

ZÁPADOČESKÁ UNIVERZITA V PLZNI
FAKULTA EKONOMICKÁ

Bakalářská práce

Analýza odvětví lázeňství a jeho vliv na západočeský region
Analysis of the spa industry and its impact on west-bohemia
region

Autor: Ondřej Šimeček

Cheb, 2014

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma **Analýza odvětví lázeňství a jeho vliv na západočeský region** vypracoval samostatně, pod odborným dohledem vedoucího bakalářské práce, za použití pramenů, uvedených v bibliografii.

V Chebu, dne

Podpis autora

Anotace

Práce seznamuje čtenáře s postavením lázeňství v České Republice, jeho rozvojem a přínosem pro vybraný region. První část je věnována historii a důležitosti lázeňství ve Františkových Lázních a současnému stavu návštěvnosti Františkových Lázní v době ekonomické krize, dále pak popisu a charakteristice společnosti Lázně Františkovy Lázně a.s. Ve druhé části je proveden sběr informací formou anketních lístků a dotazníků a jeho následné vyhodnocení.

Annotation

My bachelor thesis introduces readers to position of balneology in Czech Republic, its evolution and its benefits for a chosen region. The first part is devoted to history and importance of balneology in Františkovy Lázně and currency status of visit related to economical crises, then the description and characteristics of the company Lázně Františkovy Lázně a.s. In the second part there is a collection of informatics in the form of questionnaire tickets and questionnaire and its evaluation.

Poděkování

Na tomto místě bych rád poděkoval mé vedoucí práce, paní Ing. Kateřině Mičudové, za odborné vedení, za pomoc a trpělivost. Dále bych poděkoval panu MUDr. Robertovi Michaličovi, řediteli léčebné péče za přínosné informace k vypracování této práce. Také děkuji mé matce paní Evě Šimečkové, referentce personálního oddělení, za konzultace a za poskytnutí interních informací o společnosti Lázně Františkovy Lázně a.s. Dále bych chtěl poděkovat pracovním obchodního oddělení, které mi byly nápomocny a poskytly mi podklady pro mou práci. V neposlední řadě bych poděkoval všem respondentům, kteří mi byli ochotni věnovat svůj čas a poskytnout mi potřebné údaje.

Rád bych tímto poděkoval své rodině a přátelům, kteří mi byli po celou dobu práce, velkou oporou.

Obsah

Čestné prohlášení	2
Anotace	3
Poděkování.....	4
Obsah	5
Úvod a cíl bakalářské práce	7
1. Vlastní práce - teoretická část	8
1.1.1. Definice lázeňství.....	8
1.1.2. Lázeňství v ČR.....	8
1.1.3. Postavení českého lázeňství v Evropě.....	11
1.1.4. Přírodní léčivé zdroje	11
1.1.5. Léčebné procedury	12
1.1.6. Funkce lázeňství:.....	12
1.2. Lázeňství ve Františkových Lázních.....	13
1.2.1. Město Františkovy Lázně	13
1.2.1.1. Historie.....	13
1.2.1.2. Město.....	14
1.2.2. Charakteristika společnosti Lázně Františkovy Lázně a.s.....	14
1.2.2.1. Organizační struktura společnosti	16
1.2.2.2. Zajímavosti, které činí a.s. Lázně Františkovy Lázně výjimečnou	17
1.2.3. A jak se vlastně do lázní dostaneme?	18
1.2.4. Proč si zvolit právě Františkovy Lázně?	19
1.2.5. Propagace společnosti	20
1.2.6. Vliv společnosti Lázně Františkovy Lázně a.s. na zaměstnanost v regionu	21
1.2.6.1. Přínos společnosti městu a celému západočeskému regionu	22
2. Praktická část	24
2.1. Vyhodnocení anketních lístků společnosti Lázně Františkovy Lázně a.s. ve sledovaném období leden - prosinec 2011	24
2.1.1. Vyhodnocení návratnosti anketních lístků	24
2.1.2. Vyhodnocení jednotlivých otázek z anketních lístků.....	26
2.2. Dotazníkové šetření.....	30
2.2.1. Charakteristika respondentů.....	30
2.2.2. Vyhodnocení dotazníkového šetření	31

2.3.	Dotazníkové šetření – obyvatelé města.....	36
2.3.1.	Charakteristika respondentů.....	36
2.3.2.	Hodnocení spokojenosti obyvatel	40
2.4.	SWOT analýza lázeňství a cestovního ruchu ve Františkových Lázních a v celém západočeském regionu.....	42
2.5.	Budoucí vývoj společnosti	45
3.	Závěr	46
4.	Seznam tabulek:	48
5.	Seznam grafů:	49
6.	Seznam použité literatury:.....	50
7.	Přílohy.....	52
7.1.	Seznam příloh:	53
	Příloha A: Seznam lázeňských míst v České republice	
	Příloha B: Seznam indikačních léčebných skupin	
	Příloha C: Vzor anketního lístku společnosti Lázně Františkovy Lázně a.s.	
	Příloha D: Dotazníky	
	Příloha E: Organizační struktura společnosti Lázně Františkovy Lázně a.s.	

Úvod a cíl bakalářské práce

Tématem mé bakalářské práce je vliv odvětví lázeňství na západočeský region. Práce se zaměřuje především na Františkovy Lázně a společností Lázně Františkovy Lázně a.s. Toto téma jsem si vybral vzhledem k mým pracovním zkušenostem v této firmě a mému zájmu o tento obor.

Františkovy Lázně jsou prvními slatinnými lázněmi na světě. Františkovy Lázně se nacházejí v regionu bohatém na lázeňské služby, jsou součástí tzv. „lázeňského trojúhelníku“, spolu s Mariánskými Lázněmi a Karlovými Vary. V daném regionu nalezneme i další lázně, jako jsou Lázně Kynžvart, či Konstantinovy Lázně. Lázeňství má v tomto kraji bohatou tradici a přispívá k rozvoji regionu. Františkovy Lázně jsou pak především známé pro své vynikající výsledky v oblasti léčby gynekologických onemocnění a ženské neplodnosti, která tu má více jak stoletou tradici. K léčbě je využíváno místních přírodních léčivých zdrojů, které mají na tento druh onemocnění blahodárný účinek.

První teoretická část mé práce popisuje lázeňství v České republice jako celek, dále se zabývá již lázeňstvím přímo ve Františkových Lázních, a se službami spjatými s tímto odvětvím. V druhé, praktické, části jsou vyhodnoceny anketní listky společnosti Františkovy Lázně a.s. a mnou vytvořené dotazníky pro klienty společnosti, a pro obyvatele města Františkovy Lázně.

Hlavním cílem bakalářské práce je zhodnotit postavení společnosti Lázně Františkovy Lázně a.s. V rámci práce bude analyzován vývoj návštěvnosti a zájmu o služby, bude zhodnocena spokojenost hostů a budou zjišťovány i názory od obyvatel města Františkovy Lázně. Především, zda jsou spokojeni s životem v lázeňském městě, přináší – li jim život v lázeňském městě nějaké výhody, popřípadě nevýhody.

1. Vlastní práce - teoretická část

1.1.1. Definice lázeňství

Existuje mnoho definic lázeňství a všechny v podstatě znamenají totéž. „*Lázeňství je obor zabývající se léčením a obnovou fyzických a psychických sil, a to s využitím přírodních zdrojů- plynů, minerálních vod a peloidů (rašelina, která se využívá při zábalech)*“ (Attl,2003). Efektivita léčby závisí na délce pobytu, přičemž minimální efektivní délka pobytu jsou tři týdny, tedy 21 dní. Tato doba spolu s harmonickým prostředím a příznivým klimatem a odpovídající léčbou má pozitivní vliv na zdravotní stav pacientů.

Existuje Mezinárodní organizace lázní (International Spa Organization tzv. ISPA), která tvrdí, že dnešní lázně vycházejí z tradičních léčebných lázní, které jsou založeny na minerálních a termálních pramenech. Zároveň se však v lázeňství setkáváme s moderními trendy, které se zaměřují na zdravý životní styl a nabízí pacientům doplnění energie, relaxaci, fitness, snížení nadváhy, zdravou výživu, tělesné cvičení či pouhý odpočinek. V poslední době je velmi moderní tzv. wellness. Ten lze definovat jako „*aktivity vedoucí k pocitu uspokojení, které si jedinec vytváří souborem příjemných impulsů*“. (Attl,P.2003). Mezi tyto impulsy pak patří například hudba, regenerace, pohyb a relaxace.

1.1.2. Lázeňství v ČR

Lázeňství má v České republice dlouholetou a slavnou historii, která je spojena s řadou významných osobností, jakými byli například J. W. Goethe, Ludwig van Beethoven, Božena Němcová, s našimi bývalými prezidenty T. G. Masarykem či Václavem Havlem a dalšími významnými osobnostmi z kulturního, společenského a politického života. Ti všichni a mnozí další využívali a využívají lázeňských služeb v českých lázeňských městech a opakovaně se do nich vraceli či vracejí. Lázeňství je považováno za nedílnou součást zdravotního systému. Koncem 19. století byly české lázně dokonce nazývány „salony Evropy“. Dodnes patří Česká republika mezi světové velmoci v poskytování lázeňské péče, a to díky vysoké koncentraci míst s přírodními zdroji a díky kvalitním lázeňským zařízením. Když mluvím o kvalitě, musím zmínit i vysoce kvalifikovaný zdravotní personál - lékaře, zdravotní sestry, fyzioterapeuty, maséry a sanitáře, díky

kterým české lázně dosahují velmi dobrých výsledků v oblasti léčby pacientů. O tom svědčí i certifikát EUROPESPA med© - *prestižní ocenění kvality Evropského svazu lázní v Bruselu, které je udělováno vybraným evropským lázním po náročném kontrole a auditu jejich provozu*, kterých má právě Česká republika nejvíce na světě.

V České republice se nachází stovky přírodních léčivých pramenů a nalezišť peloidů (bahno, rašelina, slatina) a díky tomu je v současnosti v České republice více než 44 měst a míst s léčivými přírodními zdroji. Například: Karlovy Vary, Františkovy Lázně, Mariánské Lázně, Luhačovice, Jánské lázně, Jáchymov, Poděbrady či Teplice. V minulosti se jich však nacházelo na území České republiky více než 250. Lázeňská města jsou stále velmi vyhledávanými a navštěvovanými lokalitami. Jelikož je lázeňství hlavně o zdravotní péči, je jeho hlavním řídicím orgánem Ministerstvo zdravotnictví ČR.

Poskytování lázeňské péče je velice důležité a významné odvětví, které je součástí terciální ekonomické sféry. Ovlivňuje zaměstnanost v regionech, podílí se na vytváření nových pracovních míst a přílivu zahraničních hostů, což pozitivně ovlivňuje cestovní ruch v daných regionech. Počet klientů v posledních letech mírně klesal v důsledku celosvětové ekonomické krize a změnou v české legislativě, kdy došlo k úbytku klientů, kterým byl dříve pobyt hrazen plně zdravotními pojišťovkami. V současné době však přibývá tzv. samoplátců, kteří si pobyt hradí sami. Lázeňské společnosti se snaží udržet a posílit zájem zahraniční klientely.

Lázeňství má pro společnost mnoho společenských, makroekonomických a regionálních přínosů.

Makroekonomické přínosy:

- Tvorba HDP
- Daňové odvody do státního rozpočtu
- Podíl na tvorbě nových pracovních míst
- Devizové příjmy
- V neposlední řadě je to **multiplikační hospodářský efekt**, který říká, že pokud se rozvíjejí aktivity v oblasti lázeňství, vyvolávají rozvoj i dalších navazujících aktivit jako jsou stravovací služby, kulturně-společenské služby, služby týkající se sportovního využití, poštovní služby, směnárenské služby a spoustu dalších.

Cestovní ruch a lázeňství patří mezi důležitá odvětví české ekonomiky. Cestovní ruch a navazující odvětví se v současnosti podílejí na tvorbě HDP 3 - 4% a na celkové zaměstnanosti 4 – 5%. (údaje za rok 2011). (Eurostat, 2012).

Společenské přínosy:

- Snížení počtu nemocných pacientů
- Snížení spotřeby léků
- Úspora na dávkách nemocenského pojištění pacientů

Toto všechno však platí pouze při úspěšné léčbě pacienta. Proto se všechna lázeňská zařízení a společnosti snaží o co nejširší a komplexní léčbu klientů s různými nemocemi a zdravotními omezeními. Obecně se dá říci, že lázeňská péče má blahodárny efekt téměř na všechna onemocnění, zejména na jejich prevenci. Zlepšení zdravotního stavu pacienta se projevuje nejen během lázeňského pobytu, ale dlouhodobě i po něm. I to je důvod, proč pacienti podstupují lázeňskou léčbu opakovaně, či dokonce pravidelně.

Regionální přínosy:

- Zvýšení návštěvnosti daného místa
- Vytváření nových pracovních míst
- Odvod lázeňských poplatků do místních rozpočtů
- Zvýšení kvality infrastruktury města
- Větší nabídka služeb díky multiplikačnímu efektu
- Zvýšení příjmů části obyvatel v regionu (zaměstnanost ve službách, jako jsou restaurace, obchody, sportoviště a další kulturně- společenská zařízení)

1.1.3. Postavení českého lázeňství v Evropě

Lázeňství v ČR patří k nejvýznamnějším v Evropě kvůli své dlouhé tradici a kvalitě poskytovaných léčebných služeb. Lázeňská města v ČR mají čisté a krásné přírodní prostředí vhodné pro oddech, relaxaci, turistiku či jen procházky, což jsou další důvody, proč jsou lázně v ČR tak oblíbené.

