

Ekonomické přínosy lázeňského cestovního ruchu pro město Janské Lázně

Bakalářská práce

Vedoucí práce:

doc. JUDr. Ing. Oldřich Tvrdoň, CSc.

Adéla Hanyšová

Brno 2017

Na tomto místě bych ráda poděkovala vedoucímu mé bakalářské práce doc. JUDr. Ing. Oldřichu Tvrdoňovi, CSc. za odborné vedení, cenné rady a především poskytnutý čas, který mi věnoval při konzultacích bakalářské práce. Poděkování patří i mé rodině, která mě při psaní bakalářské práce podporovala.

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že jsem tuto práci: **Ekonomické přínosy lázeňského cestovního ruchu pro město Janské Lázně** vypracovala samostatně a veškeré použité prameny a informace jsou uvedeny v seznamu použité literatury. Souhlasím, aby moje práce byla zveřejněna v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb., o vysokých školách ve znění pozdějších předpisů, a v souladu s platnou *Směrnicí o zveřejňování vysokoškolských závěrečných prací*.

Jsem si vědoma, že se na moji práci vztahuje zákon č. 121/2000 Sb., autorský zákon, a že Mendelova univerzita v Brně má právo na uzavření licenční smlouvy a užití této práce jako školního díla podle § 60 odst. 1 autorského zákona.

Dále se zavazuji, že před sepsáním licenční smlouvy o využití díla jinou osobou (subjektem) si vyžádám písemné stanovisko univerzity o tom, že předmětná licenční smlouva není v rozporu s oprávněnými zájmy univerzity, a zavazuji se uhradit případný příspěvek na úhradu nákladů spojených se vznikem díla, a to až do jejich skutečné výše.

V Brně dne 21. května 2017

Abstract

Hanyšová, A. *Economic benefits of spa tourism for the town of Janské Lázně*. Bachelor's Thesis. Brno: Mendel University in Brno, 2017.

This bachelor thesis is focused on economic benefits of spa tourism for the town of Janské Lázně. Review of literature describes tourism and related terms, spa and its benefits, basic economic indicators and marketing in spa tourism. In the practical part there is an assessment of the tourism potential in Janské Lázně, analysis of economic benefits through local fees, employment and economic results of the State Health Spa, Janské Lázně, a questionnaire survey focused on the quality of spa services and SWOT analysis. Conclusion contains recommendations for increasing the economic benefits for the town of Janské Lázně.

Keywords

Tourism, spa tourism, spa, spa industry, spa care, economic benefits, State Health Spa, Janské Lázně.

Abstrakt

Hanyšová, A. *Ekonomické přínosy lázeňského cestovního ruchu pro město Janské Lázně*. Bakalářská práce. Brno: Mendelova univerzita v Brně, 2017.

Bakalářská práce se zabývá ekonomickými přínosy lázeňského cestovního ruchu pro město Janské Lázně. V literární rešerši je vymezen cestovní ruch a pojmy s ním spojené, lázeňství a jeho přínosy, základní ekonomické ukazatele a marketing v lázeňském cestovním ruchu. V praktické části se nachází zhodnocení potenciálu cestovního ruchu Janských Lázní, analýza ekonomických přínosů prostřednictvím místních poplatků, zaměstnanosti a ekonomických výsledků Státních léčebných lázní, Janských Lázní, dotazníkové šetření zaměřené na kvalitu lázeňských služeb a SWOT analýza. V závěru jsou navržena doporučení vedoucí ke zvýšení ekonomického přínosu pro město Janské Lázně.

Klíčová slova

Cestovní ruch, lázeňský cestovní ruch, lázně, lázeňství, lázeňská péče, ekonomický přínos, Státní léčebné lázně, Janské Lázně.

Obsah

1	Úvod	13
2	Cíl práce a metodika	14
2.1	Cíl práce.....	14
2.2	Metodika	14
2.3	Cestovní ruch.....	16
2.3.1	Význam cestovního ruchu.....	16
2.3.2	Přínosy cestovního ruchu.....	17
2.3.3	Formy cestovního ruchu.....	17
2.3.4	Účastníci cestovního ruchu.....	18
2.3.5	Potenciál cestovního ruchu	18
2.4	Lázeňský cestovní ruch	19
2.4.1	Základní pojmy využívané v oblasti lázeňství.....	20
2.4.2	Přínosy lázeňského cestovního ruchu.....	20
2.4.3	Typologie lázeňských míst.....	22
2.4.4	Účastníci lázeňského cestovního ruchu.....	22
2.4.5	Druhy lázeňských pobytů.....	22
2.4.6	Služby lázeňského cestovního ruchu	23
2.4.7	Finanční toky v lázeňství.....	27
1.	Finanční vstupy do lázeňství.....	27
2.	Finanční přínosy lázeňství.....	27
2.5	Základní ekonomické ukazatele.....	28
2.5.1	Výnosy	28
2.5.2	Náklady.....	29
2.5.3	Výsledek hospodaření	29
2.5.4	Rozvaha	30
2.5.5	Výkaz zisku a ztráty.....	30
2.6	Marketing v lázeňském cestovním ruchu	30
2.6.1	Marketingový mix cestovního ruchu	31

2.6.2	Marketingový výzkum.....	33
2.6.3	SWOT analýza.....	33
3	Vlastní práce	35
3.1	Základní informace o Janských Lázních	35
3.1.1	Potenciál cestovního ruchu	35
1.	Lokalizační faktory	35
1.1.	Podmínky přírodního charakteru.....	36
3.2	Státní léčebné lázně, Janské Lázně	40
3.2.1	Poskytované služby	40
3.2.2	Léčba v Janských Lázních.....	41
3.2.3	Typy lázeňské péče v Janských Lázních	41
3.3	Ubytování a stravování ve státních léčebných lázních, Janských Lázních	42
3.3.1	Ubytovací služby.....	42
3.3.2	Stravovací služby.....	44
3.4	Obsazenost lázeňských domů.....	44
3.5	Ekonomická analýza přínosu lázeňského cestovního ruchu pro město Janské Lázně	45
3.5.1	Poplatky placené v rámci lázeňských služeb.....	45
3.5.2	Podíl místních poplatků na rozpočtu města Janské Lázně.....	47
3.5.3	Lázeňství jako zdroj pracovních a podnikatelských příležitostí.....	48
3.5.4	Ekonomické výsledky lázní	49
3.5.5	Analýza výnosů	50
3.5.6	Analýza nákladů.....	51
3.5.7	Analýza vybraných poměrových ukazatelů	52
3.6	Vyhodnocení a interpretace dotazníkového šetření	54
3.6.1	Informovanost klientů o Janských Lázních	55
3.6.2	Kvalita a úroveň poskytovaných služeb v lázeňských objektech	56
3.6.3	Shrnutí dotazníkového šetření	60
3.7	SWOT analýza Janských Lázních	61
4	Diskuze a závěr	63
5	Seznam použitých zdrojů	65

6	Seznam obrázků	69
7	Seznam tabulek	70

1 Úvod

Cestovní ruch je společenský a ekonomický fenomén, který silně ovlivňuje současnou společnost. Představuje rychle rostoucí sektor národní ekonomiky, na kterém se podílí velké množství subjektů. Cílem je uspokojit přání a potřeby účastníků cestovního ruchu, kteří přispívají k růstu hrubého domácího produktu a podporují ekonomiku dané země. Také místní obyvatelé vnímají cestovní ruch jako potenciál pro zdroj příjmů, tvorbu nových pracovních míst a příležitosti dalšího rozvoje regionu.

Jednou z významných a nejstarších forem cestovního ruchu je lázeňsko-léčebná forma cestovního ruchu, jejíž rozvoj spadá do 18. až 20. století. V současné době zaujímá v České republice nezastupitelné místo, což je dáno zejména vysoce kvalitní lékařskou péčí, dlouholetou tradicí, stabilitou lázeňských zařízení a neustále se zlepšujícími rehabilitačními a léčebnými metodami.

Bohatství přírodních léčivých zdrojů je základním principem existence Státních léčebných lázní, Janských Lázní, které pro samotné město představují významné ekonomické přínosy.

2 Cíl práce a metodika

2.1 Cíl práce

Hlavním cílem bakalářské práce je vyhodnotit ekonomické přínosy lázeňského cestovního ruchu pro město Janské Lázně. Posoudit potenciál cestovního ruchu města, provést rozbor současného vývoje cestovního ruchu Janských Lázní a jeho dopady na rozvoj města. Dílčím cílem je posoudit úroveň propagačních materiálů a spokojenost návštěvníků se službami cestovního ruchu ve vybraných objektech.

Na základě zjištěných výsledků a SWOT analýzy navrhnout opatření, která pomohou zvýšit atraktivitu a především ekonomickou situaci města Janské Lázně.

2.2 Metodika

Na základě příslušné odborné literatury bude nejprve zpracována literární rešerše, která se zabývá teoretickými poznatky cestovního ruchu, lázeňstvím a jeho ekonomickými přínosy, základními ekonomickými ukazateli a marketingem v lázeňském cestovním ruchu.

K vypracování vlastní práce budou využity poznatky z literární rešerše a materiály poskytnuté samotnými lázněmi. V úvodu bude nejprve posouzen potenciál cestovního ruchu Janských Lázní a následně budou představeny Státní léčebné lázně, Janské Lázně včetně poskytovaných služeb, nabízené lázeňské péče a ubytovacích a stravovacích služeb. Pomocí výpočtu lůžkodnů bude provedena analýza obsazenosti lázeňských domů za roky 2012-2015.

Důležitou částí bude statistické zpracování ekonomických dat do tabulek a grafů jako přehled změn v příjmech z místních poplatků souvisejících s lázeňskými službami, zaměstnanosti a výsledku hospodaření Státních léčebných lázní, Janských Lázní v letech 2012-2015. Pomocí získaných výsledků budou vyhodnoceny ekonomické přínosy lázeňského cestovního ruchu pro město Janské Lázně. Ekonomická analýza bude obsahovat výpočet následujících poměrových ukazatelů:

1. Ukazatele platební schopnosti

- Čistý pracovní kapitál = *oběžná aktiva* – *krátkodobé závazky*
- Pracovní kapitál k hodnotě celkových aktiv = $\frac{\text{pracovní kapitál}}{\text{aktiva celkem}}$
- Solventnost = $\frac{\text{oběžná aktiva}}{\text{krátkodobé závazky}}$
- Pohotová likvidita = $\frac{\text{oběžná aktiva} - \text{zásoby}}{\text{krátkodobé závazky}}$

2. Ukazatele struktury zdrojů

- Finanční nezávislost = $\frac{\text{vlastní kapitál}}{\text{aktiva celkem}}$
- Celková zadluženost = $\frac{\text{cizí zdroje}}{\text{aktiva celkem}}$

- Běžná zadluženost = $\frac{\text{krátkodobé závazky}}{\text{aktiva celkem}}$
- Dlouhodobá zadluženost = $\frac{\text{dlouhodobé závazky}}{\text{aktiva celkem}}$

3. Ukazatele rentability

- Rentabilita podniku = $\frac{\text{zisk}}{\text{celkový kapitál}}$
- Rentabilita vlastního kapitálu = $\frac{\text{zisk}}{\text{vlastní kapitál}}$
- Rentabilita výnosů a tržeb = $\frac{\text{zisk}}{\text{výnosy}}$
- Rentabilita aktiv = $\frac{\text{zisk}}{\text{aktiva}}$
- Rentabilita cizích zdrojů = $\frac{\text{zisk}}{\text{cizí zdroje}}$

4. Ukazatele ekonomické aktivity

- Obrat celkového kapitálu = $\frac{\text{tržby}}{\text{celkový kapitál}}$
- Obrat oběžných aktiv = $\frac{\text{tržby}}{\text{oběžná aktiva}}$
- Doba obratu pohledávek = $\frac{\text{průměrný stav pohledávek}}{\text{průměrné denní tržby}}$, kdy průměrné denní tržby = $\frac{\text{tržby}}{365}$
- Doba obratu krátkodobých závazků = $\frac{\text{krátkodobé závazky}}{\text{průměrné denní tržby}}$

5. Ukazatele produktivity práce

- Produktivita práce k tržbám = $\frac{\text{tržby}}{\text{průměrný počet zaměstnanců}}$
- Produktivita práce z přidané hodnoty = $\frac{\text{přidaná hodnota}}{\text{průměrný počet zaměstnanců}}$
- Osobní náklady k přidané hodnotě = $\frac{\text{osobní náklady}}{\text{přidaná hodnota}}$

(Synek, 2011)

Součástí vlastní práce je také dotazníkového šetření zaměřené na kvalitu lázeňských služeb. Výsledky budou získány prostřednictvím dotazníků v tištěné podobě metodou osobního dotazování a následně zpracovány pomocí programu MS Office Excel.

Na závěr této části bude zpracována SWOT analýza města Janské Lázně, na jejichž základě budou zpracovány strategie vedoucí ke zvýšení ekonomických přínosů.

2.3 Cestovní ruch

Cestovní ruch je odvětví, které se vztahuje k tvorbě HDP, značně působí na spotřebu obyvatelstva, rozvoj území, tvorbu nových pracovních míst, životní prostředí a podnikatelský sektor. Z těchto důvodů by měla každá země k cestovnímu ruchu přistupovat jako k významné složce národního hospodářství a snažit se tak o jeho pozitivní rozvoj. (Benešová, Kruisová, 2013)

Podle Rygllové, Buriana a Vajčnerové (2011) je nutné na cestovní ruch nahlížet ze dvou směrů. První směr se týká uspokojování lidských potřeb, tedy oblast spotřeby. Druhý směr se vztahuje k ekonomice společnosti, tedy vytváření zdrojů pro společnost, podnikatelskou sféru a municipální rozpočty.

Horner a Swarbrooke (1996) uvádí, že se nejedná o samostatné odvětví ekonomiky, ale o aktivity představující výsledek služeb jiných odvětví, jako je doprava, ubytování, stravování a kulturní vyžití.

Z literárních pramenů jsem vybrala definici cestovního ruchu podle světové organizace UNWTO (1995), použitou v publikaci Rygllové, Buriana a Vajčnerové (2011, s. 18), která cestovní ruch charakterizuje jako *„činnost osoby cestující na přechodnou dobu do místa mimo její běžné životní prostředí, a to na dobu kratší, než je stanoveno, přičemž hlavní účel její cesty je jiný než vykonávání výdělečné činnosti v navštíveném místě.“*

Charles R. Goeldner a J. R. Brent Richie (2014) zkoumají cestovní ruch z pohledu firmy, která nabízí návštěvníkům zboží, z pohledu turisty a také hostitelské komunity. Cestovní ruch vymezují jako soubor aktivit, potřebných služeb a různých odvětví, která uspokojují přání a potřeby účastníků a tím nabízí cestovní zážitky, mezi které patří především využití materiálně-technické základny a s tím spojených služeb.

2.3.1 Význam cestovního ruchu

Cestovní ruch je dynamickým národohospodářským odvětvím. Význam lze nalézt ve třech základních rovinách:

- osobní,
- mezinárodní a společensko-politické,
- ekonomické.

Osobním významem se rozumí, že cestovní ruch obohacuje účastníky o nové poznatky a zážitky a umožňuje odpočinek.

V mezinárodním a společensko-politickém charakteru se jedná především o prohlubování mezinárodních vztahů, poznání cizích kultur, tradic a zvyků.

Ekonomický význam je rozhodující pro získání finančních prostředků na úrovni státu, i v každém ekonomickém subjektu, který pro cestovní ruch vytváří optimální podmínky. Zajišťuje devizové příjmy, čímž se zvyšuje životní úroveň obyvatelstva, pozitivně působí na tvorbu HDP, platební bilanci státu, investiční činnost a příjmy do rozpočtů. Z celospolečenského ekonomického hlediska je významné, že vytváří nová pracovní místa a tedy zvyšuje zaměstnanost. (Mill, Morrison, 2012)

2.3.2 Přínosy cestovního ruchu

Přínosy cestovního ruchu můžeme vymezit na úrovni národohospodářské, regionální a podnikatelské.

1. Přínosy ekonomické na úrovni národohospodářské

- Zvyšování zaměstnanosti obyvatel příslušné kvalifikace v hotelových zařízeních, restauracích, dopravě, kancelářích cestovního ruchu a dalších službách obsluhujících cestovní ruch.
- Získání finančních prostředků z výdajů turistů promítajících se do národní nebo regionální ekonomiky v podobě výnosů.
- Vybírání daní a poplatků spojených s realizací cestovního ruchu.
- Účast cestovního ruchu jako odvětví národního hospodářství na tvorbě hodnot ve formě přidané hodnoty HDP a tím zvyšování příjmů a celkové bohatství státu.
- Získání přínosu do státního rozpočtu prostřednictvím daní, nebo příjmů pro regionální rozpočty, případně rozpočty místní formou poplatků souvisejících s cestovním ruchem. (Nejdl, 2011)

2. Podnikatelský pohled na cestovní ruch

Podnikatelský pohled na cestovní ruch spočívá ve společné nabídce produktů cestovního ruchu prostřednictvím destinačního managementu, který jako celek pružněji reaguje na poptávku účastníků cestovního ruchu. Takové nabídky lze docílit společnou spoluprací a partnerstvím s vysokým počtem zainteresovaných subjektů cestovního ruchu v regionálních, samosprávních a státních strukturách. (Foret, Foretová, 2001)

Podle Nejdl (2011) může jít o dva hlavní druhy spolupráce:

2.1. Spolupráce mezi podnikatelskými subjekty

- Stejnorodou spoluprací využívají např. hotely tím, že mají společnou dopravu a přepravu osob a jejich doplňkových potřeb.
- Různorodá spolupráce se projevuje např. mezi leteckými společnostmi, hotely a dopravními službami.
- Různé odbory, např. hotel s obchodními řetězci.

2.2. *Spolupráce mezi veřejným a podnikatelským sektorem* – jedná se především o rozvoj cestovního ruchu v destinaci pomocí dopravních sítí, výstavbou infrastruktury, dostupností ke kulturním památkám a hotelům.

2.3.3 Formy cestovního ruchu

Podle Rygllové, Buriana a Vajčnerové (2011) mezi základní formy cestovního ruchu patří:

- **Rekreační cestovní ruch** – cílem je relaxace, reprodukce a zlepšení fyzického a duševního stavu člověka.

- **Kulturně poznávací cestovní ruch** – cílený zejména na poznání historie, kultury, tradic a zvyků, architektury a památek, přírodních zajímavostí (jeskyně, vodopády, pouště), ale i na návštěvy společenských akcí (hudební či divadelní festivaly, ceremoniály).
- **Sportovně-turistický cestovní ruch** – může být spojen s aktivní ale i pasivní účastí na sportovně-turistických akcích.
- **Léčebný a lázeňský cestovní ruch** – forma cestovního ruchu, která se zaměřuje na léčbu, odpočinek a relaxaci.

2.3.4 Účastníci cestovního ruchu

Účastníkem neboli subjektem cestovního ruchu je každý jedinec, který spotřebovává statky cestovního ruchu v rámci cestování a tím uspokojuje svá přání a potřeby. Stává se z něj tedy nositel poptávky a zároveň spotřebitel určitého produktu cestovního ruchu. (Hesková, 2011) Rozeznáváme čtyři kategorie účastníků cestovního ruchu:

- **Turista** – návštěvník, který se v dané destinaci zdrží na dobu zahrnující minimálně jedno přenocování.
- **Výletník** – jednodenní návštěvník, který v dané destinaci nepřenocuje.
- **Návštěvník** – osoba, která cestuje do jiné země mimo místo svého trvalého bydliště na období, které nepřekračuje 12 měsíců.
- **Rezident** – osoba, která žije v dané zemi minimálně jeden rok.

Samostatnou skupinou je pak ještě **tranzitní návštěvník**, který se zastaví v dané zemi při průjezdu do jiného cíle své cesty. (Beránek a kol., 2013)

2.3.5 Potenciál cestovního ruchu

Pásková a Zelenka (2012, s. 433) vymezují potenciál cestovního ruchu jako „*souhrnnou hodnotu všech předpokladů cestovního ruchu, při jeho kvantitativním hodnocení oceněnou na základě bodovací škály, sníženou o zápornou hodnotu negativních faktorů rozvoje cestovního ruchu*“

Podle Vavrečkové a Škrobálkové (2013) musí daná destinace vykazovat určité faktory pro existenci a rozvoj cestovního ruchu. Základními předpoklady rozvoje cestovního ruchu, které se podílí na tvorbě a aktivaci turistického potenciálu území jsou **lokalizační, selektivní** a **realizační** faktory.

Lokalizační faktory vyjadřují vhodnost dané oblasti pro rozvoj cestovního ruchu tak, aby uspokojily požadavky možných turistů. Zahrnují podmínky přírodního a společenského charakteru, které jsou základem pro rozhodnutí o funkčním využití konkrétní oblasti. (Hrala, 2005)

- **Přírodní atraktivita** – přirozené prostředí může do značné míry představovat limitující faktor rozvoje cestovního ruchu v daném místě, zejména proto, že určuje kvalitu životního prostředí a také užitečnost pro jeho využití. Konkrétně se jedná o faunu, flóru, přírodní atraktivita, strukturu krajiny, vodstvo, klimatické podmínky a reliéf. (Hrala, Šafařík, 2013)

- **Podmínky společenského charakteru** – atraktivita vytvořené člověkem, které představují klíčovou složku podílející se na rozvoji cestovního ruchu v destinaci. Jejich význam a použitelnost je vyšší, pokud jsou lokalizovány v oblastech, které jsou funkčně využívány jinými formami cestovního ruchu. Konkrétně hovoříme o kulturních a historických památkách, slavnostech, muzeích, kulturních akcích a zařízeních. (Vystoupil, Šauer a kol., 2011)

Selektivními faktory jsou zdroje, předpoklady a podněty, které ovládají rekreační a turistické procesy (Toušek, Kunc a Vystoupil, 2008). Jedná se o faktory, které podněcují vznik a rozvoj cestovního ruchu v dané destinaci. Dále určují, zda do dané oblasti někdo přijede a pokud přijede, tak v jaké konkrétní sestavě. Selektivní faktory lze rozdělit na subjektivní a objektivní. (Ryglová, Burian, Vajčnerová, 2011)

- **Subjektivní faktory** – vzhledem k tomu, že každý turista preferuje a očekává něco jiného, mají subjektivní faktory velký význam. Zahrnují zejména marketingové a psychologické faktory.
- **Objektivní faktory** – tyto faktory lze dále rozdělit na ekonomické, politické, demografické a administrativní. Turisté se zaměřují především na mírovou strukturu dané destinace, politický systém a jeho stabilitu. (Hrala, Šafařík, 2013)

Realizační faktory zahrnují soubor aktivit a služeb, které musí být přidány do existujících lokalizačních faktorů, aby byly funkční z hlediska cestovního ruchu (Foret, Foretová, 2001).

Jedná se o faktory, které zahrnují dopravu a materiálně-technickou základnu. Což znamená především dostupnost turistických destinací a poté jejich využití prostřednictvím nabízených služeb, jako jsou služby stravovací, ubytovací a další zařízení. V této souvislosti jsou nejdůležitější následující faktory: dostatečná kapacita, odpovídající nabídka a kvalita služeb. (Ryglová, Burian a Vajčnerová, 2011)

2.4 Lázeňský cestovní ruch

Lázeňský cestovní ruch je jednou z dílčích částí cestovního ruchu a jeho součástí je lázeňství, které se zaměřuje na poskytování lázeňské péče v rámci podnikatelské činnosti. Lázeňství je obor využívající další složky, jako je ubytování, stravování a jiná zařízení, která se v lázeňském místě nachází. Poskytovanými službami, které zahrnují různé techniky, procedury a především přírodní léčivé zdroje, umožňuje zlepšení zdravotního stavu obyvatelstva. Kromě léčebné funkce má pozitivní dopad na ekonomiku, rozvoj regionu a doprovodné služby, což vede k tvorbě nových pracovních míst. (Indrová, 2007)

Pásková a Zelenka (2012, s. 304) definují lázeňství jako „*souhrn aktivit, specifické infrastruktury a lidských zdrojů v oblasti poznání a praxe zaměřený na znalost přírodních léčivých zdrojů a realizaci technik a procedur pro léčení různých somatických, psychosomatických i psychických problémů. Souhrnným cílem lázeňství je prevence a léčení lidských chorob, regenerace sil a relaxace.*“

Attl a Nejdrl (2004) dělí zdravotně orientovaný cestovní ruch na lázeňský a zdravotní cestovní ruch. Přičemž lázeňství lze realizovat především v místech, kde se nachází přírodní léčivé zdroje. Pobyt v lázních se týká zejména odborné lékařské péče, která zahrnuje léčení nemocí, rekonvalescenci a prevenci nemocí. V dnešní době se ale soustředí také na celkovou relaxaci a rehabilitaci návštěvníků, což se naopak přibližuje zdravotnímu turismu. Ten lze realizovat i v místech, která disponují vhodným prostředím a vybaveností, ale výskyt přírodních léčivých zdrojů zde není nutný.

