Mariánské Lázně nepotřebují intenzivně budovat image, lidé už vědí, že jsou pěkným lázeňským městem. Je potřeba ale začít budovat image města jako atraktivní turistické destinace s širokou nabídkou služeb, aktivit a atrakcí pro všechny aktivní lidi všech věkových kategorií.

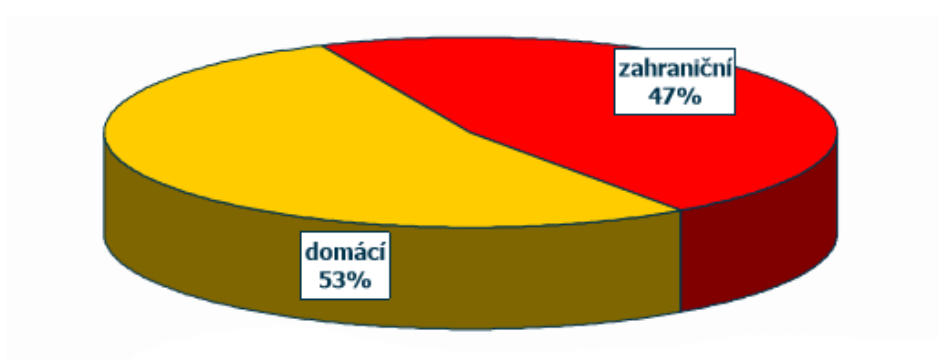
Pro aktivní komunikaci je potřeba motivovat návštěvníky k delší než jen jednodenní návštěvě. Návštěvníci by měli chápat oblast jako oblast vhodnou k celoročním aktivitám, podzim a zima jsou v Mariánských Lázních také krásné, je stále co dělat a má smysl se vracet. Při výběru volnočasových aktivit a destinací velmi funguje osobní doporučení, proto je klíčové soustředit aktivní komunikaci na sociální sítě, např. Facebook, Instagram, pořádat soutěže. Ostatní mediální komunikace by měla komunikaci na sociálních sítích doplnit a společně provázat. Díky sociálním sítím zvýšit fanouškovskou základnu, se kterou lze komunikovat přímo, nabídnout cílené atraktivní informace k destinaci Mariánské Lázně, a tím zvýšit návštěvnický potenciál. Komunikovat by se také měla dobrá dopravní dostupnost, k motivaci návštěvníků i z odlehlejších částí České republiky.

3.7 Monitoring návštěvníků v turistickém regionu Západočeské lázně

V roce 2005 byl agenturou CzechTourism uskutečněn průzkum, jehož účelem bylo monitorovat stav a změny týkající se cestovního ruchu v regionu Západočeské lázně. Výzkum mapuje návštěvnost turistického regionu Západočeské lázně, profil návštěvníků, zaměřuje se na zjištění jejich skladby, způsob trávení volného času, spokojenost s nabídkou cestovního ruchu, vybavením regionu a kvalitou poskytovaných služeb. Jako metoda výzkumu bylo zvoleno osobní dotazování, oslovená skupina byli především návštěvníci tohoto turistického regionu. Celkem se výzkumu zúčastnilo 3 103 respondentů, z toho 1 467 návštěvníků. Šetření bylo prováděno ve dvou etapách, červen až září 2005 a prosinec 2005 až březen 2006. Protože jsou čísla obou etap velmi podobná, v práci budou prezentována pouze vybrané údaje etapy I, tedy červen až září 2005. Cílem výzkumu bylo zjistit skladbu návštěvníků, záměry, charakter a důvody jejich návštěvy, formu ubytování, stravování, preferované aktivity, hodnocení jednotlivých položek služeb cestovního ruchu a jejich náměty ke zlepšení, připomínky.

Nejvyšší podíl zahraničních návštěvníků byl dotazován v lokalitě Západočeský lázeňský trojúhelník (63 %). Výraznou většinu zahraničních návštěvníků tvořili hosté z Německa (59 %). Nejčastěji do regionu přijížděli návštěvníci s partnerem nebo s přáteli (66 %).

Graf 15: Skladba návštěvníků

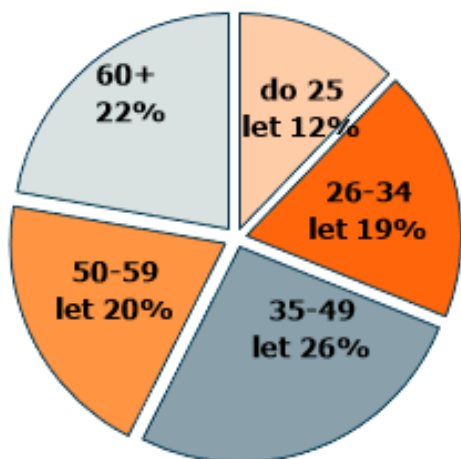


Zdroj⁵⁶

⁵⁶ GFK GROUP. *Monitoring návštěvníků v turistickém regionu Západočeské lázně: Vyhodnocení etapy léto 2005*. Praha: CzechTourism, 2006.

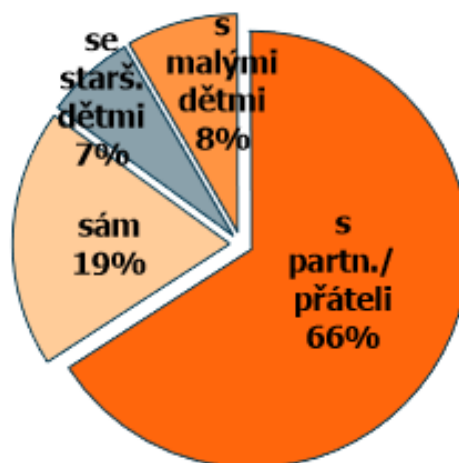
V grafu 6 jsme si již dříve znázornili aktuálnější skladbu zahraničních návštěvníků Mariánských Lázní za rok 2014 a 2015.

Graf 16: Skladba návštěvníků dle věku



Zdroj⁵⁷

Graf 17: Skladba návštěvníků dle doprovodu



Zdroj⁵⁸

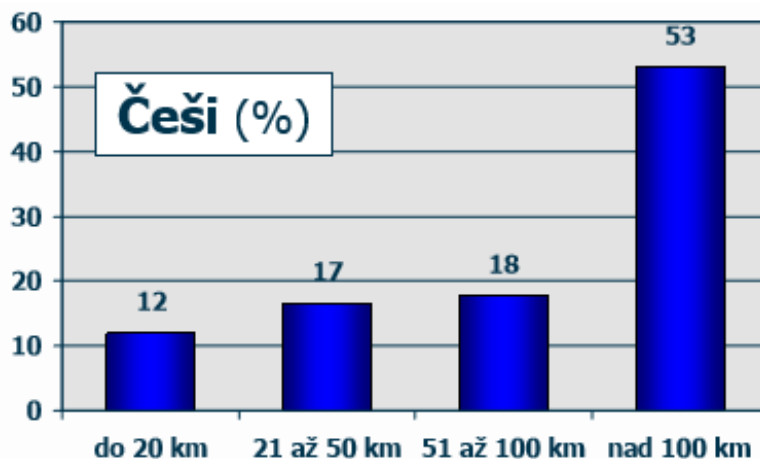
Početnou skupinu návštěvníků (26 %) oblasti tvoří lidé ve věku 35-49 let, a důchodci, tedy 60 let a více. Návštěvníci většinou přicestovali s partnerem nebo přáteli (66 %).

Z grafu 18 vyplývá, že více než polovina (53 %) domácích návštěvníků přijela do cílového místa, kde byla dotazována, ze vzdálenosti větší než 100 km.

⁵⁷ GFK GROUP. *Monitoring návštěvníků v turistickém regionu Západočeské lázně: Vyhodnocení etapy léto 2005*. Praha: CzechTourism, 2006.

⁵⁸ GFK GROUP. *Monitoring návštěvníků v turistickém regionu Západočeské lázně: Vyhodnocení etapy léto 2005*. Praha: CzechTourism, 2006.

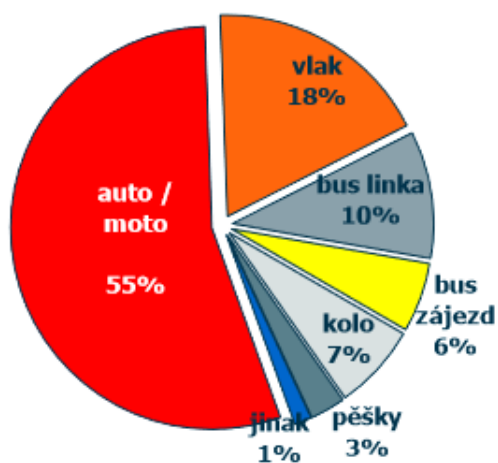
Graf 18: Dojezdová vzdálenost



Zdroj⁵⁹

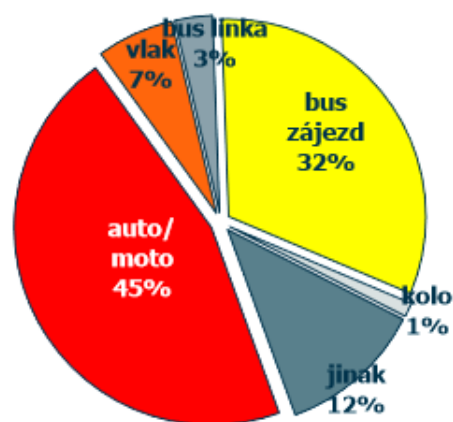
Návštěvníci nejčastěji cestovali automobilem (50 %), domácí více vlakem (18 %), zahraniční zájezdovým autobusem (32 %).