V Evropě však není Česká Republika jedinou zemí s rozvinutým lázeňstvím. Přírodních léčivých zdrojů využívají také v Polsku, na Slovensku, v Maďarsku, ale například i v Rakousku. Tyto země můžeme nazvat tzv. „konkurenty“ v poskytování lázeňské péče pro Českou Republiku. Je ale velice složité srovnávat lázeňství v těchto zemích s naším pojetím lázeňství, protože v každé zemi vycházejí z jiných tradic a mají odlišné legislativní podmínky. Mezi silné konkurenty českého lázeňství patří Maďarsko, které má stejně jako Česká Republika dlouholetou tradici v poskytování lázeňské péče. Avšak maďarské lázně vycházejí z tradic tureckých a římských lázní. V Maďarsku byl počátkem 70. let 20. století uskutečněn projekt nazvaný „Thermal project“. Tento projekt byl díky OSN (Organizace spojených národů) zrealizován a Maďarsku tím zajistil ohromný přísun finančních prostředků, který vedl k velkému rozvoji lázeňství, vystavěli se nová lázeňská zařízení, termální bazény a další. Nejvíce obdobný systém má české a slovenské lázeňství. (Kajlík, 2002)

1.1.4. Přírodní léčivé zdroje

Nejdůležitější přírodní léčivý zdroj využívaný v oblasti lázeňství je přírodní minerální voda. Ta se využívá k pitné kúře, irigaci (výplach), inhalaci, koupeli či podvodním masážím. Dalším využívaným přírodním léčivým zdrojem jsou peloidy. To jsou směsi anorganických a organických látek, jako je rašelina, slatina či bahno. Ty se využívají převážně k zábalům, koupelím či obkladům. Dále se využívají plyny, které dokáží podkožní aplikací uvolnit bolesti či napomáhají léčbě funkčních poruch.

1.1.5. Léčebné procedury

V lázeňské péči, též nazývané balneoterapie, je na výběr ze široké škály nabízených léčebných procedur. Tyto procedury můžeme rozdělit do následujících dvou skupin:

1. Unikátní procedury využívající místní přírodní léčivý zdroj- zábaly, koupele, pitné kúry
2. Doplnkové procedury- elektroléčba, masáže, vodoléčba, magnetoterapie

Všechny tyto procedury doporučuje pacientům lázeňský lékař, v závislosti na jejich zdravotním stavu.

1.1.6. Funkce lázeňství:

Dle organizace ISPA je nadefinováno tzv. 6R, což jsou základní vyžadované potřeby pacientů. Uspokojení těchto jednotlivých potřeb je základním principem, jak dosáhnout efektivní léčby pacienta.

6R:

1. Léčba (**remedy**)
2. Rehabilitace (**rehabilitaion**) – odstranění následků úrazu
3. Obnova (**revitalize**) – procesy pro obnovu duševních a fyzických sil
4. Odpočinek (**relax**)
5. Uvolnění (**reflex**) – odpoutání se od běžného života
6. Potěšení (**rejoice**)- mít radost ze života

1.2. Lázeňství ve Františkových Lázních

1.2.1. Město Františkovy Lázně

1.2.1.1. Historie

Počátek města nastal v roce 1793 rozhodnutím Císaře Františka o založení vsi. Františkovy Lázně získaly rychle věhlas po celém světě jako místo uprostřed parků a lesů se zázračnými léčebnými účinky přírodních zdrojů. Dnešní Františkův pramen přinášel úlevu nemocným z okolí nejméně od 15. století, jak dosvědčuje nejstarší dochovaná písemnost. V té době se pramenu říkalo Chebská voda nebo též Slatinná kyselka. Další zmínka o léčebných účincích zdejších minerálních zdrojů je z roku 1617, kdy si ji nechala dovážet až do Prahy sama císařovna Anna.

Se založením města je spjato jméno lékaře Bernarda Adlera. Ten si uvědomoval sílu přírodních léčivých účinků pramene a proto jej nechal vyčistit. Kvůli jeho ochraně nad ním nechal vybudovat dřevěný pavilon, odkud se voda vyváděla rourami do jímky. Chebské ženy, které ale minerální vodu také využívaly, chápaly tento úkon jako odebrání práva čerpat pramen přímo od pramene a 18. srpna 1791 pavilon zbouraly. Tento čin donutil jít doktora Adlera až za císařem Leopoldem II. do Prahy se žádostí o založení lázní. Ten mu v tom vyhověl. První plán města navrhnul abbé Tobiáš Gruber, lékař z Bíliny. Císař František I. jej dekretem z 27. 04. 1793 schválil a Ves císaře Františka, později od roku 1807 již Lázně Císaře Františka. To odstartovalo stavební činnost, výsledkem které vznikl architektonicky jedinečný skvost složený ze zajímavých budov obklopený zelení. Byl postaven první lázeňský hotel Loimann-badenhaus (dnes Tři Lilie), zastřešení Františkova pramene, Společenský dům a další domy podél budoucí Národní třídy. V roce 1820 vysvěcen kostel Povýšení sv. Kříže, který se stal jednou z dominant města. Františkovy Lázně hostily celou řadu významných osobností- J.W.Goethe, Boženu Němcovou, Vítězslava Nezvala, Franze Kafku, Václava Havla, Václava Klause.

(Zdroj: www.frantiskovylazne.cz), (Maleček, 2002)

1.2.1.2. Město

Františkovy Lázně jsou nejmenším městem lázeňského trojúhelníku, který je tvořen spolu s Mariánskými Lázněmi a největším městem Karlovy Vary. Františkovy Lázně se nacházejí přibližně 6 kilometrů severně od Chebu, mají přibližně 5 500 obyvatel. Ve městě se uchovala atmosféra počátku 20. století, která je odrazem neoklasicismu. Výjimečně čisté ovzduší a okolí plné parků vhodných na procházky, to vše tvoří Františkovy Lázně městem, jež je považováno za jedno z nejromantičtějších míst České Republiky. Mezi nejkrásnější architektonické památky patří empírová kolonáda Lučního a Solného pramene, Společenský dům, novorenesanční Císařské Lázně, dvorana Glauberových pramenů, Slatinné Lázně a kruhový pavilon nad Františkovým pramenem. Střed města je pro svou slohovou čistotu uznán jako chráněná památková rezervace. Nejznámějším symbolem města je však bronzová soška malého nahého Františka držícího rybu. K této sošce se váže legenda, která praví, když žena sáhne malému Františkovi na palec u levé nohy, do roka otěhotní.

1.2.2. Charakteristika společnosti Lázně Františkovy Lázně a.s.

Společnost vznikla v roce 1992 tak, že nahradila Státní léčebné lázně Františkovy Lázně, s rozhodnutím jejího zakladatele. Generálním ředitelem je Ing. Josef Ciglanský.

Společnost Lázně Františkovy Lázně a.s. je největší lázeňskou společností v České republice. Zabývá se poskytováním komplexních lázeňských služeb s využitím místních přírodních léčivých zdrojů a řadou doplňkových služeb. Nabízí kapacitu přes 2000 lůžek, ve svých 14 lázeňských hotelech a dalších lázeňských zařízeních. Společnost nabízí ubytování klientů ve čtyřech 4 **** hotelech (Imperial, Pawlik, Tři Lilie, Savoy), čtyřech 3 *** hotelech (Belvedere, Metropol, Goethe, Dr.Adler) a šesti 2 ** hotelech (Royal, Luisa, Radbuza, Máj, Otava a Jesenius). Díky tomu dokáže uspokojit širokou klientelu s odlišnými nároky na léčebný pobyt v lázních.

Základní kapitál společnosti zapsaný v Obchodním rejstříku je 400 milionů korun.

V roce 2004 se stala majoritním akcionářem společnost První Lázeňská a.s. Františkovy Lázně. Během následných dvou let přešlo na společnost jmění několika firem,

BALNEO TRAVEL a.s., HOGAST s.r.o. a BALNEO Františkovy Lázně s.r.o. V roce 2011 se též sloučila se společností EQUIL REAL a.s., která tímto sloučením v tomto roce zanikla.

Mezi hlavní předměty podnikání patří:

- zajišťováním komplexní ústavní i ambulantní lázeňské léčebné péče s využitím především místních přírodních léčivých zdrojů v součinnosti s Inspektorátem lázní
- ubytovací služby
- hostinská činnost
- zajišťování lázeňské péče pro pacienty ve stanovených indikacích, podle příslušných předpisů v rozsahu vymezeném
- provozování cestovní agentury
- průvodcovská činnost v oblasti cestovního ruchu
- pořádání kulturních akcí a zábavy
- provozování tělovýchovných zařízení a zařízení sloužících k regeneraci
- pedikúra, kosmetika
- směnárenská činnost
- realitní činnost
- provozování solárií
- správa a údržba nemovitostí

Společnost se v roce 2010 získala ocenění „Lázeňská společnost České republiky roku 2009“. Společnost je také držitelem certifikátu ISO 9001 QMS. ISO je mezinárodní organizace pro normalizaci (standardizace). Je to zkratka anglických slov International Organization for Standardization.

Jedná se o soubor evropských norem, které stanovila Evropská unie. Tyto normy definují zásadní požadavky na kvalitu poskytovaných služeb. Normy ISO jsou rozděleny do několika částí, které se týkají řízení systému kvality, řízení systému bezpečnosti a ochrany zdraví při práci a jiné. Další z norem definuje požadavky na vykonávání činnosti vzhledem k životnímu prostředí. Plnění této normy umožnilo společnosti získat další certifikát ISO 14001 EMS (Environment management system). Získání těchto certifikátů je symbolem kvality, který zaručuje, že po dobu platnosti certifikátů, společnost Lázně Františkovy Lázně a.s. zaručuje poskytování služeb

odpovídající evropských normám o kvalitě. Tyto certifikáty udělují specializované společnosti na základě certifikačního auditu.

Velmi důležité je, že tento certifikát uznávají i zahraniční zdravotní pojišťovny a na základě něho vysílají své pojištěnce do těchto lázní.

1.2.2.1. Organizační struktura společnosti

Společnost Františkovy Lázně a.s. je největší lázeňskou společností v České republice, zároveň je to jedna z největších soukromých firem v regionu. Má přibližně 700 zaměstnanců a ročně přivítá kolem 35 000 hostů.

Předsedkyní představenstva společnosti je Ing. Helena Podhrázká. Předsedou dozorčí rady je Petr Vančura. Generálním ředitelem akciové společnosti je Ing. Josef Ciglanský. Provozním ředitelem je Bc. Milan Průcha, obchodní ředitelkou je Ing. Helena Podhrázká, ředitelem pro léčebnou péči je MUDr. Robert Michalič, technickým ředitelem je Ing. Stanislav Matějčík, ředitelem správy přírodních a léčivých zdrojů je Ing. Marian Mackovič a ekonomickým ředitelem je Ing. Josef Mišovský.

- Úsek ekonomický: Je řízen ekonomickým ředitelem. Zodpovídá za oddělení finančního plánování a kalkulací, dále pak za oddělení ekonomických informací a kontroly.
- Úsek provozní: Je řízen provozním ředitelem. Zodpovídá za oddělení provozních služeb, oddělení nákupu, dále pak oddělení nájemních vztahů.
- Úsek personální: Je řízen generálním ředitelem. Pod tento úsek spadá personální oddělení a mzdové oddělení.
- Úsek obchodní: Je řízen obchodní ředitelkou. Má na starosti oddělení zahraničního obchodu, oddělení marketingu a propagace, dále pak oddělení vnitřního obchodu, call centrum.
- Úsek pro léčebnou péči: Je řízen ředitelem pro léčebnou péči. Spadá sem oddělení léčebných středisek a zdravotních služeb a ochrana veřejného zdraví.
- Úsek technický: Je řízen technickým ředitelem. Patří sem oddělení správy nemovitosti, balneotechnické oddělení a strojní oddělení.
- Úsek léčivých a přírodních zdrojů: Je řízen ředitelem správy léčivých a přírodních zdrojů. Má na starosti kvalitu pramenů, těžbu rašeliny.

1.2.2.2. Zajímavosti, které činí a.s. Lázně Františkovy Lázně výjimečnou

Aquaforum-svět vody a relaxace

Společnost Lázně Františkovy Lázně postavila a v roce 2005 zprovoznila Aquaforum - svět vody a relaxace, jedná se o největší a nejmodernější aquapark českých lázní. Areál je plný vodních atrakcí jako jsou whirlpool, relaxační bazén, přelivová váza, brouzdaliště pro děti, pětadvacetimetrový plavecký bazén, tobogán, venkovní bazény, venkovní whirlpool a další. V budově Aquafora v prvním patře nalezneme nejmoderněji vybavené Fitforum v západočeském regionu, kde si můžeme zacvičit v posilovně nebo v tělocvičně, pod dohledem odborně vyškolených pracovníků. Fitforum nabízí také wellness procedury jako jsou finská sauna, masáže, vertikální solárium či relaxační sprchy. Spolu s otevřením tohoto areálu se zvýšila celková návštěvnost celého regionu.

(Zdroj: propagační leták AQUAFORUM)

Aquaforum- Club Lázně Františkovy Lázně a.s.

Společnost Lázně Františkovy Lázně provozuje od června 2011 Aquaforum-Club, který vznikl s předem jasným cílem, a to nadstandardní poskytování individuální péče o hosty společnosti Lázně Františkovy Lázně a.s. na maximální možné úrovni. Touto formou jim nabízí exkluzivní výhody nejen v této společnosti, ale i u mnoha partnerů tohoto projektu. Jedná se o věrnostní program výhod, kdy každou koupí zboží či služeb u společnosti Lázně Františkovy Lázně a.s. nebo jejich partnerů je pacient odměňován cenovým zvýhodněním a získáním věrnostních bodů (1 bod za každých takto utracených 25 Kč). Zájem o členství narůstá, po roce působnosti má více než 8000 členů.

Výhody pro členy klubu:

- Osobní přístup, individuální péče
- Bohatý klubový program
- Slevy u partnerů
- Slevy v kavárnách a restauracích společnosti Lázně Františkovy Lázně a.s.
- Přístup do klubových prostor
- Pro prémiové a zlaté členy jsou tu navíc jedinečné výhody a slevy na lázeňské pobyty či na parkovné v délce pobytu

3 formy členství v Aquaforum - Clubu:

- Standardní členství
- Prémiové členství - pravidelné využívání lázeňských služeb a získání 5000 věrnostních bodů
- Zlaté členství - časté využívání lázeňských služeb a získáním minimálně 10 000 věrnostních bodů

(Zdroj: www.frantiskovylazne.cz)

1.2.3. A jak se vlastně do lázní dostaneme?

Pokud jsme se rozhodli jet do lázní, měli bychom nejdříve navštívit svého ošetřujícího lékaře. Ten zhodnotí náš zdravotní stav a po dohodě s námi vystaví návrh na lázeňskou léčbu, který následně posuzuje a schvaluje revizní lékař, kterého najímá zdravotní pojišťovna. Ten posoudí, dle lázeňských indikačních skupin, zda je návrh na lázeňskou léčbu oprávněný a zdali náš zdravotní stav je vhodný pro tuto formu léčby. Zároveň stanoví, jaký druh lázeňské péče podstoupíme, zda léčbu komplexní nebo příspěvkovou, navrhne nám vhodné lázeňské zařízení. Tento návrh pak odešle do daného lázeňského zařízení. Od data vystavení tohoto návrhu je lázeňská společnost povinna předat návrh do 5 pracovních dnů dané smluvní pojišťovně. Pojišťovna návrh do 5 pracovních dnů odešle zpět do lázeňského zařízení, kde bude léčba probíhat. Zde doplní potřebné údaje do 3 pracovních dnů od data doručení návrhu. Předvolání k nástupu odešle lázeňské zařízení nejpozději tak, aby bylo doručeno klientovi nejpozději 5 dní před nástupem.

