



## DIPLOMOVÁ PRÁCE

Lázeňství v České republice

Se zaměřením na lázně Jeseník, Luhačovice, Třeboň a Františkovy Lázně

Katedra sociologie, Filosofická fakulta Univerzity Karlovy  
Obor sociologie

Jeseník, 2010

Lukáš Němčík

## **Poděkování:**

Chci poděkovat vedoucí mé diplomové práce PhDr. Janě Duffkové, CSc. za vedení i odbornou radu při přípravě této práce a Doc. MUDr. Dobroslavě Jandové za vypracování oponentského posudku.

Také bych rád poděkoval vedení lázní Františkovy Lázně, Jeseník a Třeboň za pomoc při sběru dat pro můj průzkum.

Souhlasím s tím, že s výsledky mé diplomové práce může být naloženo podle uvážení vedoucího diplomové práce a vedoucího katedry.

Prohlašuji, že na celé diplomové práci jsem pracoval samostatně a použitou literaturu jsem citoval.

V Jeseníku 2010

.....

Lukáš Němčík

## Abstrakt

### Lázeňství v České republice

#### Se zaměřením na lázně Jeseník, Luhačovice, Třeboň a Františkovy

#### Lázně

Jako téma své práce jsem si vybral lázeňství České republiky. Dívám se na prostředí lázní jako na společenský fenomén, který ovlivňuje mnoho oblastí lidského života a má v české kultuře hlubokou tradici. Svoji jedinečnou atmosférou i složením klientů, kteří je navštěvují, nezasahují lázně pouze do oblasti cestovního ruchu a medicíny, ale ovlivňují taktéž život obyvatel lázeňských míst a návštěvníků lázní.

Práce si klade za cíl posloužit jako obecný základ, na nějž by mohlo navázat další zkoumání této oblasti, a proto se snaží postihnout co nejvíce odvětví dané problematiky.

V práci se pokouším pomocí příkladů z historie poukázat na roli lázeňství v minulosti i postupnou transformaci do dnešní podoby. Zabývám se rovněž službami, které jsou v lázních nabízeny, a strukturou klientů, již do lázní přijíždí.

Oblastí mého zájmu bylo také utváření lázeňských měst a život v nich. Tato města se totiž odlišují od jiných v důsledku vysokého počtu stále se měnících klientů lázní.

Ve své práci jsem také provedl sondu mezi klienty a zaměstnance lázní Jeseník, Luhačovice, Třeboň a Františkovy Lázně. Na základě získaných dat se mi podařilo nastínit některé odlišnosti mezi jednotlivými lázněmi.

Lázeňství v České republice prochází postupnou změnou, která je dána transformací státního sociálního systému. Lázně se pokouší navyšovat počty klientů samoplátců a snaží se utlumovat vliv stále velkého počtu klientů, jimž hradí pobyt zdravotní pojišťovna.

Tato změna může být zajímavá při dlouhodobějším sledování a mohla by znamenat přeměnu lázní v České republice na lázně podobné těm, které nalezneme v zemích západní Evropy.

## Abstract

### Spa in the Czech Republic

With a focus on spa Jeseník, Luhačovice, Třeboň and Františkovy

#### Lázně

As the subject of my work I chose the Czech Republic spa. I look at the spa environment as a social phenomenon that affects many areas of social life and has a great tradition in Czech culture. With its unique atmosphere and the composition of the clients who visit them, they are more than just popular places by tourists or health facilities but they have also influence on the life of the living there and spa visitors.

The work is intended to serve as a general base that could be suitable for further exploration of this area, and therefore tries to cover as many areas of the issue as possible.

I try to work with examples from history to point out the role of the spa in the past and how they gradually transformed into what they are today. I also look at services that are offered at the spa and the structure of clients who come to the spa.

My field of interest was also the formation of spa towns and life in them. This area is distinguished from others for a large number of changing spa clients.

In my work I also did a probe between clients and employees of spa Jeseník, Luhačovice, Třeboň and Františkovy Lázně. With it, I was able to outline some of the differences between the various spas.

Spas in the Czech Republic are undergoing a gradual change, which is given by the transformation of the state welfare system. Spas are trying to raise the number of self-paying clients and trying to diminish the impact of still a large number clients covered by health insurance. This transformation may be interesting for a long-term monitoring, and could result in the transformation of Czech spas in resorts such as those in Western Europe.

## Obsah

Obsah.....	5
1. Úvod.....	8
1.1 Metodologická strategie.....	9
1.1.4 Průběh sběru dat.....	10
2. Vymezení lázeňství .....	11
2.1. Historie lázeňství .....	12
2.2. Lázeňská prestiž v minulosti.....	14
2.3. Současný vliv .....	15
2.3.1. Urbanistika.....	19
2.4 Co přineslo lázeňství společnosti .....	24
3. O lázeňské péči .....	25
3.1. Charakteristika lázeňství v České republice .....	28
3.2. Prognóza.....	33
4. Gräfenberg - Priessnitzovy léčebné lázně Jeseník a.s.....	33
4.1. Přehled dobové poskytované péče .....	35
4.2. Moderní vývoj .....	36
4.3. Přehled současné poskytované péče.....	38
4.4. Analýza provedeného průzkumu .....	38
4.4.1. Přehled výsledných zjištění - klienti.....	39
4.4.2. Vybrané výsledky průzkumu - klienti.....	48
4.4.3. Přehled výsledných zjištění - zaměstnanci .....	50
4.4.4. Porovnání zjištěných vztahů u průzkumu zaměstnanců.....	59
4.4.5 Celkové porovnání.....	61

5. Lázně Luhačovice a.s. ....	62
5.1. Přeměna v moderní lázně Luhačovice .....	63
5.2. Přehled poskytované péče .....	64
5.3. Analýza provedeného průzkumu .....	65
5.3.1. Přehled výsledných zjištění - klienti.....	65
5.3.2. Porovnání zjištěných vztahů u průzkumu - klienti.....	75
5.3.3 Celkové porovnání.....	77
6. Lázně Třeboň.....	78
6.1. Novodobá historie lázní .....	78
6.2. Přehled poskytované péče .....	79
6.3. Analýza provedeného průzkumu .....	80
6.3.1. Přehled výsledných zjištění - klienti.....	80
6.3.2. Porovnání zjištěných vztahů u průzkumu - klienti.....	89
6.3.3. Přehled výsledných zjištění - zaměstnanci .....	91
6.3.4. Porovnání zjištěných vztahů u průzkumu - zaměstnanci .....	99
6.3.5 Celkové porovnání.....	99
7. Františkovy Lázně .....	101
7.1. Dobová léčba.....	101
7.2. Moderní vývoj .....	102
7.3. Přehled poskytované péče .....	103
7.4. Analýza provedeného průzkumu .....	103
7.4.1. Přehled výsledných zjištění - klienti .....	104
7.4.2. Porovnání zjištěných vztahů u průzkumu - klienti.....	114
7.4.3. Přehled výsledných zjištění - zaměstnanci.....	117
7.4.4. Porovnání zjištěných vztahů u průzkumu - zaměstnanci .....	125
7.4.5 Celkové porovnání.....	126
8. Závěrečné vyhodnocení .....	127

8.1 Klienti lázní .....	127
8.2 Zaměstnanci lázní.....	129
9. Závěr .....	131
10. Citovaná literatura.....	132
11. Přílohy .....	135

## 1. Úvod

Jako téma své diplomové práce jsem si zvolil současnou situaci lázeňství České republiky. V práci se zaměřuji na zmapování lázeňství jako společenského fenoménu, který souvisí s řadou společenských jevů typu zdravotnictví, sociální politika, regionální politika, urbanistika a podobně. Proto je předmětem zájmu řady oborů od sociologie medicíny, sociologie kultury, politologie až po sociální stratifikaci.

Lázeňský pobyt není pouze prostředkem upevnění zdraví nebo trávení volného času, ale komplexním a významným jevem, protože návštěvu lázní jako host, nebo pacient zažije většina obyvatel ČR, a to v nich zanechá určitý obraz, který může být ještě silnější u návštěvníků ze zahraničí. Dochází přitom také ke krátkodobé migraci obyvatel v rámci jednoho státu i k příchodu hostů ze zahraničí. Jednotlivé společenské skupiny a vrstvy se poté setkávají právě v lázeňském prostředí a tráví ve stejné lokalitě několik týdnů společně.

Část údajů pro vypracování práce jsem získal studiem dostupných zdrojů, které jsou ovšem velmi omezené a v některých případech i zastaralé. Pro přímou kombinaci sociologie a lázeňství nenajdeme v současnosti příliš mnoho odkazů. Jedinou možností tak jsou studie z hotelových škol nebo ze škol zabývajících se cestovním ruchem. Tyto práce mají ale omezené zaměření, neřeší utváření lázní ani jejich propojení se společností. Téměř žádná taková práce navíc nenabízí nadregionální nadhled.

Z dalších publikací se jedná o izolované texty v odborné, především medicínské, literatuře, denním tisku a internetu. Informace tohoto druhu vycházejí nepravidelně a v různých médiích.

Podstatným zdrojem informací byly pro mne i mé osobní zkušenosti. Pohybují se v lázeňském prostředí celý život a již přes 10 let do něj aktivně zasahuji, ať na úrovni historického zkoumání, tak v rámci různých propagačních a publikačních projektů. Jsem rovněž členem Společnosti Vincenze Priessnitze, která si klade za cíl právě rozvoj lázeňství v lázních Jeseník. Jsem také autorem výstavy i publikace o lázeňství v Jeseníkách. Lázeňství bylo rovněž tématem mé bakalářské práce a poznatky z této práce posloužily jako základ pro vypracování současné práce diplomové. Bakalářská práce se zabývala vývojem struktury návštěvníků lázní v průběhu historie. Současná diplomová práce je tak dalším stupněm a pokračováním dlouholetého zájmu o problematiku.



Během svého studijního pobytu ve Spojených státech amerických jsem se rovněž pokoušel o zmapování situace lázeňství pro účely porovnání stavu u nás a v USA. Bohužel jsem zjistil, že zde neexistují zařízení, která by se dala typově a strukturou porovnat s lázněmi v České republice přesto, že několik lázní podle českého vzoru bylo v USA založeno již na konci 19. století.

Rád bych v této práci na příkladech z historie i ze současnosti popsal vývoj lázní a zdůraznil jejich vliv na společnost a na utváření regionálního prostředí, ve kterém se nacházejí. Na lázeňství počátku 21. století chci postihnout, jaký je vliv lázní na soudobé trávení volného času a jaká struktura klientů lázně navštěvuje. Vytvořil jsem proto například některé typy návštěvníků na základě jejich lázeňské péče.

Osobně jsem navštívil a vytvořil profily čtyř lázní České republiky – Jeseník, Luhačovice, Třeboň a Františkovy Lázně. V příloze přikládám rovněž mapy, současné fotografie i historické snímky jednotlivých míst. Jednotlivé objekty byly zvoleny na základě snahy o co nejširší pokrytí České republiky. Velikostně se jedná o střední a velké společnosti s historií od 19. století. Vhodné kandidáty jsem také vybíral na základě svých zkušeností a zkušeností získaných při vypracovávání své bakalářské práce. U těchto objektů popisuji jejich vývoj i současnou situaci a sleduji strukturu klientů, kteří je navštěvují. V jednotlivých lázních jsem sesbíral data formou rozhovorů. Tato data poté analyzuji a zjišťuji, jaké jsou tendence uvnitř jednotlivých lázní i mezi lázněmi samotnými.

## **1.1 Metodologická strategie**

Výzkumný vzorek tvoří 30 klientů z každých lázní a 15 zaměstnanců z lázní Jeseník, Třeboň a Františkových Lázní. U Františkových Lázní se nepodařilo získat 30 respondentů ze strany klientů a je jich tak pouze 21. U lázní Jeseník se naopak podařilo získat pouze 11 z 15 zaměstnanců. Celkově se jedná o 111 klientů a 44 zaměstnanců lázní.

Jednotliví respondenti byli dotazováni náhodně se snahou o co největší heterogenitu. Všechna data byla sesbírána v období od května 2010 do října 2010. Rozhovor s klienty lázní probíhal venku, na promenádách, v areálech jednotlivých lázní. Zaměstnanci byli dotazováni přímo na pracovišti. V případě průzkumu zaměstnanců jsem se setkal se silnou nevolí vedení některých lázní, které jsem oslovil. Nechtěli povolit tento malý průzkum ani přes ujištění, že výsledky budou použity pouze v mé diplomové práci.

## **Techniky sběru dat**

Z kvantitativních metod průzkumu byly užity techniky postojových škál a klasického dotazníkového šetření obsahujícího jak uzavřené, tak otevřené otázky. Je nutné zdůraznit, že volby těchto technik nebyly vedeny snahou o zobecňující kvantifikaci výsledků šetření výzkumného souboru, kdy byl problém s jeho nedostatečnou velikostí. Dotazování probíhalo formou rozhovoru s důrazem na získání více doplňujících informací ze strany respondentů.

Pro vyhodnocení se použily tabulky četností a kontingenční tabulky. Výsledné porovnání jednotlivých lázní pak bylo provedeno srovnáním dílčích informací. Pro celkové srovnání jsem rovněž použil metodu korespondenční analýzy. Tu jsem ovšem nakonec pro její nepřehlednost v práci nepoužil.

## **Dotazníkové šetření**

K rozlišení respondentů bylo nutné kromě škál doplnit informace o socio-demografické ukazatele jakými byly věk, nejvyšší dosažené vzdělání, socio-ekonomická aktivita, vzdálenost bydliště či druh bydliště. Navíc byly zařazeny otázky týkající se lázeňského pobytu respondentů.

## **Hlubkový rozhovor**

Tato technika byla zvolena kvůli možnosti získání většího počtu informací od respondentů. Díky tomu bylo možné zjistit myšlenkové směřování klientů lázní. Každý respondent byl tak po zodpovězení otázky vyzván k dalšímu rozhovoru nad danou problematikou.

Rozhovor trval sice delší dobu, než je v podobných případech obvyklé, ale získané informace jsou o to cennější.

### **1.1.4 Průběh sběru dat**

Samotný sběr dat probíhal v areálech jednotlivých lázní. Jako dny pro sběr dat byly vybrány slunečné dny s co nejpříjemnějšími teplotami, které vybízely k procházkám do okolí všechny klienty lázní. Poté, co byl respondent náhodně vybrán a osloven, jsem s ním započal rozhovor nad danými otázkami, které byly zaznačeny do formulářů. Respondenti byli také vyzváni k pokračování rozhovoru nad danou otázkou i po stručném zodpovězení.

Každý rozhovor trval odlišně dlouhou dobu v rozsahu od 20 do 40 minut. Data byla nakonec zakódována do programu SPSS a vyhodnocena.

Samotný průběh sběru dat probíhal hladce. Respondenti byli většinou ochotni odpovídat, čemuž nepochybně přispěl dostatek času, který v lázních mají. Samozřejmě byly také zdůrazněny informace o zachování anonymity a zdůrazněno, že se jedná o průzkum pro potřeby diplomové práce, nikoliv pro marketing.

## 2. Vymezení lázeňství

Lázeňství získalo svůj název od koupelí, které se v nich používaly již od pradávna. Obecně lze říci, že lázně jsou takové zařízení, kde dochází k obnově fyzických i duševních sil za použití minerálních nebo termálních vod, plynů či klimatických podmínek. Za součinnosti vnějších podnětů se obnovují původní přirozené síly pacienta. Doba, která je nutná k uzdravení, se liší individuálně, ale obecně se uznává jako nejkratší nutná doba k regeneraci alespoň 21 dní. Pacienti, kteří navštěvují lázně v rámci komplexní péče, mají pobyty standardně na 28 dní.

Pacienti se léčí ve specializovaných zařízeních, většinou s historickou tradicí, za dozoru odborného personálu a lékařů. Režim ani hygienická opatření ovšem nejsou tak striktní jako v nemocnicích. Lázeňská zařízení se většinou vyznačují specifickou lokalitou, která je dána přírodními podmínkami, například přítomností vodního pramene nebo klimatickými podmínkami. Jednotlivé budovy byly poté postaveny kolem takovéhoto zdroje. Úprava lázeňských míst je podmiňována orientací na klientelu a zařízení se většinou nachází stranou od průmyslových center.

V České republice se lázně stále vnímají jako nedílná a automatická součást zdravotního a sociálního systému. V zahraničí i u nás ale začínají pronikat vlivy tzv. wellness, jenž je vnímán jako soubor volnočasových aktivit vedoucích k uvolnění jedince a nastolení dobrého pocitu. Patří sem pohyb, hudba, relaxační cvičení i kvalitní gastronomie. Na tomto základě dnes mnoho hotelových resortů nabízí podobné služby i bez spojení s klasickou medicínou. Má práce se zabývá pouze společnostmi, které nabízejí především klasické léčebné procedury tak, jak je stanovuje Ministerstvo zdravotnictví ČR.

Lázně jsou samozřejmě také důležitým způsobem trávení volného času a ovlivňují i turismus. Dochází zde totiž ke krátkodobé migraci osob z jejich trvalého bydliště do bydliště dočasného, a to většinou na dobu kratší šesti měsíců. Nehraje zde většinou roli vzdálenost místa, ale spíše kulturní nabídka lokality a léčebné procedury.

## 2.1. Historie lázeňství

S konceptem lázní a koupelí se setkáváme již poměrně dlouho. Ve starověku jej můžeme najít u mnoha národů jak z důvodů obřadních, tak z důvodů hygienických či společenských. Klasickým příkladem je Římská říše, kde lázně tvořily nedílnou součást kultury a sloužily jednak k očištění těla, jednak jako důležité místo k setkávání obyvatel.

Ve středověku význam lázní jako místa setkávání postupně upadal, a to jak kvůli ztrátě některých prvků minulých kultur, tak z náboženských důvodů. Dalším důvodem bylo rychlé rozšíření infekčních chorob, například syfilis. Jednou z příčin úpadku lázeňství byla rovněž délka pobytu v lázni, která mnohdy dosahovala až několika desítek hodin. Nezanikla ovšem profese lazebníků, kteří se postupně začali specializovat na, dalo by se říci, úroveň dnešních maserů a fyzioterapeutů. Od 17. století můžeme pozorovat odklon od tradičních lázeňských koupelí ke stále oblíbenějším minerálním pramenům a pitným kúrám. Lokality s kvalitními minerálními nebo termálními prameny začaly být častěji vyhledávány mezi šlechtou a rekultivovány pro pohodlí návštěvníků. Někdy však docházelo k extrémům, kterým bylo například nadměrné pití tekutin v množství několika desítek litrů denně. Výsledkem těchto pitných kúr byla ovšem pouze zvýšená tvorba moči.

Moderní vývoj lázní je možno datovat od konce 18. století. V tomto období se začínají využívat specializované procedury, které již nespolehají pouze na účinky minerálních vod, ale využívají i různé bahenní nebo rašelinové koupele. V 19. století se k tomu přidává vodoléčba zavedená Vincenzem Priessnitzem z dnešního Jeseníku, jenž založil vůbec první vodoléčebný ústav na světě. Priessnitz navíc školí své následovníky a jeho pokračovatel Kneip tuto léčebnou metodu rozšiřuje do velké části Evropy. Nové léčebné metody rychle přibývaly a lázně se začaly rozlišovat dle používaných léčebných postupů. Někde se spoléhalo čistě na léčebné účinky vody (Německá škola), jinde naopak počítali se schopnými lékaři a vodu brali spíše jako nezbytný doplněk (Francouzská škola).

Vývoj lázní v českých zemích úzce souvisí s evropským civilizačním postupem. Většina dnešních lázeňských ústavů vyrostla během 19. a na počátku 20. století. Trend v budování těchto zařízení souvisel s vlivem osvícenství a romantismu a byl v souladu s tehdejšími ideály krásy a čistoty. Lázně se svými vyzdobenými zařízeními, bohatou architekturou a upraveným okolím se staly určitými oázami ráje na zemi, kam přicházel člověk nemocný a odcházel zdravý.

Velký význam lázně získaly v rovině kulturní. Pobývala zde po dlouhá období vysoká šlechta (některé léčebné postupy byly koncipovány až na dobu několika let), básníci, skladatelé, spisovatelé a politici. Vlastnit majetek v lázních bylo v této době otázkou prestiže a lázeňské domy se staly místy konání důležitých evropských kongresů. Kongresy zasahovaly rovněž do politiky států a často probíhaly na mezinárodní úrovni. Není divu, neboť šlechta v lázních trávila někdy i řadu let a reprezentační sály sanatorií byly pro podobná jednání stejně vhodná jako sály zámků. Takovým příkladem může být setkání zástupců Rakouska, Ruska a Pruska v Teplicích roku 1813<sup>1</sup>, kteří rozhodli o směřování celé Evropy na mnoho budoucích let.

Po ukončení 1. světové války se centra zájmů částečně přesunula a u nás došlo k úbytku německé klientely. Obyvatelé českých zemí si místo dříve populárního Jeseníku nebo Františkových Lázní, které byly téměř výhradně navštěvovány klienty ze Sudet, více oblíbili typicky česká lázeňská města jako Luhačovice nebo Poděbrady. Zlom v historii lázeňství u nás nastal až v období kolektivizace a se založením Československých státních lázní. Lázně se totiž proměnily z prestižních zařízení na jakési dislokované nemocnice, které mohl navštívit téměř každý občan. Přesto byly v tomto období objeveny mnohé nové vědecké a léčebné postupy. Problém se projevil až později, po roce 1990, kdy nemalá část zařízení nebyla schopna najít prostředky na zkvalitnění prostředí a opravu budov v důsledku nízkých finančních příspěvků ze zdravotního systému. Známé lázeňské oblasti (například Karlovy Vary, Mariánské Lázně) se ale na druhou stranu dokázaly pružně transformovat a začaly nabízet služby pro převážně zahraniční samoplátce a hotelové klienty. Dnes tak rozeznáváme tři skupiny lázeňských objektů. První skupina, která je orientována na samoplátce, druhá s převážně přes pojišťovny hrazeným pobytem a poslední, kde je část pobytu hrazena klientem a část pojišťovnou. V roce 2010 bylo evidováno 85<sup>2</sup> lázní různých velikostí a zaměření. Návštěvnost na zařízení se pohybuje od 3 000 až po téměř 60 000 klientů ročně.

Na závěr této části pouze krátké shrnutí situace ve světě. Země východního bloku postihl prakticky stejný osud, jaký probíhal u nás. Na západě nebyl vývoj tak dramatický a lázně si až do dnešní doby zachovaly svou poklidnou atmosféru z 19. století. Na druhou stranu získaly statut spíše odpočinkových zařízení specializovaných na rekonvalescenci a nabrání sil dnes již ne tak odlišný od hotelů. Tradiční místa pak byla doplněna o hypermoderní zařízení využívající nejmodernější techniku, která nenabízí sice krásu tradic, ale poskytují rychlejší léčbu. Ně-

---

<sup>1</sup> (Sestra ZDN.cz)

<sup>2</sup> (Ústav zdravotnických zařízení a statistiky České republiky, 2009)

kteří lázně se tím trochu odklonily od původně léčebného záměru, který od nich převzaly nemocnice.

## 2.2. Lázeňská prestiž v minulosti

Nyní bych se rád zabýval jednotlivými oblastmi, ve kterých lázně působily jako důležitý utvářející činitel. Započal bych tím nejdůležitějším, a to je kulturně-spoločenský vliv.

Lázně byly důležitým hráčem v této oblasti od poloviny 19. století. Vezmeme-li v potaz strukturu jejich klientely, zjistíme, že neexistovala lokalita vyjma císařského dvora, kde by se mohlo setkat podobné množství tolika osobností. Typické lázně byly navštěvovány malým množstvím nejvyšší šlechty (rodina panovníka a jeho následovníků či příbuzných), velkým množstvím příslušníků střední šlechty následovaných stejným množstvím nižší šlechty. Doplnění byli velkostatkáři a bohatšími řemeslníky.

Různé, byť stále majetné, vrstvy měly možnost se navzájem potkávat. Ti lépe postavení mohli poměrně jednoduše zjistit, jaká je aktuální situace u stavů jim podřízených. To byla velká výhoda například oproti inspekčním cestám. V lázních se totiž vyšší šlechta nepotkávala s chudinou ani nemajetnými a pohybovala se stále mezi lidmi z podobných společenských vrstev.

Pro příslušníky vyšší šlechty byly lázně ze společenského a zdravotního hlediska velice důležitým činitelem. Mnoho příslušníků jejich řad trpělo tehdy velice běžnými chorobami jako dna nebo migréna. Život na osamělém panství také jistě nebyl příliš stimulující. Změna v podobě lázní s jejich pestrým kulturním životem musela být vítaným lékem.

Střední šlechta se důvody k pobytu v lázních zajisté blížila té vyšší. Pobyt v blízkosti následníka trůnu byl dobrý pro zvýšení prestiže a v zákulisí se rovněž dalo dojednat i něco z oblasti politiky. Byl to také jedinečný okamžik pro inspiraci novými módními trendy. Nesmíme ani opomenout onen původní důvod, a tím je snaha o zlepšení špatného zdravotního stavu a nabrání nových sil.

Zvláštní skupinu návštěvníků tvořili příslušníci nižší šlechty a bohatí bez šlechtického původu. Pouze ti movitější z nich si mohli dovolit pobývat ve významných lázních. I tak se ovšem jednalo o významnou záležitost a účasti na kulturních akcích pořádaných za účasti smetánky zanechaly v životě těchto lidí důležitou a nesmazatelnou stopu.

Významnou část klientely lázní představovali umělci. Často doprovázeli své patrony, kteří v lázních trávili dlouhý čas. Tito umělci se stali vítaným zpestřením všedního dne a jejich patron středem pozornosti. Mezi známá jména patří Goethe, Schiller, Chopin, Beethoven, Wagner a další<sup>3</sup>. Odkazem na důležitost těchto osob byla také výstavba nejruznějších pomníků a památníků, které měly připomínat jejich návštěvu. Dodnes nalezneme v mnoha lázních objekty nesoucí jejich jméno (např. Gogolova lavice, Schillerova vyhlídka).

Kulturní akce typu plesů nebo koncertů, jež se uskutečňovaly právě za účasti těchto všeobecně známých osob, byly příležitostí k honosnému předvedení bohatství dané rodiny.

V období první republiky se život v lázních soustředil především na kulturní oblast. Lázně sloužily jako místo k setkávání uměleckých kruhů a mnoho z nich se modernizovalo jak po technologické, tak architektonické stránce. Mnozí spisovatelé braly lázně jako místo k načerpání inspirace pro svá díla. Například Karel Čapek jezdil do lázní každý rok a během svých pobytů napsal několik divadelních her.

Přesto, že lázně byly stále primárně určeny pro vyšší střední třídu a nejbohatší skupiny obyvatel, začali je navštěvovat i méně movití obyvatelé za podpory zdravotních pojišťoven. Vzpomeňme například Vlastu Buriana ve filmu Hrdinný kapitán Korkorán, kdy se hlavní postava dostane omylem do proslulých a drahých lázní. Ostatními klienty je pak považován za admirála místo kapitána lodi na Vltavě, kterým ve skutečnosti je. Pobyt v lázních klientům automaticky připisoval vyšší společenský status.

Tento stav se změnil až v období socialismu, kdy se lázně zpřístupnili i širším vrstvám společnosti a centrální orgány se snažili o změnu jejich prestižního charakteru. Přesto se změna neudála okamžitě a trvala mnoho let.

### **2.3. Současný vliv**

Samotný vliv lázeňství lze sledovat v mnoha rovinách. Obecně bych jej rozčlenil na několik kategorií:

#### **1) Ekonomické vlivy**

**Lázně jako důležitý zaměstnavatel, zejména v odlehlých oblastech.**

---

<sup>3</sup> (Czech.cz)

**Podíl na tvorbě zdrojů HDP** jak přímo lázeňskými společnostmi, tak spolupracujícími firmami v oblasti cestovního ruchu.

**Multiplikační efekt** – prosperující a známé lázně pořádají množství kongresů, kulturních a sportovních aktivit, a tím dávají příležitost k zisku i dalším firmám.

**Zdraví pacienti** jsou menší zátěží pro sociální a zdravotní systém republiky.

## 2) Společenské přínosy

**Léčení pacientů** v lázních umožňuje snížení spotřeby léků v nemocničních zařízeních.

**Zlepšení fyzické i duševní kondice** umožňuje prodloužení života pacienta.

**Lázně** jsou podstatným městotvorným činitelem, který pozitivně ovlivňuje své okolí.

**Lázeňské oblasti** jsou významným centrem kulturního a sportovního dění, ať jde o pořádání kongresů, seminářů, koncertů nebo různých sportovních turnajů.

**Lázně** se svojí zahraniční klientelou pomáhají k zlepšení poznávání ostatních kultur.

Všechny složky zasahují do každodenního života obyvatel jak lázeňských území, tak zprostředkovaně celého státu. Česká republika má v Evropě silnou lázeňskou pozici, kde ale čelí silné konkurenci slovenského lázeňství s množstvím termálních pramenů a především konkurenci lázeňství maďarského. V Maďarsku se lázeňství rozvíjí již od období Římské a Turecké říše a přístup státu k němu v době socialismu byl na rozdíl od ČR v mnoha ohledech lepší. Na oblasti střední Evropy můžeme sledovat vliv lázeňství jako důležitého činitele cestovního ruchu, který má v tomto regionu nadnárodní charakter.

V minulosti byly lázně také důležitým místem pro střetávání odlišných kultur. Klientelu lázní netvořili pouze obyvatelé jednoho státu, ale hned několika. V současnosti přijíždí až 35 % klientů ze zahraničí.

Tento aspekt je velice důležitý i v dnešní době. Stačí pohled na lázně v České republice a zjistíme, že v jednom zařízení jsou vedle sebe Evropané, Arabové či Američané. Co se týká státní příslušnosti, přijíždí v posledních letech největší počet hostů z Německa a Ruska. Někdy je toto rozdělení samozřejmě značně disproporční (například známé Karlovy Vary a klientela z Ruska). Každopádně je multikulturní vliv lázní pro malé území, jaké tvoří lázeňská oblast, významný. Díky tomu se setkávají na malém prostoru lidé s různými zájmy a z různých kul-



tur. Tuto situaci lze dobře přirovnat k pobytu v hotelovém resortu. Zde ovšem existuje jeden podstatný rozdíl. V lázních si klienti uvědomují, že jsou na historicky významném a atraktivním místě. To dává situaci nádech vzácnosti. Další rozdíl je cíl, za kterým lidé do lázní přijíždějí. Jedná se buď o rekonvalescenci po úrazu, nebo o načerpání nových sil. Každopádně sem přijíždějí lidé, alespoň většina, z vlastní vůle a mají dosti podobný cíl. Uzdravení, popřípadě vylepšení zdravotního stavu, je silná motivace. Pokud se podíváme na hosty v hotelu, zjistíme, že část z nich o tuto dovolenou ani nestojí – mohou to být rodiče, kteří jedou kvůli dětem, lidé, jež pobyt vyhráli a představovali si lepší ubytování, nebo manažeři na konferencích. Poslední skupina je sice podobná, nicméně ostatní se odlišují. Rodiče do lázní jezdí často a existují lázně specializované přímo na dětské pacienty. Přesto lze najít rozptýlení v plynule ubíhajícím čase díky množství procedur a množství dalších dětí i rodičů. Hodně rodin také situaci řeší tím, že s dítětem jede jen jeden z rodičů a lázně jsou poté způsobem dovolené. Skupina výherců pobytu v lázních je tak mizivá, že nemají možnost příliš ovlivnit náladu ostatních.

Vliv lázní, který je společný napříč časem, spočívá ve sblížování lidí. Pacienti chodí na společné procedury, sdílí společné ubytování, stravují se společně a potkávají se na procházkách i kulturních akcích. Sdílení společných míst a zážitků samozřejmě vede k navazování osobních vztahů, ať přátelských, nebo romantických.

Pro ilustraci bych rád použil příběh Žofie Priessnitzové, dcery Vincenze Priessnitze, zakladatele lázní v Jeseníku. Když Priessnitz přebíral nejvyšší civilní ocenění v monarchii za léčbu nemocných, konal se u této příležitosti v lázních Jeseník velký ples. Plesu se účastnil i maďarský hrabě Forhasi. Během večera začal konverzovat s Žofií Priessnitzovou a výsledkem několikaměsíční léčby hraběte bylo nejenom uzdravení, ale i velká svatba.

Interpersonální komunikace mezi klienty lázní probíhá na denním pořádku a neomezuje se pouze na navazování přátelských či partnerských vztahů. Velkou úlohu hraje taktéž sblížování lokální na základě sdílení společného prostoru. Takováto přátelství většinou nevydrží déle než na dobu pobytu v lázních, ale jsou vítaným zdrojem informací pro všechny zúčastněné. Součástí relaxace, kterou zažívá většina klientů lázní, je rovněž oproštění se od každodenních starostí a rutiny běžného života. V lázních existuje možnost, díky kontaktu s ostatními, nahlédnout do života těch druhých. To v podstatě zprostředkovává podobné pocity jako sledování některého z dnes populárních seriálů ze života.

S tím souvisí i nepřeborné množství neověřených informací a „klepů“, které se v podobných zařízeních běžně vyskytují. Ty se mohou týkat jak samotného pobytu, tj. léčebných procedur,

stravování, ubytování, počasí, kulturních novinek nebo jde o informace z oblasti celorepublikové nebo celosvětové kultury a samozřejmě i politiky. Nevýhodou takovéto komunikace je, že ne vždy si můžeme ověřit pravdivost všech tvrzení.

Příležitostí k setkávání je v lázeňském prostředí celá řada. Jedním takovým případem jsou i společenské akce v podobě kongresů a konferencí. Ty mohou být tématikou zaměřeny nejen na podnikovou sféru, ale i na akademickou nebo politickou oblast. V prvním případě se jedná o klasické pronajímání sálů pro konferenční účely a využívání reprezentativních prostor lázní v kombinaci s klidnou atmosférou, jež naprostá většina nabízí. Varianta akademická je poměrně častá zejména v souvislosti s medicínou. Běžná jsou lékařská symposia konaná v lázních na základě jejich specializace (například Luhačovice – sjezdy Společnosti rehabilitační a fyzikální medicíny). V tomto bodě plní lázně jedinečného prostředníka, kde je možno zkombinovat jak konferenční zázemí, tak přímé pozorování pacientů, kteří nejsou navíc pod tak velkým tlakem, jako by tomu bylo například v nemocnici. Poslední kategorie konferencí s politickým zaměřením je neméně důležitá. Nejedná se sice o tak časté události, jejich význam je ale poměrně značný. V případě mezinárodní účasti na takovýchto jednáních chce většinou pořádající země zdůraznit multikulturní tradici místa a nastolit tak příjemnější atmosféru setkání (jako příklad mohu uvést setkání prezidentů České republiky a Polska v Priessnitzových léčebných lázních roku 2003<sup>4</sup>). Lázeňské prostředí navíc politikům nabízí možnosti, jak se prezentovat mezi lidmi v klidném a upraveném prostředí na rozdíl od setkání například na izolovaném zámku. Podobná setkání se díky tomu stávají i veřejnou událostí. Dalším příkladem významné státní události v lázních je i zasedání Visegrádské čtyřky (prezidenti Maďarska, České republiky, Polska a Slovenska) v Karlových Varech v roce 2010. Právě tato konference dokonale ilustruje, proč byly upřednostněny lázně před městem nebo zámkem. Již několik dní předem se Karlovy Vary na setkání připravovaly – probíhalo čištění ulic, bezpečnostní opatření, úpravy veřejných prostranství. Jakmile státníci do Karlových Varů dorazili, předvedla jim hradní stráž přehlídku a každý byl slavnostně uvítán. Po ní se zúčastnění odebrali na prohlídku města, ochutnávku lázeňských oplatků a místních produktů<sup>5</sup>. Celá akce se koná za přítomnosti kamer, reportérů a samozřejmě přihlížejících. Je ve všech směrech důležitou událostí, která ovlivňuje chod celého lázeňského místa a utvrzuje jeho pozici coby významné lokality České republiky s přeneseným významem na podobná zařízení u nás.

---

<sup>4</sup> (Priessnitzovy léčebné lázně a.s.)

<sup>5</sup> (iDnes.cz, 2010)

### 2.3.1. Urbanistika

Další oblastí, na kterou má lázeňství vliv, je urbanistika. Pro tuto část je nejprve nutno vysvětlit, jak lázně vypadají. Jde většinou o soustavu budov spadajících pod jednu provozní společnost. Tyto budovy spolu sdílí určitý vymezený prostor. Obvykle se skládají z hlavního sanatoria (budova s lůžky a procedurami), ředitelství (budova s kanceláři, popřípadě s přijímací kanceláří), léčebné budovy (budova specializovaná na léčebné zázemí – najdeme zde například bazén, posilovnu, vany pro koupele, prostory pro masáže, rentgeny, ordinace lékařů). Vše doplňuje množství budov se službami jako je trafika, obchod s potravinami, suvenýry, restaurace, bary, holičství, pošta a další. Území, na kterém se lázně nacházejí, má většinou statut lázeňského území a platí na něm zvláštní opatření. Ta spočívají především v ochraně čistoty vzduchu, a zamezují tak výstavbu, která porušuje emisní limity. Lázeňské území má také jasná pravidla hlukových limitů, specifická pravidla pro jízdu na kole, povolenou rychlost pro motorová vozidla a zákaz volného pobíhání psů. Jednotlivé budovy na lázeňském území jsou většinou propojeny součástí ulic a cest pro pěší. Větší část tohoto území je navíc definována jako pěší zóna. Tyto zóny jsou stavebně doplněny o specifické prvky, které můžeme najít právě v lázních. Jedná se hlavně o promenády a kolonády. Rád bych osvětlil význam obou pojmů, neboť se často zaměňují. Promenáda je prostor vyhrazený k procházkám, popřípadě doplněný lavičkami. Prostor není nijak krytý, může být vyzdoben mozaikovou podlahou, okrasnými dřevinami, květinami, vodotrysky a fontánami. Jako příklad uveďme prostranství před Jurkovičovým domem v Luhačovicích. Oproti tomu kolonáda (z latinského slova column) je prostor taktéž určený k procházkám ale, na rozdíl od promenády, zastřešený. Jedná se o konstrukci se střešou podepřenou sloupy rozmístěnými v pravidelných intervalech. Kolonády patří k prestižnímu vybavení lázní a ty nejhonosnější lázně se chlubí i těmi největšími – například Karlovy Vary, Mariánské Lázně. Jejich promenády jsou poměrně dlouhé a nabízejí hostům možnost procházek venku i za nepříznivého počasí. Pro pohodlí jsou doplněny lavičkami i obchody. Mezi další stavební doplňky lázní patří pomníky a různá sochařská díla, která jsou umístěna v okolí lázní. Jde například o prameny a pomníčky (Priessnitzovy lázně v Jeseníku nesou světový unikát 88 pramenů a pomníčků na ploše 3 km<sup>2</sup>), dalšími předměty mohou být kamenné lavice nebo busty na místech, jež si oblíbili různé slavné osobnosti (například Goethova lavice).

Pokud se podíváme na lázně coby element utvářející profil města, najdeme jeho vliv v mnoha oblastech. Musíme, ale rozlišit jakým způsobem lázně do vývoje města zasáhly.

- 1) **Založení lázní na určité lokalitě vedlo k rozvoji města v jejich těsné blízkosti, popřípadě okolí.**
- 2) **Lázně byly vytvořeny nedaleko již stávajícího osídlení.**

Jako příklad první možnosti použijí lázně Karlova Studánka. Ty byly založeny díky svým sirným pramenům řádem Německých rytířů. Nejprve sestávaly z několika budov, kam šlechta přijížděla pouze v letním období. Poté byly tyto budovy nahrazeny dalšími, umožňujícími celoroční pobyt. Pro údržbu a správu těchto budov musela být najata a následně ubytována řada personálu. Tito zaměstnanci nemohli přijíždět pouze jako doprovod šlechticů. Bylo tak nutno postavit domy a zabezpečit nezbytné služby – obchod, hygienické zázemí. S postupem doby přicházely další sociální a vzdělávací služby jako školy, zdravotní péče. S větším počtem klientů lázní se navíc zvětšoval i počet zaměstnanců. Ti započali zakládat vlastní rodiny. K organizování pořádku a zajištění bezpečnosti bylo nutno vytvořit správní orgány – hasičskou stanici, policejní stanici a samozřejmě úřady zajišťující státní agendu. Takovéto město má nyní specifickou strukturu obyvatelstva. Stálí obyvatelé totiž tvoří jen minimální množství z celkového počtu ubytovaných. Město tak má ráz srovnatelný s jiným klasickým městem, ale po odečtení lázeňských hostů by se počtem stálých obyvatel dostalo na úroveň menší vesnice. Většina obyvatel je navíc zaměstnána u výhradního zaměstnavatele a tím jsou lázně. Je ovšem jasné, že ne všichni obyvatelé podobných měst jsou zaměstnáni jen v lázních. Lázně, které byly založeny na zelené louce, se vyznačují svou ojedinělou lokalitou, často izolovanou od ostatního osídlení, a jsou obklopeny krásnou přírodou a hustými lesy. Je proto logické, že mnoho dělníků pracujících v lese se do takovýchto městeček také přistěhovalo využívajíc zázemí prosperující lokality. Specifikem těchto měst byl rovněž jejich lázeňský statut. Ten se vyznačoval poměrně vysokou prestiží spojenou s přítomností šlechty a také větším bohatstvím lázeňských měst, což bylo dáno jednak příjmy z různých lázeňských tax, jednak přímými příspěvky od pacientů, kteří chtěli po svém několikaletém pobytu v lázních zanechat něco, co by je připomínalo. Z tohoto bohatství těžily nejen lázně, ale i obyvatelé městeček. Obydlí i těch nejhudších nemohla vypadat odpudivě, neboť by to klienty rušilo při procházkách do okolí. Obyvatelé tudíž byli nuceni držet určitou úroveň a kvalitu bydlení. Pokud ji nebyli schopni dodržet, byli přinuceni tlakem okolí k odstěhování, nebo jim mohlo být nabídnuto bydlení v nájemních bytech. Jedinečnost postavení takovýchto měst zůstává zachována i v dnešní době. Zůstaňme u příkladu lázní Karlova Studánka. Město má 240<sup>6</sup> stálých obyvatel a lázně dis-

---

<sup>6</sup> (Karlova Studánka)

ponují 450<sup>7</sup> lůžky. Na jednoho obyvatele tak připadají dva lázeňští hosté. Tento počet můžeme ještě navýšit o dalších 500 lůžek za ubytování v soukromí. Teoreticky se dostáváme na počet obyvatel kolem 1 300 osob, z toho pouze 240 stálých. Pro obyvatele, kteří každý den dochází do práce v lázních a tráví svůj čas v takovémto lázeňském městě, působí množství obyvatel jako prvek, který je utvrzuje v pocitu městského života. Unikátní je princip obměny těchto „obyvatel“. Většinou totiž neumírají a nerodí se, ale po několika týdnech odjedou a jiní přijedou. Stálý obyvatel se neustále setkává s novými lidmi. Kdyby ten samý člověk bydlel na vesnici s 1 500 obyvateli, po několika letech by od vidění znal většinu z nich. V lázních toto ovšem není možné. Dalším jedinečným prvkem je anonymita. Setkáváme se s ní například ve velkých městech. Na maloměstě nebo vesnici ji téměř nelze zaručit. V případě lázní může platit obojí tvrzení. Stálí obyvatelé bydlí většinou v oblasti související s lázněmi a vytvoří si mezi sebou osobní vazby jak na základě každodenního setkávání, tak na základě činností souvisejících s rozvojem města – volby, městský úřad a další. Na druhou stranu jsou lázeňští hosté a turisté ubytováni i v soukromí a mnozí obyvatelé pronajímají i část svých domů. Dochází k promíchávání obou skupin. Místní lidé proto setkávají stále nové tváře, které představují anonymní prvek v jejich komunitě. Výjimečnost lázeňských měst podtrhuje i množství služeb, které v nich lze nalézt. Široká škála služeb vznikla především kvůli lázeňským hostům, pro které je velký výběr z nabídky obchodů a různých gastronomických podniků přidanou hodnotou, proč právě tyto lázně navštívit. Ruku v ruce s tím přichází i kulturní nabídka, která je v lázeňském městě zastoupena širěji než ve srovnatelně velkém ale klasickém městě nebo vesnici. Tento stav vychází už z historických reálií, neboť s hosty, kteří do lázní putovali, jezdilo i množství řemeslníků, kteří jim nabízeli doplňkové produkty. Mezi takové služby patřily i kočovné herecké skupiny nebo hudebníci. Časem se pro ně postavily i stálé scény, kde mohli své umění provozovat. Na závěr popisu tohoto typu lázní bych rád zmínil ještě mapu pohybu jednotlivých osob po lázních. Podíváme-li se na lázně, které jsou založeny na zelené louce, zjistíme, že se nachází v údolích a přístupové cesty přicházejí z jedné, maximálně dvou stran. Residenční část místních obyvatel je většinou umístěna v níže položené oblasti, zatímco zařízení pro hosty a procházkové trasy jsou koncentrovány spíše do výše položených oblastí. Budeme-li pozorovat hosty i místní, uvidíme určité oblasti, kde se pohybují nejčastěji. Místní obyvatelé putují z residenční části do lázeňské za prací, na okraj residenční čtvrti za nákupy a přístupovými komunikacemi pryč z města, potřebují-li odcestovat. Hosté a pacienti se pak nejvíce zdržují v lázeňské části a hodně času věnují procházkám

---

<sup>7</sup> (Kamsi.cz)

po lesích nebo okolí lázeňského místa. Část z nich navštěvuje obchody a služby, které se nachází na pomezí obou oblastí. Právě tato oblast je určitým centrem, kde přijdou obě skupiny nejvíce do kontaktu. Pro ilustraci uvádím příklad lázní Karlova Studánka tak, jak bylo vypořováváno během přípravy vlastní bakalářské práce osobních pozorování na místě.



**Obrázek číslo 1:** Modře jsou zaznačeny pohyby místních obyvatel a červeně pohyby hostů lázní. Lázeňské budovy jsou rozmístěny na obrázku vlevo a domy místních obyvatel vpravo. Z obou stran vedou do obce přístupové komunikace.

Druhým typem, který byl již zmíněn, jsou lázně založené u již dříve existujících osad a měst. Důvodem mohlo být zvýšení využívání místa, které místní obyvatelé používali k léčení již dříve. Tento typ lázní sdílí mnoho znaků s typem předchozím. Přesto se v několika ohledech liší. Rozdíl se objevují zvláště v infrastruktuře a zázemí původní osady. Ta se musela přetransformovat z původního systému obživy obyvatel, jako bylo zemědělství, práce v lesích, manufaktury, na služby, které představovaly něco nového. Lázně, které byly založeny u již stávajícího města nebo osady, prožily daleko rychlejší růst než lázně, založené na zelené louce. Měly totiž výhodu právě v zázemí města a hlavně v množství pracovní síly. Tu nemusely přivést, ale mohly využít stávající zdroje. Navíc nebylo potřeba budovat ubytování pro zaměstnance, neboť ti mohli bydlet ve svých stávajících domech. Profit pro město byl rovněž výrazný. Města se rázem stala centrem oblasti a dostalo se jim daleko větší pozornosti, než měla předtím. Pozornost se projevovala hned v několika oblastech. První byla infrastruktura. Města musela vybudovat kvalitnější síť silnic, než budovala dosud. Bohatší hosté neměli

zájem cestovat po špatně udržovaných cestách, kde jim hrozilo nebezpečí. Nutné bylo tyto cesty vybudovat do lázeňského místa a zajistit jejich údržbu. Další bod spočíval v nabídce služeb ve městě. Sortiment, který zde existoval dříve, nemohl lázeňským hostům plně dostávat. Příklad takovéto situace bych rád ilustroval na městu Jeseník a Priessnitzových lázních. Jakmile Priessnitz založil na kopci asi kilometr od města lázně, místní obyvatelé toho začali okamžitě využívat, a to poskytováním ubytování, neboť lázně nebyly schopny uspokojit všechny zájemce. Místní proto začali pronajímat pokoje ve svých domech. Další oblast se týkala zásobování lázní produkty jako jídlo, řemeslné práce či různé sanitární práce. Lázeňští hosté na oplátku zvelebovali i město samotné. Kupříkladu holandská princezna po svém pobytu nechala ve městě vybudovat evangelický kostel, který byl první v celé široké oblasti, a nemocnici, která byla určena převážně pro místní, i když ji mohli využívat i lázeňští hosté. Další host, maďarský hrabě, si nechal během svého dlouholetého léčení postavit dům na náměstí a ve městě inicioval výstavbu vodovodu. Podobné služby se ostatní města na území Slezska dočkala až o nejméně třicet let později. Kromě zvýšené kvality bydlení ve městě se navíc zvedlo i povědomí o daném místě. Dodnes se traduje historka o dopisu, který byl zaslán ze Spojených států amerických v první polovině 19. století. Jako adresát byl uveden pouze Vincenz Priessnitz, Gräfenberg (dnešní Jeseník).

Města díky této zvýšené prestiži vzkvétala rychlým tempem a dočkala se vlny přistěhovalců, kteří chtěli využít nových pracovních možností. Seznam výhod je totožný i v dnešní době. Pouze s tím rozdílem, že transformace je již dokončena a město by bez lázní nemohlo existovat. Velké množství obyvatel pracuje v cestovním ruchu, který souvisí s lázněmi jako hlavním lákadlem oblasti. Podíváme-li se opět na příklad Jeseníku, tak zjistíme, že ve městě žije 12 217<sup>8</sup> obyvatel, lázně disponují kapacitou zhruba 700<sup>9</sup> lůžek a dalších přes 2 000 míst je k dispozici v ubytování v soukromí přímo ve městě (spádová oblast Jeseníku poskytuje ještě další kapacity opět v řádech tisíců). Město tak při plném využití kapacit může narůst o polovinu celkového počtu svých obyvatel. Aspekty s tím spojené byly zmíněny již dříve a v tomto typu se také shodují. Co je ovšem odlišné u tohoto typu lázní od předešlého, je vztah mezi místními obyvateli a hosty. Tato města mají více obyvatel než v případě lázní prvního typu. Tudiž i když je společné, že lázně jsou podstatným elementem, ve městě se liší přístup místních obyvatel k lázním a lázeňství. Zatímco u lázní založených na zelené louce mají obyvatelé města pocit, že žijí v lázních a jsou spíše součástí lázní než přímo samotným městem, tak u druhého

---

<sup>8</sup> (Městský úřad Jeseník)

<sup>9</sup> (Priessnitzovy léčebné lázně a.s.)

typu obyvatelé vnímají historii města a lázně berou jako element, který zde byl umístěn až později. Shodují se ovšem v bodu, kdy pocítují určitou hrdost nad přítomností lázní právě v jejich městě. Hrdost není ani tak dána prosperitou, kterou lázeňství přineslo, nýbrž spíše množstvím známých osobností, které se v lázních léčí nebo léčili. Roste tím totiž jejich společenská prestiž a mají podobný dojem, že jsou v centru dění. Tato přidaná hodnota je velký bonus, který zkvalitňuje životní styl v podobných městech. Na tomto místě je ovšem nutno podotknout, že v období socialismu byl tento efekt dosti utlumen. Bylo to dáno především snahou o transformaci lázní do zařízení nemocničního typu s nemocničními pravidly. V případě nemocnic už okolní obyvatelé tolik nezajímá, leží-li v nich slavná osobnost, nebo ne. Nemocnice jsou spojovány spíše s negativními pocity, zatímco lázně navozují naopak pocity pozitivní.

