



Ekonomická
fakulta
Faculty
of Economics

Jihočeská univerzita
v Českých Budějovicích
University of South Bohemia
in České Budějovice

Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích
Ekonomická fakulta
Katedra obchodu a cestovního ruchu

Bakalářská práce

Produkt podniku lázeňských služeb a jeho distribuce

Vypracovala: Zdeňka Formánková
Vedoucí práce: Doc. Ing. Ján Oriška, Ph.D.
České Budějovice 2015

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Zdeňka FORMÁNKOVÁ**
Osobní číslo: **E11259**
Studijní program: **B6208 Ekonomika a management**
Studijní obor: **Obchodní podnikání**
Název tématu: **Produkt podniku lázeňských služeb a jeho distribuce**
Zadávající katedra: **Katedra obchodu a cestovního ruchu**

Z á s a d y p r o v y p r a c o v á n í :

Cíl práce:

Cílem práce je charakteristika a specifikace produktu vybraného podniku lázeňských služeb a návrh možností zdokonalení jeho tvorby a distribuce.

Metodický postup:

1. Studium odborné literatury včetně elektronických zdrojů
2. Zpracování východisek řešení problému bakalářské práce na základě hloubkové rešerše prostudovaných informačních zdrojů
3. Sběr dat v terénu
4. Analýza produktu vybraného podniku lázeňských služeb a jeho distribuce
5. Zpracování návrhu možností zdokonalení tvorby a distribuce produktu vybraného podniku lázeňských služeb

Rámcová osnova:

1. Úvod (zdůvodnění významu řešení práce, cíl práce, materiál, použité metody, struktura práce)
2. Východiska řešení problému zpracované na základě hloubkové literární rešerše (podniky lázeňských služeb, obecná charakteristika a specifikace produktů podniků lázeňských služeb, obecné možnosti distribuce produktů podniků lázeňských služeb)
3. Metodika řešení problému
4. Výsledky řešení problému (charakteristika vybraného podniku lázeňských služeb, analýza produktu a distribuce vybraného podniku lázeňských služeb, návrh možností zdokonalení tvorby a distribuce produktu vybraného podniku lázeňských služeb)
5. Závěr
6. Seznam použitých zdrojů
7. Seznam příloh
8. Přílohy

Rozsah grafických prací: dle potřeby
Rozsah pracovní zprávy: 40 - 50 stran
Forma zpracování bakalářské práce: tištěná

Seznam odborné literatury:

- ELIÁŠOVÁ, D. *Kúpeľníctvo*. Bratislava: Ekonóm, 2003. ISBN 80-225-1687-2.nl
GÚČIK, M. a kol. *Marketing cestovného ruchu*. Knižnica cestovného ruchu 17. Banská Bystrica: Slovak - Swiss Tourism, 2011. ISBN 80-10-00360-3.
HORNER, S. a J. SWARBROOKE. *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času - aplikovaný marketing služeb*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2003. ISBN 80-247-0202-9.
KNOP, K. a kol. *Lázeňství - ekonomika a management*. Praha: Grada Publishing, 1999.
ORIEŠKA, J. *Služby v cestovním ruchu*. Praha: Idea Servis, 2010. ISBN 1866-086-10.
SEIFERTO VÁ, V. *Marketing v lázeňském cestovním ruchu*. Praha: Vysoká škola cestovního ruchu, hotelnictví a lázeňství, 2003. ISBN 80-86592-00-6.

Vedoucí bakalářské práce: doc. Ing. Ján Oriška, Ph.D.
UMB EF BB

Datum zadání bakalářské práce: 11. ledna 2013
Termín odevzdání bakalářské práce: 30. dubna 2014

doc. Ing. Ladislav Rolínek, Ph.D.
děkan

JIHOČESKÁ UNIVERZITA
V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
EKONOMICKÁ FAKULTA
Studentská 13 (26)
370 05 České Budějovice

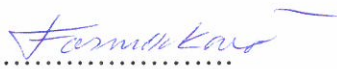
Ing. Viktor Vojtko, Ph.D.
vedoucí katedry

V Českých Budějovicích dne 6. března 2013

Prohlašuji, že bakalářskou práci na téma „Produkt podniku lázeňských služeb a jeho distribuce“ jsem vypracovala samostatně pouze s použitím pramenů a literatury uvedených v seznamu citované literatury.