Graf 19: Doprava- čeští občané



Zdroj⁶⁰

Graf 20: Doprava- zahraniční občané



Zdroj⁶¹

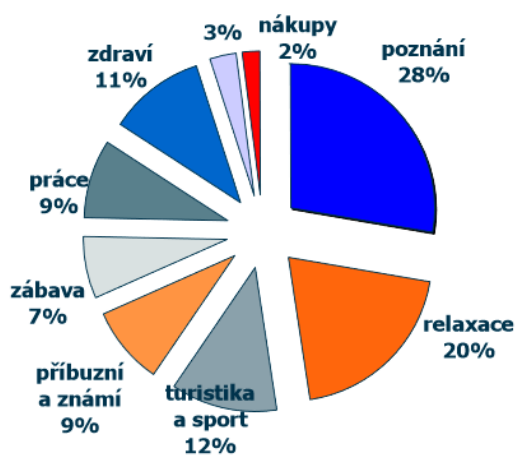
⁵⁹ GFK GROUP. *Monitoring návštěvníků v turistickém regionu Západočeské lázně: Vyhodnocení etapy léto 2005*. Praha: CzechTourism, 2006.

⁶⁰ GFK GROUP. *Monitoring návštěvníků v turistickém regionu Západočeské lázně: Vyhodnocení etapy léto 2005*. Praha: CzechTourism, 2006.

⁶¹ GFK GROUP. *Monitoring návštěvníků v turistickém regionu Západočeské lázně: Vyhodnocení etapy léto 2005*. Praha: CzechTourism, 2006.

Nejčastějším důvodem (33 %), proč návštěvníci do lokality přijeli, bylo poznávání, které se stalo ještě dominantnější pro návštěvníky ze zahraničí (39 %). Dalšími významnými důvody pobytu byla u zahraničních hostů péče o zdraví (24 %), u domácích pak relaxace (20%).

Graf 21: Důvod návštěvy čeští návštěvníci



Zdroj⁶²

Graf 22: Důvod návštěvy zahraniční návštěvníci



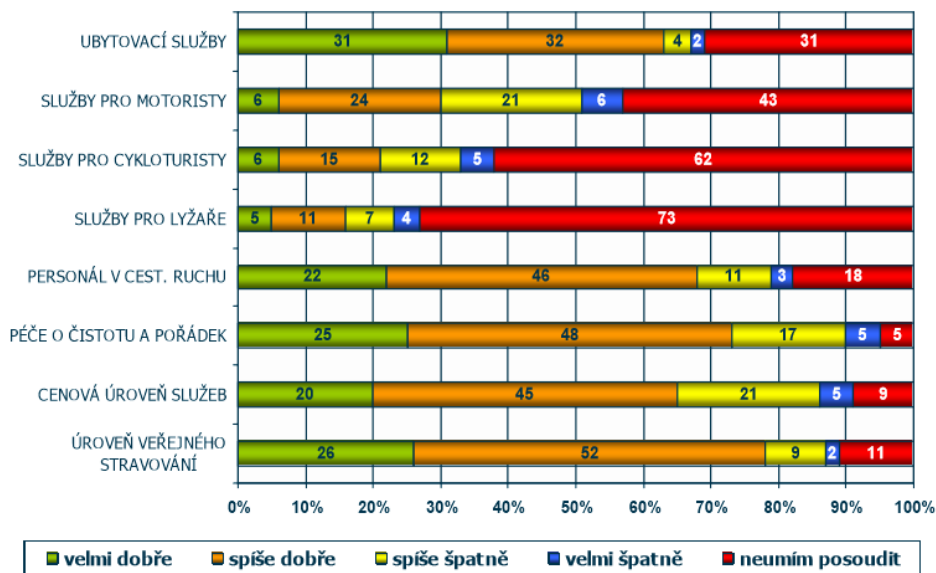
Zdroj⁶³

⁶² GFK GROUP. *Monitoring návštěvníků v turistickém regionu Západočeské lázně: Vyhodnocení etapy léto 2005*. Praha: CzechTourism, 2006.

⁶³ GFK GROUP. *Monitoring návštěvníků v turistickém regionu Západočeské lázně: Vyhodnocení etapy léto 2005*. Praha: CzechTourism, 2006.

Převážně velmi dobře nebo spíše dobře hodnotili návštěvníci úroveň veřejného stravování (78 %). Zahraniční návštěvníci byli spokojenější s cenovou úrovní služeb, jako velmi dobrou nebo spíše dobrou ji označilo 78 % dotázaných.

Graf 23: Služby v regionu

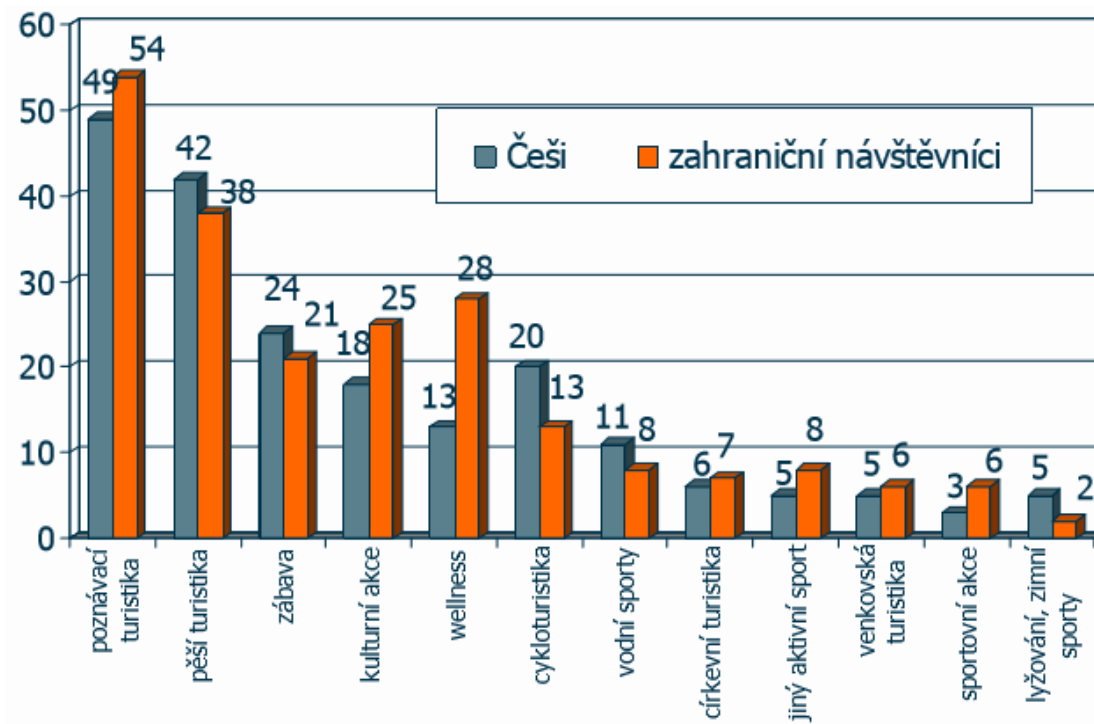


Zdroj⁶⁴

V grafu 24 vyplývá, že v Západočeském lázeňském trojúhelníku návštěvníci oproti ostatním lokalitám více navštěvují kulturní akce (28 %) a věnují se péči o fyzickou a duševní kondici (wellness, 26 %). Pro 52 % návštěvníků je v regionech nejlákavější poznávací turistika. Další vyhledávanou aktivitou je především pěší turistika (40 %). Zahraniční návštěvníci (28 %) se zde v porovnání s domácími více věnují péči o fyzickou a duševní kondici (wellness).

⁶⁴ GFK GROUP. *Monitoring návštěvníků v turistickém regionu Západočeské lázně: Vyhodnocení etapy léto 2005*. Praha: CzechTourism, 2006

Graf 24: Nejlákavější aktivity



Zdroj⁶⁵

K nejčastěji využívaným zdrojům informací patří propagační materiály (74 %) a turistická informační centra (68 %). Zahraniční návštěvníci získávají v porovnání s Čechy více informací od cestovních kanceláří a agentur (58 %), domácí hosté na druhou stranu více čerpají z médií (60 %) a od příbuzných a známých (65 %).

3.8 Problémové okruhy

Mariánské Lázně lze charakterizovat jako město, v rámci kterého je možné sledovat úbytek obyvatelstva. V posledních několika letech klesl počet zahraničních i českých návštěvníků, čeští návštěvníci se do města postupně vracejí. Tento fakt bychom mohli

⁶⁵ GFK GROUP. *Monitoring návštěvníků v turistickém regionu Západočeské lázně: Vyhodnocení etapy léto 2005*. Praha: CzechTourism, 2006

připisovat platnosti novelizovaného zákona o veřejném zdravotním pojištění 1/2015 Sb., kterým se mění zákon č. 48/1997 Sb., o veřejném zdravotním pojištění a o změně a doplnění některých souvisejících zákonů, ve znění pozdějších předpisů. Jeho součástí je nově také novelizovaný Indikační seznam pro lázeňskou péči, který umožňuje čerpat komplexní lázeňskou péči více pacientům, než tomu bylo v předchozích letech. Změna úhrady pobytu v lázeňských zařízeních, totiž značně ovlivnila počet pacientů v Mariánských Lázních, kde příjem z cestovního ruchu tvoří nezanedbatelnou část příjmu do městské pokladny. Pokles hodnot můžeme sledovat i u průměrné délky pobytu všech návštěvníků města, tuto skutečnost bychom mohli připisovat faktu, že Mariánské Lázně jsou velmi malé rozlohou a nabízejí omezený výběr volnočasových aktivit. Jako problémový okruh bychom mohli označit stále opakující se kulturní události, které již nelákají hosty, kteří se do lázní pravidelně vrací. Kladně bychom mohli ohodnotit sportovní závody a vybrané akce pořádané na území města, mezi které v roce 2016 patří běžecký závod Okolo Mariánskolázeňských pramenů, Evropský pohár ve snowboardingu, velikonoční Marjánkovské jarnění, Kinematograf bratří Čadíků, běžecký závod Spa Run Mariánské Lázně, nebo Mariánskolázeňský vánoční trh. Drtivá většina ostatních akcí pořádaných městem, se zaměřuje především na stále obyvatele města, nikoliv jeho návštěvníky.