## **2.4 Co přineslo lázeňství společnosti**

V této části práce bych rád uvedl, jaký je přínos lázeňství dnešní společnosti, popřípadě jaké jsou rozdíly v porovnání s minulostí. Zisky pro společnost vidím hlavně ve dvou směrech. Záleží totiž, jestli se na ně díváme z hlediska klientů lázní, nebo místních obyvatel. Lázně vytvořily pro návštěvníky zcela novou službu umožňující léčení v klidném a relaxačním prostředí. To se dříve nedělo a pacienti byli hospitalizováni v nemocnicích, nebo se léčili doma. Upravené prostředí lázní s procedurami tak vytvořilo lákavou alternativu. Pacient v lázních nabírá sílu, popřípadě se léčí a zároveň může své starosti konzultovat s ostatními klienty. Díky tomu, že vidí podobné starosti i u druhých, nemá pocit osamocení se svým problémem. Lázně se rovněž staly způsobem, jak ventilovat různé stresové situace, ať již pracovní, nebo osobní. Člověk může odjet na léčení do lázní a uniknout těmto starostem. Je o něj pečováno na profesionální úrovni a načerpá nové síly. V minulosti byl pobyt v lázních také otázkou prestiže, neboť ne každý si jej mohl dovolit. Dnes ekonomický faktor nehraje až tak velkou roli, přesto se jedná o významnou složku trávení volného času. Dalším přínosem je také poznání jiné oblasti, než představuje bydliště pacienta. Během delšího léčebného pobytu může pacient procestovat okolí lázeňského místa a seznámit se s historií i tradicemi oblasti. To jednak podporuje vlastivědu republiky, jednak přispívá k rozvoji cestovního ruchu. Poslední částí je ta, která byla popsána již několikrát, a to rozvoj mezilidských vztahů, které v lázeňském prostředí vzniknou. Ať již jde o přátelství, či náhodnou známost, každý účastník takovéto interakce si z ní něco odnese. Tyto poznatky mohou ovlivnit způsob vnímání jeho okolí. To je důležité u lidí, kteří bydlí na vesnicích nebo v uzavřených komunitách a nemají častý kontakt se širší



veřejnosti. Své poznatky přinášejí zpátky do oblasti svého bydliště a ovlivní okolí svých blízkých. A to jak pozitivně, tak negativně.

Vliv lázeňství na místní obyvatele ses tím v některých rysech shoduje. Společné rysy existují především ve způsobu vnímání svého okolí. Díky časté interakci s lázeňskými hosty znají místní obyvatelé chování lidí i z jiných oblastí, než je pouze ta jejich. Místní obyvatelé vidí přínos spíše v oblasti ekonomické, a to na základě příjmů z cestovního ruchu. Jedná se jak o služby poskytované přímo v lázních, tak o doplňkové služby poskytované v rámci cestovního ruchu. Zajímavé rovněž je, že se většinou nejedná přímo o vnímání větších finančních prostředků pro jejich obec, ale jde spíše o dopady na infrastrukturu (opravy silnic, železnic, sítí) a také celkovou upravenost oblasti (okrasné plochy, sekání luk a náletových dřevin). Místní obyvatelé jsou si vědomi i většího množství služeb poskytovaných díky velkému počtu lázeňských hostů a lepší zdravotní péči. Vnímají, že stejné služby (správní úřady, nákupní možnosti, restaurační záležitosti) by se ve městě podobné velikosti nenacházely a musely by za nimi dojíždět. Pozorujeme tak zvláštní formu vnímání města jako většího, než ve skutečnosti je. Místní se domáhají stejných pravomocí a významu svého města, která by dle jejich názoru měla být srovnatelná s městem například dvojnásobné velikosti. Na základě svých zkušeností ze života v takovémto městě si troufám říci, že to posiluje i lokální patriotismus, který bude ve srovnání s jinou obcí jistě větší.

### **3. O lázeňské péči**

Základní rozdělení poskytované péče je na ústavní (poskytována lázeňskými domy a pacient zde bydlí) a ambulantní (pacient do místa dochází).

Do obsahu současné lázeňské péče nepatří jen léčebná péče, ale i ubytování, stravování, kulturní a sportovní možnosti. Kvalita jednotlivých složek se liší místo od místa, ale obecně lze říci, že je na velmi dobré úrovni. Přesto můžeme sledovat, že v některých obdobích se kvalita poskytovaných služeb snižuje. To je spojeno zvláště se zaváděním různých úsporných opatření souvisejících se snahou o snižování nákladů na provoz lázeňských domů.

Mezi nejčastější léčebné metody, se kterými se můžeme v českých lázních setkat, patří:

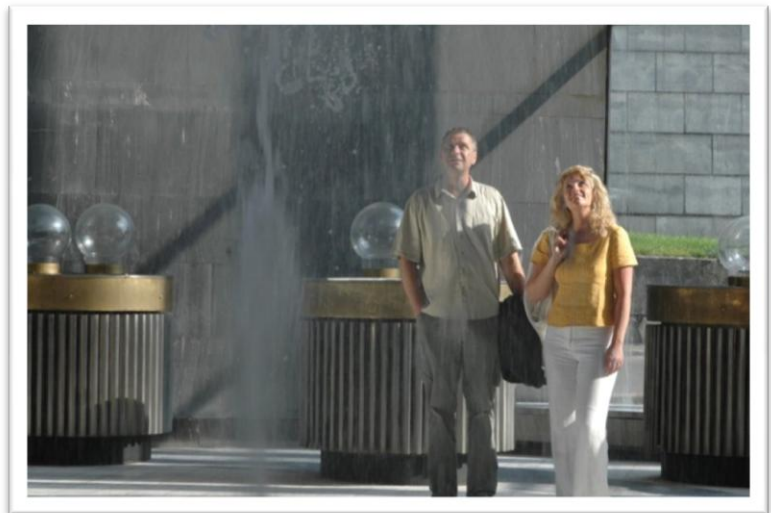
- pitná kúra (pití minerální vody z pramenů nebo vývěrových míst)
- vodoléčba (klasická léčebná metoda aplikující vodu na tělo pacientů pomocí koupelí, zábalů, obkladů a stříků s následnými otěry)

- léčebné inhalace (využívá k léčbě horních cest dýchacích vodu bohatou na soli)
- fototerapie (především k léčbě duševních chorob, využívá světelné záření ze silných zdrojů)
- kineziterapie (zaměřená na léčbu a posilování kloubů)
- elektroterapie a magnetoterapie (elektrické a magnetické účinky na lidský organismus)
- pobyty v klimaticky specifických prostorách (různé solné jeskyně, inhalace CO<sub>2</sub> a další)

V oblasti plateb za lázeňské pobyty se rozlišují tři hlavní způsoby<sup>10</sup>: hrazení samoplátcem, příspěvková péče a komplexní péče.

Ke každému způsobu uvádím profil typického klienta. Tyto profily byly vytvořeny na základě vlastního dlouholetého pozorování a zkušeností z práce v lázeňském prostředí a mezi klienty lázní.

*Samoplátce* – Klient si sám vybere lázně, kam chce jet, i délku pobytu, která není nijak hrazená pojišťovny. Po příjezdu do lázeňského zařízení podstoupí vstupní prohlídku u lékaře. Ubytování nemusí být nutně v lázních, ale může využít penzionů i ubytování v soukromí. Tyto druhy pobytů jsou spíše kratšího charakteru do 1 týdne. Využívají je hodně manažeři pro rychlé načerpání sil. Co do výběru lázní rozhodují se hlavně na základě vlastní zkušenosti, doporučení (nebo prestiže), výhodných akcí a balíčků.



Převážná část klientů pochází ze středních a vyšších vrstev společnosti. Věkově je můžeme zařadit do rozmezí mezi 35- 60 lety, cestují s partnerem ale bez dětí. Během pobytu využívají různých gastronomických nabídek a turistických možností (v zimě například lyžování). Kulturu tolik nevyhledávají, neboť jejich pobyt je příliš krátký na to, aby se mohli zorientovat. Od

<sup>10</sup> ( Svaz léčebných lázní České republiky)

služeb očekávají vysokou úroveň podobnou hotelovým zařízením. Požadují kvalitní gastronomii a dobrou dopravní dostupnost především prostřednictvím automobilů. Nejsou rovněž tolerantní k prodlevám při registraci nebo vstupu na procedury. Cílem těchto hostů je načerpání sil a relaxace před dalším pracovním obdobím. Jejich heslem je: „Za své peníze chci vidět výsledky“.

*Příspěvková péče* – Obvodní lékař v takovém případě zašle žádost na pojišťovnu, která poté nabídne klientovi seznam lázní. Ten si vybere a během pobytu si hradí ubytování, stravování a jízdné. Pojišťovna hradí jednotlivé procedury. Tento druh pobytů trvá kolem 21 dní a klient si jej čerpá z vlastní dovolené. Hodně těchto klientů využívá ubytování v soukromí v blízkosti lázní. Tento druh péče využívají hlavně chronicky nemocní, například jednou za rok. Pacienti volí hlavně zařízení, která jsou finančně výhodná. Může se jednat i o chronicky nemocné děti v doprovodu rodičů.



Klasickým pacientem bude starší člověk (50-70 let), chronicky nemocný nebo pacient v invalidním důchodě. Využívá mimo sezónních cen a speciálních akcí. Do lázní přijede kvůli slevě nebo na základě vlastní zkušenosti. Nevyužívá příliš kulturní ani společenské nabídky, a pokud bydlí v soukromém apartmánu, je schopen si i sám uvařit. Takový host je nenáročný a nevdá mu počkat na svou proceduru.

*Komplexní péče* – U nás velice rozšířený způsob lázeňských pobytů. Obvodní lékař zašle žádost o lázně na klientovu pojišťovnu. Ta po schválení vybere lázně a přidělí je klientovi. Ten získává zcela hrazený lázeňský pobyt včetně ubytování a stravování. Jeho pobyt je na 21, nebo 28 dnů a po tuto dobu je pacient v pracovní neschopnosti. Komplexní péče je udělována většinou po úrazech, operacích a jiných vážných událostech kvůli zotavení.



Typický klient se zde stanovuje poměrně těžce. Jednalo by se pravděpodobně o osoby ve věku 40-70 let, cestující v páru (kdy často jeden bývá samoplátce). Tito klienti využívají všechny kulturní i sportovní možnosti lázní včetně výletů do okolí. Nespěchají, jdou si pravidelně sednout do kaváren nebo restaurací. Seznamují se s ostatními klienty lázní a společně tráví volný čas. Uvědomují si, že mají pobyt hrazený, ale občas si postěžují na kvalitu služeb. Do lázní je čas od času přijedou navštívit jejich rodinní příslušníci. Může se také jednat o rodiče doprovázející nemocné dítě. Ti jsou ubytováni ve specializovaných lázeňských domech společně s ostatními rodiči a dětmi.

### **3.1. Charakteristika lázeňství v České republice**

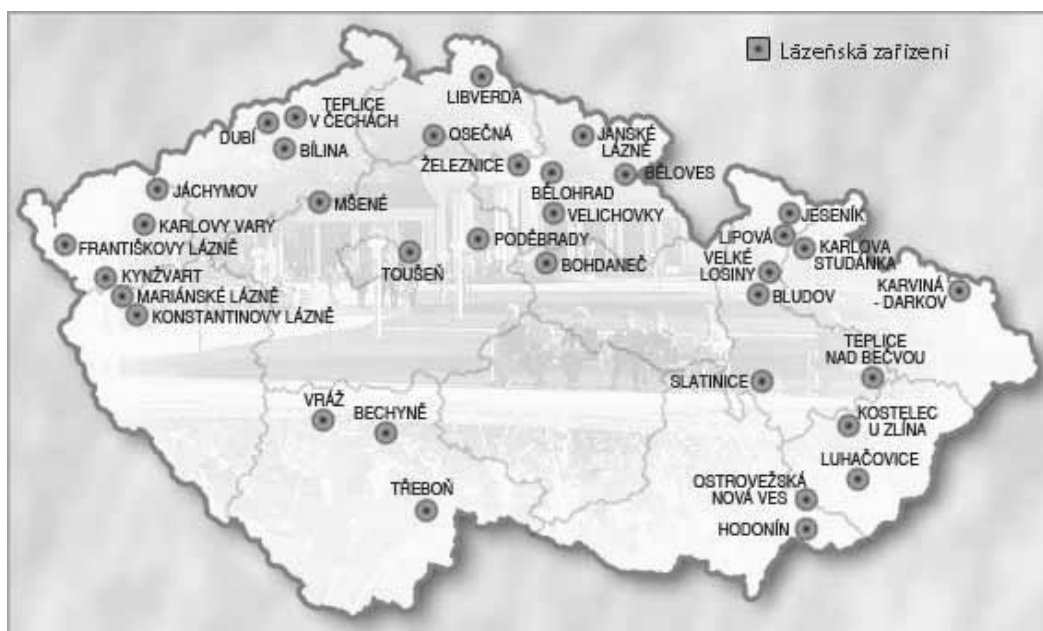
Nyní se podívejme, jak vůbec lázeňství České republiky vypadá na počátku 21. století a kam asi směřuje. V České republice je registrováno 85<sup>11</sup> lázeňských zařízení s ubytovací kapacitou okolo 30 000 lůžek. Největší počet jejich klientů přichází z programů hrazených pojišťovnamy, a to v rámci komplexní i příspěvkové péče. Celkový počet klientů lázní dosahuje do 400 000<sup>12</sup> osob ročně. 60 % hostů je domácích a přibližně 40 % zahraničních. Je ovšem potřeba uvést, že většina klientů lázní ze zahraničí, asi 75 %, přijíždí do oblasti Karlovarského kraje, zatímco čeští klienti představují pouze 25 %. Rozložení ilustruje následující graf:

---

<sup>11</sup> ( Svaz léčebných lázní České republiky)

<sup>12</sup> (CzechTourism)

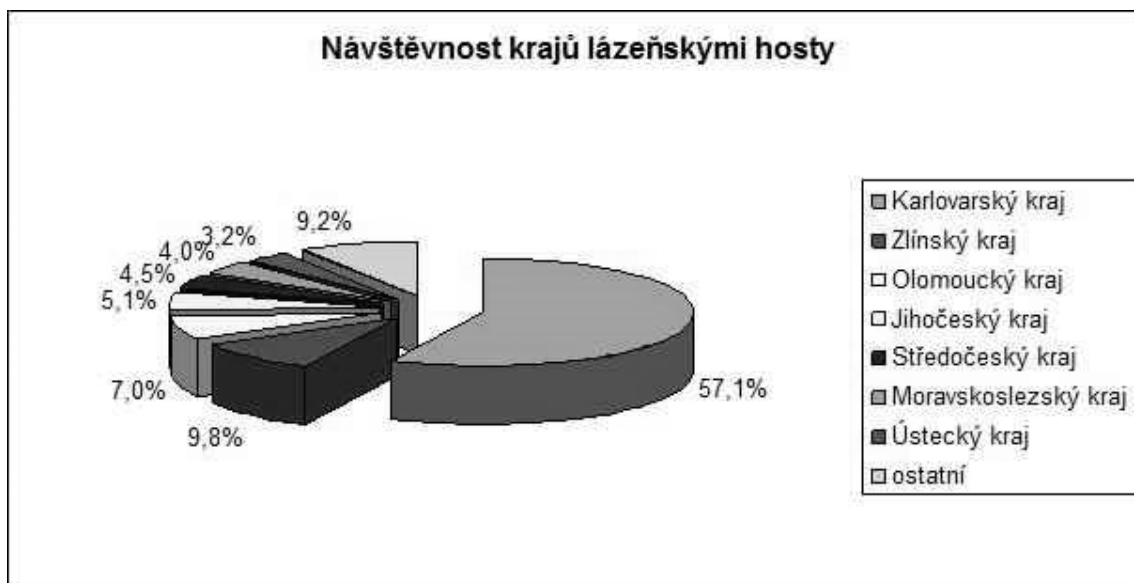
**Obrázek číslo 2: Rozložení hlavních lázní v ČR**



**Zdroj:** Turistické regiony ČR; Lázeňská zařízení ČR:

[http://www.tourism.cz/encyklopedie/seznam.phtml?typ=163,164,430,435&id\\_mapy=39&lng=&menu=](http://www.tourism.cz/encyklopedie/seznam.phtml?typ=163,164,430,435&id_mapy=39&lng=&menu=)

**Graf číslo 1: Rozložení návštěvnosti lázní**



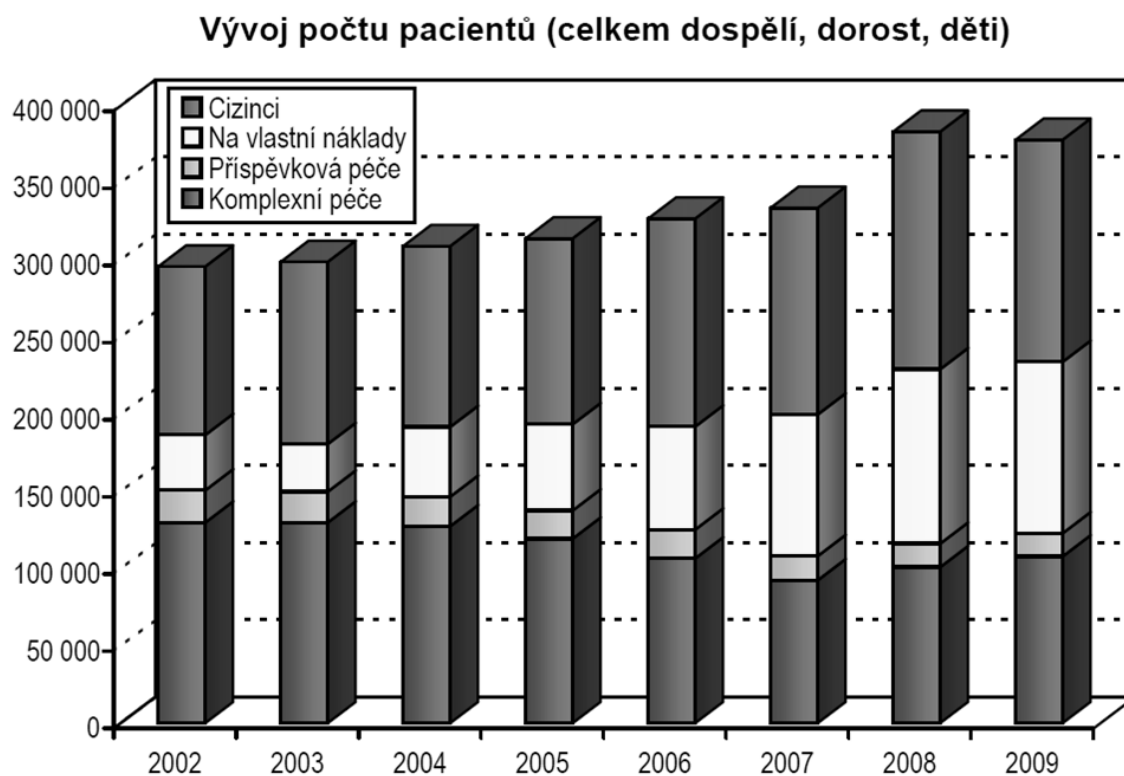
**Zdroj:** Český statistický úřad a CzechTourism

CzechTourism, První pololetí českých lázní řečí čísel:

<http://www.czechtourism.cz/media/tiskove-zpravy/prvni-pololeti-ceskych-lazni-rci-cisel.html>

Z údajů za rok 2009 zjistíme, že komplexní péči využilo 108 025 klientů<sup>13</sup> (což je o 6 829 více oproti roku 2008), příspěvkové péče využilo 15 111 osob (což je o 51 méně oproti roku 2008) a samoplátců bylo 111 123 (o 1 918 méně než v roce 2008). Dalšími skupinami byli pacienti ambulantní - 38 885 osob (o 1 536 méně oproti roku 2008) a zahraniční hosté - 143 922 osob (o 10 093 méně než v roce 2008, který byl ale dlouhodobě rekordní). U počtu pacientů z řad dětí a dorostu se jedná o číslo 8 348 a jejich počet není vzhledem k celkovému počtu klientů nijak významný. Dětské pacienty jsou ovšem v lázních většinou v doprovodu rodičů a dohromady již mají na skladbu pacientů vliv. Celkový počet všech hostů dosahoval 378 181 lidí.

**Graf číslo 2: Vývoj počtu pacientů lázeňských zařízení**



**Zdroj:** Ústav zdravotnických zařízení a statistiky České republiky. 2009. *Lázeňská péče 2009*. [pdf] Praha : autor neznámý, 2009.

Graf přehledně ilustruje trend, kterým se snaží směřovat i jednotlivá lázeňská zařízení. Jde o navyšování počtu samoplátců při mírném útlumu počtu osob, kterým je pobyt hrazen pojišťovny. Ti totiž tvoří stálou klientelu a není je možné zcela vypustit. Zároveň dochází ke

<sup>13</sup> (Ústav zdravotnických zařízení a statistiky České republiky, 2009)

zvětšování kapacit ve snaze přilákat větší počet zahraničních klientů. Tuto strategii ovlivnila finanční krize v roce 2009, kdy došlo ke snížení počtu samoplátců i zahraničních hostů. Tento trend ovšem nalezneme i v ostatních oblastech cestovního ruchu.

**Tabulka číslo 1: Top 10 zahraničních hostů v lázeňských místech**

Pořadí	Země	počet hostů		průměrná doba pobytu - dny	
		2002	2003	2002	2003
1	<b>Německo</b>	<b>85 380</b>	<b>74 670</b>	<b>12,8</b>	<b>13,1</b>
2	<b>Rusko</b>	<b>15 501</b>	<b>17 074</b>	<b>14,7</b>	<b>14,2</b>
3	<b>Rakousko</b>	<b>3 510</b>	<b>3 663</b>	<b>10,3</b>	<b>9,4</b>
4	Izrael	3 578	3 630	14,2	14,4
5	USA	3 654	3 530	10,9	12,6
6	Polsko	3 487	2 310	5,1	5,2
7	Slovensko	1 745	1 624	4,8	5,0
8	Nizozemsko	1 326	1 150	9,8	9,2
9	Maďarsko	861	741	10,8	9,1
10	Itálie	842	694	7,4	8,8
Top 10 celkem		119 884	109 086	.	.
celkem cizinci		133 725	123 242	12,6	12,9
domácí hosté		226 473	221 617	18,8	19,1
celkem hosté		360 198	344 859	16,5	16,9

**Zdroj:** Lázeňství – významná součást cestovního ruchu, [pdf]: magConsulting 2004

Prvních 10 států z této tabulky, která je uvedena za roky 2002 a 2003, představuje 90 % všech zahraničních klientů přijíždějících do lázní v České republice. Od roku 2004 dochází ke stále vyššímu přírůstku hostů zejména z Ruska. Rusové nejezdí do České republiky pouze do lázní, ale často spojí pobyt s turistikou po ostatních místech republiky (Praha, Český Krumlov, ...). Přijíždějí i hosté z arabských zemí. České lázně vyhledávají turisté především pro jejich skvělou pověst. Rusové dokonce pokládají Českou republiku za lázeňskou velmoc. U zahraničních klientů je potřeba zdůraznit nerovnoměrnost v rozložení, kdy většina z nich navštěvuje lázně v Karlovarském kraji, zatímco Morava a sever Čech je navštěvován spíše tuzemskými hosty.

### Graf číslo 3: Lázeňská péče dle indikačních skupin



**Zdroj:** Ústav zdravotnických zařízení a statistiky České republiky. 2009. *Lázeňská péče 2009*. [pdf] Praha : autor neznámý, 2009.

Tento graf ukazuje rozložení jednotlivých oblastí léčby. Logicky reaguje na specializaci lázní v různých druzích koupelí, které jsou zaměřeny právě na nemoci pohybové, nervové a oběhové soustavy. Toto zaměření společně s nemocemi horních cest dýchacích provází lázeňství od jeho počátku a je ověřeno léty zkušeností. Ostatní postupy jsou spíše nového charakteru a byly do oblastí lázeňských služeb zařazeny až od poloviny 20. století. Díky tomu jejich postupy nejsou ještě zcela vypracovány a neustále se zdokonalují. Nenabízí je ani všechna lázeňská zařízení.

Většina zařízení se i nadále orientuje v první řadě na klasické lázeňské postupy zahrnující léčbu nemocných pacientů a posílení zdraví při rehabilitačních programech. Jako doplnění nabízí většinou různé manažerské a rodinné pobyty spojené s wellness. Tradiční zůstává využívání klimatických a přírodních zdrojů a prezentace tradice lázeňských míst. Populární se stal doplňkový prodej kosmetiky a rehabilitačních výrobků stejně jako výroba likérů a pochutin s logem lázeňského místa.



### 3.2. Prognóza

Do budoucna se většina lázeňských míst snaží o navýšení počtu samoplátců a zahraniční klientely, kteří přinášejí více finančních prostředků. Rovněž se lázně snaží dostat na úroveň podobných zařízení v západních zemích a zlepšit kvalitu svých služeb. Zde se bohužel mnohé z nich potýkají s problémy zakořeněnými již v dobách socialismu. Jde především o školení personálu a přístup ke klientům, který není vždy na odpovídajícím stupni.

Naopak úprava a stav lázeňských budov je již na velmi dobré úrovni a lázeňské společnosti se soustřeďují na prezentaci své stávající nabídky jak formou propagačních materiálů, tak organizováním doprovodných kulturních, společenských akcí a kongresů. Rozvíjí se rychle trend podnikového wellness<sup>14</sup>. Dá se též očekávat, že počet lázní neporoste, neboť síť je již dostatečně hustá. Místo toho dojde ke konkurenčnímu boji u stávajících a rozšiřování nabídky wellness i do klasických hotelů.

Lázně se také specializují na nabízení balíčků služeb místo jednotlivých procedur. Zákazník si vybere balíček, který je zaměřený na to, co požaduje. Součástí je i specifický druh ubytování nebo stravování.

Trh kopírující trend nalezneme i v důrazu na životní styl nebo přístup k životnímu prostředí. Zde se jedná zvláště o spojení přírody v oblasti lázní a samotného provozu. Pro klienty se uvolnilo větší množství prvků dříve nabízených pouze v hotelích. Jde například o pokrytí ubytovacích zařízení signálem Wi-fi nebo různé donáškové služby až na pokoj. Trendem se zdá být vyhovění zákazníkovi v každém směru, pokud je ochoten si připlatit, a netrvat pouze na sepsaném seznamu nabídky.

### 4. Gräfenberg - Priessnitzovy léčebné lázně Jeseník a.s.<sup>15</sup>

Historie lázní zvaných dle území Gräfenberg, které jsou umístěny na svahu Studničního vrchu u Jeseníku (dříve Frývaldov), sahají až do období třicetileté války<sup>16</sup>. Tehdy vznikla pověst, jež sehrála důležitou roli u založení budoucích lázní zakladatelem Vincenzem Priessnitzem. V době války žil na Gräfenbergu statkář Priessnitz se svou rodinou a čeledí. Jednoho dne, když byl pán domu i s většinou čeledínů mimo dům, táhla územím skupina švédských vojáků. Ti vzali dům útokem a kromě lupy unesli i statkářovu jedinou dceru. Když Priessnitz po ná-

---

<sup>14</sup> (Podnikatel.cz)

<sup>15</sup> (Němčík, 2008)

<sup>16</sup> (Kočka, 1993)

vratu domů zjistil, že jeho milovaná dcera byla unesena, sebral všechny své blízké a okamžitě se vydal po stopách únosců. Dohnal je u studánky v blízkém lese a pustil se s vojáky do šarvátky. Během potyčky se Priessnitzově dceři podařilo uprchnout a schovat se v hlouběji v lese. Její otec ale boj prohrál, a když vojáci odtáhli, vrátila se i ona na osudné místo. Zde našla své drahé v krvi a z neštěstí nad tou ztrátou si vzala život. Její krev se poté promísila s vodou studánky, ze které vystoupila víla a předpověděla budoucí slávu Priessnitzova rodu. Budoucí zakladatel lázní zde nechal na 200. výročí této významné události roku 1848 postavit pomník, dnes nazývaný Priessnitzův pramen. Vincenz Priessnitz<sup>17</sup> se narodil 4. října 1799 jako šesté dítě v rodině chalupníka Jana Františka Priessnitze v osadě Gräfenberg u Jeseníku. Již ve dvanácti letech padla odpovědnost za vedení hospodářství na něj, neboť jeho otec oslepl. Priessnitzova školní docházka tak byla značně omezena a on se již nikdy nenaučil zcela správně psát. Jeho novým učitelem se stala okolní příroda. Životní zvrat nastal v šestnácti letech, kdy ho během práce v lese srazil kůň a pak jej přejel naložený vůz se dřívím. Přivolaný doktor i ranhojič tvrdili, že šance na přežití jsou mizivé, a i kdyby přežil, bude z něj na věky mrzák. Mladý Vincenz si nechal na hrud' přikládat studené vlhké obvazy a jakoby zázrakem se uzdravil. Tuto léčbu údajně viděl u poraněné srny v lese, která si tímto způsobem léčila ve studánce své zranění. Když viděli Vincenzovo zázračné uzdravení sousedé, chodili za ním s žádostí o pomoc nejprve kvůli svému dobytku a později i kvůli svým vlastním zdravotním problémům. Brzy se zpráva o zázračné léčbě rozšířila a Priessnitz musel svou rodnou dřevěnou chalupu rozšířit na kamenný dům s vanami pro koupele a domácím pramenem v suterénu. Roku 1822 tak vznikl první vodoléčebný ústav na světě. Samotné přikládání mokrých obvazů a omývání studenou vodou nebylo nic nového. Priessnitz ale vynikal dobrou pozorovací schopností a učil se případ od případu. Svou léčbu rychle rozšířil o potní kúry. Během nich pacienta pomocí množství pokrývek zahřál a pak jej ponořil do studené vody. Prudká změna teploty způsobila zvýšení činnosti oběhového systému a prokrvení potřebných částí těla. Jelikož měla tato léčba u každého případu jiný účinek, Priessnitz vždy provedl napřed zkoušku a dle reakce kůže zvolil potřebnou délku léčby a její tvrdost. Obdobnými metodami začal léčit široké spektrum nemocí od zlomenin po dnu, revmatismu a nemoci jater či žaludku. Priessnitz zastával názor, že je potřeba léčit nejen konkrétní nemoc, ale i člověka jako celek a posílit tak do budoucna celý organismus. Díky tomu trvala taková léčba poměrně dlouhou dobu – měsíce až roky. Zámožní pacienti, kteří nechtěli takovou dlouhou dobu prožít pouze jako hosté v některém z ubytovacích zařízení provozovaných Priessnitzem nebo některým jiným podni-

---

<sup>17</sup> (Kočka, a další, 2006)

katelem, si mnohdy stavěli ve městě nebo na Gräfenbergu vlastní domy. Každý pacient dostával individuální péči, která obsahovala vše od stravy až po denní a ozdravný režim. Důležitým prvkem byla i léčba prací, k níž často patřilo odklizení sněhu, řezání dřeva či pravidelné procházky na čerstvém vzduchu doplněné o pitný režim a koupele v přírodních sprchách umístěných po okolních lesích. Začátky nového léčebného zařízení nebyly lehké. Místní doktoři v něm viděli hrozbu pro vlastní živobytí a obvinili Priessnitze ze šarlatánství. Hrozilo obnovení honů na čarodějnice, které si vyžádaly ve zdejší kraji před sto lety mnoho životů. Priessnitzovi pomohl světový ohlas na jeho léčbu, když zahraniční lázně začaly uvažovat o zavedení tohoto způsobu léčby na vlastním území. Požádaly Vídeň o posouzení Priessnitzových výsledků a ta roku 1837 udělila své finální resumé, kde označila novou léčbu za průkopnickou a dobrou. Díky tomu se věhlas Priessnitze značně rozšířil a on začal zřizovat nová léčebná zařízení a ubytovací kapacity. Po světě rovněž začaly vznikat podobné ústavy a lékaři se sjížděli do Gräfenbergu za studiem vodoléčby. Jedny z prvních vodoléčebných ústavů vznikly v Německu a Velké Británii. Vděční pacienti, kteří se chtěli svému zachránci odvděčit, začali budovat v okolních lesích na místech vodních pramenů stezky s pomníky. Mnohdy šlo o skvostná architektonická díla, jejichž názvy ukazují, jak široký byl okruh zemí původu pacientů: Maďarský pomník, Polský pramen, Anglický pramen, Francouzský pramen, Rumunský pomník a další. Mezi významné hosty patřili rumunský král Karel I., rakouský císař Ferdinand V., Nikolaj Vasilijevič Gogol nebo baron Rothschild. Odměnou za Priessnitzovo dílo bylo nejvyšší civilní vyznamenání, které Vincenzi Priessnitzovi udělil sám císař Ferdinand V. roku 1846 na Gräfenbergu. Priessnitz ukončil svou životní kariéru roku 1851, kdy podlehl nemoci.

Po jeho smrti se lázní ujali jeho věrní žáci, z nichž někteří vynikali jako kvalitní manažeři a jiní jako schopní doktoři. Začali Priessnitzovy tradiční postupy kombinovat s moderními poznatky a postupně povznesli úroveň lázní na světovou úroveň.

#### **4.1. Přehled dobové poskytované péče**

Pacienti přicházeli do lázní s různými chorobami. Jednalo se jak o ozdravné pobyty po zranění s cílem co nejrychleji obnovit pacientovy síly, tak o čerstvé fyzické úrazy typu zlomenin. Další okruh představovaly nemoci psychického charakteru. Léčily se také nemoci jako dna, chronické průjmy a zácpy, svrab a další. Každý pacient byl před přijetím pečlivě vyšetřen, aby byla zvolena pro něj nejvhodnější léčba. V nabídce byla široká škála léčebných procedur<sup>18</sup>:

---

<sup>18</sup> (Kočka, a další, 2006)

**Obklady** (dráždivé obklady se zachovaly dodnes jako tzv. Priessnitzův obklad), **zábaly, koupele, polevy, vzdušné lázně, sluneční lázně, pohybová terapie, krize.**

Některé léčebné procesy byly náročné jak pro organismus, tak pro pacienta. Rovněž přísný režim mnoha hostům, kteří patřili často k vyšší šlechtě, nevyhovoval, a proto odjížděli nevytápěnými. Procedury také doplňovaly upravené stravovací podmínky. Strava byla jednoduchá, sloužící k posílení organismu. Jídlo se připravovalo vlažné a vcelku neslané. Zcela byl zakázán čaj, káva, pivo. Víno se servírovalo jen ve výjimečných případech. Díky tomu vyrostly na procházkových trasách mléčné bary s možností povoleného občerstvení.

#### **4.2. Moderní vývoj**

Konec 19. století se v lázních Jeseník nesl stále v duchu tradiční Priessnitzovy léčby, a to i přesto že se upustilo od některých agresivních způsobů. Hlavním důvodem byly stížnosti pacientů, kteří často nedoléčení odjížděli a hledali útočiště v jiných lázních, které vodoléčbu také přejaly. Na počátku nového století se vedení lázní ujal Dr. Emmel, kterému se podařilo zmodernizovat léčebné procedury a přinést nové postupy, čímž přilákal široké spektrum pacientů. Lázně se nově zaměřily na léčení psychických a neurologických poruch. Navíc těžily ze světového jména a z bohaté mezinárodní klientely. Zlé časy nastaly před začátkem 2. světové války, kdy musela řada doktorů včetně Dr. Emmela utéct před nacismem. Během válečného období se lázně proměnily v sanatorium pro raněné německé vojáky a později v útočiště dětí z bombardovaných německých měst. Negativně se na vývoji lázní projevil odsun německého obyvatelstva z pohraničí a následný komunistický puč. Lázně přišly nejen o personál a vynikající lékaře, ale i o značnou část klientely. Snaha o smazání všech zmínek o německy mluvících obyvatelích z pohraničí se často až absurdním způsobem projevila v upravování lázeňské kultury. Nejčastějšími objekty se staly lázeňské prameny a pomníčky, kterých je v oblasti kolem 88<sup>19</sup>. Místní dobrovolníci je postupně obcházel, odesávali původní německé názvy a nelogicky překládali do češtiny. Např. místo pramenu Pruského, Vilémova, Zlatého nově vznikly názvy pramen Partyzánů, Bratrství a Svornosti. Díky těmto zásahům a odklonem od původní Priessnitzovy léčby se skoro vytratila původní lázeňská kultura. Postupně si lázně našťástí oblíbili čeští pacienti a návštěvnost začala stoupat. Lázně se nově začaly specializovat na neuropsychologická onemocnění, otravy těžkými kovy a léčbu nemocí horních cest dýchacích. Po revoluci v roce 1989 došlo k privatizaci a vytvoření nové společnosti s názvem Priessnitzovy léčebné lázně a.s. Po útlumu v 90. letech tak došlo k opětovnému rozmachu a

---

<sup>19</sup> (Němčík, 2004)

rozvoji tradičních léčebných postupů. Společně s moderními poznatky a vysokou péčí o návštěvníka se stále více projevuje orientace na poskytování péče hotelového typu. Výhodou je také objevení původních pomníků a památek a s tím spojená popularizace a rekonstrukce těchto odkazů na staré časy. Dnes je již většina opravena a byly realizovány mnohé projekty na jejich zviditelnění, z nichž stojí za zmínku naučná stezka Vincenze Priessnitze. Po otevření hranic došlo k obnovení zájmu zahraničních hostů, z nichž hodně pochází ze sousedního Polska.

Návštěvníci lázní mohou v dnešní době využít množství stezek po okolních lesích vhodných na pěší turistiku či horská kola. K dispozici je rovněž bazén, tenisové kurty, lanová centra a nedaleká střediska pro zimní lyžování. Z kulturní oblasti je k dispozici divadlo, společenské sály, koncertní a výstavní prostory nebo hudební altánky na promenádách.

Pro návštěvníky je dostupná i typická nabídka doplňkových služeb, jako jsou například peněžní a směnárenské služby, bankomat, pošta, kadeřnictví, kosmetika, manikúra, pedikúra, optika, lázeňské zahradnictví. Město Jeseník navíc nabízí mnoho restaurací, barů, kaváren a široké zázemí státních institucí – městskou, státní policii, okresní soud, finanční a sociální úřad, banky, řetězce nízkoobrátkového zboží a další.

Lázně Jeseník trpí zhoršenou dopravní dostupností. Přes hřeben Jeseníků vedou pouze tři silniční tahy, které v zimních měsících pravidelně uzavírá sníh. Vlakové spojení rovněž doplácí na nutnost překonání velkých výškových rozdílů.

Lázně nabízí kolem 650<sup>20</sup> ubytovacích míst doplněných o hojné ubytovací kapacity v soukromí a penzionech. Chybí ovšem hotely vyšší třídy a hotely luxusní.

---

<sup>20</sup> (Priessnitzovy léčebné lázně a.s.)

### 4.3. Přehled současné poskytované péče

V 21. století se snaží Priessnitzovy léčebné lázně poskytovat komplexní lázeňskou péči pro nejširší spektrum zákazníků<sup>21</sup>. Léčí se nemoci pohybového ústrojí, nemoci z poruch látkové výměny a žláz s vnitřní sekrecí, netuberkulózní nemoci dýchacího ústrojí, duševní poruchy, kožní nemoci a ženské nemoci. Místní lékaři mají navíc k dispozici vlastní biochemickou laboratoř, laboratoř na funkční vyšetření plic a srdce, společně se zátěžovými testy. Pacienti s chronickým selháním ledvin mají možnost využít dialýzu v nemocnici v Jeseníku. Lékařská péče je zajištěna nepřetržitě. V nabídce kromě léčebného tělocviku, elektroléčby a vodoléčby nalezneme:

- Priessnitzovu pohybovou terapii
- Priessnitzovy koupele
- bylinkové a perličkové koupele
- skupinová cvičení, inhalace
- elektrospánek, muzikoterapii, magnetoterapii, oxygenoterapii
- lymfodrenáže, plynové injekce
- světloléčbu, arteterapii
- computerová kineziologii
- postupy myoskeletární medicíny.

Mezi doplňkové služby patří masáže, služby kosmetických salónů, léčebné postupy východní medicíny. Pro relaxaci je k dispozici minigolf, bazén, dětská hřiště a ozdravné procházkové trasy.

### 4.4. Analýza provedeného průzkumu

Dotazování respondentů z řad klientů i personálu probíhalo v měsících září a říjnu roku 2010. Dotazování probíhalo za slunných dnů v dopoledních a odpoledních hodinách, kdy bylo nejvíce lidí na procházkách. Jako území pro sběr dat byla vybrána promenáda, prostor před hlavním sanatoriem a centrální svah s vyhlídkou.

---

<sup>21</sup> (Priessnitzovy léčebné lázně a.s., 2009)

Klienti lázní bez zábran odpovídali na otázky a hovořili o svém pobytu v lázních. Dotazování tak proběhlo bez komplikací.

U respondentů z řad zaměstnanců vyzařoval pocit jakéhosi strachu před odpověďmi na otázky průzkumu. Pro získání 15 dotazníků bylo nutné kontaktovat kolem 25 zaměstnanců. Zaměstnanci, kteří se rozhovoru zúčastnili, již bez problému odpovídali na otázky a doplňovali je. Obecně navíc platilo, že čím nižší je pozice, tím větší množství informací respondent podal.

#### **4.4.1. Přehled výsledných zjištění - klienti**

U každé otázky jsou kromě komentáře výsledků uvedeny i informace, které byly získány v rámci rozhovoru s respondenty, a zjištění z osobního pozorování.

Otázka č. 1: Čech, nebo cizinec?

**Respondenti, kteří se zúčastnili průzkumu, byli z 93 % české národnosti.**

*Ostatní klienti byli z Kanady a Německa.*

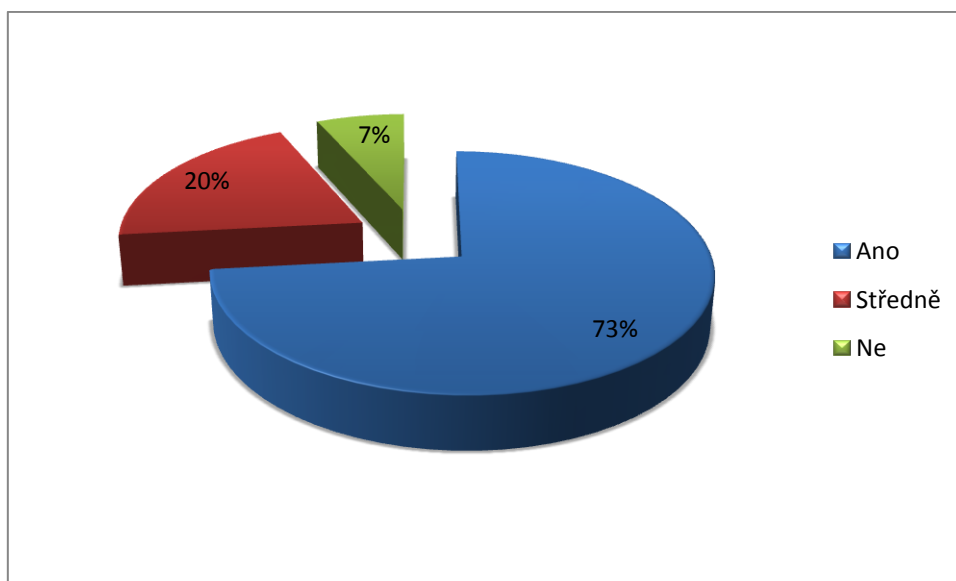
Otázka č. 2: Líbí se Vám prostředí, ve kterém jsou lázně umístěny?

**Všichni respondenti shodně odpověděli, že se jim líbí prostředí lázní.**

Otázka č. 3: Jste spokojen (a) s cenou poskytovaných služeb?

**80 % respondentů odpovědělo, že jsou spokojeni s cenou poskytovaných služeb v lázních Jeseník.**

Otázka č. 4: Jste spokojen (a) s rozsahem poskytovaných služeb?



**73 % procent respondentů odpovědělo, že jsou spokojeni s rozsahem služeb, které lze využívat v lázních Jeseník.**

*U této otázky zdůrazňovaly především matky s dětmi potřebu většího počtu aktivit pro děti, které by byly organizovány prostřednictvím ředitelství lázní. Některé měly totiž pocit, že je atmosféra lázeňského prostředí až příliš klidná a v případě škaredého počasí nemají s dětmi žádný program.*

Otázka č. 5: Jste spokojen (a) s kvalitou léčebných procedur a služeb?

**83 % respondentů odpovědělo, že jsou spokojeni s kvalitou služeb, které lázně poskytují.**

*Několik dotazovaných ovšem uvedlo, že celkový dojem kazí místní jídelny. Jídlo je v restauracích chutné, ale v jídelnách stejné kvality nedosahuje.*

Otázka č. 6: Jste spokojen (a) s ubytováním?

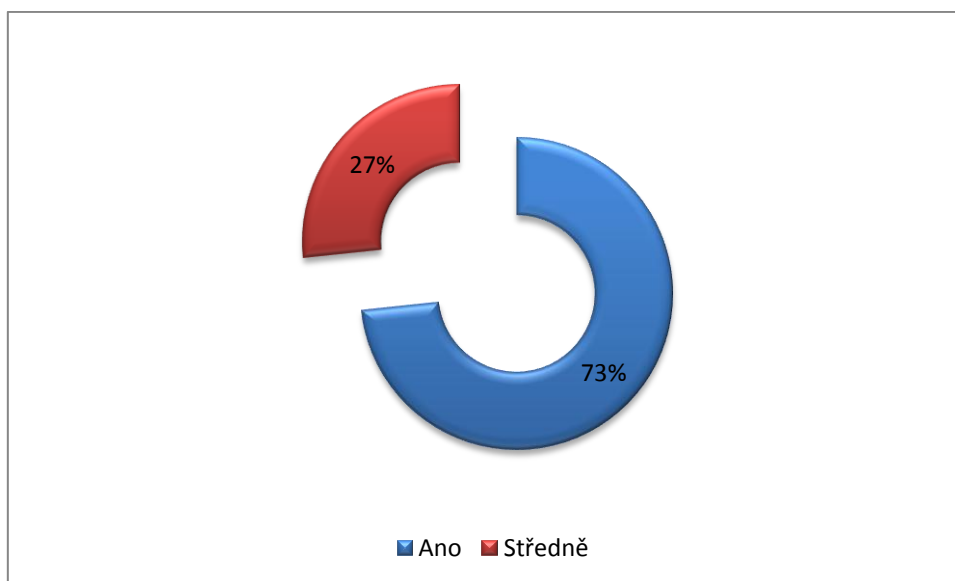
**93 % respondentů uvedlo, že jsou spokojeni s kvalitou ubytování.**

*Většina respondentů byla ubytována v zařízeních, které spravuje ředitelství lázní. Tyto lázeňské domy jsou nově opraveny, a tudíž mají vysokou kvalitu.*

*Dva respondenti ale také uvedli, že mají pokoje sice hezké, ale protože jsou ubytováni na jednolůžkových, mají malé pokoje v rohu budovy s malými okny.*



Otázka č. 7: Jste spokojen (a) s profesionalitou a přístupem personálu?



**73 % respondentů v odpovědích uvedlo, že jsou spokojeni s kvalitou personálu, který je obsluhuje.**

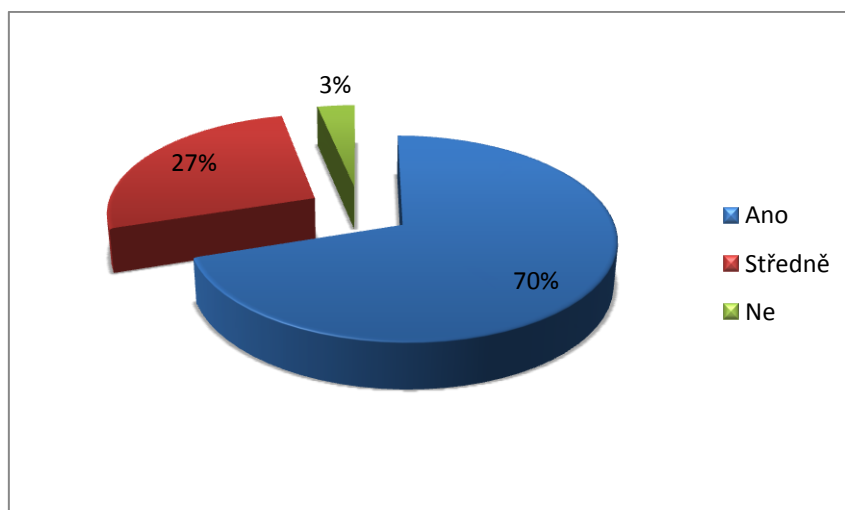
*Respondenti, kteří byli s kvalitou spokojeni pouze středně, si většinou stěžovali na občasnou ignoranci ze strany lázeňského personálu, který provádí svou práci sice dobře, ale nedělá více věcí, než kolik musí.*

Otázka č. 8: Jak jste spokojen (a) s informovaností o volnočasových aktivitách v oblasti?

**77 % respondentů souhlasilo, že mají v lázních dostatek informací o různých volnočasových aktivitách.**

*Dotazovaní se shodli, že pokud si zdroje informací vyhledali na začátku pobytu, tak již poté neměli problém. Recepce sama ne vždy totiž na tyto zdroje odkazuje.*

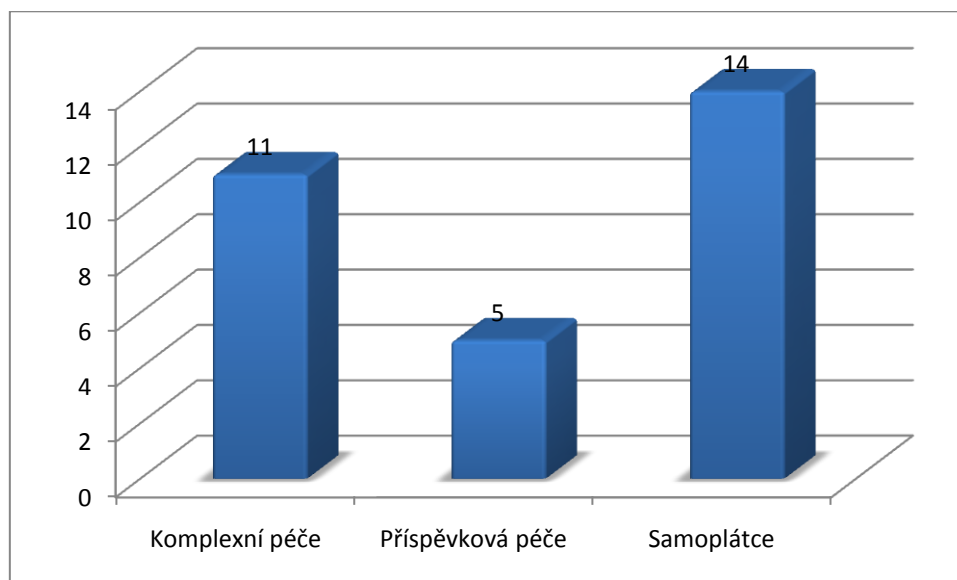
Otázka č. 9: Využíváte kulturní a sportovní možnosti?