Předpoklady, které je nutné splnit, aby mohl lázeňský cestovní ruch v destinaci existovat, jsou podle Indrové (2007) následující:

- oblast by měla disponovat přírodními léčivými zdroji,
- nutné je vybavení lázeňsko-léčebným zařízením,
- existence dalších důležitých složek materiálně technické základny, což jsou především ubytovací a stravovací kapacity,
- funkční infrastruktura destinace,
- patřičné estetické a přírodní prostředí,
- možnosti společensko-kulturního a sportovního vyžití.

2.4.1 Základní pojmy využívané v oblasti lázeňství

Lázně lze charakterizovat jako určité místo, kde se uskutečňuje lázeňský cestovní ruch a to z hlediska geografického, dále jako hospodářský subjekt a nakonec i jako objekt, kde se poskytují služby (Benešová, Kruisová, 2013).

Lázeňská péče je soubor zdravotních činností, které jsou poskytovány v léčebných lázních s využitím přírodních léčivých zdrojů. (Knop, 1999)

Lázeňský statut je dokument vymezující rozsah poskytovaných služeb v lázeňských domech a dalších objektech, které slouží lázeňskému provozu. Samostatnou částí je **léčebný program**, jehož cílem je stanovit rozsah léčebného režimu a metod poskytovaných v souladu s ubytováním a stravováním. (Seifertová, 2003)

Léčebný průkaz je identifikační průkaz, který klienti obdrží ihned po vstupní prohlídce. Na jeho základě se kontroluje evidence pro pojišťovnu a lázeňské zařízení. Dále slouží k poskytování předepsaných léčebných procedur, které jsou evidovány způsobilým zdravotnickým personálem.

Léčebné procedury jsou pacientům přiděleny především na základě jejich aktuálního zdravotního stavu a dostupnosti přírodních léčivých zdrojů, případně jejich objednávek. V případě úhrady pobytu pacienta zdravotní pojišťovnou se udává celkový počet procedur na jednoho pacienta. (Jandová, 2009)

2.4.2 Přínosy lázeňského cestovního ruchu

Lázeňství je rozsáhlý soubor ekonomických činností a různých odvětví, které svými výkony tvoří optimální materiální podmínky pro realizaci lázeňské léčby a tím uspokojují potřeby a přání jednotlivců i celé společnosti. (Dědina, 2004) Z ekonomického hlediska je významným prostředkem pro příjmy měst, státu či regionu.

1. Ekonomické přínosy

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

Ekonomiku lázeňství ovlivňuje několik faktorů, jako je význam lázeňského místa pro oblast léčby a pro cestovní ruch, jeho tradice a rozloha, úroveň kvality materiálního vybavení a infrastruktury, unikátnost přírodních zdrojů a spolupráce vedení obcí a firem. Lázeňství je z ekonomického hlediska významným prostředkem pro příjmy státu či regionu. Svými aktivitami:

- posiluje přímou i nepřímou zaměstnanost, tvorbu zdrojů kapitálu a rozvoj řemesel,
- je významným zdrojem peněžních prostředků ve formě výplaty za poskytnuté služby v lázeňských domech, služby, které souvisí s poskytováním lázeňské péče,
- vyvolává podnikatelské činnosti a investiční aktivity,
- odvádí daně a poplatky fyzických i právnických osob,
- účastní se tvorby hrubého domácího produktu,
- je zdrojem devizových příjmů ze zahraničního cestovního ruchu. (Benešová, Kruisová, 2013)

2. Mimoekonomické přínosy

Mimoekonomické přínosy spočívají ve zvýraznění území lázní a lázeňských domů jako zdroje transformace na přínosy ekonomické.

Pro návštěvníky lázní představují především zlepšení jejich zdravotního stavu. Jedná se o komplex potřeb návštěvníků, kdy převládající složkou jsou potřeby v rámci zdraví jedince, což zahrnuje léčbu, odpočinek, změnu životního prostředí, pohyb, úpravu životního stylu apod. Další související potřeby mohou být charakteru kulturního, sportovního, společenského, zábavného apod. Návštěvníci mají jedinečnou možnost poznat lázeňské místo, místní kulturu a rozšířit si tak obzory. Aby mohly být tyto potřeby uspokojeny, je nutné uspokojit další potřeby jako je ubytování, stravování ale i doprava do lázeňského místa.

Dále se zvyšuje kvalita životní úrovně místního obyvatelstva, oživují se místní tradice a zlepšuje se úroveň a vybavenost veřejných služeb. (Malá, 1999)

Vliv rozvoje lázeňského cestovního ruchu na společenském životě turistických destinací může být pozitivní, ale existují i negativní důsledky, které je nutné brát v úvahu. Jsou to:

- **Škody na životním prostředí** – k takovým škodám, které návštěvníci způsobují svým chováním a činnostmi, dochází ve chvíli, kdy návštěvnost daného území překročí akceptovatelnou míru. Konkrétně se může jednat o poškozování památek, fauny a flóry, znečišťování vody a ovzduší apod.

- **Socio-kulturní změny místa** – mění se systém hodnot a životní styl obyvatel. Mnohdy dochází ke střetu různých kultur a nakonec i k zániku místních tradic. (Mill, Morrison, 2012)

2.4.3 Typologie lázeňských míst

Vstupní data, která tvoří základ pro kategorizaci lázeňských míst, jsou:

- celkový počet lůžek v určitém lázeňském místě,
- počet lůžek v lázeňském zařízení,
- průměrná cena za lůžko,
- vybavenost doprovodnými sportovně-rekreačními aktivitami,
- celková návštěvnost,
- návštěvnost klientů-samoplátců. (Vystoupil, Šauer a kol., 2011)

2.4.4 Účastníci lázeňského cestovního ruchu

Jedná se o skupinu návštěvníků, kterou je nutné řádně vymezit, a to především podle typu čerpaných služeb a jejich následné úhrady. V rámci českého lázeňství rozlišujeme služby, které jsou poskytovány pro oblast zdravotnictví a oblast pro cestovní ruch týkající se místního rozvoje.

- **Pacienti** „jsou fyzické osoby, kterým je poskytována zdravotní služba“. (Zákon č.372/2011 Sb. o zdravotních službách, část 1, § 3, ods. 1, novelizovaný zákonem č.147/2016 Sb.)
- **Lázeňští pojištěnci** – skupina osob, kterým je pobyt hrazen z finančních prostředků zdravotních pojišťoven.
- **Lázeňští turisté** – osoby, které jsou jinak nazývány samoplátcí, jelikož si léčbu hradí z vlastních finančních prostředků.
- **Lázeňští turisté s motivem zdraví** – osoby, které jsou samoplátcí a soustředí se na odpočinek a regeneraci organismu s cílem péče o vlastní zdraví. Lze je rozdělit na turisty čerpající služby lékaře, což je lázeňský produkt, nebo turisty nečerpající služby lékaře, což je wellness produkt.
- **Lázeňští turisté a výletníci** – osoby, které navštěvují lázeňské místo za jiným účelem než je účel léčebný. I přesto se jedná o významnou skupinu, jelikož tvoří potenciální spotřebitele lázeňských a wellness služeb. (Benešová, Kruisová, 2013)

2.4.5 Druhy lázeňských pobytů

Z hlediska rozsahu poskytovaných služeb jsou lázeňské pobyty rozděleny do čtyř základních skupin:

- **Lůžkový (ústavní/sanatorní) režimový** – druh pobytu hrazený z finančních prostředků zdravotních pojišťoven. Pacient se řídí lázeňským režimem a má zajištěný celý soubor základních a doplňkových služeb lázní.

- **Lůžkový (ústavní/sanatorní) nереžimový** – pacient má zajištěný celý soubor základních a doplňkových služeb, ale pobyt si hradí z vlastních finančních prostředků.
- **Ambulantní** – péče navržená ošetřujícím lékařem, která se primárně zaměřuje na vyšetření a léčení hosta. Pacienti bývají ubytováni v jiných ubytovacích zařízeních a na procedury musí docházet.
- **Hotelový** – týká se zejména wellness nabídky produktů, které jsou součástí balíčku. Dále v rámci kongresových akcí, incentivních akcí, poznávacích, rekreačních či jiných volnočasových aktivitách, a také v případě, kdy je využíváno lázeňské či wellness zařízení za jiným než zdravotním účelem. (Benešová, Kruisová, 2013)

2.4.6 Služby lázeňského cestovního ruchu

Služby v cestovním ruchu jsou komplexní, případně příspěvkové péče. V současné době se v širokém měřítku využívá samoplátců. Mezi služby lázeňského cestovního ruchu se řadí služby:

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

1. Zdravotní služby

Zdravotně-léčebné služby tvoří především ústavní péče, kdy má pacient zajištěné ubytování, stravování i veškeré procedury v příslušném lázeňském zařízení. Dále ambulantní péče, kdy je pacient ubytován mimo lázeňské zařízení a tudíž na procedury pouze dochází. (Indrová, 2009)

Během pobytu jsou prováděny určité terapie a to podle závažnosti zdravotních problémů pacientů. Konkrétně se jedná například o balneoterapie, elektroléčbu, rehabilitace, kinezioterapie, fyzioterapie, magnetoterapie a další. Důležitou roli v rámci pobytu pacienta představují diagnostické metody, které jsou uplatňovány při nástupu pacienta do lázeňského zařízení, během pobytu z důvodu posouzení účinků léčby a při ukončení pobytu. Na základě výstupní prohlídky se poté zašle výsledná lékařská zpráva ošetřujícímu lékaři. (Knop, 1999)

2. Ubytovací služby

Ubytovací služby poskytují hostům lázeňská ubytovací zařízení, které lze rozdělit na pět základních typů.

Lázeňská sanatoria jsou nejvyužívanějším typem ubytovacího zařízení zahrnující stravovací služby a služby zdravotnického personálu. (Seifertová, 2003)

Lázeňské kliniky spolupracují s klinickými pracovišti a mají nejširší nabídku komplexních programů s vlastními ubytovacími a hotelovými službami. (Dědina, 2004)

Lázeňské hotely představují ubytování na vyšší úrovni s možností celodenního stravování. (Dědina, 2004)

Penziony a ubytování v soukromí disponují určitými výhodami, jako je například nižší cena ubytování. Naopak velkou nevýhodou představuje docházení klientů na léčebné výkony do balneoprovozů lázeňského místa. I když v obou případech ubytování jsou stravovací služby omezeny, v rámci penzionů je možný alespoň pobyt se snídaní. (Knop, 1999)

Balneoprovoz je zařízení, které se zaměřuje na lékařské výkony z oboru fototerapie, hydroterapie, elektroléčby, mechanoterapie, termoterapie a dalších. (Seifertová, 2003)

2.1. Třídy ubytovacích zařízení

Rozdělení do tříd ubytovacích zařízení určuje jejich úroveň, vybavení, kvalitu a rozsah poskytovaných služeb. (Beránek, 2013)

Označují se hvězdičkami a splněním více než jen povinných kritérií a minimálního množství nepovinných kritérií lze navíc nabýt označení „Superior“. Ubytovacím zařízením typu hotel garni, motel, hotel, penzion a dependance lze přidělit maximálně 4 hvězdičky. Klasifikace jednotlivých tříd a jejich požadavky v rámci poskytovaných služeb jsou podle Oficiální jednotné klasifikace ubytovacích zařízení (©2015-2020):

* **Tourist** je nejnižší třída ubytování zahrnující každodenní úklid pokojů, výměnu ručníků na vyžádání, výměnu ložního prádla alespoň jednou týdně, služby recepce telefonicky k dispozici 24 hodin denně. K dispozici musí také být snídaňová restaurace s nabídkou pokrmů a nápojů a restaurace otevřená 5 dní v týdnu.

** **Economy** je třída odpovídá veškerým kritériím určených pro třídu tourist. Liší se pouze v rozsahu vybavení pokoje. Navíc zahrnuje možnost platby kartou, nabídku hygienických předmětů a přístup na internet ve veřejných prostorách.

*** **Standard** odpovídá kritériím tříd tourist a economy. Vybavení pokoje je na vyšší úrovni a navíc zahrnuje recepci otevřenou 14 hodin. Personál ovládá 2 jazyky, na vyžádání je k dispozici pomoc se zavazadly, služby prádelny, žehlení a čištění obuvi, centrální trezor, rozhlasové zařízení, přístup na internet v pokoji, nabídka nápojů na pokoji, systém pro řešení stížností.

**** **First Class** vyhovuje všem podmínkám tříd tourist, economy a standard. Odlišnosti jsou především ve vybavení hotelu, který musí např.

zahrnovat hotelovou halu s nabídkou nápojů nebo výtah. Recepce musí být otevřena 16 hodin denně a obsazená personálem 24 denně. Dále jsou k dispozici služby kopírování a skenování, úschovna zavazadel, výměna ložního prádla dvakrát týdně a na vyžádání možnost každodenní výměny, služby prádelny a žehlení s navrácením tentýž den, denní tisk, krejčovské služby, pokojová služba přístupná 16 hodin v rámci nápojů a 14 hodin denně v rámci jídel, bar otevřený 6 dní v týdnu, snídaňový bufet s obsluhou a restaurace otevřená 6 dní v týdnu.

***** **Luxury** je nejvyšší třídou odpovídající veškerým výše uvedeným podmínkám. V hotelu musí být hala s nápojovým servisem, recepce otevřená a obsazená 24 hodin denně, vícejazyčný personál, parkování zajištěné obsluhou, conciegre a poslíčci – samostatný personál, pomoc se zavazadly, služba žehlení s navrácením do 1 hodiny, prádelna a žehlení s navrácením do 9 hodin, IT podpora, aktuální časopisy k dispozici, kyvadlová doprava nebo hotelová limuzína, osobní přivítání hosta květinami a dárkem na pokoji, služba odestýlání, pokojová služba 24 hodin denně v rámci nápojů a pokrmů a bar a restaurace otevřené 7 dní v týdnu.

2.2. Využitelnost ubytovacích zařízení

Zelenka a Pásková (2012) charakterizují ubytovací kapacitu jako maximální počet osob, které lze v rámci jednoho ubytovacího zařízení ubytovat.

Jakubíková (2013) uvádí, že obsazenost závisí výhradně na vedoucích a řídicích pracovnících ubytovacího zařízení, kteří musí hledat určitá řešení v krizových obdobích a kompenzovat výkyvy obsazenosti.

Nejčastějším vyjádřením ubytovací kapacity je množství pokojů a počet lůžek tzv. lůžkodny. Dále se využívá počet dní provozu a počet zaměstnanců. Tyto základní parametry jsou významným prostředkem pro budoucí modelování ekonomiky provozu, určení potřeby materiálu, kapitálu, zaměstnanců a také pro porovnání výsledků hospodaření. (Ryglová, Burian a Vajčnerová, 2011)

Ukazatel vyjadřující počet dní v roce jako možnost obsazení pokojů získáme vynásobením celkového počtu pokojů s počtem dní provozu ubytovacího zařízení. Naopak využití lůžkové kapacity lze vyhodnotit vynásobením celkového počtu lůžek počtem dní provozu ubytovacího zařízení. Ubytovací kapacitu určitého sledovaného období lze získat pomocí hrubé obsazenosti, která se vypočítá poměrem celkového počtu přenocování k celkové ubytovací kapacitě a následně se vynásobí délkou sledovaného období. Tento parametr představuje hlavní výkonnostní ukazatel ubytovacích zařízení. (Křížek, Neufus, 2011)

3. Stravovací služby

Stravovací služby v lázeňství představují poskytování pokrmů a nápojů jako zajištění celodenní výživy pacienta (Indrová, 2004).

Podle Knopa (1999) by měly stravovací služby plnit následující funkce:

- administrativní – zahrnuje předpis diety a rozpis stravovacího systému pacienta podle určené diety,

- hospodářsko-sanitární – čistota a kvalita servírovacích předmětů a samotné vybavení jídelny,
- konzumní – servírování, možnost dodat stravu na pokoj nehybným pacientům,
- výchovná – vzdělávací a poradenská činnost dietologů.

Systém stravování se odvíjí od zdravotního stavu pacienta a rozhodnutí ošetřujícího lékaře. Rozlišujeme:

- režimové stravování,
- nerežimový restaurační provoz,
- doplňková stravovací zařízení. (Drobná, Morávková, 2004)

Režimové stravování je určeno pro pacienty s komplexní lázeňskou péčí a uskutečňuje se přímo v lázeňských domech. Celodenní stravovací proces má pevně daný řád zahrnující snídani, svačinu, oběd a večeři, včetně stanovené diety každého pacienta a individuálně vyhrazených míst u stolu. Nejvyužívanější způsob podávané stravy je servírování doplněné o bufetový systém. (Seifertová, 2003)

Nerežimový restaurační provoz má charakter běžných restauračních zařízení, která se nachází mimo lázeňské domy a jsou využívána především samopláteckou klientelou. (Drobná, Morávková, 2004)

Doplňková stravovací zařízení zahrnují zejména cukrárny s nabídkou lázeňských oplatek, bylinných likérů a místních specialit. Dalším doplňkovými zařízeními jsou kiosky, bufety, bary, čajovny, apod. (Čertík a kol., 2000)

4. Kulturní, společenské, sportovní a zábavné služby

Hlavním cílem pobytu klienta v lázních je zlepšení jeho fyzického stavu. K naplnění tohoto cíle je důležitá i celková relaxace a tedy i psychické uvolnění klienta. Proto je nutné, aby byla všechna lázeňská zařízení k tomuto účelu vybavena a náležitě uzpůsobena. Konkrétním příkladem mohou být vlastní knihovny, nebo společenské sály pro pořádání různých přednášek, koncertů, přehlídek apod. V každém lázeňském zařízení je také zaměstnaný pracovník, který se stará o organizaci náplně volného času pacientů. (Drobná, Morávková, 2004)

Čím větší je nabídka služeb v lázeňských zařízeních, tím větší je potenciál pro rozvoj festivalové, kongresové, incentivní a konferenční turistiky.

V rámci kulturních, společenských a sportovních služeb rozeznáváme dva druhy doprovodných služeb, které návštěvníci aktivně využívají: sportovní aktivity (turistika, golf, lyžování) a kulturní a společenské aktivity (společenský tanec, kasino). V rámci pasivního využívání služeb lze uvést koncerty, festivaly a výstavy, kina, divadla nebo galerie. (Knop, 1999)

5. Doplňkové služby

Jedná se o komplex služeb, které doplňují základní lázeňské služby. K těm nejčastějším patří:

- směnárenské a peněžní služby,

- základní dopravní služby, ale i provoz lanovek, nebo možnosti využití historických dopravních prostředků,
- kosmetika, pedikúra, manikúra, kadeřnictví,
- obchodní služby, mezi které patří především prodej různých dárkových předmětů, které jsou typické pro jednotlivá lázeňská místa (pohlednice, lázeňská kosmetika, bylinné likéry, lázeňské soli). (Seifertová, 2003)

2.4.7 Finanční toky v lázeňství

V rámci finančních toků hovoříme o ekonomických subjektech, které se uplatňují jak na vstupu, tak na výstupu. Aby mohly být vytvořeny podmínky pro lázeňskou péči a uspokojeny potřeby lázeňských pacientů, je nutné lázeňství financovat, a to prostřednictvím subjektů na vstupu. Z pohledu finančních výnosů je lázeňství významným činitelem v oblasti ekonomických přínosů pro lázeňské místo, místních obyvatel a státu. (Knop, 1999)

1. Finanční vstupy do lázeňství

1.1. Výdaje zdravotních pojišťoven a pacientů samoplátců

Pobyty v lázních se lze účastnit na náklady zdravotní pojišťovny, nebo jako samoplátce. Na základě formy úhrady a způsobu čerpání lázeňských služeb, lze podle Dědiny (2004) tradiční produkty lázeňství rozdělit do třech skupin:

- **Komplexní péče** – veškeré náklady, jak na vyšetření, tak na ubytování a stravu, jsou hrazeny z veřejného zdravotního pojištění.
- **Příspěvková péče** – veřejná zdravotní pojišťovna hradí pouze náklady na poskytnutí léčebných procedur. Ubytování, stravu a veškeré ostatní služby si hradí pojištěnec z vlastních finančních prostředků.
- **Lázeňské pobyty pro samoplátce** – veškeré náklady spojené s pobytem v lázních si hradí pacient sám z vlastních finančních prostředků. Většinou se jedná o relaxační pobyt krátkodobého charakteru. Takový pobyt si zajišťuje sám klient a to na základě dohody s obchodním oddělením příslušných lázní.

Státní zdravotní pojišťovny v kombinaci s dotacemi z fondů EU a výdaji účastníků lázeňského cestovního ruchu představují pro lázeňství nejvýznamnější finanční zdroje.

2. Finanční přínosy lázeňství

Jedná se o finanční výstupy z lázeňství v podobě příjmů měst a obcí, výnosů firem a příjmů obyvatel destinace.

2.1. Příjmy měst a obcí

Příjmy měst a obcí představují daně, které odvádí samotné lázně či soukromé subjekty působící v této oblasti, nebo poplatky, které jsou také významným finančním zdrojem pro rozpočet lázeňského místa a jsou hraze-

ny účastníky lázeňského cestovního ruchu. V lázeňském odvětví rozlišujeme tři druhy místních poplatků:

- poplatek za lázeňský nebo rekreační pobyt,
- poplatek z ubytovací kapacity,
- poplatek za povolení vjezdu do vybraných míst. (Drobná, Morávková, 2004)

2.2. Výnosy firem

Lázeňství je úzce spjato s hospodářským i podnikatelským sektorem. Jednotlivé subjekty mezi sebou spolupracují a tvoří tak široký komplex služeb v podobě ubytování, stravování ale i aktivit v podobě zábavy. Tím vytváří pohodlí pro lázeňské hosty, kteří tyto služby využívají. Je tedy nutné, aby služby spolupracovaly s dalšími službami a s podniky, které produkují hmotné statky. Z toho tedy vyplývá, že jsou lázeňští hosté významným zdrojem příjmů pro firmy. (Dědina, 2004)

2.3. Příjmy obyvatel regionu (přímá a nepřímá zaměstnanost)

Příjmy místních obyvatel představují další důležitý ekonomický přínos lázeňství. Primárně se jedná o tvorbu pracovních míst v lázeňských sanatoriích, kde je nutný ošetřující personál. Významnou oblastí jsou také služby, které jsou využívány pro uspokojení potřeb lázeňských hostů v rámci jejich rekreačních pobytů. Jedná se především o zaměstnance v ubytovacích a stravovacích zařízeních, ale také o personál, který se stará o kulturní a sportovní vyžití návštěvníků, dále informační centra, doprava, bankovníctví ale i obchody se suvenýry a místními produkty.

Pokud se tedy návštěvnost lázeňských míst zvyšuje, vznikají další příležitosti pro realizaci podnikatelských záměrů a tím se tvoří nová pracovní místa. Obyvatele své získané příjmy dále spotřebovávají, tedy nakupují jiné statky či služby, kde jsou nezbytní další zaměstnanci, čímž se následně tvoří další pracovní příležitosti. (Benešová, Kruisová, 2013)

2.5 Základní ekonomické ukazatele

Nejdůležitější charakteristiky hospodaření každého podnikatelského subjektu představují výnosy, náklady a výsledek hospodaření, kterým je zisk.