Spolupráce s PR agenturou Accedo Czech Republic se nezdá být nejlepším řešením k propagaci města, z osobního průzkumu nebylo možné prakticky dohledat tiskové zprávy a články uvedené v Komunikačním plánu Mariánské Lázně 2016. Agentura zveřejňuje články v tištěných médiích jako TTG, COT Business, které ale nejsou cílené na koncového zákazníka, tedy potenciálního návštěvníka. Ani spolupráce s online magazíny protišedi.cz, chytrážena.cz, rozhlas.cz se nezdá být vhodnou volbou. Zřízení marketingového oddělení a najmutí kreativního týmu, by jistě znamenalo pro město menší finanční náklad.

Především by oddělení mělo udržovat systematickou a pravidelnou komunikaci, kterou by měla řídit minimálně jedna odpovědná osoba. Hlavní pracovní náplní by jim měla být právě oficiální komunikace města a koordinace veškerých dalších aktivit, které s komunikací města a jeho zástupců souvisejí. Osoba odpovědná za komunikaci by si rovněž měla postupně vytvořit užší vztahy s relevantními novináři a být s nimi pravidelně v kontaktu.

Sociální sítě by se měly stát praktickým komunikačním kanálem pro potenciální turisty. Správce by měl v určitém časovém limitu zodpovídat všechny případné dotazy. V neposlední řadě je nutné nastavit inzerci na největší sociální síti Facebook, aby profil dosáhl co největšího výkonu.

Prezentace města by se měla zaměřovat především na veletrhy Business to Client, tedy cílené přímo na konečného zákazníka.

V určitých částech města je nutné zlepšit fyzický vzhled veřejné infrastruktury. V oblasti sportovního vyžití je problémem ne vždy vyhovující stavebně technický stav mnohých starších sportovních zařízení.

Velký potenciál představuje pro města mezinárodní letiště v Karlových Varech, dostupnost Mariánských Lázní z mezinárodního letiště Václava Havla v Praze je také velmi dobrá, tato skutečnost není dobře prezentována pro zahraniční hosty, kteří by se mohli stát případnými návštěvníky této lázeňské oblasti. Z průzkumu vyplynulo, že celých 18 % českých turistů město navštíví vlakem, vlakovou dopravní obslužnost ze směru Praha – Mariánské Lázně zajišťuje od roku 2013 rychlá a pohodlná souprava pendolino. Z ostatních směrů je trasa operována rychlíky nebo dokonce osobními vlaky.

Velkým problémem nejen Mariánských Lázní zůstává trend dnešní doby, který můžeme nazývat slevová turistika. Často jsou přes slevové portály nabízeny, i za minimální ceny, služby lázeňských hotelů. Na základě zjištění kontrol krajských úřadů ale jen 50% z takzvaných lázeňských hotelů skutečně nabízí lázeňskou léčebnou péči, prováděnou kvalifikovanými fyzioterapeuty a maséry. Často zde host absolvuje pobyt ve vířivce či masáž, takzvaná léčba ale nemá výrazný a často žádný dopad na dlouhodobé zlepšení zdravotního stavu pacienta.

3.9 Návrhy pro zvýšení atraktivity lázeňské oblasti Mariánské Lázně

Cílem by mělo být prezentovat Mariánské Lázně jako místo, které díky své jedinečné poloze nabídne na malé ploše veškeré možnosti, které si kdo dokáže při trávení volného času představit. Mariánské Lázně nejsou jen místem pro pacienty, kteří se sem přijedou

léčit, ale také ideálním místem k aktivnímu odpočinku pro všechny, kteří se o své zdraví starají, snaží se udělat něco pro své tělo i duši, a tím nemocím předcházet. Cílem by mělo být oslovit více skupin návštěvníků, jak sportovce, rodiny s dětmi tak i aktivní penzisty.

Především by se měla zlepšit marketingová komunikace města, kde prioritní informací by mělo být, že Mariánské Lázně mají každému co nabídnout. Zřízení marketingového oddělení a najmutí kreativního týmu, by jistě znamenalo pro město menší finanční náklad a vyšší užitek než spolupráce s velkou marketingovou agenturou, jako se tomu stalo tento rok. Nedostatečnou marketingovou aktivitu bychom mohli považovat za problém, který přetrvává. Město by mělo pravidelně vydávat tiskové zprávy, které budou informovat vybrané novináře o novinkách, zajímavostech, aktivitách v Mariánských Lázních. V současné době je již nutností sledovat trendy v oblasti mediální komunikace, a hledat způsoby, jak je aplikovat do oboru. Především je řeč o největších sociálních sítích, tedy Facebook, Twitter a Instagram. Klasická média jsou totiž přesycená informacemi o destinacích (tuzemských i zahraničních), pořádání různých akcí a tipů na víkend/ výlet. Obsluha sociálních sítí není složitá, lze je velmi jednoduše obsluhovat mobilním telefonem, zacílení na konečného zákazníka, v našem případě návštěvníka, může být velmi přesné. Především díky tomu, že uživatelé sociálních sítí jsou mladí lidé, kteří dnes více dbají na své zdraví, dodržují zdravý životní styl a aktivně provozují sportovní aktivity. Sociální sítě by se tak měly stát prioritním komunikačním kanálem pro potenciální turisty. Úspěšná strategie na sociálních sítích nesmí být založená pouze na sbírání počtu fanoušků, cílem je vytvořit co nejkvalitnější komunitu, která bude mít pro město velký potenciál z hlediska cestovního ruchu. Sociální sítě musí sloužit jako komunikační kanál, který poskytne případným turistům co nejkvalitnější informace. Sociální sítě jsou o oboustranné komunikaci, proto musí město se svými fanoušky aktivně komunikovat: odpovídat na dotazy, vyzývat k interakci apod.

Obsah na sociálních sítích musí být atraktivní pro důležité cílové skupiny. To znamená, že musí být pestrý – ukázat, že Mariánské Lázně jsou město atraktivní pro mladé sportovce, pro milovníky památek i pro rodiny s dětmi. Komunikace na sociálních sítích a internetu by měla být zároveň dostatečně kreativní.

Účast na veletrzích lázeňství a cestovního ruchu by měla být cílená především na veletrhy Business to Client, tedy orientované přímo na konečného zákazníka.

ZÁVĚR

Cílem mé práce bylo zanalyzovat atraktivitu lázeňského cestovního ruchu v Mariánských Lázních a jeho okolí pro rezidenty a nerezidenty. Vedlejšími cíli byla analýza národnostního složení návštěvníků, a definování doporučení a návrhů pro zvýšení atraktivity lázeňské oblasti Mariánské Lázně.

Z průzkumu veřejného mínění, které bylo realizováno v roce 2015, vyplynulo, že největší procento dotazovaných Mariánské Lázně již navštívilo, protože jejich návštěva zanechala pozitivní vzpomínku. Dle průzkumu jsou Mariánské Lázně nejvíce navštěvovány v letních měsících, tedy v květnu, červnu a červenci. 97 % lidí bylo s návštěvou Mariánských Lázní spokojeno (67 % bylo, spíše bylo 30 %). Z průzkumu dále vyplynulo, že 1 % lidí už po poslední návštěvě neplánuje návštěvu Mariánských Lázní. Naopak skoro 40 % lidí je chce rozhodně navštívit znovu. Nejvíce lidí, kteří chtějí navštívit Mariánské Lázně znovu, se rekrutuje z víkendových návštěvníků. Pro polovinu dotazovaných jsou Mariánské Lázně daleko od jejich bydliště. Pro pětinu z nich jsou nabízené služby drahé. Respondenti projeví také svou nespokojenost s davy lidí/ cizinců, především ruské a německé národnosti. Nejvíce návštěvníkům vadí vyšší ceny, absence nočního života ve městě, arogantní městská policie, vietnamské obchody v centru, malý výběr kvalitních restaurací, některé zanedbané lázeňské domy. Zahraniční návštěvníky nejvíce motivuje k návštěvě oblasti atraktivní příroda, wellness a lázeňské procedury.

K opětovné návštěvě by respondenty mohlo přimět doporučení od známých, levnější doprava vlakem, zajímavý pobytový balíček, nabídka zajímavých výletů, atraktivní volnočasový program, nebo dostatek peněz a čas potřebný k čerpání dovolené.