1.2.4. Proč si zvolit právě Františkovy Lázně?

- Vysoce účinná tradiční i moderní lázeňská léčba
- Jedinečné přírodní zdroje
- Zkušené lékaři a odborný léčebný personál
- Krásná příroda, čistý vzduch a rovinný terén
- Přebásněná architektura a neopakovatelná lázeňská atmosféra
- Komfortní ubytování a stravování
- Bohatý a společenský kulturní program včetně sportovního vyžití
- Dobré dopravní spojení
- Kvalitní služby za příznivé ceny
- Aquaforum a Aquaforum Club

Františkovy Lázně mají dlouhodobě velmi dobré výsledky v lázeňské léčbě, a to především indikační skupině takzvaných civilizačních chorob vyvolaných nedostatkem pohybu, stresovou zátěží a mnoha dalšími rizikovými faktory. Ty pak vyvolávají onemocnění srdce, nemoci pohybového aparátu či nemoci krevního oběhu. Další velmi významnou indikační skupinou, která má ve Františkových Lázních dlouholetou tradici, je léčba ženských onemocnění. (indikační seznam Viz příloha B) K léčbě těchto nemocí se využívá unikátních přírodních léčivých zdrojů, které jsou důvodem celé existence Františkových Lázní. Takovými zdroji jsou sirnoželezitá slatina, přírodní minerální vody, přírodní zřídelní plyn a bioklimatický léčivý komplex. Ve Františkových Lázních se využívá 22 přírodních léčivých pramenů, které vyvěrají při teplotě 9°C do 11°C. Využívají se k pitným kúram, inhalaci či koupelím. Tyto prameny jsou všechny přístupné veřejnosti a každý se od sebe liší množstvím minerálních látek, teplotou ale i účinkem. Pití těchto pramenů, je důležitou součástí léčby, kterou každý pacient musí dle návrhu lékaře dodržovat.

Sirnoželezitá slatina s vysokým počtem rozpustných minerálních látek a vyšším obsahem pyritu se využívá pak hlavně k zábalům a koupelím a na slatinné tampóny.

Přírodně zřídelní plyn se separuje přímo z františkolázeňských minerálních vod, ve Františkových Lázních vyvěrá i suchý CO₂. Tyto plyny se využívají k plynovým koupelím, a injekcím.

(Zdroj: Ceník pro rok 2013/2014 vydávaný společností Lázně Františkovy Lázně a.s.)

Ve Františkových Lázních se léčí:

- Nemoci srdce a oběhového ústrojí
- Nemoci trávicího ústrojí
- Nemoci nervové
- Nemoci gynekologické
- Nemoci onkologické
- Nemoci z poruchy výměny látkové a žláz s vnitřní sekrecí
- Nemoci kožní

(Zdroj: Maleček,2000)

1.2.5. Propagace společnosti

Propagace, čili reklama, je důležitá pro každou firmu. Společnost Lázně Františkovy Lázně a.s. k tomu využívá různé formy propagace. Jednou z významných je **vnitřní lázeňský televizní okruh**, který hosta informuje přímo v pohodlí jeho pokoje. Tento televizní okruh běží v každém TV přijímači nepřetržitě 24 hodin denně v českém a německém jazyce. Informuje klienty o historii i současnosti města, o společnosti, o procedurách a kulturním a společenském dění .

Další velmi důležitou formou propagace je propagace na internetu. Společnost má své webové stránky www.frantiskovylazne.cz, na kterých každý zájemce o pobyt v těchto lázních, každý turista či lázeňský host najde všechny potřebné informace, včetně všech důležitých kontaktů, kde se mu dostane veškerých informací.

Firma se prezentuje na důležitých lázeňských výstavách a veletrzích cestovního ruchu, lékařských kongresech, kde význam lázeňství stoupá.

Společnost vydává také měsíčník **Františkolázeňské listy**, který vychází již 20 let, a to zcela zdarma v českém a německém jazyce. Tento měsíčník informuje o celkovém dění ve firmě i ve městě. Redakce zapojuje klienty, ale i místní obyvatele do různých soutěží. Oblíbené jsou například tematické fotografické soutěže.

(Zdroj: Rozhovor s pracovníci obchodního oddělení)

1.2.6. Vliv společnosti Lázně Františkovy Lázně a.s. na zaměstnanost v regionu

Společnost Lázně Františkovy Lázně a.s. je největším zaměstnavatelem na Chebsku, zároveň je společností, která patří k největším zaměstnavatelům celého Karlovarského kraje. Počet zaměstnanců se pohybuje mezi 600-800. V dřívějších letech to bylo dokonce mezi 900 a 1000.

Společnost své pracovní síly získává z vnějších i vnitřních zdrojů.

- Vnitřní zdroj: Společnost se snaží své zaměstnance neustále vzdělávat a řídit jejich kariérní postupy. Potřebuje-li nové zaměstnance na pozice nižšího a středního managementu, oslovují nejprve vhodné potenciální uchazeče z řad svých zaměstnanců, nemají-li vhodného adepta na pracovní pozici z těchto vnitřních zdrojů, přichází na řadu zdroj vnější.
- Vnější zdroj: Vnější zdroj je vlastně trh práce. Společnost jej využívá především při hledání pracovníků s nižší kvalifikací. Často tak využívá inzerci na internetu, v tisku, spolupracují s Úřadem práce v Chebu. O faktu, že společnost je vyhledávaným a perspektivním zaměstnavatelem v daném regionu, svědčí velký zájem lidí, kteří hledají zaměstnání. Personální oddělení má vlastní registr uchazečů o zaměstnání, ze kterého v případě potřeby vybírá nové vhodné zaměstnance.

Společnost zajišťuje vzdělávání svých zaměstnanců, jedná se o povinné vzdělávání vyplývající ze zákona, ale i nepovinné, neboť jsou vědomi, že kvalitní služby poskytnou pouze kvalitně vzdělaní a proškolení zaměstnanci. Společnost požádala o dotaci z prostředků Evropského sociálního fondu a získala od Ministerstva práce a sociálních věcí finanční prostředek 5,4 milionu Kč na odborný růst zaměstnanců firmy Lázně Františkovy Lázně a.s. Tyto peníze byly použity na proškolení více než poloviny zaměstnanců v mnoha odborných oblastech. Jedná se o manažerské dovednosti, jazykové a počítačové dovednosti, masérské kurzy, moderní trendy v gastronomii, v neposlední řadě profesionální přístup ke klientům.

Vzdělávání zaměstnanců ve společnosti, je tak obsáhlé, že má společnost vlastní Vzdělávací program, což je podrobný plán vzdělávání. Ten je rozdělen na dvě sekce. Tou první je plánování vzdělávacích akcí dle kategorií a profesí zaměstnanců, které budou v daném roce probíhat a tou druhou jsou pak samotná příprava, realizace a hodnocení výsledků či přínosů připravovaných akcí.

- Plánování vzdělávání: V této sekci jsou u jednotlivých pracovníků uvedeny obecné oblasti, ve kterých by se měli pracovníci v budoucnu vzdělávat. Například číšník - přezkoušení z jazykové vybavenosti, kurz správné obsluhy.
- Příprava a realizace vzdělávacích akcí: V této sekci jsou již konkrétní vzdělávací procesy podrobně popsány. Jsou zde uvedena jména školitelů, termín a místo konání jednotlivých vzdělávacích akcí a jejich vyhodnocení.

(Zdroj :Vzdělávací program společnosti Františkovy Lázně a.s - prosinec 2012)

1.2.6.1. Přínos společnosti městu a celému západočeskému regionu

Společnost Lázně Františkovy Lázně a.s. je pro město i pro celý západočeský region velmi významná. Ovlivňuje ho z hlediska ekonomického, zdravotnického a především turistického. Je jedním z největších zaměstnavatelů v regionu a největší zaměstnavatel v okrese Cheb. Lázeňství ve Františkových Lázních je velice atraktivní pro celou řadu poskytovatelů ostatních služeb, jako jsou kadeřnictví, pedikúra, taxi služby, ubytovací a stravovací služby-cukrárny, kavárny, vinárny a restaurace. Celkově zvyšuje poptávku i nabídku služeb na trhu a produktů obchodní sítě.

Lázně Františkovy Lázně a.s. je největším a nejdůležitějším partnerem města. Finančně podporuje společenské i kulturní akce ve Františkových Lázních a okolí. Také spolufinancuje projekty jako je například vánoční výzdoby města, zahájení lázeňské sezóny a další.

Určitě nejpodstatnější vliv má lázeňství na turismus, konkrétně lázeňský léčebný turismus. S tím souvisí celková návštěvnost lázeňského města všech jeho zařízení a zároveň návštěvnost jeho okolí.

Tabulka č. 1 : Tabulka počtů klientů za roky 2009-2012 rozdělených na tuzemskou a zahraniční klientelu:

typ klienta	2009	2010	2011	2012
CIZ Zahraniční klientela	19261	18521	15217	14410
TUZ Tuzemská klientela	13732	14209	16361	17133
Celkový součet	32993	32730	31578	31543

Zdroj: Výroční zpráva společnost Lázně Františkovy Lázně a.s. pro rok 2011, údaje za rok 2012 jsou z interních statistik společnosti, uvedené ke dni 10.11.2012.

Počty klientů, kteří měli hrazený pobyt zdravotními pojišťovnami v průběhu let klesá. Nejvíce se snížil počet klientů na komplexní léčebnou péči. Oproti tomu vzrůstá počet osob jezdících do lázní jako samoplátci. U tuzemských klientů tento počet rostl mnohem výrazněji, než u zahraniční klientely, kde zůstal v průběhu let takřka nezměněn.

Z tabulky je patrné, že ubývá celkového počtu zahraniční klientely, z důvodu menších příspěvků německých zdravotních pojišťoven. Oproti tomu přibývá tuzemských klientů, samoplátců, kteří však jezdí do lázní na kratší léčebné pobyty, bonusové či wellness pobyty.

2. Praktická část

2.1. Vyhodnocení anketních lístků společnosti Lázně Františkovy Lázně a.s. ve sledovaném období leden - prosinec 2011

2.1.1. Vyhodnocení návratnosti anketních lístků

V této praktické části bakalářské práce byly vyhodnoceny anketní lístky společnosti Lázně Františkovy Lázně a.s. ve sledovaném období leden-prosinec 2011. Anketní lístky se vydávají v češtině, mají však i německou mutaci a připravuje se anglická a ruská verze.

Údaje za celý rok využívá společnost pro kontrolu dodržování norem certifikátu kvality ISO. Na základě těchto údajů se společnost snaží přizpůsobit potřebám svých klientů a snaží se odstranit všechny nedostatky v poskytování lázeňských služeb a maximálně vyjít vstříc svým klientům. (Vzor anketního lístku najdeme v příloze C)

Nejdříve byl zkoumán poměr mezi celkovým počtem ubytovaných lázeňských hostů v roce 2011 a celkovým počtem odevzdaných anketních lístků ve stejném období. Číselně vypadá tento poměr takto: celkový počet ubytovaných hostů v roce 2011 byl 31 578, celkový počet odevzdaných lístků byl 6450 (20,4% z celkového počtu 31 578), z toho 3932 (61%) anketních lístků odevzdaly ženy a 2518 (39%) muži. Z celkového počtu ubytovaných hostů (31 578) bylo 17 836 žen (56,5%) a 13 742 mužů (43,5%). Z porovnání údajů počtu odevzdaných lístků obou pohlaví, s celkovým počtem ubytovaných hostů vyplývá, že anketní lístky odevzdalo 18,5% mužů z celkového počtu ubytovaných mužů a 22% žen z celkového počtu ubytovaných žen.

Anketní lístky jsou každým rokem oblíbenější, což je patrné v počtu odevzdaných anketních lístků. Zatímco začátkem tohoto projektu odevzdával anketní lístek přibližně každý dvanáctý klient společnosti Lázně Františkovy Lázně a.s., v současnosti je to již každý pátý klient. Klienti čím dál více vítají možnost a právo vyjádřit svůj názor, což je pro společnost přínosné, hosty k vyplnění lístků podněcuje třeba tím, že pravidelně, každého čtvrt roku vylosuje z odevzdaných lístků výherce víkendového pobytu. Vyhodnocováním došlých anketních lístků se stížnostmi, připomínkami, podněty, ale i pochvalami se pak zabývají zaměstnanci obchodního oddělení spolu s řediteli všech hotelů společnosti Lázně Františkovy Lázně a.s. a další kompetentní osoby.

Podíl počtu odevzdaných lístků rozdělený na zahraniční a tuzemskou klientelu je téměř shodný. Číselný poměr je tento: celkový počet odevzdaných lístků 6450, z toho 2843 (44%) cizinci a 3607 (56%) tuzemští klienti.