Prohlašuji, že v souladu s § 47 zákona č. 111/1998 Sb. v platném znění souhlasím se zveřejněním své bakalářské práce, a to - v nezkrácené podobě, elektronickou cestou ve veřejně přístupné části databáze STAG provozované Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích na jejích internetových stránkách, a to se zachováním mého autorského práva k odevzdanému textu této kvalifikační práce. Souhlasím dále s tím, aby toutéž elektronickou cestou byly v souladu s uvedeným ustanovením zákona č. 111/1998 Sb. zveřejněny posudky školitele a oponentů práce i záznam o průběhu a výsledku obhajoby kvalifikační práce. Rovněž souhlasím s porovnáním textu mé kvalifikační práce s databází kvalifikačních prací Theses.cz provozovanou Národním registrem vysokoškolských kvalifikačních prací a systémem na odhalování plagiátů.

V Českých Budějovicích15. 4. 2015

.....

Zdeňka Formánková

Poděkování

Ráda bych poděkovala doc. Ing. Jánů Oriěškovi, Ph.D. za ochotu, trpělivost, cenné rady a odborné vedení, s kterým mě provázel při tvorbě mé bakalářské práce. Dále bych ráda poděkovala řediteli Lázní Hotel Vráž Ing. Jiřímu Veselému za poskytnutí konzultací a podkladů, bez nichž by tato práce nemohla vzniknout. V neposlední řadě bych ráda poděkovala mé kolegyni Kristýně Bendové za ochotu, pomoc a trpělivost a celé své rodině a přátelům za podporu.

Osnova

1. ÚVOD.....	4
2. VÝCHODISKA ŘEŠENÍ PROBLÉMU ZPRACOVANÉ NA ZÁKLADĚ HLOUBKOVÉ LITERÁRNÍ REŠERŠE.....	5
2.1. Přírodní léčebné lázně v České republice.....	5
2.2. Podniky lázeňských služeb a zvláštnosti jejich činnosti.....	7
2.3. Produkt lázeňského podniku a jeho struktura.....	10
2.3.1. Základní služby.....	11
2.3.2. Doplnkové služby.....	13
2.4. Distribuce produktu podniku lázeňských služeb.....	13
2.4.1. Přímá distribuce.....	14
2.4.2. Nepřímá distribuce.....	15
3. METODIKA ŘEŠENÍ PROBLÉMU.....	16
3.1. Cíl práce.....	16
3.2. Hypotézy.....	16
3.3. Metodický postup.....	16
4. VÝSLEDKY ŘEŠENÍ PROBLÉMU.....	18
4.1. Lokalizace a charakteristika vybraného lázeňského podniku – Lázně Hotel Vráž.....	18
4.2. Indikační seznam Lázní Hotelu Vráž.....	20
4.3. Produkt Lázní Hotelu Vráž a jeho analýza.....	22
4.4.1. Zdravotní a lázeňské služby.....	22
4.4.2. Ubytovací služby.....	22
4.4.3. Stravovací služby.....	31
4.4.4. Ostatní služby.....	32
4.5. Distribuce produktu Lázní Hotel Vráž.....	33

4.6. Řízený rozhovor s ředitelem Lázní Hotelu Vráž.....	34
4.7. Vyhodnocení dotazníkového průzkumu návštěvníků Lázní Hotelu Vráž.....	36
4.8. Shrnutí výsledků analýzy.....	56
4.9. Možnosti zdokonalení produktu a distribuce Lázní Hotelu Vráž.....	56
5. ZÁVĚR.....	59
6. SUMMARY.....	60
7. SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ.....	61
8. SEZNAM OBRÁZKŮ, GRAFŮ A TABULEK.....	64
8.1. Obrázky.....	64
8.2. Grafy.....	64
8.3. Tabulky.....	65
9. SEZNAM PŘÍLOH.....	66
10. PŘÍLOHY.....	67

1. ÚVOD

Lázeňství představuje pro Českou republiku jedno z velice důležitých odvětví zdravotního cestovního ruchu. Je to dáno zejména bohatstvím přírodních léčivých zdrojů, které se na našem území vyskytují a několikasetletou léčebnou tradicí jednotlivých lázeňských míst.

V lázních v posledních letech ubývá pacientů, kteří mají pobyt plně či částečně hrazen zdravotní pojišťovnou. Trendem dnešní hektické doby se stal odpočinek, relaxace a regenerace v lázních. Neustále přibývá samoplátců, kteří využívají služeb lázní, navštěvují je a pobyty si hradí z vlastních zdrojů. Samoplátci, však nebývají v lázních tak dlouho jako pacienti, kterým pobyt hradí plně či částečně zdravotní pojišťovna, což bývá 21 až 28 dní, ale užívají si pobyty kratších. To však silně zasahuje do provozu lázeňských zařízení, kde se lázeňská zařízení setkávají s konkurencí a o své zákazníky mezi sebou musí „bojovat“. Do českých lázní jezdí mnoho cizinců, které je těžké získat, protože vyžadují vysoký standart ubytovacích, stravovacích, zdravotních i doplňkových služeb. Proto mnoho lázeňských zařízení investuje do modernizace lázní a výstavby nových objektů.

