

Česká zemědělská univerzita v Praze

Provozně ekonomická fakulta

Katedra obchodu a financí



Bakalářská práce

Lázeňský cestovní ruch v České republice

Milan Franz

© 2014 ČZU v Praze

ČESKÁ ZEMĚDĚLSKÁ UNIVERZITA V PRAZE

Katedra obchodu a financí
Provozně ekonomická fakulta

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Franz Milan

Provoz a ekonomika

Název práce

Lázeňský cestovní ruch v České republice

Anglický název

Spa tourism in the Czech Republic

Cíle práce

Hlavním cílem bakalářské práce je prostřednictvím vytvořené znalostní báze a na základě provedení analýzy cenové konkurenceschopnosti aktuální nabídky služeb vybraných subjektů zdravotně-orientovaného cestovního ruchu v České republice zpracovat doporučení pro samoplátce z hlediska cenově nejvýhodnější nabídky.

Metodika

Základními metodami, které budou aplikovány při zpracovávání bakalářské práce jsou zkoumání dokumentů a vícekritériální rozhodovací problém.

Harmonogram zpracování

- úvod BP, metodika: do 06/2013
- teoretická východiska: do 7/2013
- provedení vlastní práce: do 08/2013
- zpracování výsledků: do 09/2013
- diskuse: do 11/2013
- závěr, korekce: 01/2014
- schválení vedoucím práce: do 02/2014
- odevzdání na katedře: do 03/2014

Rozsah textové části

30 - 40 stran

Klíčová slova

cestovní ruch, lázeňství, léčebné procedury, samoplátce, wellness, životní styl

Doporučené zdroje informací

BENEŠOVÁ, Petra a KRUISOVÁ, Hana. Zdravotně orientovaný cestovní ruch: vybrané kapitoly. Vyd. 1. Praha: Idea servis, 2013. 223 s. ISBN 978-80-85970-77-7.
DROBNÁ, Daniela a MORÁVKOVÁ, Eva. Cestovní ruch: pro střední školy a pro veřejnost. 2., upr. vyd. Praha: Fortuna, 2010. 200 s. ISBN 978-80-7373-079-6.
KNOP, Karel a kol. Lázeňství: ekonomika a management. Vyd. 1. Praha: Grada, 1999. 231 s. ISBN 80-7169-717-6.
KŘÍŽEK, Vladimír. Obrazy z dějin lázeňství. 2. vyd., V Libri 1. Praha: Libri, 2002. 263 s. ISBN 80-7277-092-6.
SEIFERTOVÁ, Věra. Marketing v lázeňském cestovním ruchu. Vyd. 1. Praha: Vysoká škola cestovního ruchu, hotelnictví a lázeňství, 2003. 120 s. ISBN 80-86592-00-6.

Internetové zdroje a odborná periodika.

Vedoucí práce

Navrátilová Miroslava, Ing.

Termín odevzdání

březen 2014

Elektronicky schváleno dne 17.3.2014

Ing. Helena Čermáková, Ph.D.

Vedoucí katedry

Elektronicky schváleno dne 17.3.2014

Ing. Martin Pelikán, Ph.D.

Děkan fakulty

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že svou bakalářskou práci "Lázeňský cestovní ruch v České republice" jsem vypracoval samostatně pod vedením vedoucího bakalářské práce a s použitím odborné literatury a dalších informačních zdrojů, které jsou citovány v práci a uvedeny v seznamu literatury na konci práce. Jako autor uvedené bakalářské práce dále prohlašuji, že jsem v souvislosti s jejím vytvořením neporušil autorská práva třetích osob.

V Praze dne 17.3. 2014

Poděkování

Rád bych touto cestou poděkoval Ing. Miroslavě Navrátilové za její odborné vedení, cenné připomínky během zpracovávání a věnovaný čas při tvorbě mé bakalářské práce.

Lázeňský cestovní ruch v České republice

Spa tourism in the Czech Republic

Souhrn

Práce je zaměřena na problematiku českého zdravotně-orientovaného cestovního ruchu, který se od roku 2012 ocitá v nelehké situaci v důsledku snižování nákladů pojišťoven na úhradu komplexní i příspěvkové lázeňské péče. Vymezuje základní pojmy, druhy a formy cestovního ruchu jako fenoménu 21. století a popisuje vliv životního stylu populace na lázeňství u nás. Dále zkoumá vývoj a význam lázeňství nejen na území Čech a staví nový trend wellness do pozice rovnocenného spoluhráče, nikoliv konkurenta tradičnímu lázeňství. Praktická část bakalářské práce sleduje pět lázeňských subjektů, které od roku 2007 pro získání více hostů rozšířily své služby o wellness a metodou pořadí vícekritériální analýzy komparuje ceny poskytovaných procedur za účelem výběru nejvýhodnějšího zařízení pro samoplátce, kteří se v roce 2013 stali základním zdrojem příjmů lázeňských míst.

Summary

The work is focused on the Czech health-oriented tourism, which has been in a difficult situation since 2012 due to cost-cutting policy of health insurance companies as far as covering of complex and additional spa care is concerned. It defines the basic concepts, types and forms of tourism as a phenomenon of the 21st century and describes the influence of the population lifestyle on spa services in the country. It also explores the development and significance of spas not only in the Czech Republic but also discusses the new wellness trend as an equivalent strategic partner of traditional spa activities. The practical part of the thesis deals with five spa subjects that have extended their wellness services in recent years to attract more guests. On the basis of order-method multi-criteria analysis the final part of the thesis compares prices of offered treatment services for the purpose of selecting the most suitable SPA for private patients, who were the main financial income source of spas in 2013.

Klíčová slova: cestovní ruch, lázeňství, léčebné procedury, samoplátce, wellness, životní styl

Keywords: tourism, spas, medical procedures, private patient, wellness, lifestyle

Obsah

1	Úvod.....	9
2	Cíl a metodika	10
2.1	Cíl	10
2.2	Metodika	10
3	Teoretická východiska	13
3.1	Cestovní ruch.....	13
3.2	Česká republika ve světovém cestovním ruchu	15
3.3	Členění účastníků cestovního ruchu	16
3.4	Služby cestovního ruchu	17
3.5	Druhy cestovního ruchu.....	18
3.6	Formy cestovního ruchu	20
3.7	Zdravotně-orientovaný cestovní ruch	21
3.7.1	Lázeňský cestovní ruch.....	22
3.7.2	Wellness cestovní ruch	25
3.8	Lázeňství.....	28
3.8.1	Územní historie lázeňství.....	28
3.8.2	Úloha pojišťoven v lázeňství.....	33
3.8.3	Komplex služeb lázeňského cestovního ruchu.....	35
3.8.4	Specifika lázeňských služeb v oblasti cestovního ruchu	38
3.8.5	SWOT: Význam a přínos lázeňských míst v regionech ČR	40
3.9	Wellness.....	41
3.9.1	Definice wellness, fitness, selfness.....	41
3.9.2	Historie a vývoj	43
3.9.3	SWOT: Význam a přínos wellness center v regionech ČR	44
3.10	Profesní organizace a projekty podporující lázeňství a wellness	45
4	Komparativní analýza lázeňských wellness zařízení.....	48
4.1	Obecný popis vybraných lázeňských míst.....	49
4.2	Komparace cenových nabídek léčebných a wellness procedur	54

5	Závěr	63
6	Seznam použitých zdrojů	65
7	Seznam grafů, obrázků a tabulek.....	69
8	Přílohy.....	70

1 Úvod

Díky technologickému pokroku a modernizaci, jež výrazně ulehčují životní podmínky populace, se v protiváze pohodlí a blahobytu obyvatel vyspělých zemí snižují nároky na manuální práci a fyzický výkon, které dříve byly nejen podmínkami přežití, ale i díky každodenní pohybové aktivitě příznivě působícími činiteli na zdravý životní styl. Dnešní doba je charakteristická hektickým stylem života, shonem, stresem a typická sedavým zaměstnáním ve snaze dosáhnout úspěchu a finanční nezávislosti. Takové počínání si bohužel vybírá svou daň v podobě civilizačních onemocnění, jež postihují více než polovinu populace a představují pro ministerstvo zdravotnictví vysoké náklady na jejich léčbu.

Celosvětová hospodářská a finanční krize posledních let ústí v recesi a s ní spjaté snižování nákladů i v oblasti lázeňství, které v roce 2012 prošlo významnou změnou v podobě novelizace vyhlášky o indikačním seznamu. Tento zásah sice způsobil řadě lázeňských zařízení ekonomické problémy, ale kvalita produktu si navzdory okolnostem drží vysokou úroveň, díky níž je o služby stále větší zájem především ze strany cizinců a tuzemských hostů, kteří jsou ochotni ubytování i procedury hradit jako samoplátci. Motiv zdraví však není jediným důvodem lázeňské turistiky - ta totiž návštěvníkovi nabízí i poznávací a kulturní vyžití prostřednictvím široké škály komplexních služeb s cílem uspokojit neustále rostoucí nároky uvědomělého spotřebitele.

Aby si české lázně v porovnání s vyspělými evropskými zeměmi s dlouholetou lázeňskou tradicí udržely vysoký standart a konkurenceschopnost na trhu zdravotně-orientovaného cestovního ruchu, sledují nejnovější trendy a adaptují se na rychle měnící se tržní situaci tohoto atraktivního oboru. V současnosti staví nedostatečná centrální i regionální podpora a nevyhovující systém vládní propagace naše lázeňství do nevýhodné pozice, ze které v posledních letech mnozí podnikatelé hledají cestu ven komercializací lázeňských zařízení rozšířením portfolia služeb o preventivní, relaxačně regenerační wellness – moderní fenomén vyhledávaný všemi věkovými kategoriemi. Právě relaxace a prevence totiž podle průzkumů agentury Stem/Mark patří na přední místo v hodnotovém žebříčku dnešní populace, která prochází renesancí, což řadí uvědomění lidí v oblasti péče o vlastní zdraví mezi fakta jednoznačně podporující význam zdravotně-orientovaného cestovního ruchu.

2 Cíl a metodika

2.1 Cíl

Hlavním cílem bakalářské práce je prostřednictvím vytvořené znalostní báze a na základě provedení analýzy cenové konkurenceschopnosti aktuální nabídky služeb vybraných subjektů zdravotně-orientovaného cestovního ruchu v České republice zpracovat doporučení pro samoplátce z hlediska cenově nejvýhodnější nabídky.

K naplnění hlavního cíle práce je nutné sledovat dílčí úkoly, kterými postupně jsou:

- Specifikovat základní pojmy cestovního ruchu a objasnit význam lázeňství a wellness pro tento segment.
- Vytvořit poznatkovou bázi o návaznosti lázeňské péče na životní styl populace.
- Stanovit omezující kritéria pro výběr lázeňských zařízení.
- Provést průnik a kategorizaci společných procedur s následnou analýzou cenové nabídky metodou pořadí.
- Vyhodnotit vícekriteriální analýzu a doporučit nejvýhodnější variantu.

2.2 Metodika

Teoretická část práce je vyhotovena na základě kompilace poznatků odborné literatury, učebních textů, zákonů a časových řad ústavu zdravotnických informací a statistiky České republiky, zkoumajících dopady životního stylu populace na lázeňství jako formu zdravotně-orientovaného cestovního ruchu. Získané poznatky jsou utříděny do několika celků a jejich aktuálnost doplňují internetové zdroje. Na konci práce je uveden seznam použitých zdrojů, z nichž tato práce čerpá.

Ze shromážděných informací o vybraném oboru byla stanovena omezující kritéria pro selekci pěti lázeňských subjektů na trhu destinací cestovního ruchu s následnou komparací cen poskytovaných léčebných procedur metodou pořadí vícekriteriální analýzy variant za účelem doporučení lázeňského místa samoplátci, který preferuje cenově nejvýhodnější nabídku služeb.

Základním metodickým postupem v bakalářské práci byly zvoleny deduktivní závěry ze zkoumání dostupných dokumentů a řešení vícekriteriálního rozhodovacího problému.

Zkoumání dokumentů

Analýza dokumentů patří k standardní aktivitě kvalitativního i kvantitativního výzkumu. Podle HENDLA (2008) lze za dokumenty obecně považovat veškeré stopy lidské existence, tedy vše napsané nebo prostě zaznamenané a podrobitelné analýze z mnoha hledisek. Takové prameny poznání se vyznačují postoji, hodnotami a idejemi jak osobními, tak skupinovými. Hlavními výhodami této strategie jsou rozmanitost zkoumaných dokumentů a okolnost, že data nejsou vystavena působení zdrojů chyb nebo zkreslení, jež vznikají při uskutečňování rozhovorů nebo pozorování, měření a testování.

Stěžejním faktorem pro výběr dokumentů je jejich poznávací cena, jež se posuzuje podle následujících kritérií: Typ, vnější a vnitřní znaky, intencionalita¹, blízkost a původ dokumentu. Uvedená kritéria byla při výběru pramenů pro tuto bakalářskou práci zohledněna.

Vícekriteriální rozhodovací problém

V úlohách vícekriteriálního hodnocení variant je podle JABLONSKÉHO (2002) definována množina rozhodovacích variant $X = \{X_1, X_2, \dots, X_n\}$, které jsou hodnoceny podle kritérií Y_1, Y_2, \dots, Y_k . Každá varianta X_i , $i=1, 2, \dots, n$ je podle těchto kritérií popsána vektorem tzv. *kriteriálních hodnot* $(y_{i1}, y_{i2}, \dots, y_{ik})$. Matematický model úlohy je pak možné vyjádřit ve tvaru tzv. *kriteriální matice*

$$\begin{matrix} & X_1 & X_2 & \dots & X_n \\ Y_1 & Y_{11} & Y_{21} & \dots & Y_{n1} \\ Y_2 & Y_{12} & Y_{22} & \dots & Y_{n2} \\ \vdots & \vdots & \vdots & \ddots & \vdots \\ Y_k & Y_{1k} & Y_{2k} & \dots & Y_{nk} \end{matrix}$$

Zdroj: (JABLONSKÝ 2002, str. 271)

¹ Intencionalita dokumentu představuje možnost ovlivnění ideologií, vzděláním nebo zaměřením pisatele

V kritériální matici naší práce představují varianty X_1, X_2, \dots, X_n jednotlivé lázeňské subjekty, kritéria Y_1, Y_2, \dots, Y_k nabízené procedury a kritériální hodnoty jsou ceny procedur v Kč/min. Model je zadán pouze pomocí preferencí variant podle jednotlivých kritérií, kdy nejsou známy preference kritérií, proto lze vybrat kompromisní variantu metodou pořadí ve třech krocích:

Krok 1: Každá varianta bude ohodnocena podle každého kritéria číslem b_{ij} , tedy číslem mezi 1 a m , kde m je počet variant a v případě stejného ohodnocení bude použito průměrné pořadové číslo.

Krok 2: Celkové ohodnocení každé varianty se pak vypočítá jako součet dílčích hodnot, tedy $\sum_{j=1}^k b_{ij}$.

Krok 3: Varianty budou uspořádány podle čísel b_i vzestupně, přičemž nejlepší varianta má nejnižší hodnocení.

3 Teoretická východiska

3.1 Cestovní ruch

Za jeden z nejdůležitějších fenoménů vyspělých zemí posledních desetiletí můžeme bezesporu považovat cestovní ruch. Pro svou multioborovost a průřezovost napříč lidskými aktivitami si člověk mnohdy ani neuvědomuje, jaký význam pro ekonomiku států, infrastrukturu a demografii tento volnočasový společenský jev má. Právě proto není jednoduché jej přesně vymežit nebo stanovit jednotnou formu a definice různých autorů se liší. Toto odvětví vykazuje podle ZELENKY (2007) regionální i globální, kvalitativní i kvantitativní dynamický růst, který lze předpokládat i do budoucna. Tento růst souvisí s ekonomicko-sociálními faktory a s rozvojem infrastruktury a dopravy. Cestovní ruch, využití volného času a ubytovací a stravovací služby se samozřejmě separovaně liší, nicméně se tradičně do značné míry překrývají a vzájemně na sebe navazují. Příbuznost těchto jednotlivých oblastí blíže specifikují (HORNER & SWARBROOKE, 2003).

Cestovní ruch je bezpochyby klíčovou oblastí ekonomického rozvoje pro 21. století. Průmysl cestovního ruchu se v nejbližší době stane nejvýznamnějším odvětvím světové ekonomiky. Již dnes generuje významný podíl celosvětového hospodářského produktu, je zdrojem podnikatelských příležitostí, významný faktor zaměstnanosti a příznivě působí na rozvoj územních celků a regionů. Služby v cestovním ruchu jsou považovány za nejperspektivnější pro třetí tisíciletí i proto, že k uspokojení rostoucích potřeb lidí nabízí kulturní, historické a archeologické památky, přírodní zdroje (především lázeňství) a také realizační předpoklady pro kongresovou turistiku (SEIFERTOVIČ, 2003).

Definice a základní rysy cestovního ruchu

Organizace cestovního ruchu (The World Tourism Organization, UNWTO) jako vedoucí mezinárodní agentura odpovědná za prosazování udržitelného a všeobecně přístupného cestovního ruchu definuje tuto oblast jako „činnost osoby cestující na přechodnou dobu do místa mimo její běžné životní prostředí a to na dobu kratší než je stanovena (mezinárodní cestovní ruch – 1 rok, domácí cestovní ruch – 6 měsíců), přičemž hlavní účel její cesty je jiný než vykonávání výdělečné činnosti v navštíveném místě

(výdělečná činnost není podle UNWTO (2014) v navštíveném místě založena na trvalém či přechodném pracovním poměru).“

„Cestovní ruch je komplexní, mnoha oblastmi a z mnoha hledisek se prolínající společenský jev bez jakýchkoli pevně stanovených hranic, který je synergickým souhrnem všech jevů, vztahů a dopadů v časoprostorovém kontextu, souvisících s narůstající mobilitou lidí, motivovanou uspokojováním jejich potřeb v oblasti využití volného času, rekreace, cestování a poznání, dále v oblasti sociální, kulturní a dalších oblastech. Jevovou náplní cestovního ruchu jsou především souhrnné aktivity jeho účastníků, procesy souvisící s budováním a provozováním zařízení poskytujících těmto účastníkům služby, aktivity spojené s rozvojem a ochranou zdrojů pro jeho funkci, souhrn politických a veřejnoprávních aktivit (politika, propagace a regulace cestovního ruchu, mezinárodní spolupráce apod.) a současně i reakce místních komunit a ekosystémů na uvedené aktivity (zpětná vazba).“ (ZELENKA, 2012)

„Cestovní ruch je krátkodobý přesun lidí na jiná místa, než jsou místa jejich obvyklého pobytu, za účelem pro ně příjemných činností,“ (HORNER & SWARBROOKE, 2003).