Tabulka č. 2 : Tabulka počtu odevzdaných anketních lístků v jednotlivých lázeňských domech

Budova	Počet odevzdaných lístků	% podíl počtu odevzdaných lístků na celkovém počtu
Imperial	406	6,3
Tři Lilie	414	6,4
Pawlik	1728	26,8
Savoy	451	7
Belvedere	748	11,6
Dr. Adler	561	8,7
Goethe	1193	18,5
Metropol	949	14,7
Celkem	6450	100

Zdroj: vlastní zpracování, 2012

Procentuální část počtu odevzdaných anketních lístků z celkového počtu odevzdaných lístků nalezneme v předešlé tabulce.(tabulka č. 2)

Z uvedeného vyplývá, že z celkového počtu klientů za rok 2011 (31 578) přijelo do Františkových lázní 16 361 tuzemských klientů a 15 217 klientů ze zahraniční. Celkově však bylo vybráno 6450 anketních lístků, což je 20,4% z celkového počtu ubytovaných klientů. Z toho 3607 anketních lístků bylo odevzdáno tuzemskou klientelou a 2843 anketních lístků klientelou zahraniční. Z porovnání údajů počtu ubytovaných klientů v roce 2011 rozděleného na tuzemskou a zahraniční klientelu a počtu odevzdaných anketních lístků také rozděleného na tuzemskou a zahraniční klientelu vyplývá, že návratnost anketních lístků u tuzemské klientely je 22%, u zahraniční je to pak 18,7%. Tento rozdíl v návratnosti je způsoben především pro to, že většina zahraniční klientely jezdí do Františkových Lázní jako stálí hosté, tudíž již několikrát anketní lístek vyplnili a již to nepokládají za důležité.

Vyhodnocením anketních lístků bylo také prokázáno, že návratnost anketních lístků u žen (22%) je vyšší než u mužů, kde činila 18,5%. Ženy jsou v tomto ohledu, více zodpovědnější a vstřícnější než muži.

Počty odevzdaných anketních lístků nezávisí na kvalitě poskytovaných služeb, ani na tom v jakém hotelu je klient ubytován, zda ve **** hotelu nebo **hotelu. Závisí to na přístupu klienta, jeho povaze, ochotě a trpělivosti při vyplňování anketního lístku. Tyto počty odevzdaných anketních lístků se tedy odvíjí z celkového počtu ubytovaných klientů lázeňského zařízení.

2.1.2. Vyhodnocení jednotlivých otázek z anketních lístků

Tabulka č. 3: Počet odevzdaných anketních lístků a procentuální podíl odpovědí na otázku, jak se klienti dozvěděli o společnosti Lázně Františkovy Lázně a.s.

Jak jste se dozvěděli o a.s.?	Tuzemská klientela	Tuzemská klientela (%)	Zahraníční klientela	Zahraníční klientela (%)	Celkem (%)
Stálý host	1162	32,2	1582	55,6	42,5
Od přátel	353	9,8	448	15,8	12,4
Od CK	80	2,2	361	12,7	6,8
Internet	194	5,4	172	6	5,7
Lékař	1527	42,4	32	1,1	24,2
Veletrh	39	1	87	3,1	2
Jinak	210	5,8	143	5	5,5
Neuvedeno	42	1,2	18	0,7	0,9
Celkem	3607	100	2843	100	100

Zdroj: Interní informace společnosti Lázně Františkovy Lázně a.s. (statistika obsazenosti za rok 2011)

Z předešlé tabulky můžeme vyčíst, že odpovědi obou skupin lázeňských klientů se liší. Zatímco tuzemská klientela odpovídala, že se o společnosti dozvěděli především od lékaře (42,4%), většina zahraniční klientely odpověděla, že jsou stálými hosty (55,6%), od přátel se o společnosti dozvědělo (12,4%), rezervace od cestovní kanceláře (6,8%) a z internetu se o společnosti dozvědělo (5,7%) klientů společnosti Františkovy Lázně a.s.

Další tabulka vyjadřuje absolutní počet a procentuální podíl odpovědí na otázku č. 2 – Jakým způsobem klienti společnosti Lázně Františkovy Lázně a.s. přicestovali. K lepšímu porovnání byly údaje zpracované opět odděleně pro tuzemskou a zahraniční klientelu.

Tabulka č. 4 : Procentuální podíl odpovědí na otázku, jakým způsobem klienti přicestovali.

Jakým způsobem klienti přicestovali?	Tuzemská klientela	Tuzemská klientela (%)	Zahraníční klientela	Zahraníční klientela (%)	Celkem (%)
Individuálně	2056	57	2234	78,6	66,5
Prostřednictvím CK	365	10,1	569	20	14,5
Na základě lékařského návrhu	1170	32,5	4	0,1	18,2
Neuvedeno	16	0,4	36	1,3	0,8
Celkem	3607	100	2843	100	100

Zdroj: Interní informace společnosti Lázně Františkovy Lázně a.s. (statistika obsazenosti za rok 2011)

Údaje v tabulce vypovídají o tom, že v posledních letech již klienti jezdí do lázní především individuálně (66,5%), jako samoplátci. To se týká tuzemských klientů i zahraničních. Dále pak nejvíce tuzemských klientů jezdí do lázní na základě lékařského návrhu (32,5%), a to buď na komplexní léčbu nebo léčbu příspěvkovou. Poměrně velká část zahraniční klientely přicestovala prostřednictvím cestovní kanceláře (20%). Pro srovnání údajů, zde uvádím tabulku s údaji z roku 2008, sledované období leden - prosinec.

Tabulka č. 5 : Procentuální podíl odpovědí na otázku, jakým způsobem klienti přicestovali v roce 2008

Jakým způsobem klienti přicestovali?	Tuzemská klientela	Tuzemská klientela (%)	Zahraniční klientela	Zahraniční klientela (%)	Celkem (%)
Individuálně	255	26,1	1197	57,1	47,3
Prostřednictvím CK	53	5,3	864	41,3	29,8
Na základě lékařského návrhu	655	67	0	0	21,3
Neuvedeno	16	0,6	34	1,6	1,6
Celkem	978	100	2095	100	100

Zdroj: Interní informace společnosti Lázně Františkovy Lázně a.s., zpracované na základě anketních lístků leden - prosinec 2008

Tabulka č. 6 : Počet anketních lístků a procentuální podíl odpovědí na otázku, zda se klienti vrátí do Františkových Lázní do společnosti Lázně Františkovy Lázně a.s.

Vrátí se klienti do a.s.?	Tuzemská klientela	Tuzemská klientela (%)	Zahraniční klientela	Zahraniční klientela (%)	Celkem (%)
Ano	2724	75,5	2235	78,6	76,9
Ne	341	9,5	280	9,8	9,6
Ještě neví	530	14,7	318	11,2	13,2
Neuvedeno	12	0,3	10	0,4	0,3
Celkem	3607	100	2843	100	100

Zdroj: vlatní zpracování, 2012

Údaje v této tabulce vypovídají o tom, že naprostá většina klientely společnosti Lázně Františkovy Lázně a.s. je s jejími službami spokojena. Pokud je spokojenost a loajalita k firmě vysoká, hosté se rádi vracejí. To je také cílem společnosti. Některé z negativních odpovědí byly způsobeny tím, že klient nevěděl, zda mu bude příští rok uznán návrh na lázeňskou péči, případně nedostatečná informovanost. To by měl být podnět pro marketing.

Tabulka č. 7 : Počet anketních lístků a procentuální podíl odpovědí, zda klienti společnosti Lázně Františkovy Lázně a.s. doporučí společnost dále?

Doporučíte a.s. dále?	Tuzemská klientela	Tuzemská klientela (%)	Zahraniční klientela	Zahraniční klientela (%)	Celkem (%)
Ano	3216	89,1	2652	93,3	90,1
Ne	211	5,8	56	2	4,1
Neuvedeno	180	5,1	135	4,7	5,8
Celkem	3607	100	2843	100	100

Zdroj: vlastní zpracování, 2010

I z této tabulky je vidět, že většina klientů společnosti je s jejími službami spokojena, ráda se opětovně vrátí a doporučí společnost dále svým přátelům či známým, aniž by se obávala, že dala špatné doporučení. Tuzemští klienti odpověděli na otázku, zda společnost doporučí dále, ANO (89,1%), zahraniční klientela odpověděla ANO (93,3%). Z celkového počtu odpovědělo pouze (4,1%), že společnost nedoporučí dále. Důvody bývají různé, hosté postrádají bezplatný internet na pokoji, možnost půjčení knih, nemohou být v hotelu se svým psem či kočkou, stěžují si na omezené možnosti parkování přímo u hotelu, ale jsou uvedeny také stížnosti na počasí. Spokojenost hosta je subjektivní pocit a každý ho vnímá jinak, ne vše je společnost schopna ovlivnit (počasí, pokuty od policie).

2.2. Dotazníkové šetření

Pro doplnění výsledků anketního šetření, které realizuje společnost Lázně Františkovy Lázně, bylo provedeno dotazníkové šetření mezi hosty lázeňského hotelu Metropol. Dotazníky byly vráceny se stoprocentní úspěšností. Bylo vytvořeno 30 dotazníků pro tuzemskou klientelu (15 muži, 15 ženy), a 30 dotazníků v německém jazyce, pro zahraniční klientelu (15 muži, 15 ženy).

2.2.1. Charakteristika respondentů

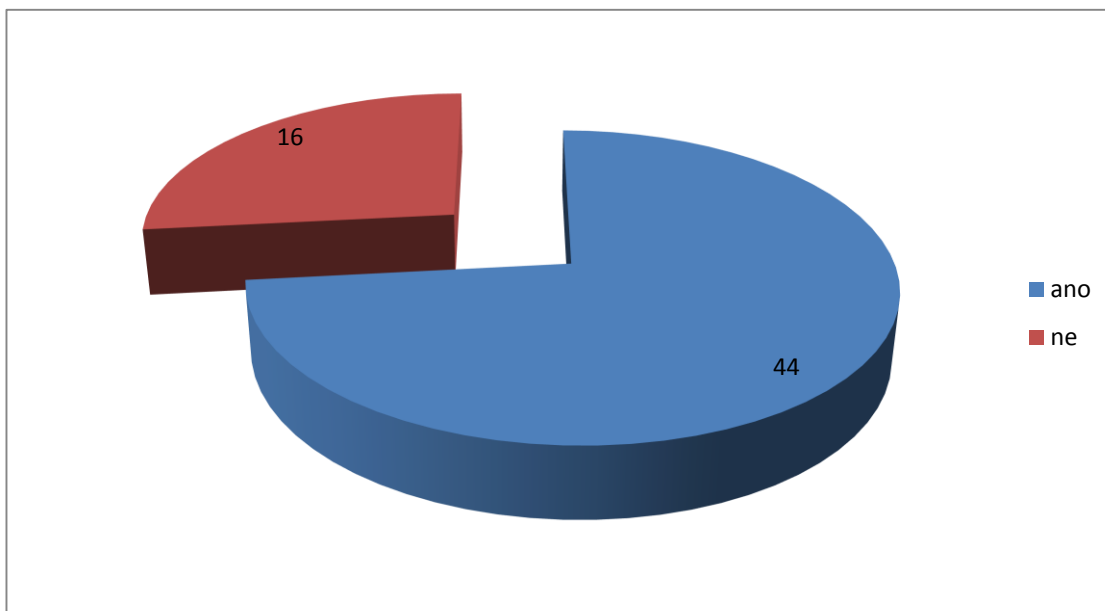
Ženy odevzdaly 29 dotazníků z 30 (48,3%), muži 26 dotazníků z 30 (43,3%) a v 5 dotaznících (8,3%) bohužel nebylo pohlaví uvedeno. Byl jsem potěšen, že dotazníky vyplnili i muži, kteří bývají k takovým aktivitám méně vstřícní. Ženy, však zajímalo vše ohledně dotazníků, s jejich vyplněním si daly práci a mně tak velice pomohly k vytvoření této praktické části.

Ve věkové kategorii 19-34 let bylo vybráno 6 dotazníků (10%), což může být zapříčiněno i tím, že mladí lidé jsou neustále zaneprázdněni a přesto, že se jedou do lázní léčit, vyhledávají více zábavy ve svém volném čase a nemají čas a chuť vyplňovat dotazníky. Zároveň je však třeba také podotknout, že tato věková kategorie je nejméně početnou skupinou mezi ubytovanými hosty lázeňského hotelu. Druhou kategorií tvoří lidé ve věku 35- 54 let, kteří odevzdali 18 dotazníků (30%). V poslední kategorii lidí nad 54 let bylo odevzdáno 36 dotazníků (60%), z čehož je patrné, že tito lidé se do lázní jezdí převážně léčit a ne bavit a ochotně se prostřednictvím dotazníků podělí o své zkušenosti s pobytem. Zároveň je to nejpočetněji zastoupená věková skupina.

Jen 12 dotazovaných (20%) bylo v lázních poprvé, 25 lidí (41,7%) odpovědělo, že lázně alespoň jednou, někteří už 2 krát navštívili, což je pozitivní zjištění, že se lidé do lázní a do této společnosti rádi vrací. Nejvíce byla překvapivá ta skutečnost, že 23 (38,3%) u dotázaných byli v lázních více než třikrát. Převážně cizinecká klientela se vrací opakovaně, a to samozřejmě z důvodu spokojenosti s kvalitou poskytovaných služeb a léčbou, ale také proto, že je to pro ně finančně zajímavé (využívají bonusový systém, mimosezónní slevy apod.

2.2.2. Vyhodnocení dotazníkového šetření

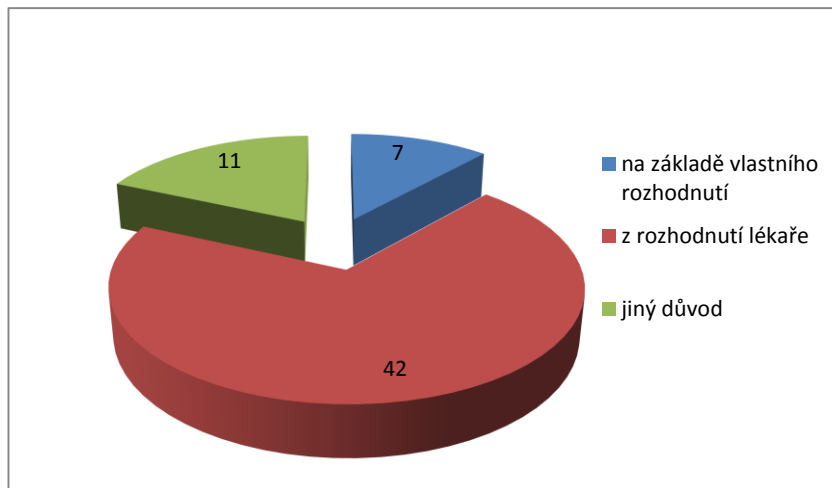
Graf č. 1 : Poměr mezi odevzdanými dotazníky dle spokojenosti klienta (otázka č. 4 : Jste spokojeni s kvalitou poskytovaných služeb?)