**70 % procent respondentů uvedlo, že využívají některé sportovní a kulturní možnosti.**

*Jednalo se většinou o výlety do okolí, návštěvu divadla i koncertů. U sportovních aktivit jsou ovšem výsledky ovlivněny tím, jak každý vnímá sportovní aktivitu. Pro někoho to je hodinová procházka po místní promenádě a pro jiného půldenní výstup do hor.*

Otázka č. 10: Jste v lázních v rámci komplexní, příspěvkové péče, nebo jako samoplátce?

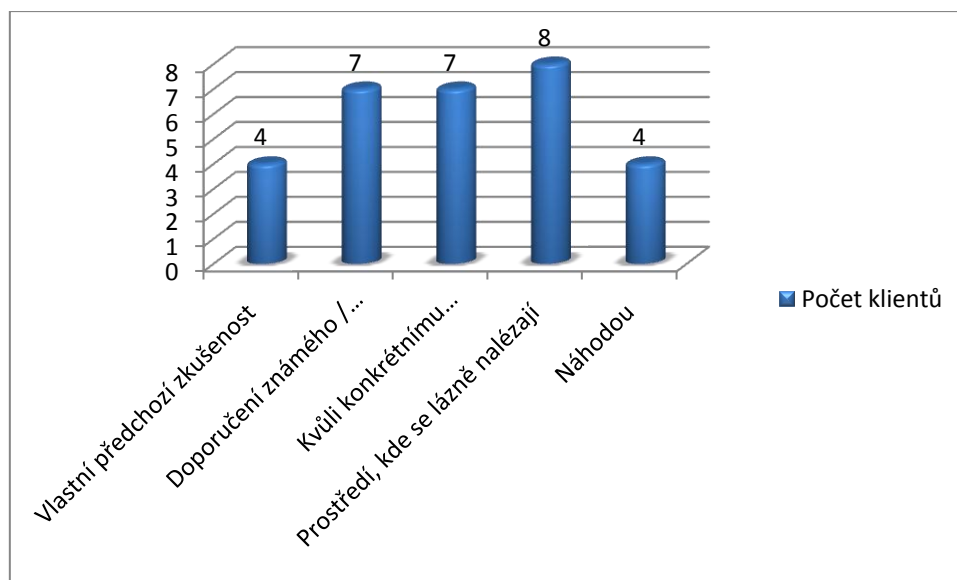


**Rozložení počtu respondentů dle typů lázeňských pobytů reflektuje snahu lázní Jeseník o posilování počtu hostů samoplátců.**

Otázka č. 11: Jestli samoplátce, jste tu v rámci ....

**Tato otázka zjišťovala, kvůli jakému druhu pobytu přijeli klienti, kteří si hradili svůj pobyt sami. 93 % klientů si přitom vybralo, že přijeli spíše pro relaxaci a wellness aktivity než kvůli zdravotnímu pobytu.**

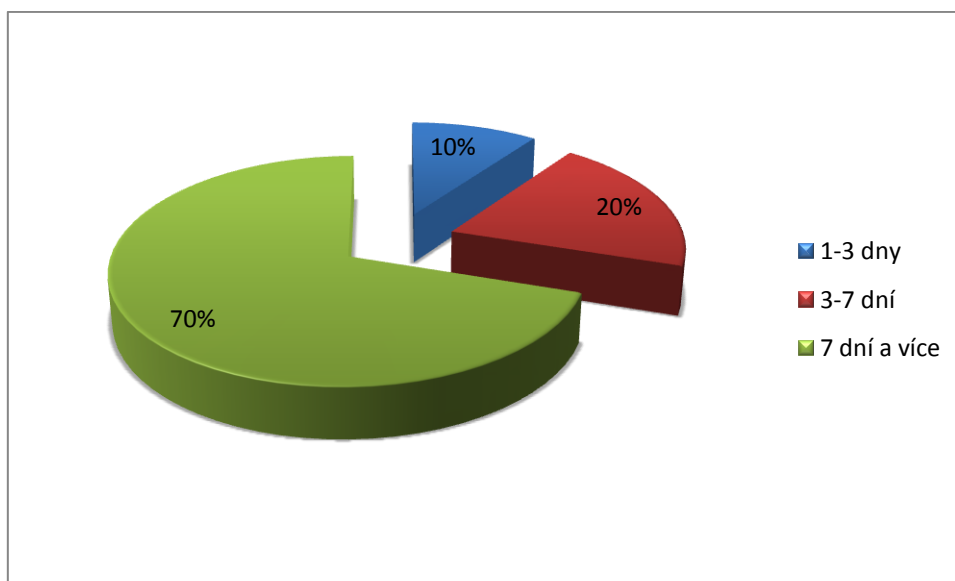
Otázka č. 12: Proč jste si vybral (a) ke svému pobytu zdejší lázně?



**Respondenti v této otázce často uvedli, že lázně Jeseník vybírají právě kvůli prostředí, které je v rámci lázní České republiky jedinečné. Lázně se totiž nachází ve velké nadmořské výšce a jsou obklopeny horami. Překvapením byl také vysoký počet osob, které přijedou na doporučení známých nebo příbuzných. Naopak respondenti, kteří uvedli jako důvod svého rozhodnutí konkrétní léčebný program a částečně i možnost náhodu, jsou většinou klienti, kteří mají pobyt hrazený pojišťovnami a dostali jej přidělený nebo si mohli vybrat z menšího počtu lázní.**

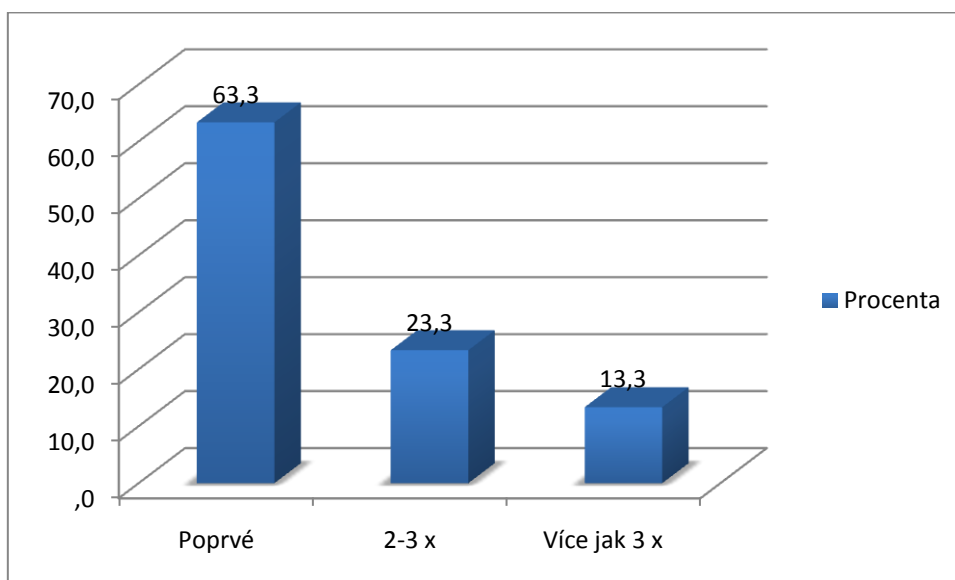
*Zvláštností byl i respondent z Kanady, který uvedl jako důvod příjezdu doporučení od svého praktického lékaře z Toronta.*

Otázka č. 13: Na kolik dní je Váš pobyt?



**Většina dotazovaných respondentů tráví v lázních dobu delší než jeden týden. Kratší pobyty jsou spíše manažerského typu pro načerpání energie. Většina klientů, kteří přijeli do lázní v rámci komplexní péče, mají pobyt na 21 dní.**

Otázka č. 14: Jste v těchto lázních poprvé? Pokud ne, po kolikáté?



**Výsledky ukazují, že většina respondentů přijela do lázní Jeseník poprvé. To je sice dobrá vizitka pro vedení lázní, neboť spokojení hosté budou dělat další reklamu, na druhou stranu vybudování stálé klientely přináší rovněž nesporné výhody.**

Otázka č. 15: Navštívil (a) jste i jiné lázně v ČR jako klient?

**57 % respondentů uvedlo, že navštívili rovněž jiné lázně v ČR jako klienti.**

*Mnoho dotazovaných v rozhovoru zdůrazňovalo, že jakmile jednou jeli do lázní, zalíbilo se jim to a nyní, pokud mají možnost, jezdí pravidelně.*

Otázka č. 16: Jak hodnotíte tyto lázně v porovnání s jinými, které jste navštívil (a) a které to byly?

**76 % respondentů odpovědělo, že lázně Jeseník jsou v porovnání s ostatními lázněmi lepší nebo stejné. Většina měla ale problém se rozhodnout, jakou odpověď zvolit. Pokud byli totiž v lázních již před mnoha lety, zůstal jim v paměti pouze celkový obraz.**

Pro přehled lázní, které dotazovaní nejčastěji zmiňovali, byla vytvořena názorná mapa:



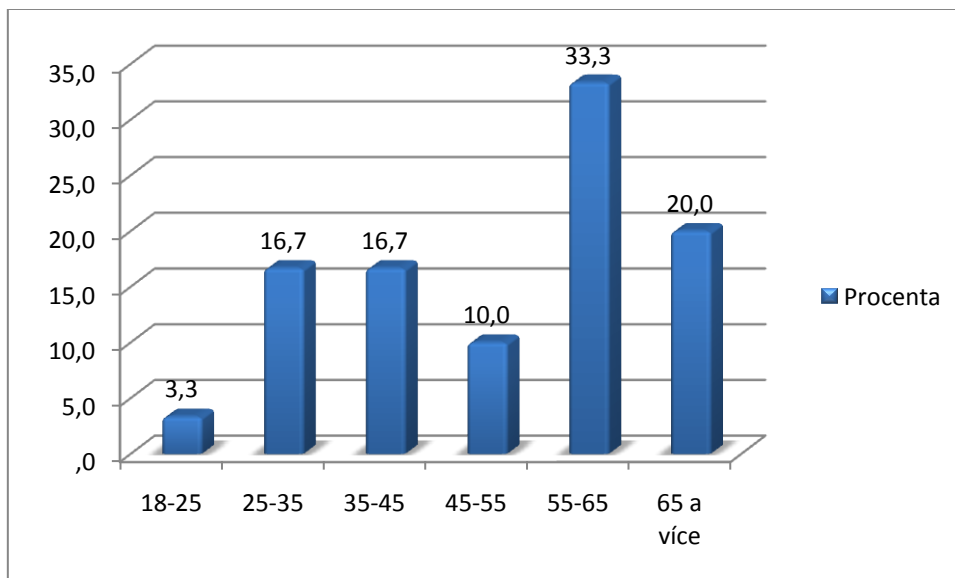
Čím větší červené kolečko, tím častěji byly tyto lázně zmiňovány.

Otázka č. 17: Jaká je vzdálenost Vašeho bydliště?

**80 % respondentů uvedlo, že přijeli ze vzdálenosti větší než 100km, a pouze 10 % ze vzdálenosti 10 - 50 km. Dá se tak předpokládat trend, kdy lidé raději volí lázně dále od svého bydliště nebo při delším pobytu nehraje dojezdová vzdálenost roli a chtějí se podívat i na další místa republiky.**

Mnozí respondenti přímo uvedli, že bydlí v oblasti Čech a dojezdová vzdálenost je více jak 250 km.

Otázka č. 18: Jaký je Váš věk?



**Většina respondentů je středního a vyššího věku. Tato skupina klientů jednak tráví nejvíce času v areálech lázní a je také nejčastější skupinou klientů, které je možno v lázních potkat. Přesto nejde celkové věkové rozložení v rámci České republiky takto potvrdit, neboť jednotlivé lázně věkové údaje většinou tají.**

Otázka č. 19: Bydlíte ve městě, nebo na vesnici?

**Většina, 77 % respondentů, uvedla, že bydlí ve městě.**

*Do kategorie města se řadil i městys<sup>22</sup>.*

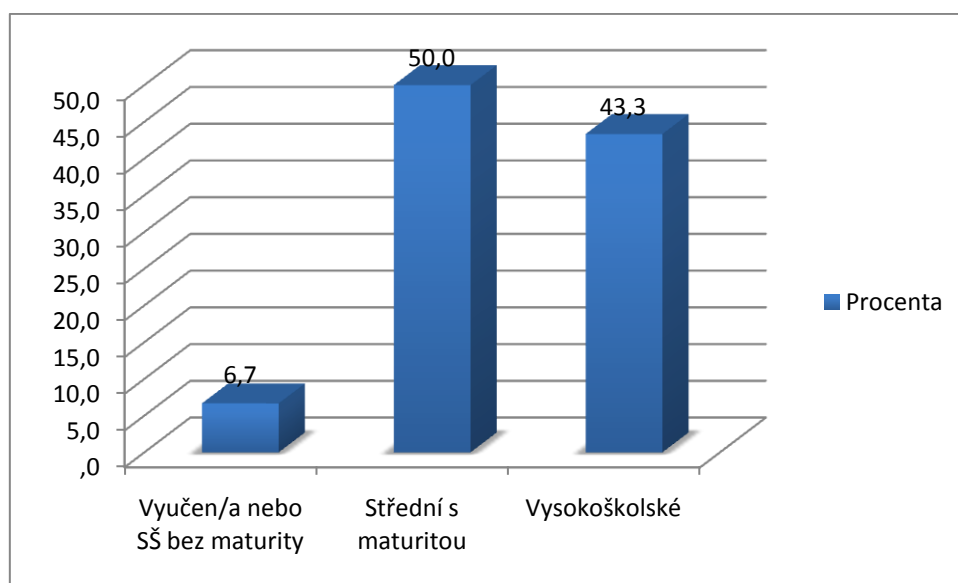
<sup>22</sup> Městys je další forma obecního zřízení, vycházející z historických tradic.

Dle zákona č. 128/2000 Sb., o obcích (obecní zřízení): „Podle nového § 3 odst. 3 obecního zřízení obec je městysem, pokud tak na návrh obce stanoví předseda Poslanecké sněmovny po vyjádření vlády.

Obec, která byla oprávněna užívat označení městys přede dnem 17. května 1954, je městysem, pokud o to požádá předsedu Poslanecké sněmovny. Předseda Poslanecké sněmovny tak na žádost obce stanoví a zároveň určí den, od kterého se obec stává městysem.“

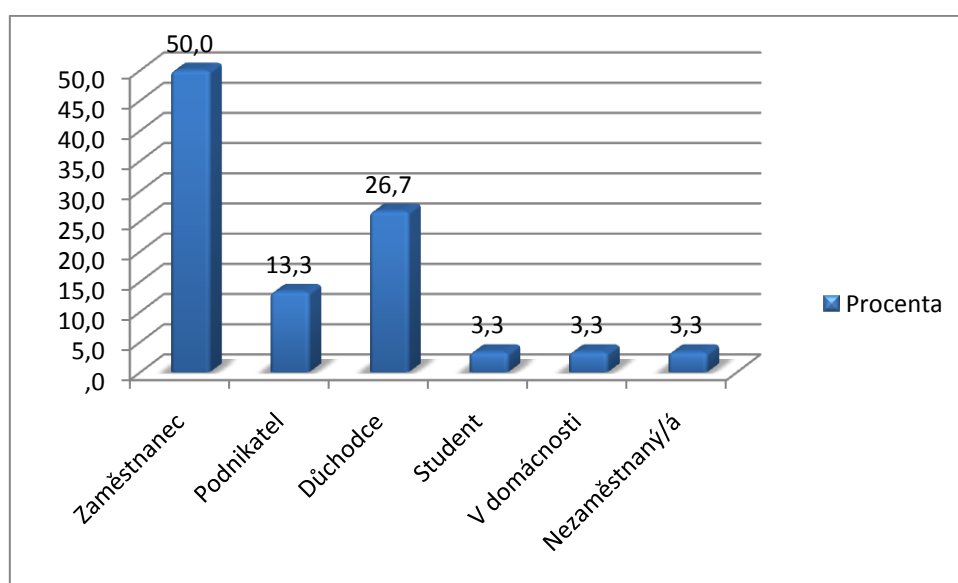
SAGIT,Sbírka zákonů: <http://www.sagit.cz/pages/sbirkatxt.asp?cd=76&typ=r&zdroj=sb00128>

Otázka č. 20: Jaké je Vaše nejvyšší dokončené vzdělání?



Nejvíce respondentů uvedlo jako vzdělání střední s maturitou a vysokoškolské. Žádný respondent neuvedl jako nejvyšší stupeň základní vzdělání. Rozložení ukazuje, že většina klientů lázní má vyšší stupeň vzdělání, a dá se předpokládat, že i vyšší příjmy. Lze také předpokládat, že tyto skupiny mají náročnější životní styl a lázně jim mohou pomoci v načerpání životních sil.

Otázka č. 21: Jaký je Váš zdroj příjmů?



Nejvíce respondentů uvedlo jako zdroj příjmů, že jsou zaměstnanci, popřípadě podnikatelé, velké procento dotazovaných bylo již v důchodě. Množství zaměstnanců je vysvětlí-

**telné tím, že mnozí zaměstnavatelé dávají pobyt v lázních jako součást zaměstnaneckého benefitu.**

*Jako příklad uvádím výrok jednoho respondenta: „Zaměstnavatel nám nabízí lázeňský pobyt jednou za dva roky. Pokaždé jej s kolegou využíváme. Je to pěkná dovolená“.*

Otázka č. 22: Muž, nebo žena?

**Ve vzorku respondentů bylo 53 % respondentů muži a 47 % ženy.**

#### **4.4.2. Vybrané výsledky průzkumu - klienti**

Pro analýzu dalších souvislostí byla použita metoda kontingenčních tabulek. Ta bohužel naráží na problém velice nízkého zastoupení díky malému počtu respondentů. Zjištěné výsledky jsou tak vhodné především jako základ pro další, hlubší zkoumání.

Dále uvádím jednotlivé odlišnosti, které se při analýze objevily.

##### **1) Samoplátcí častěji uváděli, že jsou spokojeni s cenou poskytovaných služeb.**

*Dá se totiž předpokládat, že hosté, kteří si svůj pobyt hradí sami, se obeznámili s cenami pobytu, a tudíž vědí, jaké jsou cenové náklady. Přesto se do lázní rozhodli přijet a ceny tak nepovažují za vysoké.*

##### **2) Respondenti, kteří mají pobyt hrazený v rámci komplexní péče, častěji vyjadřovali spíše spokojenost s cenami služeb.**

*Této skupině nevádí ani tak cena pobytu v lázních (ten mají hrazený), jako spíše doplňkové služby v lázních. Projevuje se zde myšlení se snahou najít to nejlevnější. Hosté, kteří jsou v lázních v rámci komplexní péče, většinou neutrácí velké množství prostředků a využívají spíše služeb krytých v rámci pobytu doplněných o příležitostné posezení v restauračních zařízeních.*

##### **3) Respondenti, kteří si lázně vybrali na doporučení svého známého, častěji uváděli nespokojenost s cenami služeb.**

*Tato skupina přijela do lázní s určitým očekáváním. Toto očekávání nemusí být vždy naplněno, neboť osoby, které lázně doporučily, mohly přijet v mimosezónu nebo před delší dobou a jejich informace o cenách tak nemusely být aktuální.*



**4) Respondenti vysokoškolsky vzdělaní častěji uváděli nespokojenost s cenami služeb.**

*Tento jev se dá interpretovat jako nespokojenost s předraženými cenami, kterou si mnozí uvědomují. Lázeňské prostředí totiž láká k nadsazeným cenám a občas kvalita těmto cenám neodpovídá. Vysokoškolsky vzdělaní lidé mají často široký všeobecný přehled, a proto mohou být na neodpovídající ceny citlivější.*

**5) Respondenti, kteří si vybrali lázně Jeseník kvůli prostředí, ve kterém se lázně nalézají, častěji uváděli spokojenost s kvalitou poskytovaných služeb.**

*Tyto respondenty zřejmě oslovila příroda, ale přijeli s očekáváním vyšší kvality služeb, než jim byla poskytnuta. Proto se jejich očekávání naplnila jen z poloviny a zůstalo celkové neutrální hodnocení jejich pobytu.*

*Takovou skutečnost potvrdili i samotní klienti, kteří zdůrazňovali, že prostředí, ve kterém jsou lázně Jeseník umístěny, je jedinečné a krásné, ale zázemí lázní je lepší jinde, například v Luhačovicích nebo Mariánských Lázních.*

**6) Respondenti, kteří přijeli do lázní již více jak podruhé, častěji vyjadřovali pouze střední spokojenost s kvalitou poskytovaných služeb.**

*Tuto skutečnost bych vysvětlil tak, že někteří klienti lázní získávají pobyt v lázních v rámci svých benefitů nebo jej dostanou přidělený od pojišťovny. Nemohou tak vždy ovlivnit výběr lázní, do kterých jedou.*

*Někteří respondenti v rozhovoru uvedli, že jsou v lázních již po několikáté, ale připadá jim, že vedení lázní v posledních letech šetří na nákladech a projevuje se to i na kvalitě služeb.*

**7) Respondenti, kteří do lázní přijeli na základě vlastní předchozí zkušenosti, častěji uváděli střední spokojenost s kvalitou služeb.**

*Do tohoto vztahu vstupuje pravděpodobně vliv prostředí lázní, které všichni považují na výjimečné a vynikající. Proto faktor krásného prostředí převáží středně kvalitní služby a klienti se do lázní opakovaně vrací.*

**8) Respondenti, kteří mají pobyt hrazený v rámci komplexní péče, častěji vyjadřovali střední spokojenost s informovaností o volnočasových aktivitách.**

*Tito respondenti totiž mnohdy neprojevují příliš velký zájem o různé kulturní či sportovní aktivity, pokud jim nejsou téměř vnuceny nebo nejsou zdarma. Sami si upoutávek příliš nevšimají, ale vnímají, že tyto informace někde v areálu lázní naleznou.*

*Potvrzují to slova i jednoho respondenta: „Někde jsem ty informace viděl, ale nevím kde“.*

**9) Respondenti ve věku 35-45 let častěji uváděli nespokojenost s informovaností o volnočasových aktivitách.**

*Tato skupina klientů pravděpodobně vyhledává během svého pobytu velké množství aktivit. Nespokojí se tak s diskotékami a dalšími aktivitami pro mladší, ani jim nestačí procházky po lázních zpestřené příležitostnými koncerty. Pro tuto skupinu lázně Jeseník nenabízí dostatečné kulturní vyžití a sportovní nabídka je v oblasti vnitřních sportů omezená.*

**10) Respondenti, kteří přijeli do lázní kvůli jejich prostředí, častěji uváděli pouze střední zájem o kulturní a sportovní možnosti oblasti.**

*Tento vztah potvrzuje již zmiňovaný faktor prostředí, ve kterém se lázně nacházejí. Mnozí klienti si vybírají lázně právě pro jejich prostředí. Tito klienti tráví svůj čas mimo lékařské procedury na horách nebo v lesích obklopujících lázně, nevyhledávají tak kulturu nebo sport přímo v areálu lázní.*

**11) Respondenti ve věku nad 65 let častěji vyjadřovali nezájem o kulturně-sportovní možnosti v oblasti.**

*Tato skupina klientů již nevyhledává tolik aktivit jako mladší návštěvníci lázní. Spokojí se s několika procedurami denně a několika procházkami. Preferují spíše klid a relaxaci v přírodním prostředí lázní.*

#### **4.4.3. Přehled výsledných zjištění - zaměstnanci**

Otázka č. 1: Jste spokojen (a) s dopravní dostupností do práce?

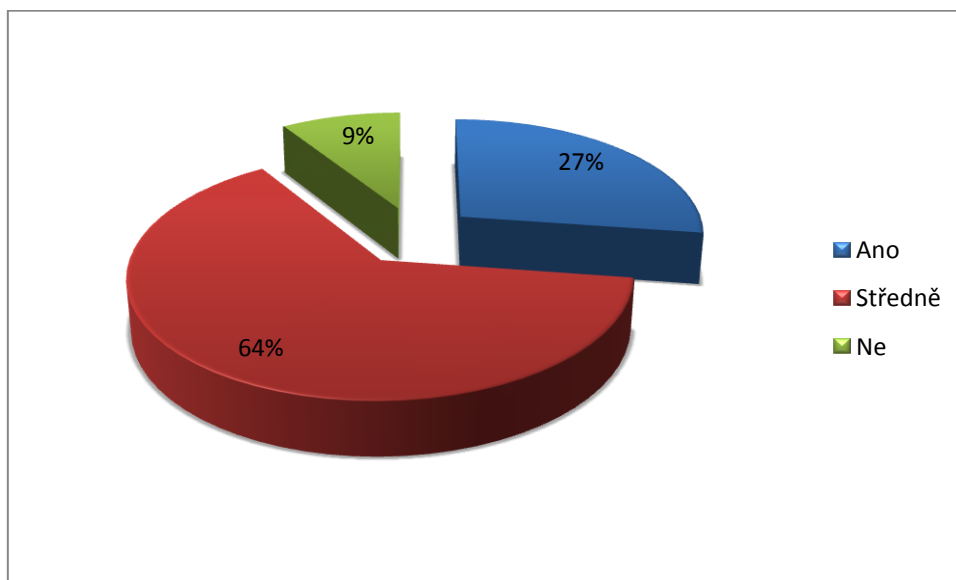
**82 % respondentů odpovědělo, že jsou spokojeni s dopravní dostupností do práce.**

*Lázně Jeseník jsou blízko města a mají spojení pomocí pravidelné autobusové dopravy. Většina zaměstnanců je navíc z blízkého okolí*

Otázka č. 2: Líbí se Vám prostředí, ve kterém jsou lázně umístěny?

**Všichni respondenti shodně odpověděli, že jsou spokojeni s prostředím lázní.**

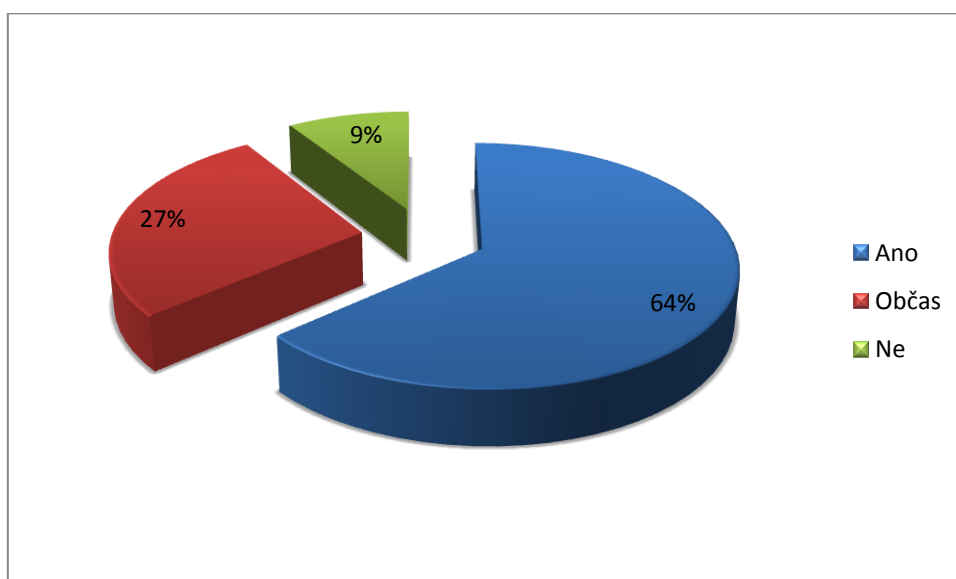
Otázka č. 3: Jste spokojeni s kulturní a sportovní nabídkou oblasti, kde bydlíte?



**64 % respondentů odpovědělo, že jsou středně spokojeni s nabídkou kulturních a sportovních aktivit v oblasti, kde bydlí, a pouze 27 % bylo spokojeno.**

*Město Jeseník má širokou nabídku venkovních sportovních aktivit. Kulturní možnosti jsou zaměřeny především na koncerty vážné hudby a divadelní představení. Chybí však širší nabídka kulturního vyžití.*

Otázka č. 4: Využíváte kulturní a sportovní možnosti?



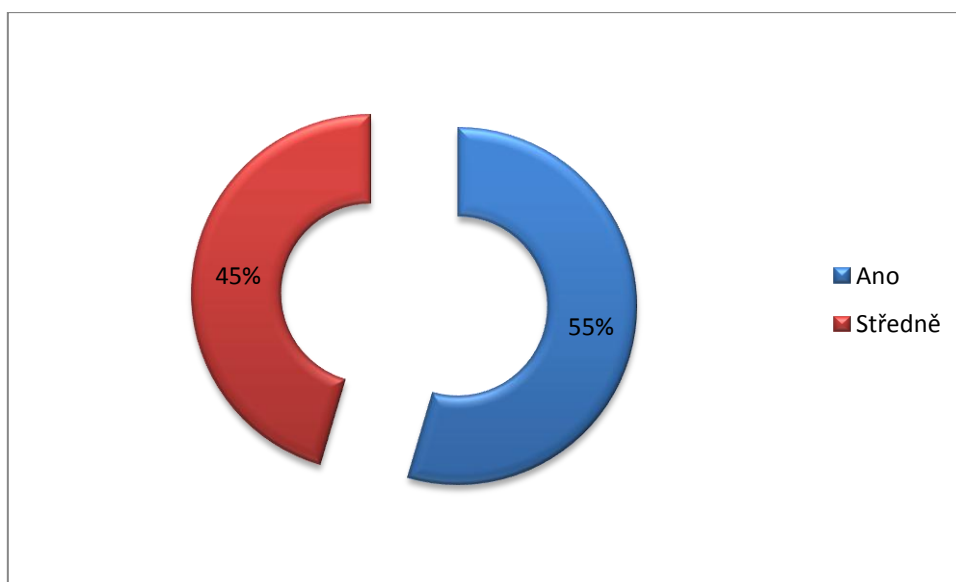
**Výsledky této otázky vycházejí z otázky předešlé. 64 % respondentů využívá kulturní a sportovní možnosti a 27 % je využívá občas.**

*Respondenti, kteří využívají pravidelně sportovní a kulturní možnosti, nemají dostatečnou nabídku těchto aktivit, která by plně uspokojila jejich potřeby, zatímco pro ty, kteří je využívají pouze občas, je dostatečná.*

Otázka č. 5: Máte možnost mimopracovního využití času v areálu lázní?

**Většina, 82 % respondentů, uvedla, že má možnosti k využití času v areálu lázní.**

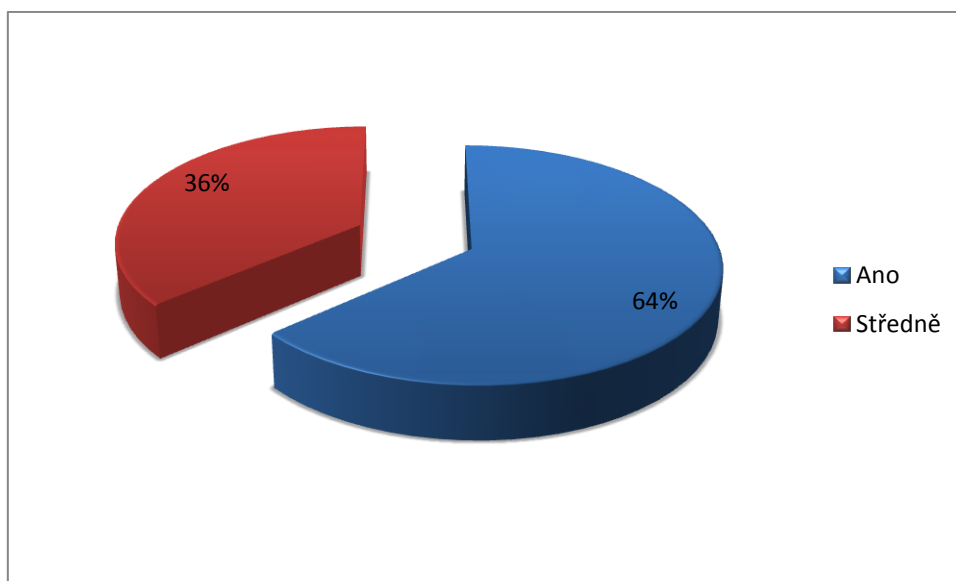
Otázka č. 6: Jste spokojen (a) se svým zaměstnáním?



**Větší část respondentů, 55 %, uvedla, že jsou spokojeni se svým zaměstnáním. Žádný přitom neodpověděl, že není.**

*Zaměstnanci, kteří odpovídali, že jsou středně spokojeni se svým zaměstnáním, občas zdůrazňovali názor: „Sice tato práce není ta, kterou bych chtěl dělat, ale lepší práci nenajdu a je tady alespoň hezky“.*

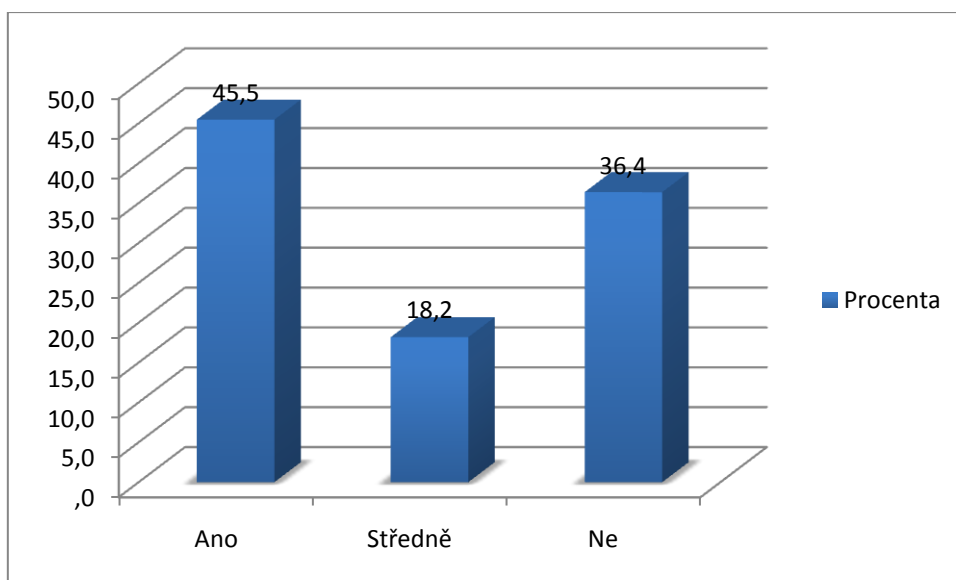
Otázka č. 7: Jste spokojen (a) s pracovním prostředím?



**64 % respondentů uvedlo, že jsou spokojeni s pracovním prostředím. Žádný respondent opět nevedl, že by byl nespokojen.**

*V této otázce byl kladen důraz hlavně na samotné prostory, ve kterých zaměstnanci pracují.*

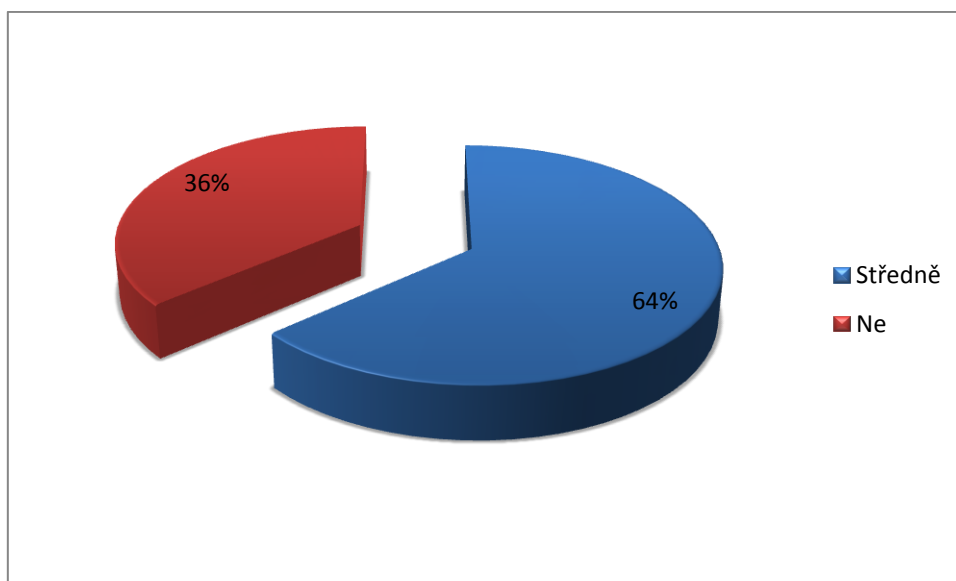
Otázka č. 8: Podporuje Vás zaměstnavatel v dalším profesním růstu?



**46 % respondentů uvedlo, že je zaměstnavatel podporuje v dalším profesním růstu, zatímco 36 % odpovědělo, že nikoliv.**

*Z oblastí, kde jsou podporováni, zaměstnanci nejčastěji uváděli jazykové kurzy a v případě ošetrovatelek různé profesní kurzy.*

Otázka č. 9: Jste spokojen (a) s pracovními vztahy?



**36 % respondentů uvedlo, že nejsou spokojeni s pracovními vztahy a 64 %, že jsou středně spokojeni. Žádný respondent nevedl, že by byl spokojen.**

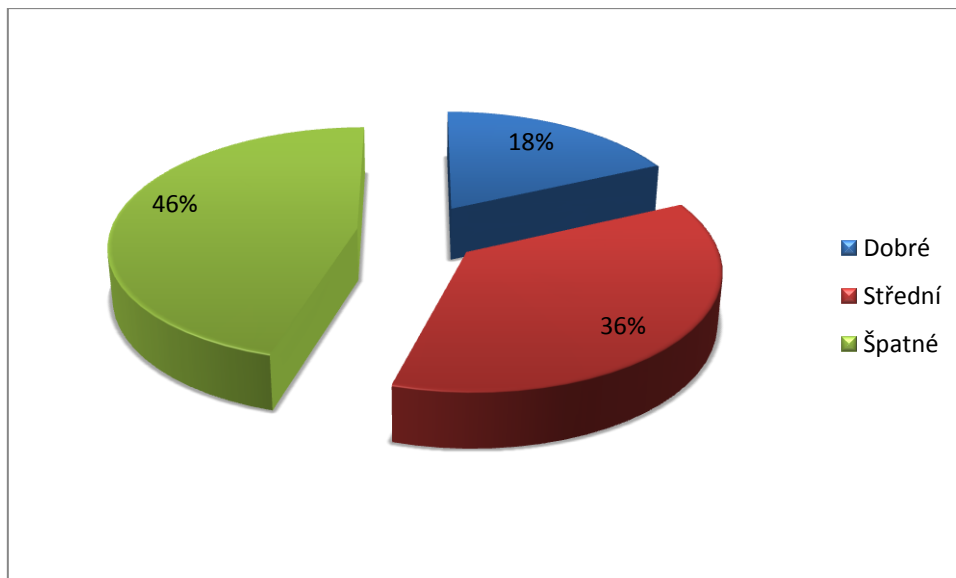
*Mnozí respondenti zdůrazňovali, že se vždy najde v kolektivu někdo, kdo je nepříjemný a ruší klidnou pracovní atmosféru, a je obtížné takového zaměstnance zcela vyloučit. Podobně se vyjadřovali o některých vedoucích pracovnících.*

Otázka č. 10: Odborné znalosti zaměstnanců jsou podle Vašeho názoru ....

**82 % respondentů uvedlo, že jsou znalosti a úroveň personálu středně kvalitní. Nikdo přitom nevedl, že by byly špatné.**

*Respondenti přitom vyzdvihovali především lékařské profese.*

Otázka č. 11: Jaké je dle Vašeho názoru platové ohodnocení v porovnání s oblastí, kde pracujete?



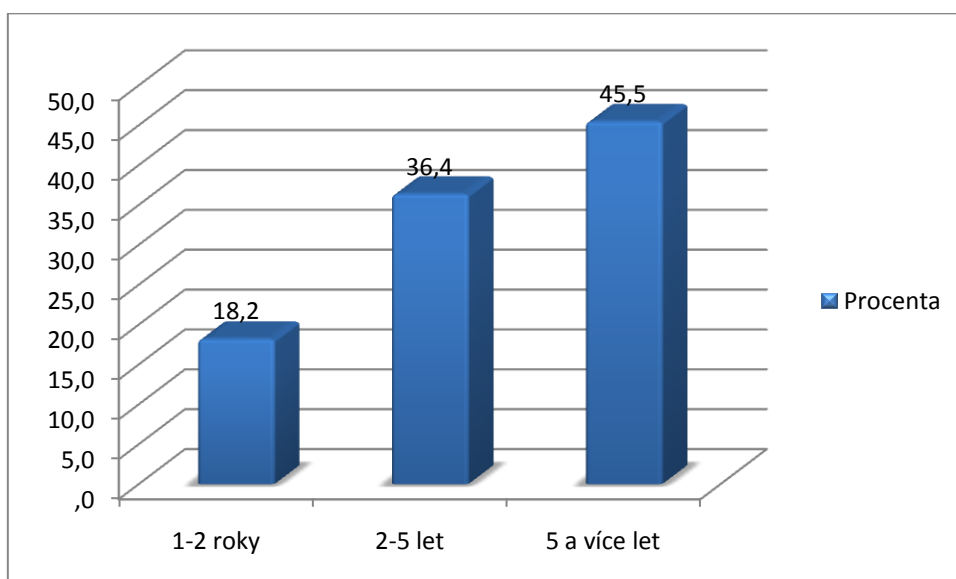
**46 % respondentů uvedlo, že je jejich plat horší v porovnání s oblastí, kde pracují, a pouze 18 %, že je tomu naopak.**

*Mnozí respondenti přitom uváděli příklady jiných lázní v oblasti a hotelů, kde si myslí, že je lepší platové ohodnocení. Zároveň ale dodávali, že jinde není místo.*

Otázka č. 12: Pracoval (a) jste i v jiných lázních na území ČR?

**Nikdo z respondentů nepracoval v jiných lázních v České republice**

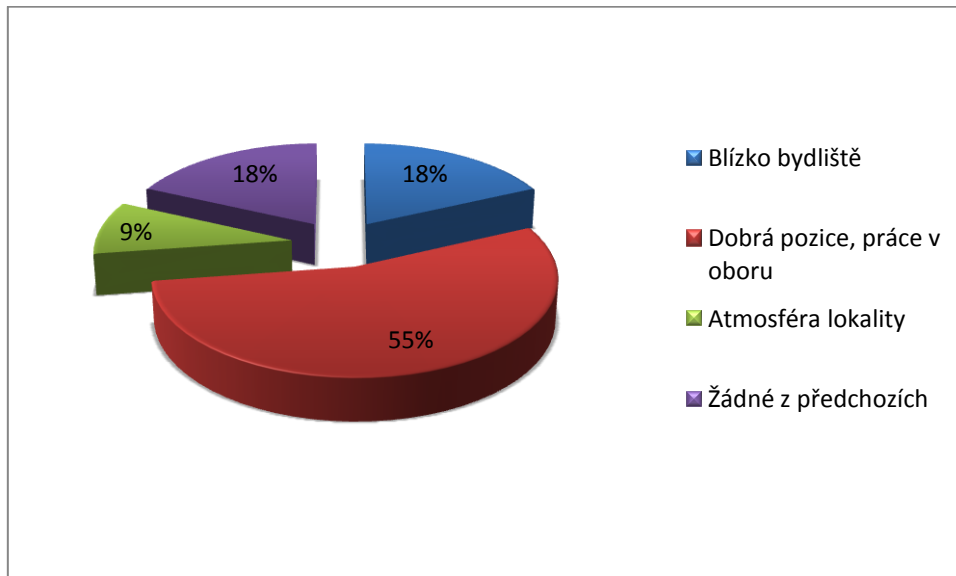
Otázka č. 13: Jak dlouho již pracujete v těchto lázních?



**46 % respondentů pracuje v lázních více jak 5 let.**

*Rekordmanem byl respondent, který uvedl, že v lázních pracuje 32 let.*

Otázka č. 14: Proč jste se rozhodl (a) pracovat ve zdejších lázních?



**55 % respondentů si vybralo práci v lázních Jeseník zvláště pro obsah vykonávané práce, který je blízký oboru, který vystudovali nebo kterým se vyučili.**

*Respondenti, kteří uvedli, že důvodem není žádné z předchozích, zmínili jako důvod, že jinde nebylo místo.*

Otázka č. 15: Navštívil (a) jste i jiné lázně v ČR jako klient?

**64 % respondentů navštívilo i jiné lázně v České republice jako klienti.**



Otázka č. 16: Jak hodnotíte tyto lázně v porovnání s jinými, které jste navštívil (a)?

**57 % uvedlo lázně Jeseník jako lepší v porovnání s jinými, které navštívili, zatímco 29 % naopak jako horší.**

Lázně, které respondenti zmiňovali jako místo svého pobytu, jsou vyznačeny na mapce:



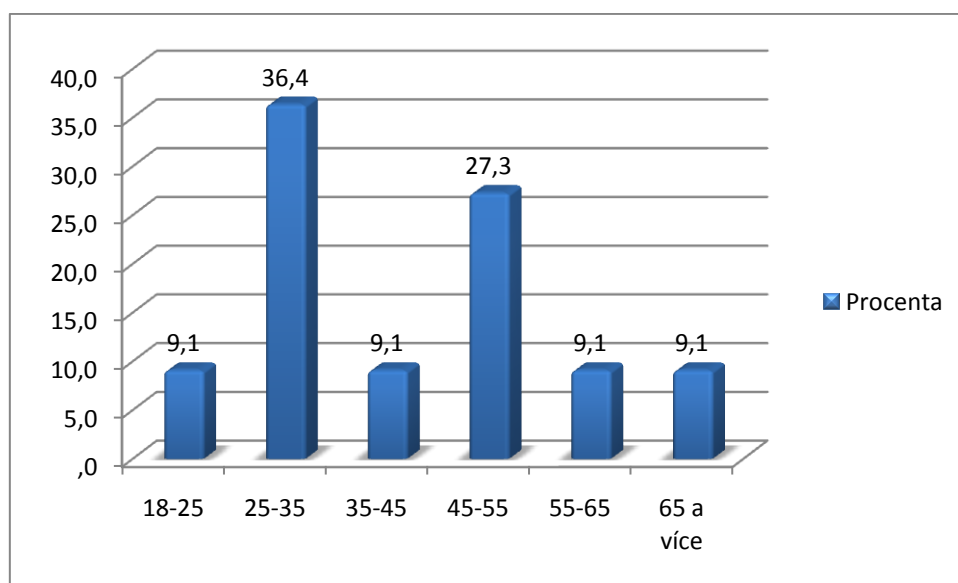
Čím větší červené kolečko, tím častěji byly tyto lázně zmiňovány.

Otázka č. 17: Jaká je dojezdová vzdálenost Vašeho bydliště?

**18 % respondentů uvedlo, že bydlí ve vzdálenosti 10-50 km od lázní, ostatní bydlí do 10 km od lázní.**

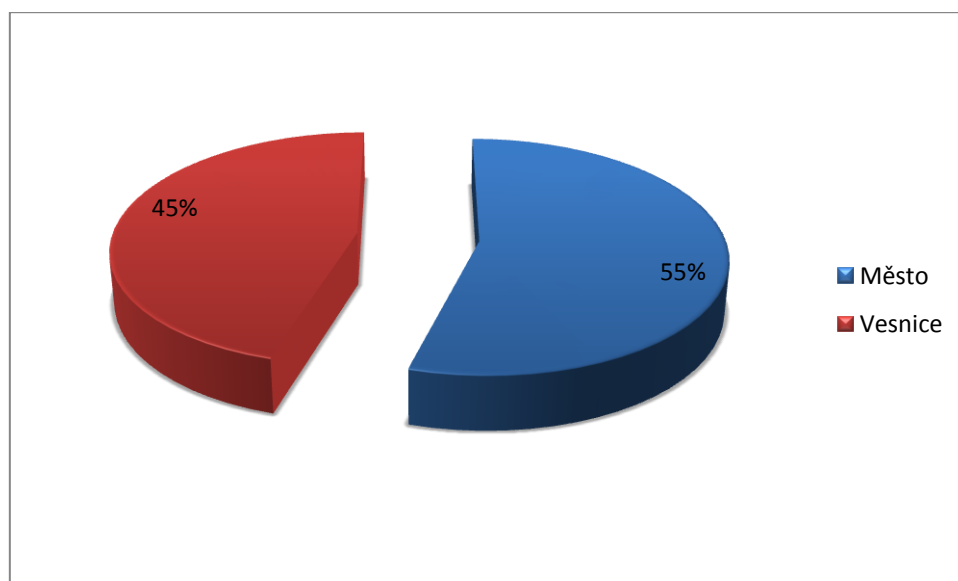
*Kategorie 10-50 km má velký rozptyl. Všichni respondenti bydleli do vzdálenosti 20 km.*

Otázka č. 18: Jaký je Váš věk?



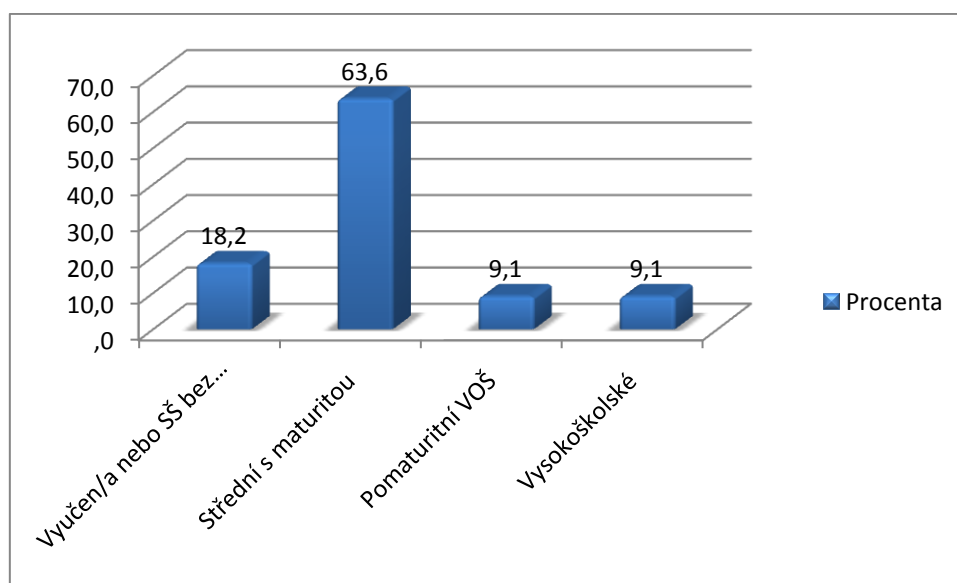
**Ve skupině 25-35 let se jednalo zejména o absolventy škol, kteří ovšem nechtějí v lázních trvale pracovat.**

Otázka č. 19: Bydlíte ve městě, nebo na vesnici?