Z průzkumu dále vyplynulo, že Mariánské Lázně jsou ideální místo k vícedennímu aktivnímu odpočinku, ale cílová skupina je tak zatím nevnímá. Mariánské Lázně nepotřebují intenzivně budovat image. S tím souvisí potřeba soustředit se především na aktivní komunikaci přes sociální sítě, např. Facebook, Twitter, Instagram, pořádat soutěže. Ostatní mediální komunikace by měla komunikaci na sociálních sítích doplnit a společně provázat. Komunikovat by se také měla dobrá dopravní dostupnost, k motivaci návštěvníků i z odlehlejších částí České republiky.

Nejvýznamnějším zastoupením nerezidentů ve městě stále zůstává Německo, přestože počet německých hostů vytrvale klesá, jak je možné vyčíst z grafu 6. Ve srovnání s rokem 2014 přijelo v roce 2015 o 12 % méně německých turistů, v případě lázeňských zařízení dokonce o 15 %. Zůstávají však déle, oproti poklesu v roce 2014 se v roce 2015 průměrná délka pobytu naopak zvýšila o 15 %, tedy na 6,2 dny, v lázeňských zařízeních je to dokonce 6,7 dne, což je zvýšení o 19 %.

Z grafu 4 je možné vyčíst údaje k zodpovězení hypotézy č. 1: Více než 60 % návštěvníků města jsou cizinci. Tato hypotéza se opravdu potvrzuje, dokonce se jedná o více než 70 %.

Z grafu 9 můžeme vyvrátit hypotézu č. 2: Více než polovina českých pacientů využívá komplexní lázeňské péče. Tato hypotéza se nepotvrdila, ačkoliv komplexní lázeňské péče využívá téměř polovina českých pacientů 43,2 %.

Poslední otázku, kolik procent návštěvníků města navštívilo oblast za účelem léčení, není možné objektivně zodpovědět. Dostupné údaje ze šetření Monitoring návštěvníků v turistickém regionu Západočeské lázně, prováděné centrálou cestovního ruchu CzechTourism, není možné porovnávat pouze pro oblast Mariánské Lázně. Údaje ze šetření jsou navíc neaktuální, šetření probíhalo v roce 2005 a nejsou dostupná žádná aktuálnější data.

SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ

Seznam použitých českých zdrojů

ATTL, Pavel a Karel NEJDL. *Turismus*. Vyd. 1. Praha: Vysoká škola hotelová v Praze 8, 2004. ISBN 80-86578-37-2.

ATTL, Pavel. Lázeňství a rozvoj dalších forem zdravotního cestovního ruchu v České republice. *COT Business*. Praha: C.O.T. media, s.r.o., 2015, 2015(06), 28-29. ISSN 1212-4281.

DAVID, Petr a Vladimír SOUKUP. *Skvosty lázní*. Vyd. 1. V Praze: Knižní klub, 2005. ISBN 80-242-1524-1.

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

INDROVÁ, Jarmila. *Cestovní ruch: (základy)*. Vyd. 2., přeprac. V Praze: Oeconomica, 2009, 122 s. ISBN 978-80-245-1569-4.

KNOP, Karel. *Lázeňství: ekonomika a management*. Vyd. 1. Praha, 1999. ISBN 80-7169-717-6.

Lázeňská péče 2014. Praha: Ústav zdravotnických informací a statistiky ČR, 2014. ISBN 978-80-7472-143-4. ISSN 1210-8596.

Léčebné lázně Mariánské Lázně a.s.: Přehled poskytované lázeňské péče. Mariánské Lázně, 2016.

MACKOVIČ, M.: *Lázeňství a balneotechnika*. Plzeň: Západočeská univerzita, 1995, ISBN 80-7082-226-0

Malá V.: Typologie cestovního ruchu, publikováno v Indrová J.a kol.: *Cestovní ruch (základy)*, Oeconomica 2007, str. 17-18, ISBN 978-80-245-1252-5

ORIEŠKA, Ján. *Technika služeb cestovního ruchu*. 4. české upr. vyd. Praha: Idea servis, 1996. ISBN 80-85970-11-2.

STEM/MARK. *Průzkum veřejného mínění*. Praha, 2015.

GFK GROUP. *Monitoring návštěvníků v turistickém regionu Západočeské lázně: Vyhodnocení etapy léto 2005*. Praha: CzechTourism, 2006.

TINTĚROVÁ, Barbora. *Infocentrum města Mariánské Lázně: Přehled lůžkových kapacit v Mariánských Lázních*. Mariánské Lázně, 2016.

Zákon č. 164/2001 o přírodních léčivých zdrojích, zdrojích přírodních minerálních vod, přírodních léčebných lázních a lázeňských místech a o změně některých souvisejících zákonů

ZELENKA, Josef a Martina PÁSKOVÁ. *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Kompletně přeprac. a dopl. 2. vyd. Praha: Linde Praha, 2012. ISBN 978-80-7201-880-2.

Seznam použitých zahraničních zdrojů

ERFURT-COOPER, Patricia a Malcolm COOPER. *Health and wellnesstourism: spas and hot springs*. Buffalo, NY: ChannelViewPublications, 2009. ISBN 1845411137.

SANDRA ZIEGLER. *Qualitätsmanagementim Wellness- und Gesundheitstourismus: das Gut GesundheitimWandel der Zeit*. Hamburg: Diplomica-Verl, 2011. ISBN 9783842854215

Seznam použitých internetových zdrojů

Demografická ročenka správních obvodů obcí s rozšířenou působností - 2005 až 2014. In: Český Statistický úřad [online]. 2015 [cit. 2016-03-08]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/so-orp-karlovarsky-kraj>

Historie města Mariánské Lázně [online]. [cit. 2015-11-20]. Dostupné z: <http://marianske-lazne.info/>

Každoroční kulturní akce. *Kultura Mariánské Lázně* [online]. 2015 [cit. 2015-12-01]. Dostupné z: <http://www.marianskelazne.cz>

Lázeňská sezóna startuje: Hosté se letos mají na co těšit, služeb je víc. In: *Eurozprávy.cz* [online]. 2014 [cit. 2016-02-21]. Dostupné z: <http://domaci.eurozpravy.cz/zdravotnictvi/93501-lazenska-sezona-zahajena-letosni-rok-by-mel-byt-lepsi-nez-predchozi/>

Mariánské Lázně [online]. [cit. 2015-11-30]. Dostupné z: <http://www.marianske-lazne.cz/marianske-lazne/priroda-a-okoli>

Mariánské Lázně. *Český statistický úřad* [online]. 2015 [cit. 2015-12-01]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/13-4113-03--0691>

Ministr Němeček: Podpora lázeňství zabrala, lidem se vrací potřebný rozsah péče. *Ministerstvo zdravotnictví České republiky* [online]. [cit. 2015-12-11]. Dostupné z: www.mzcr.cz/dokumenty/ministr-nemecekpodpora-lazenstvi-zabralalidem-se-vraci-potrebnny-rozsah-pece-_10102_1.html

Program rozvoje Karlovarského kraje 2014-2020. In: *Databáze Strategii* [online]. [cit. 2016-01-25]. Dostupné z: <http://databaze-strategie.cz/cz/kvk/strategie/program-rozvoje-karlovarskeho-kraje-2014-2020>

Předepisování lázeňské péče od 1. ledna 2015. *Léčebné Lázně* [online]. [cit. 2015-12-10]. Dostupné z: <http://www.lecebne-lazne.cz/cs/pro-lekare/predepisovani-lazenske-pece-od-1-ledna-2015>

Statistiky nezaměstnanosti z územního hlediska. In: Integrovaný portál MPSV [online]. 2015 [cit. 2016-03-08]. Dostupné z: <https://portal.mpsv.cz/sz/stat/nz/uzem>

Statistiky: *Cestovní ruch*. In: Český statistický úřad [online]. 2015 [cit. 2016-03-08]. Dostupné z: https://www.czso.cz/csu/xk/cestovni_ruch-xk

Strategický plán rozvoje města Mariánské Lázně [online]. [cit. 2015-12-01]. Dostupné z: <http://www.econconsulting.cz/>

Veřejná databáze: *Hosté a přenocování v hromadných ubytovacích zařízeních*. In: Český statistický úřad [online]. 2015 [cit. 2016-03-08]. Dostupné z: <https://vdb.czso.cz/>

Výsledky celostátního kola soutěže Zlatý erb 2015. In: *Zlatý Erb* [online]. 2015 [cit. 2016-01-20]. Dostupné z: <http://www.zlatyerb.cz/vysledky-celostatniho-kola-souteze-zlaty-erb-2015/d-1274>

Zákon č. 1/2015 Sb., kterým se mění zákon č. 48/1997 Sb., o veřejném zdravotním pojištění a o změně a doplnění některých souvisejících zákonů, ve znění pozdějších předpisů In: *Sbírka zákonů České republiky*. 2015. Dostupný také z: <http://portal.gov.cz/app/zakony/zakon.jsp?page=0&nr=1~2F2015&rpp=15#seznam>

SEZNAM TABULEK A GRAFŮ

Seznam tabulek

Tabulka 1: Počet přijatých pacientů v lázeňských zařízeních 2014	20
Tabulka 2: Pohyb obyvatelstva ve vybraných městech 2014	35
Tabulka 3: Nezaměstnanost v Mariánských Lázních 2015	36
Tabulka 4: Návštěvnost a přenocování v hromadných ubytovacích zařízeních	38