Zdroj: vlastní zpracování, 2012

Z grafu č. 1 je patrné, že klienti jsou převážně spokojeni s poskytovanými službami, 44 klientů (73,4%) bylo spokojeno, jednalo se o celkovou spokojenost s lékařskou péčí, s poskytovaným rozsahem procedur, ubytováním i kulturním vyžitím. Nejvíce jsou však klienti spokojeni se vstřícností a ochotou lázeňského personálu společnosti Lázně Františkovy Lázně a.s. To je také jedním z hlavních důvodů, proč se do těchto lázní opět vracejí. Mezi dotazovanými však byli ti, kteří spokojeni nebyli, z grafu je vidět, že jich bylo 16 (26,6%). Ti odpověděli, že spokojeni nejsou, u mužů pramenila nespokojenost z nedostatečné nabídky sportovního vyžití, nedostatek sportovních TV kanálů, nemožnost parkovat u hotelu, absence termálního bazénu, ženy kritizovaly skladbu jídla – malý výběr salátů, zeleniny, uzenin a množství jídla. Je ale možné, že tato nespokojenost pramenila z odlišné skladby jídla, která byla dána jejich dietou a klientky na ni nejsou zvyklé. Nikdo si totiž nestěžoval na kvalitu pokrmů. Zahraniční klientela měla více připomínek k ubytování – příliš tvrdé nebo naopak proleželé matrace, malé TV přijímače.

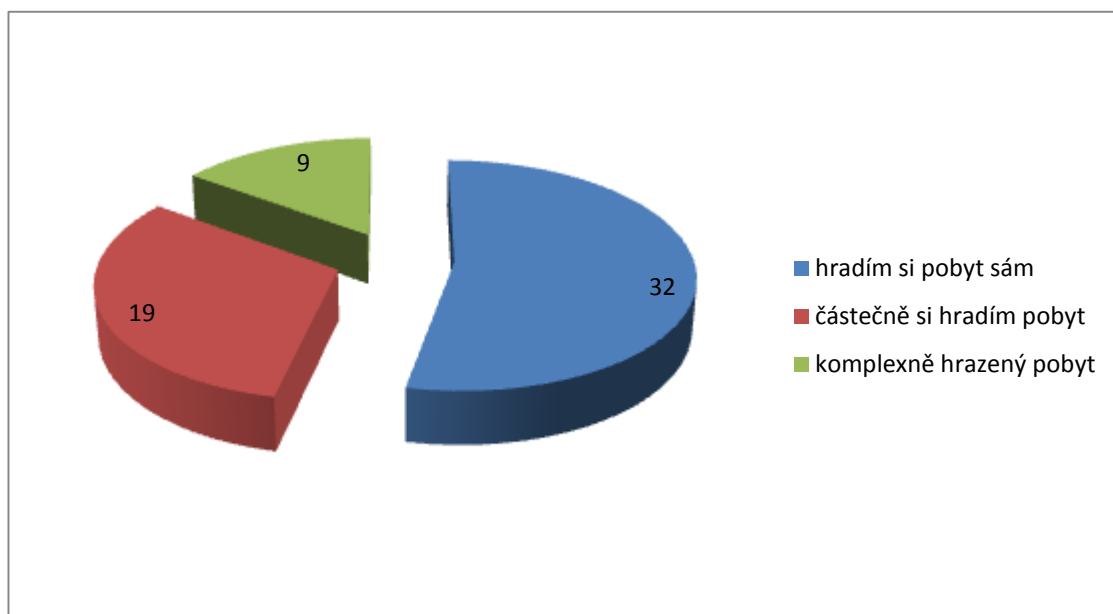
Graf č. 2 : Poměr odevzdaných dotazníků dle rozhodnutí příjezdu do lázní (otázka č. 5 : Přijet do Františkových Lázní jste se rozhodl/a?)



Zdroj: vlastní zpracování, 2012

Graf č. 2 ukazuje, že nejvíce klientů do lázní přijíždí na lékařský návrh nebo doporučení. Na otázku přijet do lázní jste se rozhodl sám, odpovědělo ANO pouze 7 (11,7%) dotazovaných, z rozhodnutí lékaře ANO odpovědělo 42 (70 %) dotazovaných, je tedy zřejmé, že péče o zdraví je pro klienty podstatná a klienti pobyt v lázních konzultují se svými lékaři a dají na jejich rady a doporučení. 11 dotazovaných klientů (18,3%) uvedlo jiný důvod, buď dali na doporučení svých známých, nebo je zaujala nabídka na internetu či v tisku. Vzhledem k tomu, že do lázní jezdí převážně střední a starší věková generace, je u ní doporučení a rozhodnutí lékaře na prvním místě, neboť mladší generace více než zdraví upřednostňuje zábavu, relaxaci a odreagování se.

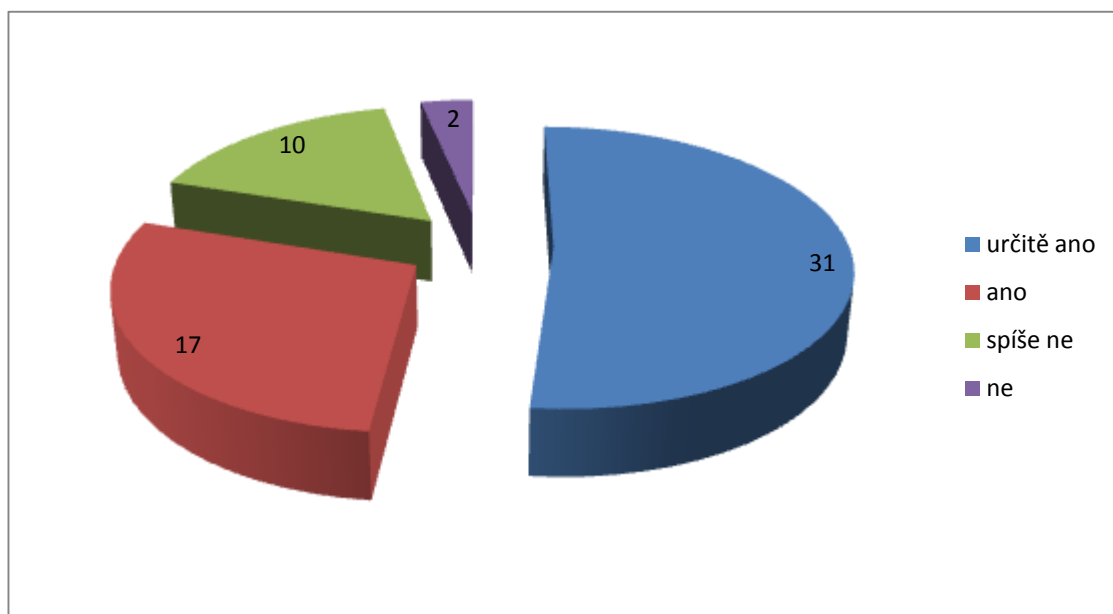
Graf č. 3 : Poměr odevzdaných dotazníků dle formy úhrady ceny pobytu (otázka č. 6 : Forma úhrady ceny pobytu)



Zdroj: vlastní zpracování, 2012

Tento graf je zaměřen na formu úhradu ceny pobytu. Bylo zjištěno, že nejvíce oslovených klientů si hradí pobyt sami a to jak cizinců, tak i českých klientů. 32 dotazovaných klientů (53,3%), což je více jak polovina lidí si vše platí sami. 19 dotazovaných klientů (31,7%) klientů odpovědělo, že mají pobyt částečně hrazen, kdy je jim pojišťovnou hrazena lékařská péče a oni přispívají na stravování a ubytování, které si sami vyberou. Jen 9 dotazovaných (15%) odpovědělo, že mají komplexně hrazený pobyt.

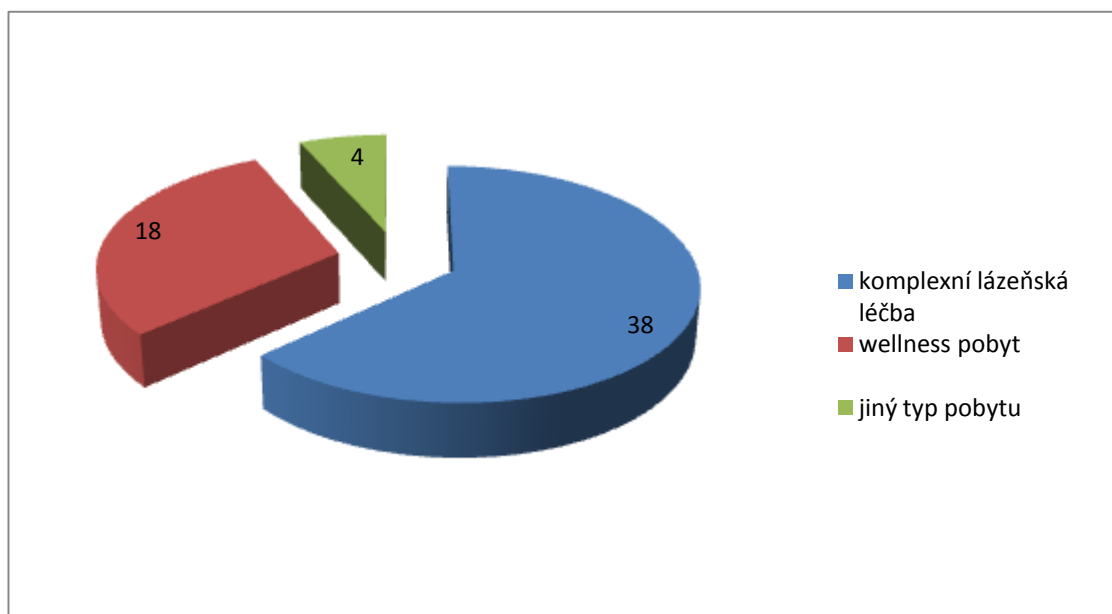
Graf č. 4 : Poměr odevzdaných dotazníků dle návratnosti klientů do lázní (otázka č. 7 : Chtěl/a byste se někdy do Františkových Lázní vrátit?)



Zdroj: vlastní zpracování, 2012

Z tohoto grafu se dá vyčíst, že převažují kladné odpovědi, což vypovídá o spokojenosti a loajalitě klientů, kteří pobyt v lázních absolvovali. Samozřejmě jsem zaznamenal i záporné odpovědi. 31 klientů (51,7%) odpovědělo, že se chtějí do lázní vrátit, někteří z nich doplnili odpověď o poznámku, že nejenže chtějí, ale že se určitě vrátí, možná že ne na finančně nákladné léčení, ale na kratší, např. víkendový pobyt. 17 klientů (28,3%) odpovědělo ANO, což je pro tuto společnost pozitivní reakce. 10 klientů (16,7%) označilo odpověď SPÍŠE NE, toto nemusí pramenit z jejich nespokojenosti, ale z toho, že neví, zda jim to umožní finanční situace, nebo zda dostanou komplexní lázeňskou léčbu, kterou by si nemuseli hradit. Pouze 2 klienti (3,3%) odpověděli NE, důvod bohužel nevedli.

Graf č. 5 : Poměr odevzdaných dotazníků dle typu pobytu (otázka č. 8 : Jaký typ pobytu jste zvolili?)



Zdroj: vlastní zpracování, 2012

Z následujícího grafu můžeme vidět, že většina klientů přijíždí do lázní s cílem zlepšit svůj zdravotní stav. 38 klientů (63,3%) vyplnilo v dotazníku, že přijeli na komplexní lázeňskou péči. 18 klientů (30%) uvedlo, že přijeli na wellness pobyt a relaxovat. Pouze 4 klienti (6,7%) napsali, že přijeli na jiný typ pobytu - prodloužený víkend v lázních, pouze zakoupení vybraných procedur při návštěvě města.

Z vyhodnocení svých dotazníků je patrné, že hosté lázeňského hotelu Metropol měli obdobné hodnocení poskytovaných služeb a jejich spokojenost či nespokojenost je srovnatelná s vyhodnocením výsledků anketních lístků společnosti.

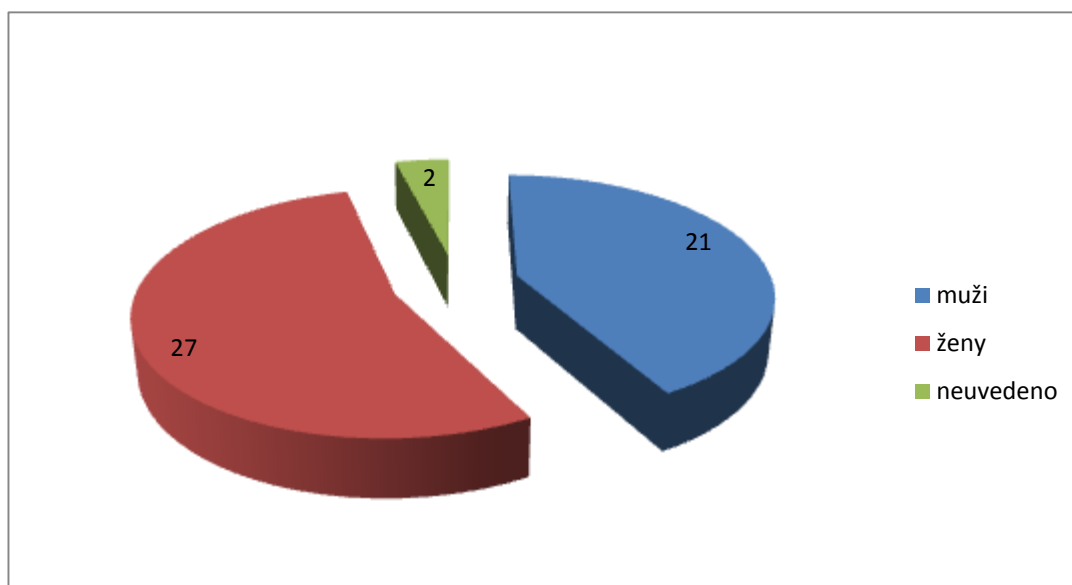
Následující dotazníky jsem zhotovil a rozdál obyvatelům Františkových Lázní. Požádal o jejich pravdivé a objektivní vyplnění. S jejich pomocí jsem tedy mohl vyhodnotit i některé názory místních obyvatel. Bylo rozdáno 50 dotazníků.