2.5.1 Výnosy

Výnosy jsou peněžní sumy, které podnik získal prostřednictvím všech svých činností v rámci konkrétního účetního období, bez ohledu na to, zda došlo k jejich inkasu. Realizovány jsou ve chvíli, kdy je poskytnuta služba, dodáno zboží či vyskládněn výrobek. Hlavní výnosy představují tržby z prodeje výrobků, zboží a služeb, které podnik nabízí. (Martinovičová, 2006) Podnikové výnosy se dělí takto:

- **Provozní** – jedná se o běžné výnosy získané provozně-hospodářskou činností, která představuje hlavní účel založení podniku:
 - výrobní podniky jsou založeny pro výrobu a prodej,

- obchodní podniky pro prodej zboží zahrnující i různé služby,
- dopravní podniky pro přepravu osob a zboží.
- **Finanční** – řadí se také k běžným výnosům, které vznikají prostřednictvím různých finančních operací, jako jsou investice, vklady, účasti a cenné papíry.
- **Mimořádné** – jedná se o neobvyklé operace podniku, které mohou být provozní, ale i finanční. (Synek, 2011)

Tržby představují primární a rozhodující složku výnosů, jelikož jsou hlavním finančním zdrojem podniku, který je využíván k úhradě veškerých podnikových nákladů (Vochozka, Mulač a kol., 2012). Jsou tvořeny prodejem vlastních výrobků a služeb, zásob materiálu a zboží, které podnik nakupuje, strojů a zařízení, které podnik již nepotřebuje, prodejem patentů, licencí apod. (Synek, 2011)

2.5.2 Náklady

Náklady podniku jsou peněžně oceněnou spotřebou výrobních faktorů. Jedná se o spotřebu zásob, mzdy a především opotřebování dlouhodobého majetku. Odlišným termínem, který je nutné vymezit, jsou **peněžní výdaje** - konkrétní úbytek finančních prostředků. Pokud tedy podnik zakoupí nějaké výrobní zařízení, tak částka, kterou uhradí, je peněžním výdajem. Nákladem jsou až následné odpisy přenášející cenu zakoupeného zařízení do podnikových nákladů. (Martinovičová, Konečný, Vavřina, 2014)

Lze na ně nahlížet z pohledu **finančního účetnictví**, které slouží externím uživatelům, nebo z pohledu **vnitropodnikového účetnictví**, které slouží manažerům k řízení podniku. Druhové členění nákladů je základem pro výkaz zisku a ztráty, a představuje finanční, mimořádné a provozní náklady. (Synek, 2011)

Kotler a Keller (2007) dělí náklady na fixní a variabilní:

- **Fixní náklady** – v okamžiku, kdy dochází k určité změně objemu výroby, se tyto náklady nemění. Firma je tedy vynakládá vždy.
- **Variabilní náklady** – jedná se o náklady, které závisí na objemu výroby. Pokud se tedy změní objem výroby, změní se i variabilní náklady.
- **Celkové náklady** – jsou součtem fixních a variabilních nákladů. Prostřednictvím celkových nákladů lze vyhodnotit jejich závislost na celkový objem produkce.

2.5.3 Výsledek hospodaření

Výsledek hospodaření představuje výsledek podnikatelské činnosti v rámci sledovaného účetního období. Vypočítá se jako rozdíl dosažených výnosů a vynaložených nákladů podniku. Pokud je výsledek kladný, jedná se o zisk, naopak pokud je výsledek záporný, představuje ztrátu. (Synek, 2011)

Zisk je vlastní finanční zdroj podniku a představuje hlavní cíl a podnět pro veškeré podnikání. Ukazuje výnosnost vloženého kapitálu a tedy efektivnost podnikání. (Martinovičová, Konečný a Vavřina, 2014)

- **Čistý zisk** zjistíme rozdílem mezi výnosy a náklady po zdanění. Slouží k rozdělení mezi jednotlivé vlastníky a podnik.
- **Hrubý zisk** vypočítáme tak, že od výnosů odečteme veškeré náklady před zdaněním. Jedná se o základ pro podnikatelská rozhodnutí, jelikož je ukazatelem provozní výkonnosti podniku. (Kislingerová, 2001)

Dlouhodobý zisk je možné zajistit pouze prostřednictvím prodeje konkurenčně schopných výrobků a služeb. Výsledky hospodářské činnosti se sledují každoročně, schvaluje se roční uzávěrka a rozdělení výsledku hospodaření. (Martinovičová, 2006)

2.5.4 Rozvaha

Rozvaha je základní účetní výkaz podniku, který poskytuje informace o majetkové situaci podniku (aktiva) a finančních zdrojích jeho krytí (pasiva). Umožňuje zobrazit přehled o finanční situaci společnosti v jednom konkrétním časovém okamžiku. (Knápková, Pavelková a Šteker, 2013)

Aktiva zahrnují sumarizovanou strukturu majetku podniku. Hlavním kritériem pro členění je doba jejich upotřebitelnosti či rychlost a obtížnost jejich přeměny v peněžní prostředky pro úhradu svých závazků. Rozlišujeme dlouhodobý neboli fixní majetek a oběžný krátkodobý majetek. (Růčková, 2015)

Pasiva představují finanční strukturu podniku jako přehled zdrojů, z nichž vznikl majetek podniku. Primárně se člení na vlastní kapitál a cizí kapitál. (Martinovičová, 2006)

2.5.5 Výkaz zisku a ztráty

Výkaz zisku a ztráty je finanční výkaz, který zachycuje strukturu výnosů a nákladů vzniklých v průběhu povinně nastaveného časového období. Umožňuje zjistit zisk nebo ztrátu jako konkrétní výsledek hospodaření podniku. Na základě těchto záznamů lze analyzovat vliv jednotlivých položek výnosů a nákladů na celkový výsledek hospodaření a především posoudit schopnost podniku dosahovat dostatečného objemu zisku. (Růčková, 2015)

2.6 Marketing v lázeňském cestovním ruchu

Kotler (2007) definuje marketing jako společenský a manažerský proces, který využívají jednotlivci i skupiny k uspokojení svých potřeb a přání a to v procesu výroby, i v procesu směny výrobků a jiných hodnot.

Významem tohoto procesu je tedy poznat, předvídat, stimulovat a uspokojit potřeby zákazníka takovým způsobem, aby byly zároveň dosaženy i cíle organizace (Boučková, 2003).

V lázeňství hovoříme o produktu jako o službě. Jedná se zejména o služby v oblasti zdravotnictví, stravování, hotelnictví, dopravy, kultury, ale zahrnuje i různé doplňkové služby, jako jsou např. banky, pošty, směnárny, prodej zboží apod.). (Knop, 1999)

Benešová (2013) napsala, že návštěvnost lázeňských míst lze pozitivně ovlivnit co nejúčinnějším spojením jednotlivých nástrojů marketingového mixu.

Pokud jsou tedy potřeby zákazníků správně identifikovány, je tvořen dobrý produkt, jsou určeny korektní ceny a distribuce a podpora produktu probíhá efektivně, pak bude mít výsledek podobu atraktivních produktů a spokojených zákazníků (Kotler, 2014).

2.6.1 Marketingový mix cestovního ruchu

Marketingový mix je souborem nástrojů a dílčích opatření, které podnik využívá k dosažení svých marketingových cílů na cílových trzích (Kotler, 2013). Skládá se ze čtyř vzájemně propojených marketingových prvků, tzv. 4P:

- **product** – produkt,
- **price** – cena,
- **place** – distribuce,
- **promotion** – marketingová komunikace.

Jedná se o nástroje, které firma využívá ke své úpravě nabídky na cílovém trhu, a to na základě přání a potřeb zákazníka (Zelenka, 2010).

Podle Morrisona (1995) jsou ovšem uvedena 4P v rámci služeb cestovního ruchu nedostačující, a proto je rozšiřuje o další čtyři skupiny:

- **packaging** – tvorba balíku služeb,
- **people** – lidé,
- **partnership** – spolupráce,
- **programming** – tvorba programů.

V rámci lázeňství Benešová (2013) rozšiřuje tradiční marketingový mix o další tři prvky:

- **materiální prostředí,**
- **procesy ve službách,**
- **lidé pracující ve službách.**

Jedná se o nástroje, které může management podniku ovlivňovat a které je nutné neustále přizpůsobovat změnám v okolí. Pokud se změní chování jednoho z nástrojů, vyvolá to změnu v ostatních nástrojích, což nakonec způsobí i celkovou změnu mixu.

Produkt je jakákoliv nabídka pro zákazníka, která mu přináší určitou hodnotu. Z pohledu subjektu podnikajícího v lázeňství hovoříme o produktu jako o poskytované službě. Může se jednat o služby základní (léčebné, stravovací a ubytovací), nebo doplňkové (kulturně-společenské a další aktivity). Samotný produkt může zahrnovat všechny uvedené služby, nebo jen vybrané z nich. Výběr těchto služeb závisí na cílové skupině klientely. (Seifertová, 2003)

Cena je jediným nástrojem marketingového mixu, který přináší zisk (Seifertová, 2003). Výše příjmu lázeňských podniků závisí na cenové politice, na jejímž základě vnímají klienti kvalitu lázeňských služeb a která tvoří image samotné lázeňské služby. Hodnota služeb je ovšem určena užítkem, který zákazníkovi přináší, nikoliv cenou. Zákazník posuzuje také náklady vzniklé s opatřením služby a srovnává je s konkurencí. Z tohoto důvodu by se měly podniky snažit o strategické využívání cen s cílem získat dlouhodobou konkurenční výhodu. (Benešová, 2013)

Distribuce se řadí mezi nejdůležitější a zároveň nejméně pružné prvky marketingového mixu. Většinou bývá vázána dlouhodobými smlouvami, proto ji nelze měnit na operativní úrovni. Zvolené distribuční cesty ovlivňují i ostatní nástroje marketingu. Prostřednictvím distribuce se produkt (služba) dostává z místa vzniku do místa, kde bude spotřebován. (Benešová, 2013) Může probíhat dvěma způsoby. První formou je přímá distribuce, kdy se jedná o přímý prodej jednotlivým klientům, nebo zdravotním pojišťovnám. Druhou formou je nepřímá distribuce, která zahrnuje provizní prodej pomocí cestovních kanceláří, dále prodej firmám a různým dalším organizacím a prodej pomocí zprostředkovatelů. V lázeňství se doporučuje kombinovat přímou i nepřímou formu distribuce. (Seifertová, 2003)

Marketingová komunikace je komunikační prostředek, který firmy využívají k informování, upomínání či přesvědčování spotřebitelů o svých produktech a značkách (Jakubíková, 2009). Jedná se tedy o stimulační prostředek, který by měl spotřebitele motivovat k učinění kupního rozhodnutí (Kincl, 2004).

Marketingová komunikace zahrnuje osobní a neosobní formy komunikace. Jedná se o tzv. komunikační mix, kdy osobními prostředky jsou ústní sdělení a osobní prodej, a neosobními prostředky jsou public relations, podpora prodeje, sponzorství, přímý marketing, média a reklama. (Benešová, 2013) Vytvořit a správně zvolit komunikační mix není jednoduchý proces, jelikož každý jeho nástroj by měl být v souladu se základním cílem lázeňského podniku. Efektivně vytvořený komunikační mix představuje spousty výhod pro lázeňské firmy. Jedná se především o tvorbu a posílení vztahu se svými zákazníky, konkurenční výhody, posílení pověsti podniku, podporu prodeje a také navýšení výnosů. (Vašítková, 2008)

Materiální prostředí tvoří atmosféra a styl zařízení interiéru jednotlivých subjektů. Má významný vliv na první dojmy a pocity zákazníků, na jejichž základě si tvoří určitou představu o kvalitě, povaze a profesionalitě poskytované služby. Materiální prostředí pomáhá lázeňským provozovnám budovat žádoucí image služby, lišit se na trhu a tím získávat konkurenční výhody. (Vašítková, 2008)

Lidé ve službách jsou určujícím faktorem pro kvalitu služby a konečnou spokojenost zákazníka. (Knop, 1999) Podíl lidí na nabídce služeb se týká především zaměstnanců lázeňských provozoven v kombinaci s aktivním zapojením zákazníků, kdy dochází k jejich přímému kontaktu. Zákazníci představují významné spoluproducenty služeb a pomocí ústní reklamy tvoří image celé organizace či jednotlivých produktů. (Benešová, 2013)

Procesy v lázeňských službách působí v rámci poskytování služeb, při kterých je zákazník přítomen. Kincl (2004) rozlišuje tři systémy lázeňských služeb na operační úrovni:

- **masové služby** – představují vysokou standardizaci, slabou osobní interakci a schopnost nahradit pracovní sílu mechanizací či automatizací.
- **zakázkové služby** – vysoká míra přizpůsobivosti a kontakt se zákazníkem na střední úrovni.
- **profesionální služby** – jsou charakteristické značnou intenzitou práce, která vyžaduje specialisty a zapojení poskytovatele s vysokou kvalifikací.

2.6.2 Marketingový výzkum

Zelenka a Pásková (2012, s. 330) uvádí, že marketingový výzkum je „*systematickým zkoumáním a analýzou různých aspektů trhu, marketingových aktivit vlastních i aktivit konkurence, chování spotřebitelů, distribučních kanálů apod.*“

Hlavním významem marketingového výzkumu je přínos informací a dat, což snižuje informační nejistotu a míru rizika v rámci plánování. Manažeři ho tedy využívají zejména pro rozhodování a důležitá řešení, ale také pro kontrolu a monitoring již probíhajících marketingových operací (Příbová a kol., 1996).

Palatková (2006) uvádí tři základní metody, které lze použít pro sběr dat. Jedná se o pozorování, primární analýzu (dotazníkové šetření) nebo sekundární analýzu, která se realizuje z již známých údajů. Data lze získat pro kvantitativní i kvalitativní výzkum.

V rámci lázeňského cestovního ruchu se nejvíce využívá způsob dotazování. Dotazníky jsou určeny jak pro klienty lázní, tak pro obyvatele lázeňských míst (Seifertová, 2003).

Prostřednictvím marketingového výzkumu v rámci lázeňského cestovního ruchu dochází k identifikaci potřeb a přání zákazníků lázní, ale i postavení samotného lázeňského zařízení a jeho produktů na trhu (Benešová, Kruisová, 2013).

2.6.3 SWOT analýza

Jedná se o univerzální analýzu prostředí, jejímž cílem je identifikovat silné stránky firmy (strengths) a slabé stránky firmy (weaknesses), příležitosti v okolí firmy (opportunities) a hrozby okolí (threats). Tyto hlavní činitele jsou poté charakterizovány a ohodnoceny ve čtyřech kvadrantech SWOT matice, což poskytuje informace managementu podniku pro volbu jeho strategických postupů. (Jakubíková, 2013)

Zelenka (2015) uvádí, že SWOT analýza je především kombinací dvou analýz, externí analýzy OT – příležitostí a hrozeb, a interní analýzy SW – silných a slabých stránek. Nejprve se důkladně provede OT analýza, která se týká vnějších vlivů působících na organizaci. Následně se provede SW analýza, která se týká vnitřního prostředí firmy.

Veber (2009, s. 534) udává čtyři možné přístupy vycházející z analýzy SWOT:

- „*přístup SO – využívat silných stránek a velkých příležitostí plynoucích z okolí,*
- *přístup WO – snažit se eliminovat slabé stránky za pomoci příležitostí z okolí,*
- *přístup ST – využívat svých silných stránek k eliminaci hrozeb,*

- *přístup WT – snažit se vyřešit znepokojivý stav i za cenu likvidace části organizace.“*

3 Vlastní práce

3.1 Základní informace o Janských Lázních

Horské město Janské Lázně je se svými 729 obyvateli (stav k 1. 1. 2016) významným rekreačním, turistickým a sportovním střediskem a rovněž jedinými lázněmi na české straně Krkonoš. Nachází se v okrese Trutnov, v Královéhradeckém kraji a leží v nadmořské výšce 670 m n. m. Rozloha města je 13,73 km². Položení Janských Lázní přibližuje obr. 1.

Obr. 1 Lokalizace a vymezení města Janské Lázně



Zdroj: www.mapy.cz, 2017

3.1.1 Potenciál cestovního ruchu

Janské Lázně jsou významným potenciálem cestovního ruchu.

Turistický potenciál cestovního ruchu lze hodnotit na základě lokalizačních, realizačních i selektivních předpokladů. Jedná se o vzájemně propojený systém, do kterého vstupují zejména podmínky přírodního charakteru a význam společenského charakteru, které mají přímý vliv na potenciál cestovního ruchu. Z širšího úhlu pohledu systém zahrnuje i projevy aktivit lidské činnosti, které jsou ovšem pokládány spíše za atributy využití předpokladů cestovního ruchu.

1. Lokalizační faktory

Do lokalizačních faktorů řadíme:

- podmínky přírodního charakteru,
- podmínky společenského charakteru.

1.1. Podmínky přírodního charakteru

Podmínky přírodního charakteru jsou významným faktorem pro provoz Janských Lázní, léčebné i relaxační pobyty. Je tomu tak proto, že se nachází v nadmořské výšce 670 m n. m., což vytváří příznivé podmínky pro všechny účastníky ozdravných pobytů, rekreací i turistiku v tom nejširším slova smyslu.

Janské Lázně jsou součástí Krkonošského národního parku, jehož existence představuje přidanou hodnotu lázeňského území a výrazně podporuje cestovní ruch v regionu. Vzácným přírodním úkazem je Černoohorské rašeliniště lesního typu, které se nachází na vrcholku Černé hory.

Klima Janských Lázní je možno charakterizovat jako horské, chladné a proměnlivé.

V Janských Lázních pramení dva potoky, které se řadí k horskému původu. Je to potok Černoohorský a Janský. Tyto potoky jsou současně významnými termálními prameny, které využívají lázně pro jimi poskytované procedury. Mimo těchto dvou základních potoků jsou na území lázní i širšího okolí různé bystřiny, říčky a potůčky, které pro samotné lázně nemají zvláštní význam.

1.2. Podmínky společenského charakteru

Podmínky společenského charakteru jsou pro účastníky lázní významné tím, že se v lázních i samotném městě pořádají kulturní, společenské a sportovní akce. Jsou to koncerty významných hudebních těles, slavnosti pořádané pro návštěvníky a pamětníky města Janských Lázní a jeho okolí. Významné jsou i různé společenské turnaje a události organizované pro tělesně postižené občany. Město má veřejnou knihovnu, kino, výtvarnou dílnu, minigolf a farmu, kde se chovají drobná zvířata. Cílem mnoha turistů je i rozhledna Panorama na Černé hoře s krásným kruhovým výhledem na vrcholky Krkonoš, socha Kamenného Krakonoše z roku 1906, secesní kolonáda z roku 1893 a dva kostely (katolický a evangelický) z 19. století. (Horák, Reil, Vašata, 2013)

Janské Lázně významně podporují rozvoj cestovního ruchu jako nezbytný předpoklad pro využití lázeňských hostů. Součástí Janských Lázní je Černá hora, která je s městem propojena kabinovou lanovou dráhou již od roku 1928. Lanová dráha je využívána celoročně. Je to významné zařízení, které se sousedními městy Pecí pod Sněžkou, Špindlerovým Mlýnem a Rokytnicí nad Jizerou patří mezi pětihvězdičková lyžařská střediska. Návštěvníci mohou využít běžecké tratě, sáňkařskou dráhu a sjezdové tratě dosahující délky až 3 km. V letním období sportovci a turisté využívají cyklistické stezky, přičemž mezi nejoblíbenější patří Krkonošská naučná stezka, dále lanový park v korunách stromů nebo venkovní horolezecká stěna, ale i spousta zajímavých turistických bezbariérových okruhů vhodných pro tělesně postižené osoby.

2. Selektivní faktory

Selektivní faktory se dělí na:

- objektivní,
- subjektivní.

2.1. Objektivní faktory

Mezi objektivní faktory se řadí především mírové podmínky života obyvatel, které mají značný vliv na rozvoj cestovního ruchu. Politická situace v Janských Lázních, stejně tak jako v celé České republice, je stabilní. Na základě statistických přehledů je možné získat údaje o kriminalitě v okrese Trutnov. Za rok 2015 bylo spácháno celkem 774 trestných činů, z nichž bylo objasněných 352 (45,48%).

Z demografického hlediska město nedisponuje vysokým počtem obyvatel. K 1. 1. 2016 zde žilo pouze 729 osob, jejichž průměrný věk činil 44,5 let. Nejpočetnější věkovou skupinu tvořili obyvatelé v produktivním věku od 15 do 64 let (65,8%), naopak nejmenší podíl na celkovém počtu obyvatel měla věková skupina 0-14 let (12,6%) a 21,6% obyvatel tvořili občané v poproduktivním věku. Počet obyvatel každoročně klesá, což může být příčinou špatné občanské vybavenosti. Ve městě chybí především nákupní příležitosti a další služby pro zajištění lepší životní úrovně místních obyvatel. Rozšířením služeb občanské vybavenosti a poskytnutím kvalitních životních podmínek by se snížila pravděpodobnost odlivu místních obyvatel a zároveň i kvalifikovaných zaměstnanců důležitých pro zajištění poskytovaných služeb lázeňského zařízení.

V Janských Lázních činil podíl nezaměstnaných osob k 31.12.2015 6,04%. Při porovnání podílu nezaměstnanosti České republiky, který byl v roce 2015 6,2%, bylo prokázáno, že Janské Lázně nepřesáhly tuto hranici. Počet uchazečů o práci dosáhl v tomto roce čísla 30. Počet mužů a žen byl téměř na stejné úrovni, kdy mužů bylo 14 a žen 16. (Ministerstvo pro místní rozvoj, © 2012 – 2016)

2.2. Subjektivní faktory

Mezi významné subjektivní faktory se řadí propagace, která je nedílnou součástí cestovního ruchu, jelikož ovlivňuje návštěvnost daného místa. Atraktivitu destinace turisté hodnotí na základě nabízených produktů, které se dostávají do jejich povědomí prostřednictvím komunikačního mixu. Název města Janské Lázně je zároveň názvem léčebných lázní, což je způsob vzájemné propagace.

Janské Lázně jsou propagovány zejména prostřednictvím webových stránek. V první řadě se jedná o stránky Ski Resortu, pod které spadá informační centrum městského úřadu Janských Lázní. Účinně propaguje nejen město a jeho atraktivitu, ale i samotné lázně a místní soukromé ubytovatele. Pomocí provázané spolupráce nabízí různé slevy do lázeňského aquacentra, fitness centra nebo lázeňské procedury. Na internetových

stránkách je nabídka ubytování v lázeňských domech a hotelech s přímým odkazem na online rezervace.

V druhé řadě se jedná o oficiální webové stránky Státních léčebných lázní, Janských Lázní, které propagují atraktivitu města prostřednictvím své nabídky. Stránky jsou přehledné, poutavé, obsahují veškeré potřebné informace a umožňují online rezervace. Určitý finanční obnos lázně vynakládají také na tištěné materiály, mezi které patří letáky, kalendáře, diáře a pohlednice lázní. Nabídka těchto materiálů ovšem není tak široká. Chybí například brožury nebo katalogy poskytující přehled o lázeňských procedurách, ubytování a aktivitách samotného lázeňského města. Dalšími propagačními materiály jsou drobné dárkové předměty typické pro lázeňské město, jako jsou například lázeňské oplatky, turistické známky, hrníčky s logem lázní nebo bylinné likéry.

Dalším účinným nástrojem je propagace Janských Lázní v různých spolcích a organizacích, které město prezentují společně s okolními obcemi. Jedná se o Krkonoše – svazek měst a obcí a Svazek obcí Východní Krkonoše, jejichž cílem je celkový rozvoj Krkonoš, jako turistického regionu. Propagace se realizuje zejména prostřednictvím veletrhů na území České republiky, ale i v zahraničí. Nejvýznamnější organizací představuje Sdružení lázeňských míst ČR, které propagují Janské Lázně na svých webových stránkách. Potenciální zákazníci zde najdou veškeré informace o samotném městě, jeho aktivitách, nabízených službách lázní a přímý odkaz na oficiální webové stránky Státních léčebných lázní, Janských Lázní. Organizace je také tvůrcem významného projektu s názvem „Jedeme do lázní“, jehož cílem bylo a je zdůraznit přírodně-kulturní bohatství Janských Lázní prostřednictvím inzerátů v tisku, veletrhů, propagačních videí lázeňských míst, brožur a redakčních PR článků.

Propagaci města podporují každoročně pořádané kulturní a sportovní akce, mezi které patří:

- Mezinárodní turnaj ve stolním tenise tělesně postižených.
- Zahájení lázeňské sezóny.
- Závod v běhu do vrchu Janské Lázně – Černá hora.
- Krkonošská 70MTB – závod družstev na horských kolech.
- Novoroční představení Divadlo Járy Cimrmana.
- Mezi další události patří promenádní koncerty, kulinářské dny, kreativní akce, reprezentační plesy, adventní a velikonoční trhy, nebo oslava dne dětí s bohatým programem. (Oficiální stránky města Janské Lázně, © 2017)

3. Realizační faktory

Významnými realizačními faktory jsou:

- dopravní služby,
- ubytovací a stravovací služby.