Seznam grafů

Graf 1: Vývoj počtu pacientů – cizinci celkem	21
Graf 2: Vývoj počtu dospělých pacientů v lázeňských zařízeních (bez cizinců)	22
Graf 3: Vývoj počtu pacientů celkem	28
Graf 4: Hosté Mariánských Lázní 2014/2015	37
Graf 5: Průměrná délka pobytu ve dnech	39
Graf 6: Počet nerezidentů 2014/2015	40
Graf 7: Ubytovací zařízení v Mariánských Lázních	41
Graf 8: Lůžková kapacita	42
Graf 9: Počet českých pacientů využívajících služeb lázeňských zařízení	44
Graf 10: Důvod návštěvy města	52
Graf 11: Návštěvnost dle ročních období	53
Graf 12: Délka pobytu	54
Graf 13: Forma ubytování	55
Graf 14: Návštěvnost turisticky zajímavých lokalit v posledních dvou letech	56
Graf 15: Skladba návštěvníků	58
Graf 16: Skladba návštěvníků dle věku	59

Graf 17: Skladba návštěvníků dle doprovodu.....	59
Graf 18: Dojezdová vzdálenost.....	60
Graf 19: Doprava- čeští občané	60
Graf 20: Doprava- zahraniční občané	60
Graf 21: Důvod návštěvy čeští návštěvníci	61
Graf 22: Důvod návštěvy zahraniční návštěvníci	61
Graf 23: Služby v regionu.....	62
Graf 24: Nejlákavější aktivity.....	63

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha A: Dotazník k průzkumu Monitoring návštěvníků v turistickém regionu Západočeské lázně	75
Příloha B: Komunikační plán Mariánské Lázně na rok 2016.....	79
Příloha C: Kulturní a sportovní přehled 2016	81
Příloha D: Informační brožura Lázeňství a prameny.....	83

Příloha A: Dotazník k průzkumu Monitoring návštěvníků v turistickém regionu Západočeské lázně

Kraj:	<input type="text"/>	Období:	<input type="text"/>	Čís. dotazníku:	<input type="text"/>
Turist. region:	<input type="text"/>	Turist. oblast:	<input type="text"/>	Kód lokality:	<input type="text"/>

DOTAZNÍK PRO NÁVŠTĚVNÍKY REGIONU

*Dobrý den, jsem tazatel(ka) provádějící průzkum návštěvníků, jehož účelem je monitorovat stav a změny týkající se cestovního ruchu v tomto regionu z Vašeho pohledu. Můžete mi prosím věnovat několik minut času? Rád(a) bych Vám položil(a) několik otázek týkajících se Vás a Vašich postřehů z pobytu v této oblasti. Pokud dotazník vyplníte sami, odpovídejte **zakroužkováním** čísla té možnosti, která nejlépe vyjadřuje Vaši situaci nebo Váš názor.*

1. Pocházíte z České republiky?

- 1 ano
- 2 ne – uveďte název státu: _____

Otázka č. 2 pouze pro zahraniční návštěvníky:

2. Která místa v České republice jste již při nynějším pobytu navštívil(a) nebo hodláte ještě navštívit?

Otázky č. 3 a 4 pouze pro tuzemské návštěvníky:

3. Z kterého města či obce pocházíte?

Město/obec: _____ PSČ: _____ Okres: _____

4. Jak je Vaše bydliště přibližně daleko od tohoto místa dotazování?

- 1 do 20 km
- 2 21 až 50 km
- 3 51 až 100 km
- 4 nad 100 km

Na následující otázky odpovídají opět všichni:

5. Jak jste sem přicestovali? (uveďte pouze 1 převažující způsob dopravy)

- 1 autem (příp. na motocyklu)
- 2 vlakem
- 3 autobusem – linkovým
- 4 autobusem – se zájezdem
- 5 na kole
- 6 pěšky
- 7 jinak: _____

6. Jak dlouhý bude Váš pobyt zde?

- 1 jednodenní – bez noclehu
- 2 1 až 2 noclehy (např. víkendový)
- 3 3 až 7 noclehů (např. týdenní)
- 4 delší

7. Už jste někdy navštívil(a) tento region?

- 1 ne, jsem tu poprvé
- 2 ano, byl(a) jsem zde 1 až 3 krát
- 3 ano, byl(a) jsem zde už vícekrát

- 8. S kým jste sem přijel(a)?** (vyberte pouze 1 odpověď)
- 1 sám / sama
 - 2 s partnerem, partnerkou, přáteli, známými apod.
 - 3 s malými dětmi / dítětem (alespoň jedno předškolního věku)
 - 4 se staršími dětmi / dítětem (školního věku)
- 9. Kde jste zde ubytován(a)?**
- 1 hotel *** nebo více
 - 2 hotel * nebo **, Garni, motel
 - 3 penzion
 - 4 kemp / tábořiště (stan, chatka, karavan)
 - 5 jiné hromadné ubytovací zařízení (turist. chata, ubytovna, hostel apod.)
 - 6 pronajatý pokoj, apartmán, chata apod.
 - 7 u známých / příbuzných, případně vlastní chata / chalupa
 - 8 nejsem zde ubytován(a)
- 10. Stravujete se zde v restauračních zařízeních?**
- 1 ano – téměř vždy
 - 2 částečně – jak kdy
 - 3 ne – téměř nikdy
- 11. Převažujícím důvodem Vaší návštěvy v tomto regionu je:** (vyberte pouze 1 odpověď)
- 1 poznání – návštěvy turist. atraktivit, historie, architektura, kultura, folklór apod.
 - 2 relaxace – rekreace, pobyt v přírodě, odpočinek, procházky apod.
 - 3 turistika a sport – pěší túry, cykloturistika, vodáctví, tenis, lyžování apod.
 - 4 zdraví – lázně, rehabilitace, léčení apod.
 - 5 práce – služební cesta, školení, konference, obchod apod.
 - 6 zábava – společenské aktivity s přáteli, hry, noční život, dobré jídlo, pití apod.
 - 7 nákupy
 - 8 návštěva příbuzných nebo známých
 - 9 tranzit (pouze tudy projíždím)
- 12. Které aktivity v tomto regionu jsou pro Vás nejlákavější?** (vyberte max. 3 odpovědi)
- 1 pěší turistika
 - 2 cykloturistika, horská cyklistika
 - 3 koupání, vodní sporty
 - 4 lyžování, zimní sporty
 - 5 jiný aktivní sport, který provozujete (golf, volejbal, horolezectví, létání apod.)
 - 6 péče o fyzickou a duševní kondici (fitness, posilování, sauna, rehabilitace apod.)
 - 7 poznávací turistika (návštěvy hradů, zámků, památek, muzeí, galerií apod.)
 - 8 venkovská turistika (agroturistika, pobyt na farmě, projížďky na koni apod.)
 - 9 církevní turistika (církevní památky, poutě, náboženské aktivity apod.)
 - 10 návštěvy kulturních akcí (festivaly, slavnosti, koncerty apod.)
 - 11 návštěvy sportovních akcí (závody, utkání, přebory apod.)
 - 12 společenský život a zábava
- 13. Uvažujete o opakované návštěvě tohoto regionu?**
- 1 ano – v brzké době (do ½ roku)
 - 2 ano – ale někdy později
 - 3 spíše ne
 - 4 nevím, nedokážu říci

V následujících otázkách zakroužkujte odpověď vždy v každém řádku:

14. Jak celkově hodnotíte následující služby poskytované v tomto regionu?

	velmi dobře	spíše dobře	spíše špatně	velmi špatně	neumím posoudit
1 - ubytovací služby (pokud jste zde ubytováni)	1	2	3	4	5
2 - úroveň veřejného stravování	1	2	3	4	5
3 - služby pro motoristy	1	2	3	4	5
4 - služby pro cykloturisty	1	2	3	4	5
5 - služby pro lyžaře	1	2	3	4	5
6 - úroveň personálu ve službách cest. ruchu	1	2	3	4	5
7 - péče o čistotu a pořádek (odpadky, úklid, WC)	1	2	3	4	5
8 - cenová úroveň služeb	1	2	3	4	5

15. Jak hodnotíte infrastrukturu a vybavenost tohoto regionu?

	velmi dobře	spíše dobře	spíše špatně	velmi špatně	neumím posoudit
1 - rozsah a dostupnost ubytovacích kapacit	1	2	3	4	5
2 - rozsah a dostupnost stravovacích kapacit	1	2	3	4	5
3 - dopravní infrastruktura (silnice, parkoviště)	1	2	3	4	5
4 - dostupnost regionu hromadnou dopravou	1	2	3	4	5
5 - vybavení regionu pro sportovní aktivity	1	2	3	4	5
6 - nákupní možnosti (prodejní síť)	1	2	3	4	5
7 - příležitosti pro zábavu a společenské vyžití	1	2	3	4	5
8 - vybavenost regionu atrakcemi pro děti	1	2	3	4	5

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

	velmi dobře	spíše dobře	spíše špatně	velmi špatně	neumím posoudit
1 - poskytování informací o regionu	1	2	3	4	5
2 - místní orientační značení (směrovky, tabule)	1	2	3	4	5
3 - péče o památky a turistické atraktivity	1	2	3	4	5
4 - péče o životní prostředí	1	2	3	4	5
5 - péče o bezpečnost návštěvníků	1	2	3	4	5
6 - nabídka programů pro volný čas	1	2	3	4	5
7 - drobný prodej (občerstvení, suvenýry, stánky)	1	2	3	4	5
8 - přátelskost místních lidí k návštěvníkům	1	2	3	4	5

17. Co Vám v tomto regionu nejvíce schází, co Vám vadí?

--

18. Využil(a) jste některé informace z následujících zdrojů?

	ano	částečně	ne
1 - turistická informační centra	1	2	3
2 - cestovní kanceláře a agentury	1	2	3
3 - média (články v tisku, rozhlas, televize)	1	2	3
4 - propagační materiály, prospekty, průvodci apod.	1	2	3
5 - internet	1	2	3
6 - informace od personálu ve službách	1	2	3
7 - informace od příbuzných či známých	1	2	3

19. Kolik Vás stojí v průměru na osobu a den Váš pobyt v tomto regionu?

(Odhadem veškeré náklady, včetně dopravy, ubytování, zábavy, nákupů apod.)