**Většina respondentů bydlí ve městě Jeseník. Ostatní ve vesnicích, které s městem těsně sousedí.**

Otázka č. 20: Jaké je Vaše nejvyšší dokončené vzdělání?



**Středoškolské vzdělání s maturitou má 64 % respondentů. Celkové rozložení kopíruje pozice, které zaměstnanci vykonávají. Vysokoškolské vzdělání má vedení lázní a lékaři. VOŠ ošetřovatelé. Na nižších pozicích a ve stravovacích úsecích pracují lidé vyučení a se středoškolským vzděláním bez maturity.**

Otázka č. 21: Muž, nebo žena?

**64 % respondentů byly ženy, 36 % muži.**

#### **4.4.4. Porovnání zjištěných vztahů u průzkumu zaměstnanců**

**1) Respondenti, kteří nenavštívili jiné lázně v České republice, častěji vyjadřovali spokojenost s kulturní a sportovní nabídkou oblasti.**

*Tato závislost ukazuje na skutečnost, že lidé, kteří nemohou příliš porovnávat s jinými lázeňskými regiony, jsou celkem spokojeni s kulturně-sportovní nabídkou, kterou mají k dispozici.*

**Respondenti, kteří navštívili jiné lázně v České republice, častěji uváděli střední spokojenost s kulturně-sportovní nabídkou oblasti.**

*Tato skupina měla možnost porovnat i jiné lázně v ČR a zjistila, že mají mnohdy lepší kulturní i sportovní zázemí.*

*V rozhovoru pak tyto respondenti doplňovali, že se jiné lázně nemohou rovnat v přírodě a umístění lázní v krajině.*

**2) Respondenti ve věku 25-35 let častěji uváděli střední spokojenost s kulturně-sportovní nabídkou oblasti, kde bydlí.**

*Tato skupina nalezne v Jeseníku dostatek barů, diskoték i moderních sportů jako squash, zumba a další. V porovnání s většími městy je ovšem nabídka omezenější.*

**3) Respondenti bydlící na vesnici častěji vyjadřovali pouze střední spokojenost s kulturně-sportovní nabídkou.**

*Tato skupina lidí má možnost využít kulturní i sportovní nabídky především ve městě Jeseník, které je poblíž, přitom nabídka kulturního vyžití v samotných vesnicích je mizivá.*

**Respondenti bydlící ve městě častěji uváděli spokojenost s kulturně-sportovní nabídkou.**

*Lidé ve městě mají dostatek možností ke kulturním i sportovním aktivitám v porovnání s oblastí Jesenicka, která je poměrně málo obydlena.*

**4) Respondenti bydlící do 10 km od lázní častěji uváděli, že využívají kulturně-sportovní možnosti.**

*To jsou totiž většinou obyvatelé města, kteří mají možnost bez problému využívat všechny aktivity, které město nabízí.*

**Respondenti bydlící ve vzdálenosti 10-50 km častěji uváděli využívání kulturně-sportovních možností pouze středně často.**

*Ti se musí do města za společenskou akci nebo sportem dostat využitím některého dopravního prostředku, a proto se rozmyšlejí, než tak učiní.*

**5) Respondenti s maturitou zakončeným středoškolským vzděláním častěji uváděli využívání kulturně-sportovních možností.**

*Právě pro tuto skupinu je zaměřena většina typické zábavy ve městě. U divadla to jsou one man show, koncerty místních skupin, lokální sportoviště. Naopak skupiny s vyšším vzděláním musí nabídku ve městě sledovat a vybírat z ní koncerty vážné hudby nebo představení stálých souborů z jiných měst.*

#### **6) Respondentky ženy častěji vyjadřovaly spokojenost s pracovním prostředím.**

*Ženy více vnímají prostředí, které je obklopuje, a více si pochvalují reprezentativní prostory lázní.*

#### **7) Respondenti, jež si vybrali práci v lázních kvůli pozici nebo práci v oboru, častěji uváděli negativně podporu zaměstnavatele v jejich dalším profesním růstu.**

*Tato skupina byla zaměstnána hlavně na základě svých znalostí, a proto u nich neprobíhají rekvalifikační kurzy. Zaměstnavatel tak pravděpodobně očekává, že jejich dalším vzděláváním nezíská tolik jako u zaměstnanců, kteří mají nedostatek zkušeností v některé oblasti.*

#### **4.4.5 Celkové porovnání**

- **Zaměstnanci i klienti se shodují v názoru na prostředí lázní, které považují za vynikající.**

*Jde především o horskou atmosféru a čistý vzduch, který je hlavním lákadlem lázní v Jeseníku.*

- **Zatímco jsou zaměstnanci lázní spíše nespokojeni s platovým ohodnocením v lázních, klienti lázní jsou většinou spokojeni s cenami služeb v lázních.**

*Myslím, že tento výsledek je poměrně rozumný, neboť mnohdy lázně nabízí značně předražené pobyty, a poté dávají zaměstnancům i vyšší platy. V tom případě by byli zaměstnanci spíše spokojeni a naopak klienti spíše nespokojeni.*

- **Klienti lázní jsou téměř zcela spokojeni s kvalitou léčebných procedur a služeb. Zaměstnanci naproti tomu vnímají odbornou způsobilost personálu jako lepší nebo středně dobrou.**

*Zde se projevuje skutečnost, že zaměstnanci nemají osobní zkušenosti z procedur a jsou většinou zprostředkované od ostatních klientů nebo z povídání zaměstnanců mezi sebou. Takovéto řeči mohou jejich pohled na znalosti ostatních zaměstnanců zkreslovat.*

- **Zaměstnanci i klienti lázní se celkem shodují v názoru na kulturní a sportovní možnosti lázní a blízké oblasti.**

*Obě skupiny celkem využívají nabídku, která je k dispozici, i když by některé vylepšení využili.*

*Z rozhovorů vyplynulo, že především cizinci by uvítali vícejazyčné informace a více informací ze strany personálu.*

*Celkový obraz, který Priessnitzovy lázně v Jeseníku utvářejí, je spíše pozitivní. Všichni kladně hodnotí unikátní prostředí a atmosféru místa. Pokud klientům něco chybí, pak větší profesionalita ze strany personálu i větší celková úroveň lázní. Rovněž limitující je i nabídka kulturní. Poloha blízko hranic v nich navíc vzbuzuje dojem určité exotičnosti v rámci pobytů po České republice.*

*Mnoho klientů volí tyto lázně jako formu útěku od ruchu svých pracovních dní do klidnějšího, izolovaného prostředí.*

*Zaměstnanci berou lázně jako důležitého zaměstnavatele, který sice neplatí nejlépe, ale v okrese s jednou z nejvyšších nezaměstnaností nemají příliš na výběr. Oproti jiným zaměstnáním v oblasti navíc s povděkem přijímají klid lázní.*

## **5. Lázně Luhačovice a.s.**

Historie lázní Luhačovice sahá poměrně hluboko do minulosti. Když území dnešních lázní získal v roce 1629 rod Serenyiů<sup>23</sup>, začal poprvé upravovat zdejší sirné prameny, mezi první patřil Bublavý pramen. První hostinec, kde mohli hosté přenocovat a pojíst společně s návštěvou léčebných pramenů, byl postaven v roce 1789. V polovině 19. století již existovalo 10 domů pro hosty a zázemí v podobě hostinců. Byly postaveny první cesty sloužící k procházkám a upraveny další lázeňské prameny. Tento trend pokračoval až do konce 19. století a je spojen s postavami rodu Serenyiů. Na konci století se objevily stížnosti hostů na kvalitu zdejších lázeňských zařízení, která již nespĺňovala požadavky moderní doby.

Druhá polovina 19. století byla pro lázně přínosná zvláště v oblasti rozvoje lázeňských pramenů, které se nově vybudovaly a tehdy tvořily páteř pitných kúr. Jsou to prameny Aloiska<sup>24</sup> a Vincentka, která se dnes využívá jako hlavní inhalační médium v lázních po celé České republice. Podíváme-li se na přehled nabízených léčebných kúr tehdejších lázní, zjistíme, že využívaly převážně tyto minerální prameny v kombinaci s pohybem na čerstvém vzduchu.

Významným prvkem, který zasáhl do vývoje lázní, bylo vybudování železniční trati s přímými vlaky z Prahy, Brna a Olomouce. Tento krok podtrhoval podstatu lázní Luhačovice, které tak byly propojeny hlavním dopravním prostředkem 19. století se zbytkem monar-

---

<sup>23</sup> (Město Luhačovice)

<sup>24</sup> (Lázně Luhačovice a.s.)

chie. Šlechta vlastníci lázně na tento krok zareagovala velice pragmaticky a tentýž rok ustanovila akciovou společnost Lázně Luhačovice. Předsedou správní rady byl zvolen hrabě Otto Serenyi a ředitelem MUDr. František Veselý. Nové vedení provedlo dramatické změny ve struktuře lázní. Podstatné byly inovace lázeňských domů a služeb pro hosty tak, aby se dostaly na standardy jiných hojně navštěvovaných lázní. Důležitý byl také další rozvoj lázeňských pramenů, jejichž léčivá voda byla hlavním lákadlem lázní. S větším přílivem hostů se zvětšily i kulturní možnosti a společenský život v Luhačovicích lákal návštěvníky z daleka. Tomu napomáhala především výstavba divadla v roce 1908, které bylo postaveno z iniciativy lázeňských lékařů.

### 5.1. Přeměna v moderní lázně Luhačovice<sup>25</sup>

Milníkem v historii lázní se staly změny v oblasti architektury. Známý a uznávaný architekt Dušan Jurkovič se významně zasloužil o úpravu prostor hlavních míst v lázních. Jeho cílem bylo vytvořit stavby tak, aby co nejvíce zapadaly do rázu okolní krajiny. Luhačovice leží v úzkém údolí obklopeném lesy, a Jurkovič<sup>26</sup> proto zvolil stavby s četnými dřevěnými dekoracemi a styly podtrhujícími uvolňující ráz místa. Nechal se ovlivnit klasickými slovanskými rysy budov. Jurkovičův dům, Sluneční lázně nebo Chaloupka jsou dnes místy vyhledávanými mnoha turisty.

Po konci 1. světové války dochází k dalšímu rozvoji a změně ve struktuře návštěvníků lázní. Přibývá návštěvníků z řad českých klientů, kteří využívají dobré dopravní dostupnosti. Najdeme zde také vliv Tomáše Bati, který uvažoval o vybudování trolejbusové trati mezi Zlínem a Luhačovicemi.

Kromě lázní se rozrůstá i město Luhačovice. Statut města získává v roce 1936. Mnozí lidé chtějí využít kulturní nabídku města i služeb a staví si zde své domy. Život města je ovšem podřízen provozu lázní a kopíruje roční vývoj návštěvnosti lázní. Někteří obchodníci proto otevírají své obchody pouze v době, kdy přijíždí nejvíce hostů. Mezi nejvýznamnější hosty můžeme zařadit Leoše Janáčka, Otakara Odstrčila a Ottu Otmara.

Během 2. světové války je provoz lázní podřízen službám německé armády. Dochází k transportu většiny obyvatel židovského původu a Romů do koncentračních táborů. Po kolektivizaci a nástupu komunistického režimu postihl Luhačovice stejný osud jako ostatní lázně v Československu. Staly se součástí Československých lázní. Toto období souvisí zejména

---

<sup>25</sup> (Mohyla, a další, 1979)

<sup>26</sup> (Lázně Luhačovice a.s.)

s rozšířením nabídky procedur v lázních, která byla podobná jako ve zbytku lázeňského systému a částečně potlačila unikátní prvky místa. Dnešní akciová společnost Luhačovice byla založena roku 1992 po privatizaci bývalého státního podniku. Strategie současné společnosti je využití především vodního bohatství místa a léčebných postupů, které s tím souvisejí. To ukazuje také skutečnost, že v roce 2000 byl slavnostně otevřen nový léčebný pramen Svatého Josefa. K dispozici je na 14 hydrouhličitanochloridosodných kyselk a jeden sirný pramen.

Město návštěvníkům nabízí různé formy volnočasových aktivit. Samozřejmostí jsou bazény, tenisové kurty, golfové hřiště v dojezdové vzdálenosti a množství turistických stezek po okolí. V poslední době přibýlo několik tras pro stále oblíbenější cykloturistiku. Z kulturní nabídky je k dispozici divadlo, hudební sály a koncerty pod širým nebem.

Pro návštěvníky je dostupná rovněž typická nabídka doplňkových služeb, jako jsou například peněžní a směnárenské služby, bankomat, pošta, kadeřnictví, kosmetika, manikúra, pedikúra, optika, lázeňské zahradnictví. Město Luhačovice nabízí mnoho restaurací, barů, kaváren a široké zázemí státních institucí – městskou, státní policii, okresní soud, banky, řetězce nízkobrátkového zboží a jiné.

Dostupnost Luhačovic z hlediska dopravy je poměrně kvalitní, neboť se již od dob první republiky počítalo s návštěvníky z Čech.

Lázně disponují 956<sup>27</sup> místy v ubytovacích zařízeních různé kategorie a bezproblémové je taktéž ubytování v soukromí, penzionech i hotelích.

## 5.2. Přehled poskytované péče<sup>28</sup>

Lázně Luhačovice se specializují především na léčbu:

- nemocí onkologických (po skončení léčby)
- nemocí oběhového ústrojí
- nemocí trávicího ústrojí
- nemocí poruch z výměny látkové (cukrovka a obezita)
- onemocnění dýchacího ústrojí

---

<sup>27</sup> ( Svaz léčebných lázní České republiky)

<sup>28</sup> (Lázně Luhačovice a.s.)



- onemocnění pohybového aparátu.

Lázně se specializují i na léčbu dětí a dorostu, kdy se zaměřují hlavně na:

- nemoci z poruch výměny látkové
- nemoci dýchacího ústrojí.

Pro léčbu jednotlivých onemocnění se využívají především koupele, pravidelná pitná kúra a inhalace.

Jako rozšíření základní nabídky lázně kromě toho nabízí vodoléčebné procedury (různé druhy koupelí), masáže, elektroléčbu, pohybové terapie a speciální terapie (parafinové obklady, plynové injekce, sauny a další).

### **5.3. Analýza provedeného průzkumu**

Sběr dat mezi klienty probíhal v září roku 2010. Dny byly slunečné a poměrně teplé, což zaručovalo dostatek lidí ve venkovních prostorech lázní Luhačovice.

Územím pro dotazování byl lázeňský park a hlavní promenáda před sanatorii.

Klienti se bez problému účastnili rozhovorů a odpovídali na otázky.

Bohužel se nepodařilo získat povolení k uskutečnění sběru dat od zaměstnanců. Důvodem byl strach obchodního oddělení ze zneužití údajů.

#### **5.3.1. Přehled výsledných zjištění - klienti**

Otázka č. 1: Čech, nebo cizinec?

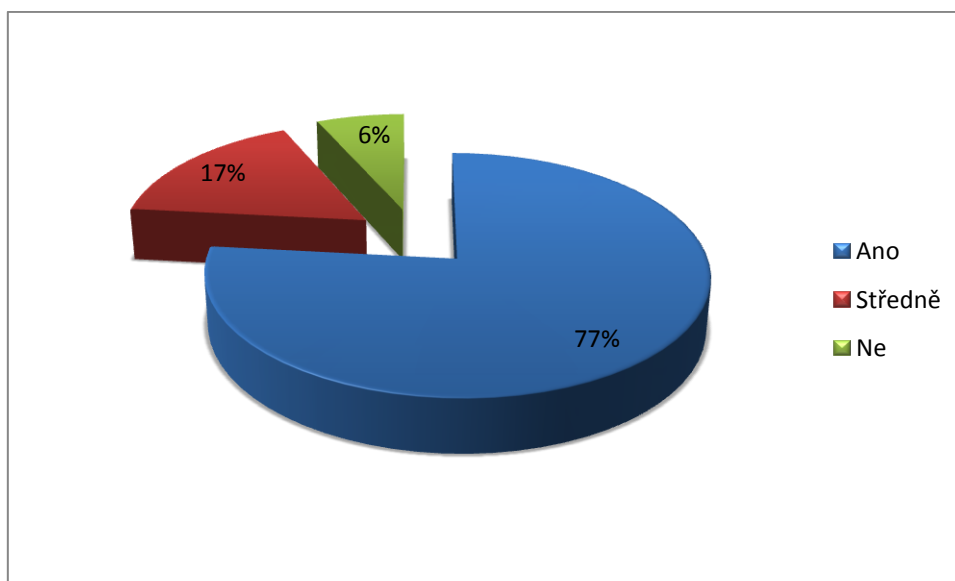
**Všichni respondenti, kromě jedné osoby, byli obyvatelé České republiky.**

Otázka č. 2: Líbí se Vám prostředí, ve kterém jsou lázně umístěny?

**90 % respondentů se líbí prostředí, ve kterém se lázně nacházejí.**

*Někteří si ovšem v rozhovoru stěžovali na silnici, která vede údolím a v blízkosti lázní.*

Otázka č. 3: Jste spokojen (a) s cenou poskytovaných služeb?



**77 % respondentů bylo spokojeno s cenami služeb v lázních Luhačovice.**

*Lidé, kteří nebyli s cenami příliš spokojeni, poukazovali především na rozdíl oproti cenám při jejich poslední návštěvě.*

Otázka č. 4: Jste spokojen (a) s rozsahem poskytovaných služeb?

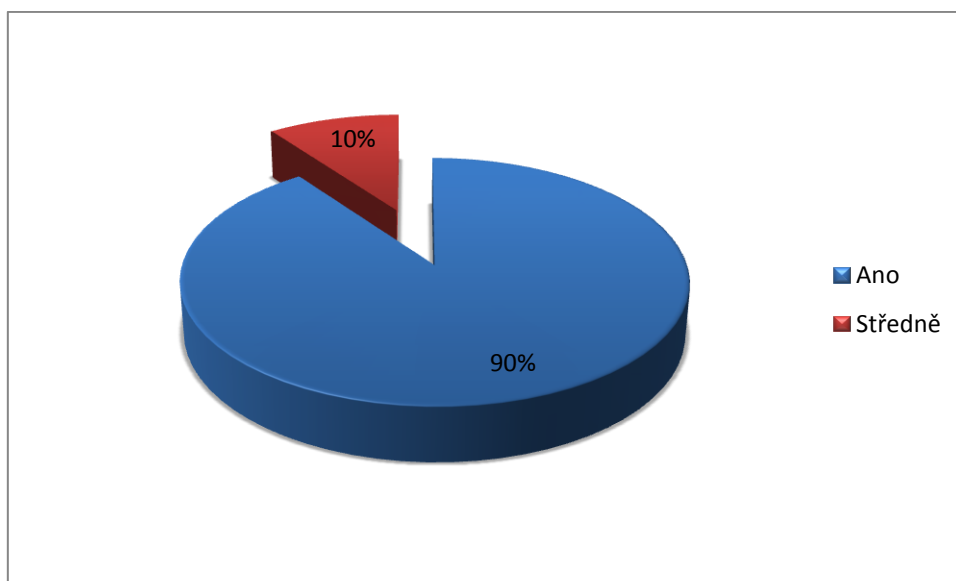
**S rozsahem služeb bylo spokojeno 73 % respondentů a 23 % je spokojeno středně.**

Otázka č. 5: Jste spokojen (a) s kvalitou léčebných procedur a služeb?

**97 % respondentů bylo spokojeno s kvalitou léčebných procedur a služeb.**

*Během rozhovoru respondenti zdůrazňovali, že jsou služby v lázních velmi kvalitní a jsou s nimi spokojeni.*

Otázka č. 6: Jste spokojen (a) s ubytováním?



**90 % respondentů bylo spokojeno s ubytováním.**

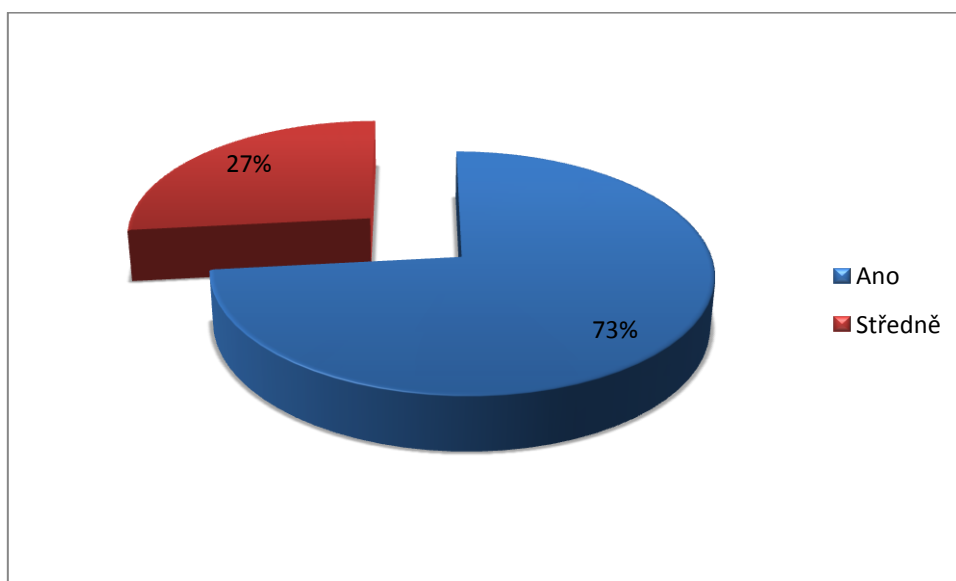
*Respondenti oceňovali zejména umístění ubytování v areálu lázní blízko procedur.*

Otázka č. 7: Jste spokojen (a) s profesionalitou a přístupem personálu?

**93 % respondentů bylo spokojeno s profesionalitou personálu.**

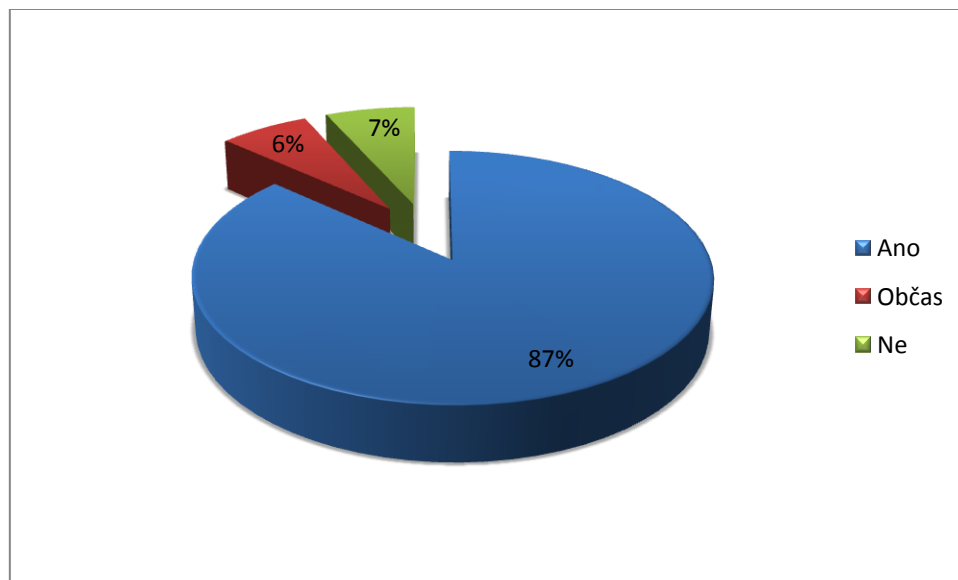
*Respondenti v rozhovorech zmiňovali především vlídnost a ochotu personálu.*

Otázka č. 8: Jak jste spokojen (a) s informovaností o volnočasových aktivitách v oblasti?



**73 % respondentů uvedlo, že jsou spokojeni s informovaností o různých kulturních a sportovních aktivitách v oblasti lázní.**

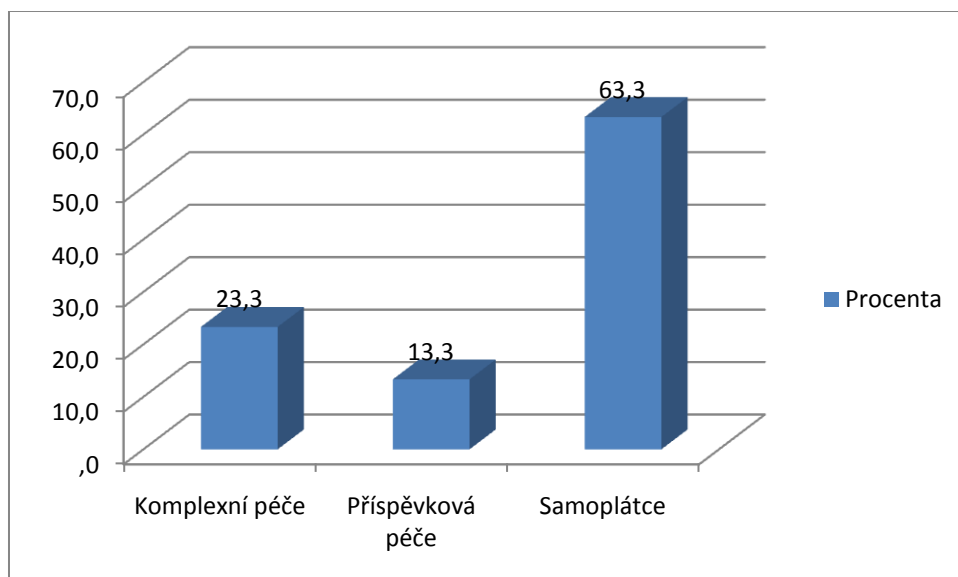
Otázka č. 9: Využíváte kulturní a sportovní možnosti?



**Naprostá většina, 87 %, rovněž uvedla, že využívá kulturní a sportovní možnosti.**

*V letním období oceňovali v první řadě koncerty pod širým nebem.*

Otázka č. 10: Jste v lázních v rámci komplexní, příspěvkové péče, nebo jako samoplátce?



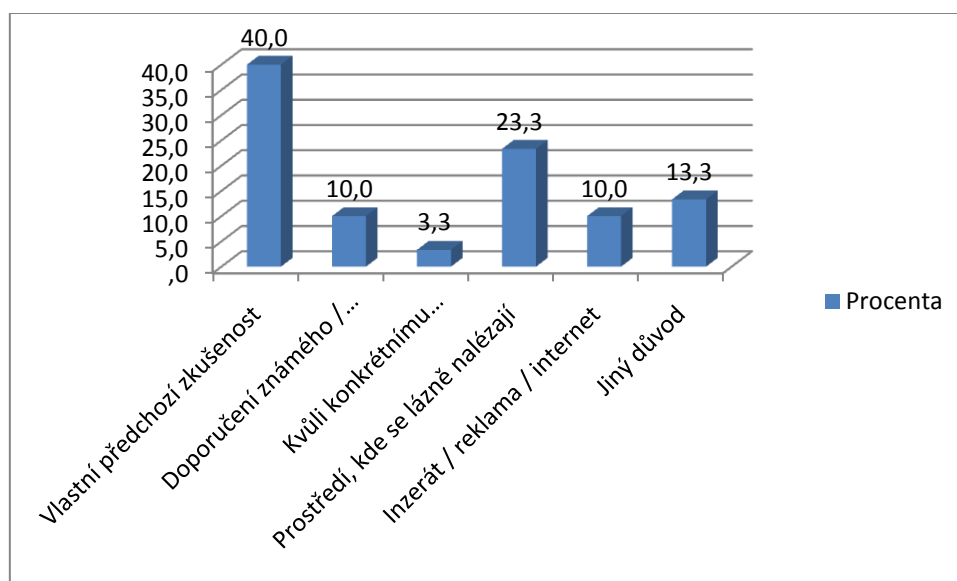
**Nejvíce respondentů v průzkumu bylo z řad samoplátců – 63 %.**

*Důvodem vysokého počtu samoplátců je též množství různých kategorií hotelů v oblasti a dobrá dopravní dostupnost místa.*

Otázka č. 11: Jestli samoplátce, jste tu v rámci ....

**Respondenti, kteří přijeli jako samoplátci, uvedli důvodem svého pobytu relaxaci a wellness aktivity.**

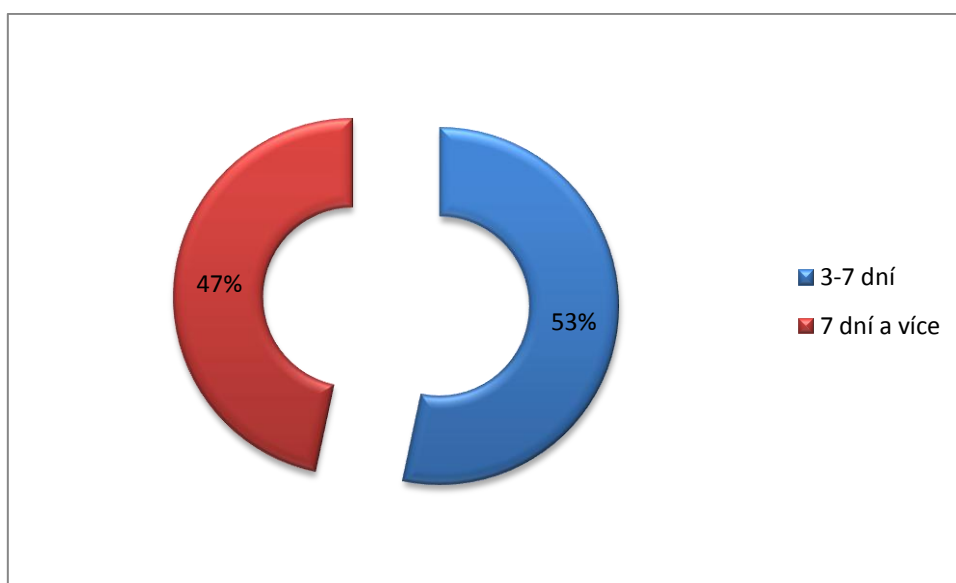
Otázka č. 12: Proč jste si vybral (a) ke svému pobytu zdejší lázně?



**Nejvíce dotázaných, 43 % respondentů, uvedlo jako důvod svého rozhodnutí pro Luhačovice vlastní předchozí zkušenost. Druhá nejpočetnější skupina s 23 % byli respondenti, kteří přijeli kvůli prostředí.**

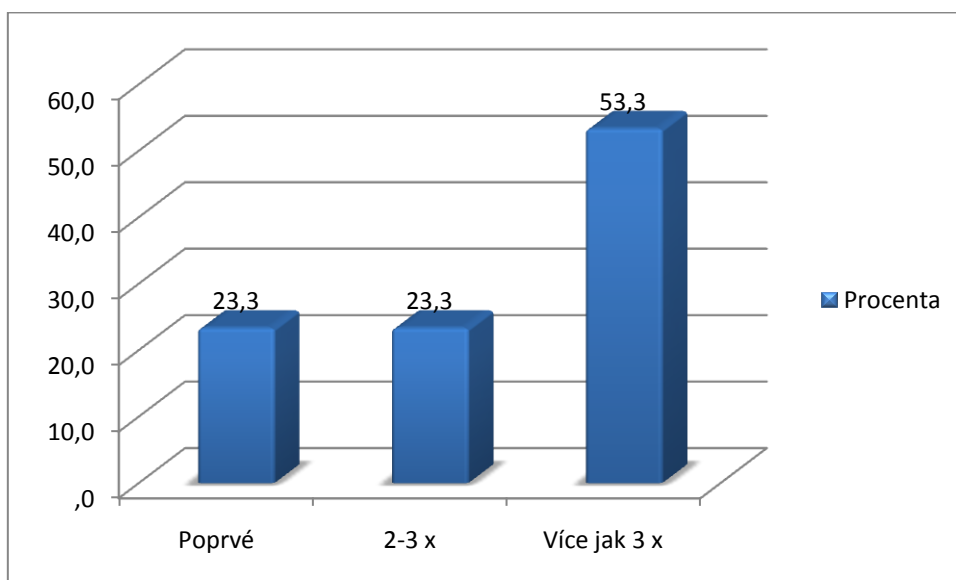
*Respondenti, kteří uvedli jiný důvod, nejčastěji zmínili, že jim lázně byly přiděleny.*

Otázka č. 13: Na kolik dní je Váš pobyt?



**Větší část respondentů, 53 %, přijela na dobu 3-7 dnů. Tuto skupinu představují spíše samoplátci. Druhou skupinou, zbylých 47 %, kdy návštěvníci přijeli na období delší než 7 dnů (nejčastěji 21), jsou klienti v rámci komplexní péče.**

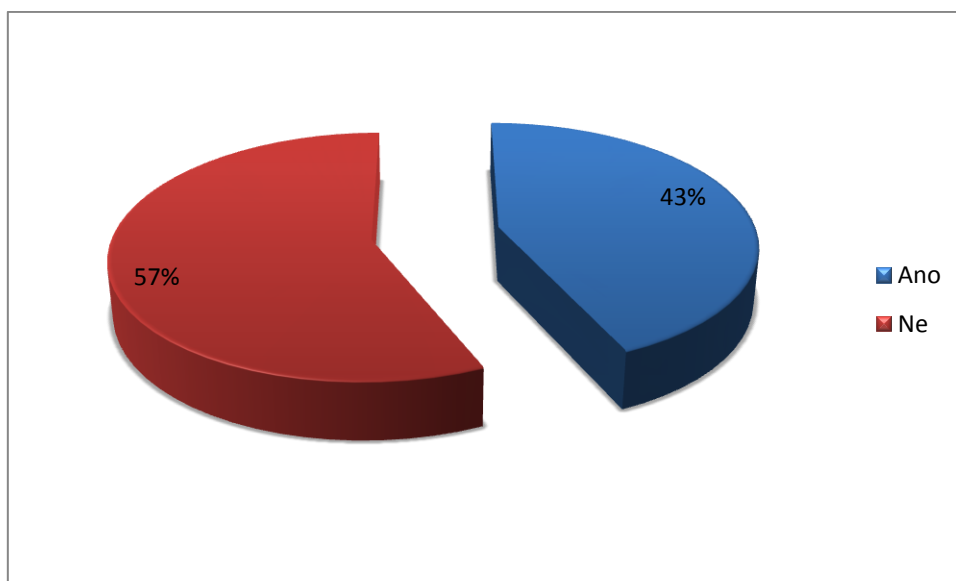
Otázka č. 14: Jste v těchto lázních poprvé? Pokud ne, po kolikáté?



**Osobním překvapením pro mě bylo velké procento, 53 % respondentů, kteří se do lázní opakovaně vrací, a to více než třikrát.**

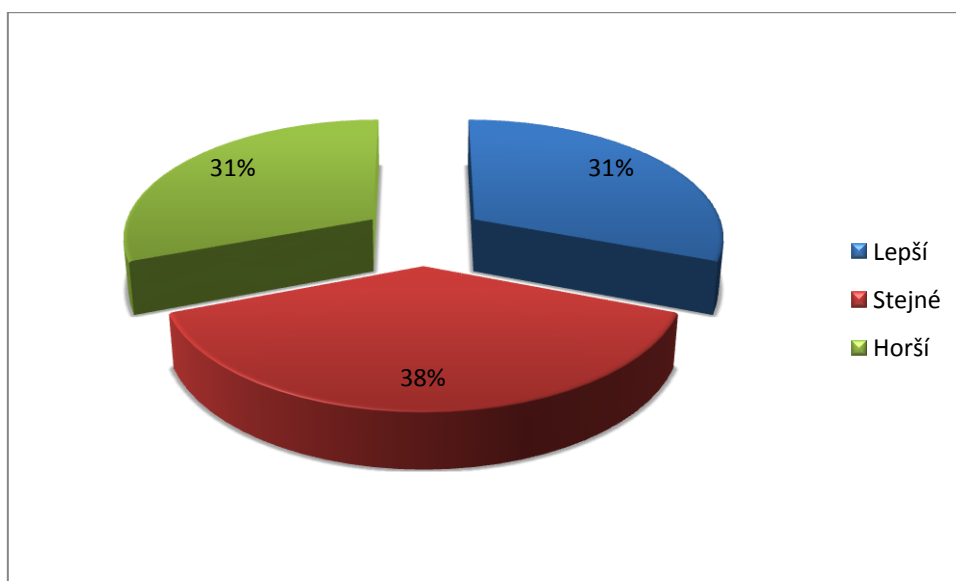
*Někteří respondenti uvedli, že jsou v Luhačovicích dokonce již po šestnácté. To svědčí o vysokém oceňování lázní ze strany klientů*

Otázka č. 15: Navštívil (a) jste i jiné lázně v ČR jako klient?



**57 %** respondentů uvedlo, že navštívili i jiné lázně v České republice.

Otázka č. 16: Jak hodnotíte tyto lázně v porovnání s jinými, které jste navštívil (a) a které to byly?



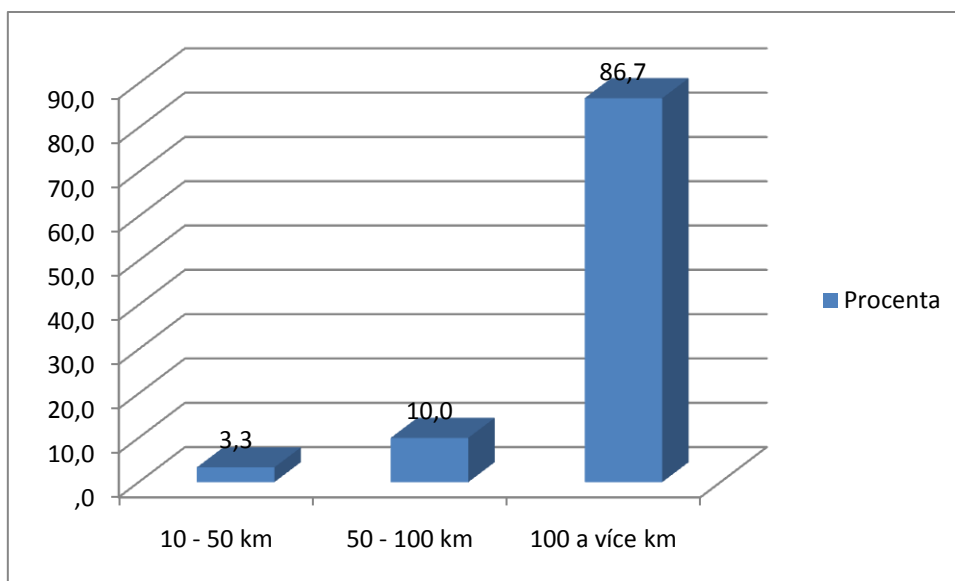
**38 %** respondentů hodnotilo lázně Luhačovice jako stejné v porovnání s jinými. Procento respondentů, kteří je brali jako lepší nebo horší bylo stejné – **31 %**.

Pro přehled lázní, které dotazovaní nejčastěji zmiňovali, byla vytvořena názorná mapa:



Čím větší červené kolečko, tím častěji byly tyto lázně zmiňovány.

Otázka č. 17: Jaká je vzdálenost Vašeho bydliště?

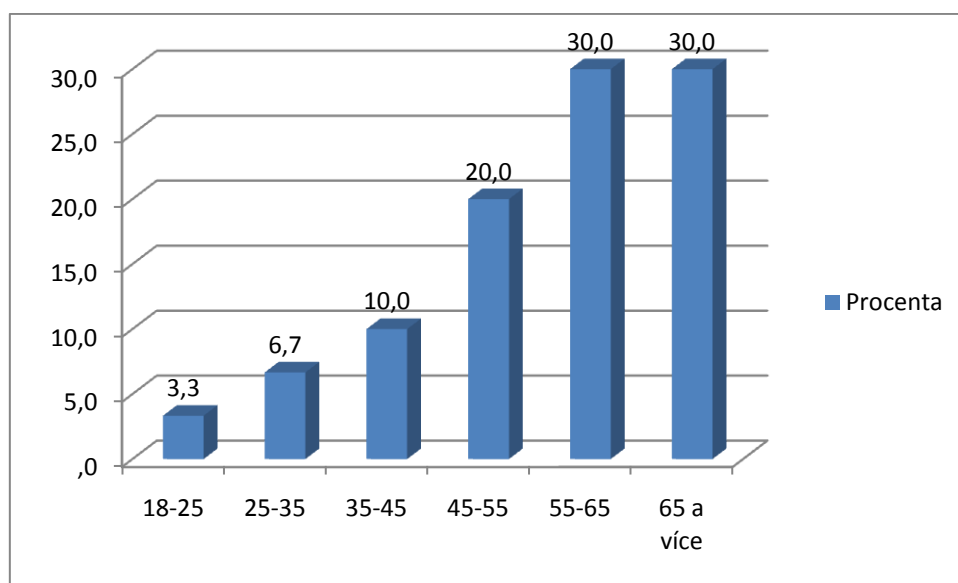


**87 %** respondentů přijelo do lázní ze vzdálenosti větší než 100 km.

Nejčastěji byla zmiňována vzdálenost kolem 200km.



Otázka č. 18: Jaký je Váš věk?

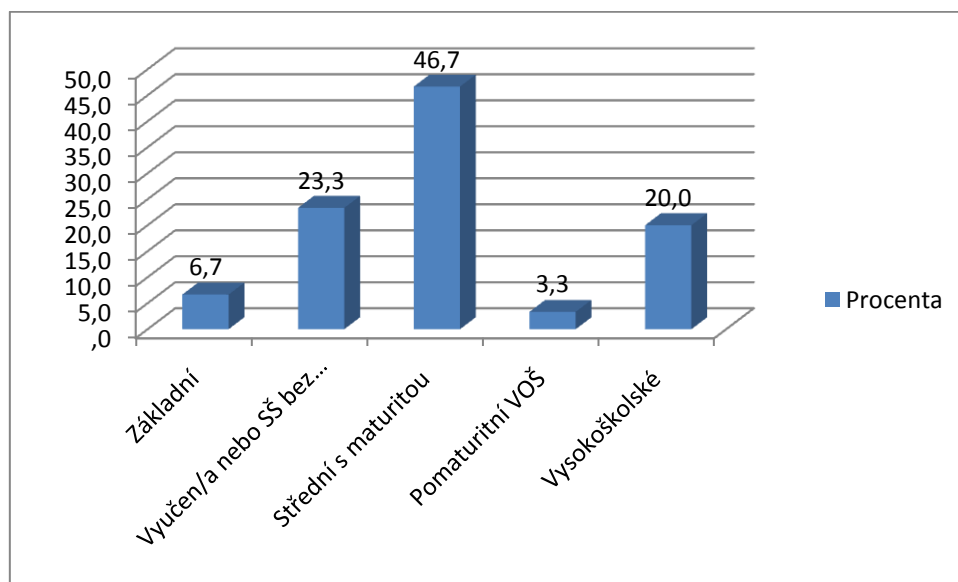


**Téměř 2/3 respondentů bylo ve věku vyšším než 55 let.**

Otázka č. 19: Bydlíte ve městě, nebo na vesnici?

**87 % respondentů uvedlo, že bydlí ve městě.**

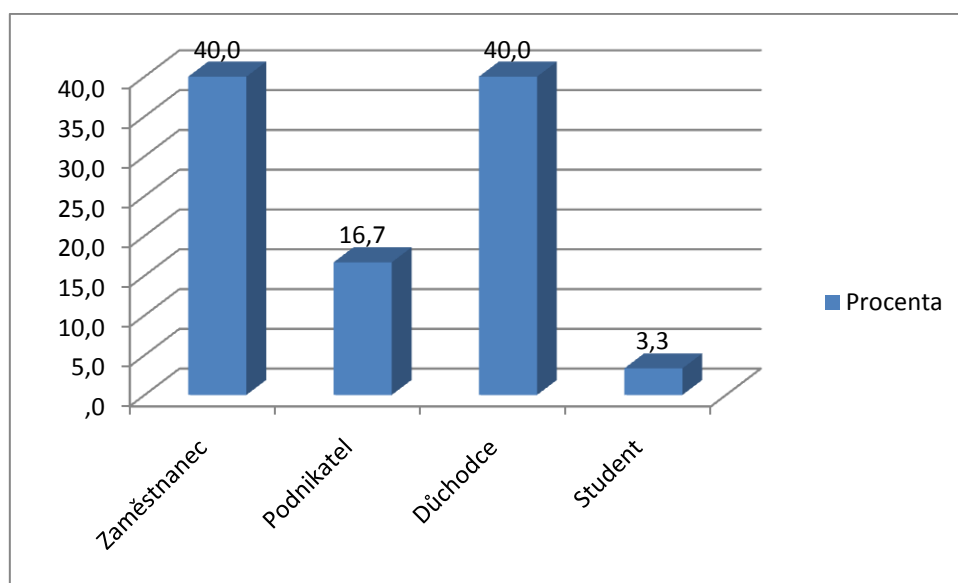
Otázka č. 20: Jaké je Vaše nejvyšší dokončené vzdělání?



**Nejvyšší zastoupení vzdělání mezi respondenty bylo středoškolské s maturitou – 47 %.**

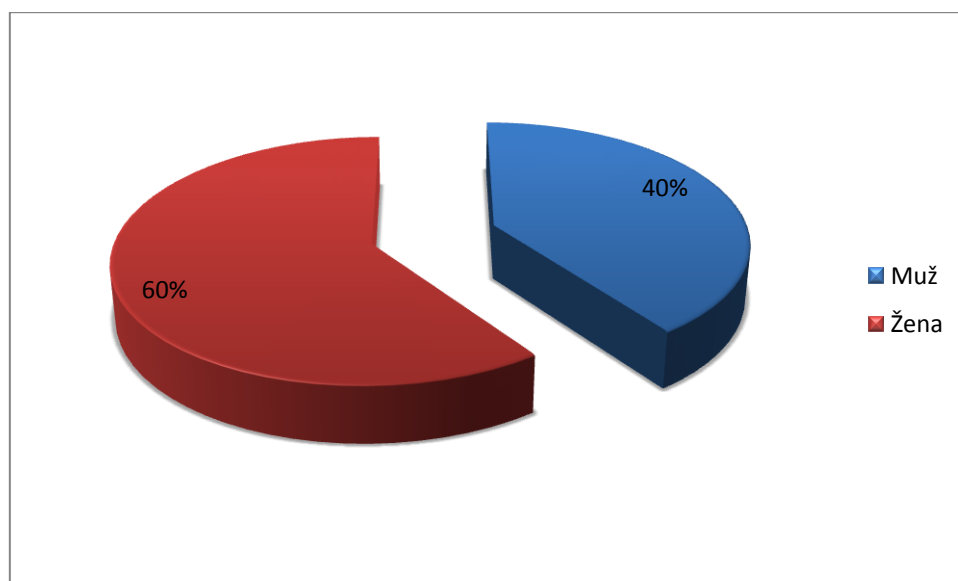
**Druhé nejpočetnější pak středoškolské bez maturity s 23 %.**

Otázka č. 21: Jaký je Váš zdroj příjmů?



**Jako zdroj příjmů uváděli respondenti nejčastěji, že jsou důchodci nebo zaměstnanci. Shodně ve 40 % případů.**

Otázka č. 22: Muž, nebo žena?