3.1. Dopravní služby

Pro rozšíření a využití dopravních služeb byla v průběhu let 2010-2015 realizována rozsáhlá rekonstrukce silniční a telefonní sítě. Tím se město stalo snadno dostupné pro individuální i hromadnou autobusovou dopravu. V rámci hromadné veřejné dopravy je ve městě zastoupena pouze autobusová doprava, která přepravuje osoby ze směru Trutnov, Vrchlabí a Svoboda nad Úpou. Občané mají k dispozici i každodenní přímé dálkové linky do Prahy, Ledče nad Sázavou a dalších. Okolní města mohou soužit jako přístup k železniční dopravě, která není v Janských Lázních zastoupena. Pro využití letecké dopravy je k městu nejbližší mezinárodní letiště Václava Havla v Praze.

Za nejvyužívanější způsob dopravy lze považovat soukromou automobilovou dopravu, s čímž je spojen problém nedostatečného množství parkovacích ploch. Dostupnost města automobilovou dopravou umožňuje základní silniční trasa číslo 297, jelikož vjezd do centra Janských Lázní je omezen a je možný pouze na základě uhrazeného poplatku Městskému úřadu. Centrální parkoviště s 500 parkovacími místy se nachází přímo u kabinové lanovky a do 17. hodiny je zpoplatněno sazbou ve výši 70 Kč. Další parkoviště se nachází v blízkosti menších sjezdových tratí s kapacitou 80 parkovacích míst. Pro lázeňské hosty jsou k dispozici parkovací místa přímo v areálu lázní za poplatek 300 Kč/pobyt, ovšem bez možnosti rezervace. Volná parkovací místa u lázeňských objektů lze zaručit pouze držitelům průkazu osoby se zdravotním postižením. Ostatní návštěvníci musí parkovat mimo centrum města. (Oficiální stránky města Janské Lázně, ©2017)

V zimní sezóně jsou pro turisty k dispozici skibusy, které lze využít k přesunu z místa ubytovacího zařízení k sjezdovým tratím, ale i mezi sousedními lyžařskými areály. Skibus určený výhradně pro pohyb návštěvníků města Janské Lázně je zpoplatněn. Naopak v letním období jsou k dispozici speciální cyklobusy, které přepraví více než 15 jízdnic kol.

3.2. Ubytovací a stravovací služby

Janské Lázně nabízí ubytování ve 13 hotelech, 27 penzionech, 15 apartmánech a 7 horských chatách. Lázeňským hostům jsou k dispozici lázeňské domy a dependance, které jsou s lázněmi propojeny nebo se nacházejí v jejich blízkosti. Podrobný přehled těchto ubytovacích zařízení a služeb je uveden v kapitole 3.3. Pro náročnější klientelu je k dispozici hotel Omnia**** nebo Vila Kafka****, které spadají do třídy First Class.

V samotném centru města jsou pouze 2 restaurace, 2 kavárny a 1 cukrárna. Ostatní restaurace jsou součástí ubytovacích zařízení, z nichž veřejně přístupné jsou pouze 4. V zimní sezóně jsou otevřeny různé kiosky, bary a rychlá občerstvení v blízkosti sjezdových tratí. Lze tedy usoudit, že celková kapacita stravovacích zařízení města Janské Lázně nevyhovuje parametřům poptávky a to především v zimním období.

3.2 Státní léčebné lázně, Janské Lázně

První zmínky o Janských Lázních se datují až k roku 1006, kdy byl objeven první léčivý termální pramen. Podle kroniky byl nalezen panským zbrojnošem Janem z Chockova a následně byl po něm pojmenován jako pramen Janův. Skutečné lázně však vznikly až na konci 17. století, kdy je spolu s několika lázeňskými objekty nechal vybudovat Jan Adolf Schwarzenberg. V 1. polovině 20. století získaly celosvětovou proslulost díky úspěšné léčbě dětské obrny. Byla otevřena Dětská léčebna Vesna a Janské Lázně se tak staly první léčebnou dětských obrn v Evropě. (Státní léčebné lázně, Janské Lázně, ©2017)

V současné době jsou Státní léčebné lázně, Janské Lázně akreditovány ve vlastnictví státu, zapsané v obchodním rejstříku vedeném u Krajského soudu v Hradci Králové. V čele státního podniku stojí ředitel, kterým je Ing. Rudolf Bubla. Lázně patří do Svazu léčebných lázní České republiky, které vzniklo v roce 1995 s cílem garantovat úroveň léčebné terapie lázeňských společností. Jelikož jsou vázány na veřejný zdravotní systém, musí dodržovat přísná kritéria pro léčbu, ubytování i stravování.

Janské Lázně představují moderní komplex lázeňských domů poskytující služby v jednom místě. Ubytovací kapacita lázní je 778 lůžek a s ohledem na spolupráci s okolními externími ubytovateli lze ubytovací možnosti rozšířit.

3.2.1 Poskytované služby

Povinným předmětem činnosti Státních léčebných lázní, Janských Lázní je poskytování léčebně rehabilitační péče a zajišťování lázeňské rehabilitační péče. Léčba se uskutečňuje pomocí místních léčivých zdrojů spojených s aplikací nejnovějších medicinských znalostí. Mezi hlavní předměty činnosti lázní patří:

- doplňkové služby zahrnující služby ubytovací a hotelové,
- praní a mandlování prádla,
- hostinská činnost,
- směnárenské služby,
- pořádání školení, odborných kurzů a dalších vzdělávacích programů včetně lektorství,
- zajišťování chodu kulturních a kulturně vzdělávacích zařízení. (Interní materiály Státních léčebných lázní, Janských Lázní)

V rámci balíčků služeb nabízí lázně relaxační pobyty pro samoplátce. Lázeňští hosté, stejně tak jako veřejnost, mají možnost využít lázeňské aquacentrum nebo fitness centrum, kde jsou k dispozici služby profesionálně vyškoleného personálu.

Prostřednictvím nabídky služeb pro firmy lázně zajišťují pořádání symposií, kongresů, konferencí, výjezdních zasedání a seminářů, čímž výrazně podporují rozvoj kongresového a incentivního cestovního ruchu. K dispozici jsou prostory lázeňské kolonády, kinosál v dětské léčebně Vesna a sál v Janském Dvoře. Lázně

tyto prostory nabízí i k pronájmu pro pořádání svateb, plesů, přednášek, výstav apod. Kapacita každého sálu je 200-230 osob.

Lázeňským pacientům jsou k dispozici i nadstandardní služby, které lze poskytnout po uhrazení zvláštního příplatku. Jedná se o vybavení pokoje ledničkou a televizí, které jsou nabízeny za 20 Kč/osoba/den. V případě volné kapacity si mohou pacienti připlatit 200 Kč/den za jednolůžkový pokoj, nebo vyžádat přestěhování za 500 Kč. Možný je rovněž nástup v kalendářním týdnu za poplatek 1 000 Kč. V ceně pobytu není zahrnut internet, který je možné zpřístupnit na pokojích lázeňských domů za příplatek 100 Kč/pobyt.

3.2.2 Léčba v Janských Lázních

Státní léčebné lázně Janské Lázně zauímají významné postavení v léčbě nemoci pohybového aparátu a díky podhorským klimatickým podmínkám v léčbě alergií, respiračních onemocnění a chronických chorob. Dále se zaměřují na poruchy látkové výměny a žláz s vnitřní sekrecí a stavy po ukončené léčbě v rámci různých druhů onkologických onemocnění. Hlavním přírodním léčivým zdrojem je termální minerální voda hydrouhličitano-vápenato-sodného typu, kterou jsou zásobeny všechny bazény a vodoléčebné procedury. Dalším faktorem pro úspěšnou léčebnou terapii je příroda Krkonošského národního parku, která poskytuje klientům rozsáhlé možnosti procházek a dalších aktivit.

V Janských Lázních se uskutečňuje léčba dospělých a dětských pacientů s následujícími indikacemi:

- nemoci nervové,
 - nemoci pohybového aparátu,
 - neturbekolózní onemocnění dýchacího ústrojí,
 - nemoci poruch látkové výměny a žláz s vnitřní sekrecí,
 - onkologická onemocnění – léčba do 1 roku po ukončení protinádorové léčby.
- (Státní léčebné lázně, Janské Lázně, ©2017)

3.2.3 Typy lázeňské péče v Janských Lázních

Lázně poskytují čtyři typy lázeňské péče, které se liší způsobem proplácení zdravotní pojišťovnou. V rámci komplexní, příspěvkové a rehabilitační péče je nutné doporučení ošetřujícího lékaře a poté schválení splnění podmínek indikačního seznamu revizním lékařem zdravotní pojišťovny. Indikační seznam zahrnuje skupiny nemocí, typ a délku léčebného pobytu a časové limity pro nástup na lázeňskou péči.

Komplexní péče – zde zdravotní pojišťovny hradí veškeré náklady na léčbu, ubytování a stravování. V Janských Lázních je to nejvyužívanější typ lázeňské péče.

Příspěvkové péče – v jejím rámci si klienti hradí náklady na ubytování a stravování, ale náklady na léčení hradí zdravotní pojišťovna.

Rehabilitační péče – zdravotní pojišťovny hradí klientům veškeré náklady, pokud se jedná o léčbu v rámci Odborného léčebného ústavu, která je určena pro

dospělé pacienty. V Janských Lázních byl rehabilitační ústav založen v roce 2013 a umožnil léčbu na tzv. rehabilitačních lůžkách. Jedná se o východisko pro pacienty, kteří přišli o možnost lázeňskou léčbu podstoupit nebo opakovat. Nespornou výhodou je především délka pobytu, jelikož není omezena indikačním seznamem na čtyři týdny pro dětské pacienty a na tři týdny pro dospělé, jako je tomu u komplexní a příspěvkové péče. V rámci pobytu na rehabilitačních lůžkách trvá doba léčby dvakrát déle, což je pro lázně ekonomicky výhodnější. Cílem odborného léčebného ústavu je obnovit maximální funkční zdatnost klienta. Režim léčebně rehabilitační péče je určen pro pacienty, kteří jsou ve stádiu stabilizace nemoci, pacientům s chronickými potížemi pohybového ústrojí nebo neurologickým onemocněním.

Samoplátecká péče – v jejím rámci si veškeré náklady hradí klienti z vlastních finančních prostředků. V současné době lázně disponují nabídkou léčebně relaxačních balíčků. Nabídka zahrnuje lázeňské procedury, stravování formou polopenze a ubytování v lázeňském hotelu Terra*** Superior či depandanci Réva.

3.3 Ubytování a stravování ve státních léčebných lázních, Janských Lázních

3.3.1 Ubytovací služby

V lázeňském centru se nachází hlavní lázeňské domy určené pro ubytování dospělých klientů. Jedná se o:

- **Lázeňský Dům,**
- **Janský Dvůr***,**
- **Terra*** Superior.**

Lázeňský dům má 10 dvoulůžkových pokojů s příslušenstvím a 24 dvoulůžkových pokojů a 1 jednolůžkový pokoj bez příslušenství, o celkové kapacitě 69 lůžek. V budově je jídelna, rehabilitační oddělení, ordinace lékařů, centrální balneoprovoz, elektroléčebné přístroje, rentgen a biochemická laboratoř. Konají se zde léčebné procedury, které mohou využít všichni lázeňští klienti.

Janský Dvůr*** je centrálním lázeňským domem propojen s Lázeňským domem. Může ubytovat až 114 klientů v 56 plně vybavených dvoulůžkových pokojích případně ve 2 jednolůžkových pokojích s příslušenstvím. V budově se nachází hlavní příjímácký kancelář, recepce, lékařské ordinace a dvě jídelny. Stejně tak jako v Lázeňském domě, i v Janském Dvoře se konají léčebné procedury.

Hotel **Terra*** Superior** je propojen s Lázeňským domem, Aquacentrem a Fitness centrem. Ubytování je možné v 33 dvoulůžkových pokojích nadstandardně vybavených, nebo ve 2 dvoulůžkových apartmánech, o celkové kapacitě 70 lůžek. Hosti mají možnost stravování v centrální jídelně, která se nachází v blízkosti hotelu.

V blízkosti centra je možné ubytování v bezbariérových lázeňských depandancích:

- **Čechie,**
- **Bellevue**,**
- **Evropa,**
- **Réva***,**
- **Slovan**.**

Depandance **Čechie** má 8 dvoulůžkových pokojů, které jsou vybaveny vlastním sociálním zařízením společným vždy pro 2 pokoje, 6 jednolůžkových pokojů a 1 dvoulůžkový pokoj bez příslušenství. Celková kapacita depandance je 24 lůžek. Budova je jednoposchodová bez výtahu. Na procedury a stravování musí klienti docházet.

Depandance **Bellevue**** disponuje kapacitou 21 lůžek. Jedná se o 2 jednolůžkové pokoje s příslušenstvím, 1 jednolůžkový a 9 dvoulůžkových pokojů bez příslušenství. Sociální zařízení se nachází v každém poschodí. Procedury probíhají v Lázeňském domě a Janském dvoře***. Také za stravou musí lázeňští hosté docházet do centrální jídelny.

Depandance **Evropa** se nachází přibližně 5 minut chůze od lázeňského centra. Kapacita je 55 lůžek ve 2 apartmánech, 2 dvoulůžkových a 47 jednolůžkových pokojů s vlastním sociálním zařízením. V budově je výtah. Klienti musí na procedury a stravování docházet do centra lázeňského města.

Depandance **Réva***** je vzdálena od lázeňského centra přibližně 7 minut chůze. Disponuje 10 jednolůžkovými pokoji a 35 dvoulůžkovými pokoji, které jsou plně vybaveny a mají vlastní sociální zařízení. Celkem je v depandanci 80 lůžek. V budově je také k dispozici výtah. Klienti musí docházet do centra na procedury a do centrální jídelny.

Depandance **Slovan**** se nachází přibližně 5 minut chůze od centra Janských Lázní, kam musí klienti docházet na veškeré procedury a do centrální jídelny. Kapacita této depandance je 16 lůžek. Jedná se o 5 dvoulůžkových pokojů a 6 jednolůžkových pokojů s vlastním sociálním zařízením.

Pro ubytování a léčbu dětí je určen specializovaný objekt **Dětská léčebna Vesna**.

Dětská léčebna Vesna se nachází v klidném přírodním prostředí a je vzdálena přibližně 8 min. chůze od centra Janských Lázní. V objektu jsou umístěny všechny složky léčebné péče a ubytování. Na základě míry postižení dětí je léčebna rozdělena na sedm plně zařízených lůžkových oddělení. Celková kapacita zařízení je 329 lůžek a poskytováno je ubytování i s doprovodem rodičů. Součástí je také základní a mateřská škola, tělocvična, venkovní hřiště, termální bazén a kino. (Státní léčebné lázně, Janské Lázně, © 2017)

3.3.2 Stravovací služby

Pacientům, kteří jsou ubytováni v lázeňských budovách Bellevue**, Čechie, Evropa, Terra*** Superior, Réva*** a Slovan**, je k dispozici centrální jídelna na náměstí Janských Lázní. Kapacita stravovacího zařízení je 270 míst a obsluha zde probíhá formou servírování. Další jídelna o kapacitě 70 míst se nachází v Lázeňském domě a je určena výhradně pro pacienty ubytované ve 2. patře Lázeňského domu. Ubytovací zařízení Janský Dvůr*** disponuje jídelnou určenou pro pacienty ubytované ve 2. patře o celkové kapacitě 55 míst, a další jídelnou nacházející se ve 3. patře, která je určena pro pacienty ubytované na 3. a 4. patře Janského Dvora, o celkové kapacitě 55 míst.

Při nástupu do lázní je pacient povinen předložit kartičku s podklady k léčbě a stanovenou dietou. Následně obdrží veškeré potřebné informace včetně stravovacího rozvrhu. Denní strava se skládá ze snídaně, obědu a večeře s možností výběru ze dvou jídel. Každý čtvrtek a neděle jsou podávány studené večeře, ostatní dny zahrnují vždy teplé obědy a večeře. Příprava jídel probíhá v centrální jídelně, odkud je poté rozvážena do dílčích jídelen umístěných v Lázeňském domě a Janském Dvoře***.

Pro pacienty je k dispozici dietní systém na základě doporučení ošetřujícího lékaře. Mezi základní nabízené diety patří racionální strava, šetřící dieta s omezením tuků, redukční a diabetická dieta. Lázně nabízí rovněž doplňkové speciální diety zahrnující bezlaktózovou, bezlepkovou a bezezbytkovou dietu. Pokud pacient požaduje určitou dietní stravu bez předpisu lékaře, může mu být poskytnuta na základě úhrady poplatku ve výši 50 Kč/den. K dispozici jsou také služby nutriční terapeutky, která dochází každý všední den do centrální jídelny.

Samoplátci mají možnost využít služby lázeňských stravovacích zařízení za ceny obědu 150 Kč/osoba/den a večeře 150 Kč/osoba/den. Dětské porce jsou nabízeny za oběd v ceně 73 Kč/osoba/den a večeři 59 Kč/osoba/den. Snídaně jsou v ceně pro každého ubytovaného návštěvníka lázeňského zařízení.

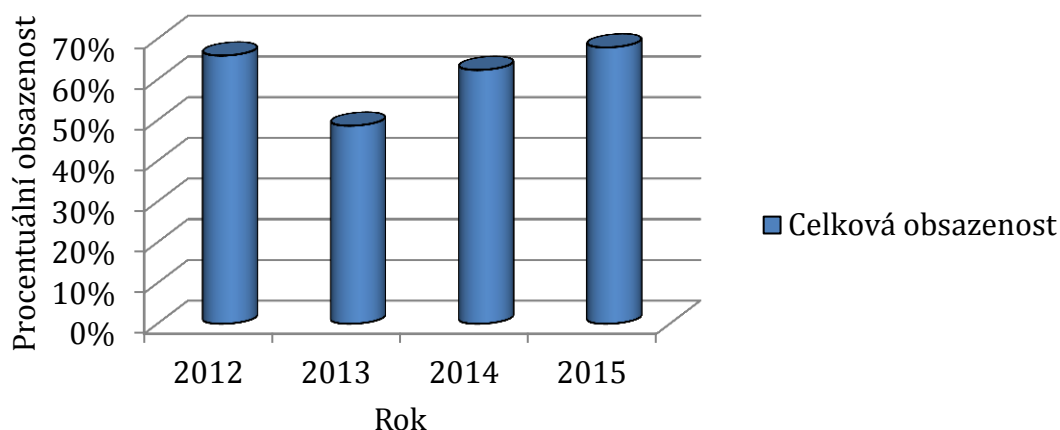
3.4 Obsazenost lázeňských domů

Obsazenost lázeňských domů byla zjištěna výpočtem lůžkodnů, tedy podílem dosaženého počtu využití lůžek a celkové roční kapacity lůžek.

Procentuální vyjádření obsazenosti všech dostupných lůžek lázeňských domů přibližuje obr. 2. Z něho se dovídáme, že lázeňská lůžka nebyla plně obsazena. Absolutní obsazenost by představovala teoretická hodnota 100%. Naopak absolutní nevyužití lázeňských domů by znamenala hodnota 0%.

V průběhu let 2012 až 2015 došlo k výraznému poklesu celkové obsazenosti, jako důsledku změny indikačního seznamu a nových pravidel vydaných ministerstvem zdravotnictví. V roce 2013 klesla obsazenost lázní v porovnání s rokem 2012 až o 26,15% obsazených lůžek. Lázně se snažily zaplnit volné kapacity pomocí rozšířené nabídky léčebně-relaxačních balíčků a převedením lázeňských lůžek na odborný léčebný ústav umožňující delší délku pobytu. Výsledkem je růst využití v roce 2014 o 13,70% lůžkové obsazenosti. K vyššímu růstu došlo o 5,55% v roce 2015, kdy nabyl platnosti nový indikační seznam.

Obr. 2 Využívání kapacit lůžek ve všech lázeňských domech v letech 2011-2015 v procentech.



Zdroj: Interní materiály Státních léčebných lázní, Janských Lázní, 2015 – vlastní zpracování

3.5 Ekonomická analýza přínosu lázeňského cestovního ruchu pro město Janské Lázně

3.5.1 Poplatky placené v rámci lázeňských služeb

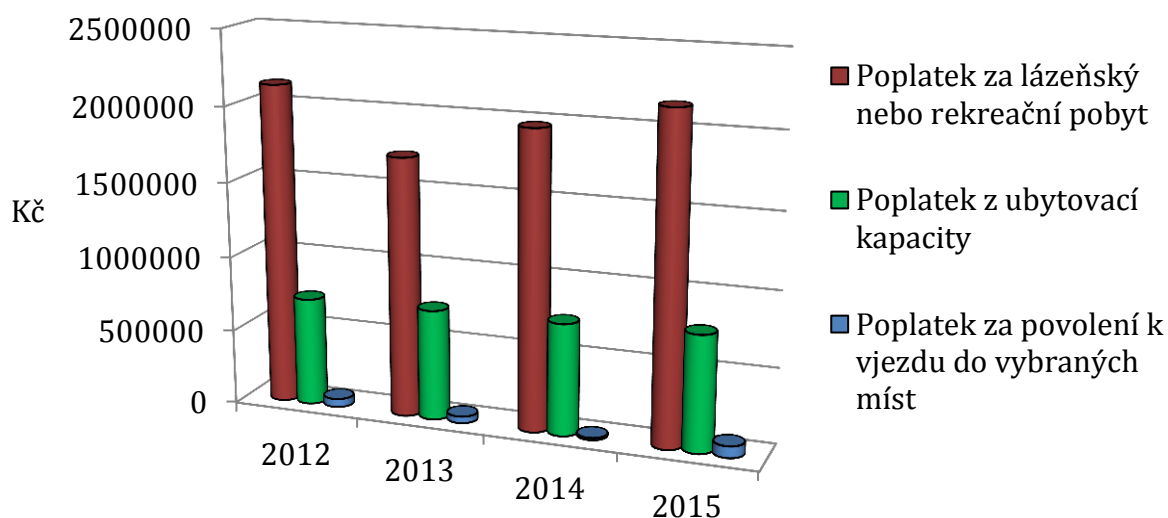
Státní léčebné lázně Janské Lázně a všechna ostatní ubytovací zařízení odvádí do rozpočtu města Janské Lázně místní poplatek za lázeňský nebo rekreační pobyt, který je významným příjmem obce. Hlavní funkcí lázeňského poplatku je přispět lázeňskému městu na výdaje, které se týkají udržování zařízení a služeb souvisejících s rekreací či lázeňstvím. Poplatek je určen a vymezen Obecně závaznou vyhláškou města Janské Lázně č. 4/2012 o místním poplatku za lázeňský nebo rekreační pobyt. Vyhláška byla schválena Zastupitelstvem města dne 17. 12. 2012. Poplatek se odvádí městu ve výši 15 Kč/osoba/každý i započatý den pobytu, pokud není tento den dnem příchodu. Lázeňští hosté jsou povinni poplatek uhradit ubytovateli, který jej následně odvádí městu. Úhrada poplatku se netýká osob bezmocných, nevidomých, osob s těžkým zdravotním postižením, které vlastní průkaz ZTP/P podle zvláštního právního předpisu a jejich průvodců, dále osob mladších 18 let, osob starších 70 let, vojáků v základní službě a osob vykonávajících civilní službu.

Dalším příjmem rozpočtu města Janské Lázně je místní poplatek z ubytovací kapacity, který též souvisí s provozem lázeňského zařízení. Je stanoven Obecně závaznou vyhláškou města Janské Lázně č. 3/2012 o místním poplatku z ubytovací kapacity. Vyhlášku vydalo Zastupitelstvo města dne 17. 12. 2012. Poplatek hradí ubytovatel, který poskytuje přechodné ubytování za úplaty. Sazba poplatku činí 5 Kč/každé využití lůžko/den. Poplatek není hrazen za přechodné ubytování studentů a žáků, a také z ubytovací kapacity ve zdravotnických či lázeňských zařízeních, nejsou-li využívána jako hotelová zařízení.