- 1 do 200 Kč (do 6 €)
- 2 201 až 500 Kč (6 – 15 €)
- 3 501 až 1000 Kč (15 – 30 €)
- 4 1 až 2 tis. Kč (30 – 60 €)
- 5 více než 2 tis. Kč (nad 60 €)

20. Věková kategorie:

- 1 do 25 let
- 2 26 až 34 let
- 3 35 až 49 let
- 4 50 až 59 let
- 5 60 a více let

21. Vzdělání:

- 1 bez maturity
- 2 s maturitou
- 3 vysokoškolské

22. Respondent je:

- 1 muž
- 2 žena

Chtěl(a) byste ještě něco k problematice cestovního ruchu v tomto regionu dodat?

--

+ Závěrečné poznámky

DĚKUJEME ZA SPOLUPRÁCI A PŘEJEME PĚKNÝ POBYT

Tazatel:

Jméno a příjmení:	
Místo interview:	
Datum interview:	

Potvrzuji, že jsem vyplnil(a) dotazník podle instrukcí a zkontroloval(a) jsem jeho správnost a úplnost.

Podpis tazatele:

Příloha B: Komunikační plán Mariánské Lázně na rok 2016

Komunikační plán Mariánské Lázně na rok 2016

Termíny zasilání příspěvků – vždy MINIMÁLNĚ 1 MĚSÍC DOPŘEDU (lépe dva měsíce)

Zde uvítáme aktivnější zapojení z Vaší strany – např. ubytování novinářů, ceny do soutěže (procedury, pobyty, apod.), umožnění rozhovoru s Vaším lékařem/lékařkou – ZDARMA. Pokud byste se našli v uvedeném plánu – něco, co se Vás týká a v čem byste mohli/chtěli pomoci, prosím kontaktujte nás: tinterova@kisml.cz.

Období	Aktivity
Leden	<ul style="list-style-type: none"> - Zima a lázně, zimní relax v ML, zimní akce a tipy – z lyží do sauny a horké masáže, procedury a koupele - Tipy na romantické Valentýnské pobyty a balíčky (měsíčníky) - Závod v běhu na lyžích „Okolo Mariánskolázeňských pramenů“ - ML a seznam UNESCO <p>Individuální návštěvy klíčových novinářů v ML – 1x 2 měsíce</p>
Únor	<ul style="list-style-type: none"> - Valentýnské tipy a balíčky - - Co se léčí v ML - co pro ženy - FIS Evropský pohár ve snowboardingu - Statistiky návštěvnosti ML za rok 2015 - Masopust na kolonádě <p>Odbornější články/rozhovory – větší formát, detailnější rozebrání tématu, rady, vyjádření apod. – představení historie ML a významní návštěvníci</p> <p>Soutěže a bartery – Valentýnská soutěž o pobyt pro 2 v ML</p>
Březen	<ul style="list-style-type: none"> - Jaro v ML, jarní refresh tipy na pobyty, akce (měsíčníky) - Co se léčí v ML - co pro muže - launch Smart guide – audio průvodce ML <p>Individuální návštěvy klíčových novinářů v ML – 1x 2 měsíce</p>
Duben	<p>Tisková konference v ML a v Praze před zahájením lázeňské sezóny v ML – představení novinek a nabídky pro rok 2016 – společně s top partnery (hotely, lékaři, zástupci města, asociace atd.), léčebné procedury, historie, čím jsou ML unikátní, plány, nová infrastruktura, novinky hotelů ...</p> <ul style="list-style-type: none"> - tipy na jarní pobyty a výlety v ML - kam na kole, pěšky, výlety v okolí ML - slavnostní zahájení Zpívající fontány <p>Odbornější články/rozhovory – větší formát, detailnější rozebrání tématu, rady, vyjádření apod. – rozhovor s doktorem a seriál představení léčebných procedur v ML (co je unikátní jen v ML), klimatoterapie</p> <p>Soutěže a bartery – jarní soutěž o pobyt pro 2 v ML – Protisedi.cz + individuální návštěva šéfredaktorky (Jana Kománková) v ML (víkend) – napíše reportáž</p>
Květen	<p>Press-trip novinářů do ML na zahájení lázeňské sezóny – 13.-15.5</p> <p>Tiskové zprávy, novinky a oznámení – zahájení lázeňské sezóny, den matek</p>

Červen	<p>Tiskové zprávy, novinky a oznámení – pozvánka na Chopinův hudební festival, Jazzové ML, tipy a balíčky pro rodiny s dětmi, golfové balíčky</p> <p>Odbornější články/rozhovory – větší formát, detailnější rozebrání tématu, rady, vyjádření apod. – představení léčivých pramenů</p> <p>Velká letní soutěž o pobyty v ML – mediální partneři – radio, TV, print, online</p> <p>Individuální návštěvy klíčových novinářů v ML – 1x 2 měsíce</p>
Červenec	<p>Tiskové zprávy, novinky a oznámení – tipy na pobyty a aktivity v ML pro mladší, tipy pro seniory</p> <p>Individuální návštěvy klíčových novinářů v ML – 1x 2 měsíce</p>
Srpen	<p>Tiskové zprávy, novinky a oznámení – Chopinův hudební festival, pozvánka na literární festival Goethův podzim</p> <p>Odbornější články/rozhovory – větší formát, detailnější rozebrání tématu, rady, vyjádření apod.</p>
Září	<p>Press-trip novinářů do ML – téma podzim a aktivity v ML, výlet do okolí, Kladské rašeliny, koloběžky, cyklo/elektrokola, Lázně Kynžvart ...</p> <p>Tiskové zprávy, novinky a oznámení – prodlužte si prázdniny pobytem v ML, dámské balíčky, tipy pro aktivní sportovce</p>
Říjen	<p>Tiskové zprávy, novinky a oznámení – literární festival Goethův podzim, barevný podzim v ML (kombinace procedur, relaxace, cyklistiky, procházek), tipy jak si co nejlevněji užít ML (pobyt, slevy)</p> <p>Odbornější články/rozhovory – větší formát, detailnější rozebrání tématu, rady, vyjádření apod.</p> <p>Soutěže a bartery – podzimní soutěž o pobyt v ML – mediální partner tbc</p> <p>Individuální návštěvy klíčových novinářů v ML – 1x 2 měsíce</p>
Listopad	<p>Tiskové zprávy, novinky a oznámení – adventní trhy, podzimní relaxace v ML, tipy na vánoční dárky pobyt v ML (vouchery na pobyt v ML), utečte před zimou a deštěm do ML načerpat energii</p> <p>Soutěže a bartery – vánoční soutěž o pobyt v ML – mediální partner tbc</p> <p>Individuální návštěvy klíčových novinářů v ML – 1x 2 měsíce</p>
Prosinec	<p>Tiskové zprávy, novinky a oznámení – tipy na vánoční dárky pobyt v ML, silvestr v ML, na lyže a do lázní</p> <p>Odbornější články/rozhovory – větší formát, detailnější rozebrání tématu, rady, vyjádření apod.</p>

KULTURNÍ A SPORTOVNÍ PŘEHLED



LEDEN

- **Novoroční výstup na Podhoru**
tradiční turistická akce Klubu českých turistů, čl u vysílače v sedle pod vrcholem Podhorního vrchu
- **Okolo Mariánskolázeňských pramenů**
veřejný závod v běhu na lyžích volnou technikou pro turisty, rekreační běžce a výkonnostní lyžaře
- **Open Mariánské Lázně**
mezinárodní šachový festival pro profesionální hráče i diváky, turnaje velmistrů

ÚNOR

- **FIS Evropský pohár ve snowboardingu**
souboje v paralelních slalomech ve Skiareálu Mariánky
- **Masopustní lázeňský fašank**
vystoupení maškar a hudebníků, společné oslavy masopustu na kolonádě
- **Filmový festival Expediční kamera**
přehlídka těch nejlepších filmů o dobrodružství, expedicích, extrémních zážitcích a divoké přírodě
- **O pohár Mariánských Lázní**
soutěžní výstava plastických modelářů

BŘEZEN

- **Auto Musil Snow Hill Open**
veřejný závod ve slalomu ve Skiareálu Mariánky
- **Snowboard Cup Mariánské Lázně**
veřejný závod ve slalomu pro muže, ženy i děti od 10 let
- **Setkání příznivců Slavkovského lesa**
tradiční podvečer s několika přednáškami o novinkách ve Slavkovském lese
- **Marjánkovské jarnění**
velikonoční zvyky, masopustní veselí, jidáše, malování vajček, pletení pomlázek, tanec

DUBEN

- **Pálení čarodějnic na Krakonoši**
krakonošské pálení čarodějnic s opékáním buřtů, dětským divadlem a soutěží dětských masek

- **International kickboxing tournament**
turnaj pro muže, ženy i děti od 10 let
- **Slavnostní zahájení Zpívající fontány**
tradiční jarní otevření provozu fontány po zimní přestávce