**Vzorek respondentů byl tvořen z 60 % ženami.**

### 5.3.2. Porovnání zjištěných vztahů u průzkumu - klienti

**1) Respondenti samoplátci častěji uváděli spokojenost s prostředím, ve kterém se lázně nalézají.**

*Lze předpokládat, že si samoplátci lázně před příjezdem sami vybrali a zjistili si o nich informace. Tudiž by měli znát i prostředí lázní a vědět, co mohou očekávat.*

**2) Respondenti, kteří přijeli do lázní na 3-7 dní, častěji vyjadřovali spokojenost s prostředím lázní.**

*Tato skupina je v lázních poměrně krátkou dobu a oblast, ve které jsou lázně umístěny, se jim proto tak rychle „neokouká“.*

**3) Respondenti, kteří jsou již v důchodu, častěji uváděli pouze střední spokojenost s prostředím lázní.**

*Je tak pravděpodobné, že důchodci vnímají určitou mladou atmosféru, kterou lze v Luhačovicích vyzorovat. Tento dojem jsem získal i během svého pozorování. Na promenádách a v parcích je mnoho lidí ve středním věku, popřípadě maminek s dětmi. Důvodem je kromě léčby dětských pacientů i umístění lázní v rámci města.*

**4) Respondenti, kteří přijeli na základě vlastní zkušenosti, častěji vyjadřovali spokojenost s cenami služeb.**

*Tito klienti již vědí, co mohou v lázních očekávat, a přijeli znovu přesto, že znali cenové podmínky v lázních. Jsou s nimi tudiž spokojeni.*

**5) Respondenti, kteří přijeli na 3- 7 dní, častěji uváděli menší spokojenost s cenou poskytovaných služeb.**

**Respondenti, kteří přijeli na období více jak 7 dní, častěji uváděli spokojenost s cenou služeb.**

*Tento jev vysvětluje skutečnost, že na období více jak 7 dní přijíždí převážně klienti v rámci komplexní péče, kteří mají svůj pobyt hrazený pojišťovnami.*

**6) (Podobně jako u lázní Jeseník) Respondenti, kteří nenavštívili jiné lázně v rámci republiky, častěji vyjadřovali pouze střední spokojenost s cenou služeb.**

*Tito klienti totiž nemají příliš srovnání s jinými lázeňskými místy, a proto je překvapí vyšší ceny v lázních.*

*U této možnosti se také objevuje určitá tendence mezi respondenty spokojenými s cenami služeb a respondenty, kteří již navštívili jiné lázně v ČR. Tato tendence je ale statisticky nevýznamná.*

**7) Respondenti, kteří do lázni přijeli na základě vlastní předchozí zkušenosti, častěji uváděli spokojenost s rozsahem služeb v lázních.**

*Zde se projevuje velké množství osob, které se do Luhačovic vracejí opakovaně, což přirozeně implikuje právě fakt spokojenosti s nabízenými službami. Potvrdily to i rozhovory s respondenty.*

**8) Respondenti, kteří přijeli na období 3-7 dní, častěji vyjadřovali spokojenost s ubytováním.**

**Respondenti, kteří přijeli na období více jak 7 dní, častěji uváděli pouze střední spokojenost s kvalitou ubytování.**

*Opět zde zasahuje vliv druhu pobytu. Samoplátci většinou bydlí v dražším a kvalitním ubytování, zatímco klienti v rámci komplexní péče v lázeňských domech.*

**9) Respondenti, kteří jsou v lázních poprvé, častěji vyjadřovali menší spokojenost s profesionalitou personálu.**

*Část respondentů, která přijela poprvé, může být zklamaná kvalitou služeb personálu z důvodů většího očekávání. To se pak promítne do jejich hodnocení.*

**10) Respondenti s vysokoškolským vzděláním častěji uváděli pouze střední spokojenost s profesionalitou personálu.**

*Tito klienti mohou mít větší nároky a znát některé lázeňské postupy. Proto jsou také náročnější.*

**11) Respondenti, kteří přijeli na období více jak 7 dní, častěji vyjadřovali spokojenost s informovaností o kulturních a sportovních aktivitách.**

**Respondenti, kteří přijeli na období 3-7 dní, častěji vyjadřovali pouze střední spokojenost s informovaností o kulturně-sportovních aktivitách.**

*Klienti, kteří přijeli na delší období, mají více možností, jak si zjistit, kde se informace o aktualitách a programech vyskytují, a je pro ně pak jednodušší tyto zdroje kontrolovat.*

**12) Respondenti, kteří přijeli do lázní již podruhé nebo potřetí, častěji vyjadřovali střední spokojenost s informovaností o volnočasových aktivitách.**

**Respondenti, kteří přijeli do lázní více jak třikrát, častěji uváděli spokojenost s informovaností o volnočasových aktivitách.**

*Dá se předpokládat, že klienti, kteří jsou v lázních po několikáté, znají různá místa, kde si informace obstarat, popřípadě kam zajít. Ti, kteří jsou v lázních podruhé nebo potřetí, mohli přijet v předchozí návštěvě pouze na kratší dobu nebo se o tyto informace nezajímali.*

**13) Respondenti, kteří přijeli ze vzdálenosti větší jak 100km, častěji uváděli, že využívají kulturně-sportovní nabídku v oblasti.**

*Tento jev se dá vysvětlit tak, že klienti, kteří přijedou do lázní z jiné oblasti, chtějí zjistit místní poměry. Luhačovice se nachází ve folklórně specifické oblasti a jsou známé svými tradicemi. Poznat místní kulturu tak může být dobrým zpestřením pobytu v lázních.*

### **5.3.3 Celkové porovnání**

*Lázně Luhačovice na klienty působí jako profesionálně vedené známé lázně s tradicí. Návštěvníci na nich oceňují kvalitu služeb i možnosti kulturní nabídky. Náročnější klienty pak osloví zejména nabídka dražších hotelů.*

*Jako nevýhodu naopak vnímají určitý městský charakter lázní spojený s větším počtem pacientů i turistů, kteří do lázní přijíždí.*

*Důležitý je v Luhačovicích faktor vracejících se hostů, kteří si již po mnoho let lázně neustále vybírají, a i když vnímají různé pozitivní i negativní změny, nechtějí svůj zvyk měnit.*

## 6. Lázně Třeboň

Počátky lázeňství v Třeboni sahají do 15. století<sup>29</sup>, kdy se začala využívat místní rašelina a slatina pro potřeby ranhojičů. Na konci 18. století tato služba zanikla a renesance se dočkala až roku 1861, kdy správce schwarzenberského panství dal podnět k vybudování lázní na Zlaté stoce. Tyto lázně jsou spojeny se jménem Václava Hucka, který roku 1883<sup>30</sup> otevřel nové lázně jako reakci na onemocnění své dcery Berty. Jednalo se o očistné lázně využívající tekoucí vody. Václav Hucek poté přidal využívání slatiny jako léčebného prvku. Tyto lázně dnes nesou jméno Huckovy dcery – Bertiny lázně. Hucek se staral i o prezentaci lázní a marketing, když ve své inzerci uváděl přednosti rašelinných zábalů, koupelí i účinek zdejšího zdravého vzduchu a krásné krajiny. Slatina se využívala a i dnes využívá k léčbě chorob obzvláště pohybového aparátu. Může se jednat o pourazové léčení, revmatismus, pooperační doléčení i regeneraci celého těla. V roce 1939 lázně zakoupilo město Třeboň a provedlo jejich rozsáhlou modernizaci. Lázně měly k dispozici 46 lůžek, což byl dvojnásobek kapacity za dob Hucka. Dbalo se především na odbornou lékařskou úroveň lázeňského ústavu. Pobyt v lázních nebyl levnou záležitostí. Třítýdenní léčebný pobyt zde stál třikrát více, než byl měsíční příjem lékaře, který zde pracoval. Válečná léta se nedotkla účelnosti, a tedy i prosperity lázní.

### 6.1. Novodobá historie lázní<sup>31</sup>

Postupně se Třeboň stala předním místem pro léčbu revmatismu u nás. Po konci 2. světové války a sloučení ve státní podnik dala vysoká návštěvnost lázní a nedostatečné ubytovací kapacity podnět k rozvoji lázní. Ten přišel až roku 1975 výstavbou nového lázeňského sanatoria Aurora u rybníka Svět. Po privatizaci roku 1989 se Bertiny lázně vrátily do majetku města a lázně Aurora přešly pod správu státu. Tento stav se změnil roku 1998, kdy i lázně Aurora převzalo město. Lázně se tak spojily, i když každé vystupují pod svým názvem. V obou areálech proběhly velké stavební změny, hlavně v oblasti modernizace jednotlivých prostor a zvětšení sportovních možností pro klienty. Mezi ty patří vybudování bazénu nebo wellness centra.

Dnešní turisté mohou využít mimo přírodních koupališť i několik bazénů, tenisové a squashové kurty, bowling fitness nebo venkovní minigolf a populární cykloturistiku. Město samotné navíc nabízí bohatý kulturní program spojený s návštěvami pamětihodností a vyhlášenou gastronomií ve městě.

---

<sup>29</sup> (Třeboňsko.cz)

<sup>30</sup> (Lázně Aurora Třeboň)

<sup>31</sup> (Mohyla, a další, 1979)

Nabídka služeb pro návštěvníky je podobná jako v ostatních zmiňovaných lázních: peněžní a směnárenské služby, bankomat, pošta, kadeřnictví, kosmetika, manikúra, pedikúra, optika, lázeňské zahradnictví. Ve městě nalezneme mnoho restaurací, barů, kaváren i zázemí státních institucí – městskou, státní policii, okresní soud, banky, řetězce nízkoobrátkové zboží a další.

Důležitým faktorem je také dopravní dostupnost Třeboně. Ta je poměrně dobrá zejména pro obyvatele Čech. Město leží nedaleko Českých Budějovic s hlavními tahy a napojením na zbytek republiky. Nechybí samozřejmě i vlakové spojení.

Bertiny lázně mají k dispozici 186<sup>32</sup> lůžek a lázně Aurora 458 lůžek. To vše doplňuje široká nabídka ubytování v soukromí, penzionech i hotelích všech tříd a kvalit.

## 6.2. Přehled poskytované péče<sup>33</sup>

Mezi indikační skupiny obou lázeňských domů patří<sup>34</sup>:

- bolestivé stavy páteře a kloubů
- poúrazové a pooperační stavy
- stavy po kloubních náhradách
- artróza
- revmatická onemocnění
- Bechtěrevova nemoc
- dna a hyperurikemický syndrom
- bolestivé stavy měkkých tkání
- degenerativní onemocnění kloubů
- osteoporóza.

Léčba probíhá pomocí nejrůznějších metod. Bertiny lázně i lázně Aurora využívají v první řadě slatinu a její tepelné účinky při šetrném prohřívání organismu. Dochází také k hydrataci pokožky. Slatina se aplikuje několikrát po sobě pomocí koupelí či zábalů.

---

<sup>32</sup> ( Svaz léčebných lázní České republiky)

<sup>33</sup> (Bertiny lázně Třeboň)

<sup>34</sup> (Lázně Aurora Třeboň)

Lázně nabízí i masáže, pohybové terapie, fyzikální terapie, akupunkturu, inhalace, oxygenoterapii, plynové injekce a další.

### 6.3. Analýza provedeného průzkumu

Sběr dat probíhal v areálu Bertiných lázní v Třeboni. Dotazování se uskutečnilo v průběhu měsíce července 2010 za slunných dnů. Většina rozhovorů byla provedena v areálu lázní a na pěší zóně kolem Zlaté stoky.

Zaměstnanci byli osloveni ve stejném termínu a dotazování probíhalo na jejich pracovištích v normální pracovní době.

Zaměstnanci i klienti byli velmi ochotní odpovídat. U zaměstnanců bylo dotazování bezproblémové a vedlo se ve velmi uvolněné atmosféře.

#### 6.3.1. Přehled výsledných zjištění - klienti

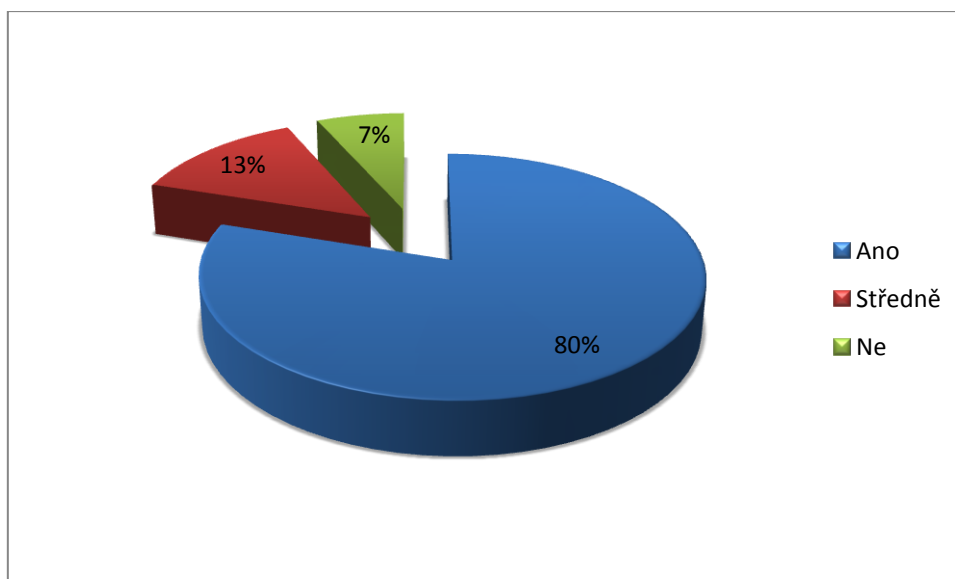
Otázka č. 1: Čech, nebo cizinec?

**Všichni oslovení respondenti byli obyvatelé České republiky.**

Otázka č. 2: Líbí se Vám prostředí, ve kterém jsou lázně umístěny?

**97 % respondentů bylo spokojeno s prostředím, ve kterém se lázně nacházejí.**

Otázka č. 3: Jste spokojen (a) s cenou poskytovaných služeb?



**Většina, 80 % respondentů, je spokojena s cenou poskytovaných služeb**



*Respondenti v rozhovorech upozorňovali, že celá oblast Třeboně je turistiky hojně navštěvovaná, a proto jsou zde i dražší služby než v jiných částech republiky.*

Otázka č. 4: Jste spokojen (a) s rozsahem poskytovaných služeb?

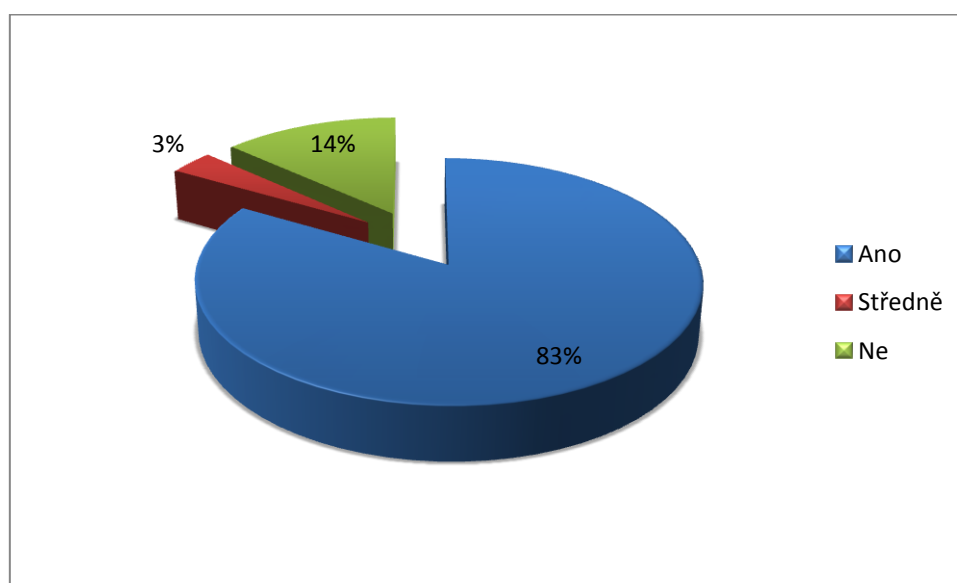
**93 % respondentů bylo spokojeno s rozsahem poskytovaných služeb.**

Otázka č. 5: Jste spokojen (a) s kvalitou léčebných procedur a služeb?

**93 % respondentů bylo také spokojeno s kvalitou léčebných procedur a služeb.**

*Klienti si shodně pochvalovali přístup personálu.*

Otázka č. 6: Jste spokojen (a) s ubytováním?



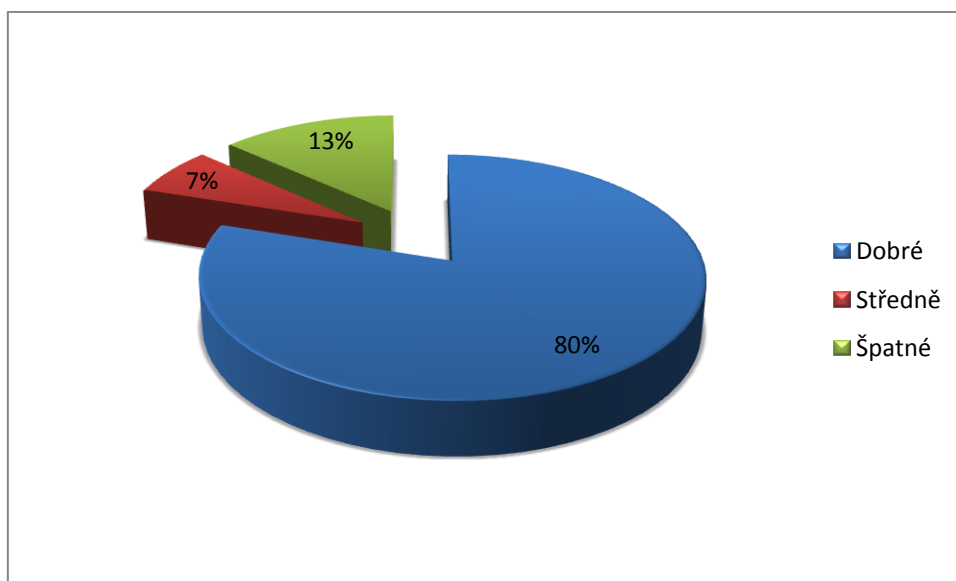
**83 % respondentů bylo spokojeno s ubytováním.**

*Nespokojení klienti byli ubytováni především v soukromí a přičítali to smůle při výběru svého ubytovatele. Jednalo se jak o nekvalitní a předražené penzióny, tak o ubytování v soukromí.*

Otázka č. 7: Jste spokojen (a) s profesionalitou a přístupem personálu?

**97 % respondentů je spokojeno s profesionalitou a přístupem personálu.**

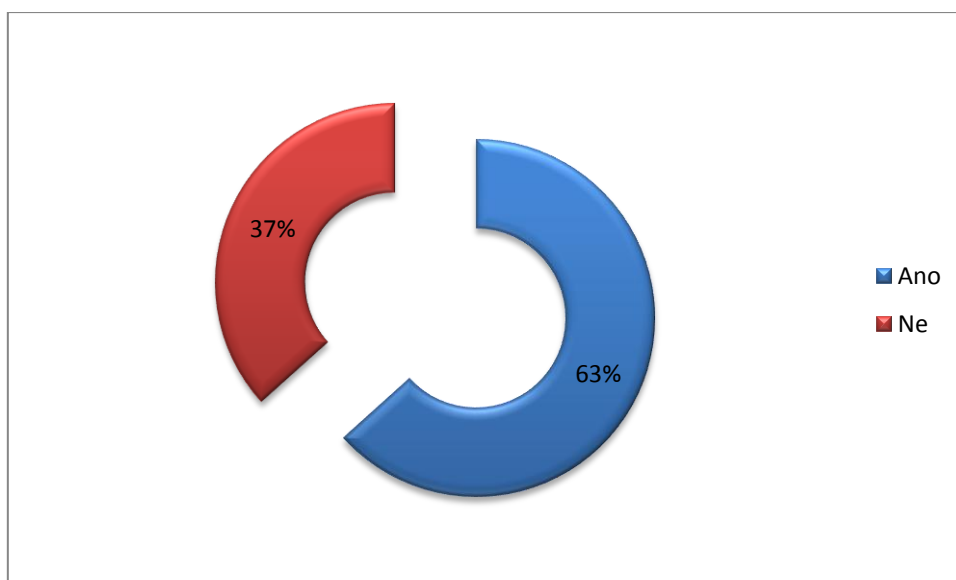
Otázka č. 8: Jak jste spokojen (a) s informovaností o volnočasových aktivitách v oblasti?



**80 % respondentů bylo spokojeno s informovaností o volnočasových aktivitách oblasti.**

*Většina kulturních i sportovních akcí se koná v rámci města Třeboň, jemuž patří i lázně. Proto jsou i informace o těchto akcích zprostředkovávány přes městský informační systém.*

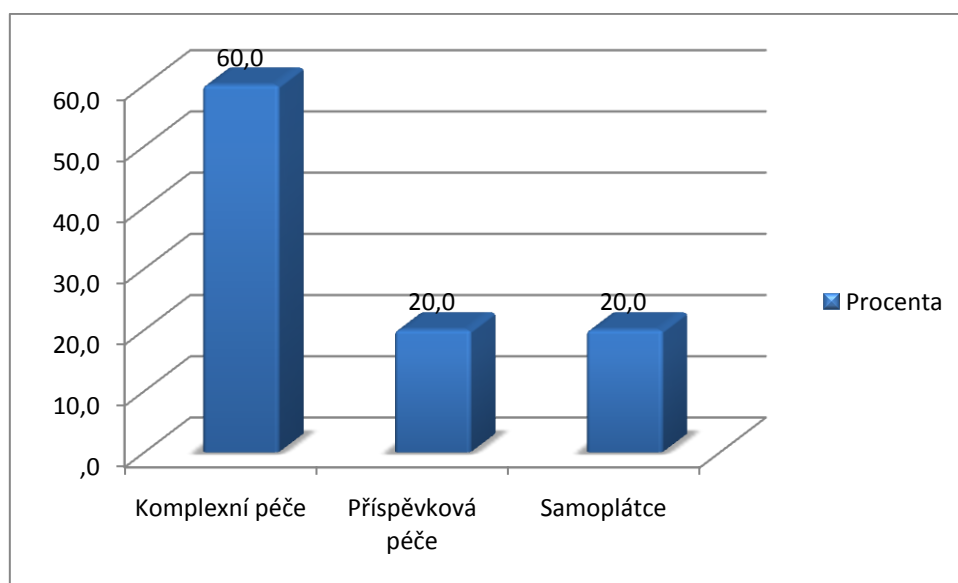
Otázka č. 9: Využíváte kulturní a sportovní možnosti?



**63 % respondentů využívá kulturní a sportovní možnosti, které mají k dispozici.**

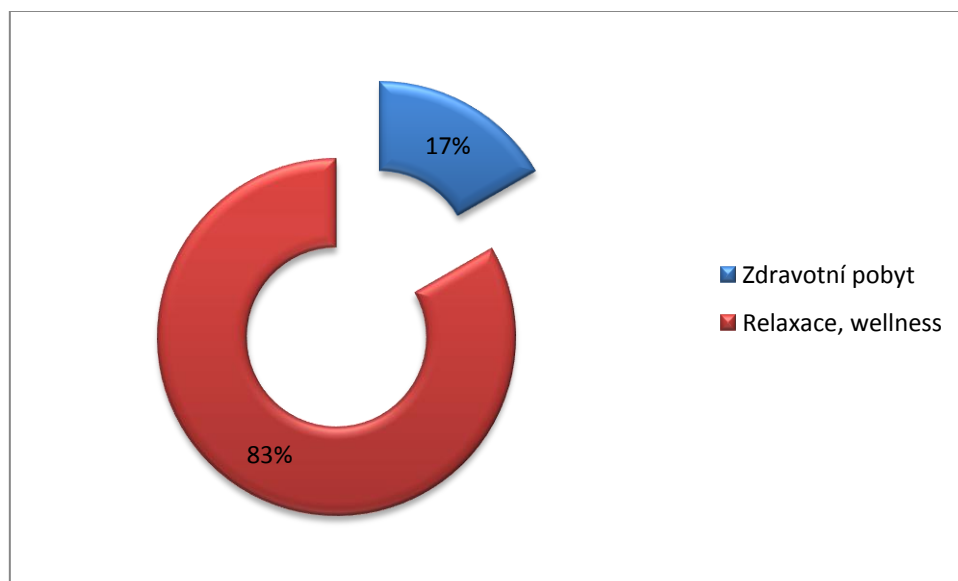
*Osobním překvapením bylo množství klientů, kteří volnočasové aktivity nevyužívají. Přitom Třeboň v letních měsících organizuje množství kulturních akcí a lázně mají nově vybudované sportovní areály.*

Otázka č. 10: Jste v lázních v rámci komplexní, příspěvkové péče, nebo jako samoplátce?



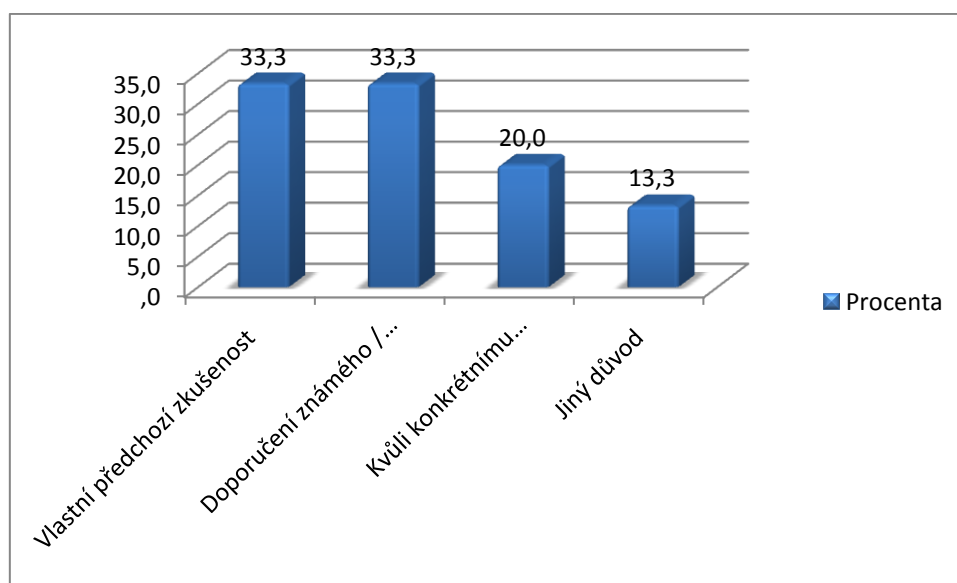
**Většina, 60 % respondentů, je v lázních v rámci komplexní péče.**

Otázka č. 11: Jestli samoplátce, jste tu v rámci ....



**83 % respondentů, kteří přijeli jako samoplátci, zvolilo lázně hlavně pro relaxaci a na wellness pobyty.**

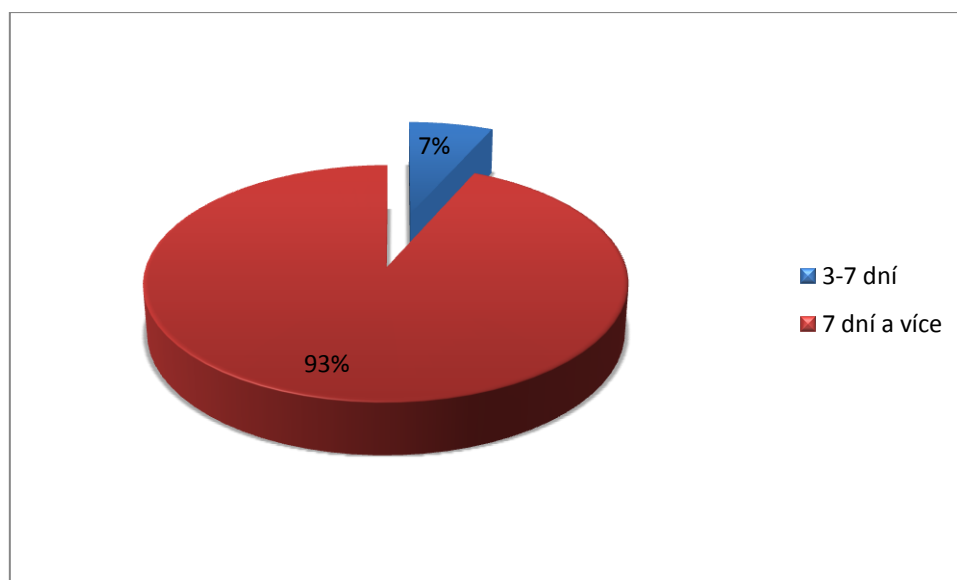
Otázka č. 12: Proč jste si vybral (a) ke svému pobytu zdejší lázně?



**Na otázku, proč si vybrali respondenti ke svému pobytu lázně Třeboň, 33 % shodně odpovědělo, že kvůli vlastní zkušenosti a na základě doporučení známého.**

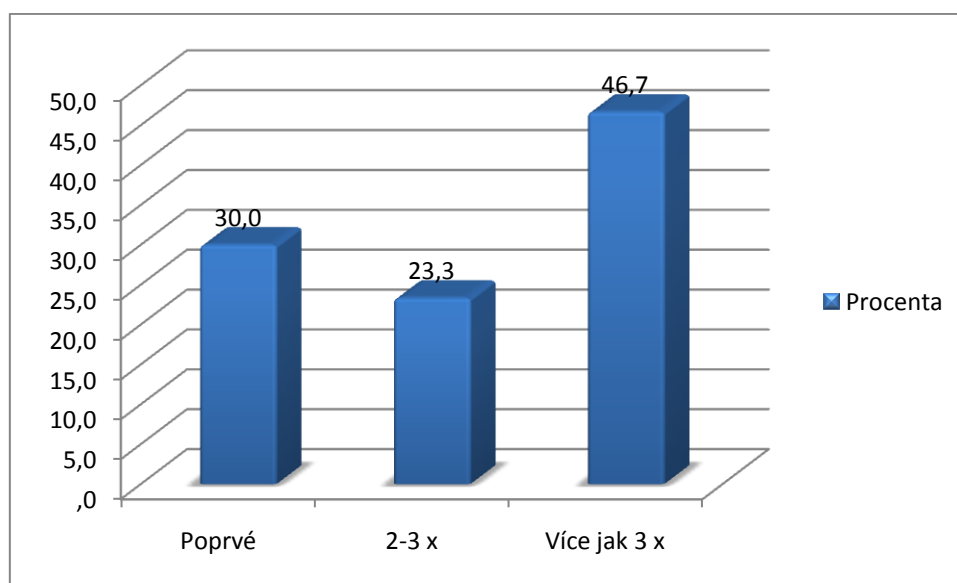
*Jako jiný důvod bylo již tradičně označováno, že jim lázně byly přiděleny.*

Otázka č. 13: Na kolik dní je Váš pobyt?



**93 % respondentů přijelo na dobu delší 7 dnů. Procento je ovlivněno zvláště pacienty v rámci komplexní péče, kteří mají pobyt na 21 dní.**

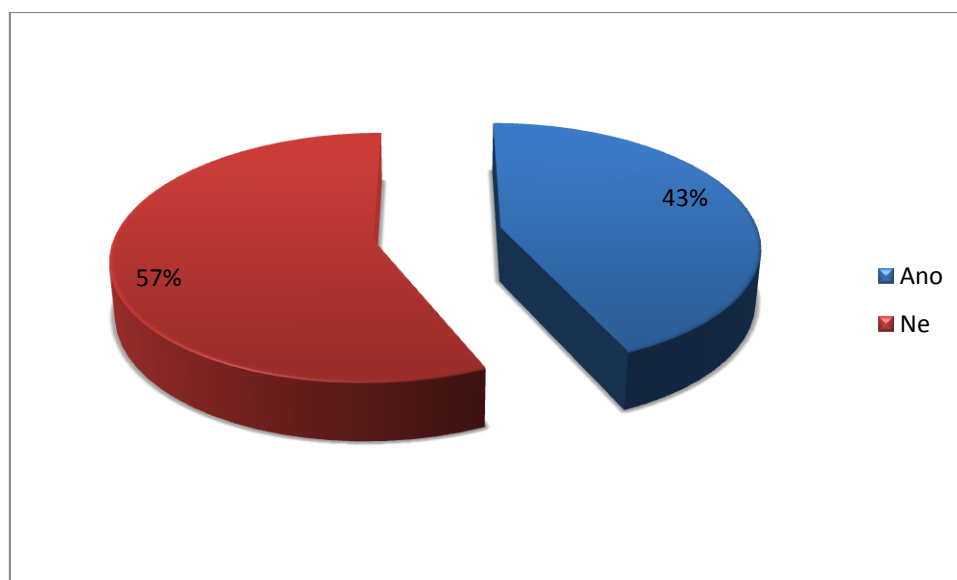
Otázka č. 14: Jste v těchto lázních poprvé? Pokud ne, po kolikáté?



**47 % respondentů přijelo do lázní již více jak potřetí.**

*30 % respondentů přijelo do lázní poprvé. Tito klienti v rozhovoru často zdůrazňovali, že přes Třeboň projížděli, nebo ji znají a rozhodli se zde jednou vydat i do lázní.*

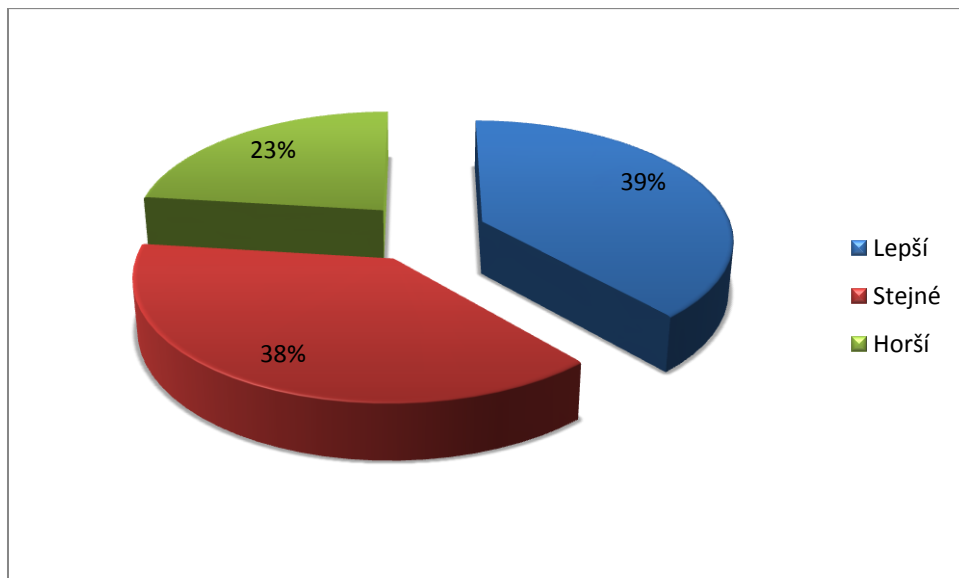
Otázka č. 15: Navštívil (a) jste i jiné lázně v ČR jako klient?



**57 % respondentů nenavštívilo jiné lázně v České republice.**

*Mnoho klientů, kteří nenavštívili jiné lázně, se opakovaně vrací zpět do Třeboně.*

Otázka č. 16: Jak hodnotíte tyto lázně v porovnání s jinými, které jste navštívil (a) a které to byly?



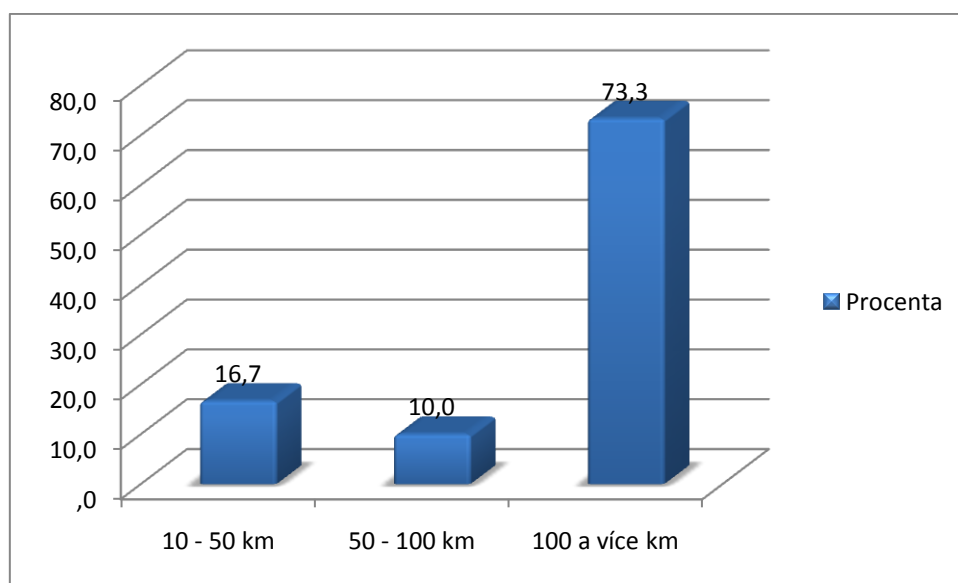
**Téměř stejné procento respondentů, 39 % a 38 %, považuje lázně v Třeboni za lepší, nebo stejné v porovnání s těmi, které již navštívili.**

Pro přehled lázní, které dotazovaní nejčastěji zmiňovali, byla vytvořena názorná mapa:



Čím větší červené kolečko, tím častěji byly tyto lázně zmiňovány.

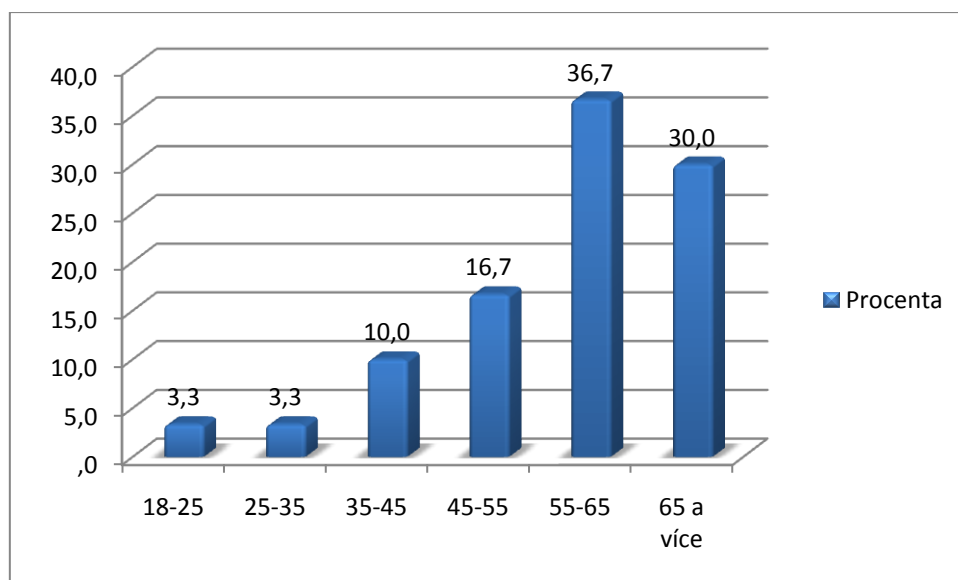
Otázka č. 17: Jaká je vzdálenost Vašeho bydliště?



**73 % respondentů přijelo ze vzdálenosti více jak 100km.**

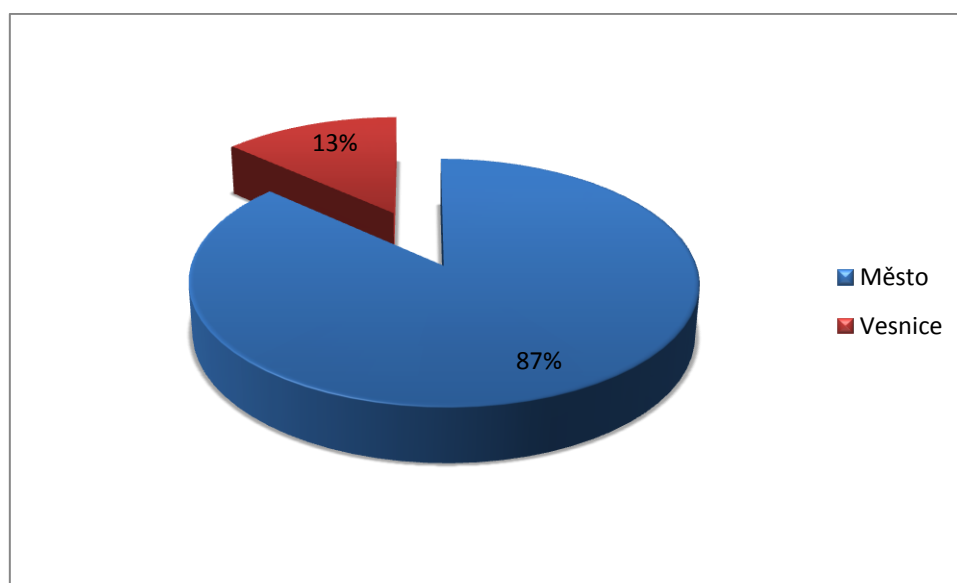
*Přesto má Třeboň velké procento osob, které přijely i z kratší vzdálenosti. Mnoho respondentů v rozhovoru uvedlo, že zvolilo tyto lázně právě kvůli vzdálenosti od jejich bydliště.*

Otázka č. 18: Jaký je Váš věk?



**67 % respondentů bylo starší než 55 let.**

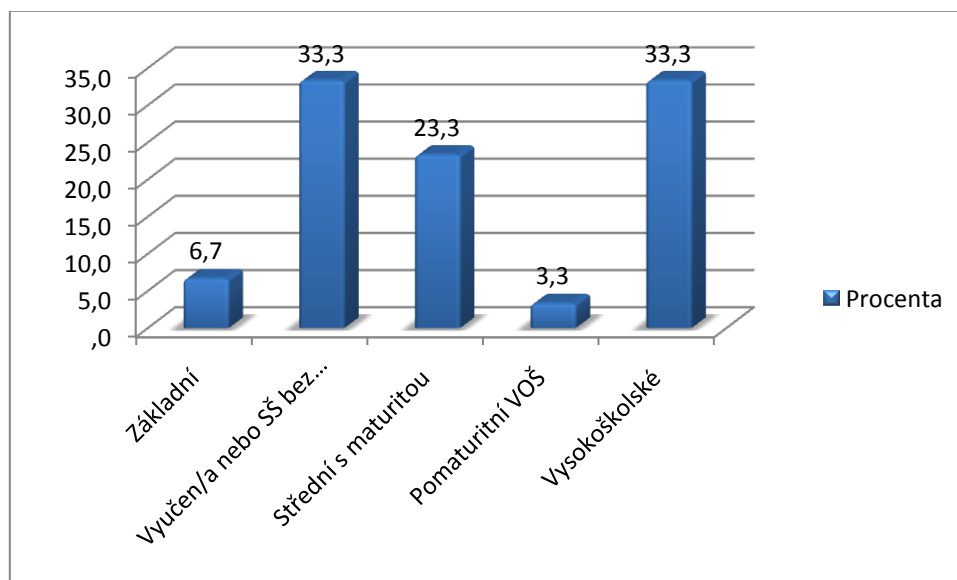
Otázka č. 19: Bydlíte ve městě, nebo na vesnici?



**87 % respondentů bydlela ve městě.**

*Respondenti často zmiňovali městyse, který byl rovněž zařazen mezi města.*

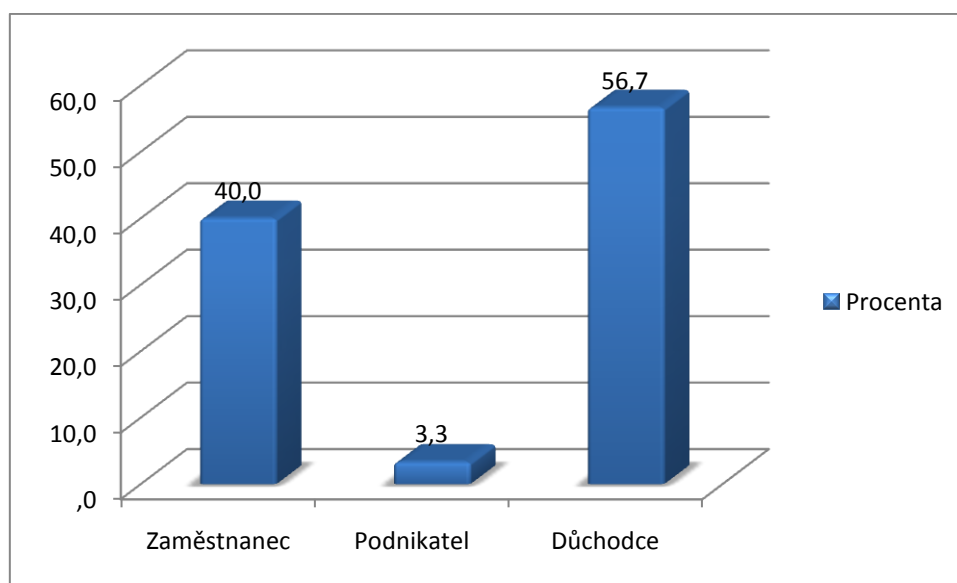
Otázka č. 20: Jaké je Vaše nejvyšší dokončené vzdělání?



**Shodně bylo 33 % respondentů mezi vysokoškolsky vzdělanými a vyučenými nebo se středoškolským vzděláním bez maturity.**



### Otázka č. 21: Jaký je Váš zdroj příjmů?



**Důchodci s 57 % tvořili největší skupinu respondentů.**

### Otázka č. 22: Muž, nebo žena?

**80 % respondentů bylo mužů.**

*Během sběru dat byla snaha o rovnoměrné rozdělení, ale ukázalo se, že toto není možné, neboť ženy byly v silné menšině.*

### **6.3.2. Porovnání zjištěných vztahů u průzkumu - klienti**

**1) Respondenti ve věku 55-65 let častěji vyjadřovali spokojenost s cenou poskytovaných služeb.**

*Tato skupina je častým příjemcem lázní v rámci komplexní péče. Navíc je mnoho osob stále zaměstnaných a mohou si tak dovolit užívat posezení v restauracích, kavárnách nebo připlatit některé wellness aktivity.*

**2) Respondenti, kteří přijeli do lázní na období delší 7 dní, častěji uváděli spokojenost s rozsahem poskytovaných služeb.**

*Mnoho respondentů v rozhovorech podtrhovalo, že přijeli do lázní spíše kvůli léčbě než pro atmosféru místa. Tito respondenti pravděpodobně očekávají množství různých procedur, které by jim pomohly. Lázně Třeboň ovšem nemají tak širokou nabídku procedur jako některé větší konkurenční lázně. Pro klienty s delším pobytem proto může být rozsah služeb nedostatečný.*

**3) Respondenti ve věku více jak 65 let častěji uváděli menší spokojenost s kvalitou služeb.**

*Lázně Třeboň (především Bertiny lázně, kde byl prováděn průzkum) investovaly v posledních letech velké prostředky do modernizace budov i zařízení. Je tak pravděpodobné, že modernizovaly i procedury, které mohou připadat starším klientům neosobní v porovnání například s jejich předchozí zkušeností z těchto lázní.*

**4) Respondenti muži častěji vyjadřovali spokojenost s profesionalitou a přístupem personálu.**

*Tuto skutečnost bych interpretoval na základě vlastního pozorování, kdy převážně mužská klientela byla ošetřována převážně zaměstnankyněmi. Tento jev ve spojitosti s kvalitními službami může u mužů umocňovat dobrý dojem ze služeb.*

**5) Respondenti, kteří přijeli do lázní v rámci komplexní péče, častěji vyjadřovali spokojenost s informovaností o volnočasových aktivitách v oblasti.**

*Tento jev potvrdila i pozorování z předešlých lázní. Klienti v rámci komplexní péče tráví v lázních 21 dní. To je dostatečně dlouhá doba, aby zjistili, kde naleznou informace o kulturních i sportovních akcích v regionu.*

**6) Respondenti, kteří přijeli do lázní na období delší jak 7 dní, častěji uváděli spokojenost s informovaností o volnočasových aktivitách v oblasti.**

*Tito respondenti jsou v lázních převážně v rámci komplexní péče.*

**7) Respondenti, kteří navštívili i jiné lázně v České republice, častěji uváděli spokojenost s informovaností o volnočasových aktivitách.**

**Respondenti, kteří nenavštívili jiné lázně v republice, častěji vyjadřovali pouze střední spokojenost s informovaností o volnočasových aktivitách.**

*Jev se dá vysvětlit tak, že klienti, kteří mají zkušenosti s jinými lázněmi, ví, kde se typicky kulturně-společenské informace vyskytují, popřípadě která osoba je mívá ve správě lázní na starosti. Zatímco klienti, kteří jiné lázně nenavštívili, mohou být v lázních vůbec poprvé, a tak neznají obecné postupy.*

**8) Respondenti samoplátci častěji uváděli, že využívají kulturní a sportovní aktivity.**

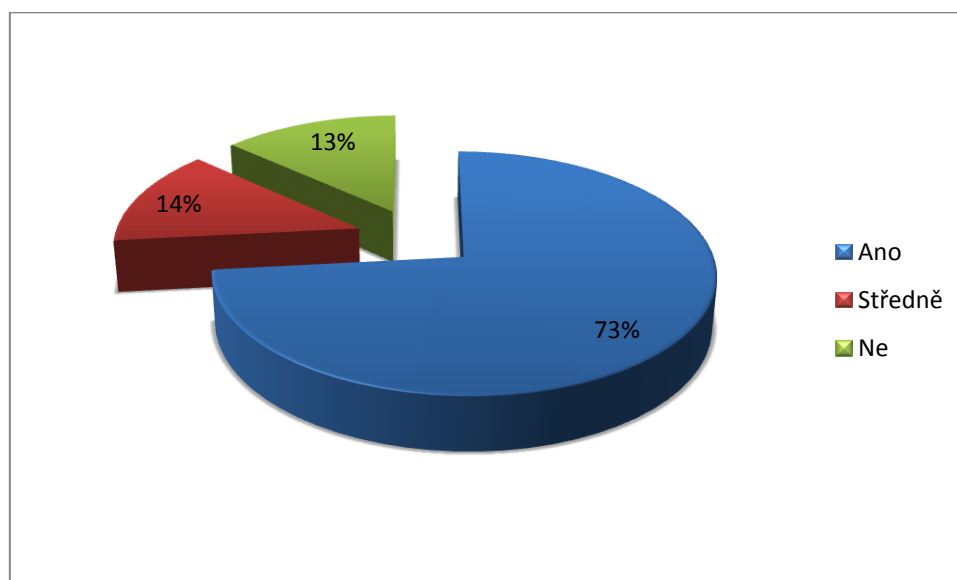
*Na základě rozhovorů bych tento jev vysvětlil tak, že klienti, kteří přijeli jako samoplátci, zvolí mnohdy kratší časový úsek pro svůj pobyt i menší počet procedur. Pobyt v lázních mají jako dovolenou. Chtějí proto vyzkoušet i místní kulturní programy a atmosféru místa.*

**9) Respondenti, kteří jsou vyučeni anebo mají středoškolské vzdělání bez maturity, častěji vyjadřovali, že nevyužívají kulturně sportovní možnosti.**

*Tato skupina klientů obecně nevyhledává příliš kulturní programy, i ve výběru sportovních aktivit je specifická.*

### 6.3.3. Přehled výsledných zjištění - zaměstnanci

Otázka č. 1: Jste spokojen (a) s dopravní dostupností do práce?



**73 % respondentů je spokojeno s dopravní dostupností do práce.**

*Lázně leží v centru města.*

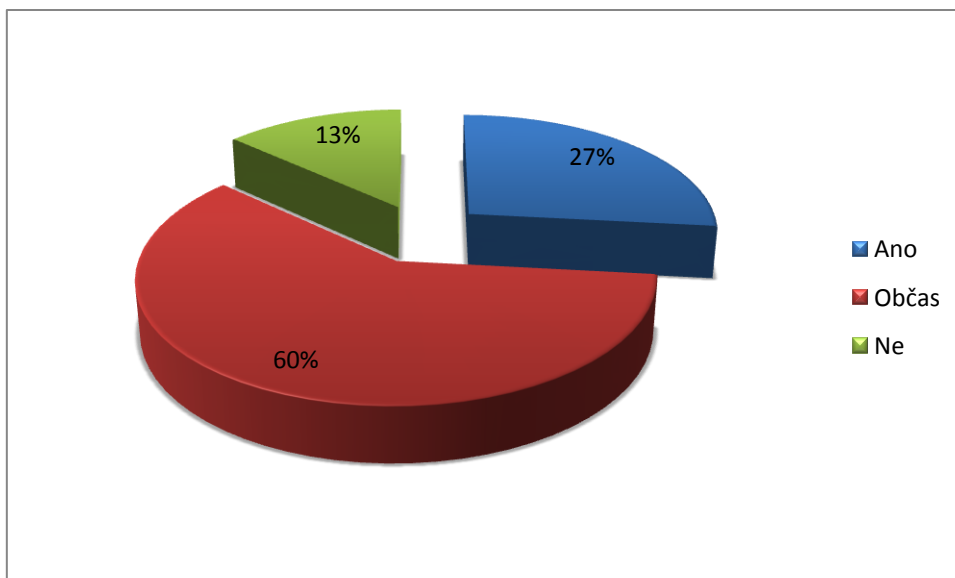
Otázka č. 2: Líbí se Vám prostředí, ve kterém jsou lázně umístěny?

**Všem respondentům se líbí prostředí, ve kterém jsou lázně umístěny.**

Otázka č. 3: Jste spokojeni s kulturní a sportovní nabídkou oblasti, kde bydlíte?