Dále je odváděn místní poplatek za povolení k vjezdu do vybraných míst, který je stanoven Obecně závaznou vyhláškou města Janské Lázně č. 1/2013 o místním poplatku za povolení k vjezdu s motorovým vozidlem do vybraných míst a částí města. Vyhláška byla schválena Zastupitelstvem města dne 29. 4. 2013. Poplatek je hrazen ve výši 20 Kč vozidlo/den. Pro osoby zaměstnané v Janských Lázních je sazba určena paušální částkou ve výši 120 Kč/rok, pro osoby s trvalým pobytem v Janských Lázních k zapůjčení jejich návštěvníkům pobývajícím u nich bez úplaty 250 Kč/rok, pro osoby, které vlastní nebo provozují zařízení k přechodnému ubytování v Janských Lázních k zapůjčení ubytovaným hostům 500 Kč/rok. (Oficiální stránky města Janské Lázně, ©2017)

Na základě získaných dat o výši místních poplatků za jednotlivé roky města Janské Lázně je zpracován obr. 3 o výši částek jednotlivých poplatků za roky 2012-2015.

Obr. 3 Výše částek jednotlivých místních poplatků souvisejících s lázeňskými službami za roky 2012-2015.



Zdroj: Rozpočet obce Janské Lázně – vlastní zpracování

Poplatek za lázeňský nebo rekreační pobyt vykazuje ve sledovaném období hodnoty pohybující se v rozmezí od 1,7 v roce 2013 do 2,2 milionů korun v roce 2015, kdy dosahuje své nejvyšší hodnoty 2 155 555 Kč. V roce 2013 pozorujeme značný pokles příjmů z tohoto poplatku jako důsledek změny indikačního seznamu zkracující lázeňské pobyty. Meziročně došlo ke snížení příjmů z poplatku za lázeňský nebo rekreační pobyt o 410 970 Kč (19,27%).

Lázně již v roce 2012 převedly část lůžkové kapacity na odborný léčebný ústav a rozšířily svou nabídku služeb pro samoplátce. Účinek těchto aktivit se ovšem začal projevovat až v roce 2014 a 2015, kdy se návštěvnost lázní opět navýšila. V porovnání s rokem 2013 došlo v roce 2015 k růstu příjmů z tohoto poplatku o 434 355 Kč (25,24%).

Poplatek z ubytovací kapacity vykazuje rostoucí trend. V roce 2015 dosahuje své nejvyšší hodnoty 746 810 Kč, což v porovnání s rokem 2012 značí růst o 27 220 Kč (3,78%). Příčinou je růst návštěvnosti samoplátecké klientely jako výsledek rozšířené nabídky balíčků pro samoplátce. Podstatným rysem Státních léčebných lázní, Janských Lázní je spolupráce s místními ubytovacími zařízeními a tudíž i jejich podpora. Klientům, kteří jsou v lázeňském městě ubytováni, nabízejí spousty výhod jako je např. levnější vstup do aquacentra. Prosperita lázní má tedy určitý vliv na místní hotely, penziony a apartmány, které jsou většinou využívány rekreačními návštěvníky. Mimo jiné, je pro samoplátce přednostně určen lázeňský hotel Terra*** Superior, z kterého se odvádí poplatky z ubytovací kapacity.

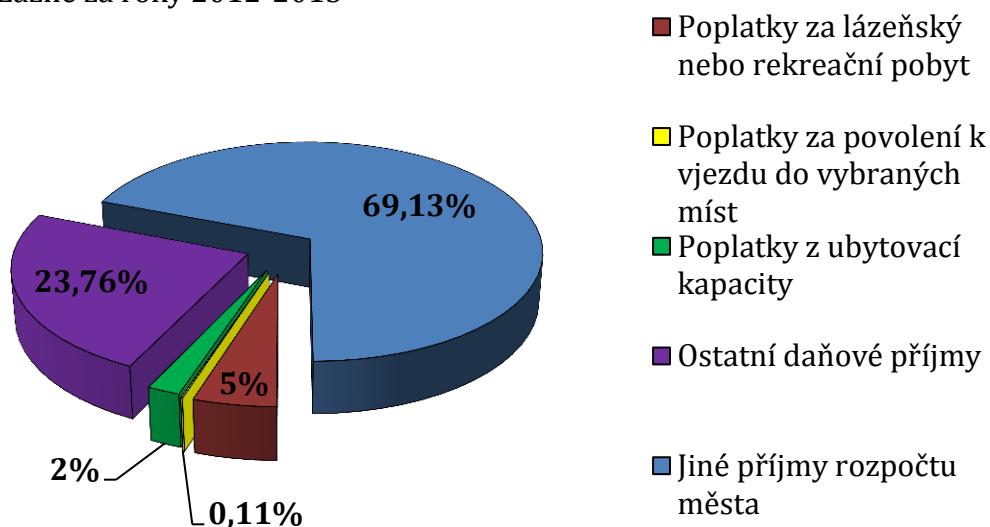
Poplatek za povolení k vjezdu do vybraných míst musí uhradit všichni návštěvníci, zaměstnanci i místní obyvatelé Janských Lázní, kteří chtějí používat motorové vozidlo v rámci lázeňské zóny. Z obr. 3 se dovídáme, že příjmy z tohoto poplatku od roku 2012 výrazně klesají. V roce 2014 se dostávají na minimální částku sledovaného období 14 280 Kč. Ve srovnání s rokem 2012 dochází k poklesu o 40 310 Kč (73,84%), což lze připsat již zmíněným ekonomickým problémům lázeňského zařízení, které způsobily nižší návštěvnost a ztrátu velkého počtu zaměstnanců. V roce 2015 lázně vykazují vyšší návštěvnost, což vede až k pětinasobnému meziročnímu nárůstu příjmů z poplatku za povolení k vjezdu do vybraných míst.

3.5.2 Podíl místních poplatků na rozpočtu města Janské Lázně

Z obr. 4 zjišťujeme, že v letech 2012-2015 mají poplatky za lázeňský či rekreační pobyt 5% podíl na celkovém rozpočtu města Janské Lázně. Další podstatnou hodnotou jsou poplatky z ubytovací kapacity, které tvoří 2% z celkových příjmů rozpočtu města Janské Lázně. Příjmy z poplatků za povolení k vjezdu motorových vozidel do vybraných míst vykazují podíl ve výši 0,10%.

V příloze A je uvedena struktura příjmů města Janské Lázně v letech 2012-2015, kde můžeme sledovat postupný vývoj jednotlivých místních poplatků souvisejících s lázeňskými službami. Z tabulky je zřejmé, že nejvyšší příjmy do rozpočtu města Janské Lázně plynou z dotací a daňových příjmů, mezi které patří i příjmy z místních poplatků, a během let 2012-2015 tvoří průměrně 21,66% všech daňových příjmů.

Obr. 4 Celkový podíl vybraných místních poplatků na celkovém rozpočtu města Janské Lázně za roky 2012-2015

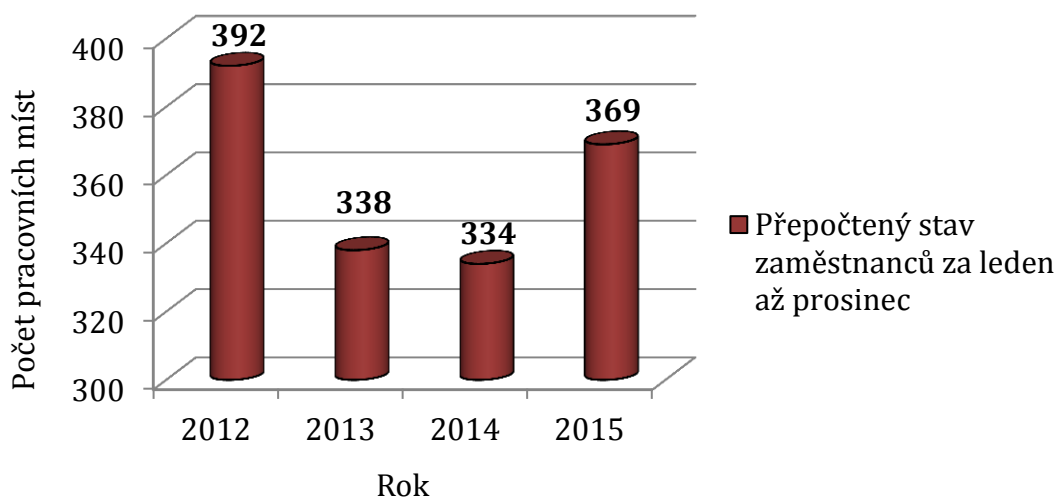


Zdroj: Rozpočet obce Janské Lázně – vlastní zpracování

3.5.3 Lázeňství jako zdroj pracovních a podnikatelských příležitostí

Státní léčebné lázně, Janské Lázně v současné době tvoří přibližně 388 pracovních míst a jsou tak jedním z nejvýznamnějších zdrojů pracovních příležitostí v regionu.

Obr. 5 Stav zaměstnanců ve Státních léčebných lázních, Janských Lázních v letech 2012-2015



Zdroj: Interní materiály Státních léčebných lázní, Janských Lázní – vlastní zpracování

Obr. 5 zachycuje přepočtený stav zaměstnanců na 8 hodinovou pracovní dobu lázeňského zařízení za leden až prosinec v letech 2012-2015. Vidíme, že počet pracovních míst v letech 2013 a 2014 prudce klesá, což je způsobeno nestabilní finanční situací podniku, která nastala změnou indikačního seznamu. Tyto dva roky

znamenal pro lázně odchod až 58 zaměstnanců (14,80%), kteří byli propuštěni nebo podali výpověď vzhledem k výraznému snížení jejich platů. Lázně na vzniklou skutečnost reagovaly převedením lůžkové kapacity na odborný léčebný ústav a rozšířenou nabídkou balíčků pro samoplátce. Pomocí těchto aktivit se podniku podařilo snížit vzniklou ztrátu a v roce 2015 dosáhnout zisku. Tato příznivá finanční situace lázním umožnila navýšit počet pracovních míst, což je na obr. 5 znázorněno přírůstkem 35 zaměstnanců (10,48%) v roce 2015.

Janské lázně mají přímý vliv na řadu oblastí, čímž podporují rozvoj dalších pracovních a podnikatelských příležitostí. Jedná se především o oblast ubytování, stravování a další doplňkové služby. V rámci nepřímých vlivů to může být oblast potravinářství, textilu, zdravotnického materiálu apod.

Významným krokem pro ekonomiku Janských Lázní byl vznik odborného léčebného ústavu umožňující delší dobu pobytu, což zvýšilo předpoklad lázeňských hostů k využívání dalších služeb, které většinou návštěvníci s kratší dobou pobytu nevyužijí. Tento proces představuje pro město významné ekonomické přínosy v podobě tvorby dalších pracovních a podnikatelských příležitostí.

3.5.4 Ekonomické výsledky lázní

V tab. 1 je zpracován přehled ekonomických výsledků Státních léčebných lázní, Janských Lázní za roky 2012-2015, které byly zjištěny na základě výkazu zisku a ztráty (příloha B). Sledovány jsou výnosy, náklady a výsledek hospodaření za účetní období, který je dán rozdílem mezi výnosy a náklady.

Tab. 1 Ekonomické výsledky Státních léčebných lázní, Janských Lázní za roky 2011-2015

Rok	Výnosy		Náklady		Rozdíl (zisk/ztráta)	
	tis. Kč	%	tis. Kč	%	tis. Kč	%
2012	225 367	26,02	257 381	27,18	- 32 014	39,70
2013	166 472	19,22	216 033	22,82	- 49 561	61,45
2014	225 512	26,03	229 919	24,28	- 4 407	5,46
2015	248 871	28,73	243 537	25,72	5 334	- 6,61
Celkem	866 222	100,00	946 870	100,00	- 80 648	100,00

Zdroj: Interní materiály Státních léčebných lázní, Janských Lázní – vlastní dopočty

Z provedeného rozboru ekonomických výsledků je zřejmé, že za období 2012-2015 lázně zaznamenaly ztrátu 80 648 tis. Kč. Největší podíl na této ztrátě má rok 2013 (61,45%), jako důsledek změny indikačního seznamu a zavedení nových pravidel ministerstva zdravotnictví. Tato skutečnost zapříčinila výrazný pokles tržeb podniku od zdravotních pojišťoven, o 67 015 tis. Kč (37,65%), což se projevilo kritickou finanční situací lázní.

Výrazně lepší výsledek hospodaření vyjadřuje hodnota v roce 2014, kdy se podniku podařilo snížit ztrátu o 45 154 tis. Kč (91,11%). K vyrovnání propadu dominujících tržeb od zdravotních pojišťoven přispělo navýšení obsazenosti lůžkové kapacity v rámci odborného léčebného ústavu, růst samoplátce klientely a nová

vyhláška upravující výši úhrad hrazených služeb. Tím došlo k navýšení výnosů o 59 040 tis. Kč (35,46%).

Začátkem roku 2015 vyšla v platnost novela zákona o veřejném zdravotním pojištění upravující indikační seznam, což pro lázně představuje ještě vyšší příjmy a zisk ve výši 5 334 tis. Kč. Sledujeme růst výnosů o 23 359 tis. Kč (10,36%), ale i meziroční nárůst nákladů o 13 618 tis. Kč (5,92%), což je důsledkem vyšších osobních nákladů.

3.5.5 Analýza výnosů

V příloze C je uveden přehled celkových výnosů státního podniku, z kterého budu v následující analýze vycházet. Nejvýznamnější položku tvoří tržby z poskytnutých zdravotních služeb, které jsou rozlišeny na platby od zdravotních pojišťoven a platby od samoplátců.

Z provedené analýzy výnosů za období 2012-2015 zjišťujeme značný pokles v roce 2013 a následně rostoucí trend celkového vývoje výnosů. V roce 2012 výnosy dosáhly částky 225 367 tis. Kč a v posledním hodnoceném roce částky 248 871 tis. Kč. To představuje zvýšení o 23 504 tis. Kč (10,43%). Vlastní tržby se na výnosech podílely v rozmezí od 151 401 tis. Kč (rok 2013) do 234 529 tis. Kč (rok 2015). Tyto výsledky ukazují na kolísavost služeb s největším poklesem v roce 2013.

Rok 2013 byl výnosově nízký především v tržbách plynoucích od zdravotních pojišťoven. Bylo to pouze 110 957 tis. Kč, což bylo 66,65% z celkových výnosů. Pozitivním jevem tohoto roku je, že samoplátcí zaznamenali největší podíl výnosů 40 422 tis. Kč, což představuje 24,28% z celkových výnosů podniku. Důsledkem je rozšířená nabídka lázeňských balíčků se zaměřením na zahraniční klientelu. Lázně vytvořily atraktivní wellness balíčky, kterým nastavily vysoké ceny a zaměřily se především na německou klientelu. Tímto způsobem se snažily zaplnit nevyužité lázeňské kapacity a získat tak finanční prostředky do svého rozpočtu. Výsledkem byl vysoký podíl cizinců (15,29%) na samoplátecké klientele v roce 2013. V situaci vykazovaných ztrát podniku byla tato strategie pro získání finančních prostředků úspěšná.

V dalším roce se kapacity plní pojištěnci v rámci léčebně rehabilitační péče. Lázně snížily nabídku a propagaci těchto balíčků na německém trhu, čímž došlo k poklesu tržeb od samoplátců za rok 2014 při stálém růstu této klientely, což můžeme vidět v následující tabulce číslo 2.

Tab. 2 Podíl pojištěnců a samoplátců na celkovém počtu klientů v letech 2012-2015

Název položky		2012	2013	2014	2015
Celkový počet klientů		10 536	7 303	9 258	11 171
z toho	pojištěnci	7 641	4 274	5 162	6 024
	samoplátcí	2 895	3 029	4 096	5 147
Celkový počet ošetřovacích dnů		194 395	139 414	178 141	205 207
z toho	pojištěnci	171 422	115 980	149 960	176 161
	samoplátcí	22 973	23 434	28 181	29 046

Zdroj: Interní materiály Státních léčebných lázní, Janských Lázní – vlastní zpracování

V Janských Lázních je pozitivním jevem, že celkový počet klientů se od roku 2013 do roku 2015 zvýšil o 3 868 (52,96%) klientů, přitom pojištěnci vykazují nárůst o 40,94%, zatímco samoplátcí o 69,92%. Úspěch je výsledkem dobrého jména Janských Lázní a poskytovaných služeb. Obdobně jako vývoj počtu klientů se projevil i celkový počet ošetřovacích dnů. V roce 2014 je příčinou využití odborného léčebného ústavu nabízející delší pobyty pro pojištěnce. V roce 2015 je pak tento růst příčinou především nového indikačního seznamu.

3.5.6 Analýza nákladů

Přehled druhově tříděných nákladů za roky 2012-2015 je uveden v příloze D. Nejvýznamnější položkou celkových nákladů jsou osobní náklady, které tvoří průměrně 45,46% veškerých nákladů a v průběhu sledovaného období vykazují kolísavý trend. V roce 2013 dochází k výraznému poklesu, o 13 959 tis. Kč (12,38%), jako důsledku propuštění až 13,78% zaměstnanců. Výše těchto nákladů ovšem v roce 2014 roste o 5 018 tis. Kč (5,08%) z důvodu tlaku na růst mezd ze strany zaměstnanců. Rok 2015 vykazuje meziroční nárůst o 10 957 tis. Kč (10,55%) a v porovnání s rokem 2011 dochází k růstu o 2 016 tis. Kč (1,79%).

Další významnou položkou jsou náklady na prodané zboží a výkony, které průměrně představují 34,47% podíl na celkových nákladech. Nejvyšších hodnot dosahují v roce 2012, kdy tvoří 36,19% podíl na celkových nákladech. Pozitivním jevem je pokles podílu nákladů na prodané zboží a výkony mezi roky 2012 a 2015, o 10 519 tis. Kč (11,29%), přičemž absolutní výše celkových tržeb z prodaného zboží a vlastních výkonů vzrostla.

Významnou položku představují také odpisy, kde sledujeme klesající trend. V roce 2015 došlo k poklesu v porovnání s rokem 2012, o 5 860 tis. Kč (15,25%).

3.5.7 Analýza vybraných poměrových ukazatelů

V příloze F je zpracována tabulka s výpočty veškerých potřebných poměrových ukazatelů státního podniku Janské Lázně. Analýza byla realizována pomocí rozvahy (příloha E) a výkazu zisku a ztráty (příloha B).

1. Ukazatele rentability

V rámci komplexního hodnocení ukazatelů rentability je nutné zohlednit záporné výsledky hospodaření v letech 2012-2014.

1.1. Rentabilita celkového kapitálu dosáhla nejvyšších hodnot v roce 2015, kdy na 1 Kč vloženého celkového kapitálu podnik vyprodukoval 1,20% čistého zisku, který představuje výsledek hospodaření po zdanění. V předchozích letech sledovaného období podnik vykazoval ztrátu, proto jsou výsledné hodnoty záporné.

1.2. Vývoj rentability vlastního kapitálu koresponduje s vývojem rentability celkového kapitálu. Nejvyšších hodnot podnik dosáhl opět v roce 2015, kdy na 1 Kč vloženého vlastního kapitálu vyprodukoval 1,30% čistého zisku.

1.3. Ukazatel výnosnosti cizích zdrojů poměřuje výsledek hospodaření a cizí zdroje. Od roku 2012 sledujeme záporné hodnoty, až v roce 2015 dosahuje své nejvyšší kladné hodnoty, kdy na 1 Kč cizích zdrojů připadalo 15,98% zisku.

1.4. Rentabilita tržeb vyjadřuje poměr zisku k dané úrovni tržeb. Nejvyšších hodnot dosáhl podnik opět v roce 2015, kdy na 1 Kč tržeb připadalo 2,27% čistého zisku.

2. Ukazatele platební schopnosti

Jedná se o schopnost podniku splácet veškeré své závazky.

2.1. Ukazatel solventnosti obecně udává poměr oběžných aktiv a krátkodobých závazků. Nejvyšší hodnoty tohoto ukazatele podnik zaznamenal v roce 2015, což vyjadřuje možnost podniku krýt 1 Kč krátkodobých závazků 4,08 Kč celkových aktiv. Naopak nejnižší hodnoty dosahuje v roce 2013, hodnoty ve výši 3,30.

2.2. Ukazatel pohotové likvidity je poměr oběžných aktiv a krátkodobých závazků, ovšem v rámci oběžných aktiv se vyloučí zásoby, jelikož jsou nejníže pohotově přeměnitelné na peněžní prostředky. V porovnání s ukazatelem solventnosti je patrné, že se hodnoty vyvíjely stejně a rozdíl jejich výše byl minimální. Lze usoudit, že zásoby neměly na ukazatel solventnosti vysoký vliv.

3. Ukazatele struktury zdrojů

Vyjadřují poměr mezi vlastními a cizími zdroji.

3.1. Ukazatel finanční nezávislosti se pohybuje v rozmezí 92,36% až 95,38%, což vypovídá o vysoké finanční nezávislosti podniku a to i vzhledem k záporným výsledkům hospodaření, ke kterým došlo v letech 2012-2014.

3.2. Ukazatel celkové zadluženosti procentuálně vyjadřuje závislost podniku na cizích zdrojích. Po celé sledované období sledujeme pouze minimální výkyvy, jelikož se ukazatel pohyboval v intervalu od 4,62% do 7,49%. Nejnižších hodnot je dosahováno v roce 2013, což vypovídá o stabilitě podniku. I když se jedná o rok s největší vykazovanou ztrátou, podnik dokázal financovat veškeré své závazky z vlastních zdrojů, čímž nedošlo k vytvoření externích závazků.

4. Ukazatele ekonomické aktivity

4.1. Ukazatel obratu celkového kapitálu vyjadřuje produkci celkového kapitálu v tržbách podniku. Během sledovaného období se obrat pohyboval v rozmezí od 0,41 do 0,53, což značí zrychlení obratu celkového kapitálu.

4.2. Ukazatel doby obratu krátkodobých závazků udává rychlost podniku splácet své závazky, jako dodržování platební morálky vůči svým dodavatelům. V rámci sledovaného období se doba postupně zvýšila z 36 na 49 dnů.

5. Ukazatele produktivity práce

5.1. Produktivita práce ve vztahu k tržbám vyjadřuje, jaké průměrné množství tržeb je schopen vyprodukovat jeden zaměstnanec v určitém časovém intervalu.

V roce 2013 vykazuje nejnižší hodnotu sledovaného období 447,93 tis. Kč. Následně dochází ke značnému růstu, což je způsobeno růstem tržeb podniku. Za rok 2015 je jeden zaměstnanec schopen vyprodukovat 635,58 tis. Kč tržeb.

5.2. Produktivita práce z přidané hodnoty vyjadřuje, jakou průměrnou přidanou hodnotu je schopen vyprodukovat jeden zaměstnanec v určitém časovém úseku. V roce 2013 tento ukazatel klesá a dosahuje nejnižší hodnoty v rámci sledovaného období, 236,79 tis. Kč jako důsledku nižšího počtu pracovníků ale i poklesu přidané hodnoty. V dalším roce dochází k růstu až o 66,16% a v roce 2015 dosahuje hodnoty 411,65 tis. Kč, což znamená, že jeden zaměstnanec vyprodukoval 411,65 tis. Kč z přidané hodnoty.

5.3. Ukazatel osobní náklady k přidané hodnotě určuje, jak velká část finančních prostředků z přidané hodnoty je vynaložena na mzdy zaměstnanců podniku.

V průběhu let 2012-2015 sledujeme proměnlivý trend. V roce 2012 je vykazován 95,84% podíl osobních nákladů na přidané hodnotě. V roce 2013 došlo k poklesu osobních nákladů, ovšem tržby z vlastních výkonů zaznamenaly ještě výraznější propad. Dochází tak k enormnímu výkyvu tohoto ukazatele, kdy značně přesahuje hranici 100%. Tento jev vypovídá o nízké výkonnosti podniku. Roku 2014 dochází k poklesu na 79,00% a v roce 2015 vykazuje tento ukazatel ještě nižší podíl, 75,56%.