KVĚTEN

- **Vítání ptačího zpěvu**
vycházka za ptačími hlasy spojená s odchytem do sítí a doprovodnými hrami pro děti
- **Oslavy osvobození**
vzpomínková akce, při které si připomínáme osvobození našeho města americkou armádou
- **Zahájení lázeňské sezóny**
tradiční městské slavnosti s bohatým programem, svěcení pramenů, Švihácká cyklojízda
- **Evropská série veteránů a Mezinárodní mistrovství ČR**
jediná dlouhá plochá dráha v České republice z roku 1922
- **Festival porozumění**
příležitost k vzájemnému setkávání lidí s postižením a bez postižení
- **Jarní trojúhelník**
závodů v orientačním běhu pro každého
- **Krajem léčivých vod a otevření rozhledny na Panském vrchu**
tradiční turistické akce Klubu českých turistů

ČERVEN

- **Mariánskolázeňské hádankářské slavnosti**
řešení křížovek, hádarek a logických úloh o poháry města Mariánské Lázně
- **FIM Mistrovství světa na dlouhé ploché dráze**
jeden ze závodů Finále Mistrovství světa na dlouhé ploché dráze s dlouholetou úspěšnou tradicí
- **Rozhledny v pohybu: Hamelka třikrát jinak**
ideální možnost spojení sportování s rodinným výletem, poznávání rozhleden, soutěže pro děti
- **Indiánský den**
zábavné odpoledne ke dni dětí plné soutěží, úkolů a legrace
- **Jazzové lázně**
mezinárodní hudební festival na kolonádě otevřený pro všechny milovníky jazzu



www.marianskelazne.cz



ČERVENEC

- **Kapsa plná pohádek a letní divadelní dílna Kapsička**
pohádkový festival pro malé i velké diváky a herce
- **Kinematograf bratří Čadiků**
projekce českých filmů pod širým nebem
- **Memoriál Hany Trejbalové a Jarise Alexy**
atletické závody za účasti špičkových českých atletů
- **Spa Run Mariánské Lázně**
běžecký závod městem pro všechny věkové kategorie
- **Sraz historických vozidel**
přehlídka historických vozů v areálu Arniky v centru města
- **Grand Prix Mariánské Lázně**
turnaj trojic v pétanque u Ferdinandova pramene
- **Okolo Mariánských Lázní**
mezinárodní silniční cyklistický závod

SRPEN

- **Chopinův festival**
mezinárodně uznávaný festival, jednou za 2 roky rozšířen o klavírní soutěž
- **MTB Tour Mariánské Lázně**
cyklistický závod pro všechny věkové kategorie
- **Chodovar pivní míle**
originální závod je určen pro všechny, kdo mají rádi zábavu, recesi a dobré pivo

ZÁŘÍ

- **Mariánský podzim**
mezinárodní folklorní festival plný barev, veselé nálady a energie
- **Dny evropského dědictví**
veřejnosti se otevírají brány nejzajímavějších památek
- **Svatováclavské setkání lidí dobré vůle**
akce pořádaná ke státnímu svátku, kterým si připomínáme patrona českých zemí sv. Václava
- **Výstava hub**
tradiční výstava živých hub na Správě CHKO Slavkovský les

ŘÍJEN

- **Lázeňský festival jablek**
oslava podzimní sklizně na kolonádě, výstava regionálních odrůd ovoce a zahrádkářských výpěstků
- **Goethův podzim**
literární festival Mariánské Lázně
- **Den architektury**
celorepublikový festival architektury - poznejte jedinečnost mariánskolázeňských domů
- **Vznik samostatného československého státu**
vzpomínková akce u příležitosti oslav vzniku Československého státu, lampionový průvod
- **Slavnostní ukončení provozu Zpívající fontány**
přehlídka skladeb na rozloučenou s letní sezónou fontány

LISTOPAD

- **Snow Film Fest**
promítání filmů o extrémním lyžování, zimním lezení, snowboardingu a dalších adrenalinových sportech

PROSINEC

- **Nadílka u Krále smrků**
tradiční akce Klubu českých turistů
- **Mariánskolázeňský vánoční trh**
adventní zvyky, čertovské a vánoční pohádky, rozsvěcení vánočního stromu a další program

Změna v termínech konání jednotlivých akcí vyhrazena!
Konání sportovních akcí v zimních měsících závisí na množství sněhu!

Přesné termíny, kontakty na pořadatele a další akce
naleznete na webu města v kalendáři akcí:
www.marianskelazne.cz
(kalendar.marianskelazne.cz)



INFORMACE

Infocentrum města Mariánské Lázně
Hlavní 47, 353 01 Mariánské Lázně
Tel.: +420/354 622 474

e-mail: infocentrum@kism.lcz
www.muml.cz



Mariánské Lázně jsou součástí nadnárodní sériové nominace
Velkých lázní Evropy na Seznam světového kulturního dědictví
UNESCO - Great Spas of Europe.

www.marianskelazne.cz

Příloha D: Informační brožura Lázeňství a prameny

Lázeňské procedury

Minerální pitná kúra – množství vody ordi-
nované pro pitnou kúru je třeba zkontrolovat
s lékařem.

Minerální koupel v lázních, ve které se využívá
místní minerální voda. Voda obsahuje vysoké
množství rozpustěného kyslíčkového uhlíkatého,
který se vstřebává kůží. Koupel snižují krevní tlak,
zlepšují prokrvení celého těla. Výborné jsou proti
stresu a pro relaxaci. Koupel se obvykle podávají
v teplotě 33 – 34 °C.

Suchá plynová koupel – suchá plynová koupel, neboli
plynová obálka, je speciální metodou, která je v ces-
kém lázeňství zcela ojedinělá. Plynová koupel přímo ovlivňuje receptory
v kůži, zlepšuje prokrvení celého těla a působí protizánětlivě. Velice obli-
bená je tato metoda při léčbě sexuálních poruch.

Plynové injekce – aplikují se do podkoží v okolí velkých kloubů a páteře
a mají velký vliv na zmírnění bolesti zad a kloubů, na zlepšení prokrvení
celé oblasti a rychlejší hojení zranění.

Kromě těchto klasických procedur stále více hostů využívá také rekondič-
ních, ozdravných, preventivních a wellness programů.

Kuranwendungen

Mineralkurtrink – Die Menge des für die Trinkkur
verordneten Wassers ist mit dem Arzt zu konsultieren.

Mineralbad im Kurort, in dem das hiesige Mineral-
wasser ausgenutzt wird. Das Wasser beinhaltet hohe
Menge an gelösten Kohlendioxid, das durch die
Haut eingezogen wird. Bäder mildern den Blutdruck, verbessern die
Durchblutung des ganzen Körpers. Sie sind auch gegen Stress und zur
Entspannung ausgezeichnet. Bäder werden üblich in Temperatur von
33-34°C geleistet.

Trockenes Gasbad – Ein trockenes Gasbad, also ein
Gaswickel, ist eine spezielle Methode, die im ische-
schischen Badewesen absolut einmalig ist. Das Gasbad
hat direkten Einfluss auf die Rezeptoren der Haut,
verbessert die Durchblutung des gesamten Körpers
und wirkt entzündungshemmend. Diese Methode ist bei der Behand-
lung sexueller Störungen sehr beliebt.

Gasinjektion – Sie werden in die Unterhaut in den Par-
tien der großen Gelenke und der Wirbelsäule appliziert
und haben großen Einfluss auf die Linderung der Rück-
ken- und Gelenkschmerzen, auf die Verbesserung der
Durchblutung des gesamten Bereichs und auf die
schnellere Heilung von Verletzungen.

Neben diesen klassischen Anwendungen nutzen immer mehr Gäste auch
die Reha-, Gesundheits-, Vorbeugungs- und Wellness-Programme.

Prameny - Quellen

Mariánské Lázně nabízí tradiční lázeňství zá-
ložené na přírodních léčivých zdrojích. Základní
bohatství města Mariánské Lázně jsou
minerální prameny. V širším okolí jich vyvěrá
více než 100 a ve městě samotném kolem 40.
Těsné sousedství velmi rozdílných pramenů je
geologickou zvláštností. Díky tomu nabízí
Mariánské Lázně velmi pestrou indikaci:

**Nemoci pohybového ústrojí / Nemoci ledvin
a močových / Nemoci dýchacích ústrojí / Metabolická onemocnění (obe-
zita, dna, zácpa, diabetes mellitus, hyperlipoproteinémie) / Gynekologická
onemocnění včetně léčby neplodnosti / Onkologická onemocnění.**

Teplota pramenů se pohybuje od 7 °C do 10 °C, jsou to tedy typově tzv.
studené kyselky. V rámci léčby jsou minerální
prameny využívány také k inhalacím a mine-
rálním koupelím.

Marienbad - Kurwesen und Quellen
Marienbad bietet ein traditionelles, auf den
Naturheilquellen basierendes Kurwesen an.
Das grundlegende Reichthum der Stadt Mari-
enbad sind die Mineralquellen. In der weiteren
Umgebung sprudeln mehr als 100 Quellen und in der Stadt selbst etwa
40 Quellen an die Erdoberfläche. Die unmittelbare Nachbarschaft sehr
unterschiedlicher Quellen ist eine geologische Besonderheit. Aufgrund die-
ser Umstände hat Marienbad eine sehr vielfältige Indikation anzubieten:
**Krankheiten des Bewegungsapparates / Krankheiten der Nieren und der
Harnwege / Krankheiten der Atmungsorgane
/ Stoffwechselerkrankungen (Fettsucht, Gicht,
Verstopfung, Diabetes mellitus, Hyperlipoprotein-
ämie) / gynäkologische Erkrankungen,
einschließlich der Behandlung der Unfrucht-
barkeit / onkologische Erkrankungen.**

Die Temperatur der Quellen liegt von 7 °C bis
10 °C, wobei es sich vom Typ her um sog. kalte
Sauerbrunnen (auch "Säuerlinge" genannt)
handelt. Im Rahmen der Therapie werden die Mineralquellen auch zu
Inhalationen und zu Mineralbädern genutzt.