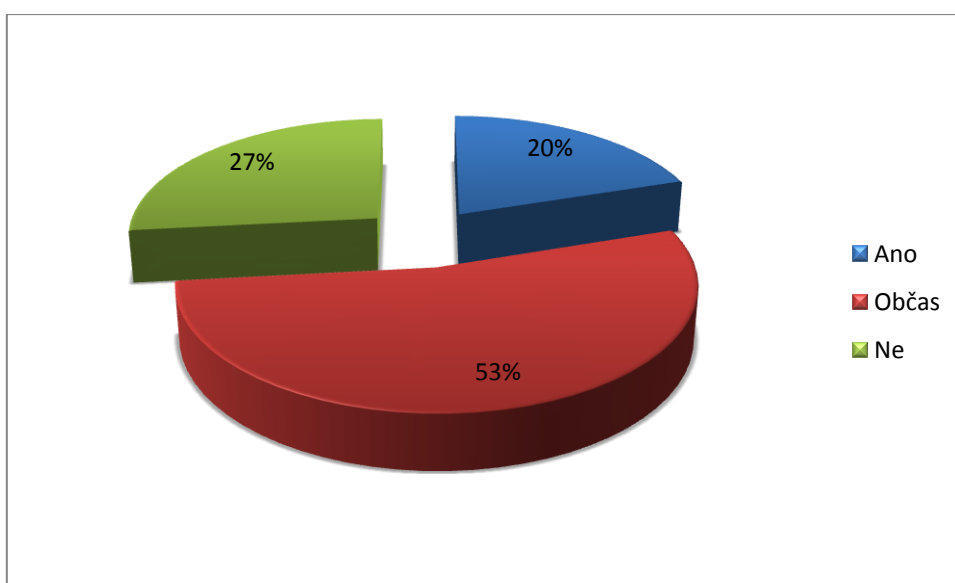
**Všichni respondenti jsou spokojeni s kulturně-sportovní nabídkou oblasti, kde bydlí.**

Otázka č. 4: Využíváte kulturní a sportovní možnosti?



**60 % respondentů z řad zaměstnanců využívá kulturní a sportovní možnosti.**

Otázka č. 5: Máte možnost mimopracovního využití času v areálu lázní?



**53 % respondentů odpovědělo, že mají omezené možnosti mimopracovního využití času v areálu lázní, a 20 %, že mají dobré možnosti využití času.**

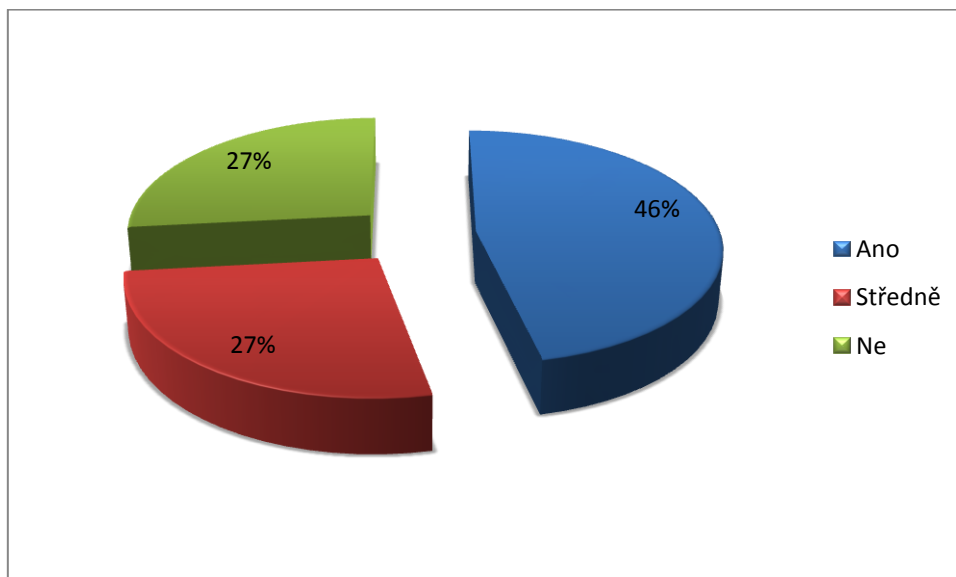
*V lázních byla postavena nová sportoviště pro tenis, squash a bowling, která mohou navštěvovat i zaměstnanci.*

Otázka č. 6: Jste spokojen (a) se svým zaměstnáním?

**67 % respondentů je spokojeno se svým zaměstnáním středně, ostatní jsou spokojeni.**

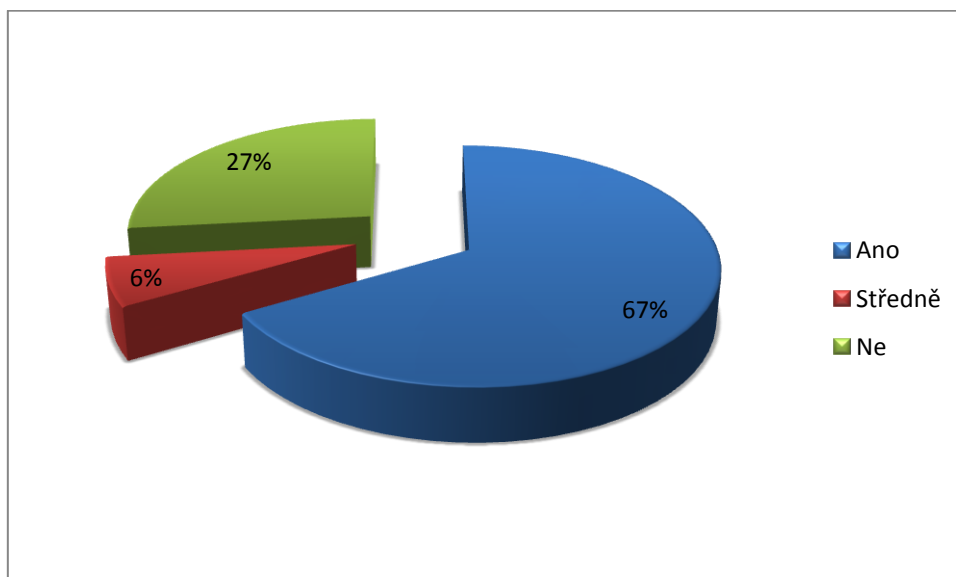
*V rozhovorech zaměstnanci většinou práci v lázních chválili.*

Otázka č. 7: Jste spokojen (a) s pracovním prostředím?



**46 % respondentů je spokojeno s prostředím, ve kterém pracují.**

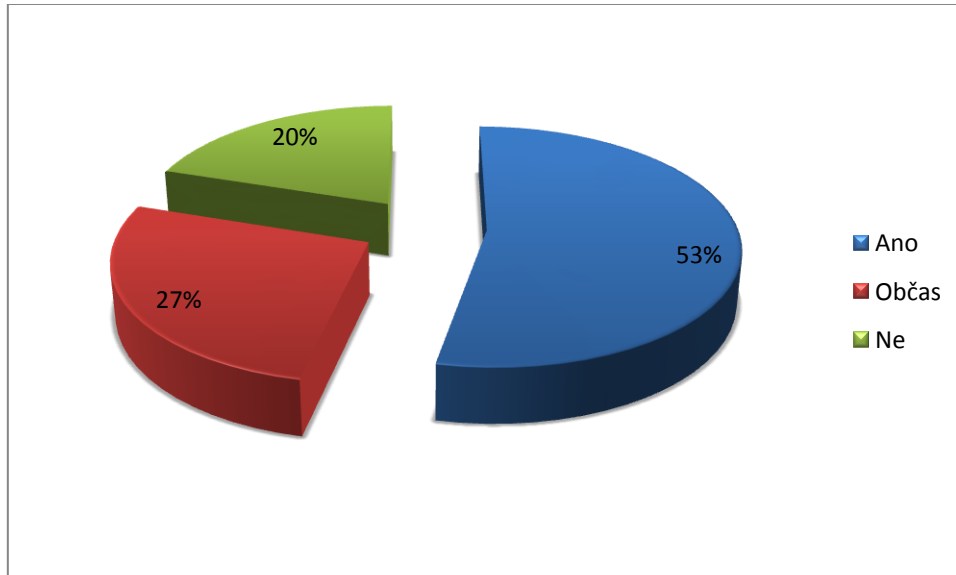
Otázka č. 8: Podporuje Vás zaměstnavatel v dalším profesním růstu?



**67 % respondentů odpovědělo, že je zaměstnavatel podporuje v dalším růstu.**

*Podporováni jsou především zaměstnanci na ošetrovatelských pozicích a manažerských postech. Časté jsou jazykové kurzy.*

Otázka č. 9: Jste spokojen (a) s pracovními vztahy?



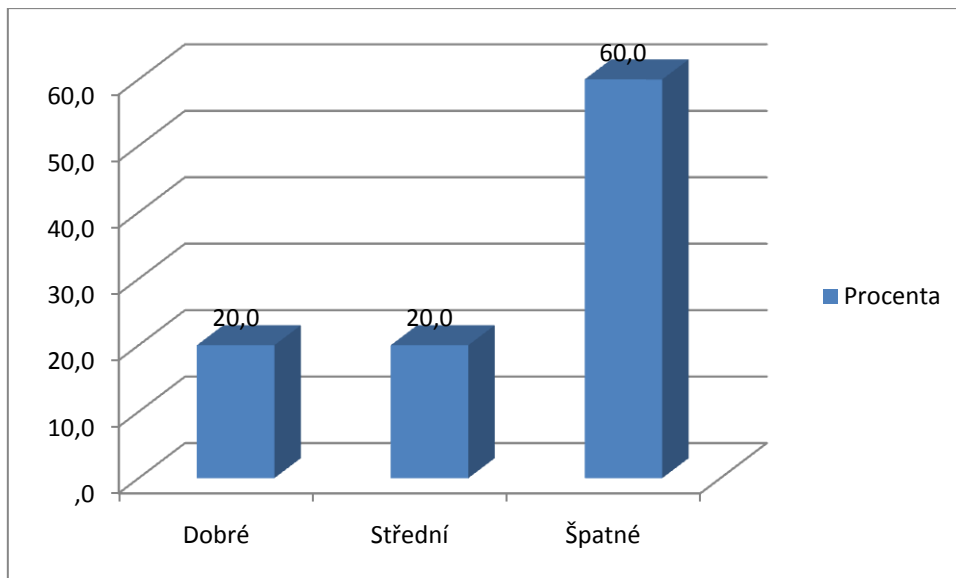
**Pouze 20 % respondentů je nespokojeno s pracovními vztahy, ostatní jsou spokojeni zcela nebo středně.**

*Zaměstnanci většinou v rozhovorech chválili pracovní kolektiv jako přátelský.*

Otázka č. 10: Odborné znalosti zaměstnanců jsou podle Vašeho názoru?

**73 % respondentů považuje odborné znalosti zaměstnanců jako dobré, ostatní je hodnotí jako středně dobré.**

Otázka č. 11: Jaké je dle Vašeho názoru platové ohodnocení v porovnání s oblastí, kde pracujete?



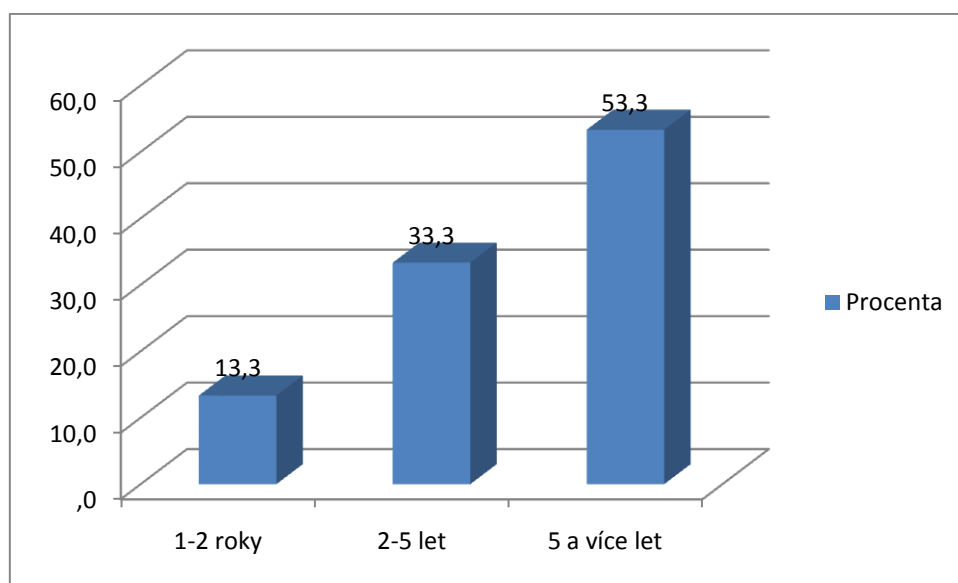
**60 % respondentů si myslí, že jejich platové ohodnocení je horší než v oblasti, kde pracují.**

*Zaměstnanci během rozhovoru také zmiňovali různé příklady hotelů a wellness center, kde si myslí, že by dostali vyšší platy. Tento výsledek může být také zkreslen tím, že většina respondentů jsou ženy, které bývají znevýhodňovány.*

Otázka č. 12: Pracoval (a) jste i v jiných lázních na území ČR?

**Žádný respondent nepracoval v jiných lázních v České republice.**

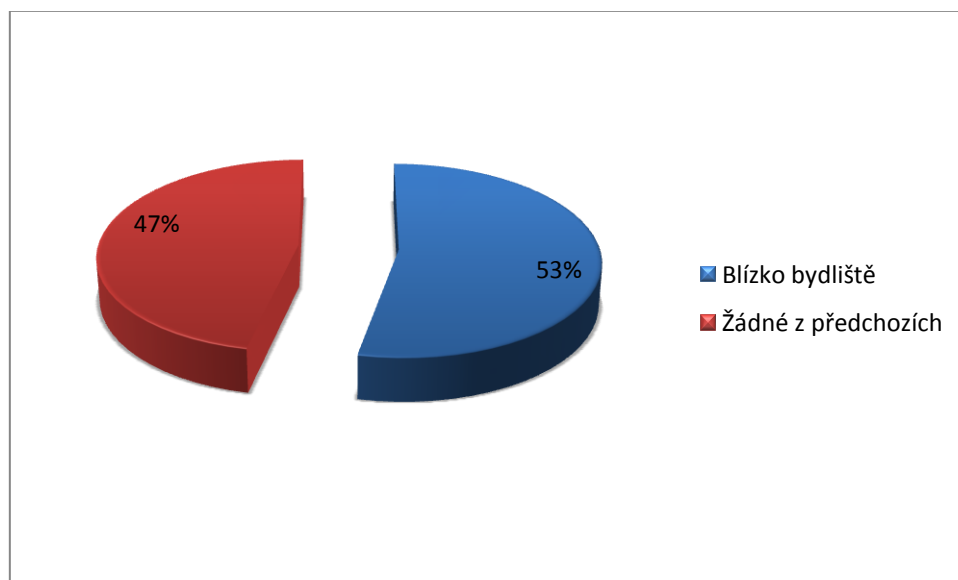
Otázka č. 13: Jak dlouho již pracujete v těchto lázních?



**Většina respondentů, 53 %, pracuje v lázních po dobu delší jak 5 let.**

*Poměrně často respondenti v rozhovorech zmiňovali období 8-10 let.*

Otázka č. 14: Proč jste se rozhodl (a) pracovat ve zdejších lázních?



**53 % respondentů uvedlo, že si práci v lázních vybrali kvůli lokalitě blízko bydliště.**

*V rozhovorech zaměstnanci jako ostatní důvody většinou uvedli, že neměli jinou nabídku. Zajímavý byl i příklad výše postaveného zaměstnance, který se vzdal práce ve velkém městě kvůli klidu Třeboně bez nutnosti dojíždění autem do práce.*



Otázka č. 15: Navštívil (a) jste i jiné lázně v ČR jako klient?

**80 % respondentů nenavštívilo jiné lázně v republice.**

Otázka č. 16: Jak hodnotíte tyto lázně v porovnání s jinými, které jste navštívil (a)?

**V porovnání s jinými lázněmi, které navštívili, ohodnotili zaměstnanci lázně Třeboň procentuálně shodně jako lepší, horší i stejné.**

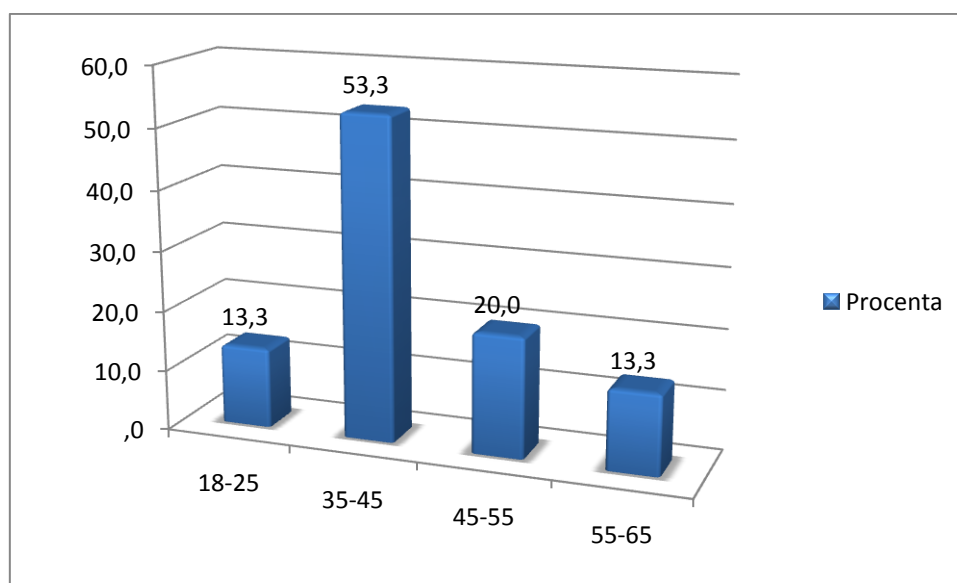
Lázně, které respondenti zmiňovali jako místo svého pobytu, jsou vyznačeny na mapce:



Otázka č. 17: Jaká je dojezdová vzdálenost Vašeho bydliště?

**80 % respondentů bydlí ve vzdálenosti do 10km od lázní. Ostatní bydlí ve vzdálenosti 10-50km.**

Otázka č. 18: Jaký je Váš věk?

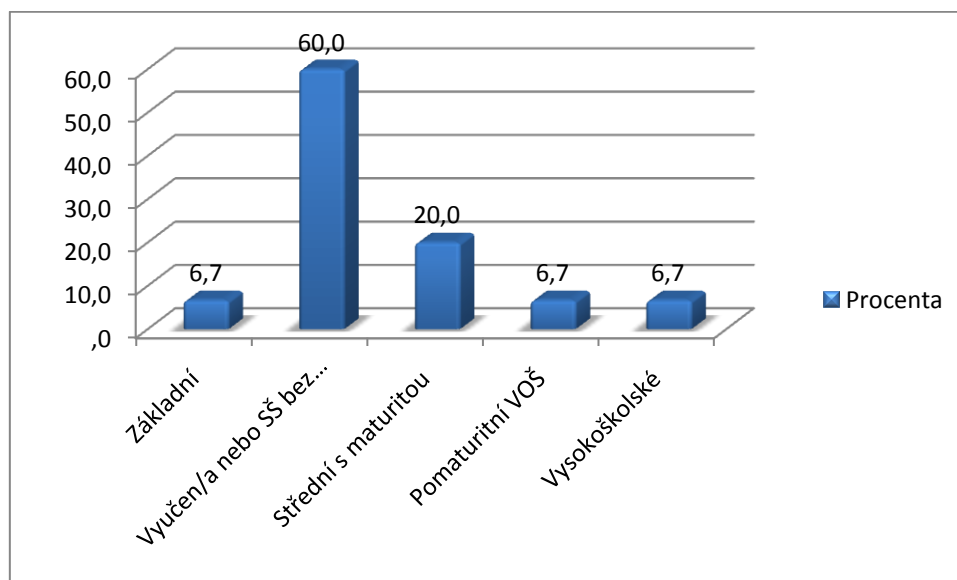


**Většina respondentů, 53 %, byla ve věku 35-45 let.**

Otázka č. 19: Bydlíte ve městě, nebo na vesnici?

**73 % respondentů bydlí ve městě Třeboni.**

Otázka č. 20: Jaké je Vaše nejvyšší dokončené vzdělání?



**60 % respondentů má středoškolské vzdělání bez maturity nebo jsou vyučeni.**

Otázka č. 21: Muž, nebo žena?

**87 % respondentů byly ženy.**

#### 6.3.4. Porovnání zjištěných vztahů u průzkumu - zaměstnanci

**1) Respondenti, kteří si vybrali lázně pro blízkost k jejich bydlišti, častěji uváděli, že využívají kulturně-společenské možnosti v oblasti.**

*Zaměstnanci, kteří si vybrali práci v lázních kvůli blízkosti bydliště, bydlí především ve městě Třeboň, a tak mají možnost využívat aktivity, které toto turisticky navštěvované město nabízí.*

**2) Respondenti, kteří si vybrali práci v lázních kvůli její blízkosti svému bydlišti, častěji vyjadřovali spokojenost s pracovním prostředím.**

*Lidé, kteří bydlí ve městě a blízko lázní, znají areál lázní velmi dobře. Do jejich vnímání pracoviště se tak promítá i celkový dojem z jejich bydliště, který je obecně v případě Třeboně pozitivní.*

*Mnoho zaměstnanců zdůrazňovalo určitou hrdost nad tím, že mohou bydlet právě v historické Třeboni a mít práci blízko svého bydliště.*

**3) Respondenti, kteří bydlí ve městě, častěji uváděli, že je zaměstnavatel podporuje v profesním růstu.**

*Zde se může projevit vliv toho, že zaměstnanci bydlící ve městě a blízko lázní, mají jednak lepší možnost mimopracovního vzdělávání, což ovlivňuje jejich celkové hodnocení, a jednak mohou pracovat na pracovních pozicích, pro které je toto vzdělávání určeno.*

**4) Respondenti, kteří v lázních pracují 2-5 let častěji uváděli, že jsou středně spokojení se vztahy na pracovišti.**

*Je možné, že tyto zaměstnanci považují vztahy na pracovišti za průměrné, což stačí na to, aby byli s prací v lázních spokojeni. Zároveň si za dobu svého pracovního pobytu nevytvořili dostatečně velké přátelské vztahy v rámci kolektivu na to, aby vztahy ohodnotili jako dobré.*

#### 6.3.5 Celkové porovnání

- **Zaměstnancům i klientům se shodně líbí prostředí, ve kterém jsou lázně umístěny.**

*Prostředí lázní má rozdílný charakter. Jedna část staveb se nachází na okraji města v rekreační oblasti, druhá část v historické zástavbě u hradeb. Celkově působí situace velmi poklidně a „domácky“.*

- **Zatímco jsou klienti lázní spokojeni s cenami služeb, zaměstnanci jsou spíše nespokojeni se svým platovým ohodnocením.**

*Zde nastává podobná situace jako v případě lázní Jeseník. Tento vztah ukazuje dle mého názoru poměrně dobrý trend. Vedení lázní nenabízí předražené služby, které by odrazovaly zákazníky. Na druhou stranu nemůže vyplácet přehnaně vysoké platy, což může být ovlivněno vlastnictvím lázní městem Třeboň.*

- **Obě skupiny se shodují na kvalitách personálu po odborné stránce.**

*Tuto skutečnost potvrdily i jednotlivé rozhovory, kdy si zaměstnanci i klienti chválili znalosti především zdravotnického personálu.*

- **Zajímavé je, že více respondentů z řad zaměstnanců než z řad klientů uvedlo, že využívají kulturně-sportovní možnosti.**

*Důvodem může být množství zejména kulturních aktivit ve městě, na které jsou místní zvyklí, i krajina, která láká k množství nenáročných sportů.*

- **Zajímavé je zastoupení mužů a žen mezi jednotlivými respondenty. Zatímco mezi klienty naprosto převažovali muži, mezi zaměstnanci naopak ženy.**

*Klienti hodnotili lázně v Třeboni jako velmi pěkné lázně s moderním vystupováním a profesionálním personálem. V rozhovor také chválili zázemí města Třeboně v podobě kulturních akcí a jeho historického rázu. Jako slabší stránku zmiňovali někteří ubytování v soukromí, pokud nemohli bydlet přímo v lázních.*

*Nejlépe popsal lázně v Třeboni jeden respondent: „Jsou to takové naše české, domácí lázně, kde je pěkně“.*

*Zaměstnanci jsou v lázních celkově spokojeni, neprojevovali žádné negativní emoce, kromě platového ohodnocení, které by si představovali vyšší. Líbí se jim také množství aktivit, hlavně sportovních, které mohou provozovat v rámci areálu lázní. Lázně vnímají jako dobrého zaměstnavatele, který je blízko jejich bydliště, a líbí se jim klid tohoto jihočeského městečka.*

## 7. Františkovy Lázně

Minerální pramen (později Františkův) byl znám již od středověku<sup>35</sup> a donášel se jako pitná voda do blízkého Chebu. Historie lázní se začala psát až mnohem později. Oficiální založení se datuje k 27. 4. 1793<sup>36</sup> pod jménem Ves císaře Františka, v roce 1807 přejmenována na Františkovy Lázně podle jména císaře Františka I., který je považován za jejich zakladatele. Zpočátku se jednalo jen o jeden minerální pramen doplněný dřevěnou kolonádou s několika lázeňskými domy a jedním domem společenským. Areál lázní se nicméně začal rozšiřovat, a to podle předem daného plánu, kdy se výstavba nových lázeňských domů snoubila s okolní přírodou. Dnes je díky tomu hlavní historické centrum s širokými ulicemi obeháno pásem parků a lesoparků vytvářejících dojem zahradního města.

19. století je pro lázně synonymem rozvoje. Voda z pramenů je natolik populární, že je vyhlášena zóna pro ochranu těchto pramenů a roku 1865 císař František Josef I. povyšuje lázně na město. Ve spojitosti s napojením na železniční síť se stávají lázně hojně navštěvované jak pacienty, tak turisty. Před 1. světovou válkou se uvádí návštěvnost 20 000 pacientů a kolem 80 000 lázeňských turistů ročně.

Zásobování takového množství lidí vyžadovalo rozšíření jímání minerální vody a také vytvoření nových vrtů. Z období první republiky se na území Františkových Lázní nachází několik desítek vrtů různé hloubky a vydatnosti.

Mezi slavné osobnosti, které lázně navštívily, patří J. W. Goethe, Ludwig van Beethoven, Johann Strauss, Božena Němcová a další. Františkovy Lázně se totiž v Rakousku-Uhersku těšily prominentnímu postavení a řadily se mezi přední lázně v Českých zemích po boku Mariánských Lázní nebo Karlových Varů.

### 7.1. Dobová léčba

Původně byla minerální voda z pramenů využívána k vyplavování škodlivých látek z těla pacienta. Tímto způsobem se léčila většina nemocí včetně ženské neplodnosti.

Později byly doplněny populární slatinné koupele a zavedeny pravidelné pohybové terapie na čerstvém vzduchu v přírodě.

---

<sup>35</sup> (Lázně Františkovy lázně a.s.)

<sup>36</sup> (Františkovy lázně)

## 7.2. Moderní vývoj<sup>37</sup>

Po znárodnění v 50. letech 20. století dochází ke sloučení v Československé státní lázně a odlivu zahraniční klientely. Rozvoj lázní se zastavuje a zařízení se pouze „udržují v chodu“. Po privatizaci v roce 1991 vzniká akciová společnost a její kapacity jsou rozšířeny o penziony soukromníků.

Roku 1992 je město vyhlášeno jako městská památková rezervace a dochází k návratu zahraniční klientely, zejména ze sousedního Německa.

Došlo i k úpravě těžební legislativy, která má zaručit ochranu zdrojů vody před nedaleko probíhající těžbou. V dnešní době lázně aktivně využívají 23<sup>38</sup> vodních pramenů s různou úrovní obsahu minerálních látek.

Historickou hodnotu místa podtrhuje i žádost o zapsání lázeňského trojúhelníku Karlovy Vary, Mariánské Lázně a Františkovy Lázně do seznamu kulturního světového dědictví UNESCO.

Dnešní pacienti mají možnost obdivovat rekonstruované budovy i prostory lázní. K dispozici je množství promenád a altánků. Ke sportovnímu využití slouží tenisové kurty, řada bazénů, golfové hřiště, fitness a wellness zařízení.

Nechybí ani nabídka doplňkových služeb, jako jsou například peněžní a směnářské služby, bankomat, pošta, kadeřnictví, kosmetika, manikúra, pedikúra, optika, lázeňské zahradnictví, několik restaurací, barů a kaváren. Ostatní služby a správní orgány se nachází ve 4 kilometry vzdáleném Chebu.

Františkovy Lázně nabízí pravděpodobně nejlepší dopravní dostupnost v porovnání s ostatními výše uvedenými lázněmi. Město Cheb je umístěno na hlavním tahu silničním i vlakovém. A je vhodné jak pro tuzemské, tak i zahraniční návštěvníky.

Samotná společnost nabízí nejvíce ubytovacích kapacit ze všech lázní v České republice, a to 2 000 lůžek<sup>39</sup>. Ty jsou jen v menší míře doplněny penziony a hotely. Ubytovaní v soukromí je zastoupeno pouze sporadicky.

---

<sup>37</sup> (Mohyla, a další, 1979)

<sup>38</sup> (Město Františkovy lázně) (Město Františkovy lázně) (Město Františkovy lázně)

<sup>39</sup> ( Svaz léčebných lázní České republiky)

### 7.3. Přehled poskytované péče<sup>40</sup>

Do indikačních skupin léčených ve Františkových lázních patří:

- onemocnění srdce a cév
- onemocnění pohybového aparátu
- onemocnění gynekologická a neplodnost
- následná péče po onkologických onemocněních.

Léčení se provádí pomocí koupelí v minerálních vodách, slatinných zábalů. Využívá se také pravidelné pitné kúry, uhličitých koupelí, irigace, inhalací.

Nechybí ani wellness služby jako masáže, kryoterapie a služby pro péči o pokožku nebo nehty.

### 7.4. Analýza provedeného průzkumu

Data byla sbírána v průběhu konce října roku 2010. Počasí v daném termínu bylo slunečné, i když trochu chladnější.

Respondenti odpovídali na otázky na promenádách a parku u centra lázní. Většina respondentů byla ochotných k odpovědím i rozhovoru. Největší problém byl odfiltrovat turisty od lázeňských hostů.

Mezi respondenty je také velké množství zahraničních klientů z Německa, kteří tvoří velkou část hostů v lázních.

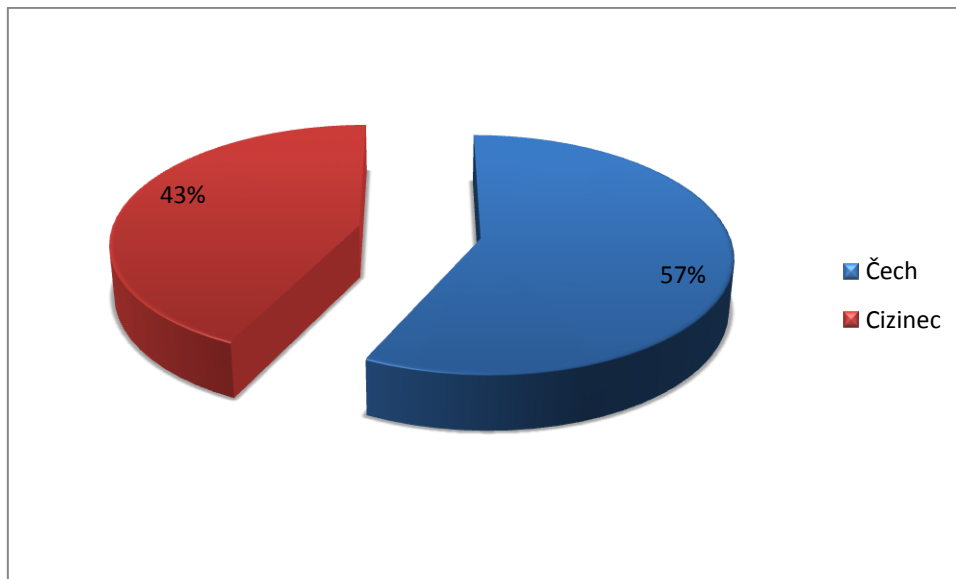
Při sběru dat mezi zaměstnanci mně velmi pomohlo vedení Františkových Lázní. To bylo jednak velmi ochotno pomoci při průzkumu a jednak mne nasměrovalo do lázeňských domů různých kategorií, kde bylo nejvíce zaměstnanců. Zaměstnanci odpovídali přímo na svých pracovištích a bez jakýchkoliv problémů.

---

<sup>40</sup> (Lázně Františkovy lázně a.s.)

### 7.4.1. Přehled výsledných zjištění - klienti

Otázka č. 1: Čech, nebo cizinec?



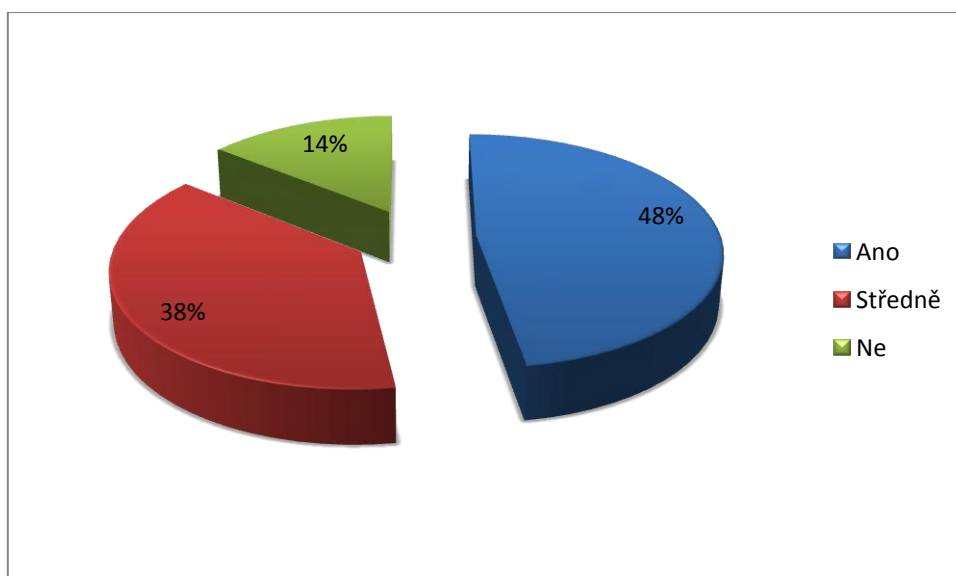
**57 % respondentů bylo obyvateli České republiky. Ostatní respondenti byli z Německa.**

*Františkovy Lázně patří mezi tzv. zlatý trojúhelník – Františkovy Lázně, Karlovy Vary a Mariánské Lázně. Tyto lázně společně nesou většinu zahraniční klientely v rámci celé České republiky. To se projevuje i na složení návštěvníků.*

Otázka č. 2: Líbí se Vám prostředí, ve kterém jsou lázně umístěny?

**Všichni respondenti byli spokojeni s prostředím, ve kterém se lázně nacházejí.**

Otázka č. 3: Jste spokojen (a) s cenou poskytovaných služeb?





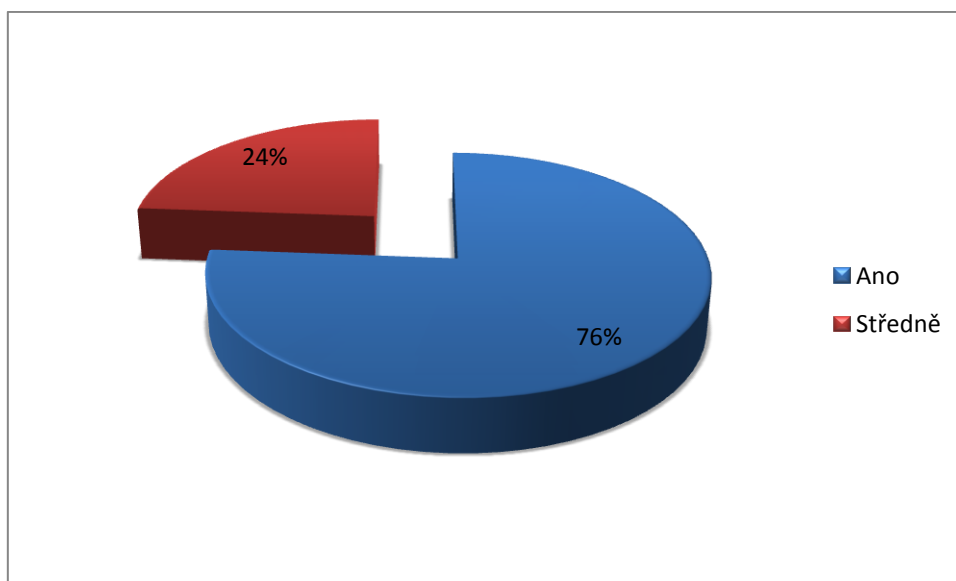
**48 % respondentů bylo spokojeno s cenou poskytovaných služeb.**

*Mezi středně spokojené klienty patřili především zahraniční hosté. Mnozí z nich si uvědomovali, že lázně jsou lehce předražené.*

Otázka č. 4: Jste spokojen (a) s rozsahem poskytovaných služeb?

**S rozsahem služeb bylo spokojeno 81 % respondentů. Ostatní respondenti byli spokojeni středně.**

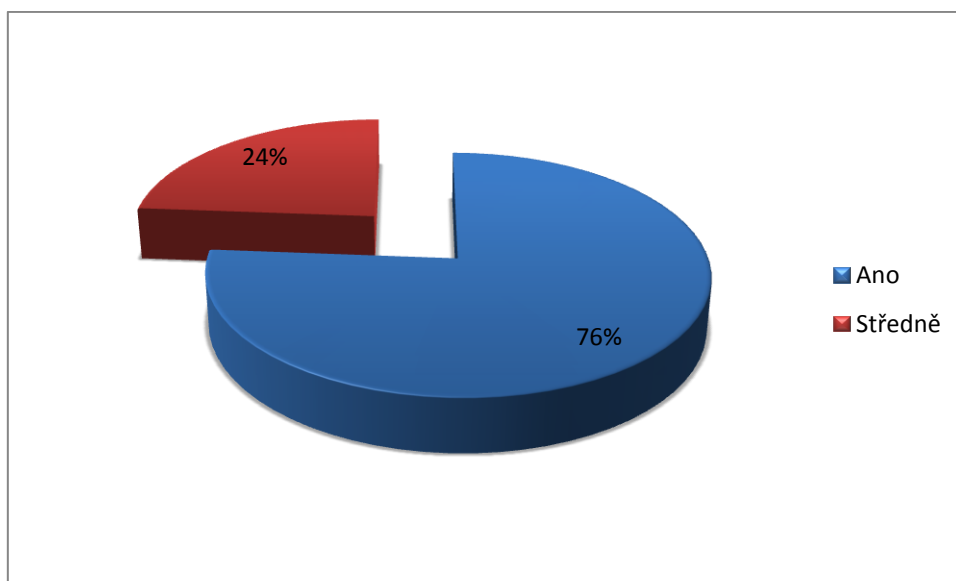
Otázka č. 5: Jste spokojen (a) s kvalitou léčebných procedur a služeb?



**76 % respondentů bylo spokojeno s kvalitou nabízených služeb.**

*Mezi středně spokojené klienty patřili zvláště zahraniční klienti.*

Otázka č. 6: Jste spokojen (a) s ubytováním?



**Podobný výsledek jako v předchozí otázce vyšel i u možnosti ubytování, kdy bylo 76 % respondentů spokojeno a ostatní byli spokojeni středně.**

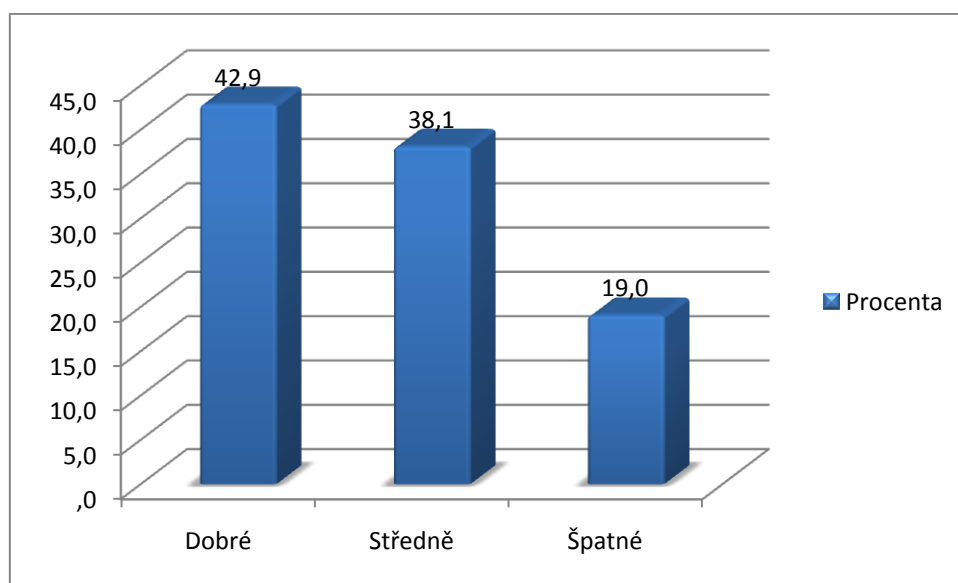
*Mezi středně spokojené klienty patřili zejména zahraniční klienti.*

Otázka č. 7: Jste spokojen (a) s profesionalitou a přístupem personálu?

**Všichni respondenti byli spokojeni s profesionalitou a přístupem personálu.**

*V rozhovorech si klienti pochvalovali kvalitu, kterou personál odvádí, a dodávali, že jim nemohou nic vytknout.*

Otázka č. 8: Jak jste spokojen (a) s informovaností o volnočasových aktivitách v oblasti?



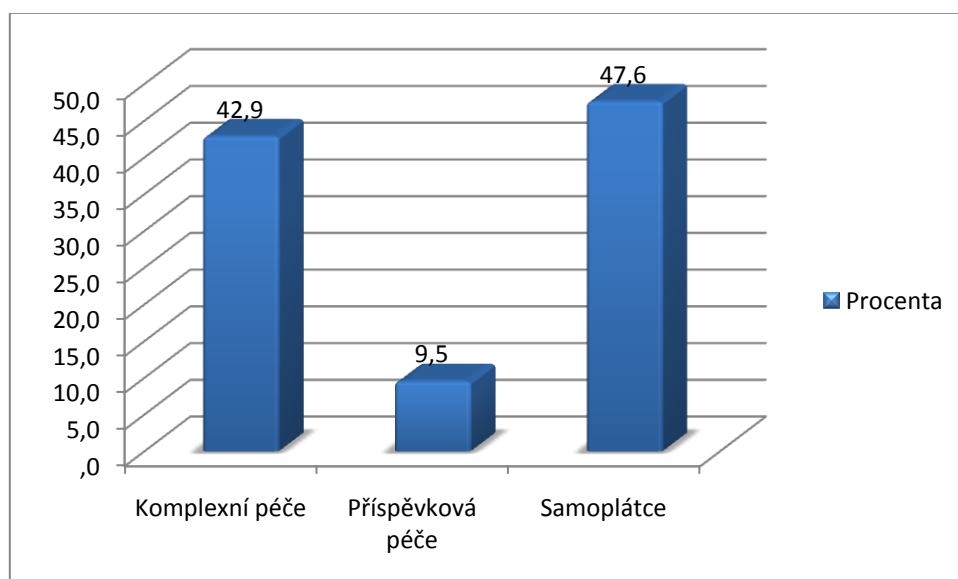
**Většina klientů, 43 %, byla spokojena s informovaností o akcích v okolí.**

Otázka č. 9: Využíváte kulturní a sportovní možnosti?

**86 % respondentů využívá kulturní a sportovní možnosti oblasti, ostatní respondenti je využívají občas.**

*V rozhovorech si klienti pochvalovali množství aktivit, které se v lázních koná.*

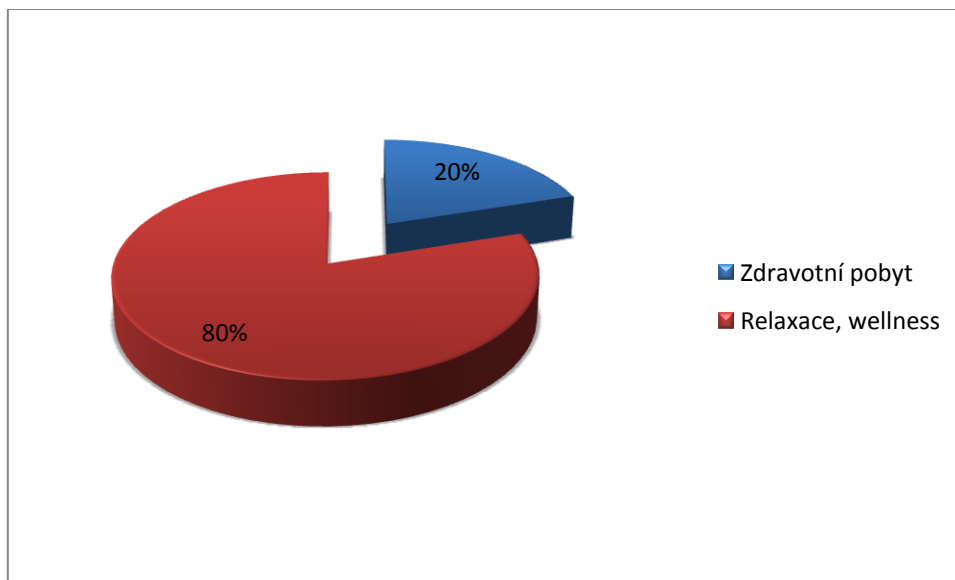
Otázka č. 10: Jste v lázních v rámci komplexní, příspěvkové péče, nebo jako samoplátce?



**Nejvíce respondentů, 48 %, bylo samoplátců.**

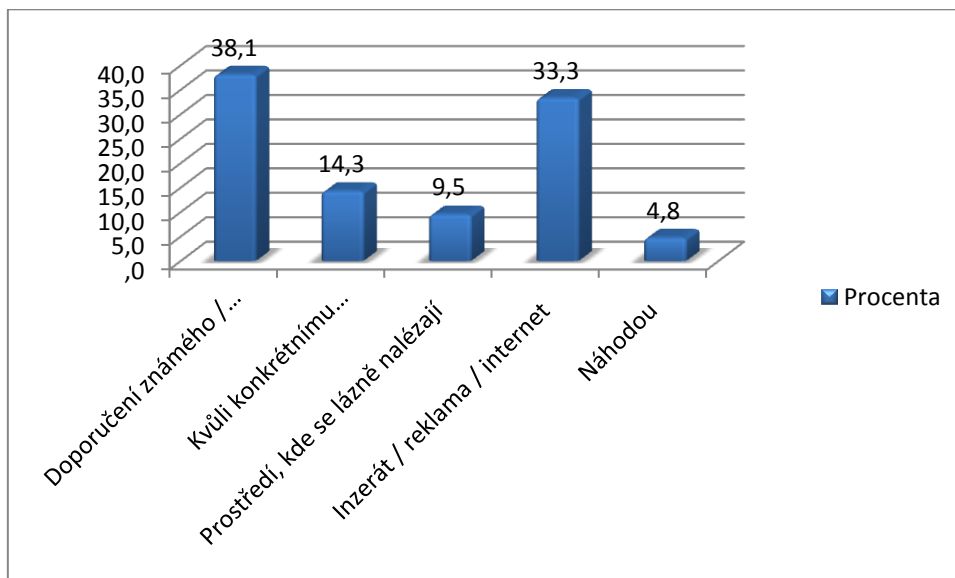
*Klienti v rámci příspěvkové péče do Františkových Lázní příliš nejezdí, neboť by náklady byly větší než v porovnání s jinými lázněmi.*

Otázka č. 11: Jestli samoplátce, jste tu v rámci ....



**Respondenti, kteří si hradí svůj pobyt sami, jezdí do lázní zejména vůli relaxaci a wellness aktivitám.**

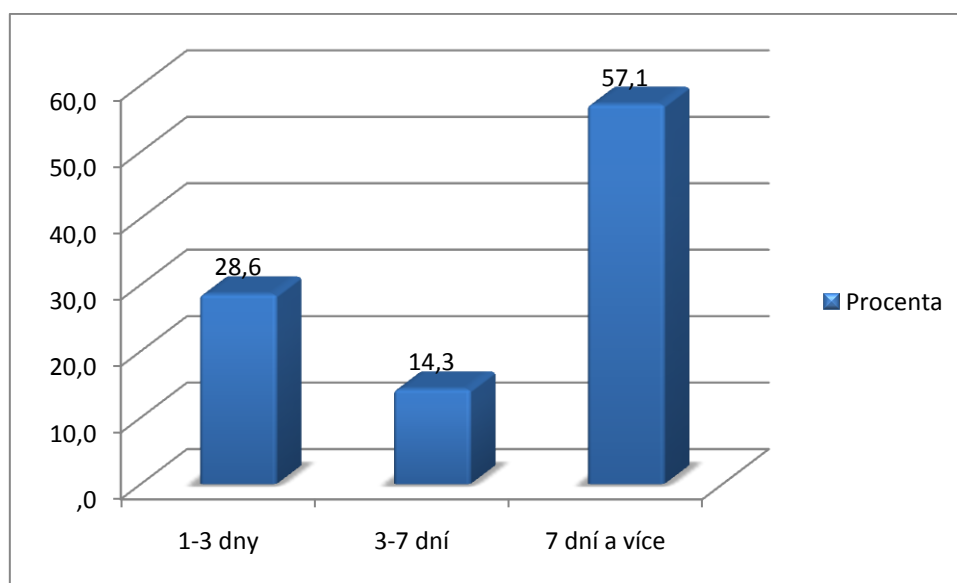
Otázka č. 12: Proč jste si vybral (a) ke svému pobytu zdejší lázně?



**U respondentů hrálo důležitou roli mezi důvody pro vybrání lázní nejčastěji doporučení od známého v 38 % a poté reklama v 33 %.**

*Reklamu jako důvod uváděli často zahraniční klienti.*

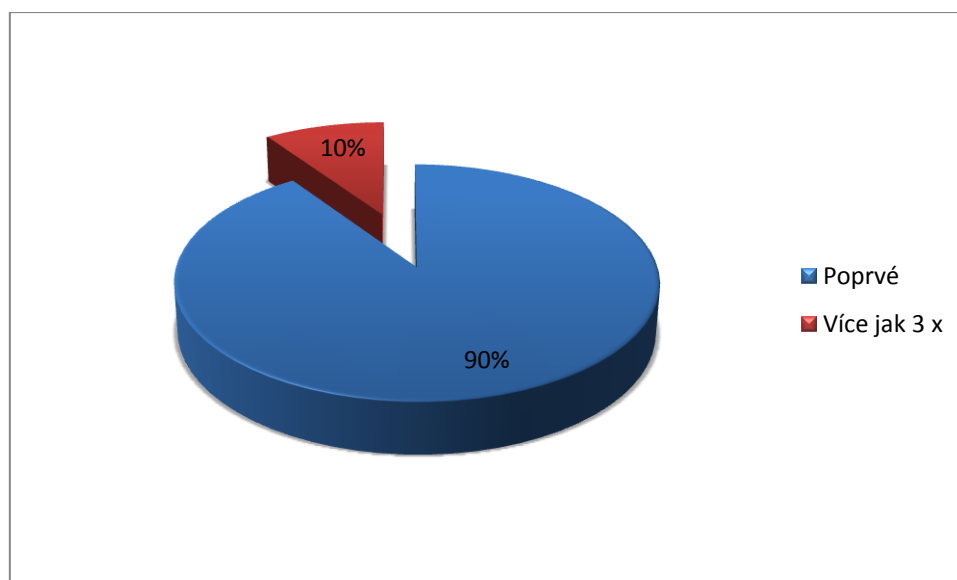
Otázka č. 13: Na kolik dní je Váš pobyt?