3.6 Vyhodnocení a interpretace dotazníkového šetření

Jako podpůrná metoda bylo provedeno dotazníkové šetření v termínu od 28. 1. 2017 do 10. 4. 2017. Dotazník obsahuje 13 otázek rozdělených do třech okruhů. První okruh byl vytvořen za účelem získání podstatných informací o lázeňských klientech a druhý okruh je zaměřen na hodnocení propagačních materiálů lázní. Cílem třetího a zároveň nejvýznamnějšího okruhu bylo zjistit spokojenost lázeňských hostů se službami jednotlivých objektů lázní. Vzor otázek dotazníku se nachází v příloze G.

Na dotazník odpovědělo celkem 158 lázeňských hostů, z toho 96 žen (61%) a 62 mužů (39%). Nejpočetnější věková kategorie respondentů byla 51-65 let a z celkového počtu dotazovaných vykazovala 40% podíl. Věkovou kategorii 66 a více let lze rovněž považovat za vysoce zastoupenou, jelikož tvořila 38% podíl mezi respondenty. Nižší věkové kategorie mají podstatně menší procentuální zastoupení. Respondenti ve věku 31-50 let tvořili 12% podíl a věková kategorie 16-30 let pouze 10% podíl z celkového počtu dotazovaných. Doprovod dětí do 18 let byl z výzkumu vyřazen, jelikož nevykázal žádný podíl z celkového počtu respondentů. Grafické věkové rozdělení respondentů se nachází na obr. 13 v příloze H.

Dále bylo zjišťováno, kolikrát již účastníci Janské Lázně navštívili. Nejvyšší procentuální zastoupení (47%) se týká respondentů, kteří byli v Janských Lázních poprvé. Druhou početnou skupinu tvoří respondenti, kteří navštívili Janské Lázně vícekrát, představují 31% podíl. Pouze 10% dotazovaných bylo v lázních potřetí a 12% podruhé. Graf znázorňující četnost navštívení je uveden jako obr. 14 v příloze H.

Dále mě zajímalo, jakou variantu dopravního prostředku lázeňští hosté využili k dopravě do Janských Lázní. Grafické zobrazení výsledků je uvedeno na obr. 15 v příloze H, kde můžeme vidět, že více než polovina (78%) respondentů využila vlastní automobilovou dopravu a celkem 22% z dotazovaných využilo služby veřejné hromadné dopravy.

Co se týká druhu lázeňské péče, tak 61% dotazovaných využilo komplexní péči a pouze 5% příspěvkovou péči. Významné zastoupení má i rehabilitační péče s podílem 25% respondentů. Samoplátci vykazovali 9% podíl. Grafické rozdělení podle lázeňské péče se nachází na obr. 16 v příloze H.

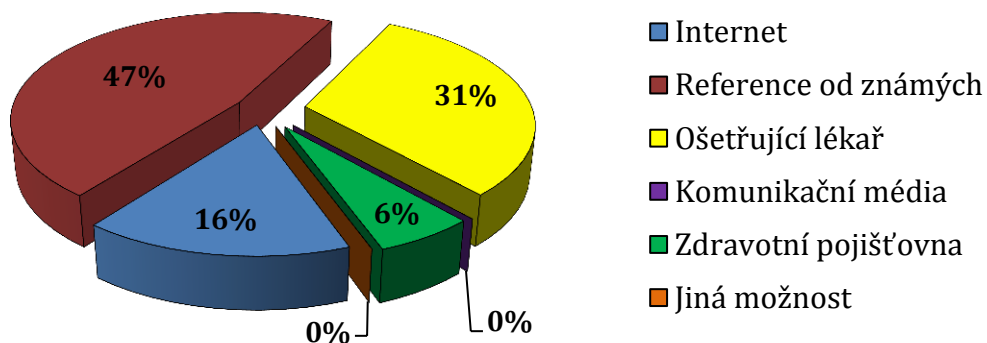
V rámci obsazenosti lázeňských ubytovacích zařízení, bylo největší množství respondentů (35%) ubytováno v Janském Dvoře^{***}. Hotel Terra^{***} Superior byl obsazen 28% dotazovaných, Lázeňský dům 14% a Réva^{***} 11% respondentů. Nejnižší zastoupení bylo zjištěno v depandancích Evropa (1%), Bellevue^{**} (6%) a Slovan^{**} (5%). Mezi dotazovanými se nevyskytli hosté z ostatních ubytovacích zařízení. Graf, který zobrazuje výsledky obsazenosti jednotlivých lázeňských domů je na obr. 17 v příloze H.

3.6.1 Informovanost klientů o Janských Lázních

Cílem první otázky bylo zjistit, odkud se návštěvníci dozvěděli o Janských Lázních.

Z níže uvedeného grafu je patrné, že 47% respondentů se o lázních dozvědělo od jiných lidí, z čehož lze usuzovat na pozitivní efekt ústní propagace. V 31% byl zdrojem informací ošetřující lékař a 6% z dotazovaných se o lázních dozvědělo od zdravotní pojišťovny. Jedná se především o klienty využívající komplexní, rehabilitační či příspěvkovou péči. Internet jako zdroj informací využilo pouze 16% respondentů absolutně zastoupených samopláteckou klientelou.

Obr. 6 Zdroj informací o Státních léčebných lázních, Janských Lázních

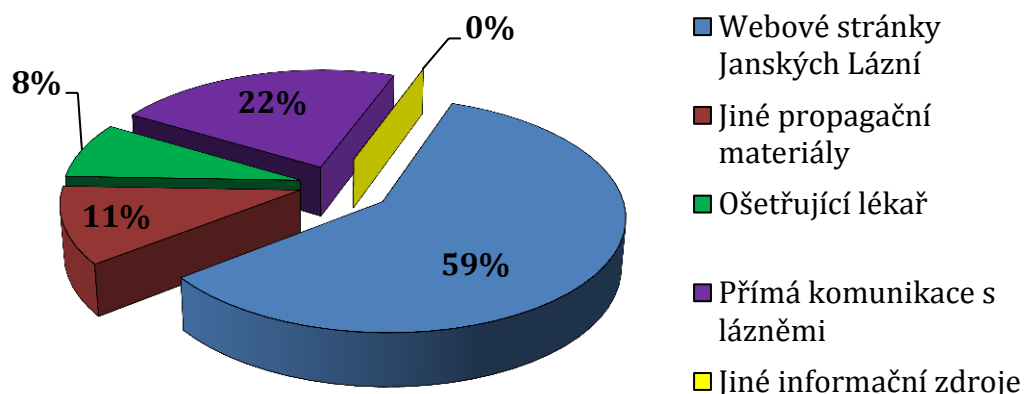


Zdroj: vlastní zpracování

Otázka ohledně doplňujících informací před příjezdem se týkala především samotných lázní, jejich okolí, možností pro využití volného času, nabízených aktivit a informací o poskytovaných službách.

Z následujícího obrázku č. 7 je zřejmé, že více než polovina respondentů (59%) využila pro získání doplňujících informací oficiální webové stránky Janských Lázní. Tato skutečnost vypovídá o propracovanosti a dobré úrovni webových stránek Janských Lázní. 22% z dotazovaných komunikovalo přímo s lázněmi a potřebné doplňující informace jim byly sděleny telefonicky či prostřednictvím e-mailu. Malé zastoupení vykázaly jiné propagační materiály, které byly využity pouze v 11%.

Obr. 7 Doplnující informace před příjezdem



Zdroj: vlastní zpracování

3.6.2 Kvalita a úroveň poskytovaných služeb v lázeňských objektech

Sekce hodnocení kvality a úrovně poskytovaných služeb v lázeňských objektech byla rozdělena do čtyř zkoumaných oblastí:

- ubytování,
- stravování,
- léčebné procedury,
- personál,
- kulturní vyžití.

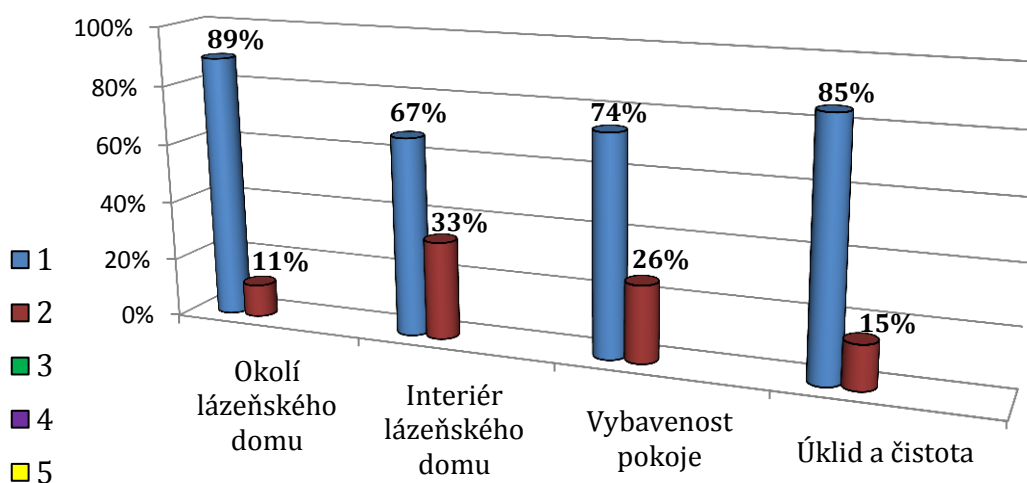
Respondenti hodnotili poskytované služby pomocí stupňů 1 až 5, kdy stupeň 1 znamená absolutní spokojenost a stupeň 5 vyjadřuje absolutní nespokojenost.

Ubytovací služby

V oblasti kvality ubytování respondenti hodnotili okolí lázeňského domu, interiér lázeňského domu, vybavenost pokoje a úklid a čistotu lázeňského zařízení.

Na základě výsledků lze usoudit, že kvalita poskytovaných služeb ubytování je na vysoké úrovni, jelikož všichni respondenti hodnotili stupni 1-2. Výsledky uvádí obr. 8.

Obr. 8 Kvalita ubytování



Zdroj: vlastní zpracování

Stravovací služby

Zkoumanou oblastí byly také stravovací služby v lázeňské centrální jídelně.

Z grafu zjišťujeme převládající průměrné až negativní výsledky hodnocení kvality stravování. V rámci pestrosti a složení jídelníčku a kvality a chuti pokrmů se vyskytují i nejnižší stupně hodnocení 4-5.

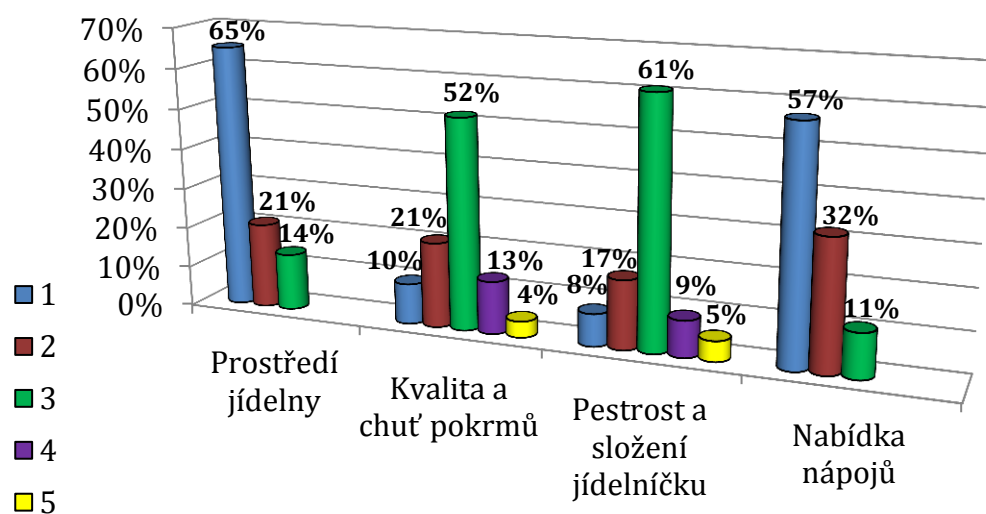
Více než polovina z celkového počtu dotazovaných (52%) ohodnotila kvalitu a chuť pokrmů stupněm číslo 3. Menší podíl vykazují stupně v rozmezí 1-2, s procentuálním zastoupením 31% respondentů. Sledujeme i záporné známkování stupni 4-5, které zvolilo celkem 17% dotazovaných.

Pestrost a složení jídelníčku bylo pouze v 8% ohodnoceno stupněm číslo 1, naopak v 14% bylo ohodnoceno nejnižšími stupni v rozmezí 4-5. Největší procentuální podíl (61%) této služby vykazuje stupeň číslo 3.

Nabídka nápojů vykazuje pozitivní výsledky, kdy byly v 89% zvoleny nejvyšší stupně hodnocení 1-2.

Dále bylo hodnoceno prostředí jídelny, které zahrnuje prostírání stolů, výzdobu, čistotu, servírování ale i dodání stravy na lůžko. Z celkového počtu dotazovaných hodnotilo 86% respondentů prostředí jídelny stupni 1-2, což vypovídá o vysoké spokojenosti klientů.

Obr. 9 Hodnocení kvality stravování



Zdroj: vlastní zpracování

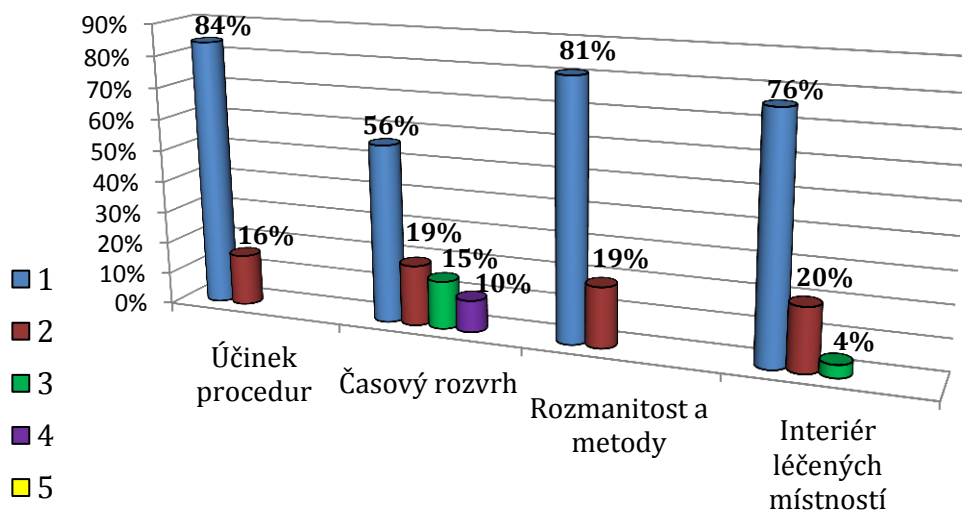
Zhodnocení léčebných procedur

Hodnocení procedur se týkalo především účinku léčebných procedur, tedy zlepšení či postupné zlepšování zdravotního stavu pacientů, časového rozvrhu procedur, jejich rozmanitosti, použitých metod a interiér léčebných místností.

Účinek léčebných procedur, stejně tak jako rozmanitost a použité metody léčby, byly hodnoceny stupni 1-2. Tato skutečnost vysvětluje výsledky v rámci počtu návštěví, kde opakované návštěvy lázní převyšují respondenty, kteří byli v lázních poprvé.

Do záporných hodnot se dostáváme pouze v rámci hodnocení časového rozvrhu, který byl v 10% ohodnocen stupněm číslo 4.

Obr. 10 Hodnocení léčebných procedur



Zdroj: vlastní zpracování

Poskytování služeb

V rámci služeb obsluhující obslužný a zdravotní personál byla hodnocena jejich pozornost, profesionalita, ochota a přístup.

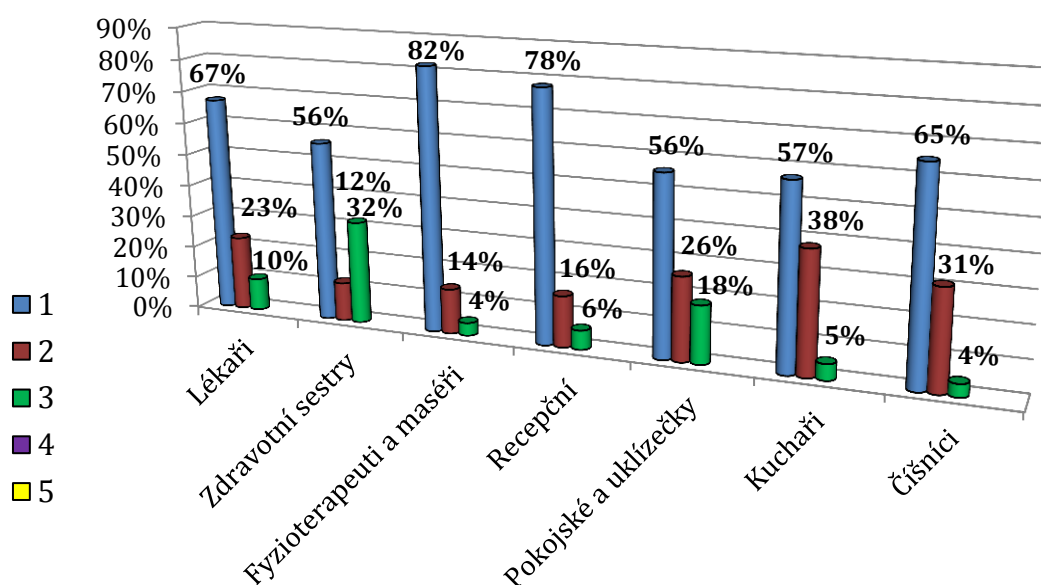
Z grafu je patrné, že nejlepší hodnocení získali fyzioterapeuti a maséři. Také služby recepční byly v 78% ohodnoceny stupněm číslo 1.

Služby kuchařů, číšníků, uklízeček a pokojských byly hodnoceny kladně s převažujícím procentuálním zastoupením stupňů v rozmezí 1-2.

Pozitivní skutečností je, že žádný okruh personálu nebyl ohodnocen stupni v rozmezí 4-5. Nejhorší stupeň hodnocení v rámci hodnocení služeb personálu byl stupeň číslo 3, který byl nejpočetněji (32%) zvolen u zdravotních sester.

Z těchto výsledků vyplývá pozitivní vnímání služeb personálu Janských Lázní.

Obr. 11 Hodnocení služeb personálu



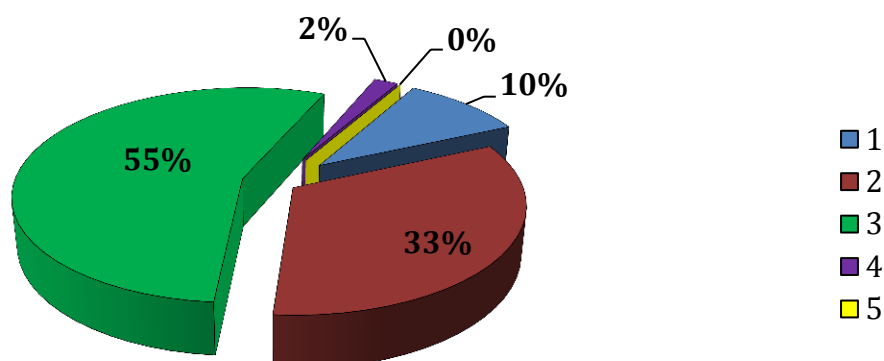
Zdroj: vlastní zpracování

Spokojenost s kulturním programem a volnočasovými aktivitami

Posledním zkoumaným okruhem byla spokojenost lázeňských hostů s volnočasovými aktivitami a kulturním programem v Janských Lázních.

V 55% bylo kulturní vyžití ohodnoceno stupněm číslo 3, což vypovídá o průměrné spokojenosti respondentů. 43% z dotazovaných hodnotilo stupni v rozmezí 1-2. Celkově tedy převažuje hodnocení stupni 3-4 (v 57%). Tyto výsledky lze odůvodnit zimním obdobím, ve kterém se dotazníkové šetření uskutečnilo. V letní sezóně je kulturní program rozšířen o venkovní aktivity, například pravidelné promenádní koncerty, trhy, výstavy a divadelní představení.

Obr. 12 Spokojenost s kulturním vyžitím a volnočasovými aktivitami



Zdroj: vlastní zpracování

3.6.3 Shrnutí dotazníkového šetření

Dotazníkové šetření bylo zaměřeno především na hodnocení spokojenosti návštěvníků s poskytovanými službami Státních léčebných lázní, Janských Lázní.

Vysoká spokojenost byla zjištěna v rámci ubytovacích služeb a naopak nedostatky ve stravovacích službách. Zejména kvalita a chuť pokrmů, pestrost a složení jídelníčku, byly ohodnoceny nižšími stupni. Pro zajištění spokojenosti návštěvníků a zachování dobrého jména Janských Lázní, je nutné zvýšit úroveň stravovacích služeb a tím vyrovnat tento nesoulad.

Při hodnocení léčebných procedur bylo nejhůře ohodnoceno časování procedur, naopak vysokého hodnocení dosáhl účinek procedur, což je významné zejména pro opakované pobyty návštěvníků a také ústní propagaci.

Služby personálu byly hodnoceny pozitivně, kdy nejnižší spokojenost byla s poskytovanými službami zdravotních sester.

Podstatnou informací je rovněž využívání vlastní automobilové dopravy, kterou se do Janských Lázní dopravilo 78% dotazovaných. Tento výsledek lze považovat za podnět k řešení nedostatečných parkovacích kapacit, které snižují komfort lázeňských klientů.

Výsledky o informovanosti návštěvníků poukazují na propracovanost a přehlednost webových stránek Státních léčebných lázní, Janských Lázní, které klienti primárně využily pro získání doplňujících informací před příjezdem do lázní. Tištěné propagační materiály (letáky, prospekty, katalogy a brožury) byly jako informační zdroj využity podstatně nízkou skupinou respondentů. Vzhledem k značnému potenciálu rozvoje lázeňského cestovního ruchu v Janských Lázních, by se tato forma propagace měla rozšířit a umožnit získání nových potenciálních návštěvníků.

3.7 SWOT analýza Janských Lázních

V tab. 4 jsou uvedeny nejvýznamnější aspekty na straně silných a slabých stránek, příležitostí a hrozeb, které mohou ovlivnit další vývoj lázeňského cestovního ruchu v Janských Lázních.

Tab. 3 SWOT analýza Janských Lázní

SWOT analýza	
Silné stránky „S“	Slabé stránky „W“
S1: dlouholetá tradice lázní S2: atraktivní poloha města (KRNAP) S3: čisté a kvalitní životní prostředí S4: unikátnost přírodních léčivých zdrojů S5: kvalifikovaní pracovníci lázní S6: dostatečná ubytovací kapacita S7: známé sportovní středisko S8: propracované, přehledné a poutavé webové stránky lázní	W1: slabý kulturní a společenský program v zimním období W2: rozdílná kvalita stravovacích a ubytovacích služeb W3: malý počet stravovacích zařízení ve městě W4: nedostatečné parkovací kapacity v centru města W5: nízká nabídka služeb občanské vybavenosti
Příležitosti „O“	Hrozby „T“
O1: mladší generace O2: zlepšení nabídky a úrovně stravovacích služeb O3: vybudování nových restaurací, pekáren, kaváren ve městě O4: rozšíření a garance parkovacích míst pro lázeňské hosty O5: zahraniční spolupráce	T1: změny indikačního seznamu – možný úbytek klientů T2: rostoucí nároky klientely T3: silná konkurence v lázeňství T3: znečišťování a poškozování životního prostředí T4: odliv kvalifikovaných zaměstnanců do větších měst či do zahraničí

Zdroj: vlastní zpracování

Na základě nejvýznamnějších zjištěných silných a slabých stránek, příležitostí a hrozeb Janských Lázní byly zpracovány následující strategie vedoucí ke zvýšení ekonomických přínosů.

Strategie „SO“

Silná stránka: známé sportovní středisko.

Příležitost: mladší generace.

Prostřednictvím zážitkových balíčků by mohly lázně získat vyšší podíl mladší generace na celkovém počtu návštěvníků. Jednalo by se o balíčky obsahující lázeňské procedury včetně vstupu do aquacentra a fitness centra spojených s využitím atraktivit města jako sportovního střediska (např. skipasy, lanový park, paragliding apod.). Vzájemnou spoluprací při tvorbě zážitkových balíčků služeb by profitovaly i ostatní podnikatelské subjekty, což by představovalo další navýšení ekonomických přínosů pro samotné město.

Strategie „WO“

Slabá stránka: nedostatečné parkovací kapacity v centru města.

Příležitost: rozšíření a garance parkovacích míst pro lázeňské klienty.