Po shrnutí výše uvedených definic je možné popsat elementární rysové charakteristiky cestovního ruchu následně:

- Dočasná změna stálého bydliště,
- realizace jako volnočasová aktivita,
- vyvolává interpersonální vztahy (DROBNÁ, 2010).

Cestovní ruch je také podle ZELENKY (2007) charakteristický svou sezónností, jež souvisí s klimatickými podmínkami zvolené destinace, ročním obdobím nebo s kulturními zvyklostmi země. Sezónnost pochopitelně ovlivňuje ceny nabízených služeb od dopravy až po ubytování a není výjimkou i poloviční cena v případě, že je vybraná destinace navštívena mimo sezónu. Existuje mnoho projektů, jejichž cílem je oslovit segmenty zákazníků ostatních zemí, vliv sezónnosti potlačit a zajistit tak celoroční návštěvnost. Nástroje a aktivity pro splnění tohoto cíle se různí a jedná se například o cenovou politiku nebo tvorbu mimosezónních balíčků služeb a produktů.

3.2 Česká republika ve světovém cestovním ruchu

Česká republika podle JAROLÍMKOVÉ a ŘEHOŘKOVÉ (2008) patří mezi významné světové destinace z hlediska výkonů cestovního ruchu. Umisťuje se mezi 50 nejvýznamnějšími destinacemi cestovního ruchu a také mezi 50 destinacemi s nejvyššími hodnotami z celkového počtu 195 světových států.

Česká republika obsadila 34. místo v ukazatelích příjezdů a příjmů v mezinárodním cestovním ruchu. Rovněž má dobrou pozici v hodnocení výdajů na cestovní ruch na obyvatele. S rostoucím zájmem ke zvýšení příjmů z cestovního ruchu se předpokládá stejné tempo růstu výdajů na cestovní ruch na obyvatele. Touto tendencí by se mohla Česká republika zařadit mezi 40 předních zemí v cestovním ruchu i navzdory silné konkurenci ostatních států. Index konkurenceschopnosti České republiky podle výzkumů je 4,8 ve škále 1 až 7. Česká republika tak obsadila 30. místo za Itálií, Barbadosem, Koreou, Malajsií ale i Maďarskem. V oblasti subindexu Regulace se umístila na 20. místě, v subindexu Lidské, kulturní a přírodní zdroje se Česká republika objevuje na 25. místě a v Podnikatelském prostředí a infrastruktuře najdeme Českou republiku až na místě 37. Pokud jsou hodnoty lepší než třicáté místo, je to považováno za výhodu pro konkurenceschopnost země. Z daných výsledků můžeme situaci České republiky celkově hodnotit jako kladnou a s šancí uplatnit se mezi silnou konkurencí v subregionu Střední a východní Evropy, kde Česká republika zaujímá post mezi pěti nejvýznamnějšími destinacemi podle počtu příjezdů zahraničních turistů. Při přepočtu výdajů na cestovní ruch na obyvatele patří České republice první místo ve Středním a východním subregionu Evropy, jenže nás dohání Maďarsko. Česká republika patří mezi typické evropské destinace cestovního ruchu, ležící v Středoevropském subregionu.

Srovnáváme-li Českou republiku se západními zeměmi Evropy, má Česko buď shodné nebo i v některých ukazatelích lepší hodnoty, ale ve srovnání s východními zeměmi Evropy se setkáváme z větší části s vyššími hodnotami ukazatelů.

3.3 Členění účastníků cestovního ruchu

Objekty (entity) trhu cestovního ruchu lze klasifikovat podle mnoha hledisek. Pro účely této práce je použito jednoduché rozdělení podle HORNER a SWARBROOKE (2003) na turisty a jednodenní návštěvníky (výletníky). VYSTOUPIL a kol. (2007) dělí subjekty (podnikatele) na dvě základní kategorie subjektů, které jsou zastoupeny nepřímými distributory v cestovním ruchu, a to cestovní kanceláře a cestovní agentury podle zákona 18 č. 159/1999 Sb.

Turisté

HORNER a SWARBROOKE (2003) definují turisty jako osoby, které alespoň jedenkrát nocovaly, nebo byli ubytováni v navštíveném regionu. Mohou to být turisté jak tuzemci, tak i cizinci.

Jednodenní návštěvníci (výletníci)

Jednodenní návštěvníky HORNER a SWARBROOKE (2003) definují jako osoby, které v navštíveném regionu nepřenocují a stráví v navštíveném regionu pouze jeden den. Jedná se o turisty domácí tak i zahraniční.

Cestovní kanceláře

Zákon č. 159/1999 Sb. o některých podmínkách podnikání v oblasti cestovního ruchu říká, že § 2 „(1) *Provozovatelem cestovní kanceláře (dále jen "cestovní kancelář") je podnikatel, který je na základě koncese oprávněn organizovat, nabízet a prodávat zájezdy. Cestovní kanceláři je také osoba, která má v době podpisu cestovní smlouvy sídlo nebo místo podnikání v jiném členském státě Evropské unie nebo v jiném státě tvořícím Evropský hospodářský prostor, než je Česká republika (dále jen "cestovní kancelář usazená na území jiného státu").*

Cestovní kancelář působící na území jiného státu musí podnikat na základě oprávnění tohoto státu k provozování cestovní kanceláře a musí mít sjednané pojištění záruky pro případ úpadku cestovní kanceláře, nebo být jinak pro tento případ zajištěna, alespoň v rozsahu stanoveném tímto zákonem. „(2) *V rámci živnosti může cestovní kancelář:*

- a) *nabízet a prodávat jednotlivé služby cestovního ruchu,*

b) organizovat kombinace služeb cestovního ruchu a nabízet je a prodávat jiné cestovní kanceláři za účelem jejího dalšího podnikání,

c) zprostředkovávat prodej jednotlivých služeb cestovního ruchu pro jinou cestovní kancelář nebo cestovní agenturu, případně pro jiné osoby (dopravce, pořadatele kulturních, společenských a sportovních akcí apod.),

d) zprostředkovávat prodej zájezdu pro jinou cestovní kancelář; cestovní smlouva v těchto případech musí být uzavřena jménem cestovní kanceláře, pro kterou je zájezd zprostředkováván,

e) prodávat věci související s cestovním ruchem, zejména vstupenky, mapy, plány, jízdní řády, tištěné průvodce a upomínkové předměty.“

Cestovní agentury

Cestovní agentury se řídí podle zákona č.159/1999 Sb. o některých podmínkách podnikání v oblasti cestovního ruchu, ale podle § 3. *Kdy „provozovatel cestovní agentury (dále jen "cestovní agentura") je podnikatel, který je oprávněn na základě ohlášení volné živnosti provozovat činnost v rozsahu uvedeném v § 2 odst. 2 písm. a) až d).“* Cestovní agentury však nesmí zprostředkovávat prodej zájezdů podle § 2 odst. 2 písm. d) pro subjekt, který není cestovní kanceláři ve smyslu § 2 odst. 1.

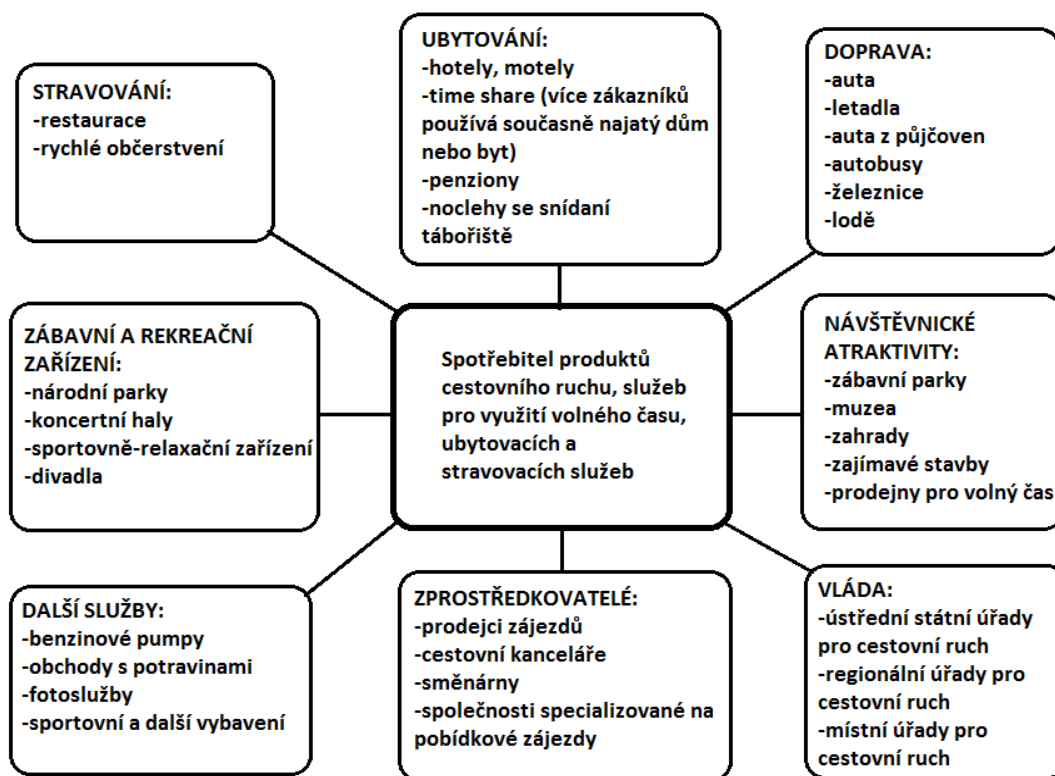
3.4 Služby cestovního ruchu

Trh cestovního ruchu, jak již bylo řečeno, je multioborový fenomén spojující ve svém významu a náplni kombinace průmyslových odvětví, která dodávají širokou škálu služeb a produktů. (HORNER & SWARBROOKE, 2003) uvádí ta nejvýznamnější:

- Dopravní organizace,
- cestovní kanceláře (touperátoři) a prodejci (agentury),
- návštěvnické atraktivity,
- ubytovací a stravovací průmysl včetně hotelů a restaurací.

Jednotlivá průmyslová odvětví cestovního ruchu, služeb pro využití volného času, ubytovacích a stravovacích služeb a jejich vztah vůči spotřebiteli znázorňuje následující obrázek:

Obrázek 1: Průmyslová odvětví cestovního ruchu



Zdroj: (HORNER & SWARBROOKE, 2003, str. 106)

3.5 Druhy cestovního ruchu

Podle způsobu realizace rozděluje ZELENKA (2007) cestovní ruch z několika hledisek. Motivace účasti cestovního ruchu, území realizace, způsob účasti a forma úhrady nákladů, organizace zabezpečení služeb, vztah k platební bilanci státu, věk účastníků, počet účastníků, délka pobytu a další aspekty jsou nejčastěji uplatňovaná hlediska pro rozdělení druhů cestovního ruchu (dále jen CR).

a) Územní hledisko CR

- Domácí CR – realizovaný na územním celku státu
- Zahraniční CR – mimo území daného státu
- Výjezdový CR – občané daného státu cestují za státní hranice
- Příjezdový CR – příjezd zahraničních občanů do daného státu

b) Místo realizace CR

- Vnitřní CR – obsahuje domácí i příjezdový CR

- Národní CR – obsahuje domácí a výjezdový CR
 - Mezinárodní CR – veškerý CR, kdy je překročena hranice státu
- c) Délka pobytu
- Krátkodobý charakter – tři noci účastníka CR a méně
 - Dlouhodobý charakter – pro domácí CR rozumíme více noclehů než tři a méně než 6 měsíců nebo 1 rok pro zahraniční CR
- d) Vliv platební bilance státu
- Aktivní CR – příliv devizových prostředků v důsledku nákupu zboží a služeb domácích turistů za hranicemi dané země
 - Pasivní CR – odliv devizových prostředků v důsledku nákupu zboží a služeb domácích turistů v zahraničí
- e) Způsob zabezpečení cesty a pobytu
- Organizovaný CR – program a realizace zájezdu jsou zajištěny cestovní kanceláří nebo jiným podnikatelským subjektem
 - Neorganizovaný CR – program i realizace jsou zajištěny účastníkem samotným
- f) Příslušnost účastníků ve skupině
- Individuální CR – účastník cestuje sám
 - Skupinový CR – skupina účastníků tvořená ze společné základny (školy, zaměstnání apod.)
- g) Způsob financování
- Komerční CR – účastník je samoplátce a vše si hradí sám
 - Sociální CR – určité podmínky zajistí účastníkovi částečnou nebo plnou úhradu výdajů (např. doporučení lékaře)
- h) Dopad na životní prostředí
- Měkký CR – jen minimálně narušuje životní prostředí při využití místních zdrojů
 - Tvrdý CR – zapříčiňuje velké změny původního životního prostředí

3.6 Formy cestovního ruchu

Rozhodujícím faktorem pro rozdělení forem cestovního ruchu je motiv účastníka, tedy vnější nebo vnitřní podněty vedoucí k účasti. Hlavními formami podle ZELENKY (2007) jsou:

- Rekreční – účast na CR s motivem regenerace fyzického a duševního stavu člověka. Česká republika je například typická četností zástupců specifického podtypu chataření a chalupaření
- Sportovně-turistická – cílem je péče o tělesnou kondici nebo zájem o sportovní akce jako olympijské hry
- Zdravotně-orientovaná – účast za účelem léčby a rehabilitace prostřednictvím léčebných procedur
- Lázeňská – výjezd do lázeňských oblastí motivovaný zdravotními problémy účastníka, ale i poznávacím a kulturním vyžitím
- Kulturně-poznávací – účelem CR je návštěva historických památek, kulturních zařízení a akcí spojená s nabitím nových vědomostí
- Přírodní – poznávání přírody, přírodních památek a významných úkazů, míst či krajiny
- Venkovská – několikadenní pobyt s pěší turistikou, hipoturistikou, cykloturistikou a pozorováním přírody
- Vzdělávací – pro rozšíření vědomostí a získání nových dovedností účastníka
- Kongresová – pro sjezdy a shromáždění oborových specialistů za účelem výměny informací
- Společensky motivovaná – získání nových kontaktů a rozvoj interpersonálních vztahů
- Gurmánská – cestování za účelem poznání gastronomie (jídla a nápoje)
- Náboženská – věřící cestující na posvátná místa
- Zábavně-atraktivní – různé formy výstav a atrakcí

3.7 Zdravotně-orientovaný cestovní ruch

Vyspělé země Evropy s dlouhou tradicí a významnými lázeňskými místy (Itálie, Francie, Německo, Rakousko, Švýcarsko apod.) se z hlediska cestovního ruchu těší vysoké turistické pozornosti především díky centrální i regionální legislativní podpoře a dobře propracovanému systému vládní propagace. KNOP (1999), staví lázeňství těchto zemí na srovnatelnou úroveň s hlavními městy, horskými, přímořskými a podobnými centry a destinacemi.

Tento druh cestovního ruchu hraje velice důležitou roli ve zdravotním stavu obyvatelstva a popularita zdravotně orientovaného cestovního ruchu v souvislosti s uvědoměním lidí v oblasti prevence a péče o vlastní zdraví postupem času roste. V případě zdravotně orientovaného cestovního ruchu je tedy hlavním motivem účasti zdraví. BENEŠOVÁ (2013), označuje zdravotně orientovaný cestovní ruch za širší-nadřazený pojem pro druh cestovního ruchu zahrnujícím:

- Lázeňský cestovní ruch – pobyty spojené s podstupováním léčebných kúr, procedur a terapií, rekonvalescenčních pobytů a léčení po operačních zákrocích.
- Wellness cestovní ruch – pobyty sledující především regeneraci, relaxaci, preventivní působení na zdraví podporující životní styl.
- Rekreační cestovní ruch - lázeňská turistika jako pobyty realizované v lázeňských místech, zprostředkované nejčastěji cestovními kancelářemi.
- Medicínský/léčebný cestovní ruch – pobyty spojené s medicínským výkonem, například operace a estetická medicína.

Všechny výše uvedené typy cestovního ruchu se vzájemně prolínají, ale mohou existovat i samostatně, přičemž dodržují dříve zmíněné základní rysy (dočasnost změny místa stálého bydliště, nevýdělečný charakter a podpora mezilidských vztahů).

3.7.1 Lázeňský cestovní ruch

V souvislosti s rostoucím uvědoměním lidí v oblasti péče o vlastní zdraví se popularita zdravotně orientovaného cestovního ruchu zvyšuje. Tento druh cestovního ruchu, kde je motivací vlastní zdraví, zahrnuje:

- lázeňský léčebný cestovní ruch (pobyty spojené s léčbou kúrami, terapiemi, rekonvalescenčními pobyty po úrazech nebo operacích),
- wellness cestovní ruch (pobyty zaměřené na regeneraci, relaxaci, preventivní působení na zdraví),
- rekreační cestovní ruch – lázeňská turistika (pobyty uskutečňované v lázeňských místech, zprostředkované často cestovními kancelářemi),
- medicínský léčebný cestovní ruch (pobyty spojené s medicínským výkonem jako je operace a estetická medicína)

Lázeňství jako součást zdravotnictví, wellness a cestovní ruch patří do terciárního sektoru - oblasti služeb veřejné ekonomiky, kde se střetává poptávka po statcích s jejich nabídkou (BENEŠOVÁ, 2013, stránky 44-45).

Tyto statky (i v rámci lázeňství) můžeme podle keynesiánce Samuelsona rozdělit do dvou skupin: soukromé a veřejné. Jako příklad soukromého statku v tomto odvětví je soubor poskytovaných služeb samoplátcům na obchodní bázi. Veřejným statkem je prostředí lázní mající ozdravné účinky, minerální vody, klima a bohaté kulturní dění (KNOP, 1999, stránky 64-66).

Soukromý sektor ale nemá zájem na produkci veřejných statků, protože „trh má tendenci vylučovat všechny ty, kdo za statky a služby neplatí, z možnosti využívání prospěchu, který přinášejí.