2.3. Dotazníkové šetření – obyvatelé města

Dotazníkové šetření probíhalo během října roku 2012. Cílovou skupinu respondentů byli lidé žijící ve Františkových Lázních. Respondenti byli osloveni mnou osobně, následně jim byl předán dotazník k vyplnění. V této části práce, jsou takto vyplněné dotazníky vyhodnoceny.

2.3.1. Charakteristika respondentů

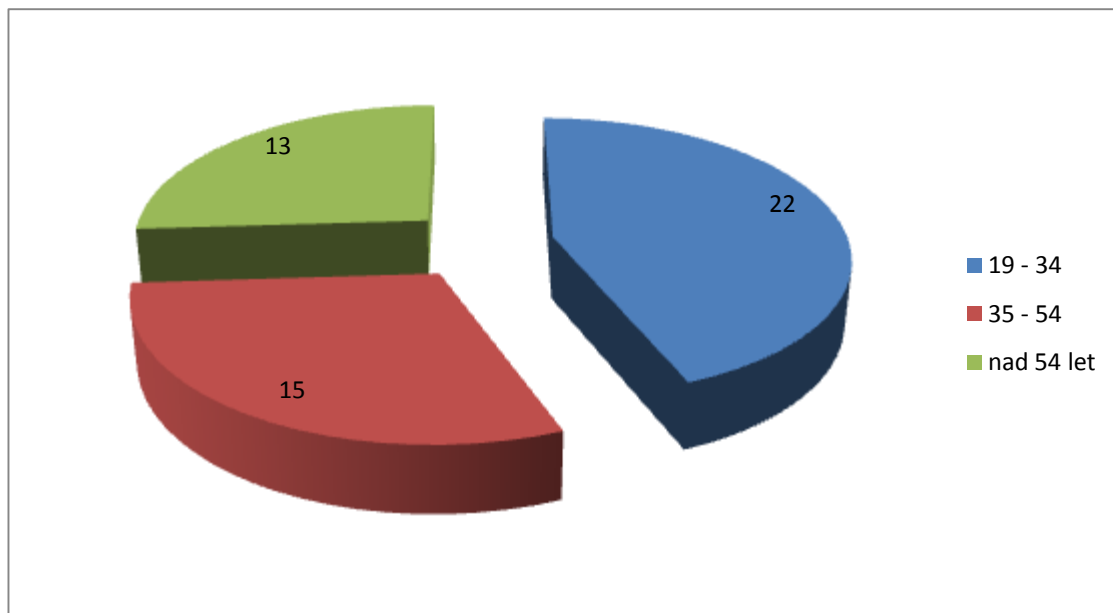
Graf č. 6 : Poměr odevzdaných dotazníků dle pohlaví (otázka č. 1 : Pohlaví)



Zdroj: vlastní zpracování 2012

Tento graf znázorňuje, že ankety se zúčastnilo více žen 27 (54%) než mužů 21 (42%) a ve 2 (4%) dotaznících nebylo pohlaví uvedené vůbec.

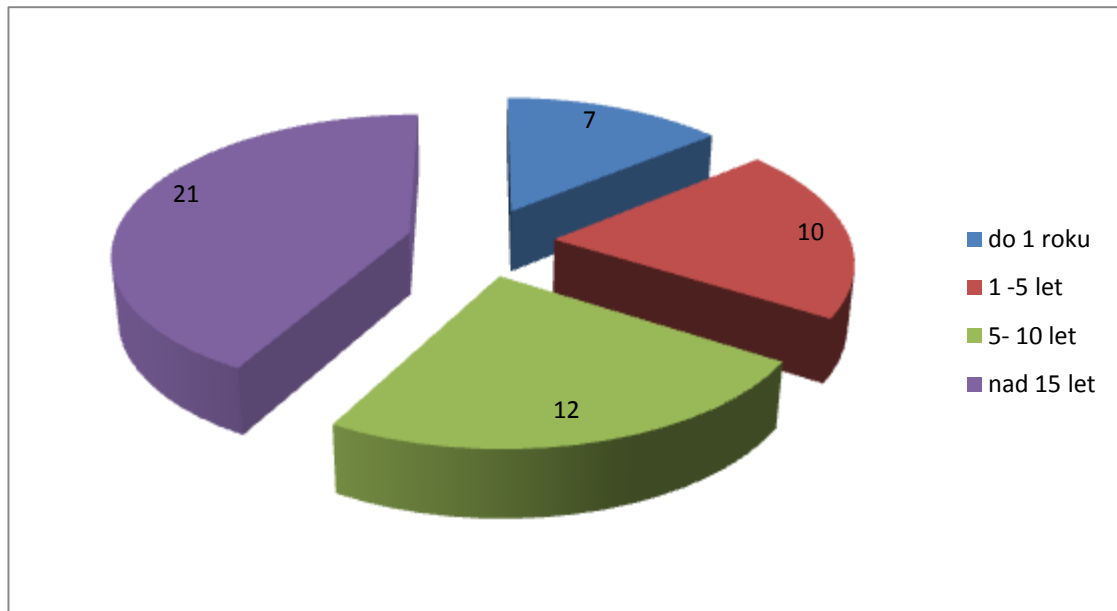
Graf č. 7 : Poměr odevzdaných dotazníků dle věku (otázka č. 2: Věk)



Zdroj: Graf zpracovaný na základě vybraných dotazníků obyvateli města, 2012

Z výše uvedeného grafu lze vyčíst, že z celkového počtu 50 dotazníků jich nejvíce vyplnilo dotazovaných z věkové kategorie 19-34 let, v této kategorii odevzdalo dotazník 22 lidí (44%). V kategorii od 35 let do 54 let vyplnilo dotazník 15 lidí (30%) a v poslední kategorii nad 54 let odevzdalo dotazník 13 lidí (26%).

Graf č. 8 : Poměr odevzdaných dotazníků dle délky života ve F. L. (otázka č. 4 : Jak dlouho žijete ve Františkových Lázních?)

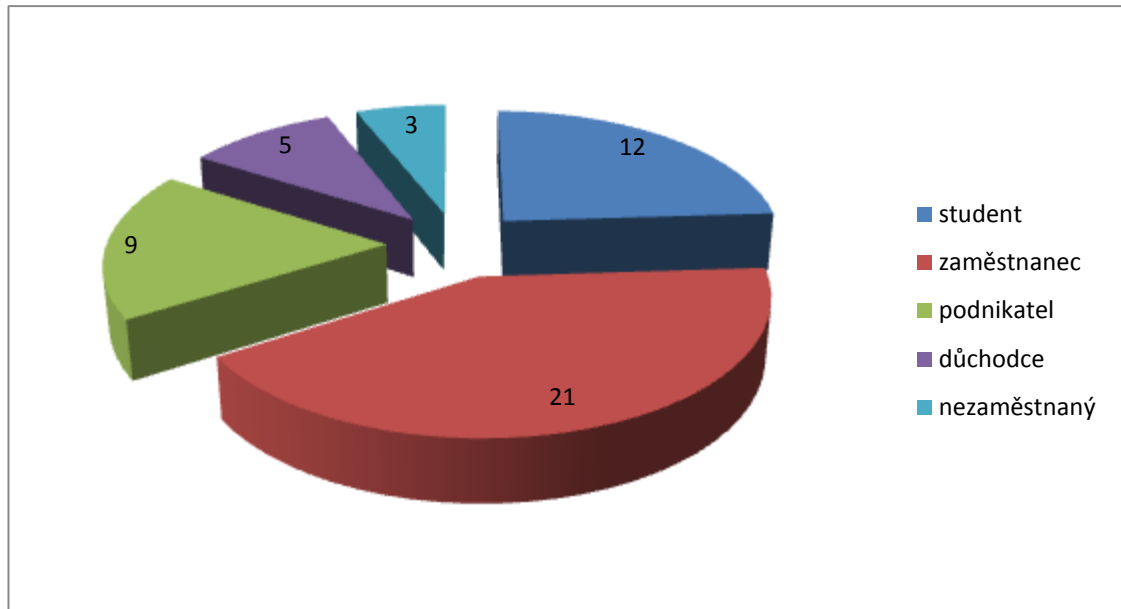


Zdroj: Graf zpracovaný na základě vybraných dotazníků obyvateli města, 2012

Tento graf znázorňuje, že nejvíce z oslovených obyvatel žije ve městě více než 15 let. Tak odpovědělo 21 obyvatel (42%). Nejméně dotazovaných žije ve městě kratší dobu než jeden rok. V kategorii do 1 roku odevzdalo dotazník 7 lidí (14%). V kategorii 1 – 5 let odevzdalo dotazník 10 lidí (20%). V následující kategorii od 5 – 10 let odevzdalo dotazník 12 lidí (24%).

Ve Františkových Lázních bydlí hodně lidí ve vlastních nemovitostech (rodinné domy, byty), proto je migrace malá a lidé zde žijí dlouhodobě.

**Graf č. 9 : Poměr odevzdaných dotazníků dle pracovního vztahu
(otázka č. 6 : pracovní poměr)**



Zdroj: vlastní zpracování, 2012

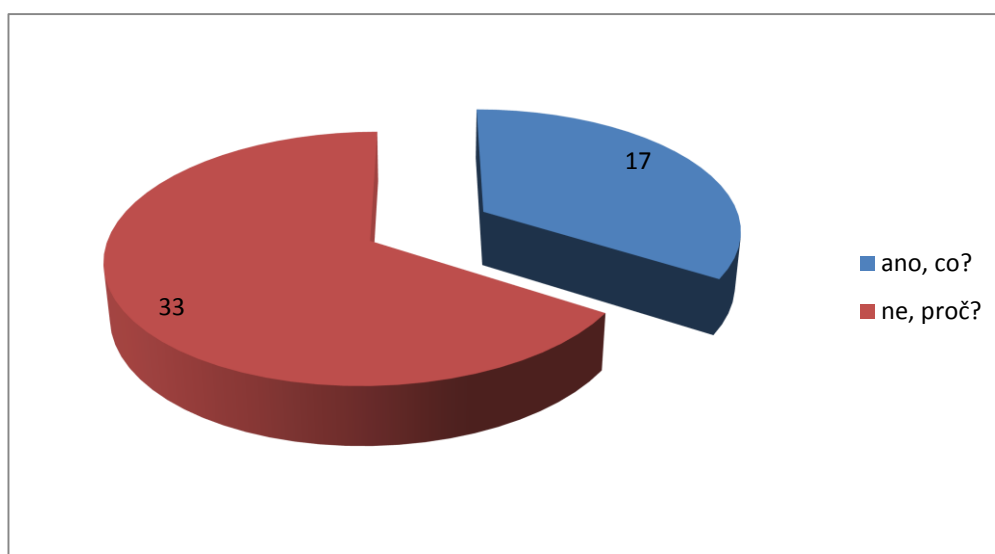
Z následujícího grafu lze vyhodnotit, že největší počet dotazníků odevzdali lidé, kteří jsou v pracovním poměru-zaměstnanci, a to 21 (42%), 12 studentů (24%), 9 podnikatelů (18%), 5 důchodců (10%) a nejméně jen 3 lidi, (6%) kteří jsou nezaměstnaní.

2.3.2. Hodnocení spokojenosti obyvatel

Lidé vnímají obecně život v lázeňském městě jako výhodu, tak se vyjádřilo 42 lidí (84%). Konkrétně jako výhodu uváděli, že je ve městě dostatek upravené zeleně, je zde velká poptávka po ubytovacích zařízeních (možnost pronájmů), zvýšený počet restaurací, divadlo, památky, prameny, bohatší kulturní vyžití. Pouze 8 dotazovaných (16%) odpovědělo, že to jako výhodu nevnímají, více se však nerozepsali, jen jeden dotazovaný poznamenal, že nevidí rozdíl, zda žije v lázeňském nebo „obyčejném“ městě.

Většina dotazovaných život v lázeňském městě nechápe nevýhodou. 44 dotazovaných lidí (88%) konstatovalo, že to není nevýhoda, spíše shledávali názor, že je to pro ně výhodné. Jen 6 lidí (12%) život v lázeňském městě vnímá jako nevýhodu, důvody byly u všech téměř shodné- město je plné zahraničních turistů, večer je rušno, což vnímají nejvíce obyvatelé žijící v centru města, mladší generace postrádá vyžití pro svoji věkovou skupinu, neboť kulturní a společenský život je zaměřen pouze na lázeňské hosty.

Graf č. 10 : Poměr odevzdaných dotazníků dle možnosti změn v lázeňském městě (otázka č. 7 : Změnil byste ve Vašem městě něco k lepšímu?)



Zdroj: Graf zpracovaný na základě vybraných dotazníků obyvatel města

Z následujícího grafu je vidět, že převládá spokojenost lidí, kteří zde žijí, přesto 17 dotazovaných (34%) odpovědělo, že by uvítali více možností sportovního vyžití, chybí zde prostory pro sportovní a kulturní akce mladých, není tu kino, chybí zde obchody pro každodenní potřeby obyvatel, na rozdíl od množství obchodů se suvenýry, oplatkami a podobně. 33 dotazovaných lidí (66%) by ve městě nic neměnilo, takto jim to vyhovuje. Hodně obyvatel však dojíždí za prací či do škol do Chebu a tak pokud se jim něčeho nedostává, jedou do 6 km vzdáleného Chebu a pak se rádi vrací do svého poklidného městečka.

Obecně z výše uvedených odpovědí vyplynulo, že nejvíce jsou nespokojeni obyvatelé Františkových lázní ve věku 19-34 let. Dotazování odpověděli, že jim ve městě chybí zábava, prostory, kde by se mohli scházet, diskotéka, kino. Dalším bodem jejich nespokojenosti je malý zájem města o tuto věkovou skupinu. Projekty a úpravy, které jsou ve městě realizovány, jsou zaměřeny hlavně na malé děti (3-10 let), anebo na klienty lázní (nad 54 let), na důchodce. Mladou a střední věkovou skupinu město zatím opomíjí. Z vlastních zkušeností mohu potvrdit, že mladí lidé z Františkových Lázní mají tendence po ukončení studia či osamostatnění se odcházet, stěhují se do větších měst. Výše uvedené důvody jsou hlavní příčinou odchodu mladé generace spolu s malými možnostmi pracovního uplatnění a seberealizace v tomto městě včetně nedostatečného finančního ohodnocení pro vysokoškoláky. Uplatnění zde nacházejí více lidé vyučení – například kuchaři, servírky.