**Nejvíce klientů, 57 %, přijelo do lázní na dobu delší 7 dní.**

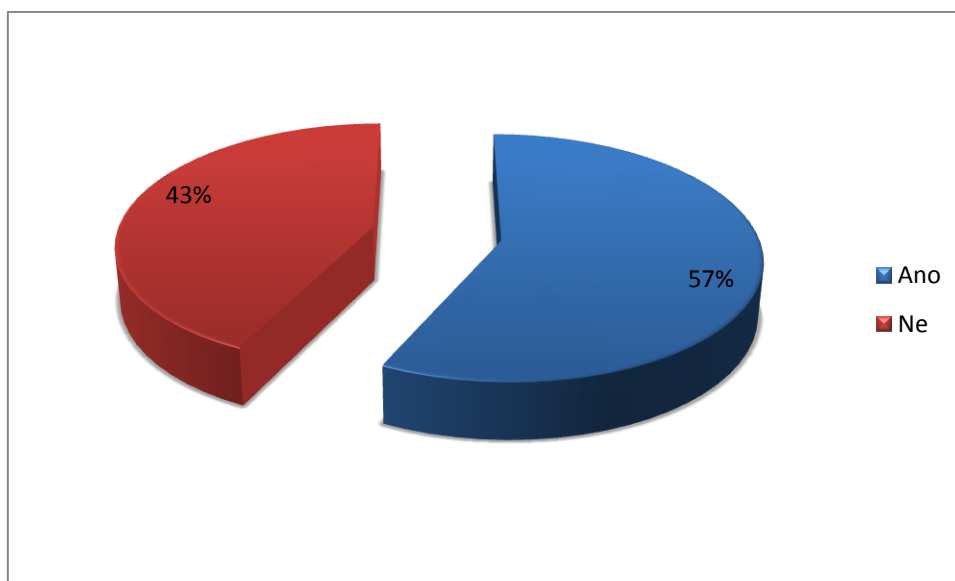
*Na dobu delší než 7 dní jezdí především pacienti v rámci komplexní péče. Zatímco samoplátci z Čech i ze zahraničí volí spíše kratší pobyty.*

Otázka č. 14: Jste v těchto lázních poprvé? Pokud ne, po kolikáté?



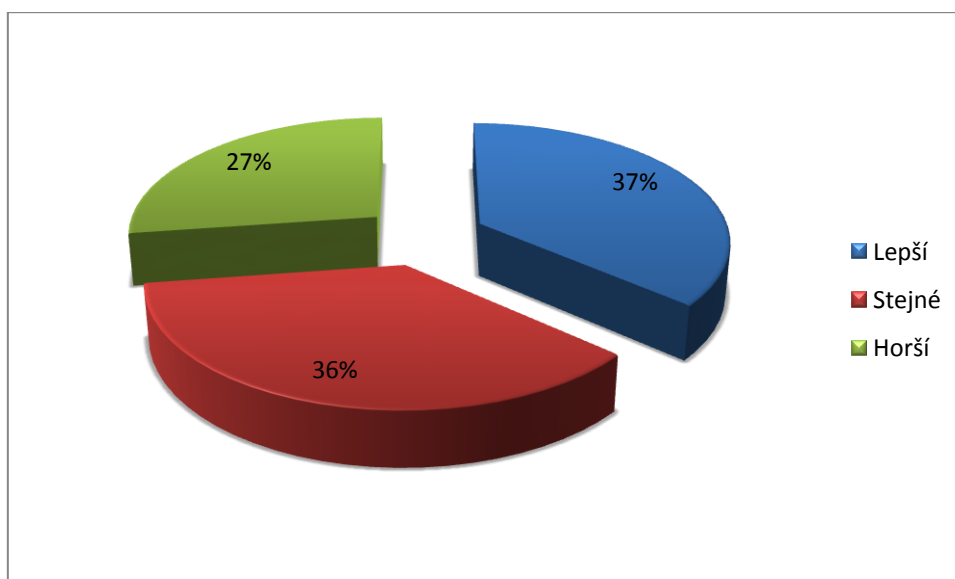
**Naprostá většina, 90 %, respondentů přijela do lázní poprvé.**

Otázka č. 15: Navštívil (a) jste i jiné lázně v ČR jako klient?



**57 % respondentů navštívilo i jiné lázně v České republice.**

Otázka č. 16: Jak hodnotíte tyto lázně v porovnání s jinými, které jste navštívil (a) a které to byly?



**Respondenti, kteří navštívili i jiné lázně, hodnotí Františkovy Lázně většinou jako lepší nebo stejně.**

Pro přehled lázní, které dotazovaní nejčastěji zmiňovali, byla vytvořena názorná mapa:

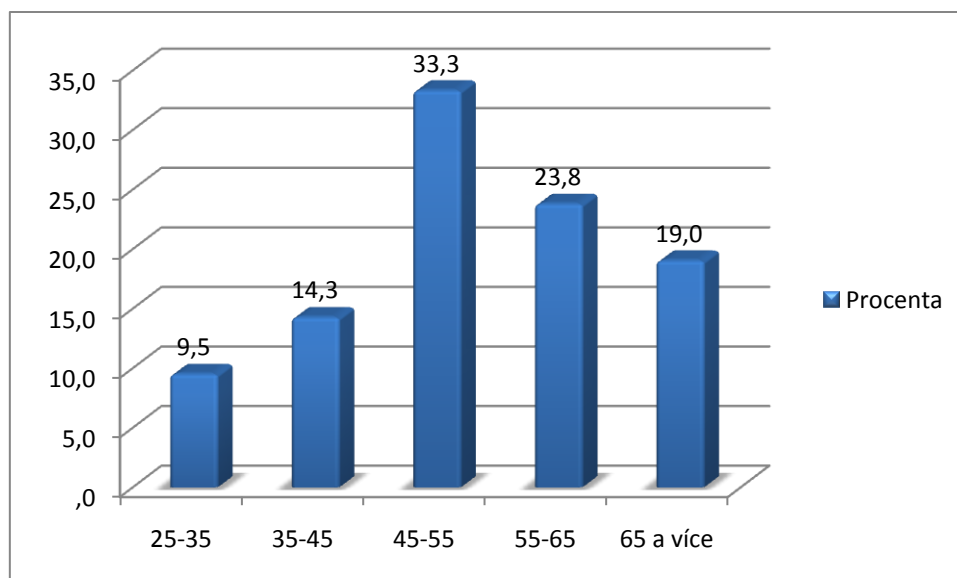


Čím větší červené kolečko, tím častěji byly tyto lázně zmiňovány.

Otázka č. 17: Jaká je vzdálenost Vašeho bydliště?

**95 % respondentů přijelo ze vzdálenosti větší jak 100km. Pouze 5 % přijelo ze vzdálenosti 50-100km.**

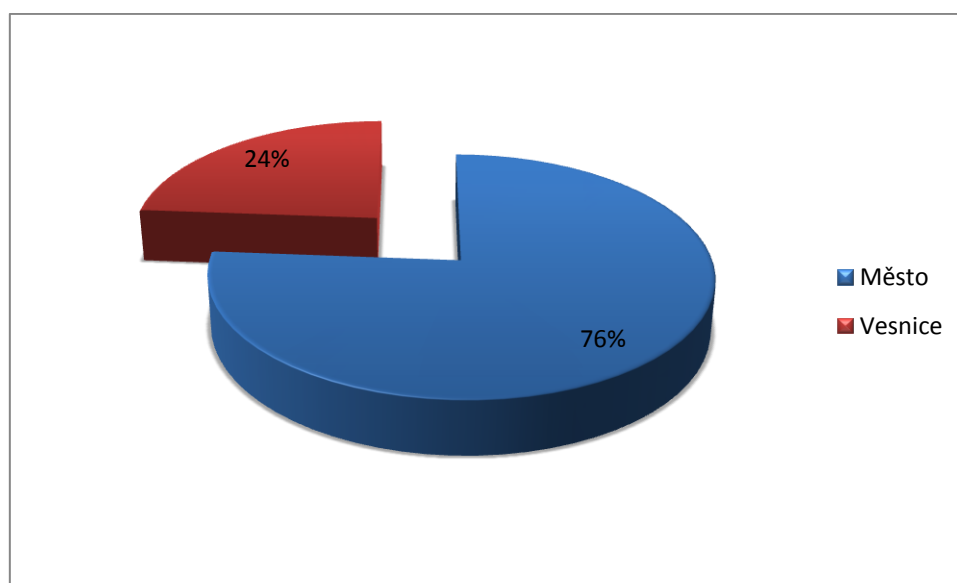
Otázka č. 18: Jaký je Váš věk?



**Nejvíce respondentů, 33 %, patřilo do věkové skupiny 45-55 let.**

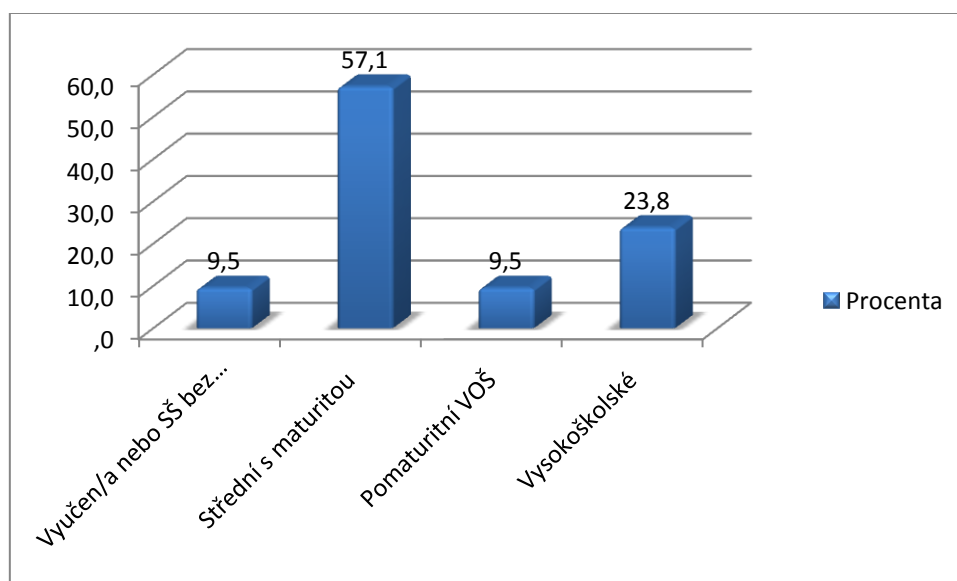
*Věkový průměr vyházel ve Františkových Lázních nejnižší ze sledovaných lázní. Tento dojem potvrzují i zkušenosti z pozorování prostředí lázní.*

Otázka č. 19: Bydlíte ve městě, nebo na vesnici?



**Většina respondentů v lázních bydlela ve městě – 76 %.**

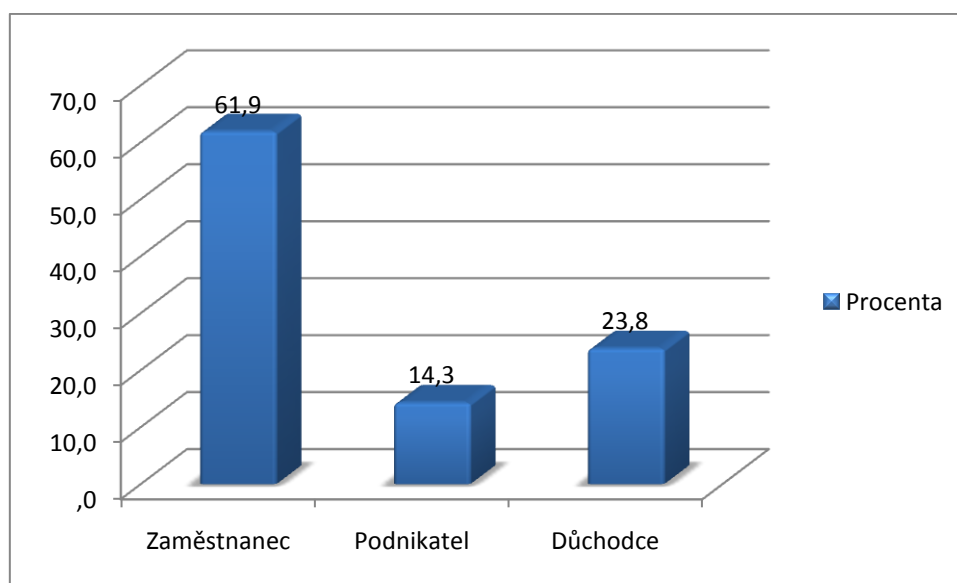
Otázka č. 20: Jaké je Vaše nejvyšší dokončené vzdělání?



**Nejvíce respondentů, 57 %, mělo středoškolské vzdělání s maturitou.**



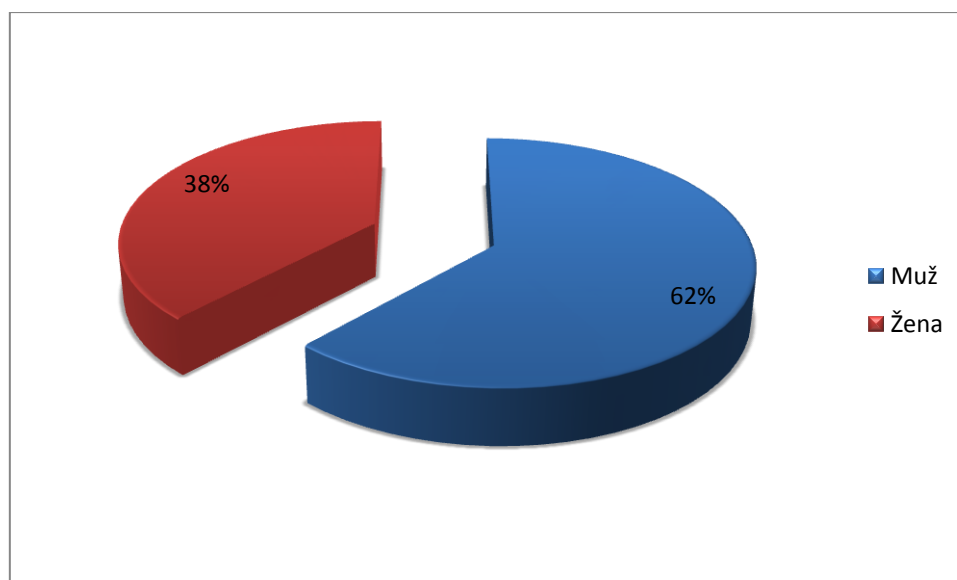
Otázka č. 21: Jaký je Váš zdroj příjmů?



**62 % respondentů byli zaměstnanci.**

*Františkovy Lázně mají ze sledovaných lázní největší počet výdělečně činných osob. To je dáno mladším složením hostů a velkým počtem samoplátců.*

Otázka č. 22: Muž, nebo žena?



**62 % respondentů byli muži.**

#### **7.4.2. Porovnání zjištěných vztahů u průzkumu - klienti**

**1) Respondenti z České republiky častěji uváděli spokojenost s cenou poskytovaných služeb.**

*Většina domácích respondentů bylo v lázních v rámci komplexní péče, a tudíž měli pobyt v lázních hrazený pojišťovnamí. Naopak samoplátci byli spíše cizinci.*

**2) Respondenti, kteří přijeli do lázní v rámci komplexní péče, častěji vyjadřovali spokojenost s cenami služeb v lázních.**

**Respondenti samoplátci častěji uváděli pouze střední spokojenost s cenami služeb.**

*Samoplátci v průzkumu byli převážně zahraniční klienti, zatímco klienti komplexní péče byli pouze čeští hosté.*

**3) Respondenti, kteří jsou v lázních na dobu delší než 7 dní, častěji vyjadřovali spokojenost s cenami služeb.**

*Opět, respondenti na dobu delší než 7 dnů jsou převážně klienti v rámci komplexní péče.*

**4) Respondenti starší 65 let častěji uváděli spokojenost s cenami služeb.**

*Tento jev dle mého názoru souvisí s předchozími, neboť tuzemští klienti z komplexní péče představovali starší klientelu oproti zahraničním klientům spíše ve středním věku.*

**5) Respondenti důchodci častěji uváděli spokojenost s cenami služeb.**

*Většina osob v důchodě byla v kategorii nad 65 let a opět spíše tuzemští klienti a v rámci komplexní péče.*

**6) Respondenti samoplátci častěji vyjadřovali pouze střední spokojenost s rozsahem služeb v lázních.**

*Interpretace bude vycházet z obecné tendence, která se ve Františkových Lázních objevila. Zahraniční klienti byli více kritičtí v hodnocení služeb i celé kvality svého pobytu a právě zahraniční klienti nejčastěji přijížděli jako samoplátci.*

**7) Respondenti z České republiky častěji uváděli spokojenost s kvalitou léčebných služeb.**

**Respondenti ze zahraničí častěji vyjadřovali pouze střední spokojenost s kvalitou služeb.**

*Důvodem je opět větší kritičnost ze strany zahraničních klientů.*

**8) Respondenti v rámci komplexní péče častěji uváděli spokojenost s kvalitou služeb.**

**Respondenti samoplátci častěji vyjadřovali pouze střední spokojenost s cenami služeb.**

*Opětovně vstupuje kritičnost ze strany zahraničních klientů.*

**9) Respondenti, kteří jsou v lázních na období delší 7 dnů, častěji uváděli spokojenost s kvalitou služeb.**

*Na dobu delší 7 dnů opět jezdí spíše tuzemští klienti v rámci komplexní péče.*

**10) Respondenti z České republiky častěji vyjadřovali spokojenost s ubytováním.**

**Respondenti ze zahraničí častěji uváděli pouze střední spokojenost s ubytováním.**

*Kritiku zahraničních hostů v mnoha oblastech není možné chápat jako nespokojenost, spíše bych to přisoudil obecnému porovnání kvality u nás a v zahraničí, kdy tuzemské lázně obecně mají stále několik nedostatků, které mohou hrát roli v celkovém dojmu. Nemusí tak jít vždy o chybu samotných lázní, ale může zde vstupovat jiný faktor, například nepoctiví taxikáři.*

**11) Respondenti v rámci komplexní péče častěji vyjadřovali spokojenost s ubytováním.**

**Respondenti samoplátci častěji uváděli pouze střední spokojenost s ubytováním.**

**12) Respondenti, kteří přijeli na dobu delší 7 dnů, častěji uváděli spokojenost s ubytováním.**

**Respondenti, kteří přijeli na 1-3 dny častěji vyjadřovali pouze střední spokojenost s ubytováním.**

*Na období 1-3 dny jezdí převážně samoplátci.*

**13) Respondenti z České republiky častěji vyjadřovali spokojenost s informovaností o volnočasových aktivitách.**

**Respondenti ze zahraničí častěji uváděli pouze střední spokojenost s informovaností o volnočasových aktivitách.**

*Přestože jsou Františkovy Lázně tradičně navštěvovaným místem ze strany zahraničních klientů, stále je mnoho informací uváděno pouze v češtině. To dokazovalo i mé pozorování na místě, kdy jsem byl několikrát tázán, jak se dostanou klienti z bodu A do bodu B, protože popis ukazatele byl pouze česky. Totéž platí v případě programů akcí. Většina programů v rámci lázeňské společnosti je napsána vícejazyčně. V širším okolí ovšem najdeme mnoho informací pouze v češtině.*

**14) Respondenti samoplátci častěji uváděli pouze střední spokojenost s informovaností o volnočasových aktivitách.**

**15) Respondenti, kteří přijeli do lázní na základě reklamy, častěji vyjadřovali pouze střední spokojenost s informovaností o kulturním i sportovním dění v oblasti.**

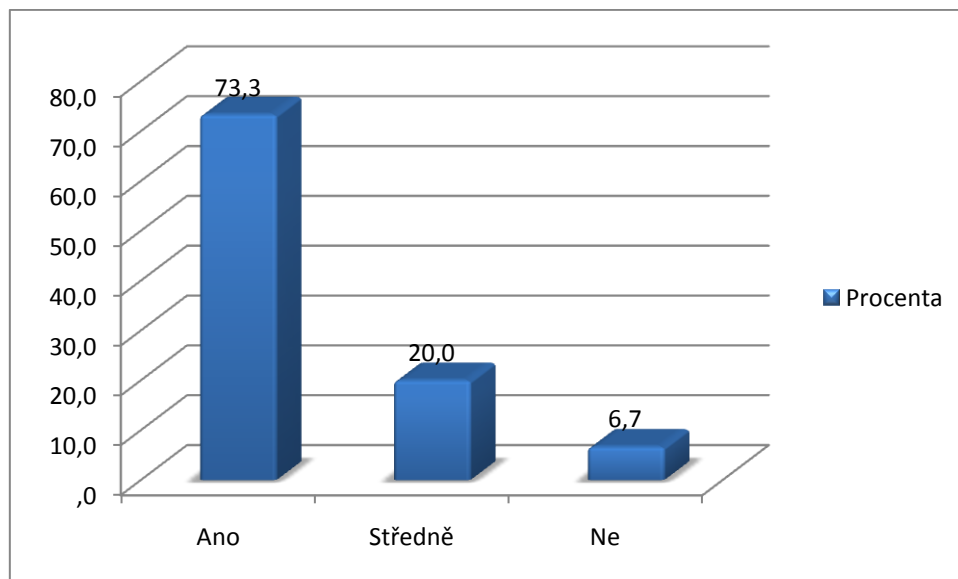
**16) Respondenti, kteří přijeli do lázní na období delší 7 dnů, častěji uváděli, že jsou spokojeni s informovaností o akcích v oblasti.**

**Respondenti, kteří přijeli na období 1-3 dnů, častěji vyjadřovali pouze střední spokojenost s informovaností o volnočasových aktivitách.**

*Všechny tyto jevy ovlivňovaly především rozdílné názory na celkový pobyt ze strany tuzemských a zahraničních klientů.*

### 7.4.3. Přehled výsledných zjištění - zaměstnanci

Otázka č. 1: Jste spokojen (a) s dopravní dostupností do práce?



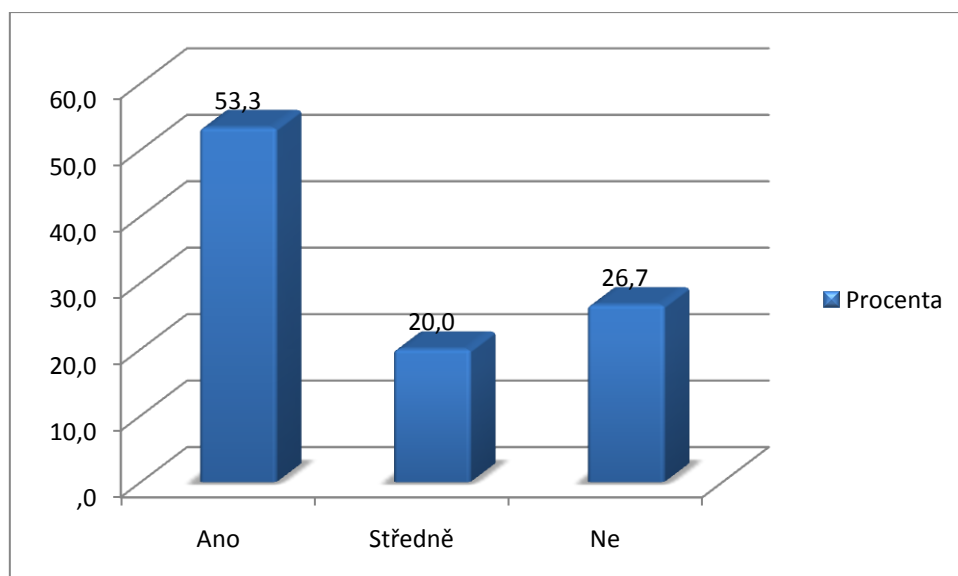
**73 % respondentů je spokojeno s dopravní dostupností do práce.**

*Zaměstnanci většinou uvedli, že buď bydlí ve Františkových lázních, nebo blízkém okolí, například v Chebu. Z Chebu, který je vzdálen cca 4 km, jsou lázně spojeny hlavní silnicí a železnicí.*

Otázka č. 2: Líbí se Vám prostředí, ve kterém jsou lázně umístěny?

**Všem respondentům se líbí prostředí lázní.**

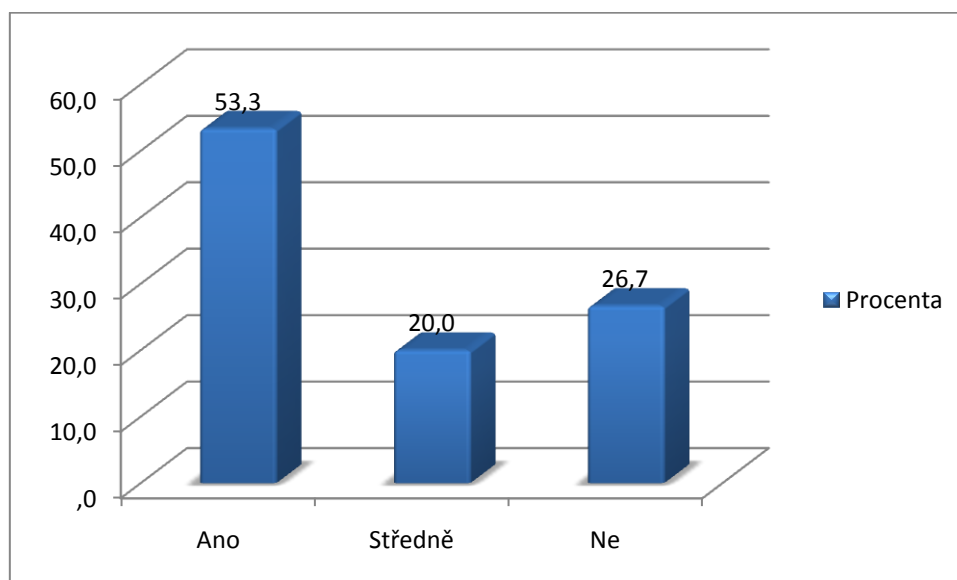
Otázka č. 3: Jste spokojeni s kulturní a sportovní nabídkou oblasti, kde bydlíte?



**Většina, 53 % respondentů, je spokojena s kulturně-sportovní nabídkou oblasti.**

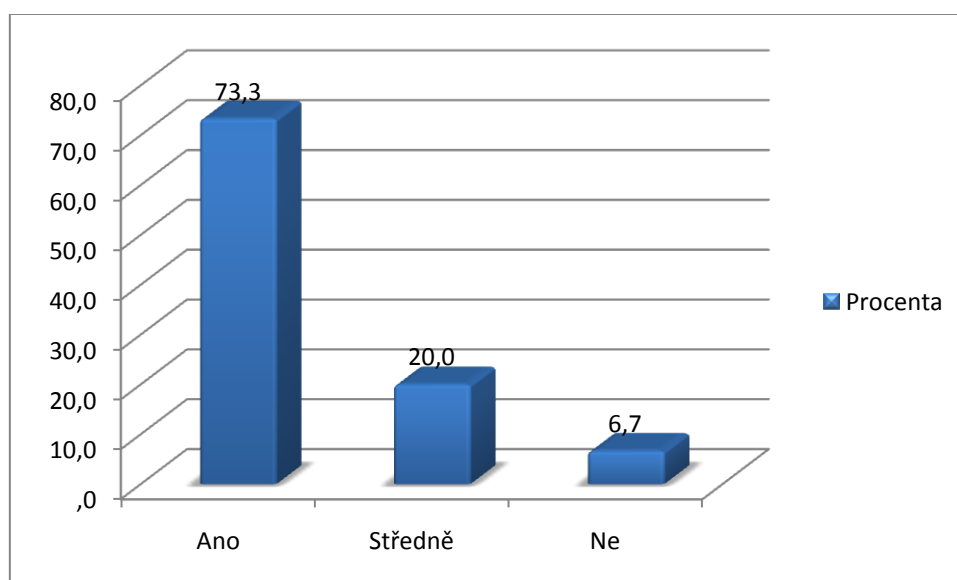
*Zaměstnanci většinou zmiňovali město Cheb jako místo kulturních aktivit.*

Otázka č. 4: Využíváte kulturní a sportovní možnosti?



**Stejně jako na předchozí otázku odpovídali respondenti i v případě využívání kulturních aktivit.**

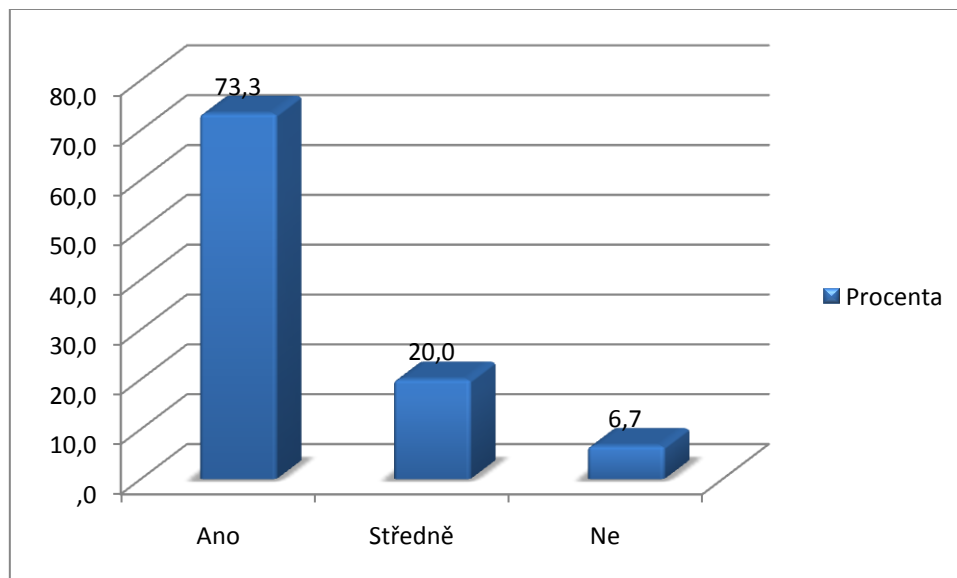
Otázka č. 5: Máte možnost mimopracovního využití času v areálu lázní?



**73 % respondentů uvedlo, že mají možnost mimopracovního využití času v areálu lázní.**

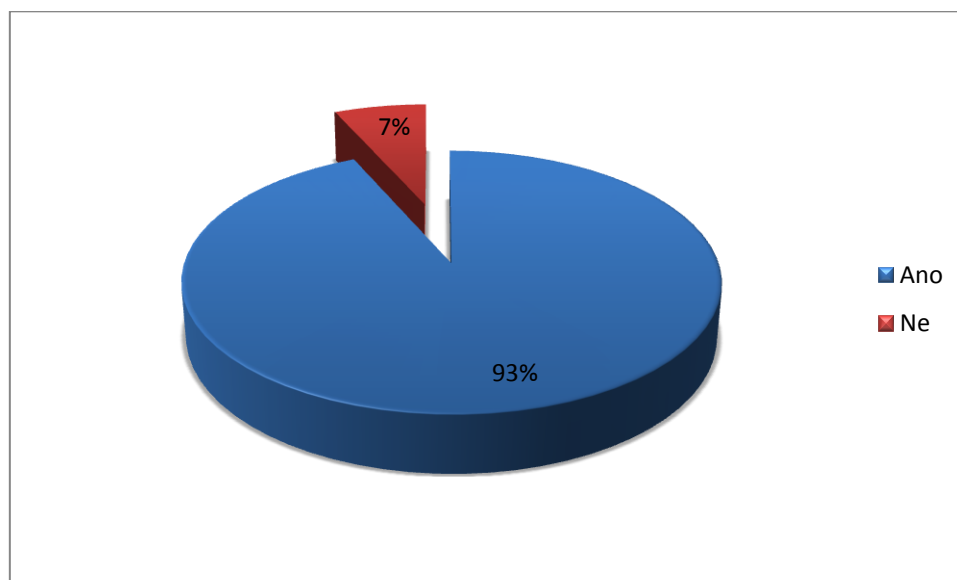
Zmiňovali především aqua centrum, které je ve Františkových Lázních poměrně velké a populární.

Otázka č. 6: Jste spokojen (a) se svým zaměstnáním?



Stejně vyšla otázka i na spokojenost se zaměstnáním, kdy 73 % respondentů je spokojeno se svým zaměstnáním.

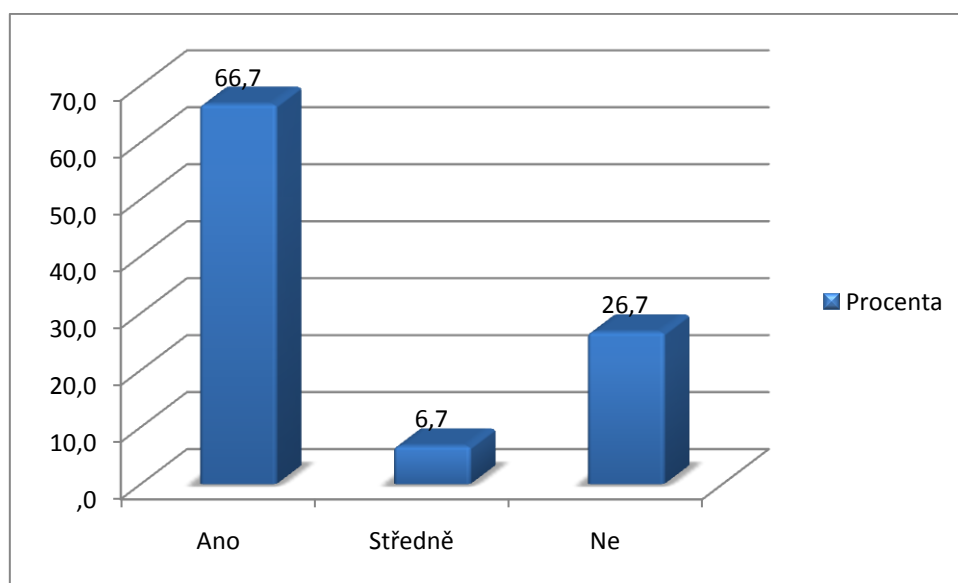
Otázka č. 7: Jste spokojen (a) s pracovním prostředím?



Se svým zaměstnáním je spokojeno 93 % respondentů.

Určitou roli hraje také to, že Františkovy Lázně jsou dominantní zaměstnavatel v obci Františkovy Lázně.

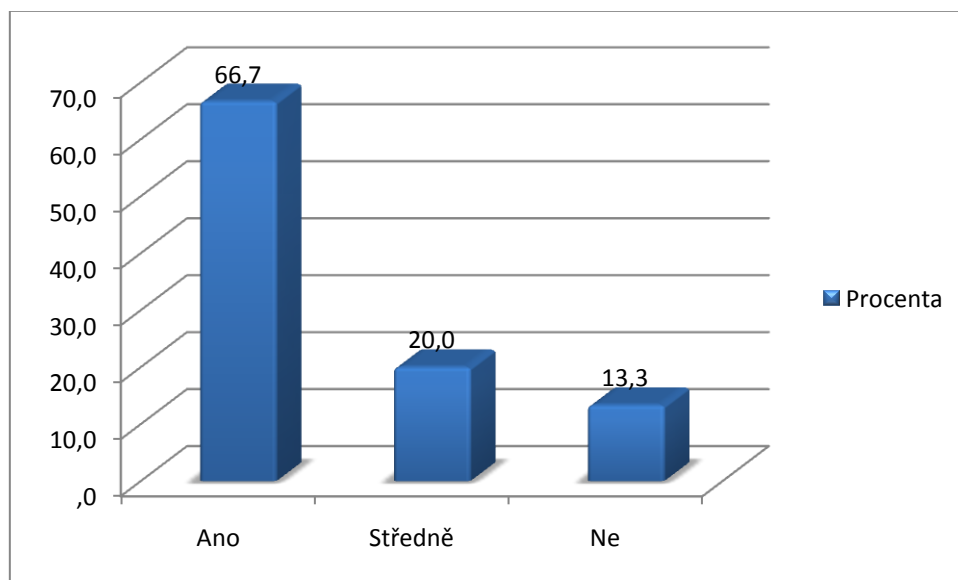
Otázka č. 8: Podporuje Vás zaměstnavatel v dalším profesním růstu?



**67 % respondentů uvedlo, že jsou podporováni v dalším profesním růstu.**

*V naprosté většině se jednalo o jazykové kurzy, které zaměstnavatel hojně nabízí.*

Otázka č. 9: Jste spokojen (a) s pracovními vztahy?



**S pracovními vztahy je spokojena většina, 67 % respondentů.**

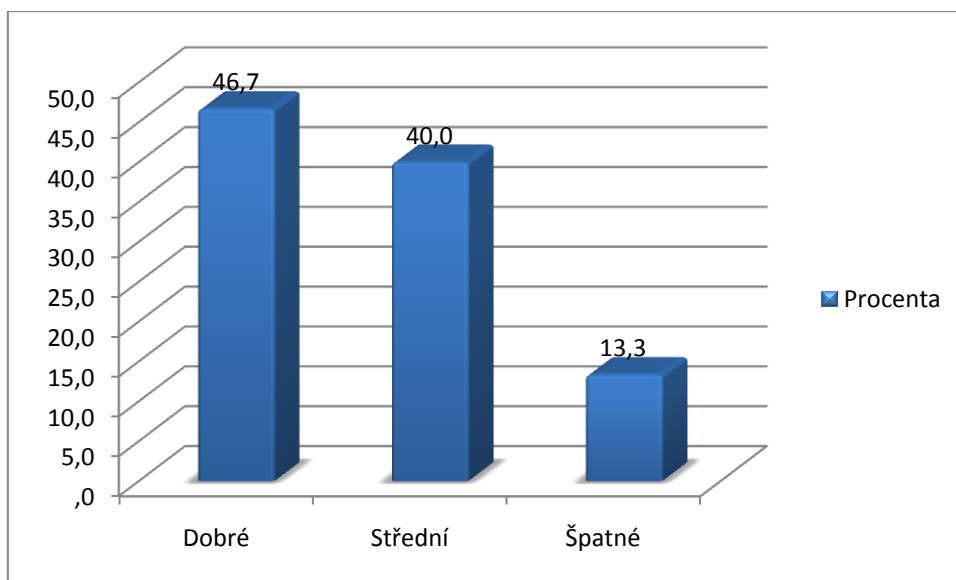
*Díky velikosti lázní zaměstnanci mnohdy upozorňovali, že si dělají menší skupinky v rámci pracovního kolektivu.*



Otázka č. 10: Odborné znalosti zaměstnanců jsou podle Vašeho názoru?

**60 % respondentů považuje odborné znalosti zaměstnanců za dobré. Ostatní pak za průměrné.**

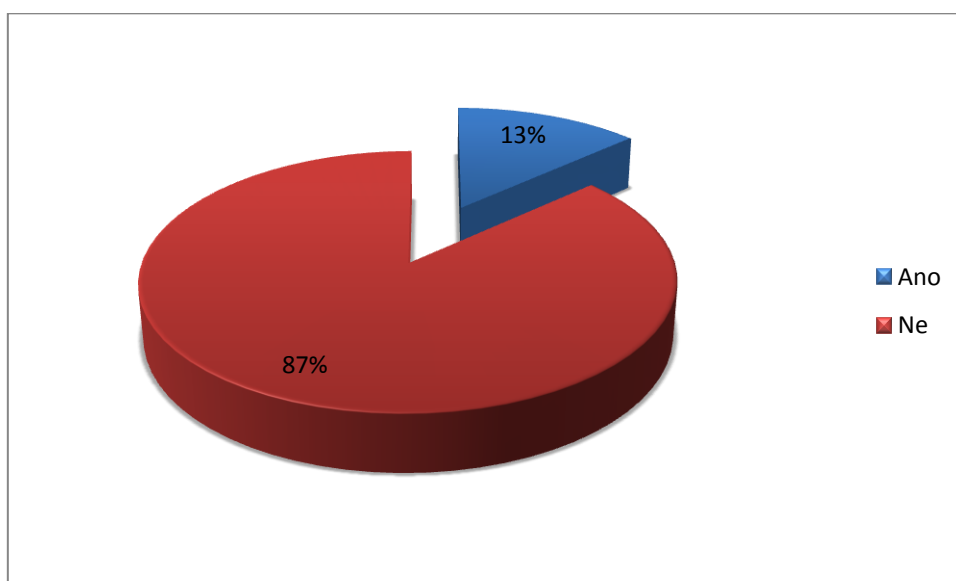
Otázka č. 11: Jaké je dle Vašeho názoru platové ohodnocení v porovnání s oblastí, kde pracujete?



**47 % respondentů považuje své platové ohodnocení za dobré a 40 % za průměrné.**

*Tyto hodnoty jsou nejlepší v rámci sledovaných lázní. Během rozhovoru si zaměstnanci ve Františkových Lázních vcelku pochvalovali svou práci i její platové ohodnocení.*

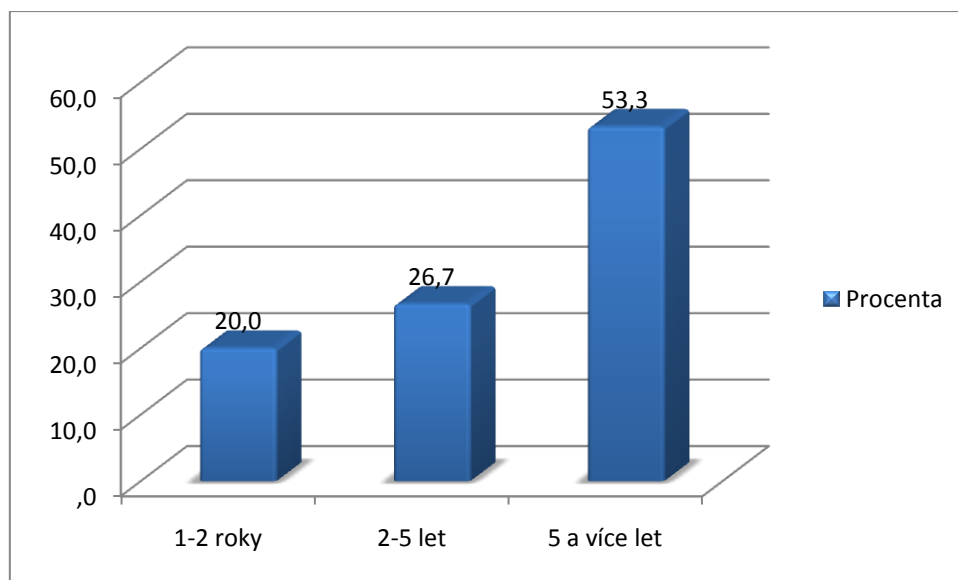
Otázka č. 12: Pracoval (a) jste i v jiných lázních na území ČR?



**13 % respondentů pracovalo i v jiných lázních na území ČR. Těmi byly Mariánské Lázně.**

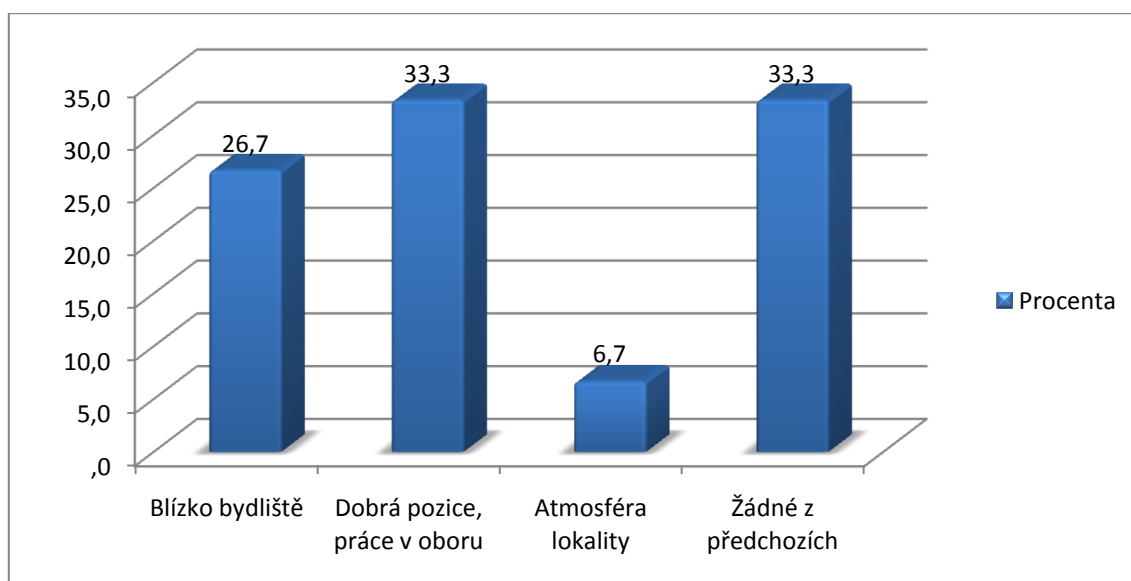
*V porovnání s Mariánskými Lázněmi si pochvalovali zaměstnanci na Františkových Lázních hlavně větší klid.*

Otázka č. 13: Jak dlouho již pracujete v těchto lázních?



**53 % respondentů pracuje v lázních po dobu delší 5 let.**

Otázka č. 14: Proč jste se rozhodl (a) pracovat ve zdejších lázních?



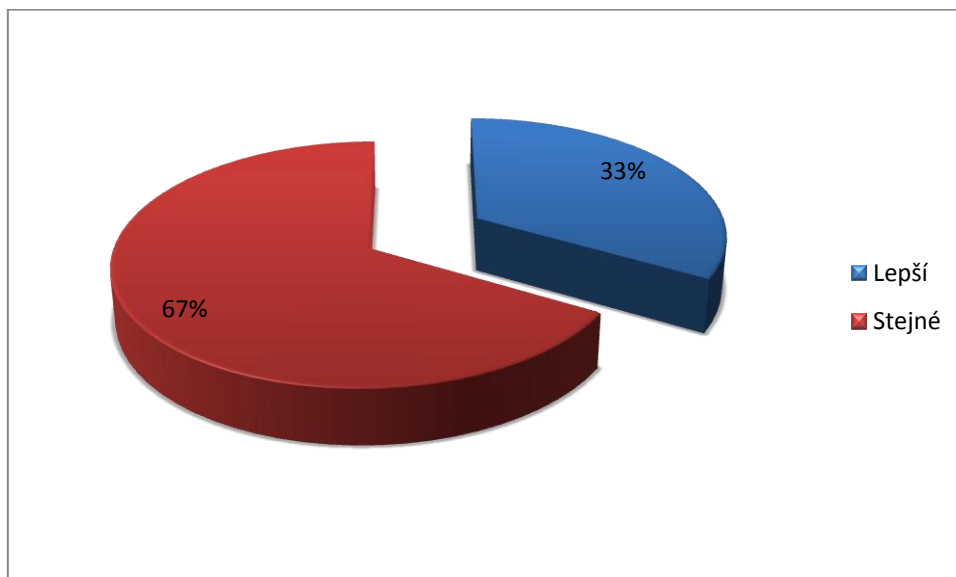
**Shodně 33 % respondentů uvedlo, že si vybrali práci v lázních kvůli dobré pozici nebo z jiných důvodů.**

*Jiné důvody byly především ty, že jinde nebylo volné místo.*

Otázka č. 15: Navštívil (a) jste i jiné lázně v ČR jako klient?

**80 % zaměstnanců nenavštívilo jiné lázně v České republice jako klienti.**

Otázka č. 16: Jak hodnotíte tyto lázně v porovnání s jinými, které jste navštívil (a)?



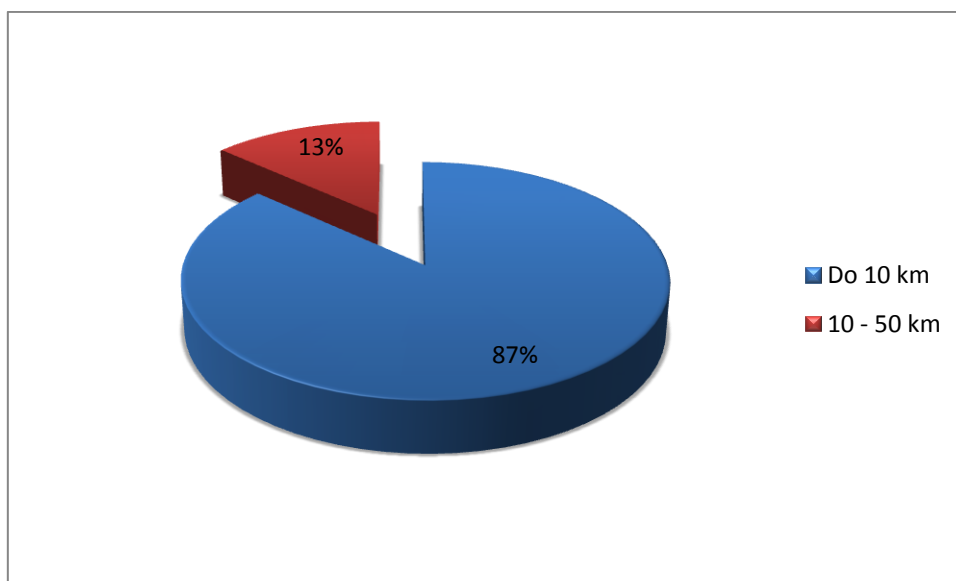
**67 % respondentů, kteří navštívili i jiné lázně, hodnotí Františkovy Lázně jako stejně dobré nebo lepší.**

Lázně, které respondenti zmiňovali jako místo svého pobytu, jsou vyznačeny na mapce:



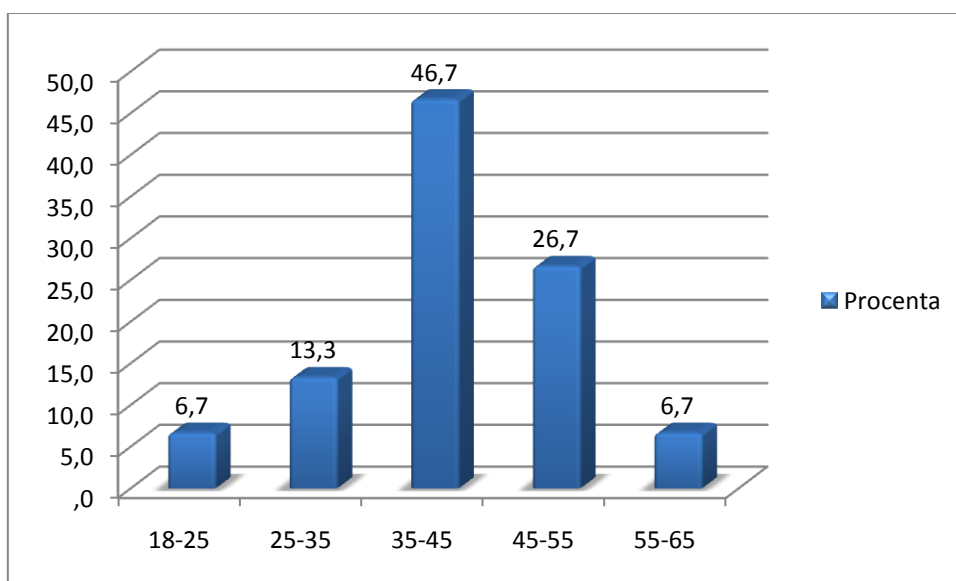
Čím větší červené kolečko, tím častěji byly tyto lázně zmiňovány.