Jelikož není soukromá iniciativa schopná vyvíjet veřejné statky, čímž v tržním mechanismu vzniká nerovnováha, intervnuje do ekonomických aktivit v lázeňství stát, přičemž se snaží překonat bariéru nízké informovanosti občanů o možnostech vymahatelnosti svých práv (KNOP, 1999). Prostředky na výrobu veřejných statků a služeb stát získává přerozdělováním národního důchodu, protože státní regulace pro nastolení hospodářské rovnováhy jsou prováděny přímými nástroji (zákony) a nepřímými nástroji (DPH, výdaje ze státního rozpočtu, atd.). S užitím těchto nástrojů je spjata i hospodářská a sociální politika státu, v níž se stát snaží o:

- udržování rovnoměrného rozvoje ekonomiky, tedy i zdravotně orientovaného cestovního ruchu,
- udržování tržního prostředí pomocí antimonopolních zákonů,
- ochranu životního prostředí,
- poskytování obecně prospěšných statků a služeb (vzdělání, zdravotnictví, kultura, životní prostředí),
- péči o sociálně potřebné skupiny obyvatelstva (důchodci, postižení, mladí lidé, rodiny s dětmi aj.).

V rámci České republiky jsou lázně, resp. poskytování lázeňských služeb, součástí jak veřejné, tak i soukromé sféry (BENEŠOVÁ, 2013, str. 54).

Na rozvoji lázeňství tak nemají zájem jen lázeňské společnosti, města a regiony, ale samozřejmě i stát, proto Ministerstvo pro místní rozvoj v rámci programu podpory rozvoje cestovního ruchu poskytuje státní příspěvky na rozvoj a obnovu lázeňské infrastruktury v podobě čtyř následujících programů:

1. Program rozvoje měst a obcí se statutem lázeňského místa
2. Program podpory vlastníků lázeňské infrastruktury
3. Program rozšiřování ubytovací kapacity (v kategorii ubytování v soukromí) ve městech a obcích se statutem lázeňského místa)
4. Program rozvoje lázeňské turistiky (SEIFERTO VÁ, 2003, str. 26)

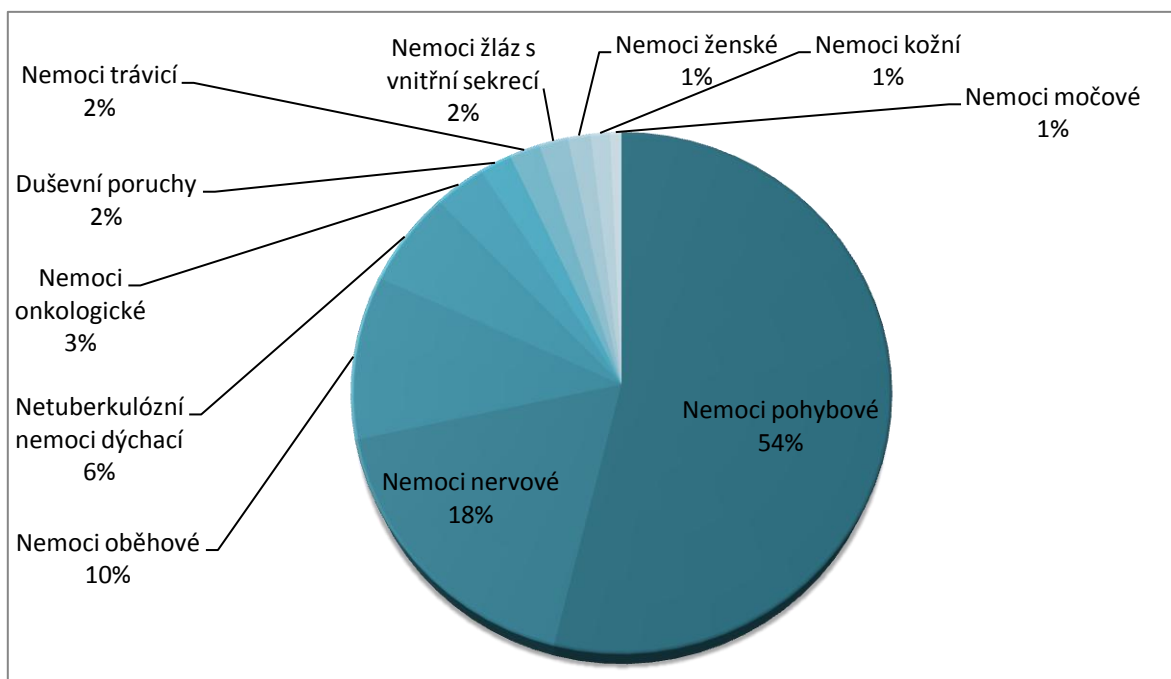
Vzájemným propojením lázeňství, wellness a cestovního ruchu dochází k otevření prostoru pro další efektivní rozvoj podmínek pro odpovědný přístup ke svému zdraví za podpory státu. Lázeňství jako specifický cestovní ruch se vyznačuje dvoukolejností, kdy na jedné straně určitou částí klientely spadá do resortu zdravotnictví, ale v poslední době se aktivně vrací ke svému poslání společenskému, rekreačnímu a relaxačnímu, proto je nezbytné jeho zapojení do Koncepce státní politiky cestovního ruchu v ČR na období 2014-2020. Prioritami této Koncepce s včleněnou podporou lázeňství jsou:

- konkurenceschopnost národních a regionálních produktů cestovního ruchu,
- rozšiřování a zkvalitnění infrastruktury a služeb cestovního ruchu,
- marketing cestovního ruchu a rozvoj lidských zdrojů,
- vytváření organizační struktury cestovního ruchu (BENEŠOVÁ, 2013, stránky 45-56)

Jak již bylo uvedeno, lázeňský cestovní ruch přímo souvisí s rostoucím uvědoměním lidí a nápravou životního stylu ve snaze zlepšit své zdraví, které je motivací lázeňské turistiky. Mudr. Jana Vlčková, Ph.D – lékařka kliniky sportovní medicíny specializující se mimo jiné i na balneologii a léčebné rehabilitace – uvádí například jako hlavní příčinu artrózy (degenerativní onemocnění kloubů a páteře) nezdravý životní styl (VLČKOVÁ, 2014). Tento názor podporuje i BLAHUŠOVÁ (2005). Bohatá a tučná strava, nedostatek kvalitního pohybu, nepřiměřená či jednostranná fyzická zátěž způsobující svalovou dyzbalanci, ale i vrcholový sport rozšiřují základnu postižených touto civilizační chorobou.

Ústav zdravotnických informací a statistiky ve své každoroční publikaci Lázeňská péče uvádí počet přijatých pacientů podle indikačních skupin za jednotlivé roky. Statistiky lázeňské péče potvrzují, že s výjimkami více než polovinu z celkového počtu pacientů každoročně tvoří lidé s onemocněním pohybového aparátu:

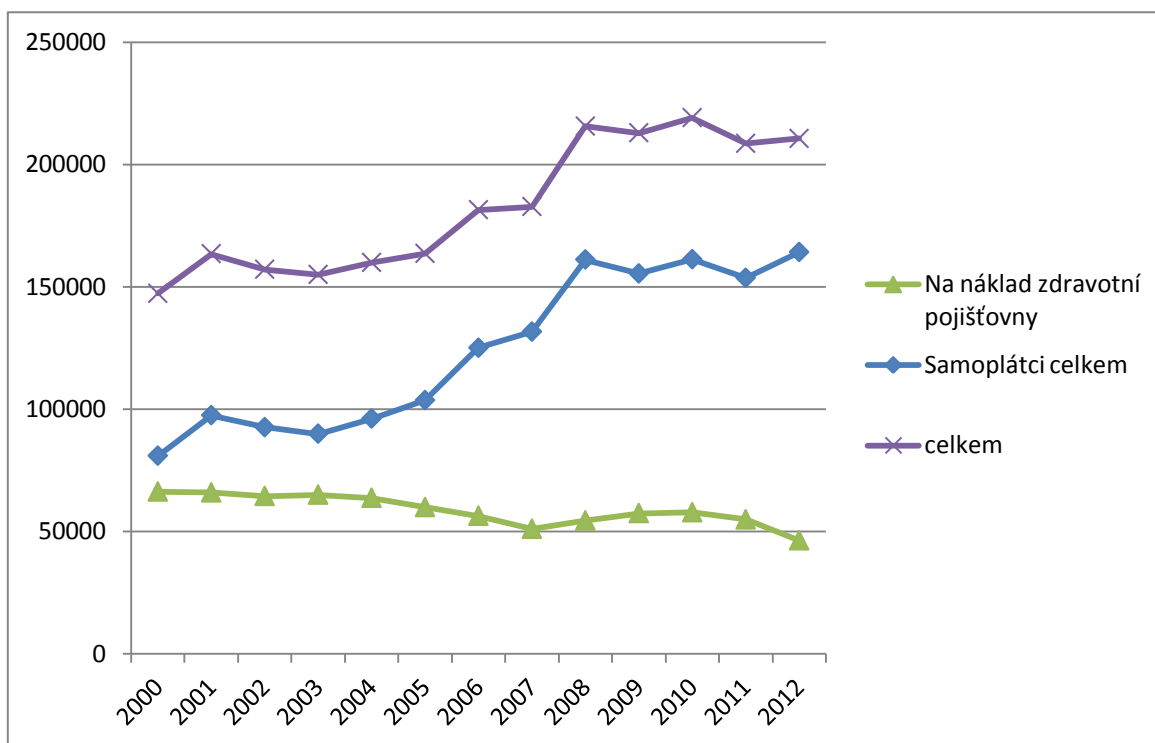
Graf 1: Lázeňská péče pro dospělé v roce 2012 podle indikačních skupin



Zdroj: ÚZIS (2013)

V roce 2000 se pro obtíže s pohybovým ústrojím léčilo celkem 147275 dospělých, v roce 2006 to bylo 181467 a 210567 své zdravotní potíže s pohyblivostí léčilo v roce 2012. Počet dospělých osob léčených v této indikační skupině má tedy v průběhu let rostoucí tendenci:

Graf 2: Vývoj lázeňské péče pohybového ústrojí v letech 2000-2012



Zdroj: Vlastní zpracování podle statistik ÚZIS (2013)

3.7.2 Wellness cestovní ruch

Wellness zdravotní cestovní ruch má velký potenciál pro své rozšíření nejen v lázeňských místech, ale také tam, kde se léčivé prameny nevyskytují, protože na nich není závislý - zaměřuje se totiž na rozdíl od lázní na prevenci proti vzniku chorob a je praktikován hlavně krátkodobou formou v délce přibližně tří dnů. Propojením wellness se zdravotní lázeňskou péčí můžeme velmi významně doplňovat nebo nahrazovat lázeňské služby. Pro Českou republiku znamená tento směr vývoje oblasti lázeňství další přiblížení ke světovému vývoji v oblasti lázeňské zdravotní péče, což si vynucuje zlepšování a rozšiřování nabídky i netradičních služeb, které motivují k vyšší návštěvnosti.

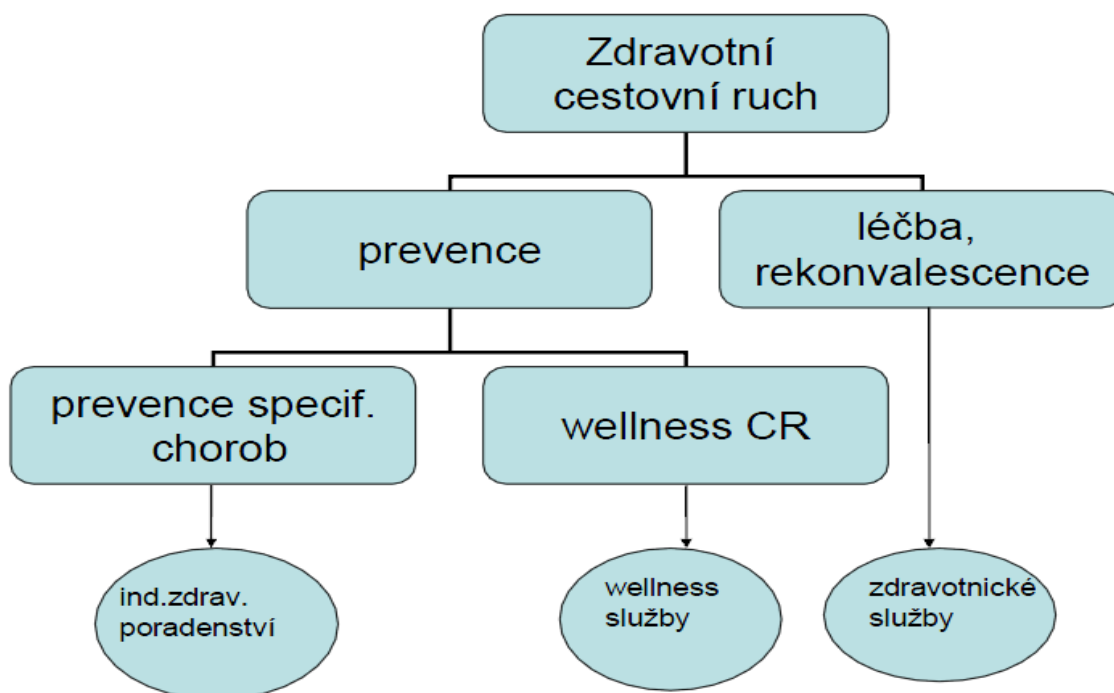
Wellness řadíme do zdravotního cestovního ruchu se zaměřením na prevenci proti vzniku chorob

Typické pro tento druh cestovního ruchu je, že:

- Nemusí být realizován v lázeňských místech a nepotřebuje k vytvoření produktu přírodní léčivé zdroje.
- Je spojen se současnými trendy volnočasových aktivit ve vyspělých zemích, zaměřených na cílené vytváření blahobytu zákazníků, kterým se dostává péče o zdraví, tělo a krásu s prvky fitness.
- Může být organizovaný i neorganizovaný, v některých případech může být vázaný členstvím (klubové SPA, klubové fitness) (DĚDINA, 2004, str. 14).

PODĚBRADSKÝ (2008), zkoumá vztah wellness turismu k ostatním formám cestovního ruchu. Od lázeňského je odlišný právě zaměřením na prevenci a častou kombinací s incentivním (zaměstnanec odměňujícím) a kongresovým cestovním ruchem často pro teambuildingové akce obchodníků a podnikatelů. Následující schéma řadí wellness mezi ostatní formy cestovního ruchu:

Obrázek 2: Wellness jako forma cestovního ruchu



Zdroj: PODĚBRADSKÝ (2008)

„Wellness Tourism se vztahuje k cestování, jehož cílem je stav zdraví se zaměřením na harmonii těla, mysli a duše, odpovědnosti sám za sebe a svou fyzickou zdatnost. Základními atributy jsou: zkrášlující péče, zdravá výživa, relaxace, meditace a současně podpora citlivého vztahu k životnímu prostředí a rozvoj mezilidských vztahů.“ (ORIEŠKA, 2010)

V rámci cestovního ruchu je nutné zmínit, že wellness je dobrým nástrojem rekondičních a relaxačních center turistických destinací a alternativní nabídkou vyhledávaných komerčních programů. S těmito alternativními centry je nutné do budoucnosti počítat, protože budou hrát významnou roli ve zdravotně-orientovaném cestovním ruchu. Wellness charakterizovaný jako podnikatelský potenciál vykazuje podle KNOPA (1999) a článku časopisu Kapitál, následující znaky a příležitosti:

- je třeba brát v úvahu posun v požadavcích na wellness služby – již jde mnohem méně o „trápení“ těla fyzickou aktivitou, ale o souhrn požadavků na tělesnou a duševní svěžest, na získání pocitu pohody a radosti,
- riziko měřitelnosti- měřítkem je konzument, který se vrátí nebo dokonce přivede další hosty,
- poskytování kvalitních služeb v příjemném prostředí je nutností tohoto odvětví,
- je třeba nabízet celou řadu produktů, které k wellness patří, je však třeba vyvarovat se násilným a netaktním způsobům nabízení takovýchto produktů,
- wellness není jen pro mladé lidi do 30 let. Stále více se rozšiřuje směrem ke generaci od dvaceti let až po seniory disponující časem se zájmem udržovat a upevňovat své zdraví,
- roste skupina potencionálních klientů nad 80 let. Wellness produkty zakupují svým dětem a vnoučatům jako dárkové poukázky,
- výrazné zvýšení poptávky po odbornících z wellness aktivit registrují vysoké školy,
- oblast wellness je podnikatelsky velmi atraktivní a velmi konkurenční prostředí,
- riziko kvality poskytovaných služeb,
- nástup ecological wellness – ekologicky energeticky šetrné podnikatelské aktivity – využívání procedur a výroba produktů, které jsou v maximálně možné míře k přírodě šetrné, často z přírodních materiálů a relativně snadno nahraditelné,
- rostoucí poptávka po službách pomáhajících zlepšit fyzickou i psychickou kondici,

- rostoucí poptávka po masážích,
- lidé se chtějí dostat do formy bez velké časové investice,
- placená a stále atraktivnější služba,
- nutné přizpůsobit nabídku, jedná se o atraktivní odbornou službu,
- nutnost odborně vyspělého personálu (management i personál),
- možnost využívat celoročně,
- nutnost neustále školit personál – pravidelná investice,
- vysoké požadavky na odborný personál,
- opožděnost vývoje wellness v ČR umožňuje inspiraci – výběr úspěšných produktů².

3.8 Lázeňství

3.8.1 Územní historie lázeňství

Pravěk a starověk:

Kořeny lázeňství sahají do dob tří milionů let před naším letopočtem, kdy lidé horkým pramenům s odlišnou chutí a léčebnými účinky přisuzovali nadpřirozenou sílu. Na území Mezopotámie lidé vyzorovali blahodárné účinky těchto vřidel, proto u zdrojů vystavovali chrámy a oltáře k vyjádření vděku nebo k obřadním rituálům. (PODĚBRADSKÝ, 2008)

O velký rozmach lázeňství se zasloužili starověké Řecko (dodnes známé četným výskytem léčebných pramenů) a Řím. V Řecku – přibližně 5. stol. př.n.l. – byla tělesné hygieně věnována velká pozornost. Kladl se důraz na očistné koupele v prvních vanách nebo bazénech. Tyto koupele by se daly charakterizovat jako očistné rituály.

První velké veřejné lázně byly zbudovány na začátku prvního století v Římě. Kromě koupelí se návštěvníkům dostávalo i masáží, relaxačních místností, čítáren, knihoven, kolonád, galerie, divadelní sály, obchůdky a tělocvičné sály. (SEIFERTOVÁ, 2003, str. 81)

² Wellness - módní trend, nebo podnikatelská příležitost?. *Kapitál*, 2008, 6, s. 44-45. ISSN 1211-748X.