Oproti mladší generaci jsou starší lidé žijící ve Františkových Lázních naprosto spokojeni. Vyhovuje jim klid a harmonie města, jeho celková čistota. Jsou rádi, že mohou v klidu vyrazit na procházky, cítí se tu bezpečně. Jsou spokojeni i s kulturním děním ve městě, to je zapříčiněno tím, že takovéto kulturní akce jsou zaměřeny na starší klientelu Františkových Lázní, ale zároveň jsou přístupné veřejnosti.

Všichni obyvatelé města hodnotí kladně vydání Vyhlášky o zákazu hracích automatů a provozoven, kde tyto automaty byly umístěny. Toto městu výrazně dopomohlo k celkové harmonii, klidu a bezpečnosti.

2.4. SWOT analýza lázeňství a cestovního ruchu ve Františkových Lázních a v celém západočeském regionu

Ve SWOT analýze jsem se zaměřil na slabé a silné stránky lázeňství a cestovního ruchu v západočeském regionu.

Na základě provedeného šetření se mezi nejdůležitější faktory, které pozitivně ovlivňují cestovní ruch a lázeňství, řadí staletá tradice, využívání klasických léčebných postupů, odborná kvalifikace personálu a příhraniční spolupráce. Negativními faktory jsou naopak nedostačující a nekvalitní infrastruktura, nedostatečné propojení informačních center v regionu, malé sportovní vyžití, nedostatečná jazyková vybavenost lidí.

Společnost Lázně Františkova Lázně a.s. by měla využít svých příležitostí, a to zejména rozšíření práce s příhraničím, k čemuž napomáhá i geografická poloha Františkových Lázní, které se nacházejí v blízkosti hranic s Německem, a tím posílit zájem zahraničních klientů. Díky širokému spektru přírodních léčivých zdrojů jsou Františkova Lázně jedinečné a řadí se mezi světově věhlasná lázeňská zařízení, která mohou nabídnout klientům prevenci a léčbu v široké škále indikací onemocnění.

Velkou hrozbou pro celý region je odliv kvalifikované pracovní síly, která zde nenachází uplatnění odpovídající svému vzdělání ani finanční ohodnocení. Další příležitosti a hrozby jsou uvedeny v následující SWOT analýze.

Silné stránky	Slabé stránky
<ul style="list-style-type: none">• Staletá tradice, využívání osvědčených léčebných postupů• Dostatečná kapacita ubytovací zařízení• Příhraniční spolupráce• Odborná kvalifikace personálu v lázeňství• Zavedení lázeňský trojúhelníku do seznamu památek UNESCO• Existence informačních center	<ul style="list-style-type: none">• Nedostačující kulturní dění (převážně pak v zimním období)• Malý počet kulturních zařízení, jejich nevyhovující stav a vybavení• Nekvalitní infrastruktura v oblastech venkova• Nedostatečné propojení informačních center• Malé možnosti uplatnění absolventů VŠ

<ul style="list-style-type: none"> • Tradice světově významných kulturních akcí (FIJO Cheb, Karlovarský filmový festival) • Lázeňství doprovází vysoká široká nabídka služeb a dalších ekonomických činností (zvyšování životní úrovně) • Vytvoření propojeného informačního systému cestovního ruchu • Rekonstrukce a znovu zprovoznění v současnosti nefunkčních lázeňských objektů • Orientace a rozšíření nabídky produktů a zařízení na konkrétní cílové skupiny (mladá generace, rodiny s dětmi) • Využívání dotací z fondů EU na rekonstrukce budov, obnovy parků • Zvyšování kvalifikace a odbornosti zaměstnanců • Podpora kongresové turistiky 	<ul style="list-style-type: none"> • Minimální spolupráce obcí a podnikatelů v cestovním ruchu • Nedostatečná jazyková vybavenost lidí v regionu • Nedostatečná nabídka pro trávení volného času • Malé sportovní vyžití • Poměrně drahé zboží v lázeňských městech • Mnoho vietnamských prodejců • Ve Františkových Lázních absence zábavy pro mladé (kluby) • Nedostatečná propagace lázeňství • Absence seznamu ohrožených kulturních památek • Nedostatečné dopravní a turistické značení
<p>Příležitosti</p>	<p>Hrozby</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Výhodná geografická pozice západočeského regionu • Využití místních přírodních zdrojů • Krajina, čistota ovzduší • Velké množství kulturních a přírodních památek • Existence turistických stezek, cyklotras, in-line stezek a tratí na běžky • Regenerace památkových rezervací 	<ul style="list-style-type: none"> • Odliv kvalifikovaných pracovníků z regionu • S příhraničím narůstá kriminalita a prostituce, což je celkové zhoršení image regionu • Pokles návštěvnosti v souvislosti se zaostáváním standartu služeb a zařízení (nedostatek kapitálu) • Pokračující chátrání center historických měst

<ul style="list-style-type: none"> • Rozšíření spolupráce s příhraničím • Zlepšení systému značení turistických stezek, cyklotras • Vytvoření výzkumných a vzdělávacích center • Výstavba multifunkčního kulturně sportovního zařízení s dostatečnou kapacitou a vybavením • Dobudování dopravního informačního značení k turistickým cílům • Obnova krajiny a městských parků 	<ul style="list-style-type: none"> • Nezájem místních obyvatel o kulturní a přírodní památky • Pokles návštěvnosti v souvislosti se snížením příspěvků na komplexní lázeňskou péči • Finanční situace současné generace nedovolí většině, tuto dlouhodobou a finančně náročnou léčbu absolvovat • Nová generace volí raději krátké dovolené do exotických krajin • Xenofobní přístup místních obyvatel k zahraničním hostům
--	--

Jedním z největších nedostatků je dle mého názoru absence možnosti využití bezplatného internetu na pokojích hotelů, což by v dnešní době počítačů mělo být samozřejmostí ve všech lázeňských hotelech. Dle nabídky firem poskytujících internet by odstranění tohoto nedostatku stálo zhruba 30 000-50 000 Kč měsíčně dle připojení plus náklady na počáteční instalaci, které mohou dosáhnout až 300 000 Kč. Na tento problém by se měla společnost zaměřit, pokud si chce udržet a zároveň přilákat klientelu mladší generace. Další inovací, které se společnost musí věnovat, a která by měla přilákat zvýšený zájem o léčebné pobyty ve Františkových Lázních je dobudování balneoprovozů na jednotlivých lázeňských hotelech, pro maximální péči a pohodlí lázeňských klientů. Cílem společnosti Lázně Františkovy Lázně a.s. by mělo být dynamicky se rozvíjet, „neusnout na vavřínech“ a reagovat na ekonomické změny ve světě, při zachování tradičních léčebných postupů poskytování lázeňské péče.

2.5. Budoucí vývoj společnosti

V důsledku ekonomické krize a stále se zvyšujících cen a poplatků se každoročně snižuje počet hostů. Cílem společnosti je minimálně, aby udrželi stávající počet klientů jako dnes. Maximálním cílem je tento počet v příštích letech ještě zvýšit. V důsledku toho společnost inovuje poskytované léčebné služby, nabídky krátkodobých pobytů, wellness pobytů, kongresové služby. Pro příští rok 2013 společnost chystá zavést systém neomezeného bezplatného vstupu do Aquafora pro každého klienta (komplexní léčba) společnosti Lázně Františkovy Lázně a.s., zatímco nyní mohli tohoto neomezeného vstupu využívat pouze hosté lázeňského hotelu Pawlik (dependance Isis). Toto rozšíření nabídky by mělo přilákat nové klienty, včetně rodin s dětmi. Zodpovědní zaměstnanci se pečlivě věnují nejen vyhodnocení anketních lístků, ale v rámci inovací a zdokonalení služeb se snaží odstranit nedostatky, na které klienti společnosti upozornili právě v anketních lístkách.

3. Závěr

Lázeňství patří mezi obory, jejichž základy od samého počátku stojí na důsledné a kvalitní péči o zákazníka. V České republice je lázeňství nedílnou součástí zdravotního systému a má pro Českou republiku i pro daný region obrovské přínosy. Ve Františkových Lázních i v daném regionu se stále rozšiřuje a zlepšuje materiálně technická základna, roste produktivita práce a vznikají zde i další komerční aktivity.

Ve své bakalářské práci se zabývám lázeňstvím ve Františkových Lázních, konkrétně společností Lázně Františkova Lázně a.s. Informace jsem získával z odborné literatury, z odborných časopisů o lázeňství, z interních informací společnosti Lázně Františkova Lázně a.s., z Lázeňských listů, které vydává společnost každý měsíc pro své klienty, z propagačních materiálů, letáků a ceníků. Spoustu cenných informací mi také poskytl zaměstnanec uvedené společnosti.

Cílem mé bakalářské práce, kromě analýzy a zhodnocení současného stavu lázeňství ve Františkových lázních, byla i snaha o to, poukázat na Františkova Lázně, které i když jsou nejmenším městem západočeského trojúhelníku, jsou velkými lázněmi, kam ročně zavítá více než 30 000 hostů. Ti se sem jezdí léčit především s gynekologickými a kardiologickými potížemi, s nemocemi pohybového aparátu, ale také hosté, kteří si do lázní přijedou jen odpočinout. Dále jsem chtěl přiblížit společnost Lázně Františkova Lázně a.s., která je největší lázeňskou společností v České republice s kapacitou přes 2000 lůžek, jako dynamickou firmu, která rychle reaguje na změny v poptávce a která se svým individuálním přístupem ke každému klientovi se snaží o maximální spokojenost, pohodlí a úspěšnou léčbu především.

V praktické části jsou zpracovány a vyhodnoceny anketní lístky za rok 2011, které byly sbírány v jednotlivých lázeňských zařízeních a hotelech. Je samozřejmé, že čím více anketních lístků je od klientů vybráno, tím více podnětů vedení společnosti získá ke zlepšení a zkvalitnění svých služeb. Klienti pomocí těchto lístků vyjadřují spokojenost či nespokojenost s poskytovanými službami, píší své připomínky, nové nápady a doporučení. Společnost pak může na tyto připomínky reagovat a udělat tak vše pro maximální spokojenost klienta. V roce 2011 bylo vybráno 6450 anketních lístků v 8 lázeňských zařízeních, což je zhruba dvakrát více, nežli v roce 2008. Popularita těchto lístků mezi klienty každým rokem roste.

Z celkového vyhodnocení anketních lístků je patrné, že hosté Františkových Lázní jsou s pobytem spokojeni. O hosty se zaměstnanci společnosti Lázně Františkovy Lázně a.s. starají pečlivě a zodpovědně, což je také důvodem, že velká část těch, co přijedou do lázní poprvé, se v příštích letech vrací. To je cílem této společnosti a zároveň jejím největším oceněním, zároveň zárukou, že služby, které poskytuje, jsou na vysoké úrovni. Pozitivně se staví ke všem připomínkám, podnětům i stížnostem ze strany klientů, chápe je jako nástroj jak být nejlepší. Podněty upozorňující na nedostatky mimo společnost, předávají dalším podnikatelským subjektům ve městě včetně Městského úřadu a spolu s nimi se je pokouší řešit.

Z vlastních zkušeností a z rozhovorů s klienty se rovněž domnívám, že lázeňská péče ve Františkových Lázních je kvalitní, hosté odjíždějí většinou v daleko lepší kondici, než přijeli, jsou odpočatí a spokojenější, zdravější. Tento fakt je výsledkem nejen místních přírodních léčivých zdrojů, ale také výsledkem svědomité a pečlivé práce a snahy všech zaměstnanců společnosti Lázně Františkovy Lázně a.s., kteří se o klienty starají během celého jejich pobytu v lázních.

Františkovy Lázně mají ohromný dar místních přírodních léčivých zdrojů. Společnost Lázně Františkovy a.s. musí neustále dělat vše pro to, aby je i nadále využívala k maximální spokojenosti svých klientů, dále se musí snažit o neustálé zdokonalování, rozšiřování a inovaci poskytovaných služeb, aby do lázní přijíždělo každoročně více hostů, ať už do lázní přijedou na komplexní léčebné pobyty, wellness, relaxaci či beauty pobyty nebo si jen tak odpočinout a oddychnout od starostí běžného každodenního života, užít si zde dovolenou. Snažit se o to, aby klientela byla věkově různorodá a do lázní začalo jezdit více lidí střední generace, rodin s dětmi a k tomu pro ně vytvořit odpovídající a zajímavé zázemí a možnosti.

4. Seznam tabulek:

Tabulka č. 1 : Tabulka počtů klientů za roky 2009-2012 rozdělených na tuzemskou a zahraniční klientelu.....	23
Tabulka č. 2 : Tabulka počtu odevzdaných anketních lístků, v jednotlivých lázeňských domech.....	25
Tabulka č. 3: Počet odevzdaných anketních lístků a procentuální podíl odpovědí na otázku, jak se klienti dozvěděli o společnosti Lázně Františkovy Lázně a.s.	26
Tabulka č. 4 : Počet odevzdaných anketních lístků a procentuální podíl odpovědí na otázku, jakým způsobem klienti přicestovali (2011).	27
Tabulka č. 5 : Procentuální podíl odpovědí na otázku, jakým způsobem klienti přicestovali v roce 2008.	28
Tabulka č. 6 : Počet anketních lístků a procentuální podíl odpovědí na otázku, zda se klienti vrátí do Františkových Lázní do společnosti Lázně Františkovy Lázně a.s.	28
Tabulka č. 7 : Počet anketních lístků a procentuální podíl odpovědí, zda klienti společnosti Lázně Františkovy Lázně a.s. doporučí společnost dále?.....	29

5. Seznam grafů:

Graf č. 1 : Poměr mezi odevzdanými dotazníky dle spokojenosti klienta (otázka č. 4 : Jste spokojeni s kvalitou poskytovaných služeb?).....	31
Graf č. 2 : Poměr odevzdaných dotazníků dle rozhodnutí příjezdu do lázní (otázka č. 5 : Přijet do Františkových Lázní jste se rozhodl/a sám?).....	32
Graf č. 3 : Poměr odevzdaných dotazníků dle formy úhrady ceny pobytu (otázka č. 6 : Forma úhrady ceny pobytu).....	33
Graf č. 4 : Poměr odevzdaných dotazníků dle návratnosti klientů do lázní (otázka č. 7 : Chtěl/a byste se někdy do Františkových Lázní vrátit?).....	34
Graf č. 5 : Poměr odevzdaných dotazníků dle typu pobytu (otázka č. 8 : Jaký typ pobytu jste zvolili?).....	35
Graf č. 6 : Poměr odevzdaných dotazníků dle pohlaví (otázka č. 1 : Pohlaví).....	36
Graf č. 7 : Poměr odevzdaných dotazníků dle věku (otázka č. 2: Věk).....	37
Graf č. 8 : Poměr odevzdaných dotazníků dle délky života ve F. L. (otázka č. 4 : Jak dlouho žijete ve Františkových Lázních?).....	38
Graf č. 9 : Poměr odevzdaných dotazníků dle pracovního vztahu (otázka č. 6 : pracovní poměr).....	39
Graf č. 10 : Poměr odevzdaných dotazníků dle možnosti změn v lázeňském městě (otázka č. 7 : Změnil byste ve Vašem městě něco k lepšímu?)	40

6. Seznam použité literatury:

Knihy

ARMSTRONG, Michael, *Řízení lidských zdrojů*. Praha : Grada Publishing, 2007. ISBN 978-80-247-1407-3.