Otázka č. 17: Jaká je dojezdová vzdálenost Vašeho bydliště?



**87 % respondentů bydlí ve vzdálenosti do 10km od lázní.**

Otázka č. 18: Jaký je Váš věk?

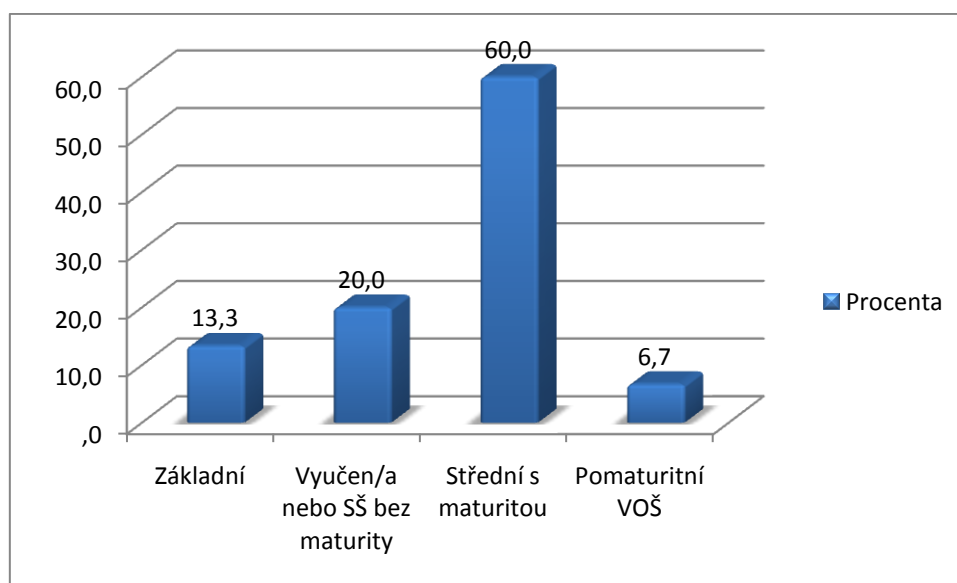


**Většina respondentů, 47 %, je ve věku 35-45 let.**

Otázka č. 19: Bydlíte ve městě, nebo na vesnici?

**Ve městě bydlí 93 % respondentů.**

Otázka č. 20: Jaké je Vaše nejvyšší dokončené vzdělání?



**60 % respondentů má středoškolské vzdělání s maturitou.**

Otázka č. 21: Muž, nebo žena?

**80 % respondentů byly ženy.**

#### 7.4.4. Porovnání zjištěných vztahů u průzkumu - zaměstnanci

**1) Respondenti bydlící do 10km od lázní častěji vyjadřovali spokojenost s dopravní dostupností do práce.**

**2) Respondenti ve věku 35-45 let častěji uváděli, že využívají kulturně-sportovní možností.**

*Tato skupina má již vybudované stálé zaměstnání, většinou zajištěné bydlení i děti ve věku, kdy je mohou zanechat bez dozoru. Mohou si tak dovolit využít čas i k společenským aktivitám.*

**3) Respondenti, kteří pracují v lázních více jak 5 let, častěji vyjadřovali spokojenost se svým zaměstnáním.**

*Tito zaměstnanci již pracují v lázních dostatečně dlouho dobu na to, aby se rozhodli, zda jim práce v lázních vyhovuje, nebo ne.*

**4) Respondenti, kteří mají středoškolské vzdělání s maturitou, častěji uváděli, že je zaměstnavatel podporuje v dalším růstu.**

*Středoškolské vzdělání s maturitou bylo nejčastější mezi zaměstnanci, především na středních pozicích. Zaměstnavatel navíc obecně podporuje různé vzdělávací kurzy.*

**5) Respondenti, kteří nepracovali v jiných lázních, častěji uváděli, že jsou odborné znalosti zaměstnanců dobré.**

**Respondenti, kteří pracovali i v jiných lázních v České republice častěji vyjadřovali, že jsou odborné znalosti zaměstnanců pouze středně dobré.**

*Zaměstnanci, kteří mají zkušenosti z jiných lázní, mohou srovnat úroveň obou skupin. Navíc zaměstnanci pracovali z jiných lázní pouze v Mariánských Lázních, které si udržují vysoké standardy. Proto jim mohou připadat kvality zaměstnanců ve Františkových Lázních jako lehce slabší, nikoliv však horší.*

#### **7.4.5 Celkové porovnání**

- **Zaměstnancům i klientům se líbí prostředí, ve kterém jsou lázně umístěny.**
- **V obou případech většina respondentů využívá kulturní a sportovní možnosti, především v areálu lázní.**

*Zahraniční klienti pouze občas narážejí na nedostatečné překlady z češtiny u různých programů.*

- **Zatímco jsou zaměstnanci spokojeni se svým platovým ohodnocením, klienti jsou spokojeni s cenami služeb v lázních pouze středně.**

*Lázně zřejmě nabízí vyšší ceny pro hosty, na druhou stranu si mohou dovolit v rámci regionu o něco vyšší platy.*

- **Zaměstnanci hodnotí poměrně dobře odborné znalosti svých kolegů a klienti dobře hodnotí úroveň služeb, která je jim poskytována.**

*Pro celkovou úroveň lázní tento výsledek považují za velmi dobrý.*

*Z pohledu tuzemských klientů lázní jsou Františkovy Lázně místem, které má dobré jméno a je od něj očekávaná vyšší úroveň, kterou také dostávají.*

*Z pohledu zahraničních klientů se jedná o jedny z několika významných českých lázní. Porovnávají služby se svou zemí a ceny v rámci České republiky. Ceny jim proto případnou vyšší a kvalita střední. Občas navíc naráží na jazykové problémy. Celkově jsou ale s pobytem v lázních spokojeni, a to i pro jejich dobrou dopravní dostupnost.*

*Zaměstnanci vnímají lázně jako důležitého zaměstnavatele, který jim poskytuje dobré platové ohodnocení a nabízí jim další možnosti sebevzdělávání. Pracovní prostředí jim vyhovuje, i když se občas nějaký ten nešvar vyskytne všude.*

## **8. Závěrečné vyhodnocení**

### **8.1 Klienti lázní**

Výsledné srovnání lázní ukázalo, že většina sledovaných lázní si je velmi podobných v oblasti vztahu ke svým klientům. Nedá se říci, že by některé lázně nabízely horší služby, a rozdíly mezi jednotlivými společnostmi jsou malé.

Lázně by se daly z hlediska klientely rozdělit zejména dle podílu zahraničních návštěvníků. Lázně s vyloženě Českou klientelou vycházejí ze své historie, ale snaží se i nalákat movitější skupiny klientů – samoplátců. U těchto lázní ovšem zůstávají některé nedostatky v oblasti kvality personálu. Ten pracuje na základě toho, co má vykonat, a nepřizpůsobuje svůj sortiment služeb poptávce<sup>41</sup>.

**Lázně Jeseník** by na základě průzkumu získaly profil místa, které lidé vyhledávají především pro jejich jedinečné horské prostředí izolované od okolí. Lázeňské budovy jsou navíc opraveny, a tak se klientům líbí rovněž ubytování i to, jak jsou dostupné informace o kulturních aktivitách.

Klienti jsou naopak méně spokojeni s kvalitou služeb a personálem, který mnohdy považují za poněkud neochotný. Rovněž procento pacientů, kteří se vrací zpět do Jeseníku, je menší než u ostatních lázní. Důvodem je hlavně horší dopravní dostupnost, kterou klienti pociťují. Mnozí klienti jsou tak častými hosty jiných lázní v České republice, pobyt v Jeseníku berou pouze jako zpestření.

**Lázně Luhačovice** si dle mého názoru stále udržují nálepku pravých českých lázní tak, jak ji dostaly v období první republiky. Klienti jsou spokojeni s kvalitou služeb a kulturně-sportovní oblastí. Ta je největším lákadlem v Luhačovicích a odkazují se na ni i pacienti

---

<sup>41</sup> Viz příloha číslo 1 – Srovnání jednotlivých otázek mezi lázněmi.

v jiných lázních. Luhačovice jsou rovněž místem, které má nejnižší průměr dosaženého vzdělání mezi klienty, což poukazuje na popularitu místa napříč vrstvami, které je nepovažují za tolik „snobské“ jako například Karlovy Vary.

Naopak umístění některých komunikací a menší možnost pěších výletů do okolí je slabší stránkou lázní. Luhačovice jsou také místem s největším počtem klientů v rámci komplexní péče, kteří se navíc často vrací již po několik let.

**Lázně Třeboň** svoji atmosférou zapadají do krajiny, ve které se nacházejí. Na klienty působí jako klidné lázně s kvalitními službami i personálem. Nejsou tak velké jako ostatní, ale mají svoji domáckou atmosféru, kterou vyhledávají hlavně klienti z Čech.

Především starší klientela již tolik nevyužívá kulturní možnosti a naráží na některé problémy jako nekvalitní ubytování v soukromí, které supluje menší počet ubytovacích kapacit lázní.

**Františkovy Lázně** se v tomto směru odlišují od ostatních zmiňovaných, a to v první řadě popularitou mezi zahraničními (převážně německými) klienty. Ti mají větší nároky než tuzemští klienti a jsou také více kritičtí. Přesto oceňují historickou atmosféru místa s duchem zbytku monarchie i kvalitu služeb, která je jim poskytována.

Velké množství zahraničních samoplátců na druhou stranu vnímá vyšší ceny komfortu v porovnání s typicky českými standardy. Františkovy Lázně jsou tak v mnoha směrech lázněmi, kde se pacient zastaví pouze na několik dní, během nichž se snaží načerpat síly a vytěžit ze svého pobytu maximum. Poté se vrací zpět ke své práci nebo může jako turista pokračovat jinam v České republice.

Má práce identifikovala dva typy lázní, které se v České republice objevují. Jedny jsou klasické lázně s orientací na českou klientelu a pojišťovny hrazenými pobyty. Druhé jsou lázně orientované na samoplátce s velkým podílem zahraničních klientů. První typ lázní se v posledních letech snaží zaujmout i skupinu samoplátců a méně se spoléhat na pacienty z komplexní péče. Tyto lázně procházejí transformací, kterou pociťují i samotní klienti v různých výkyvech kvality služeb a zaváděním nových postupů. Bude proto otázka, jak takovéto lázně budou vypadat v několika příštích letech.

Každý tento druh lázní má svoji specifickou skupinu návštěvníků. Zahraniční klienti vyhledávají lázně západního typu a jejich výběr se omezuje především na lázně zlatého trojúhelníku v západních Čechách. Lázně klasické si stále udržují většinové procento tuzemských pacientů



s pobyty hrazenými zdravotními pojišťovny. Tito klienti v kombinaci s některými samoplátci představují typickou skupinou lázeňských hostů.

Tato skupina pacientů vnímá lázně jako prostředek pro své uzdravení a relaxaci. Jsou navíc spokojeni, že získali pobyt v rámci svého pojištění a berou jej jako určitý bonus na stáří (platí u osob v důchodu). Chtějí mít klidný pobyt a většinou moc neutrácejí. Nereagují na různé speciální akce a lákadla, která se do lázeňských prostředí v poslední době dostávají. Čas tráví léčebnými procedurami doplněnými o procházky s posezením v kavárně a příležitostně o kulturní nebo sportovní aktivity.

Typický lázeňský host stále vnímá lázně tak, jak byly zamýšleny. Jako oázu klidu v typicky rušném denním životě. Díky dlouhodobému pobytu má možnost zamýšlet se nad svým životem a relaxovat bez toho, aby se musel zabývat nějakými starostmi.

Hosté rovněž rozlišují při hodnocení mezi dovolenou turistickou a dovolenou v lázních. Ty jsou u nich na vyšší příčce a tvoří určitou prestižní oblast, kde se většinou dostanou pouze párkrát za život.

## **8.2 Zaměstnanci lázní**

Průzkum zaměstnanců byl zamýšlen jako doplnění průzkumu klientů. Jeho uskutečnění bylo možné až po schválení ze strany ředitelství lázní, a proto byla snaha využít příležitosti, která se naskytla především v lázních Jeseník a Třeboň. Františkovy Lázně byly kontaktovány až jako poslední a vedení bylo velmi nápomocno. Povolení od lázní Luhačovice se nepodařilo získat přesto, že počáteční komunikace byla vcelku pozitivní.

Průzkum ukázal, že rozdíly v postojích zaměstnanců jsou si v mnoha směrech navzájem podobné nebo korespondují s výsledky průzkumu klientů<sup>42</sup>.

**Lázně Jeseník** oceňují jejich zaměstnanci hlavně pro prostředí, ve kterém se nachází. Využívají také mnoha, především sportovních, možností, které jsou v lázních k dispozici.

V ostatních směrech se řadí spíše mezi nespokojené. Nejsou příliš spokojeni s pracovními vztahy, platovým ohodnocením ani kulturními možnostmi, které jsou v oblasti k dispozici. Během rozhovorů někteří respondenti byli nespokojeni se svou prací, jiní zase projevovali určité obavy nad osudem svého zaměstnání v budoucnosti a nad dalšími vztahy mezi zaměstnanci a vedením lázní.

---

<sup>42</sup> Viz příloha číslo 2 – Srovnání jednotlivých otázek mezi lázněmi.

Přes negativní hodnocení si ovšem uvědomují, že bydlí v regionu s jednou z největších nezaměstnaností v České republice a práce v lázních nepatří mezi ty nejhorší, které jsou v oblasti k dispozici.

**V lázních Třeboň** mají zaměstnanci dobré mínění o svých kolezích a vztahy na pracovišti hodnotí jako lepší průměr.

Jinak si práci v lázních příliš nepochvalují a mají pocit, že u jiného zaměstnavatele, především hotelového, by získali lepší platové podmínky.

Přes všechny negativní vlastnosti, ale hodnotí práci v lázních pozitivně a oceňují poklidné plynutí času, které je pro třeboňské lázně typické. Své námitky nesměřují ani tak proti svému zaměstnavateli, jako spíše proti obecným nedostatkům v oblasti zaměstnanosti na Třeboňsku. To dokazují také zaměstnanci, jež pracují v lázních nejdelší dobu ze sledovaných lázní.

**Františkovy Lázně** prokázaly profesionální stránku i prostřednictvím svých zaměstnanců. Již během rozhovorů zaměstnanci vystupovali profesionálně a komunikace s nimi byla velice dobrá.

Zaměstnanci zde hodnotí svoji práci nejpozitivněji ze sledovaných lázní. Jsou spokojeni s platovým ohodnocením, vztahy na pracovišti, zázemím, které jim je poskytováno, i s možností dalších rekvalifikačních kurzů. Mnozí respondenti projevovali hrdost nad tím, že mohou pracovat v mezinárodně známých lázních, kam přijíždí i celebrity.

Záporné stránky se z výsledků průzkumu hledají těžko. Rozhovory i pozorování vzbudily pocit jistého odcizení mezi zaměstnanci a samotným prostředím lázní. Ti jej totiž nevnímají jako místo, kde by rádi nejen pracovali, ale i bydleli. Vnímají jej jako exkluzivní prostředí, kam dochází do práce, a poté odjíždí mimo toto území. Tento jev se dá vysvětlit zaměřením lázní i celého městečka, které se snaží své centrum přizpůsobit zejména požadavkům a zájmům klientů lázní a turistů. Místní obyvatele pak stěhuje dále od centra nebo do okolních vesnic a měst. U lázní tak nedochází k takové interakci místních obyvatel a klientů jako v jiných lázních klasického českého typu.

Všichni zaměstnanci ve všech lázních vnímají určitou zvláštní atmosféru těchto zařízení. Při hodnocení své práce řadí ovšem lázně do stejné skupiny jako dražší hotely, se kterými se porovnávají. Nevnímají příliš odlišnost skupiny klientů, kteří jezdí do dražších hotelů, a těch, kteří tráví 21 dní v lázních v rámci komplexní péče.

## 9. Závěr

Tato práce měla za cíl s pomocí průzkumu ve vybraných lázeňských zařízeních postihnout některé aspekty lázeňství jako fenoménu, který zasahuje do mnoha oblastí společnosti. Z výsledků lze vyvodit množství dalších zajímavých témat, kterými by bylo možné se dále zabývat. Může jít o vztah obyvatel lázeňských měst k návštěvníkům, sledování klientů v různých časových úsecích po absolvování lázeňského pobytu a vlivu, který jim pobyt v lázních přinesl v osobním nebo společenském životě. Cílem diplomové práce nebylo popsat všechny aspekty, a to ještě na omezeném vzorku, ale podat určitý obraz společenského fenoménu tak, aby inicioval další zkoumání této problematiky.

Dnešní lázeňství navíc umožňuje pohled na přeměnu lázeňských zařízení klasické formy, které tu byly po desítky let, v nová moderní zařízení podobající se wellness lázním obvyklým na západě Evropy. Těchto změn se obávají zejména klienti, jejichž pobyt je hrazen pojišťovnamí. Ti se považují za určitou ohroženou skupinu, kterou lázně sice potřebují, ale v dlouhodobém výhledu se s ní počítá čím dál tím méně.

Hlubší sledování této přeměny je dle mého názoru vhodné i s ohledem na probíhající nebo plánované reformy sociálního systému České republiky. Právě pojišťovnamí hrazení pacienti totiž v lázních tvoří kolem poloviny všech hostů a právě kategorie těchto klientů bude v nadcházejícím období procházet přeměnou.

Doufám, že má práce poukázala na skutečnost, že lázeňství není jen specifickou formou v cestovním ruchu, ale je svébytným společenským jevem na pomezí sféry volného času, medicíny, životního stylu a obecné kultury utvářející životní osudy velkých skupin lidí, a to jak na straně poskytujících lázeňské služby a obyvatel lázeňských míst, tak velké skupiny klientů, pacientů a návštěvníků lázní.

Originální a tradiční princip lázní jako místa, kde se lidé nejen léčí a načerpávají energii, ale kde se i fyzicky setkávají a komunikují v relativně poklidném prostředí a po delší dobu, je podle mého názoru základním a jedinečným příspěvkem lázní ke zklidnění hektického způsobu života a získání potřebného nadhledu pro řešení komplikovaných životních situací. Přestože i sem přicházejí změny v podobě moderních technologií a intenzivních přístupů zkracujících pobyt na nejkratší možnou míru diktovanou současným stylem života, tradiční hodnoty jsou stále hledaným artiklem. Proto jsou, a doufám, že stále budou, svébytným společenským jevem zasluhujícím naši pozornost.

## 10. Citovaná literatura

- Svaz léčebných lázní České republiky.** Jak do lázní. [Online] <http://www.lecebne-lazne.cz/cs/jak-do-lazni>.
- Allan M. Williams, Vladimír Baláž. 2000.** *Tourism in transition: economic change in Central Europe*. London : I.B.Tauris, 2000.
- Bertiny lázně Třeboň.** Bertiny lázně. [Online] <http://www.berta.cz/cz/nase-lecba/indikace>.
- C. Critcher, Peter Bramham, Alan Tomlinson. 1995.** *Sociology of leisure: a reader*. New York : E&FN Spon, 1995.
- Czech.cz.** Lázeňství má v ČR bohatou historii. [Online] <http://www.czech.cz/cz/91871-lazenstvi-ma-v-cr-bohatou-historii>.
- CzechTourism.** První pololetí českých lázní řečí čísel. [Online] <http://www.czechtourism.cz/media/tiskove-zpravy/prvni-pololeti-ceskych-lazni-reci-cisel.html>.
- Černý, J. 1989.** *Lázně v ČSSR*. Praha : Práce, 1989.
- Dvořák, Pavel. 1991.** *Lázeňství a jeho postavení ve společenském systému: analýza vývoje postavení lázeňství*. Praha : Vysoká škola Ekonomická v Praze, 1991.
- Františkovy lázně.** Krátce z historie města ... [Online] [http://www.frantiskovy-lazne.cz/vismo/dokumenty2.asp?u=3464&id\\_org=3464&id=93930&p1=7095](http://www.frantiskovy-lazne.cz/vismo/dokumenty2.asp?u=3464&id_org=3464&id=93930&p1=7095).
- Horner, S. a Swarbrooke, J. 2003.** *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*. Havlíčkův Brod : Grada Publishing, 2003.
- iDnes.cz. 2010.** Summit V4 ve Varech: prezidentí řešili energetiku, první dámy si daly oplatky. *Zprávy*. [Online] 5. 11 2010. [http://zpravy.idnes.cz/summit-v4-ve-varech-prezidenti-resili-energetiku-prvni-damy-si-daly-oplatky-1bw-/domaci.asp?c=A101104\\_163356\\_vary-zpravy\\_sou](http://zpravy.idnes.cz/summit-v4-ve-varech-prezidenti-resili-energetiku-prvni-damy-si-daly-oplatky-1bw-/domaci.asp?c=A101104_163356_vary-zpravy_sou).
- Kajlík, Vladimír. 2007.** *České lázně a lázeňství*. Praha : Ministerstvo pro místní rozvoj České republiky, 2007.
- Kamsi.cz.** Karlova Studánka. [Online] <http://ubytovani.kamsi.cz/jeseniky/hotel/lazne-karlova-studanka/detail/7170>.

**Karlova Studánka.** [Online] <http://www.kstudanka.cz/>.

**Kočka, Miloš a Kubík, Alois. 2006.** *Vincenz Priessnitz světový přírodní léčitel.* Štíty : Veduta, 2006.

**Kočka, Miloš. 1993.** *Prameny živé vody.* Štíty : Veduta, 1993.

—, **2001.** *Vincenz Priessnitz světový přírodní léčitel ( 1799 - 1851 ).* Jeseník : Vlastivědné muzeum Jesenicka, 2001.

**Lázně Aurora Třeboň.** Tradice a současnost. [Online] <http://www.aurora.cz/cz/lazne-aurora/tradice-a-soucasnost>.

**Lázně Františkovy lázně a.s.** Historie a současnost. [Online] <http://www.frantiskovylazne.cz/cs/historie-a-soucasnost/>.

**Lázně Luhačovice a.s.** Léčivé prameny. [Online] <http://www.lazneluhacovice.cz/cz/lecive-prameny-luhacovice.php>.

**lázně, Priessnitzovy léčebné. 2009.** *Katalog 2009-2010.* Jeseník : autor neznámý, 2009.

**Město Františkovy lázně.** Město a okolí. [Online] [http://www.frantiskovy-lazne.cz/vismo/zobraz\\_dok.asp?u=3464&id\\_org=3464&id\\_ktg=5203&p1=19204](http://www.frantiskovy-lazne.cz/vismo/zobraz_dok.asp?u=3464&id_org=3464&id_ktg=5203&p1=19204).

**Město Luhačovice.** Historie a folklór Luhačovic. [Online] <http://www.luhacovice.cz/page/1614.historie-a-folklor-luhacovice/>.

**Městský úřad Jeseník.** Historie města. [Online] <http://www.jesenik.org/cs/historie/index.php>.

**Mohyla, Otakar a Dr. Jirásek, Karel. 1979.** *Československé lázně.* Praha : Olympia, 1979.

**Němčík, Lukáš. 2008.** *Bakalářská práce - Proměny cestovního ruchu v lázeňství v oblasti Jeseníků v 19. a 21. Století.* Jeseník : Univerzita Karlova v Praze, 2008.

—, **2004.** *Stručný průvodce po pramenech a pomníčkách v Jeseníku.* Jeseník : JENA, 2004.

**Podnikatel.cz.** Lázně dnes: Je libo do medu, do ledu nebo do čokolády? [Online] <http://www.podnikatel.cz/clanky/je-libo-do-medu-do-ledu-nebo-do-cokolady/>.

**Priessnitzovy léčebné lázně a.s.** [Online] <http://www.priessnitz.cz/cz/>.

—. **2009.** *Katalog 2008-2009.* Jeseník : autor neznámý, 2009.

—. Lázeňské domy. [Online] <http://www.priessnitz.cz/cz/index.php?id=217>.

**Salamanczuk, R. a M., Laboutka. 1993.** *Almanach lázní České republiky. Sondy.* místo neznámé : Svaz léčebných lázní České republiky, 1993.

**Sestra ZDN.cz.** Historie lázeňství. [Online] <http://www.zdn.cz/clanek/sestra/historie-lazenstvi-279640>.

**SOKA.** *Fond: Rodinný archiv Priessnitz - Ripper- neuspořááno.* Jeseník : autor neznámý.

**Szczyrba, Zdeněk. 2004.** *Jak se bydlí v lázních.* místo neznámé : Realit, 2004.

**Tomlinson, Alan. 1987.** *Sport, leisure, and social relations.* London : Routledge & Kegan Paul Inc., 1987.

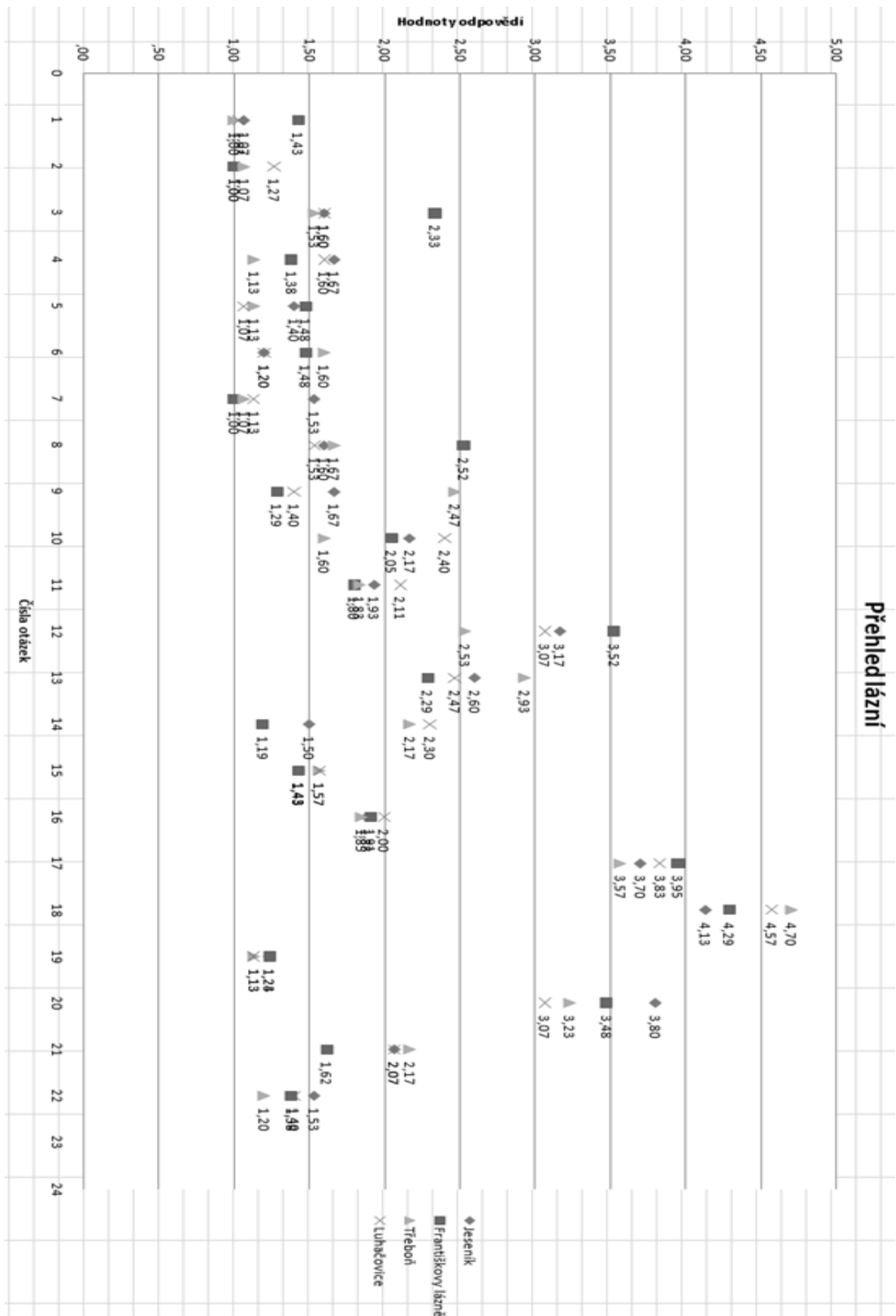
**Třeboňsko.cz.** Historie lázeňství na Třeboňsku. [Online] <http://www.trebonsko.cz/lazne-trebonsko-historie>.

**Ústav zdravotnických zařízení a statistiky České republiky. 2009.** *Lázeňská péče 2009.* [pdf] Praha : autor neznámý, 2009.

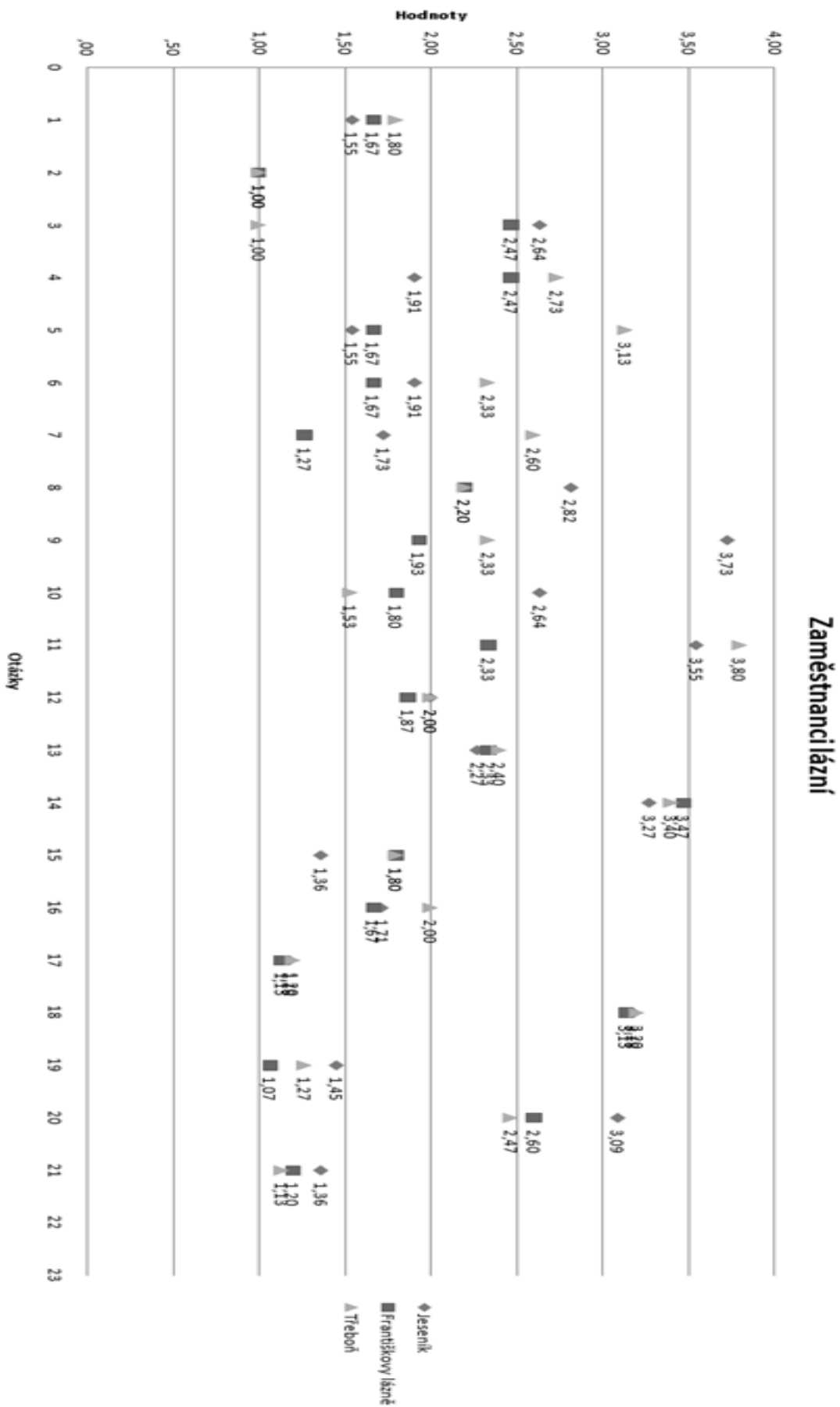
**Veal, Anthony James. 2006.** *Research methods for leisure and tourism: a practical guide.* Harlow : Pearson Education Limited, 2006.

# 11. Přílohy

**Příloha číslo 1: Průměry jednotlivých otázek průzkumu – klienti lázní**



**Příloha číslo 2: Průměry jednotlivých otázek průzkumu – zaměstnanci lázní**





**Příloha číslo 3:** Priessnitzovy léčebné lázně a.s. - Léčebný dům Wolker – L. Němčík 2007



**Příloha číslo 4:** Léčebný dům Wolker – SOKA Jeseník 1928



**Příloha číslo 5:** Sanatorium Priessnitz – L. Němčík 2007



**Příloha číslo 6:** Sanatorium Priessnitz – SOKA Jeseník 1930



**Příloha číslo 7:** Maďarský pomník – L. Němčík 2007



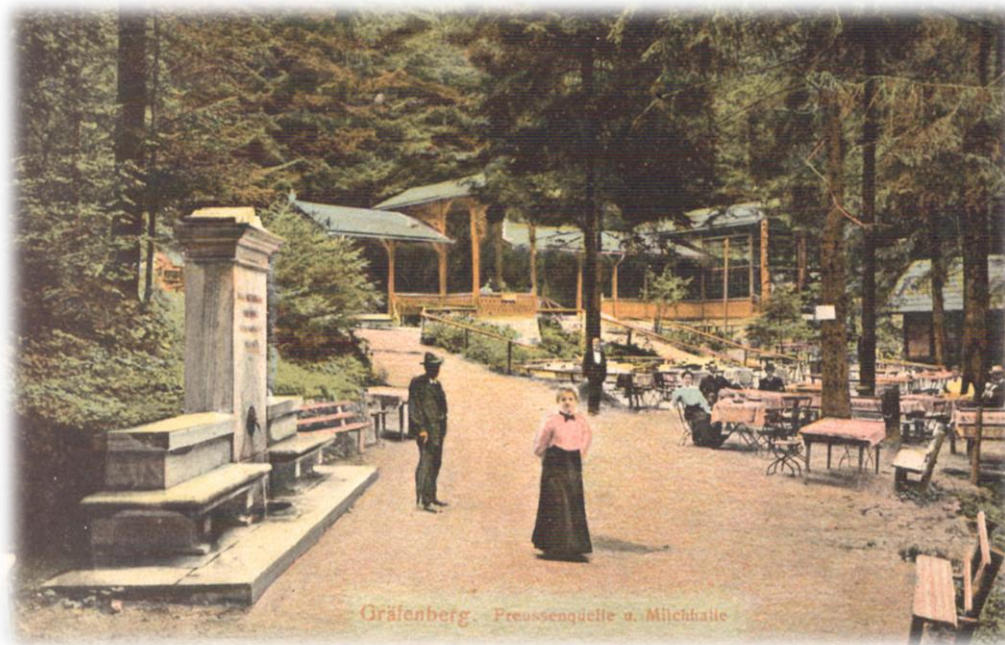
**Příloha číslo 8:** Maďarský pomník – SOKA Jeseník 1900



**Příloha číslo 9:** Pruský pramen – L. Němčík 2007

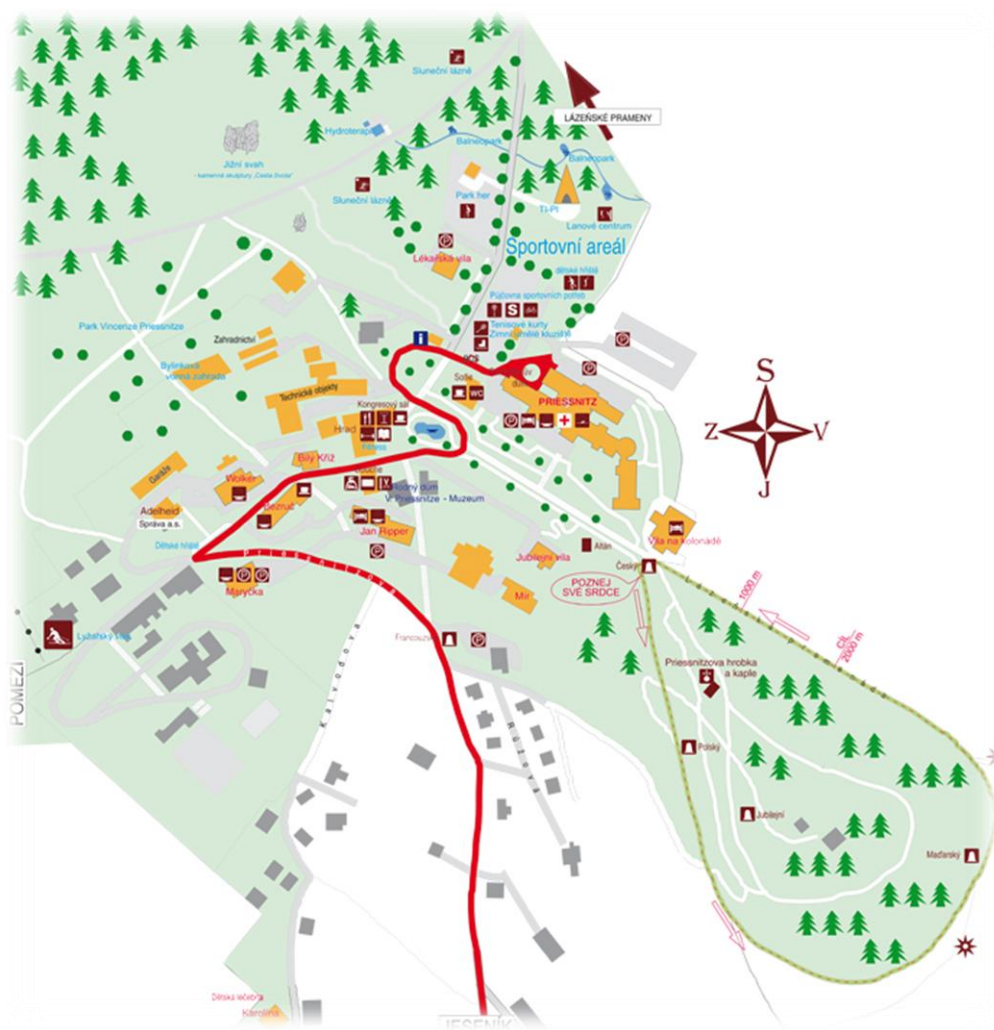


**Příloha číslo 10:** Pruský pramen – SOKA Jeseník 1906



**Příloha číslo 11:** Mapa Priessnitzových lázní – Priessnitzovy léčebné lázně a.s.;

<http://epr.cz/lazne/index.php?id=232>



**Příloha číslo 12:** Lázně Luhačovice – promenáda – L. Němčík 2010



**Příloha číslo 13:** Společenský dům – L. Němčík 2010



**Příloha číslo 14:** Augustiniánský dům – server Luhačovice.cz;  
<http://www.luhacovice.cz/page/1614.historie-a-folklor-luhacovice/>



**Příloha číslo 15:** Promenáda – server Luhačovice.cz;  
<http://www.luhacovice.cz/page/1614.historie-a-folklor-luhacovice/>









**Příloha číslo 18:** Lázně Třeboň – Bertiny lázně – L. Němčík 2010



**Příloha číslo 19:** Bertiny lázně recepce – L. Němčík 2010



**Příloha číslo 20:** Bertiny lázně areál – L. Němčík 2010



**Příloha číslo 21:** Lázně Aurora – penzion U Rychtáře Třeboň; <http://www.penzion-urychtare.cz/index.php?page=3>



**Příloha číslo 22:** Historický pohled z Třeboně – historické fotografie;

<http://www.fotohistorie.cz/image.jpg.ashx?photoID=5048&photoType=0>



**Příloha číslo 23:** Mapa Třeboně – lázně Aurora

<http://www.aurora.cz/en/contact/alias-26>



**Příloha číslo 24:** Františkovy Lázně – Hlavní ulice – L. Němčík 2010



**Příloha číslo 25:** Společenská budova – L. Němčík 2010



**Příloha číslo 26:** Kolonáda – L. Němčík 2010



**Příloha číslo 27:** Léčebné prameny – L. Němčík 2010



**Příloha číslo 28:** Hudební altán – orchestr Františkovy Lázně;

<http://www.kurorchester.cz/fotogalerie.html>

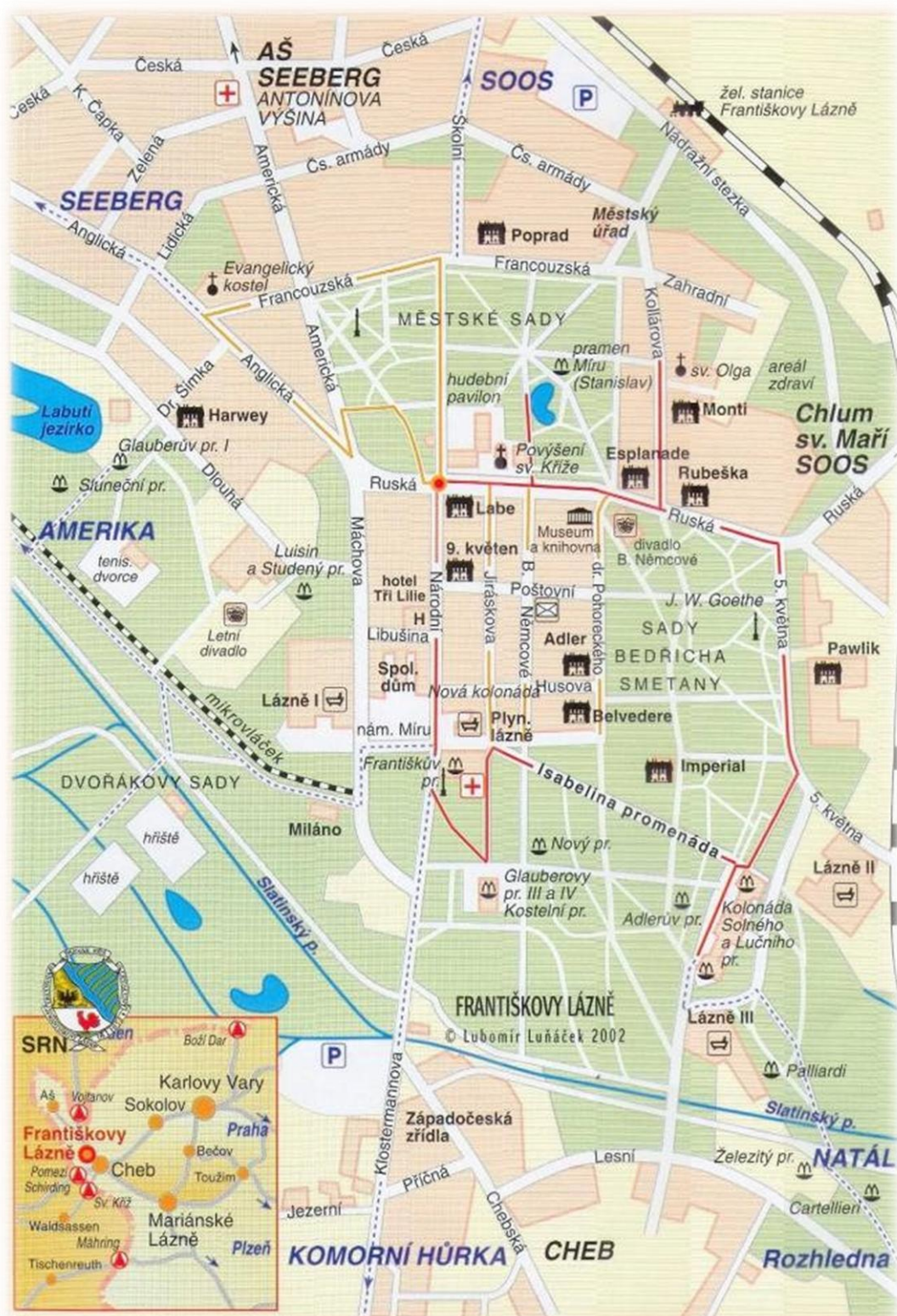


**Příloha číslo 29:** Promenády – lázně Františkovy Lázně a.s.;

<http://www.frantiskovylazne.cz/cs/historie-a-soucasnost/>



**Příloha číslo 30:** Mapa lázní – město Františkovy Lázně; [http://www.frantiskovy-lazne.cz/vismo/dokumenty2.asp?u=3464&id\\_org=3464&id=49454&p1=19204](http://www.frantiskovy-lazne.cz/vismo/dokumenty2.asp?u=3464&id_org=3464&id=49454&p1=19204)





## Průzkum klientů lázní 2010

Škála pro vyplnění: 1 - Souhlasím/ ano / dobré, 5 - Nesouhlasím / Ne / špatné 3 – Středně/ Průměr

**1) Čech nebo cizinec?**

1. Čech
2. Cizinec

**2) Líbí se Vám prostředí, ve kterém jsou lázně umístěny?**

1- Dobré 5 - Špatné

**3) Jste spokojen (a) s ubytováním?**

1- Dobré 5 - Špatné

**4) Jste spokojen (a) s rozsahem poskytovaných služeb?**

1- Dobré 5 - Špatné

**5) Jste spokojen (a) s kvalitou léčebných procedur a služeb?**

1- Dobré 5 - Špatné

**6) Jste spokojen (a) s cenou poskytovaných služeb?**

1- Dobré 5 - Špatné

**7) Jste spokojen (a) s profesionalitou a přístupem personálu?**

1- Dobré 5 - Špatné

**8) Jak jste spokojen (a) s informovaností o volnočasových aktivitách v oblasti?**

1- Dobré 5 - Špatné

**9) Využíváte kulturní a sportovní možnosti?**

1- Dobré 5 – Špatné

**10) Jste v lázních v rámci**

1. komplexní péče
2. příspěvkové péče
3. samoplátce

**V případě odpovědi samoplátce, jste tu v rámci:**

1. zdravotního pobytu
2. relaxace, wellness

**11) Proč jste si vybral (a) ke svému pobytu zdejší lázně?**

1. Vlastní předchozí zkušenost
2. Doporučení známého/příbuzného
3. Kvůli konkrétnímu léčebnému programu
4. Prostředí kde se lázně nalézají
5. Inzerát/reklama/internet
6. Náhodou
7. Jiné

**12) Na kolik dní je Váš**

**pobyt?**

1. 1-3 dny
2. 3-7 dní
3. 7 dní a více

**13) Jste v těchto lázních poprvé? Pokud ne, po kolikáté**

1. Poprvé
2. 2-3x
3. Více jak 3x

**14) Navštívila/I jste i jiné lázně v ČR jako klient?**

1. Ano
2. Ne

**15) Jak hodnotíte tyto lázně v porovnání s jinými, které jste navštívil/la ? A které to byli?**

1. Lepší
2. Horší
3. Stejně

**Název:**

**16) Jaká je vzdálenost Vašeho bydliště?**

1. Do 10 km
2. 10-50 km
3. 50-100 km
4. 100 a více

**17) Jaký je Váš věk?**

1. 18 – 25
2. 25 -35
3. 35-45
4. 45-55
5. 55-65
6. 65 >

**18) Bydlíte ve městě nebo na vesnici?**

1. Město
2. Vesnice

**19) Jaké je Vaše nejvyšší dokončené vzdělání?**

1. základní, nevyučen/a
2. vyučen/a nebo SŠ bez maturity
3. střední s maturitou
4. pomaturitní, VOŠ
5. vysokoškolské

**20) Jaký je Váš zdroj příjmů:**

1. zaměstnanec
2. podnikatel
3. důchodce
4. student
5.  v domácnosti, rodičovská dovolená apod.
6. nezaměstnaný/á

**21) Jste muž nebo žena?**

1. Žena
2. Muž

**Příloha číslo 32:** Dotazník pro průzkum zaměstnanců lázní

## Průzkum zaměstnanců lázní 2010

Škála pro vyplnění: 1 - Souhlasím/ ano / dobré, 5 - Nesouhlasím / Ne / špatné 3 – Středně/ Průměr

**1) Jste spokojen (a) s dopravní dostupností do práce?**

1- Ano 5 - Ne

**2) Líbí se Vám prostředí, ve kterém jsou lázně umístěny?**

1- Ano 5 - Ne

**3) Jste spokojeni s kulturní a sportovní nabídkou oblasti kde bydlíte?**

1- Ano 5 - Ne

**4) Využíváte kulturní a sportovní možnosti?**

1- Ano 5 - Ne

**5) Máte možnosti mimopracovního využití času v areálu lázní?**

1- Ano 5 - Ne

**6) Jste spokojeni se svým zaměstnáním?**

1- Ano 5 - Ne

**7) Jste spokojeni s pracovním prostředím?**

1- Ano 5 - Ne

**8) Podporuje Vás zaměstnavatel v dalším růstu?**

1- Ano 5 - Ne

**9) Jste spokojen (a) s pracovními vztahy?**

1- Ano 5 - Ne

**10) Odborné znalosti zaměstnanců jsou podle Vašeho názoru:**

1- Dobré 5 -

Špatné

**11) Jaké je dle Vašeho názoru platové ohodnocení v porovnání s oblastí kde pracujete?**

1- Dobré 5 - Špatné

**12) Pracoval (a) jste v jiných lázních na území ČR?**

1. Ano

2. Ne

**13) Jak dlouho již pracujete v těchto lázních?**

1. 1-2 roky

2. 2-5 let

3. 5 let a více

**14) Proč jste se rozhodl (a) pracovat ve zdejších lázních?**

1. Platové ohodnocení
2. Blízko bydliště
3. Dobrá pozice, práce v oboru
4. Atmosféra lokality
5. Žádné z předchozích

**15) Navštívila/I jste i jiné lázně v ČR jako klient?**

1. Ano
2. Ne

**16) Jak hodnotíte tyto lázně v porovnání s jinými, které jste navštívil/la ? A které to byly?**

1. Lepší
2. Horší
3. Stejně

**Název:**

**17) Jaká je Vaše dojezdová vzdálenost**

1. Do 10 km
2. 10-50 km
3. 50-100 km
4. 100 a více

**18) Jaký je Váš věk?**

1. 18 – 25
2. 25 -35
3. 35-45
4. 45-55
5. 55-65
6. 65 >

**19) Bydlíte ve městě nebo na vesnici?**

1. Město
2. Vesnice

**20) Jaké je Vaše nejvyšší dokončené vzdělání?**

1. základní, nevyučen/a
2. vyučen/a nebo SŠ bez maturity
3. střední s maturitou
4. pomaturitní, VOŠ
5. vysokoškolské

**21) Muž nebo žena?**

1. Žena
2. Muž