Orient:

Větší lázně v Arábii či Turecku sloužily celé široké veřejnosti jak mužům, tak ženám v oddělených místnostech. Dbalo se na estetickou stránku interiérů, které byly často zdobeny štukaturou nebo mozaikami. Zdi hlavní potné místnosti byly horkým vzduchem neustále vytápěny na vysoké teploty, proto nebyly nikdy vlhké. Leželo se zde na horkých vzduchem vyhřátých kamenných blocích i několik hodin, během kterých lazebník návštěvníka masíroval a potíral vonnými oleji. Následovaly dlouhé koupele v bazénku nebo vaně s neustálým přítokem vody, načež přecházel host do chladnější místnosti, kde mohl odpočívat a občerstvit se kávou, čajem, ovocem nebo si zakouřit vodní dýmku. Lázně vzniklé u vývěrů vod měly jako u nás spíš léčebný charakter – v první řadě nebylo koupání jednorázové, ale šlo o celou kúru, která vyžadovala několikadenní ubytování (KŘÍŽEK, 2002).

Orient přebíral mnoho prvků a technik lázeňského prostředí z římských dob, ale předkládá tuto péči svým obyvatelům zaměřenou především na relaxaci těla a rozvoj vnitřní pohody. Oproti římskému vzoru však Orient nenabízí možnost rozvíjet tělesnou stránku aktivními pohybovými aktivitami, protože veškeré sportovní prostory pro cvičení a gymnastiku byly v relaxačně-regeneračních centrech vynechány. (PODĚBRADSKÝ, 2008)

Čína a Japonsko:

I dálný východ se hrdě chlubí bohatou historií a četností vyvěrajících pramenů. První literární zmínky o čínských koupelích spadají až do roku 1100 př.n.l. Pětidenní cyklus celkové očisty byl dokonce uzákoněn. Často se ke koupelím užívalo minerálních, sírných, slaných nebo kamencových koupelí. Dřevěné, kovové nebo keramické vany sloužily k sedací koupeli a to především u buddhistických klášterů.

Vulkanické podloží Japonska dalo za vznik velkému množství minerálních a termálních zdrojů. Lázně měly velkou oblibu hlavně u velkých chrámů a sloužily pro kněze. Až kolem roku 1200 n.l. najdeme zmínky o velkých lidových lázních, později rozšířených i pro potřebu chudým a nemocným. Japonsko přebíralo některé techniky jako užití léčivých bylin od Číny. Cena koupele, před kterou se návštěvník vždy musel důkladně umýt, byla často ovlivněná katastrofickými událostmi jako povodně nebo požáry, protože tyto události zvyšovaly náklady na shánění topného dřeva nebo uhlí. Tyto suroviny zajišťovaly ohřátí vody v bazéncích i nad 50°C. Hlavní procedury v tamějších

lázních byly koupele ve vonných vodách, masáže, akupunktura nebo bahenní a pískové zábaly. (PODĚBRADSKÝ, 2008)

Ke kosmetickým rituálům patřila depilace kaménky, mastmi, stříhání a opalování ochlupení. Kromě lazebníka, který dbal na místní pořádek a klid, býval v japonských lázních i lékař připravující léky. Velkou popularitu měly právě masáže-ty prováděli hlavně nevidomí, protože u člověka se ztrátou zraku obvykle dochází k zesílení ostatních smyslů (KŘÍŽEK, 2002).

Lázeňství na území Čech:

Vznik lázeňství na našem území lze datovat ze záznamu kronikáře Václava Hájka z Libočan rokem 762 našeho letopočtu, kdy byla pastevci objevena vřídla v dnešních lázních Teplice v Čechách. Kolem těchto horkých pramenů vznikly první kamenné základy vůbec (DĚDINA, 2004, str. 41). Výskyt pramenů v určitých lokalitách dal vznik ložiskům rašeliny, slatiny a bahna, které se užívají pro různé druhy terapií dodnes.

Dalším důležitým zlomem v historii lázeňství na území Čech bylo objevení léčebných pramenů přibližně v roce 1350 Karlem IV. při údajném honu, což dokazují pouze legendy. Historicky doloženým faktem je samotné vybudování lázní na pokyn císaře a udělení městských práv, což podnítilo rozkvět nově vzniklých Karlových Varů. Termální prameny byly v hustě osídlených západních Čechách známé opatům z Teplic již ve 13. století, což potvrzuje i slovanský původ názvů měst z 10. - 11. století – „Teplá“, „Vary“, „Teplice“.

Po tomto krátkém období následuje v lázeňství útlum a jeho význam je minimální až do období rozvoje kapitalismu v 18. až 19. století. Pokrok vědy, techniky a rozvoj infrastruktury přispěly k významnému povznesení lázeňských míst, na kterých se v tvrdém konkurenčním boji podnikatelé předháněli ve výstavbě lázeňských domů, kolonád a penzionů pro zvýšení ubytovacích kapacit (KNOP, 1999, stránky 11-14).

V období po 2. světové válce si lázeňská péče zachovala svou tradičně vysokou úroveň avšak do obnovy a výstavby nebyly dlouhodobě investovány žádné finanční zdroje a ubytovací, stravovací a doplňkové služby stagnovaly nebo jejich úroveň klesala.

Po roce 1948 byla všechna lázeňská zařízení zestátněna a stala se zdravotnickými zařízeními pro klientelu, již byl léčebný pobyt hrazen pojišťovny. V této době byla charakteristická převaha poptávky nad nabídkou.

Po převratu v roce 1989 se výrazně mění postoje lidí k vlastnímu zdraví a na základě rad odborníků volí aktivní přístup k realizaci vlastního volného času. Ideálním místem pro obnovení fyzických a duševních sil se stávají místa cestovního ruchu využívající lázeňské léčebné péče. Přestože prioritou těchto míst zůstává péče o lidské zdraví, současný návštěvník klade stále větší nároky i na kvalitu ubytování a stravy spolu s kulturním a sportovním vyžitím (SEIFERTO VÁ, 2003, str. 83).

Dnes má české lázeňství díky dlouhé tradici, výborným léčebným účinkům a kvalitě poskytovaných služeb v evropské lázeňské péči pevné místo. Na našem území se lázeňství vždy soustřeďovalo na léčebné, ekonomické a společenské funkce (BENEŠOVÁ, 2013, str. 107).

Lázeňská místa podle regionů:

Západní Čechy:

- Františkovy lázně,
- Jáchymov,
- Karlovy Vary,
- Konstantinovy Lázně,
- Lázně Kynžvart,
- Mariánské Lázně,

Severní Čechy:

- Bílina,
- Dubí,
- Teplice,
- Lázně Libverda,
- Lázně Kundratice,

Střední Čechy:

- Lázně Mšené,
- Lázně Toušeň,
- Poděbrady,

Jižní Čechy:

- Bechyně,
- Lázně Aurora,
- Třeboň,
- Vráž,

Východní Čechy:

- Janské Lázně,
- Lázně Bělohrad,
- Lázně Bohdaneč,
- Náchod,
- Velichovky,

Jesenicko:

- Bludov,
- Jeseník,
- Karlova Studánka,
- Lipová-lázně,
- Velké Losiny,

Střední a severní Morava:

- Klimkovice,
- Karviná,
- Skalka,
- Slatinice,
- Teplice nad Bečvou,

Jižní a východní Morava:

- Hodonín,
- Luhačovice,
- Ostrožská Nová Ves,
- Pozlovice,

Lázně Lednice (Svaz léčebných lázní České republiky, 2013).

3.8.2 Úloha pojišťoven v lázeňství

V praxi se nejčastěji zákazníci segmentují podle indikací a způsobu úhrady lázeňských pobytů:

1. Náklady hrazené plně nebo částečně pojišťovnou: Lázeňská léčba je určena pro občany České republiky, pojištěné u některé ze zdravotních pojišťoven v ČR. Návrh na léčbu vystavuje ošetřující lékař a po dohodě s pojištěncem uvádí dle diagnózy požadované lázeňské zařízení. Tento návrh je předán k ověření a potvrzení reviznímu lékaři zdravotní pojišťovny pojištěnce. Termín léčby je určen buď podle stupně naléhavosti, nebo si jej pojištěnec do 6 měsíců od data vystavení návrhu dohodne sám s příslušným lázeňským zařízením.

Jízdné do lázeňského zařízení si každý pojištěnec platí sám. Lázeňský poplatek nejsou povinni platit držitelé průkazu ZTP-P, osoby mladší 18 let a osoby starší 70 let.

- a) Komplexní lázeňská léčba – doporučená délka pobytu plně hrazeného pojišťovnou je 3 týdny
- b) Příspěvková lázeňská léčba – doporučená délka pobytu, kdy si pojištěnec hradí náklady na ubytování a stravování, je 3 týdny
- c) Ambulantní lázeňská léčba – zkrácená délka pobytu, kdy si náklady na ubytování a stravování hradí pojištěnec sám. Lékař může na ambulantní péči doporučit: lékařské vyšetření, cvičení v bazénu, cvičení kloubů a páteře, posilovnu, měkké a mobilizační techniky na pohybový aparát, individuální cvičení nebo elektroléčbu.

2. Náklady hrazené z vlastních zdrojů klienta: Tento typ léčby je určen nejen pro všechny občany České republiky, ale i pro zahraniční klienty. Termín nástupu léčby je stanoven na základě dohody mezi pacientem a pracovníkem příjímací kanceláře jednotlivých lázeňských zařízení eventuálně s pracovníkem zprostředkovatelské cestovní agentury. Klient si sám hradí veškeré náklady na léčbu, stravování, ubytování a lázeňský poplatek. Doba pobytu pro samoplátce není časově omezena (SEIFERTOVÁ, 2003, stránky 16-17).

Novela vyhlášky od 1.10 2012

V roce 2012 dokončilo Ministerstvo zdravotnictví ČR novelizaci vyhlášky, tzv. Indikačního seznamu, který k jednotlivým diagnózám a jejich stupni přiřazuje nárok na čerpání hrazené lázeňské péče. Indikační seznam vešel v účinnost 1.10 2012 a s ním i změna financování z veřejných zdrojů. Stav klientů využívající komplexní a příspěvkovou lázeňskou péči se skokově snížil. Některá lázeňská místa evidují i 60% pokles poukazů na zdravotní péči³. Úpravy novelizovaného seznamu jsou podle Svazu léčebných lázní České republiky následující:

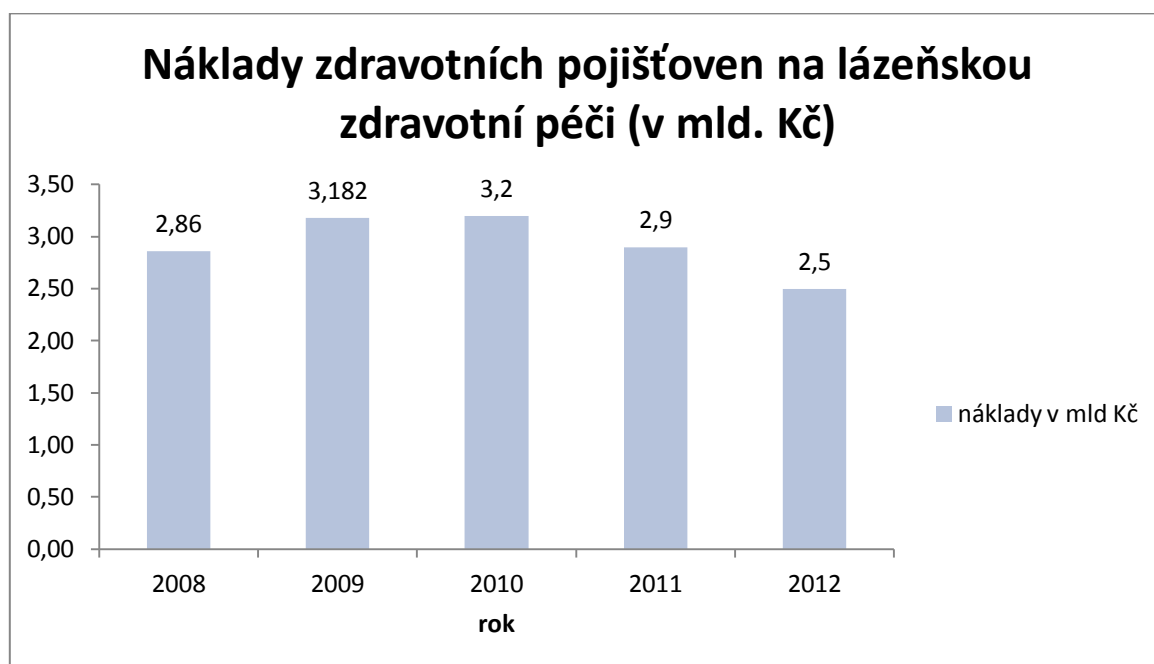
- V případě komplexní lázeňské péče (plně hrazené pojišťovnou) je pacient i nadále v režimu pracovní neschopnosti.
- Délka komplexní lázeňské péče je u dospělých zkrácena z 28 na 21 dnů.
- Příspěvkovou lázeňskou léčbu lze dle dohody s lékařem zkrátit z 21 na 14 dnů - toto je výhoda a šance pro ty, kteří by jinak tři týdenní pobyt nemohli absolvovat z finančních důvodů či kvůli nemožnosti čerpat delší dovolenou.
- Lázeňskou léčbu lze opakovat u řady diagnóz formou komplexní péče.
- Novela vyhlášky rozšiřuje možnosti léčby lázeňských míst o nové indikace, děti i dospělí tak nebudou muset mnohdy zbytečně za léčbou cestovat (BLÁHA, 2013).

Náklady pojišťoven na lázeňskou zdravotní péči v letech 2005 – 2012

Lázeňská péče byla vždy poskytována jako součást zdravotní péče z veřejných zdrojů. V roce 2011 činily celkové výdaje na zdravotnictví 267 miliard Kč, z toho na lázeňskou péči připadlo 2,9 miliardy Kč, což poukazuje na hospodárnost tohoto segmentu. Novela vyhlášky měla samozřejmě vliv na vývoj nákladů zdravotních pojišťoven. Na lázeňskou zdravotní péči v roce 2012 pojišťovny proti předchozímu roku vynaložily přibližně o 464mil Kč méně. V roce 2012 činily celkové náklady pojišťoven na tuto oblast 2, 521 miliardy Kč.

³ <http://www.jedemedolazni.cz/cs/aktuality/senatori-durazne-podporili-lecebne-lazenstvi-36>

Graf 3:Náklady zdravotních pojišťoven na lázeňskou péči v letech 2008 - 2012



Zdroj: ÚZIS (2013)

3.8.3 Komplex služeb lázeňského cestovního ruchu

Zdravotní služby: Z podstaty zdravotně-orientovaného cestovního ruchu, kam lázeňská turistika bezesporu patří, vyplývá výčet zdravotních služeb poskytovaných v lázeňských oblastech. Zejména se ale jedná o vstupní lékařskou prohlídku (diagnostiku) sloužící ke zjištění aktuálního zdravotního stavu pacienta, druh terapie - speciální aplikované léčebné metody a nakonec samotná ústavní péče ošetřovatelů v lázeňských léčebnách (BENEŠOVÁ, 2013).

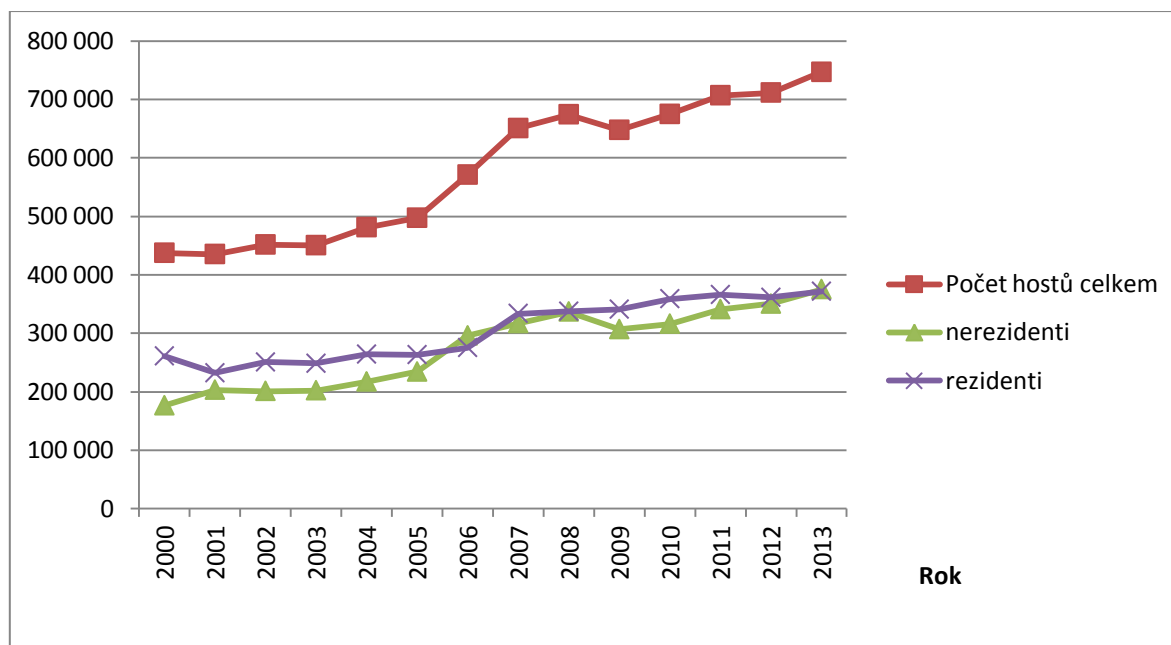
Ubytovací služby: Ubytování v lázních je pacientovi obvykle přiděleno na základě indikačního seznamu a nejčastějšími ubytovacími variantami jsou podle KNOPA (1999) lázeňské domy, ubytovny a penziony. Pro lázeňské hosty obvykle slouží ubytování v soukromí, lázeňských hotelech a penzionech. SEIFERTOVÁ (2003) nabídku ubytovacích služeb v lázeňských oblastech rozšiřuje ještě o sanatorium a lázeňskou kliniku.

- **Lázeňský hotel** klasickou roli hotelu v cestovním ruchu rozšiřuje o množství aktivit spjatých s lázeňským místem, především turistikou v blízkém okolí. Tuto formu ubytování využívají především tuzemští i zahraniční samoplátcí.