ATTL, Pavel, *České lázeňství na rozcestí*. COT business, 2003. ISSN 1212-4281.

DĚDINA, Jiří, *Management, organizování a ekonomika lázeňství – vybrané kapitoly*, 1. vyd. Praha: Vysoká škola cestovního ruchu, hotelnictví a lázeňství 2004. ISBN 8086592014

DVOŘÁKOVÁ, Zuzana a kol. *Management lidských zdrojů*. Praha : C.H. Beck, 2007. ISBN 978-80-7179-893-4.

JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. *Marketing v cestovním ruchu*. 1. vyd. Praha : Grada, 2009. ISBN 978-80-247-3247-3.

KAJLÍK, Vladimír. *České lázně a lázeňství*, 2. vyd. Praha : MMR ČR 2002. ISBN 978-80-239-9330-1

KOUBEK, Josef. *Řízení lidských zdrojů. Základy moderní personalistiky*. Praha : Management Press, 2009. ISBN 978-80-7261-168-3.

MACEK, Stanislav. *Františkovy Lázně krok za krokem : procházka městem*, 1. vyd. Karlovy Vary : Promenáda 1997. ISBN 808609216X.

MALEČEK, František. *Františkovy Lázně a okolí*, Roztoky u Prahy : Orion 2000. ISBN 80 – 900287 – 2 – 1

SALAMANCZUK, Roman, *Franzensbad : Františkovy Lázně*, 1. vyd. Praha : Kvarta 1991. ISBN – 8090072453

SEIFERTOVÁ, Věra. *Marketing v lázeňském cestovním ruchu*, 1. vyd. Praha : Pragoline 2003. ISBN 80- 86592-00-6.

Publikace

Františkolázeňské listy

Informační a propagační materiály společnosti Lázně Františkovy Lázně a.s.

Interní informace

Výroční zpráva a.s. Lázně Františkovy Lázně a.s. za rok 2011

Interní materiály a informace společnosti Lázně Františkovy Lázně a.s.

Rozhovor s ředitelem léčebné péče MUDr. Robertem Michaličem

Rozhovory s jednotlivými pracovníky

Vnitřní televizní okruh a.s. Lázně Františkovy Lázně

Výroční zpráva a.s. Lázně Františkovy Lázně a.s. za rok 2011

Vzdělávací program společnosti Lázně Františkovy Lázně a.s.

Internetové zdroje

Lázně Františkovy Lázně a.s. [online]. 2012 [cit. 2012-12-05]. Dostupné z:

<<http://www.frantiskovylazne.cz/cs>>

Lazne.net - lázně, lázeňské pobyty, wellness a víkendové pobyty v lázních. [online].

2011 [cit. 2012-12-05]. Dostupné z: <<http://www.lazne.net/>>

Svaz léčebných lázní České republiky. [online]. 2012 [cit. 2012-12-05]. Dostupné z:

<<http://www.lecebne-lazne.cz/cs>>

Ministerstvo pro místní rozvoj ČR. [online]. 2012 [cit. 2012-12-05]. Dostupné z:

<<http://www.mmr.cz>>

Eurostat. [online]. 2011 [cit. 2012-12-05]. Dostupné z:

<http://epp.eurostat.ec.europa.eu/statistics_explained/index.php/Tourism_trends/cs>

7. Přílohy

7.1. Seznam příloh:

Příloha A: Seznam lázeňských míst v České republice

Příloha B: Indikační seznam

Příloha C: Vzor anketního lístku

Příloha D: Dotazníky

Příloha E: Organizační struktura společnosti

Příloha A : Seznam lázeňských míst v České republice

Bechyň	Skalka
Bílina	Slatinice
Bludov	Teplice
Dubí	Teplice nad Bečvou
Františkovy Lázně	Třeboň
Hodonín	Velichovky
Jáchymov	Velké Losiny
Jánské Lázně	
Jeseník	
Karlova Studánka	
Karlovy Vary	
Karviná	
Klimkovice	
Konstantinovy Lázně	
Lázně Bělohrad	
Lázně Bohdaneč	
Lázně Kynžvart	
Lázně Libverda	
Lázně Toušeň	
Lipová – lázně	
Luhačovice	
Mariánské Lázně	
Mšeno – lázně	
Náchod	
Osečná	
Ostrožská Nová Ves	
Poděbrady	
Pozlovice	

Příloha B: Seznam indikačních léčebných skupin

I – Nemoci onkologické

II – Nemoci oběhového ústrojí

III – Nemoci trávicího ústrojí

IV – Poruchy metabolismu

V – Nemoci dýchacího ústrojí

VI – Nemoci nervové

VII – Nemoci pohybového ústrojí

VIII – Nemoci močového ústrojí

IX – Duševní poruchy

X – Nemoci kožní

XI – Nemoci ženské

Příloha C : Vzor anketního lístku společnosti Lázně Františkovy Lázně a.s.



LÁZNĚ FRANTIŠKOVY LÁZNĚ A. S.



DOTAZNÍK



Vážení hosté,

děkujeme Vám, že jste si vybrali jeden z lázeňských hotelů akciové společnosti Lázně Františkovy Lázně. Doufáme, že jste prožili spokojený a příjemný pobyt.

Foskytování prvotřídních služeb je hlavním cílem akciové společnosti Lázně Františkovy Lázně. I proto je pro nás Vaš názor důležitý! Chcete-li nám pomoci zvýšit úroveň poskytovaných služeb tak, aby vyhovovaly Vašim požadavkům, chtěli bychom Vás požádat o vyplnění následujícího dotazníku. Vyplněný dotazník vhodně prosím do schránky, která je připravena v hotelové recepci.

Děkujeme Vám za Vaši podporu a těšíme se na opětovné setkání ve Františkových Lázních!

Ing. Josef Cigánský
generální ředitel akciové společnosti
Lázně Františkovy Lázně



Příloha D : Dotazníky

Dotazník pro hosty Františkových Lázní:

1. Pohlaví
 Muž Žena
2. Věk
 19-34 35-54 nad 54 let
3. Jste ve Františkových Lázních poprvé? Ano Ne (pokud ne, pokolikáté?)

4. Jste spokojen/a s kvalitou poskytovaných služeb? Ano Ne (proč?)

5. Jet do Františkových Lázní jste se rozhodl/a sám?
 Ano Z rozhodnutí lékaře jiný důvod
6. Forma úhrady ceny pobytu:
 Hradím si pobyt sám mám pobyt částečně hrazen komplexně hrazen
7. Chcete se někdy vrátit do lázní (společnosti)?
 Určitě ano ano spíše ne ne
8. Typ pobytu:
 Komplexní lázeňská léčba wellness pobyt jiný typ pobytu

Dotazník pro obyvatele Františkových Lázní:

1. Pohlaví

Muž žena

2. Věk

19-34 35-54 nad 54 let

3. Jak dlouho žijete ve Františkových Lázních?

Do 1 roku 1-5 let 5-10 let 10-15 let nad 15 let

4. Máte výhody z toho, že žijete v lázeňském městě?

Ano (jaké?) _____ ne

5. Má to pro vás nějaké nevýhody žít v lázeňském městě?

Ano (jaké?) _____ ne

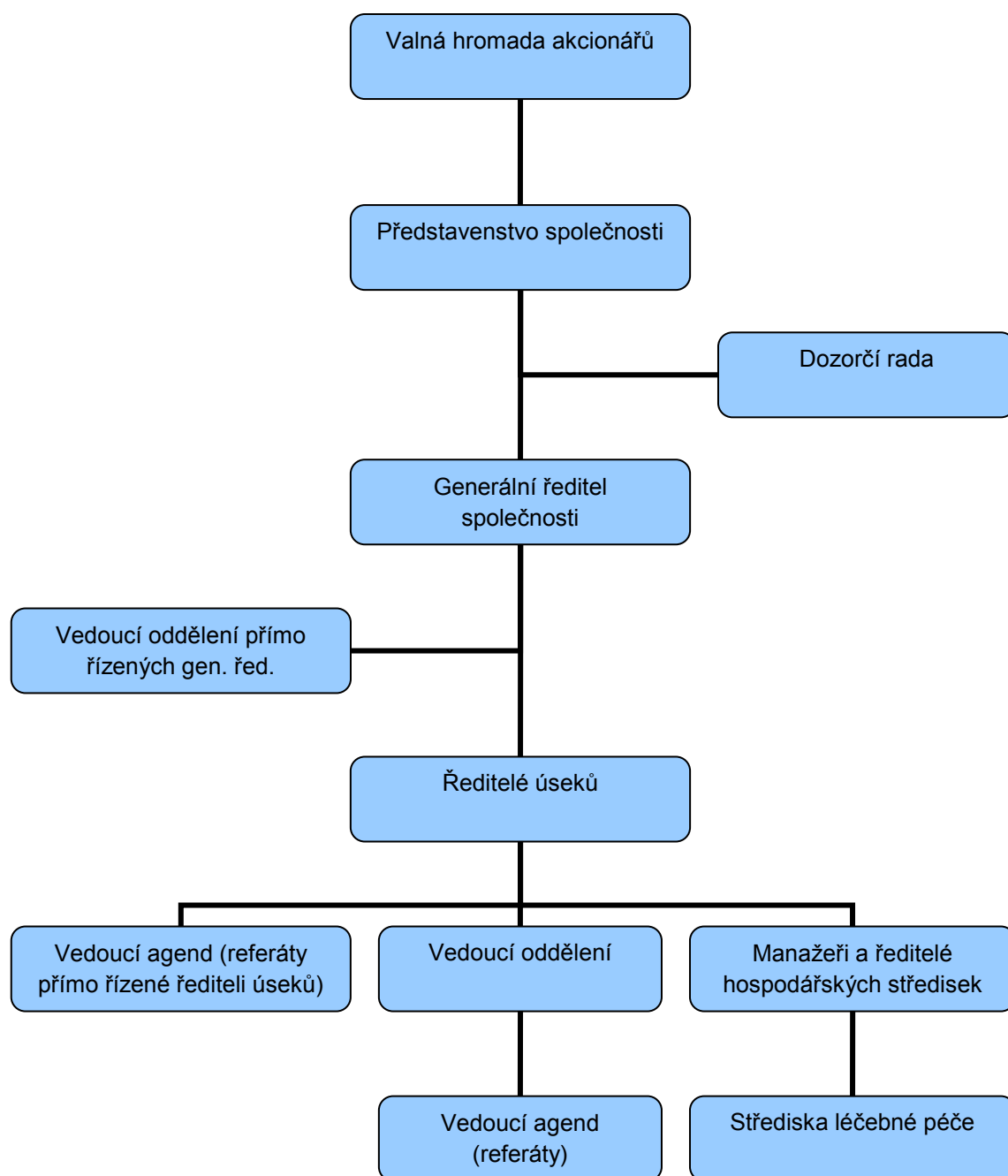
6. Pracovní zařazení

Student zaměstnanec podnikatel důchodce nezaměstnaný

7. Změnil/a byste ve Vašem městě něco k lepšímu?

Ano (co?) _____ ne (proč?) _____

Příloha E : Organizační struktura společnosti Lázně Františkovy Lázně a.s.



Abstrakt (CZ):

ŠIMEČEK, O. *Analýza odvětví lázeňství a jeho vliv na západočeský region*. Bakalářská práce. Plzeň: Fakulta ekonomická ZČU v Plzni, 53s

Klíčová slova: lázeňství, komplexní péče, klient

Předložená práce je zaměřena na zhodnocení situace lázeňství v daném regionu. Zhodnocení daného odvětví v regionu je aplikováno na Františkových lázních, konkrétně pak na společnosti Františkovy Lázně a.s. První část práce se zabývá stručnými informacemi o lázeňství v České republice jako celku, dále si již zabývá lázeňstvím ve Františkových Lázních. Druhá část práce analyzuje vývoj návštěvnosti Františkových Lázní, spokojenost klientů společnosti, ale také spokojenost místních obyvatel s životem v lázeňském městě.

Na základě provedené analýzy budou v závěru definovány silné a slabé stránky společnosti Františkovy Lázně a.s.

Abstract (EN) :

ŠIMEČEK, O. *Analysis of the spa industry and its impact on west-bohemia region.*
Bachelor thesis. Plzeň: Faculty of Economics, ZČU in Plzeň, 53p.

Key words: balneology, complex care, klient

The present thesis is focused on the assessment of the situation spa industry in the region. Evaluation of the balneology in the region is applied to Františkovy Lázně, namely the company Lázně Františkovy Lázně Ltd.

The first part deals with brief information about balneology in the Czech Republic as a whole, as well as spas have engaged in Františkovy Lázně. The second part analyzes the development of visitors to the Františkovy Lázně, client satisfaction society, but also the satisfaction of local residents with life in a spa town. On the basis of the analysis will conclude the definition of the strengths and weaknesses of the company Lázně Františkovy Lázně Ltd.