Volná parkovací místa pro lázeňské hosty nelze garantovat, což výrazně snižuje jejich komfort. Zajištění dostatečných parkovacích kapacit by posílilo úroveň poskytovaných služeb a tím spokojenost klientů Janských Lázní.

Strategie „ST“

Silná stránka: dlouholetá tradice lázní.

Hrozba: vysoká konkurence v lázeňství.

Dlouholetá tradice Janských Lázní a unikátnost přírodních léčivých zdrojů vytváří významný potenciál pro udržení své pozice na trhu. Lázně by mohly rozšířit propagaci prostřednictvím slevových portálů, které jsou v dnešní době významným trendem, rozšířit propagaci pomocí tištěných materiálů a především odstranit nedostatky v poskytovaných službách.

Strategie „WT“

Slabá stránka: nízká nabídka služeb občanské vybavenosti.

Hrozba: odliv kvalifikovaných zaměstnanců do větších měst či do zahraničí.

Rozšířením služeb občanské vybavenosti a poskytnutím kvalitních životních podmínek by se snížila pravděpodobnost odlivu místních obyvatel a zároveň i kvalifikovaných zaměstnanců. Ve městě je malý počet obchodů, kaváren, restaurací, chybí lékárna, pekárna nebo veřejné WC. Tyto nedostatky ovlivňují i komfort samotných návštěvníků lázeňského místa.

4 Diskuze a závěr

Bakalářská práce byla rozdělena na dvě hlavní části, literární rešerši a vlastní práci, které obsahují další podkapitoly v souladu s řešenou problematikou.

První část se zabývala problematikou cestovního ruchu, lázeňského cestovního ruchu, jeho ekonomickými přínosy, charakteristikou základních ekonomických ukazatelů a marketingem v lázeňském cestovním ruchu.

V druhé části byl posouzen potenciál Janských Lázní pro cestovní ruch, propagační materiály, činnost a poskytované služby Státních léčebných lázní, Janských Lázní včetně charakteristiky ubytovacích a stravovacích služeb pro lázeňské klienty. Současně byla provedena analýza ekonomických přínosů lázeňského cestovního ruchu prostřednictvím zaměstnanosti lázeňského zařízení, placených poplatků v rámci lázeňských služeb a jejich závislosti na celkovém rozpočtu města Janské Lázně. Pomocí ekonomických výsledků Státních léčebných lázní, Janských Lázní za roky 2012-2015 byla provedena analýza jejich hospodaření, výnosů, nákladů a poměrových ukazatelů. Vlastní práce také obsahuje dotazníkové šetření k zjištění zásadních informací o klientech lázní, jejich informovanosti o lázních a především spokojenosti s poskytovanými službami. V závěru této části byla také provedena SWOT analýza.

Hlavním cílem bakalářské práce bylo vyhodnotit ekonomické přínosy lázeňského cestovního ruchu pro město Janské Lázně. Tohoto cíle bylo dosaženo prostřednictvím analýzy vývoje placených poplatků v rámci lázeňských služeb, které vykazaly značný podíl na rozpočtu města Janské Lázně. Rozbor zaměstnanosti lázeňského zařízení poukázal na významnost lázní jako na zdroj pracovních a podnikatelských příležitostí. Na základě provedené analýzy ekonomických výsledků Státních léčebných lázní, Janských Lázní za roky 2012-2015 bylo zjištěno, že ziskovost lázní je důležitým aspektem pro ekonomiku města Janské Lázně. V letech 2012-2014, kdy lázně vykazovaly záporný výsledek hospodaření, došlo k výraznému poklesu příjmů z místních poplatků souvisejících s lázeňskými službami, propouštění a odchodu zaměstnanců lázeňského zařízení a celkově nižší návštěvnosti lázní, což bylo zjištěno pomocí analýzy obsazenosti lázeňských domů. Tyto výsledky poukazují na významné místo lázní na trhu cestovního ruchu ale i národní a regionální ekonomice.

Na základě zpracovaných ekonomických výsledků Státních léčebných lázní, Janských Lázní za roky 2012-2015 byla zjištěna vysoká závislost podniku na tržbách od zdravotních pojišťoven, což představuje hrozbu pro budoucí hospodaření podniku v případě dalších změn v systému úhrad. Lázně by se měly v potřebné míře zaměřit na komerční klientelu využitím svých konkurenčních výhod a spoluprací s místními podnikateli. Navrhuji zacílení na mladší věkové kategorie pomocí tvorby zážitkových balíčků, které by obsahovaly lázeňské procedury včetně vstupu do aquacentra a fitness centra, spojených s využitím atraktivit města jako sportovního střediska. Příkladem mohou být pobyty zahrnující ubytování, stravování, léčebné procedury a vybraný kurz sportu, což by v Janských Lázních bylo především lyžování, běžkování, v letním období minigolf, cyklistika, sjezd Černé hory na koloběžkách, horolezectví či paragliding. Tímto způsobem by lázně získaly vyšší podíl

samoplátecké klientely a v případě dalších změn v systému úhrad by nebyla ohrožena samotná existence lázní, jako tomu bylo v letech 2012-2014. Pro samoplátce je přednostně určen hotel Terra***Superior, z kterého lázně odvádí poplatek z ubytovací kapacity. Pokud by se zvýšila návštěvnost samoplátců, zvýšily by se příjmy z poplatku z ubytovací kapacity, i příjmy z poplatku za lázeňský či rekreační pobyt, které jsou významným finančním přínosem pro rozpočet města Janské Lázně. Dalším přínosem je vzájemná spolupráce při tvorbě zážitkových balíčků služeb, z které by profitovaly i další místní podnikatelské subjekty. Pro naplnění tohoto cíle, je ovšem zásadní neustálé zvyšování úrovně poskytovaných služeb, zavedení nových programů a obchodních aktivit. Pro odhalení nedostatků v poskytovaných službách lázní, byl proveden kvantitativní výzkum, který umožnil získat informace od samotných lázeňských klientů. Využity byly i výsledky SWOT analýzy, které se staly pomocnou metodou pro další návrhy ke zvýšení ekonomických přínosů.

Na základě zjištěných výsledků dotazníkového šetření navrhuji zejména zlepšení úrovně stravovacích služeb lázeňského zařízení, v nichž byly zjištěny vážné nedostatky. Dalším doporučením je navýšení parkovacích míst v centru města, které byly v rámci posouzení potenciálu města Janské Lázně vyhodnoceny jako nedostatečné. Podnětem k řešení této skutečnosti je rovněž využívání vlastní automobilové dopravy, kterou se do Janských Lázní dopravilo až 78% dotazovaných. Pozitivním důsledkem by bylo rovněž navýšení příjmů z poplatku za povolení k vjezdu do vybraných míst Janských Lázní. Státní léčebné lázně, Janské Lázně jsou významným zdrojem pracovních příležitostí v regionu. Vzhledem k nedostačující občanské vybavenosti se zde vyskytuje hrozba odlivu místních obyvatel a tím i kvalifikovaných zaměstnanců. Tyto sužby by se měly rozšířit a vytvořit lepší životní podmínky pro místní obyvatele a potenciální obyvatele, čímž by se pravděpodobnost této hrozby snížila. V rámci propagace doporučuji využití slevových portálů, které jsou v dnešní době významným trendem, především v okruhu mladší generace. Umístěním nabídky zážitkových balíčků, ale i různých akcí, například týdenní pobyt s jednou nocí zdarma, množstevní slevy nebo vouchery na masáže zdarma, pokud se hosté v lázních ubytují na určitý počet dní. Tímto způsobem by se zvýšila návštěvnost, která by řešila efektivní využití ubytovacích kapacit lázní. Tyto aktivity by opět pomohly navýšit návštěvnost, příjmy z poplatků za lázeňský či rekreační pobyt a poplatky z ubytovací kapacity. Zároveň by bylo vhodné rozšířit propagaci pomocí tištěných materiálů, jako jsou prospekty, katalogy a brožury.

Přínos této práce lze spatřovat v posouzení potenciálu cestovního ruchu Janských Lázní včetně propagačních materiálů, zhodnocení obsazenosti lázeňských domů a především vyhodnocení ekonomických přínosů lázeňského cestovního ruchu pro město Janské Lázně, pomocí místních poplatků, zaměstnanosti a ekonomičnosti lázeňského provozu. Na základě nových poznatků z dotazníkového šetření byly identifikovány nedostatky lázní a navržena opatření vedoucí k vyšší spokojenosti návštěvníků. Dále byla vypracována SWOT analýza a strategie pro zvýšení ekonomických přínosů lázeňského cestovního ruchu. Nedílnou součástí vlastní analýzy je také výpočet ekonomických ukazatelů, které jsou přínosem pro samotné lázeňské zařízení. Na závěr byly také zpracovány návrhy pro zvýšení atraktivity města a především ekonomických přínosů.

5 Seznam použitých zdrojů

Literární zdroje

- ATTL, Pavel a Karel NEJDL. *Turismus*. Praha: Vysoká škola hotelová v Praze 8, 2004. ISBN 80-86578-37-2.
- BENEŠOVÁ, Petra a Hana KRUIŠOVÁ. *Řízení subjektů zdravotně orientovaného cestovního ruchu: vybrané kapitoly*. Praha: Idea servis, 2013. ISBN 978-80-85970-78-4.
- BENEŠOVÁ, Petra a Hana KRUIŠOVÁ. *Zdravotně orientovaný cestovní ruch: vybrané kapitoly*. Praha: Idea servis, 2013. ISBN 978-80-85970-77-7.
- BERÁNEK, Jaromír. *Ekonomika cestovního ruchu*. Praha: Mag Consulting, 2013. ISBN 978-80-86724-46-1.
- BOUČKOVÁ, Jana. *Marketing*. Praha: C. H. Beck, 2003. ISBN 9788071795773.
- ČERTÍK, Miroslav. *Cestovní ruch: vývoj organizace a řízení*. Praha: Off, c2000. ISBN 8023862758.
- DĚDINA, Jiří. *Management, organizování a ekonomika lázeňství - vybrané kapitoly*. Praha: Vysoká škola cestovního ruchu, hotelnictví a lázeňství, 2004. ISBN 80-86592-01-4.
- DROBNÁ, Daniela a Eva MORÁVKOVÁ. *Cestovní ruch pro střední školy a pro veřejnost*. Praha: Fortuna, 2004. ISBN 80-7168-901-7.
- FORET, Miroslav a Věra FORETOVÁ. *Jak rozvíjet místní cestovní ruch*. Praha: Grada, 2001. Manažer. ISBN 80-247-0207-x.
- GOELDNER, Charles R. a J. R. Brent RITCHIE. *Cestovní ruch: principy, příklady, trendy*. Brno: BizBooks, 2014. ISBN 978-80-265-0298-2.
- HESKOVÁ, Marie. *Cestovní ruch: pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. 2., upr. vyd. Praha: Fortuna, 2011. ISBN 978-80-7373-107-6.
- HORNER, Susan a John SWARBROOKE. *Marketing tourism, hospitality and leisure in Europe*. London [u.a.]: Internat. Thomson Business Press, 1996. ISBN 0412621703.
- HORÁK, Václav, Roman REIL, Ondřej VAŠATA. *Janské Lázně- procházka historií města pod Černou horou*. Město Janské Lázně, 2013. ISBN 978-89-260-2324-1.
- HRALA, Václav. *Geografie cestovního ruchu*. Vyd. 3. Praha: Oeconomica, 2005. ISBN 80-245-0858-3.
- HRALA, Václav, ŠAFAŘÍK, Viktor, ed. *Geografie cestovního ruchu*. 6., aktualiz. a dopl. vyd. Praha: Idea servis, 2013. ISBN 9788085970791.
- INDROVÁ, Jarmila. *Cestovní ruch: (základy)*. Praha: Oeconomica, 2007. ISBN 978-80-245-1252-5.
- INDROVÁ, Jarmila. *Cestovní ruch: (základy)*. Vyd. 2., přeprac. V Praze: Oeconomica, 2009. ISBN 978-80-245-1569-4.
- JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. *Strategický marketing: strategie a trendy*. 2., rozš. vyd. Praha: Grada, 2013. Expert (Grada). ISBN 8024746700.

- JANDOVÁ, Dobroslava. *Balneologie*. Praha: Grada, 2009. ISBN 978-80-247-2820-9.
- JOAN SCOTT & ANDREA HARRISON. *The Spa book: the official guide to spa therapy at levels 2 & 3*. London: Thomson: Thomson Learning, 2006. ISBN 1844803120.
- KINCL, Jan. *Marketing podle trhů*. Praha: Alfa Publishing, 2004. ISBN 9788086851020.
- KISLINGEROVÁ, Eva. *Oceňování podniku*. 2., přeprac. a dopl. vyd. Praha: C.H. Beck, 2001. C.H. Beck pro praxi. ISBN 8071795291.
- KNÁPKOVÁ, Adriana, Drahomíra PAVELKOVÁ a Karel ŠTEKER. *Finanční analýza: komplexní průvodce s příklady*. 2., rozš. vyd. Praha: Grada, 2013. Prosperita firmy. ISBN 978-80-247-4456-8.
- KNOP, Karel. *Lázeňství: ekonomika a management*. Praha, 1999. ISBN 80-7169-717-6.
- KOTLER, P. a KELLER, K. L. *Marketing management*. 1. vyd. Praha: Grada, 2007, 788 s. ISBN 978-80-247-1359-5.
- KOTLER, Philip. *Moderní marketing: 4. evropské vydání*. Praha: Grada, 2007. ISBN 978-80-247-1545-2.
- KOTLER, PHILIP, JOHN T. BOWEN A JAMES C. MAKENS. *Marketing for hospitality and tourism*. 6th ed. Harlow: Pearson Education, c2014. ISBN 978-1-29202-003-7.
- KOTLER, Philip a Kevin Lane KELLER. *Marketing management*. [4. vyd.]. Přeložil Tomáš JUPPA, přeložil Martin MACHEK. Praha: Grada, 2013. ISBN 978-80-247-4150-5.
- KŘÍŽEK, Felix a Josef NEUFUS. *Moderní hotelový management*. Praha: Grada, 2011. ISBN 8024738686.
- MALÁ, Vlasta. *Cestovní ruch: (vybrané kapitoly)*. Praha: Vysoká škola ekonomická, 1999. ISBN 80-7079-443-7.
- MARTINOVIČOVÁ, Dana, Miloš KONEČNÝ a Jan VAVŘINA. *Úvod do podnikové ekonomiky*. 1. vyd. Praha: Grada, 2014. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-5316-4.
- MARTINOVIČOVÁ, Dana. *Základy ekonomiky podniku*. Praha: Alfa Publishing, 2006. Ekonomie studium. ISBN 80-86851-50-8.
- MILL, Robert Christie a Alastair M. MORRISON. *The tourism system*. 7th ed. Dubuque, IA: Kendall Hunt publishing company, c2012. ISBN 978-0-7575-9976-7.
- MORRISON, Alastair M. *Marketing pohostinství a cestovního ruchu*. Praha: Victoria Publishing, 1995. ISBN 8085605902.
- NEJDL, Karel. *Management destinace cestovního ruchu*. Praha: Wolters Kluwer Česká republika, 2011. ISBN 9788073576738.
- PALATKOVÁ, Monika. *Marketingová strategie destinace cestovního ruchu: jak získat více příjmů z cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: Grada, 2006. Manažer. ISBN 80-247-1014-5.

- PÁSKOVÁ, Martina. *Udržitelnost cestovního ruchu*. 3. vyd., přeprac. Hradec Králové: Gaudeamus, 2014. ISBN 978-80-7435-329-1.
- PŘIBOVÁ, Marie. *Marketingový výzkum v praxi*. Praha: Grada, 1996. ISBN 80-7169-299-9.
- RŮČKOVÁ, Petra. *Finanční analýza: metody, ukazatele, využití v praxi*. 5., aktualizované vydání. Praha: Grada Publishing, 2015. Finanční řízení. ISBN 978-80-247-5534-2.
- RYGLOVÁ, Kateřina, Michal BURIAN a Ida VAJČNEROVÁ. *Cestovní ruch - podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. Praha: Grada, 2011. ISBN 978-80-247-4039-3.
- SEIFERTOVÁ, Věra. *Marketing v lázeňském cestovním ruchu*. Praha: Vysoká škola cestovního ruchu, hotelnictví a lázeňství, 2003. ISBN 80-86592-00-6.
- SYNEK, Miloslav. *Manažerská ekonomika*. 5., aktualiz. a dopl. vyd. Praha: Grada, 2011. Expert (Grada). ISBN 9788024734941.
- TOUŠEK, Václav, Josef KUNC a Jiří VYSTOUPIL. *Ekonomická a sociální geografie*. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, 2008. ISBN 978-80-7380-114-4.
- VAŠTÍKOVÁ, Miroslava. *Marketing služeb: efektivně a moderně*. Praha: Grada, 2008. Manažer. ISBN 9788024727219.
- VAVREČKOVÁ, Eva a Eva ŠKROBÁLKOVÁ. *Geografie cestovního ruchu*. Opava: Slezská univerzita v Opavě, Filozoficko-přírodovědecká fakulta v Opavě, Ústav lázeňství, gastronomie a turismu, 2013. ISBN 9788072488889.
- VEBER, Jaromír. *Management: základy, moderní manažerské přístupy, výkonnost a prosperita*. 2., aktualiz. vyd. Praha: Management Press, 2009. ISBN 9788072612000.
- VOCHOZKA, Marek a Petr MULAČ. *Podniková ekonomika*. Praha: Grada, 2012. Finanční řízení. ISBN 978-80-247-4372-1.
- VYSTOUPIL, Jiří a Martin ŠAUER. *Geografie cestovního ruchu České republiky*. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, 2011. ISBN 978-80-7380-340-7.
- 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.
- ZELENKA, Josef. *Cestovní ruch - marketing*. Vyd. 3., přeprac. Hradec Králové: Gaudeamus, 2015. ISBN 978-80-7435-543-1.
- ZELENKA, Josef. *Marketing cestovního ruchu*. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2010. ISBN 978-808-6723-952.

Internetové zdroje

- Doprava | JANSKÉ LÁZNĚ. [online]. Copyright © Janské Lázně 2017. Všechna práva vyhrazena [cit. 12.02.2017]. Dostupné z: <http://www.janske-lazne.cz/cs/obcan-navstevnik/doprava/>
- Historie - Janské Lázně. *Státní léčebné lázně Janské Lázně - zpět do života* [online]. Copyright © 2017 Státní léčebné lázně JANSKÉ LÁZNĚ, Česká republika [cit. 16.02.2017]. Dostupné z: <http://www.janskelazne.com/o-nas-2/historie/>
- Občan-návštěvník | JANSKÉ LÁZNĚ. [online]. Copyright © Janské Lázně 2017. Všechna práva vyhrazena [cit. 13.03.2017]. Dostupné z: <http://www.janske-lazne.cz/cs/obcan-navstevnik/>
- Porovnání tříd | HotelStars.cz. *Hotelstars Union | HotelStars.cz* [online]. Dostupné z: <http://www.hotelstars.cz/porovnani-trid>
- RISY.cz - Obce - Janské Lázně. *Object moved* [online]. Copyright © 2012 [cit. 7.02.2017]. Dostupné z: <http://www.risy.cz/cs/vyhledavace/obce/detail?Zuj=579351>
- Státní léčebné lázně Janské Lázně - zpět do života* [online]. Copyright © 2017 Státní léčebné lázně JANSKÉ LÁZNĚ, Česká republika [cit. 14.04.2017]. Dostupné z: <http://www.janskelazne.com/za-lecbou/lecba-dospelych/#indikace>
- Státní léčebné lázně Janské Lázně - zpět do života* [online]. Copyright © 2017 Státní léčebné lázně JANSKÉ LÁZNĚ, Česká republika [cit. 21.04.2017]. Dostupné z: <http://www.janskelazne.com/za-lecbou/lecba-dospelych/#ubytovani>
- Vyhlášky a nařízení | JANSKÉ LÁZNĚ. [online]. Copyright © Janské Lázně 2017. Všechna práva vyhrazena [cit. 27.04.2017]. Dostupné z: <http://www.janske-lazne.cz/cs/mestsky-urad/dokumenty-mesta/pravni-predpisy/vyhlasky-a-narizeni/>

6 Seznam obrázků

Obr. 1 Lokalizace a vymezení města Janské Lázně.....	35
Obr. 2 Využívání kapacit lůžek ve všech lázeňských domech v letech 2011-2015 v procentech.	45
Obr. 3 Výše částek jednotlivých místních poplatků souvisejících s lázeňskými službami za roky 2012-2015.....	46
Obr. 4 Celkový podíl vybraných místních poplatků na celkovém rozpočtu města Janské Lázně za roky 2012-2015.....	48
Obr. 5 Stav zaměstnanců ve Státních léčebných lázních, Janských Lázních v letech 2012-2015	48
Obr. 6 Zdroj informací o Státních léčebných lázních, Janských Lázních.....	55
Obr. 7 Doplnující informace před příjezdem	56
Obr. 8 Kvalita ubytování	57
Obr. 9 Hodnocení kvality stravování.....	58
Obr. 10 Hodnocení léčebných procedur.....	58
Obr. 11 Hodnocení služeb personálu	59
Obr. 12 Spokojenost s kulturním vyžitím a volnočasovými aktivitami	60
Obr. 13 Rozdělení respondentů dle věku	82
Obr. 14 Rozdělení respondentů dle četnosti navštívení	82
Obr. 15 Způsob dopravy lázeňských hostů do Janských Lázní.....	83
Obr. 16 Rozdělení respondentů dle druhu lázeňské péče	83
Obr. 17 Obsazenost jednotlivých ubytovacích zařízení.....	84

7 Seznam tabulek

Tab. 1 Ekonomické výsledky Státních léčebných lázní, Janských Lázní za roky 2011-2015.....	49
Tab. 2 Podíl pojištěnců a samoplátců na celkovém počtu klientů v letech 2012-2015.....	51
Tab. 3 SWOT analýza Janských Lázní	61
Tab. 4 Příjmy rozpočtu města Janské Lázně v letech 2012-2015.....	72
Tab. 5 Výkaz zisku a ztráty Státních léčebných lázní, Janských Lázní za roky 2012-2015.....	73
Tab. 6 Výnosy Státních léčebných lázní, Janských Lázní za roky 2012-2015.....	75
Tab. 7 Náklady Státních léčebných lázní, Janských Lázní za roky 2012-2015	76
Tab. 8 Rozvaha Státních léčebných lázní, Janských Lázní za roky 2012-2015	77
Tab. 9 Vypočtené poměrové ukazatele Státních léčebných lázní, Janských Lázní za roky 2012-2015	79

Přílohy

A Přehled příjmů rozpočtu města Janské Lázně

Tab. 4 Příjmy rozpočtu města Janské Lázně v letech 2012-2015

Název položky		MJ	Sledované období				
			2012	2013	2014	2015	
Celkové příjmy		Kč	24 713 350	28 689 983	38 133 813	79 126 755	
z toho	daňové	Kč	11 461 420	13 646 998	13 007 388	13 550 499	
		%	46,37	47,57	34,11	17,13	
	z toho	poplatek za lázeňský či rekreační pobyt	Kč	2 132 170	1 721 200	1 971 003	2 155 555
			%	18,60	12,61	15,15	15,91
		poplatek z ubytovací kapacity	Kč	719 590	735 139	743 081	746 810
			%	6,28	5,39	5,71	5,51
		poplatek za povolení k vjezdu do vybraných míst	Kč	54 590	44 270	14 280	76 808
			%	0,48	0,32	0,11	0,57
		jiné daňové příjmy	Kč	8 555 070	11 146 389	10 279 024	10 571 326
			%	74,64	81,68	79,03	78,01
		nedaňové	Kč	6 350 400	7 128 382	6 983 479	6 454 235
			%	25,70	24,85	18,31	8,16
		kapitálové	Kč	2 258 840	1 033 028	676 531	1 247 227
			%	9,14	3,60	1,78	1,57
	dotace	Kč	4 642 690	6 881 575	17 466 415	57 874 794	
		%	18,79	23,98	45,80	73,14	

Zdroj: Rozpočet města Janské Lázně – vlastní dopočty

B Výkaz zisku a ztráty Státních léčebných lázní, Janských Lázní

Tab. 5 Výkaz zisku a ztráty Státních léčebných lázní, Janských Lázní za roky 2012-2015