- **Lázeňský penzion** částečně slouží pro ubytování pacientů lázní s příspěvkovou péčí pojišťovny. Kapacita je nabízena i hostům v lázních v rámci obecných ubytovacích nabídek v cestovním ruchu. Oproti hotelu je penzion charakteristický nižší třídou i cenovou úrovní, což pro regionální ekonomiku představuje značný přínos.
- **Ubytování v soukromí** vždy představovalo vítanou alternativu pro pobyt v lázeňském místě a znamená hlavní způsob obživy pro majitele objektu. Díky zdravé konkurenci tato forma ubytování ve svém důsledku významnou měrou přispívá k příjemnému vzhledu lázeňských míst.
- **Kempinky a tábořiště** jsou skromnou turistickou formou ubytování uplatňovanou stejně u nás jako v Evropě na úkor jisté míry komfortu a pohodlí hosta, ale i přesto má své pevné místo i budoucnost v nabídce ubytovacích kapacit lázeňského cestovního ruchu (KNOP, 1999).

Bez ohledu na kategorii ubytování, následující graf plynoucí z časových řad českého statistického úřadu popisuje návštěvnost ubytovacích zařízení v lázeňských oblastech ČR:

Graf 4: Návštěvnost lázeňských ubytovacích zařízení v ČR



Zdroj: Vlastní zpracování podle statistik ÚZIS (2013)

Z celkového počtu ubytovaných v roce 2013 (746 818 hostů) je přibližně polovina (371 540) rezidentů. Zbylá část (375 278) připadá na nerezidentní návštěvníky, z nichž 162 677 jsou Němci a 103 651 Rusové. Na třetím místě návštěvnosti lázeňských ubytovacích zařízení na území ČR se umístily ostatní asijské země s počtem 31 637 ubytovaných.

Stravovací služby: Základní podmínkou spokojenosti pacienta – hosta v lázeňském místě je i kvalitní nabídka stravovacích služeb. Pro lázeňská místa je typická bohatá nabídka možností stravování od restaurací, kiosků s občerstvením a cukráren až po sortiment kaváren a barů. Podle indikací však může pacient podléhat režimu racionálního stravování v souladu s ozdravnými procesy lázní. V současnosti jsou stravovací služby spíše provozovány jako podnikatelský a typicky živnostenský přístup k nabídce.

Z hlediska aktivit daných lokalitou a místními zvyklostmi lázně sestavují balíky služeb v podobě degustace vín nebo piv a dalších gastronomických možností (KNOP, 1999).

Kulturní a doprovodné služby: Kulturní služby jsou neodmyslitelnou součástí lázeňského léčebného pobytu. Hudební koncerty, divadelní a filmová představení, návštěva galerií a různých výstav, odborné přednášky, slavnosti otevírání pramenů při zahájení lázeňské sezóny, takže i taneční zábavy, sympozia, kongresy a sportovní vyžití všeho druhu slouží klientům lázeňských středisek k uspokojování kulturních potřeb během lázeňského léčebného pobytu.

Lázeňská střediska nemohou samozřejmě fungovat bez doplňkových služeb určených nejen pro rezidenty, ale i pro návštěvníky. Jedná se především o obchodní služby (dárkové předměty, likéry, kosmetika, pohlednice, suvenýry), peněžní služby (banky a směnárny) a ostatní služby (kadeřnictví, kosmetika, atd.) (SEIFERTOVIÁ, 2003).

3.8.4 Specifika lázeňských služeb v oblasti cestovního ruchu

Podle KNOPA (1999) existuje osm základních zvláštností služeb v oblasti cestovního ruchu, hotelnictví a stravování, které z hlediska marketingu odlišují tento obor od ostatních:

1. kratší expozitura služeb (na rozdíl od dlouhodobého využívání zakoupeného výrobku, popř. služby vzdělávací, bankovní, atd.);
2. výraznější vliv psychiky a emocí při nákupu služeb (v této oblasti snáze působí citové a věrnostní vazby než jinde);
3. větší význam „vnější stránky“ poskytovaných služeb (vzhled a úroveň vybavení prostor, kde jsou služby poskytovány, atd.);
4. větší důraz na úroveň a image;
5. složitější a proměnlivější distribuční cesty (distribuční cesty – kanály jsou velmi diverzifikované a existuje jich velké množství);
6. větší závislost na komplementárních službách – firmách (typické příklady jak v turistických destinacích kromě zapojených lázní, hotelů, restaurací záleží také na dopravě, bezpečnosti, obchodní síti, kulturních a zábavních zařízeních, službách typu kadeřnictví, apod.);
7. snazší kopírování služeb (povahu ani charakter služby nelze patentovat);
8. větší důraz na propagaci mimo sezónu (snaha prodejců v oblasti služeb typu cestovního ruchu včetně lázeňství musí vést k rovnoměrnosti vytěžování kapacit, tedy i mimosezónní pobyty, apod.)

Tyto dimenze jsou hlavním „hnacím motorem“ pro marketingovou činnost podniků lázeňských služeb, případně firem zabývajících se jejich poskytováním. Mnohostrannost lázeňských podniků vyžaduje vícedimenzionální přístup, protože typické pohledy zákazníků na kvalitu a cílovou úroveň těchto služeb jsou následující:

- Zajištění pokud možno komplexní služby – full-service.
- Vysoká kvalita ve všech složkách poskytovaných komplexních služeb (zdravotních, ubytovacích, stravovacích, apod.).
- Zajištění kvalitních služeb a infrastruktury v okolí lázeňského zařízení, především v lázeňském místě regionu.

- Vytvoření sociálně příznivého klimatu ve skupinách s respektováním požadavku celkového komfortu klientů při pobytu v lázních (od „mikroskupin“, tzn. Spolubydlících na pokoji, sousedů u jídelního stolu, až po celkové složení ubytovaných hostů v jednom hotelu, popř. v celém lázeňském místě).
- Kvalitu pobytu klienta v lázních a jeho celkovou spokojenost ovlivňuje čas, proto je vnímavější na nabídku a kvalitu služeb mu poskytovanou, popř. ostatních služeb v lázeňském místě (ať jde již o pobyt hrazený pojišťovny nebo z vlastních zdrojů klienta).
- V lázních jde především o služby charakteru „humánního“, ať již v léčebných službách, v ubytování nebo ve stravování, je tedy nadmíru důležitý pozitivní přístup obsluhy ke klientům, nemá zde místo náladovost nebo nevyrovnanost v čase nebo v místě (jeden den příjemná atmosféra, druhý den nervozita, nebo v jednom hotelu milá obsluha, ve druhém hotelu nebo v restauraci opačný přístup).
- Je třeba podporovat a dodržovat kontinuitu tradičního zajišťování lázeňské služby lidmi s osobní motivací, včetně celých rodů z lázeňských míst (lékaři, rehabilitační pracovníci, recepční nebo kuchaři, atd.). Tento krok se kladně odrazí na kvalitě a tím i na spokojenosti zákazníků. (KNOP, 1999, stránky 133-134).

3.8.5 SWOT: Význam a přínos lázeňských míst v regionech ČR

Úloha lázeňství je těžko zastupitelná v léčbě řady onemocnění podle indikačního seznamu, v prevenci, přechodu nemocí do chronického stádia a vzniku komplikací, v rehabilitaci po úrazech nebo operacích. Vývoj lidské společnosti a rovněž zvyklosti daných regionů ovlivňují význam českého lázeňství, jehož bližší popis podle BENEŠOVÉ (2013), zobrazuje následující SWOT analýza prostřednictvím několika důležitých faktorů.

Tabulka 1: SWOT analýza významu lázeňských zařízení v ČR

SILNÉ STRÁNKY	PŘÍLEŽITOSTI
<ul style="list-style-type: none"> • tradice 	<ul style="list-style-type: none"> • kooperace všech zainteresovaných subjektů v marketingové praxi a zejména v nabídce komplexních služeb v lázeňské destinaci
<ul style="list-style-type: none"> • množství lázeňských zařízení 	<ul style="list-style-type: none"> • navázání příhraniční spolupráce v kontextu zákona o poskytování zdravotní péče
<ul style="list-style-type: none"> • široká a rozmanitá nabídka lázeňské léčby 	<ul style="list-style-type: none"> • využití jednotlivých sekcí Výzkumného ústavu balneologického v lázních Mšené pro rozvoj a vyšší konkurenceschopnost vlastního lázeňského místa
<ul style="list-style-type: none"> • rozvinutá lázeňská infrastruktura v regionu 	<ul style="list-style-type: none"> • rozvoj infrastruktury - důležité především pro rezidenty
<ul style="list-style-type: none"> • relativní cenová výhoda pro zahraniční návštěvníky 	<ul style="list-style-type: none"> • zlepšení pozice na trhu
<ul style="list-style-type: none"> • zdroj zaměstnanosti a přílivu finančních prostředků 	<ul style="list-style-type: none"> • agentury destinačního managementu
<ul style="list-style-type: none"> • široké možnosti volnočasových aktivit 	<ul style="list-style-type: none"> • tvorba nové image
SLABÉ STRÁNKY	HROZBY
<ul style="list-style-type: none"> • rozdílná kvalita ubytovacích a stravovacích služeb 	<ul style="list-style-type: none"> • nedostatečné jazykové znalosti a kvalifikační neznalosti lázeňského personálu
<ul style="list-style-type: none"> • úpadek nebo zánik některých lázeňských objektů v průběhu transformace 	<ul style="list-style-type: none"> • požadavky zákona o minimálním personálním zabezpečení mohou vést ke zvýšení nezaměstnanosti v jednotlivých regionech
<ul style="list-style-type: none"> • nedostačující marketingové aktivity ze strany lázeňských společností jak v tuzemsku, tak i v zahraničí 	<ul style="list-style-type: none"> • vysoký počet zařízení specializujících se na wellness mimo lázně
<ul style="list-style-type: none"> • chybí polyfunkčnost 	
<ul style="list-style-type: none"> • minimální počet klimatických lázeňských míst 	

Zdroj: (BENEŠOVÁ, 2013, str. 108)

3.9 Wellness

Již dnes má tento pojem pevné základy v Americe i západní Evropě. Společnost toto slovo denně skloňuje jako dříve pojem fitness. Proti heslu dříve velice populárních fitness center, že „pro krásu se musí trpět“, se wellness staví do umírněné opozice, protože nová generace trpět nechce, chce se nechat hýčkat, chce zažívat pocity blaženosti, uvolněnosti a životní spokojenosti.

Jinak se na tento poměrně nový trend dívá lékař, jinak psycholog a svůj názor bude mít i podnikatel, ale jistě se všichni shodnou, že se jedná především o proces, který má člověku pomoci. Toto nové a velmi dynamické odvětví se vyvíjí jako reakce na rostoucí potřeby a touhy lidí po lepší péči o tělo s kladným přínosem pro naše osvěžení, pocit relaxace a vnitřní pohody⁴.

Tato filozofie nás učí aktivnímu odpočinku rozmanitými způsoby. Obsah tohoto trendu u nás není dostatečně propracován a veřejností vnímán jako tradiční lázeňství, i když se vzájemně dokonale doplňují. Fenomén wellness je obrodou životního stylu a zároveň návratem k antickému pojetí fyzického, psychického a duševního stavu člověka – „kalokagathia“ – řecký ideál krásného těla a dobrého ducha je východiskem pro životní styl wellness a zároveň předpokladem dobrého zdraví po celý život (BLAHUŠOVÁ, 2007).

Oproti lázním, které dbají na dlouhodobější několikátýdenní léčbu patogenů obvykle v podobě balíčků léčebných procedur v kombinaci s léčivými prameny na předpis lékaře, wellness centra se zaměřují především na prevenci v podobě harmonie mentální, fyzické, emocionální, spirituální a sociální podmínky člověka během relativně krátkého času bez nutnosti užití přírodních pramenů (BLAHUŠOVÁ, 2007). Tady se vytváří prostor pro každého, kdo je ochotný věnovat část volného času a peněz na aktivní odpočinek, posílení obranyschopnosti a upevňování zdraví formou prevence, která přináší potěšení a pocity absolutního štěstí.

3.9.1 Definice wellness, fitness, selfness

Wellness: Vymezení tohoto pojmu není pro jeho obsáhlost zcela jednoduché, ale různí autoři jej z hlediska životního stylu definují následně:

⁴ Wellness - módní trend, nebo podnikatelská příležitost?. *Kapitál*, 2008, 6, s. 44-45. ISSN 1211-748X.

„Wellness znamená být a cítit se tak zdravě, jak je to jen možné. Způsob, jak dosáhnout wellness, je optimalizovat fyzické, emocionální, mentální, spirituální a sociální podmínky,“ (BLAHUŠOVÁ, 2007).

„Wellness je cesta, postup a přístup, který jsme zaujali k sobě samému a k okolí. Je to holistický (z řeckého slova holos – vše) pohled na kvalitu našeho stravování, našeho vztahu k přírodě, k našim zvykům a stereotypům vůči nám samým a komunikaci s druhými, pohled na péči, kterou věnujeme našemu tělu a našemu osobnímu růstu,“ (CATHALA, 2007, str. 14).

„Wellness je trend a velká podnikatelská příležitost. Je to zdravý a aktivní přístup k životu.“ (PODĚBRADSKÝ, 2008)

Fitness: Tento pojem má v našem jazyce několik významů. Jak říká PODĚBRADSKÝ (2008), je to životní styl, fyzická aktivita a osvojená dovednost posilovat srdce, plíce, oběhový systém a muskulaturu. Termín také označuje naši míru zdatnosti, rychlosti a vytrvalosti. BLAHUŠOVÁ (2007) definuje fitness coby nejdůležitější část wellness životního stylu jako „schopnost provádět každodenní úkoly svižně bez přílišné námahy, s dostatkem energie a s dostatečnou rezervou pro spokojené prožívání volného času a zvládnání nepředvídaných událostí“. Fitness tedy souvisí se schopností vykonávat fyzickou aktivitu. Jedná se o posilování částí těla, bodybuilding a cvičení nejrůznějších forem rozvíjejících především sílu a svalovou hmotnost (CATHALA, 2007).

Fitness je samozřejmě také označení pro podnik, specializující se na zdravotně nebo výkonnostně orientovaný rozvoj cvičenců a je neodmyslitelnou součástí wellness (LEVY, 1992).

Selfness: V poslední době se právě díky stále větší komercializaci slova wellness, které se stalo velmi dobrým prodejním artiklem, přešlo k dalšímu označení – selfness. Někteří ho chápou jako další stupeň wellness. Jedná se o novou kulturu sebepoznání, která kromě pocitu pohody, relaxace a péče o vlastní zdraví zahrnuje i požadavek na sebekontrolu - lepší ovládnání svého života a větší osobní kompetence díky přísné sebekázni. CATHALA (2007) mluví v tomto směru o individualizaci služeb a převzetí odpovědnosti za svůj stav. PODĚBRADSKÝ (2008) podrobněji zkoumá specifika této nové tendence. V rámci selfness se člověk musí soustředit na následující:

- zdravě jíst,
- pravidelně sportovat,

- najít rovnováhu mezi prací a volným časem,
- pečovat o dobré vztahy se svým sociálním okolím (rodina, kolegové, přátelé),
- dokázat se samostatně rozhodovat ve zlomových krocích ve svém životě,
- neustále se učit novým věcem a umět tyto nové znalosti využívat
- přijmout tyto změny trvale do svého života (PODĚBRADSKÝ, 2008).

3.9.2 Historie a vývoj

Vývoj tohoto fenoménu je samozřejmě pro svou povahu úzce spjat s historickým vývojem lázeňství, ale samotný výraz wellness byl poprvé použit v roce 1654 v monografii sira A. Johnsona jako „wealnesse“ a byl definován v oxfordském anglickém slovníku slovem „dobré zdraví“, dobrý zdravotní stav.

Americký lékař Dr. Halbert L. Dunn pak svou publikací „High Level Wellness“ v roce 1961 zavádí nový pojem wellness – slovo složené z well-being (dobré bytí) a fitness či happiness. Toto slovo popsal jako disciplinovanou oddanost snaze o osobní dokonalost a jako životní styl orientovaný na dosažení povzneseného stavu fyzické a psychické pohody.

Přednášená teorie Halberta Dunna o životním stylu se v roce 1977 stala základem pro založení National Wellness Institute, který vznikl za účelem podporovat zdravý způsob života a rozvíjet osobnost a informovanost každého jedince se zájmem o wellness. (CATHALA, 2007, str. 14)

Dosavadní koncepty fitness center se rychle šířícímu se trendu začaly uzpůsobovat přejímáním pasivnějších forem a pomalejších technik. Do svých rozvrhových programů tak kromě silových tréninků na strojích postupně zařazují bojová umění, pilates, jógu nebo různé druhy masáží a to byly první krůčky k transformaci zažitého fitness do wellness.

Lázeňská zařízení a především pak ta soukromá nezůstala s vývojem pozadu a na změnu poptávky v tomto směru reagovala rozšířením nabídky služeb nejen pro nemocné, ale i pro klienty se zájmem o regenerační a relaxační programy jako o volnočasovou aktivitu.

Rok 2007 byl v Čechách rokem boomu v medializaci wellness a všech jeho konkrétních forem. Vznikaly školy, kurzy, kluby, centra, programy, procedury a současně tedy i mnoho pracovních míst pro specialisty v tomto oboru (CATHALA, 2007, str. 11).