INFORMACE • INFOZENTRUM
Hlavní 47, 353 01 Mariánské Lázně
☎ +420/354 622 474; e-mail: info@centrum@kisim.cz
www.muml.cz

www.marianskkelazne.cz

Prameny - 3. vydání / 3. Nachdruck 2016. MPA/ALK s.r.o. - NEPROJEKČNÍ ÚNIVERZITÄT
Foto: M. P. A. N. S. o., Město Mariánské Lázně, agentura Cezei Kouroun, Zvířetník
Léčebné lázně Mariánské Lázně, o.s. - www.marianskkelazne.cz, Hotel Kolonádě s.r.o.
Veřej. společnost Lázeňská lázeň Mariánské Lázně, o.s., Město Mariánské Lázně

LEČIVÁ PŘÍRODNÍ SÍLA • HEILENDE NATURKRAFT

**MARIÁNSKÉ
LÁZŇĚ
MARIENBAD**

Great Spas
of Europe
CANDIDATE FOR WORLD HERITAGE STATUS

Lázeňství a prameny

☞ Léčivé prameny • Lázeňské procedury
Ostatní přírodní zdroje

☞ Kurwesen und Quellen
Heilquellen • Spa-Behandlungen
Sonstige natürliche Ressourcen

Spa/Wellness/Entspannung und 2 Europäische Hotels pro
regionale Entwicklung. Gefördert von der Europäischen Union
aus dem Europäischen Fonds für regionale Entwicklung.
Investition in die Zukunft.

Léčivé prameny

Nejvýznamnější minerální prameny Mariá-
nských Lázní využíváme k léčebným procedurám.

Křížový pramen – je jedním z nejstarších a nej-
dříve využívaných pramenů, využívá se především
u onemocnění trávicího ústrojí a u aller-
gických onemocnění.

Ferdinandův pramen – je vhodný zejména pro léčbu
nemoci trávicího ústrojí a metabolismu. Výrazně
slaná chuť, silně mineralizovaný.

Ambrožův pramen – slabě mineralizovaný pramen, který se pro vysoký
obsah železa využívá u některých forem chudokrevnosti a pro také při on-
emocnění močových cest.

Karolinin pramen – má vyšší obsah hořčiku a využívá se
při různých urologických onemocněních a při léčbě
ledvinových kamenů.

Lesní pramen – má nízký obsah železa, je vhod-
ný pro léčbu různých onemocnění trávicího ústrojí.
Dále se využívá při onemocnění horních cest dýchacích. Je vhodný k léčbě
některých urologických chorob (např. močových kamenů z kyseliny močové).

Rudolfův pramen – používá se u chorob ledvin
a močových cest, má také protizánětlivé účinky a užívá
se při zánětech močových cest. Ide o přírodní kyselku
s vysokým obsahem vápníku a hořčiku. Proto je tato
voda vhodná zejména pro seniory.

Balbinův pramen – využívá se k minerálním koupelím,
pro pitnou léčbu se nepoužívá, lze ho používat jako stolní minerální vodu,
která je vhodná pro harmonii těla.

Další významné prameny – Alexandrin pramen / Antoničkův pramen / Pra-
men Edvarda VII. / Pramen Augustin / Medvědí pramen / Přelátův pramen
Pramen Hamelika / Farská kyselka.

Na lázeňskou proměněnou jsou svedeny nejvýznamnější léčivé prameny,
celoročně přístupné v pavilonu Křížového pramene, denně 6–18 hod.
Zur Kolonáde sind die wichtigsten Heilquellen zusammengeführt, die im
Pavillon der Kreuzquelle, täglich von 6–18 Uhr, ganzjährig zugänglich sind.

Heilquellen

Die wichtigsten Mineralquellen von Mariánské
Lázně (Marienbad), die zu den Heilprozeduren
ausgenutzt werden.

Kreuzquelle – Sie ist eine der ältesten und auch
am längsten genutzten Quellen und vor allem bei
Erkrankungen des Verdauungstrakts und bei
Allergierkrankungen im Zusammenhang mit Verdauungsstörungen zu
empfehlen. Stark mineralisiert mit der abführenden Wirkung.

Ferdinandquelle – Sie ist vor allem für die Behandlung der Krankheiten des
Verdauungstrakts und des Metabolismus geeignet. >
Markant salziger Geschmack, stark mineralisiert.

Ambrosiusquelle – eine schwach mineralisierte Quelle,
die wegen des hohen Eisengehalts bei einigen Formen
der Blutanämie (Anämie) und auch bei Erkrankungen der
Harnwege Anwendung finden.

Karolinquelle – Sie hat einen höheren Gehalt an Magnesium und wird bei
verschiedenen urologischen Erkrankungen und bei der Behandlung von
Nierensteinen genutzt.

Waldquelle – alkalisiert in milder Weise den Mageninhalt, sie ist zur Behan-
dung verschiedener Erkrankungen des Verdauungstrakts geeignet. Ferner
wird sie bei Erkrankungen der oberen Atemwege verwendet. Sie ist auch zur
Behandlung einiger urologischer Krankheiten (z.B. von Harnsteinen aus der
Harnsäure) geeignet.

Rudolfquelle – Sie wird bei Erkrankungen der Nieren und der Harnwege
genutzt, hat auch entzündungshemmende Wirkungen und wird bei Entzün-
dungen der Harnwege verwendet. Es handelt sich um einen natürlichen
Säuerling mit einem Kalzium- und Magnesiumgehalt. Deshalb ist dieses
Wasser vor allem für Senioren geeignet.

Balbinquelle – wird zu Mineralbädern ausgenutzt. >
zur Trinkkur nicht benutzt, man kann es als Tafel-
mineralwasser verwenden, das zur körperlichen Har-
monie geeignet ist.

Weitere Quellen – Alexandrinquelle / Antoniusquelle
Edvard VII. Quelle / Augustinsquelle / Bärenquelle / Prälatenquelle
Quelle Hamelika / Pflarsäuerung

Pavillon Lesního pramene vykresluje přírodní pohodu lázeňských parků.
Der Pavillon der Waldquelle zeichnet die Behaglichkeit der Kurparkanlagen.

Ostatní přírodní zdroje

Marin pramen – dal název samotnému láze-
ňskému městu. Tento pramen je ve skutečnosti
výběrem přírodního plynu oxidu uhlíkatého a jako
takový je využíván k plynovým injekcím využí-
vaných u onemocnění kloubů, páteře a ische-
mické choroby srdce; na suché plynové
koupele, díky kterým dochází ke snížení krevního tlaku, ke lepší činnosti
srdce a prokrvení dolních končetin.

Peloidy – jedná se o slatiny, rašeliny a další bahna,
která se nacházejí v okolí pramenů. Po určité úpravě
a ohřevu (většinou na teplotu 40 °C) se používají na
obklady, které trvají 20 až 30 minut. Slatinné
zábalý se užívají při chorobách pohybového aparátu, u
gynekologických onemocnění a nemoci dýchacích cest.

Sonstige natürliche Ressourcen

Marienquelle – Sie gab der Kurstadt selbst ihren Namen. Diese Quelle ist
in Wirklichkeit eine Sprudelquelle des natürlichen
Gases Kohlendioxid und wird als solche verwendet
für Gasinjektionen bei Erkrankungen der Gelenke und
der Wirbelsäule sowie für trockene Gasbäder bei is-
chämischen Herzkrankheiten, welche die Senkung des
Blutdrucks fördern und zur Verbesserung der Herztätig-
keit und zur Durchblutung der unteren Extremitäten beitragen.

Peloide – Es handelt sich um Moore, Torfe und weitere Schlammte, die sich
in der Umgebung der Quellen befinden. Nach einer ge-
wissen Aufbereitung und Erwärmen (zumeist auf eine
Temperatur von 40 °C) werden sie als Umschläge und
Packungen benutzt, die 20 bis 30 Minuten dauern. Die
Moospackungen finden bei Erkrankungen des Bewe-
gungsapparates, bei gynäkologischen Erkrankungen
und bei den Krankheiten der Atemwege ihre Anwendung.

Kolonáde Ferdinandquelle prameny reprezentuje čistý klasizistní styl láze-
ňských staveb 19. století.
Die Kolonáde der Ferdinandquelle repräsentiert den reinen klassizisti-
schen Stil der Kurbauten des 19. Jahrhunderts.

BIBLIOGRAFICKÉ ÚDAJE

Jméno autora: Adéla Jirušová

Obor: Management cestovního ruchu

Forma studia: kombinované studium

Název práce: Analýza lázeňského cestovního ruchu v oblasti Mariánské Lázně a jeho atraktivita pro české a zahraniční občany

Rok: 2016

Počet stran textu bez příloh: 60

Celkový počet stran příloh: 9

Počet titulů českých použitých zdrojů: 16

Počet titulů zahraničních použitých zdrojů: 2

Počet internetových zdrojů: 15

Vedoucí práce: Ing. Jiří Sysel, Ph.D.