Název položky	Sledované období			
	2012	2013	2014	2015
	tis. Kč	tis. Kč	tis. Kč	tis. Kč
VÝNOSY CELKEM	225 367	166 472	225 512	248 871
NÁKLADY CELKEM	257 381	216 033	229 919	243 537
Tržby za prodej zboží	0	0	958	1 349
Náklady vynaložené na prodané zboží	0	0	850	906
Obchodní marže	0	0	108	443
Výkony	210 803	151 401	210 241	233 180
Tržby za prodej vlastních výrobků a služeb	210 689	151 377	210 123	233 040
Změna stavu zásob vlastní činnosti	0	24	0	0
Aktivace	114	0	118	140
Výkonová spotřeba	93 149	71 366	78 937	81 724
Spotřeba materiálu a energie	69 545	53 827	60 682	60 790
Služby	23 604	17 539	18 255	20 934
Přidaná hodnota	117 654	80 035	131 412	151 899
Osobní náklady	112 757	98 798	103 816	114 773
Mzdové náklady	83 909	74 011	77 410	85 651
Náklady na sociální zabezpečení a zdravotní pojištění	28 841	24 787	26 348	29 050
Sociální náklady	7	0	58	72
Daně a poplatky	293	270	266	277
Odpisy dlouhodobého nehmotného a hmotného majetku	38 429	36 452	34 036	32 569
Tržby z prodeje dlouhodobého majetku a materiálu	1	2	7	286

Tržby z prodeje dlouhodobého majetku	0	0	0	283
Tržby z prodeje materiálu	1	2	7	3
Zůstatková cena prodaného dlouhodobého majetku a materiálu	0	0	0	0
Změna stavu rezerv a opravných položek v provozní oblasti a komplexních nákladů příštích období	-4	-14	800	-45
Ostatní provozní výnosy	14 304	13 227	14 107	13 876
Ostatní provozní náklady	11 122	8 708	10 236	12 637
Provozní výsledek hospodaření	-30 638	- 50 950	- 3 628	5 850
Výnosy z dlouhodobého finančního majetku	0	0	0	0
Výnosové úroky	230	44	3	3
Ostatní finanční výnosy	29	1 798	196	177
Ostatní finanční náklady	898	1 328	978	696
Finanční výsledek hospodaření	-639	514	-779	-516
Daň z příjmů za běžnou činnost	737	-875	0	0
- splatná	0	0	0	0
- odložená	737	-875	0	0
Výsledek hospodaření za běžnou činnost	-32 014	-49 561	-4 407	5 334
Daň z příjmů z mimořádné činnosti	0	0	0	0
Mimořádný výsledek hospodaření	0	0	0	0
Výsledek hospodaření za účetní období	-32 014	-49 561	-4 407	5 334
Výsledek hospodaření před zdaněním	-31 277	-50 436	-4 407	5 334

Zdroj: Interní materiály Státních léčebných lázní, Janských Lázní

C Struktura výnosů Státních léčebných lázní, Janských Lázní

Tab. 6 Výnosy Státních léčebných lázní, Janských Lázní za roky 2012-2015

Název položky		MJ	Sledované období				Rozdíl 2015-2012	Index 2015/2012 %	
			2012	2013	2014	2015			
Celkové výnosy		tis. Kč	225 367	166 472	225 512	248 871	23 504	110,43	
z toho	tržby z prodeje zboží a vlastních výkonů	tis. Kč	210 803	151 401	211 199	234 529	23 726	111,26	
		%	93,54	90,94	93,60	94,18	0,64		
	z poskytnutých zdravotních služeb	tis. Kč	210 689	151 379	210 121	233 041	22 352	110,61	
		%	99,95	99,98	99,49	99,42	-0,53		
	z toho od zdravotních pojišťoven	tis. Kč	177 972	110 957	178 177	200 427	22 455	112,62	
		%	84,47	73,30	84,80	86,00	1,53		
	z toho od samoplátců	tis. Kč	32 717	40 422	31 944	32 614	-103	99,69	
		%	15,53	26,70	15,20	14,00	-1,53		
	jiné provozní výnosy		tis. Kč	14 305	13 229	14 114	14 162	-143	99,00
			%	6,35	7,95	6,26	5,69	-0,66	
	jiné finanční výnosy		tis. Kč	259	1 842	199	180	-79	69,50
			%	0,11	1,10	0,09	0,07	-0,04	

Zdroj: Interní materiály Státních léčebných lázní, Janských Lázní

D Struktura nákladů Státních léčebných lázní, Janských Lázní

Tab. 7 Náklady Státních léčebných lázní, Janských Lázní za roky 2012-2015

Název položky		MJ	Sledované období				Rozdíl 2015-2012	Index	
			2012	2013	2014	2015		2015/2012 %	
Celkové náklady		tis. Kč	257 381	216 033	229 919	243 537	-13 844	94,62	
z toho	na prodané zboží a výkony	tis. Kč	93 149	71 366	79 787	82 630	-10 519	88,71	
		%	36,19	33,04	34,70	33,93	-2,26		
		osobní náklady		tis. Kč	112 757	98 798	103 816		114 773
	%	43,81	45,73	45,15	47,13	3,32			
	z toho	mzdy	tis. Kč	83 909	74 011	77 410	85 651	1 742	102,08
			%	74,41	74,91	74,56	74,63	0,22	
		na sociální a zdravotní pojištění	tis. Kč	28 841	24 787	26 348	29 050	209	100,72
			%	25,58	25,09	25,38	25,31	-0,27	
		sociální náklady	tis. Kč	7	0	58	72	65	1028,57
			%	0,01	0,00	0,06	0,06	0,05	
	daně a poplatky		tis. Kč	293	270	266	277	-16	94,54
			%	0,11	0,13	0,12	0,11	0	
	odpisy		tis. Kč	38 429	36 452	34 036	32 569	-5 860	84,75
			%	14,93	16,87	14,80	13,37	-1,56	
	jiné provozní náklady		tis. Kč	11 118	8 694	11 036	12 592	1 474	113,26
			%	4,32	4,02	4,80	5,17	0,85	
jiné finanční náklady		tis. Kč	1635	453	978	696	-939	42,57	
		%	0,64	0,21	0,43	0,29	-0,35		

Zdroj: Interní materiály Státních léčebných lázní, Janských Lázní – vlastní dopočty

E Rozvaha Státních léčebných lázní, Janských Lázní

Tab. 8 Rozvaha Státních léčebných lázní, Janských Lázní za roky 2012-2015

Název položky	2012	2013	2014	2015
AKTIVA CELKEM	516 003	459 915	433 135	445 918
Dlouhodobý majetek	432 043	399 690	344 152	318 072
Dlouhodobý nehmotný majetek	9 922	4 760	1 164	474
Software	9 922	4 760	1 164	9
Jiný dlouhodobý nehmotný majetek	0	0	0	210
Nedokončený dlouhodobý nehmotný majetek	0	0	0	255
Dlouhodobý hmotný majetek	422 121	394 930	345 988	317 598
Pozemky	3 020	3 020	3 020	3 020
Stavby	383 132	361 387	334 356	307 260
Samostatné movité věci a soubory hmotných movitých věcí	6 435	3 374	4 597	5 819
Jiný dlouhodobý hmotný majetek	915	915	915	915
Nedokončený dlouhodobý hmotný majetek	28 619	26 234	100	584
Dlouhodobý finanční majetek	0	0	0	0
Oběžná aktiva	82 929	59 900	88 388	127 440
Zásoby	8 086	6 638	4 456	3 916
Materiál	8 053	56	4 331	3 736
Výrobky	33	10 590	39	27
Zboží	0	0	86	153
Dlouhodobé pohledávky	0	0	0	0
Krátkodobé pohledávky	14 397	10 590	18 169	29 335
Pohledávky z obchodních vztahů	12 055	7 571	10 436	20 722
Stát – daňové pohledávky	520	742	0	8
Krátkodobé poskytnuté zálohy	664	496	207	801
Dohadné účty aktivní	772	1 329	7 369	1 600
Jiné pohledávky	386	452	157	6 204
Krátkodobý finanční majetek	60 446	42 616	65 763	94 189
Peníze	860	1 349	900	1 144
Účty v bankách	59 586	41 267	64 863	93 045
Časové rozlišení	1 031	325	595	406
Náklady příštích období	701	325	595	379
Příjmy příštích období	330	0	0	27

Název položky	2012	2013	2014	2015
PASIVA CELKEM	516 003	459 915	433 135	445 918
Vlastní kapitál	492 162	439 711	407 733	411 856
Základní kapitál	257 393	257 393	257 393	257 393
Základní kapitál	257 393	257 393	257 393	257 393
Kapitálové fondy	2 004	2 067	2 374	2 744
Ostatní kapitálové fondy	2 004	2 067	2 374	2 744
Fondy ze zisku	47 587	47 457	47 640	47 731
Rezervní fond	47 058	47 058	47 058	47 058
Statutární a ostatní fondy	529	400	582	673
Výsledek hospodaření minulých let	217 181	182 354	104 733	98 654
Nerozdělený zisk minulých let	217 181	182 354	131 284	98 654
Neuhrazená ztráta minulých let	0	0	0	0
Jiný výsledek hospodaření minulých let	0	0	-26 551	0
Výsledek hospodaření běžného účetního období	-32 013	-49 561	-4 407	5 334
Cizí zdroje	23 851	20 204	25 397	33 383
Rezervy	0	0	0	0
Dlouhodobé závazky	2 986	2 112	2 112	2 112
Odložený daňový závazek	2 986	2 112	2 112	2 112
Krátkodobé závazky	20 865	18 092	23 285	31 271
Závazky z obchodních vztahů	4 186	4 255	6 814	8 600
Závazky k zaměstnancům	315	247	5 097	5 376
Závazky ze sociálního zabezpečení a zdravotního pojištění	3 154	2 400	3 030	3 227
Stát - daňové závazky a dotace	1 477	511	1 573	6 633
Krátkodobé přijaté zálohy	1 546	5 171	4 949	6 541
Dohadné účty pasivní	4 751	1 312	1 341	405
Jiné závazky	5 436	4 196	481	489
Bankovní úvěry a výpomoci	0	0	0	0
Časové rozlišení	0	0	5	679
Výdaje příštích období	0	0	5	632
Výnosy příštích období	0	0	0	47

Zdroj: Interní materiály Státních léčebných lázní, Janských Lázní

F Vypočtené poměrové ukazatele Státních léčebných lázní, Janských Lázní

Tab. 9 Vypočtené poměrové ukazatele Státních léčebných lázní, Janských Lázní za roky 2012-2015

Název položky	2012	2013	2014	2015
Ukazatele platební schopnosti				
Čistý pracovní kapitál (tis. Kč)	62 064	41 624	65 103	96 169
Pracovní kapitál k hodnotě celkových aktiv (%)	12,03	9,06	15,03	21,57
Solventnost	3,97	3,30	3,80	4,08
Pohotová likvidita	3,59	2,94	3,60	3,95
Ukazatele struktury zdrojů (%)				
Finanční nezávislost	95,38	95,33	94,14	92,36
Celková zadluženost	4,62	4,67	5,86	7,49
Běžná zadluženost	4,04	4,18	5,38	7,01
Dlouhodobá zadluženost	0,58	0,49	0,49	0,47
Ukazatele rentability (%)				
Rentabilita celkového kapitálu	-6,20	-11,44	-1,02	1,20
Základní produkční síla	-5,94	-11,76	-0,84	1,31
Rentabilita vlastního kapitálu	-6,50	-12,00	-1,08	1,30
Rentabilita cizích zdrojů	-134,22	-245,01	-17,35	15,98
Rentabilita tržeb	-15,19	-32,74	-2,09	2,27
Ukazatele ekonomické aktivity				
Obrat celkového kapitálu	0,41	0,35	0,49	0,53
Obrat oběžných aktiv	2,54	2,53	2,39	1,84
Denní tržby (tis. Kč)	577	415	578	643
Doba obratu pohledávek (dny)	24,94	25,51	31,42	45,63
Doba obratu krátkodobých závazků (dny)	36,15	43,68	40,26	48,64
Ukazatele produktivity práce				
Ve vztahu k tržbám (tis. Kč)	537,76	447,93	662,27	635,579
Z přidané hodnoty (tis. Kč)	300,12	236,79	393,45	411,65
K přidané hodnotě (%)	94,84	123,44	79,00	75,56

Zdroj: Interní materiály Státních léčebných lázní, Janských Lázní – vlastní dopočty

G Sestavený dotazník

1. Jaké je Vaše pohlaví?

- Žena
- Muž

2. Jaký je Váš věk?

- Doprovod dětí do 18 let
- 19-30 let
- 31-50 let
- 51-65 let
- 66 a více let

3. Po kolikáté jste ve Státních léčebných lázních, Janských Lázních?

- Poprvé
- Podruhé
- Potřetí
- Vícekrát

4. Jaký dopravní prostředek jste využil/a pro dopravu do Janských Lázní?

- Vlastní automobil
- Autobusovou dopravu
- Kombinaci železniční a autobusové dopravy
- Jiný způsob – doplňte

5. Jaký druh lázeňské péče jste využil/a?

- Komplexní lázeňská péče
- Příspěvková lázeňská péče
- Samoplátecká lázeňská péče
- Rehabilitační lázeňská péče

6. V jakém ubytovacím zařízení jste ubytován/a?

- Lázeňský dům
- Janský Dvůr***
- Terra***Superior
- Čechie
- Bellevue**
- Evropa
- Réva***
- Slovan**
- Vesna
- Jiné ubytovací zařízení – doplňte

7. Odkud jste se o Janských Lázních dozvěděl/a?

- Z internetu

- Od známých
- Od ošetřujícího lékaře
- Z médií (televize, rádio, tisk)
- Od zdravotní pojišťovny
- Jiná možnost – doplňte

.....

8. Odkud jste získal/a doplňující informace před příjezdem do lázní?

- Z webových stránek Janských Lázní
- Z jiných propagačních materiálů (letáky, prospekty, katalogy, brožury)
- Od ošetřujícího lékaře
- Na základě komunikace s lázněmi – telefonicky nebo e-mail
- Jiné informační zdroje – doplňte

9. Ohodnoťte čísla 1-5 (jako známkování ve škole) kvalitu ubytování.

- Okolí lázeňského domu
- Interiér lázeňského domu
- Vybavenost pokoje
- Úklid a čistota

10. Ohodnoťte čísla 1-5 (jako známkování ve škole) kvalitu stravování.

- Prostředí jídelny (prostírání stolů, výzdoba, čistota, servírování, dodání stravy na lůžko)
- Kvalita a chuť pokrmů
- Pestrost a složení jídelníčku
- Nabídka nápojů

11. Ohodnoťte čísla 1-5 (jako známkování ve škole) služby personálu lázní – jejich pozornost, profesionalitu, ochotu a přístup.

- | | |
|--|---|
| ○ Lékaři <input type="checkbox"/> | ○ Pokojské a uklízečky <input type="checkbox"/> |
| ○ Zdravotní sestry <input type="checkbox"/> | ○ Kuchaři <input type="checkbox"/> |
| ○ Fyzioterapeuti a maséři <input type="checkbox"/> | ○ Číšníci <input type="checkbox"/> |
| ○ Recepční <input type="checkbox"/> | |

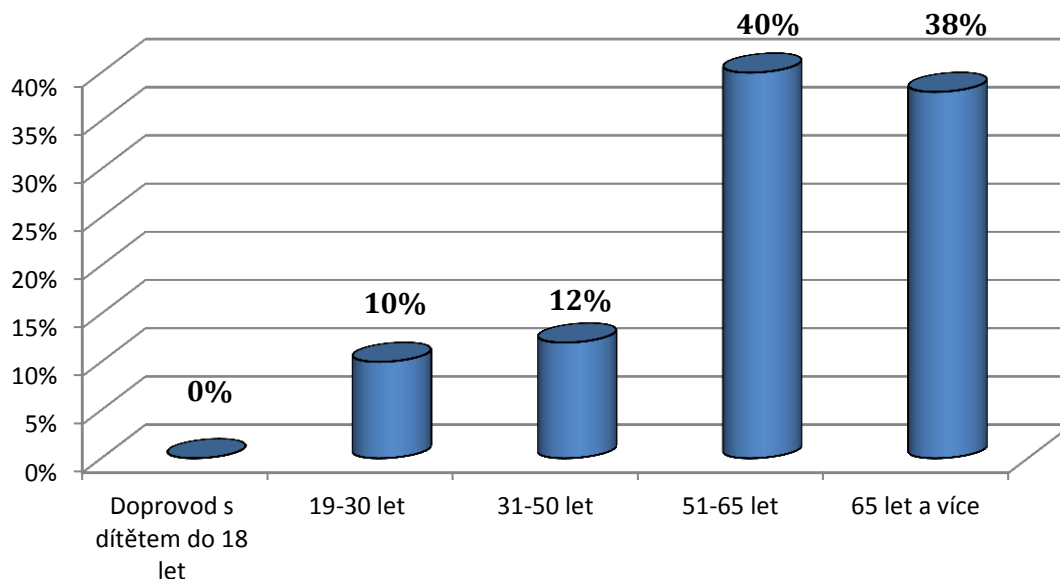
12. Ohodnoťte čísla 1-5 (jako známkování ve škole) léčebné procedury.

- Účinek procedur (zlepšení či postupné zlepšování zdravotního stavu)
- Časový rozvrh procedur
- Rozmanitost procedur a použité metody
- Interiér místností určených pro léčebné procedury

13. Ohodnoťte čísla 1-5 (jako známkování ve škole) kulturní program lázní a volnočasové aktivity

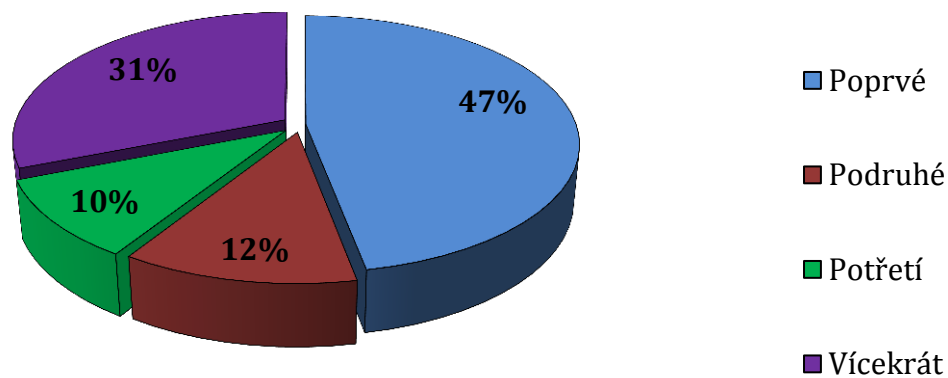
H Výsledky dotazníkového šetření

Obr. 13 Rozdělení respondentů dle věku



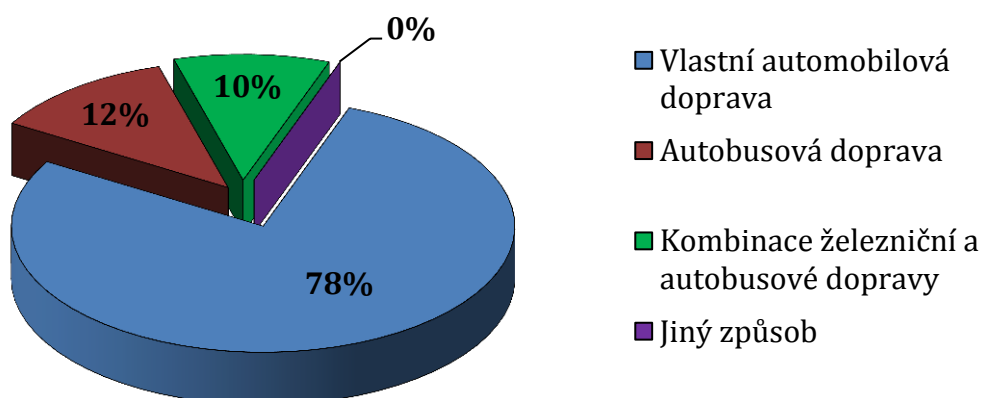
Zdroj: vlastní zpracování

Obr. 14 Rozdělení respondentů dle četnosti navštívení



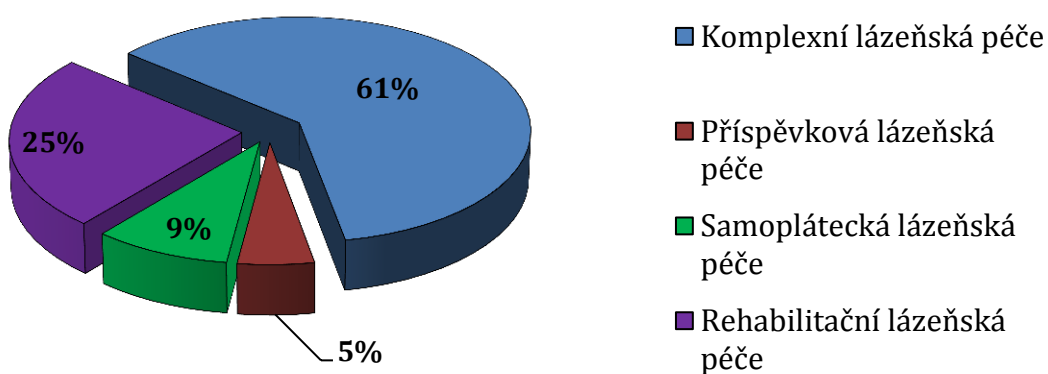
Zdroj: vlastní zpracování

Obr. 15 Způsob dopravy lázeňských hostů do Janských Lázní



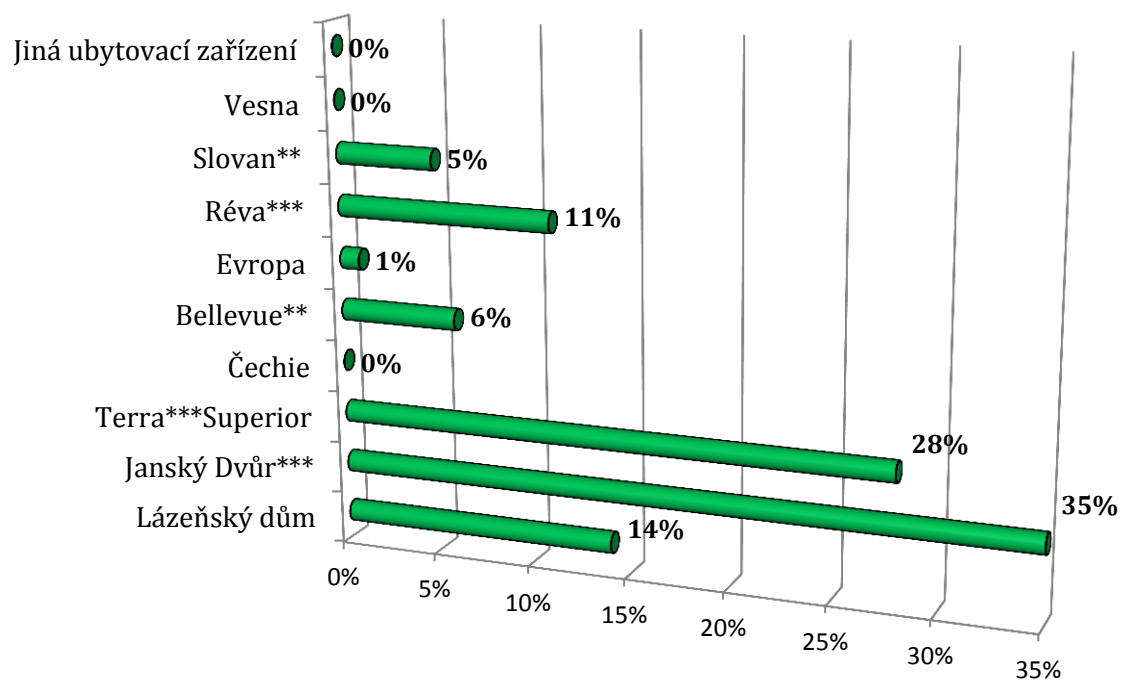
Zdroj: vlastní zpracování

Obr. 16 Rozdělení respondentů dle druhu lázeňské péče



Zdroj: vlastní zpracování

Obr. 17 Obsazenost jednotlivých ubytovacích zařízení



Zdroj: vlastní zpracování