3.9.3 SWOT: Význam a přínos wellness center v regionech ČR

Podle **PODĚBRADSKÉHO (2008)**, se v rámci globalizace zájem lidí o zdravý životní styl zvyšuje, což podněcuje poptávku po produktech a službách s ním spojených a tedy i šíření populárního trendu wellness. Jedná se tedy o podnikatelsky atraktivní příležitost, mající za následek růst počtu wellness zařízení, jejichž význam popisuje následující SWOT analýza:

Tabulka 2: SWOT analýza významu wellness zařízení v ČR

SILNÉ STRÁNKY	PŘÍLEŽITOSTI
<ul style="list-style-type: none"> • zastupitelnost lázeňství v prevenci a rehabilitaci 	<ul style="list-style-type: none"> • ecological wellness - podnikatelské aktivity šetrné vůči životnímu prostředí
<ul style="list-style-type: none"> • atraktivita oboru a zdravé konkurenční prostředí 	<ul style="list-style-type: none"> • možnost propojení wellness s dalšími kulturními aktivitami
<ul style="list-style-type: none"> • nenucené volnočasové vyžití pro zákazníky všech věkových kategorií 	<ul style="list-style-type: none"> • existence a zisky center zaměřených na bonitní klientelu nejsou příliš citlivé na ekonomickou krizi
<ul style="list-style-type: none"> • kvalitní služby poskytované v příjemném prostředí navozujícím perfektní atmosféru pro relaxaci 	<ul style="list-style-type: none"> • nové trendy a jejich realizace vzbuzují zájem a podněcují návštěvnost
<ul style="list-style-type: none"> • krátkodobé pobyty a procedury 	<ul style="list-style-type: none"> • rozvoj infrastruktury
<ul style="list-style-type: none"> • rozmanitost nabízených služeb bez potřeby léčivých pramenů 	<ul style="list-style-type: none"> • kooperace subjektů svou náplní spadajících do oblasti wellness
<ul style="list-style-type: none"> • generace pracovních příležitostí a přílivu finančních prostředků i formou dotací EU nebo Ministerstva místního rozvoje 	<ul style="list-style-type: none"> • zázemí v podobě členské základny pro rozvoj wellness v ČR (ČAW)
<ul style="list-style-type: none"> • možnost využití jako komercializace hotelů nebo lázní 	<ul style="list-style-type: none"> • novelizace vyhlášky o lázeňství (1.10 2012) tvoří prostor pro získání nových zákazníků
SLABÉ STRÁNKY	HROZBY
<ul style="list-style-type: none"> • nejednotná úroveň kvality nabízených služeb 	<ul style="list-style-type: none"> • omezené jazykové dovednosti personálu cílí především tuzemské návštěvníky
<ul style="list-style-type: none"> • poskytovaná úroveň wellness služeb přímo odráží návštěvnost 	<ul style="list-style-type: none"> • lékařský personál není standardem
<ul style="list-style-type: none"> • malé množství certifikovaných sportovně-relaxačních center 	<ul style="list-style-type: none"> • absence smluvních vztahů wellness center s pojišťovnami a neochota zdravotnických organizací podpořit prevenci formou wellness

Zdroj: Vlastní zpracování podle Benešové (2013)

3.10 Profesionální organizace a projekty podporující lázeňství a wellness

Mezinárodní organizace ISPA

Jako většina oborů i oblast lázeňství vyžaduje uznávané organizace a sdružení, které by svou činností posouvaly hranice kvality těchto služeb dál a plně tak uspokojily zvyšující se nároky spotřebitelů.

ISPA je celosvětově uznávané profesní sdružení a hlas lázeňského průmyslu reprezentující více než 1800 zdravotních a wellness zařízení, jež operují ve 49 zemích. Členové nejsou jen vlastníci lázeňských zařízení mnoha podob, ale také individuální poskytovatele služeb v tomto směru jako například lékaři, instruktoři v aktivitách wellness, odborníci na výživu, masérští terapeuti a dodavatelé různých produktů.

ISPA organizuje každoroční konference vedené respektovanými odborníky z lékařského, finančního a zdravotního oboru a zve na výstavy exponátů nejnovějších výrobků a služeb v lázeňském průmyslu. Za cíle si klade vzdělávání veřejnosti i průmyslových profesionálů o celoživotních výhodách realizované lázeňské zkušenosti, stanovení norem, ovlivňování politiky a konstrukce koalicí pro lázeňské odvětví. (DĚDINA, 2004, str. 116)

Projekt SOWELL

Vysoká škola ekonomická v Praze podporuje ve spolupráci s Francií, Španělskem a Itálií rozvoj udržitelného cestovního ruchu projektem SOWELL v rámci přípravné iniciativy EU „CALYPSO“. Tento projekt má za cíl posílit rozvoj udržitelného sociálního cestovního ruchu napříč Evropou v obdobích nízké sezóny v sektoru wellness a volnočasových aktivit pro znevýhodněné skupiny osob - seniory a mladé lidi.

Lázeňský cestovní ruch je součástí a prvkem evropského přírodního a kulturního dědictví a odráží hodnoty, jako jsou wellness, péče o zdraví, přátelství a historie, které posilují mezinárodní kontakty. Je vysoce rozvinut v řadě členských států, vytváří sektor cestovního ruchu, který rostoucím způsobem míří na zahraniční zákazníky. Nicméně lázeňský cestovní ruch většinou oslovuje národní klientelu, u níž je zvyklostí účastnit se těchto aktivit. Projekt SOWELL se snaží rozšířit praktiky wellness evropské veřejnosti, zejména těm skupinám obyvatelstva, které obvykle nemají přístup k tomuto cestovnímu ruchu (důvody se různí podle informovanosti klienta, jeho finančních možností, zdravotního stavu nebo vyhovujících nabídek). SOWELL bude zkoumat

příležitosti pro předkládání nabídek nebo nástrojů spojujících sociální cestovní ruch s wellness a volnočasovými aktivitami v době mimo vysokou sezónu. Implementace projektu zapojí do spolupráce i organizace odpovídající za sociální a lázeňský cestovní ruch v každé destinaci.

Jako cílové skupiny tohoto projektu byli vybráni senioři a mladí lidé, protože mohou z těchto aktivit získat nejvíce. Obě tyto skupiny jsou navíc schopny generovat dlouhodobé pobyty právě v době mimo hlavní sezónu. Ne vždy mají senioři snažící se „dobře stárnout“ správné informace, aby mohli využívat wellness aktivity v jiných členských státech. Lázeňský cestovní ruch se navíc dosud na mladou populaci příliš nezaměřoval. Aktivity nabízené v resortech jsou často drahé pro tuto věkovou skupinu, která obecně nemá dostatečné finanční prostředky, a ne vždy odpovídají jejím požadavkům. Avšak nabídka wellness center kombinovaná s ostatními volnočasovými aktivitami a nabízející odpovídající ceny a služby může uspokojit specifické potřeby mladých lidí. Tato strategie se opravdu rostoucím způsobem rozvíjí v mnoha resortech.

Mezi hlavní cíle projektu SOWELL patří rozvoj udržitelného evropského cestovního ruchu, který zajistí dostupnost pro všechny. Dále se zaměřuje na cíl vyrovnanějšího ekonomického rozvoje evropských regionů a oblastí během roku a dále rozvíjet mezinárodní spolupráci na poli sociálního a lázeňského cestovního ruchu mezi spolupříjemci, umožňující větší dostupnost těchto služeb pro mladé a seniory napříč Evropou. Dalším cílem je i sběr odpovídajících a přesných údajů o dosud existujících prostředcích u každého partnera tohoto projektu a identifikace příkladů dobré praxe. Tato společná práce a výměna zkušeností umožní stanovit administrativní a legální překážky a příležitosti pro rozvoj adaptované nabídky pro turisty.

Paralelním efektem se při realizaci tohoto projektu stává podpora ekonomiky a zaměstnanosti vymezených regionů (TAJČOVÁ, 2013).

Česká asociace Wellness o. s.

V roce 2007 vznikla Česká asociace Wellness o. s. (dále jen ČAW), aby podporovala a rozvíjela tento podnikatelsky významný obor i v České republice. Jedná se o zájmovou nepolitickou organizaci sídlící v Praze. Asociace zastupuje členskou základnu, sleduje nové trendy, které propaguje, podporuje kvalifikovanost personálu v této oblasti, ale především usiluje o vytvoření jednotné certifikace podniků poskytujících

wellness služby, aby se tak zabránilo nevhodnému, chaotickému a často zavádějícímu užívání slova wellness jen jako dobře prodejného artiklu.

Zároveň je její snahou vytvořit jednotnou klasifikaci hotelů poskytujících tyto služby, protože prvky vybavení hotelů, jako bazén nebo fitness, mohou svádět k domněnce, že se jedná o wellness, ale další aspekty tohoto životního stylu bohužel nezahrnují, takže se s filosofií wellness zcela neslučují (ČESKÁ ASOCIACE WELLNESS, 2013).

Magazín ČAW jmenuje prvky odlišující kvalitní wellness centra z pohledu odborníka. První dojem je pro zákazníka důležitý, proto by takové centrum mělo hosta uvítat parkovacím místem v blízkosti objektu a obsluhou na recepci. Od této reprezentativní osoby s příjemným vystupováním lze získat vyčerpávající informace o možnostech vhodného strávení našeho volného času v rámci relaxačně regenerační péče, o provozu a dalších příležitostech podniku. Bar pro občerstvení a doplňkový prodej pomůcek ke všem nabízeným aktivitám v centru by měl být také součástí recepce.

V úvodu by měl být návštěvník podroben odborné diagnostické prohlídce profesionálem, který na základě poznatků o zdravotním stavu navrhuje následující postupy a získává v průběhu dalších návštěv zpětnou vazbu o vývoji klienta.

První lekce by měla proběhnout pod vedením profesionálního instruktora s individuálním přístupem. Host se seznámí se základy forem cvičení, regenerace a kompenzačních cvičení, jsou mu vysvětleny principy a metodiky a je mu objasněn význam rozcvičení před fyzickou aktivitou, správné dýchání při aktivitě a protažení po ní. Instruktor by měl určitě také zmínit pitný a stravovací režim.

Fitness jako součást centra musí disponovat plnohodnotnou cardio zónou (běžící pásy, kola či veslovací trenažéry,...), zónou na rozcvičení, protahování, rehabilitační cvičení a posilovnu. Samozřejmostí je také aerobní sál pro skupinová cvičení jako aerobik, spinning (simulace cyklistického výkonu na speciálních ergonometrech), chůze na běhacích pásech, fit box, bosu, zumba, power plate a další.

Regeneraci zajišťuje SPA zóna zaměřená na maximalizaci příjemných prožitků vodoléčbou. Jedná se o bazén, vířivé vany, koupele, podvodní masáže a masáže pod vodou, klasické, sportovně-rehabilitační a další druhy masáží a v neposlední řadě i saunový svět.

Celková pohoda a dobrý pocit by měly zákazníka naplňovat už od chvíle, kdy vstoupí dveřmi, proto svou roli hraje i architektonické řešení interiéru, který musí být hezké a plně funkční zároveň. Velký důraz musí být také kladen na čistotu a vynikající hygienické podmínky.

4 Komparativní analýza lázeňských wellness zařízení

Ze shromážděných informací primárních a sekundárních zdrojů dat bylo zjištěno, že 54% pacientů (celkem 210567 dospělých v roce 2012) navštěvuje každoročně lázně za účelem léčby nebo nápravy poruch pohybového ústrojí. Vzhledem k tomu, že jsou podle VLČKOVÉ, BLAHUŠOVÉ a BENEŠOVÉ z 60% tyto civilizační obtíže způsobeny nezdravým životním stylem, který nachází obrodu v segmentu wellness, bylo na českém trhu zdravotně-orientovaného cestovního ruchu vybráno pět lázeňských zařízení, které se specializují mimo jiné na léčbu pohybového aparátu a zároveň nabízejí rozšířenou nabídku tradiční lázeňské péče o preventivní wellness procedury. Na základě těchto předpokladů byly pro model vicekriteriálního rozhodování v této práci vybrány Léčebné lázně Bohdaneč a.s., Lázně Poděbrady a.s., Lázně Libverda a.s., Lázně Hotel Vráž a.s. a Léčebné lázně Konstantinovy, a.s., jejichž komparací vzešla nejuhodnější kompromisní varianta.

4.1 Obecný popis vybraných lázeňských míst

Léčebné lázně Bohdaneč a.s.

Lázně Bohdaneč obývá 3365 obyvatel a nachází se v Polabské nížině 8 km severozápadně od Pardubic. První písemná zmínka o tomto městě je z roku 1343. Město zažilo největší rozkvět na přelomu 15. a 16. století, kdy Vilém II. z Pernštejna nechal založit rybníční hospodářství, jehož byl Bohdaneč střediskem. Roku 1897 proběhl první zkušební provoz čerstvě založených slatinných lázní díky bohatým ložiskům rašeliny. Větší popularity se město dočkalo po zavedení autobusového spojení s nedalekými Pardubicemi. Dnes již věhlasné lázně s krytými kolonádami a lázeňskými budovami v prostředí lesoparku každoročně navštíví přes 8000 lázeňských hostů. Léčebné lázně Bohdaneč a.s. léčí obtíže pohybového aparátu, předoperační i pooperační stavy, zajišťují pourazovou rehabilitaci a léčbu nervových a onkologických nemocí. Díky zavedeným wellness procedurám nejsou lázně zaměřeny pouze na léčbu, ale i na prevenci, relaxaci a odpočinek. Tomu také odpovídá nabídka služeb v podobě produktových balíčků. Přírodními léčivými zdroji jsou slatina a ryzí alkalická kyselka určená k vodoléčbě⁵.

Obrázek 3: Léčebné lázně Bohdaneč a.s.



Zdroj: <http://www.slantour.cz/foto/full/4475-lazne-bohdanec.jpg>

⁵ <http://www.llb.cz/>

Lázně Poděbrady a.s.

V rovinaté krajině úrodného údolí v povodí řeky Labe se 48 km východně od Prahy nachází lázně Poděbrady – jedno z míst s nejstabilnějším počasím v České republice. Leží v nadmořské výšce 185m.n.m. a žije zde 13986 obyvatel. Místo dnešního města se může pyšnit i nálezy z dob paleolitu. Synové krále Přemysla Otakara II. povýšili Poděbrady na město roku 1472, a přestože jsou první zmínky podle pověstí o železitém pramenu vody zabarvené do červena datovány do 17. století, první pramen byl navrtán až roku 1905 na nádvoří samotného zámku, což dalo za vznik přilehlé lázeňské čtvrti.

Lázně Poděbrady a.s. založené roku 1992 navazují na tradiční léčbu předválečné akciové společnosti „Uhličitě lázně a zřídla v Poděbradech“ provozující lázně s padesátiletým odstupem, kdy byl rozvoj lázní válkou značně zpomalen. V současnosti se lázně specializují na léčbu chorob srdce, cév, metabolických poruch a nemocí pohybového ústrojí pomocí přírodní, silně mineralizované studené kyselky, poděbradky⁶.

Obrázek 4: Lázně Poděbrady a.s.



Zdroj: <http://ipodebrady.cz/kulturni-a-informacni-centrum-podebrady>

⁶ www.lazne-podebrady.cz

Lázně Libverda a.s.

Tradiční lázeňský komplex Libverda se nachází ve stejnojmenné obci půvabného podhůří severního úpatí Jizerských hor v nadmořské výšce 424 m.n.m. přibližně 30 km severovýchodně od Liberce. První zmínky o obci pochází z roku 1381, ale větší pozornost si toto místo zasloužilo až v 15. století právě díky šířícím se pověstem o léčebných účincích zdejšího pramene. Samotné lázně vznikly v průběhu 18. století, kdy se staly jedním z rezidenčních sídel šlechtického rodu Clamů. V této době byly postaveny lázeňské budovy a empírový zámek.

Lázně Libverda a.s. se zaměřují na lázeňskou léčbu nemocí srdce, kardiovaskulárního oběhu a pohybového aparátu prostřednictvím přírodní minerální vody hydrogenuhličitanového typu. Areál lázní je však vhodný i pro sportovně relaxační pobyty díky nově zbudovanému wellness centru Jizera⁷.

Obrázek 5: Lázně Libverda a.s.



Zdroj: <http://www.lecebne-lazne.cz/cs/prehled-lazni/lazne-libverda>

⁷ <http://www.lazne-libverda.cz/cs/o-nas/o-laznich.html>

Lázně Hotel Vráž a.s.

V Jihočeském kraji 8 km severně od města Písek na břehu Otavy se nachází obec Vráž. První písemná zmínka o obci je z roku 1320, ale lázně zde byly založeny až v roce 1875 českým šlechtickým rodem Lobkowitzů, který zde nechal vybudovat novogotický zámek. Později byly přistavěny ubytovací pavilony. Vše je obklopeno lesnatou krajinou a zelení s dominujícím anglickým parkem navozujícím příjemnou atmosféru a klid.

Širokou a kvalitní nabídku lázeňské péče specializované na poruchy pohybového aparátu, nervové choroby a celou řadu onemocnění dýchacích cest poskytuje společnost Lázně Hotel Vráž s.r.o. coby nestátní zdravotnické zařízení. Hlavním léčivým zdrojem je ložisko peloidu (mineralizovaná rašelina). V nabídce lázní nechybí ani wellness relaxační programy⁸.

Obrázek 6: Lázně Hotel Vráž a.s.



Zdroj: <http://www.e-lazne.eu/akcni-pobyty>

⁸ <http://www.lazne-vraz.cz/cs/o-laznich/historie-lazni>

Léčebné lázně Konstantinovy a.s.

Jednou z nejmladších obcí Plzeňského kraje jsou Konstantinovy Lázně. Samostatnou obcí se staly až roku 1924. Obec leží 39 km severozápadně od města Tachov v nadmořské výšce 520 m v zalesněné ekologicky čisté oblasti. První lázeňská budova vyrostla poblíž sirnatého pramene roku 1803, takže léčba v tamějších lázních má dnes již dvousetletou tradici, přestože úřední uznání lázeňského léčebného místa se Konstantinovy Lázně dočkaly až roku 1928. Větší rozkvět obce nastal s přivedením železniční tratě v roce 1901, kdy byly zbudovány lázeňské vily a hotely.

Zdejší minerální voda dosahuje nejvyšších hodnot kyslíčnicku uhličitého v Čechách, ta je vhodná pro léčbu nemocí oběhového systému a pohybového ústrojí. Léčebné lázně Konstantinovy a.s., kromě tradiční léčby od roku 2010 nově disponují i Wellness Centrem s pestrou nabídkou odpočinkových, sportovních i léčebných pobytů⁹.

Obrázek 7: Léčebné lázně Konstantinovy a.s.



Zdroj: <http://www.konstantinovy.cz/cz/>

⁹ <http://www.konstantinovy.cz/cz/>

4.2 Komparace cenových nabídek léčebných a wellness procedur

Nejprve byla zjištěna nabídka léčebných a wellness procedur podle ceníků vybraných lázeňských zařízení. Přílohy 1 a 2 zobrazují průnik společných nabízených procedur a jejich přepočtené ceny na společnou jednotku (Kč/min).

Průnikem byla zjištěna shoda stejných procedur v pětadvaceti případech. Průnik jednotlivých procedur byl rozdělen do příslušných kategorií (cvičení, elektroléčba, masáže, koupele, zábaly) pro následnou komparaci metodou pořadí vícekritériální analýzy variant.

V každé kategorii bylo u jednotlivých procedur stanoveno pořadí každého lázeňského zařízení, přičemž bylo dodrženo pravidlo minimalizačního charakteru. Nejnižší cena procedury tedy získala první místo a nejvyšší cena místo páté. Pokud se ceny za nabízené procedury v jednotlivých lázních shodovaly, bylo jim přiděleno stejné místo. Jako příklad lze uvést umístění lázní v proceduře plavání (tabulka 3), za které si lázně v Poděbradech i Lázně Hotel Vráž a.s. účtují stejnou taxu. Dělí se tedy o druhé a třetí místo, proto obě zařízení získala pořadí 2,5 a nejbližší možné další pořadí pro proceduru plavání bylo čtvrté místo.

Pořadí lázeňských subjektů v dané kategorii bylo zjištěno sumarizací hodnot ($\sum b_{ij}$), které představovaly umístění lázní v jednotlivých procedurách. Opět bylo dodrženo minimalizačního pravidla, že čím byl celkový součet v kategorii nižší, tím lepší celkové místo lázně obdržely.

Konečné pořadí lázní za všechny kategorie bylo odvozeno analogicky stejným způsobem v tabulce 8 s tím rozdílem, že jednotlivé hodnoty v tabulce představují umístění lázní v každé z pěti kategorií, čímž bylo docíleno výběru lázní, které své služby nabízí celkově nejlevněji.

Vícekriteriální analýza variant v kategorii cvičení

Tabulka 3: Ceník procedur kategorie cvičení

KATEGORIE CVIČENÍ (Kč/min)	Léčebné lázně Bohdaneč a.s.	Lázně Poděbrady a.s.	Lázně Libverda a.s.	Lázně Hotel Vráž a.s.	Léčebné lázně Konstantinovy a.s.
Skupinové	2,00 Kč	3,00 Kč	5,70 Kč	3,80 Kč	2,80 Kč
Individuální	8,30 Kč	8,70 Kč	15,80 Kč	12,40 Kč	9,00 Kč
Cvičení ve vodě	2,70 Kč	5,70 Kč	3,70 Kč	5,00 Kč	4,30 Kč
Plavání	1,10 Kč	1,00 Kč	2,50 Kč	1,00 Kč	0,80 Kč
Nordic Walking	3,30 Kč	3,30 Kč	3,70 Kč	4,00 Kč	3,10 Kč

Zdroj: Vlastní zpracování podle aktuálních ceníků (2014)

Tabulka 4: Pořadí v kategorii cvičení

POŘADÍ V KATEGORII CVIČENÍ	Léčebné lázně Bohdaneč a.s.	Lázně Poděbrady a.s.	Lázně Libverda a.s.	Lázně Hotel Vráž a.s.	Léčebné lázně Konstantinovy a.s.
Skupinové	1	3	5	4	2
Individuální	1	2	5	4	3
Cvičení ve vodě	1	5	3	4	2
Plavání	4	2,5	5	2,5	1
Nordic Walking	2,5	2,5	4	5	1
$\sum b_{ij}$	9,5	15	22	19,5	9
POŘADÍ V KATEGORII	2. místo	3. místo	5. místo	4. místo	1. místo

Zdroj: Vlastní zpracování (2014)

Analýza cenové nabídky procedur v kategorii cvičení poukazuje na prvenství Konstantinových Lázní, které zajišťují nejlevnější volné plavání v bazénu a lekce terénní chůze, tzv. Nordic Walking.

Na těsném druhém místě jsou Léčebné lázně Bohdaneč a.s., které svou cenovou nabídkou vynikají v procedurách skupinového cvičení, individuálního cvičení a cvičení v bazénu pod vedením odborníka.

Poslední místo v této kategorii zaujaly Lázně Libverda a.s. zejména kvůli drahému individuálnímu i skupinovému cvičení a nejdražším vstupným do plaveckého bazénu.

Vícekritériální analýza variant v kategorii elektroléčba

Tabulka 5: Ceník procedur v kategorii elektroléčba

KATEGORIE ELEKTROLÉČBA (Kč/min)	Léčebné lázně Bohdaneč a.s.	Lázně Poděbrady a.s.	Lázně Libverda a.s.	Lázně Hotel Vráž a.s.	Léčebné lázně Konstantinovy a.s.
Lékařská prohlídka	600,00 Kč	800,00 Kč	450,00 Kč	480,00 Kč	940,00 Kč
Diadynamik	18,00 Kč	11,00 Kč	9,00 Kč	9,30 Kč	33,00 Kč
Solux	8,00 Kč	12,50 Kč	9,00 Kč	9,00 Kč	10,70 Kč
Ultrazvuk	10,00 Kč	14,70 Kč	12,00 Kč	22,00 Kč	16,50 Kč
Magnetoterapie	4,00 Kč	8,00 Kč	9,30 Kč	4,70 Kč	7,00 Kč

Zdroj: Vlastní zpracování podle aktuálních ceníků (2014)

Tabulka 6: Pořadí v kategorii elektroléčba

POŘADÍ V KATEGORII ELEKTROLÉČBA	Léčebné lázně Bohdaneč a.s.	Lázně Poděbrady a.s.	Lázně Libverda a.s.	Lázně Hotel Vráž a.s.	Léčebné lázně Konstantinovy a.s.
Lékařská prohlídka	3	4	1	2	5
Diadynamik	4	3	1	2	5
Solux	1	5	2,5	2,5	4
Ultrazvuk	1	3	2	5	4
Magnetoterapie	1	4	5	2	3
$\sum b_{ij}$	10	19	11,5	13,5	21
POŘADÍ V KATEGORII	1. místo	4. místo	2. místo	3. místo	5. místo

Zdroj: Vlastní zpracování (2014)

Analýzou cenové nabídky procedur v kategorii elektroléčba bylo zjištěno prvenství léčebných lázní Bohdaneč díky nejlevnějšímu infračervenému světlu Solux na prohřátí bolestivých partií a nejnižším cenám za ultrazvukovou proceduru a magnetoterapii.

Na druhém místě jsou Lázně Libverda a.s. Zákazník totiž u zdejšího lékaře platí nejméně za jednorázovou prohlídku, která je podmínkou pro všechny elektroléčebné procedury. Libverda také nabízí nejlevnější léčbu nízkofrekvenčními proudy, tzv. diadynamik.

Poslední místo obsadily Konstantinovy Lázně, kde host draze zaplatí za čtyři z pěti zkoumaných elektroléčebných procedur včetně jednorázové lékařské prohlídky, za kterou si lázně účtují nejvyšší částku, 940 Kč.

Vícekritériální analýza variant v kategorii masáže

Tabulka 7: Ceník procedur v kategorii masáže

KATEGORIE MASÁŽE (Kč/min)	Léčebné lázně Bohdaneč a.s.	Lázně Poděbrady a.s.	Lázně Libverda a.s.	Lázně Hotel Vráž a.s.	Léčebné lázně Konstantinovy a.s.
Klasická masáž	11,60 Kč	9,10 Kč	16,30 Kč	9,80 Kč	18,00 Kč
Reflexní masáž	8,70 Kč	13,00 Kč	16,40 Kč	12,40 Kč	9,00 Kč
Lávové kameny	11,70 Kč	16,40 Kč	17,70 Kč	12,10 Kč	10,30 Kč
Thajská masáž	13,30 Kč	12,70 Kč	21,30 Kč	12,00 Kč	14,40 Kč
Aromamasáž	13,30 Kč	12,00 Kč	14,70 Kč	10,50 Kč	18,70 Kč
Podvodní masáž	16,70 Kč	19,50 Kč	25,30 Kč	8,20 Kč	23,30 Kč

Zdroj: Vlastní zpracování podle aktuálních ceníků (2014)

Tabulka 8: Pořadí v kategorii masáže

POŘADÍ V KATEGORII MASÁŽE	Léčebné lázně Bohdaneč a.s.	Lázně Poděbrady a.s.	Lázně Libverda a.s.	Lázně Hotel Vráž a.s.	Léčebné lázně Konstantinovy a.s.
Klasická masáž	3	1	4	2	5
Reflexní masáž	1	4	5	3	2
Lávové kameny	2	4	5	3	1
Thajská masáž	3	2	5	1	4
Aromamasáž	3	2	4	1	5
Podvodní masáž	2	3	5	1	4
$\sum b_{ij}$	14	16	28	11	21
POŘADÍ V KATEGORII	2. místo	3. místo	5. místo	1. místo	4. místo

Zdroj: Vlastní zpracování (2014)

Pokud chce zákazník ušetřit při platbě za masáže (bez ohledu na jejich povahu, zda jsou léčebné, či relaxační), můžeme na základě analýzy v této kategorii doporučit lázeňské zařízení Vráž, kde jsou nejlevnější hned tři z pěti zkoumaných druhů masáží.

Thajská a aromamasáž jsou spíš relaxační povahy, ale podvodní masáž je vodoléčebnou procedurou využívající tlak a vztlak vody. Vyjmenované masáže jsou zde ze všech lázeňských zařízení nejlevnější.

Druhé místo připadlo lázním v Bohdanči, kde jsou ceny průměrné a téměř srovnatelné s lázněmi v Poděbradech. Lázně Bohdaneč mají nejlevnější reflexní masáž léčebné povahy a druhou nejlevnější relaxační masáž využívající horké lávové kameny.

Vícekritériální analýza variant v kategorii koupele

Tabulka 9: Ceník procedur v kategorii koupele

KATEGORIE KOUPELE (Kč/min)	Léčebné lázně Bohdaneč a.s.	Lázně Poděbrady a.s.	Lázně Libverda a.s.	Lázně Hotel Vráž a.s.	Léčebné lázně Konstantinovy a.s.
Uhličitá	7,70 Kč	22,00 Kč	10,70 Kč	4,20 Kč	7,00 Kč
Vířivá	6,30 Kč	15,30 Kč	27,00 Kč	10,50 Kč	1,30 Kč
Perličková	8,30 Kč	22,00 Kč	8,00 Kč	10,50 Kč	7,70 Kč
Aromatická	8,30 Kč	22,00 Kč	16,00 Kč	12,50 Kč	8,20 Kč
Sauna	2,10 Kč	1,30 Kč	2,50 Kč	1,70 Kč	1,30 Kč

Zdroj: Vlastní zpracování podle aktuálních ceníků (2014)

Tabulka 10: Pořadí v kategorii koupele

POŘADÍ V KATEGORII KOUPELE	Léčebné lázně Bohdaneč a.s.	Lázně Poděbrady a.s.	Lázně Libverda a.s.	Lázně Hotel Vráž a.s.	Léčebné lázně Konstantinovy a.s.
Uhličitá	3	5	4	1	2
Vířivá	2	4	5	3	1
Perličková	3	5	2	4	1
Aromatická	2	5	4	3	1
Sauna	4	1,5	5	3	1,5
\sum_{bij}	14	20,5	20	14	6,5
POŘADÍ V KATEGORII	2-3. místo	5. místo	4. místo	2-3. místo	1. místo

Zdroj: Vlastní zpracování (2014)

Po cenové komparaci procedur v kategorii koupele se jednoznačně jako nejvýhodnější ukázaly Léčebné lázně Konstantinovy a.s. Vířivou,

perličkovou i aromatickou koupel si zde zákazník užije za nejnižší ceny. Stejnou cenu za pobyt v sauně host zaplatí i v Poděbradech, které si však na druhou stranu účtují nejvyšší částky za tři z pěti porovnávaných procedur, čímž si celkově zasloužily poslední místo

O druhé místo se svými cenami dělí hned dvě lázeňská zařízení. Hotel Vráž sice poskytuje celkově nejlevnější uhlíčitou koupel, ale ostatní procedury jsou zde nadprůměrně dražší. Průměrná cenová politika většiny koupelových procedur léčebných lázní v Bohdanči tak zařadila oboje lázně na stejnou příčku.

Vícekritériální analýza variant v kategorii zábaly

Tabulka 11: Ceník procedur v kategorii zábaly

KATEGORIE ZÁBALY (Kč/min)	Léčebné lázně Bohdaneč a.s.	Lázně Poděbrady a.s.	Lázně Libverda a.s.	Lázně Hotel Vráž a.s.	Léčebné lázně Konstantinovy a.s.
Skořicový	25,00 Kč	10,80 Kč	12,20 Kč	5,60 Kč	15,30 Kč
Medový	11,10 Kč	15,00 Kč	12,30 Kč	13,30 Kč	15,30 Kč
Čokoládový	25,00 Kč	11,00 Kč	10,70 Kč	13,30 Kč	20,80 Kč
Parafinový	12,00 Kč	14,70 Kč	25,30 Kč	9,50 Kč	19,30 Kč

Zdroj: Vlastní zpracování podle aktuálních ceníků (2014)

Tabulka 12: Pořadí v kategorii zábaly

POŘADÍ V KATEGORII ZÁBALY	Léčebné lázně Bohdaneč a.s.	Lázně Poděbrady a.s.	Lázně Libverda a.s.	Lázně Hotel Vráž a.s.	Léčebné lázně Konstantinovy a.s.
Skořicový	5	2	3	1	4
Medový	1	4	2	3	5
Čokoládový	5	2	1	3	4
Parafinový	2	3	5	1	4
Σ_{bij}	13	11	11	8	17
POŘADÍ V KATEGORII	4. místo	2-3. místo	2-3. místo	1. místo	5. místo

Zdroj: Vlastní zpracování (2014)

Nejlevnější zábalové techniky poskytují Lázně Hotel Vráž a.s. Parafinový a skořicový zábal je zde pro zákazníky cenově nejdostupnější a téměř

průměrnou cenovou úroveň vykazuje i zábal medový a čokoládový. Tato cenotvorba zajišťuje lázním ve Vráži první příčku.

Na druhém místě skončily současně Lázně Poděbrady a.s. a Lázně Libverda a.s. Relaxační medový i čokoládový zábal je v Libverdě nabízen levněji než v Poděbradech. Poděbrady na druhou stranu svými cenami předčí libverdské lázně při aplikaci skořicového a parafinového zábalu.

Jako nejhorší se v případě analýzy cen zábalů jeví Léčebné lázně Konstantinovy a.s., kde host za všechny procedury zaplatí nadprůměrnou částku a v případě medového zábalu tu nejvyšší.

Vyhodnocení celkového pořadí lázeňských zařízení

Tabulka 13: Celkové pořadí vícekriteriální analýzy variant

CELKOVÉ POŘADÍ VE VŠECH KATEGORIÍCH	Léčebné lázně Bohdaneč a.s.	Lázně Poděbrady a.s.	Lázně Libverda a.s.	Lázně Hotel Vráž a.s.	Léčebné lázně Konstantinovy a.s.
CVIČENÍ	2	3	5	1	4
ELEKTROLÉČBA	3	5	4	2	1
MASÁŽE	4	2,5	2,5	1	5
KOUPELE	2	3	5	4	1
ZÁBALY	1	4	2	3	5
Σb_{ij}	12	17,5	18,5	11	16
CELKOVÉ POŘADÍ	2. místo	4. místo	5. místo	1. místo	3. místo

Zdroj: Vlastní zpracování (2014)

Vícekriteriální analýzou, porovnávající pořadí lázní ve všech kategoriích, bylo zjištěno celkové prvenství zařízení Lázně Hotel Vráž a.s. Vděčí za to nejvýhodnějšími cenami za procedury spojené s pohybovou aktivitou hosta a rovněž nejlevnějšími masážemi, které jsou spolu s rehabilitacemi nejžádanější službou v lázeňství vůbec. Dále je zřejmé, že svou cenovou tvorbou předčí většinu lázeňských zařízení i v oblasti elektroléčby, kterou nabízejí levněji už jen v Konstantinových Lázních. Koupelové procedury jsou však ve Vráži druhé nejdražší, což jako jediné celkovému dojmu navzdory prvenství těchto lázní neprospívá.

Na druhém místě se v těsném závěsu za lázněmi Vráž objevily Léčebné lázně Bohdaneč a.s., které hosty potěší nejlákavějšími cenami v zábalových technikách a nadprůměrně přívětivé částky si účtují za pohybové procedury formou různých cvičení pod dohledem odborníka. Různé druhy koupelí jsou ve zdejších lázních také cenově zajímavé, protože méně za tyto procedury host zaplatí opět pouze v Konstantinových Lázních.

Léčebné lázně Konstantinovy a.s. se celkově s velkým odstupem umístily za lázněmi v Bohdanči. Ceny za léčebné i relaxační procedury jsou v těchto lázních značně nevyvážené, protože se sice lázně umístily jako první v kategoriích elektroléčba a koupele, ale trnem v oku zůstávají celkově nejdražší zábaly a vyhledávané masáže. Procvičování pohybového aparátu je navíc v Konstantinových Lázních také velice drahé.

Celkově čtvrté místo obsadily Lázně Poděbrady a.s. Ceny procedur tu můžeme charakterizovat jako nadprůměrně vysoké, protože pouze kategorie masáže nevyžaduje vynaložení větší části peněžních prostředků, než je zvykem u ostatních lázeňských zařízení zahrnutých v této analýze.

Nejvyšší ceny léčebných i relaxačních procedur host zaplatí v libverdských lázních, kde je realizace služeb za přijatelný poplatek nabízena pouze v kategoriích zábaly a masáže. Elektroléčba je zde nadprůměrně drahá a celkově největší peněžní částku samoplátce hradí za koupele a procvičování pohybového aparátu.

Na druhém místě se v těsném závěsu za lázněmi Vráž objevily Léčebné lázně Bohdaneč a.s., které hosty potěší nejlákavějšími cenami v zábalových technikách a nadprůměrně přívětivé částky si účtují za pohybové procedury formou různých cvičení pod dohledem odborníka. Různé druhy koupelí jsou ve zdejších lázních také cenově zajímavé, protože méně za tyto procedury host zaplatí pouze v Konstantinových Lázních, které s větším odstupem zaujaly třetí místo.

Závěrečná doporučení:

Na základě provedené analýzy cenové konkurenceschopnosti aktuální nabídky služeb vybraných subjektů zdravotně-orientovaného cestovního ruchu v České republice bych samoplátcům, kteří za účelem prevence, relaxace a regenerace či léčby nemocí pohybového aparátu na našem území vyhledávají cenově nejpříjemnější variantu lázeňského nebo wellness pobytu, doporučil návštěvu lázeňských zařízení Lázně Hotel Vráž a.s. a Léčebné lázně Bohdaneč a.s. Velice oblíbené pohybové aktivity oboje lázně

nabízejí za nejpříznivější ceny. Pokud samoplátce vyhledává masáže, zaplatí za ně nejnižší částku v lázeňském hotelu Vráž v Jihočeském kraji. Za relaxačně regeneračními a léčivými zábaly by měl samoplátce vyrazit do Lázní Bohdaneč v Pardubickém kraji.

Nutno závěrem podotknout, že provedená analýza zohledňuje pouze cenu. Terénním průzkumem by bylo vhodné zjistit preference spotřebitele v jednotlivých lázeňských místech, následně je kvantifikovat a jejich váhu zohlednit při hlubší analýze nabídky služeb vybraných destinací.

5 Závěr

Vřídla a prameny obestavené kolonádami, empírovými budovami a zámeckými parky uprostřed malebných krajín českých zemí, představují neodmyslitelnou součást evropského přírodního a kulturního dědictví, přičemž tato místa díky podnikatelským aktivitám reflektují i moderní hodnoty, jako jsou galerie, divadla, koncerty, kongresy nebo wellness centra. Čechy se mohou chlubit téměř tisíciletou lázeňskou tradicí a světovou úrovní poskytované péče, čímž se hrdě řadí mezi vyhledávané destinace zdravotně-orientovaného cestovního ruchu, posilujícího mezinárodní kontakty a světovou ekonomiku.

Novelizace indikačního seznamu od roku 2012 přinesla mnohá omezení jak komplexní, tak příspěvkové lázeňské péče, čímž sice bylo v krátkodobém časovém horizontu docíleno snížení celkových nákladů pojišťoven, nicméně dvousečnost tohoto zásahu se projevila v přechodu úhrady za služby na samoplátce, kteří se tak stali hlavním zdrojem příjmů lázeňských zařízení. Tento důsledek v mnohých případech staví lázeňské subjekty do silného konkurenčního boje o samotnou existenci a účastníky této formy cestovního ruchu do pozice vyžadující mimo jiné i výběr cenově nejvýhodnější nabídky exponovaných služeb. Silným nástrojem pro získání nových a udržení stávajících zákazníků je v posledních letech investice do rozšíření tradiční lázeňské péče o populární wellness služby, coby preventivní, relaxační a regenerační procedury. Tímto strategickým krokem si lázně posilují svou konkurenceschopnost na trhu, protože se obě disciplíny dokonale doplňují a tvoří jednotný celek v péči o fyzické, psychické i duševní zdraví a krásu.

Zkoumáním primárních a sekundárních zdrojů dat byl každoročně zjištěn více než padesátiprocentní podíl lidí, kteří se svými indikacemi podle Ústavu zdravotnických informací a statistiky zařadili mezi pacienty s nemocemi pohybového ústrojí – ty jsou z větší části způsobeny nezdravým životním stylem, proto se léčba pohybového ústrojí a provoz wellness staly základními podmínkami pro výběr pěti lázeňských subjektů. Léčebné lázně Bohdaneč a.s., Lázně Poděbrady a.s., Lázně Libverda a.s., Lázně Hotel Vráž a.s. a Léčebné lázně Konstantinovy, a.s. nabízejí společnou bázi procedur za různé ceny, které byly v modelu vícekritériálního rozhodování podrobeny analýze metodou pořadí, ze které vzešla cenově nejvýhodnější kompromisní varianta, a sice Lázně Hotel

Vráž a.s. Vděčí za to nejnižšími cenami za různé druhy masáží a procedury spojené s pohybovou aktivitou hosta. Lázně si rovněž účtují nízkou částku za elektroléčbu, čímž představují mezi vybranými subjekty celkově nejsilnějšího konkurenta.

Kompilace teoretických poznatků této práce podněcuje vznik otázek, jež by se mohly stát případným námětem budoucích bakalářských prací. Například je to otázka udržitelnosti stávající situace lázeňství, v níž je postavení lázní jako soukromých společností, které musí zajišťovat přiměřený kapitálový výnos a dosahovat ziskovosti v rozporu s veřejně prospěšnou úlohou zdravotního zařízení při minimální podpoře ze strany pojišťoven.

6 Seznam použitých zdrojů

ADÁMKOVÁ, Věra. *Obezita: příčiny, typy, rizika, prevence a léčba*. Vyd. 1. Brno: Facta Medica, 2009. 122 s. ISBN 978-80-904260-5-4.

BENEŠOVÁ, Petra a KRUISOVÁ, Hana. *Zdravotně orientovaný cestovní ruch: vybrané kapitoly*. Vyd. 1. Praha: Idea servis, 2013. 223 s. ISBN 978-80-85970-77-7.

BLAHUŠOVÁ, Eva. *Wellness; Fitness*. Vyd. 1. Praha: Karolinum, 2005. 235 s. ISBN 80-246-0891-X.

BURSOVÁ, Marta. *Kompenzační cvičení: uvolňovací, protahovací, posilovací*. 1. vyd. Praha: Grada, 2005. 195 s. Fitness, síla, kondice. ISBN 80-247-0948-1.

CATHALA, Hana. *Wellness: od vnějšího pohybu k vnitřnímu klidu*. 1. vyd. Praha: Grada, 2007. 168 s. ISBN 978-80-247-2323-5.

DROBNÁ, Daniela a MORÁVKOVÁ, Eva. *Cestovní ruch: pro střední školy a pro veřejnost*. 2., upr. vyd. Praha: Fortuna, 2010. 200 s. ISBN 978-80-7373-079-6.

ENGELSMANN, František. *Duševní hygiena*. Praha: Socialistická akademie, 1968. 44, [2] s. Studijní materiály pro lektory Socialistické akademie v Praze; sv. 83.

HAŠPL, Karel. *Duševní hygiena: návod k přeměně osobnosti*. V Praze I (Karlova 8): nákladem autorovým, 1936. 206 - [V] s.

HENDL, Jan. *Kvalitativní výzkum: základní teorie, metody a aplikace*. 2., aktualiz. vyd. Praha: Portál, 2008. ISBN 978-80-7367-485-4.

HORNER, Susan a SWARBROOKE, John. *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*. Praha: Grada, ©2003. 486 s. Expert. ISBN 80-247-0202-9.

CHRASTINA, Karel. *Šifra dlouhého a úspěšného života*. Vyd. 1. Olomouc: Fontána, 2005. 272 s. ISBN 80-7336-277-5.

JABLONSKÝ, Josef. *Operační výzkum: kvantitativní modely pro ekonomické rozhodování*. Praha: Professional Publishing, 2002, 323 s. ISBN 80-864-1923-1.

JAROLÍMKOVÁ, Liběna a Jarmila ŘEHOŘKOVÁ. *Postavení České republiky ve světovém cestovním ruchu*. Vyd. 1. Praha: Oeconomica, 2008. ISBN 978-802-4514-727.

Kapitál: Wellness - módní trend nebo podnikatelská příležitost?. 2008, č. 6. ISSN 1211-784X.

KNOP, Karel a kol. *Lázeňství: ekonomika a management*. Vyd. 1. Praha: Grada, 1999. 231 s. ISBN 80-7169-717-6.

KŘÍŽEK, Vladimír. *Obrazy z dějin lázeňství*. 2. vyd., V Libri 1. Praha: Libri, 2002. 263 s. ISBN 80-7277-092-6.

LEVY, Marvin R., SHIRREFFS, Janet H. a DIGNAN, Mark B. *Targeting wellness: the core*. New York: McGraw-Hill, ©1992. xiv, 369 s. ISBN 0-07-037575-5.

MÍČEK, Libor. *Duševní hygiena*. Vyd. 2. Praha: Státní pedagogické nakladatelství, 1986. 207 s. Učebnice pro vysoké školy.

MÜLLEROVÁ, Dana a kol. *Obezita - prevence a léčba*. 1. vyd. Praha: Mladá fronta, 2009. 261 s. ISBN 978-80-204-2146-3.

ORIEŠKA, Ján. *Metodika činnosti průvodce cestovního ruchu*. 6., přeprac. a dopl. vyd. Praha: Idea servis, 2007. 207 s. ISBN 978-80-85970-57-9.

ROMANE, M. Vance. *The Wellness journey*. Abbotsford: Blue Stone, ©1997. vi, 153 s. ISBN 1-896880-02-9.

SEIFERTO VÁ, Věra. *Marketing v lázeňském cestovním ruchu*. Vyd. 1. Praha: Vysoká škola cestovního ruchu, hotelnictví a lázeňství, 2003. 120 s. ISBN 80-86592-00-6.

TISCHER, Hildegard. *Masáž: relaxace od hlavy až k patě*. Vyd. 1. Praha: Grada, 2008. 82 s. Zdraví & životní styl. ISBN 978-80-247-2550-5.

VONDRUŠKA, Vladimír a BARTÁK, Karel. *Zdravý životní styl, aneb, "Prevence založená na důkazech"*. 1. vyd. Hradec Králové: Ústav tělovýchovného lékařství FN a LFUK, 2002. 28 s. ISBN 80-238-9361-0.

VYSTOUPIL, Jiří. *Návrh nové rajonizace cestovního ruchu ČR*. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2007. ISBN 978-802-1042-636.

ZELENKA, Josef a PÁSKOVÁ, Martina. *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Kompletně přeprac. a dopl. 2. vyd. Praha: Linde Praha, 2012. 768 s. ISBN 978-80-7201-880-2.

ZELENKA, Josef. *Marketing cestovního ruchu*. Vyd. 1. Hradec Králové: Gaudeamus, 2007. 212 s. ISBN 978-80-7041-070-7.

Elektronické dokumenty

Česká republika. Zákon č.159/1999 Sb. ze dne 30. června 1999 o některých podmínkách podnikání a o výkonu některých činností v oblasti cestovního ruchu. Sbírka zákonů. 1999, s. 1-17. Dostupný také z WWW:

<http://portal.gov.cz/wps/portal/s.155/701?kam=zakon&c=159/1999>

HEJMA, J. Magazín ČAW. Jak se pozná dobré wellness centrum? [online]. (2009), č. 2 [cit. 2013-09-11]. Dostupné z: <http://www.spa-wellness.cz/ceska-asociace-wellness/magazin-caw/>

PODĚBRADSKÝ, Jiří. MINISTERSTVO PRO MÍSTNÍ ROZVOJ ČR. *Wellness v ČR* [online]. Praha: EPO Consult, s.r.o., 2008 [cit. 2014-03-02]. Dostupné z: <http://www.wellnessnoviny.cz/file/1730/wellness-v-cr.pdf+&cd=1&hl=cs&ct=clnk&gl=cz>

TAJČOVÁ, Veronika. Projekt EU-SOWELL. In: [online]. [cit. 2014-02-28]. Dostupné z: <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:Z0BNSZCdKYEJ:kc.r.vse.cz/informace-o-katedre/projekt-eu-sowell/+&cd=5&hl=cs&ct=clnk&gl=cz>

VLČKOVÁ, Jana. Onemocnění pohybového aparátu. In: [online]. [cit. 2014-02-28]. Dostupné z: http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:2PSUnQDd-AAJ:www.sportovnimedicina.cz/files/onemocneni_pohyboveho_aparatu_jana_vlc.pdf+&cd=1&hl=cs&ct=clnk&gl=cz

Zdravotnická statistika: Lázeňská péče 2000-2012 [online]. Praha 2, 2012 [cit. 2014-03-02]. Dostupné z: http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:l3YMn_R0v-EJ:www.uzis.cz/system/files/lazne2012.pdf+&cd=1&hl=cs&ct=clnk&gl=cz

Internetové zdroje

Stanovy občanského sdružení Česká asociace Wellness. [online]. [cit. 2014-02-28]. Dostupné z: <http://www.spa-wellness.cz/ceska-asociace-wellness/stanovy/>

www2.unwto.org/. [online]. [cit. 2014-02-28]. World Tourism Organization UNWTO. Dostupné z: <http://www2.unwto.org/content/who-we-are-0>

WHO Definition of Health. [online]. [cit. 2014-02-28]. Dostupné z: <http://www.who.int/about/definition/en/print.html>

Zdravý životní styl. [online]. [cit. 2014-02-28]. Dostupné z: <http://www.kapezet.cz/index.php?object=General&articleId=160&leveMenu=0>

Svaz léčebných lázní České republiky: Lázeňská místa. [online]. [cit. 2014-03-02]. Dostupné z: <http://www.lecebne-lazne.cz/cs>

www.jedemedolazni.cz. [online]. [cit. 2014-03-02]. Dostupné z: <http://www.jedemedolazni.cz/cs/aktuality/senatori-durazne-podporili-lecebne-lazenstvi-36.html>

7 Seznam grafů, obrázků a tabulek

Seznam grafů

Graf 1: Lázeňská péče pro dospělé v roce 2012 podle indikačních skupin	24
Graf 2: Vývoj lázeňské péče pohybového ústrojí v letech 2000-2012	25
Graf 3: Náklady zdravotních pojišťoven na lázeňskou péči v letech 2008 - 2012...	35
Graf 4: Návštěvnost lázeňských ubytovacích zařízení v ČR	36

Seznam obrázků

Obrázek 1: Průmyslová odvětví cestovního ruchu	18
Obrázek 2: Wellness jako forma cestovního ruchu	26
Obrázek 3: Léčebné lázně Bohdaneč a.s.	49
Obrázek 4: Lázně Poděbrady a.s.	50
Obrázek 5: Lázně Libverda a.s.	51
Obrázek 6: Lázně Hotel Vráž a.s.	52
Obrázek 7: Léčebné lázně Konstantinovy a.s.	53

Seznam tabulek

Tabulka 1: SWOT analýza významu lázeňských zařízení v ČR	40
Tabulka 2: SWOT analýza významu wellness zařízení v ČR	44
Tabulka 3: Ceník procedur kategorie cvičení	55
Tabulka 4: Pořadí v kategorii cvičení	55
Tabulka 5: Ceník procedur v kategorii elektroléčba	56
Tabulka 6: Pořadí v kategorii elektroléčba	56
Tabulka 7: Ceník procedur v kategorii masáže	57
Tabulka 8: Pořadí v kategorii masáže	57
Tabulka 9: Ceník procedur v kategorii koupele	58
Tabulka 10: Pořadí v kategorii koupele	58
Tabulka 11: Ceník procedur v kategorii zábaly	59
Tabulka 12: Pořadí v kategorii zábaly	59
Tabulka 13: Celkové pořadí vícekritériální analýzy variant	60

8 Přílohy

Příloha 1: Ceník procedur část 1.....	71
Příloha 2: Ceník procedur část 2.....	72

Příloha 1: Ceník procedur část 1

CENÍK PROCEDUR	Léčebné lázně Bohdaneč a.s.			Lázně Poděbrady a.s.			Lázně Libverda a.s.			Lázně Hotel Vráž a.s.			Léčebné lázně Konstantinovy a.s.		
	Cena (Kč)	Čas (min)	Kč/min	Cena (Kč)	Čas (min)	Kč/min	Cena (Kč)	Čas (min)	Kč/min	Cena (Kč)	Čas (min)	Kč/min	Cena (Kč)	Čas (min)	Kč/min
CVIČENÍ															
Skupinové cvičení	60	30	2,0	90	30	3,0	170	30	5,7	95	25	3,8	85	30	2,8
Individuální cvičení	250	30	8,3	260	30	8,7	395	25	15,8	310	25	12,4	270	30	9,0
Skupinové cvičení v bazénu	80	30	2,7	170	30	5,7	220	60	3,7	125	25	5,0	130	30	4,3
Volné plavání v bazénu	65	60	1,1	60	60	1,0	150	60	2,5	30	30	1,0	50	60	0,8
Nordic walking	150	45	3,3	150	45	3,3	220	60	3,7	120	30	4,0	140	45	3,1
ELEKTROLÉČBA															
Lékařská prohlídka	600 Kč			800 Kč			450 Kč			480 Kč			940 Kč		
Diadynamik	90	5	18,0	220	20	11,0	180	20	9,0	140	15	9,3	165	5	33,0
Solux (infračervené záření)	120	15	8,0	150	12	12,5	180	20	9,0	90	10	9,0	160	15	10,7
Ultrazvuk	100	10	10,0	220	15	14,7	180	15	12,0	110	5	22,0	165	10	16,5
Magnetoterapie	120	30	4,0	240	30	8,0	280	30	9,3	140	30	4,7	210	30	7,0

Zdroj: Vlastní zpracování podle aktuálních ceníků (2014)

Příloha 2: Ceník procedur část 2

CENÍK PROCEDUR	Léčebné lázně Bohdaneč a.s.			Lázně Poděbrady a.s.			Lázně Libverda a.s.			Lázně Hotel Vráž a.s.			Léčebné lázně Konstantinovy a.s.		
	Cena (Kč)	Čas (min)	Kč/min	Cena (Kč)	Čas (min)	Kč/min	Cena (Kč)	Čas (min)	Kč/min	Cena (Kč)	Čas (min)	Kč/min	Cena (Kč)	Čas (min)	Kč/min
MASÁŽE															
Klasická masáž	520	45	11,6	500	55	9,1	650	40	16,3	490	50	9,8	810	45	18,0
Reflexní masáž	260	30	8,7	260	20	13,0	410	25	16,4	310	25	12,4	270	30	9,0
Masáž lávovými kameny	700	60	11,7	900	55	16,4	1060	60	17,7	850	70	12,1	620	60	10,3
Thajská masáž	800	60	13,3	700	55	12,7	640	30	21,3	720	60	12,0	1300	90	14,4
Aromamasáž	600	45	13,3	600	50	12,0	880	60	14,7	790	75	10,5	840	45	18,7
Podvodní masáž	250	15	16,7	390	20	19,5	380	15	25,3	410	50	8,2	350	15	23,3
KOUPELE															
Uhlíčitá koupel	230	30	7,7	330	15	22,0	320	30	10,7	190	45	4,2	210	30	7,0
Vířivá koupel	190	30	6,3	230	15	15,3	270	10	27,0	210	20	10,5	150	120	1,3
Perličková koupel	250	30	8,3	330	15	22,0	240	30	8,0	210	20	10,5	230	30	7,7
Aromatická koupel	250	30	8,3	330	15	22,0	320	20	16,0	250	20	12,5	245	30	8,2
Sauna a ochlazující koupel	190	90	2,1	150	120	1,3	150	60	2,5	100	60	1,7	150	120	1,3
ZÁBALY/OBKLADY															
Skořicový	500	20	25,0	650	60	10,8	730	60	12,2	250	45	5,6	690	45	15,3
Medový	500	45	11,1	450	30	15,0	740	60	12,3	399	30	13,3	690	45	15,3
Čokoládový	500	20	25,0	330	30	11,0	640	60	10,7	399	30	13,3	1250	60	20,8
Parafínový	120	10	12,0	220	15	14,7	380	15	25,3	190	20	9,5	290	15	19,3

Zdroj: Vlastní zpracování podle aktuálních ceníků (2014)