V této bakalářské práci shrnu poznatky o přírodních léčebných lázních v České republice, o podnicích lázeňských služeb a zvlátnostech jejich činnosti, dále se budu zajímat o produkt lázeňského podniku a jeho strukturu, tedy o základní a doplňkové služby, dále o distribuci podniku lázeňských služeb. V další zkoumané části charakterizuji vybraný podnik lázeňských služeb, zaměřím se na analýzu produktu vybraných lázní a jejich distribuci. Dále na základě řízeného rozhovoru a dotazníkového šetření ověřím hypotézy, které jsem si stanovila, shrnu výsledky analýzy a navrhnou vlastní návrhy na možné zlepšení tvorby, či distribuce produktu.

Pro mou práci, jsem si vybrala Lázně Hotel Vráž, které leží v Jihočeském kraji, necelých 13 km od města Písek.

2. VÝCHODISKA ŘEŠENÍ PROBLÉMU ZPRACOVANÉ NA ZÁKLADĚ

HLOUBKOVÉ LITERÁRNÍ REŠERŠE

V úvodní kapitole bakalářské práce se budu věnovat východiskům řešení problému produktu lázeňského podniku a jeho distribuce na základě studia a hloubkové rešerše dostupných informačních zdrojů. V postupnosti se nejdříve zaměřím na přírodní léčebné lázně v České republice, dále na podniky lázeňských služeb a zvláštnosti jejich činnosti, produkt lázeňského podniku a jeho strukturu, kterou tvoří základní a doplňkové služby a nakonec na přímou a nepřímou distribuci produktu podniku lázeňských služeb.

2.1. Přírodní léčebné lázně v České republice

Česká republika je známá svým lázeňstvím, má hodně lázeňských míst, ve kterých působí podniky lázeňských služeb a jejich lázeňská zařízení.

Přírodním léčivým zdrojem je přirozeně se vyskytující minerální voda, plyn nebo peloid, které mají vlastnost vhodnou pro léčebné využití, a o tomto zdroji je vydáno osvědčení.

Léčivé plyny jsou plyny, které mají vzhledem ke svému složení vědecky prokázané a pro lidské zdraví užitečné účinky a proto jsou využívány pro léčebné účely. Využívají se při injekční léčbě nebo při plynových koupelích.

Přírodní léčivé peloidy jsou látky, které vznikly v přírodě geologickými pochody. Smíchané s vodou se používají k peloidním koupelím nebo zábálům. Podle poměru organických a anorganických látek se člení na rašeliny, slatiny, slatinné zeminy a bahno. Účinky peloidů se projevují hlavně intenzivním působením tepla na organismus, což má význam hlavně při léčbě chorob pohybového ústrojí, gynekologických a kožních chorob (Orieška, 2010).

Příznivé léčebné účinky má také léčivé klima využívané v místech, kde je alespoň 1650 hodin slunečního svitu ročně, rozdíl teplot za měsíc nepřesáhne průměr o 13° C za 24 hodin, vlhkost vzduchu za měsíc nepřesáhne 80 % a spad prachu za měsíc nepřekročí 5g na 1 m². Vhodný je i pobyt ve vysoké nadmořské výšce nebo v jeskyni.

V České republice je celkem 36 lázeňských míst, 64 samostatných lázeňských zařízení, z toho 17 státních zařízení a 47 nestátních zařízení.

Lázeňským místem je místo, v němž je ve specializovaných zařízeních poskytována lázeňská léčebná péče spolu s ubytováním a stravováním, v upraveném prostředí, s využitím přírodních léčivých zdrojů včetně klimatických podmínek. Je to komplex zařízení poskytující lázeňskou léčebnou péči spolu s ubytováním a stravováním s využitím přírodních zdrojů (Čech, 1998). Pásková a Zelenka (2002) diferencují lázně i podle přírodních zdrojů na termální, klimatické a bahenní. V České republice, podobně jako v některých dalších zemích, je statut lázeňského místa (lázní) dán zákonem (zákon č. 164/2001 Sb. o přírodních léčivých zdrojích, zdrojích přírodních minerálních vod, přírodních léčebných lázních a lázeňských místech a o změně některých souvisejících zákonů).

Charakter lázeňské léčby záleží na indikačním zaměření přírodních léčebných lázní, které je publikováno v Indikačním seznamu chorob vhodných pro lázeňskou péči ve vyhlášce Ministerstva zdravotnictví ČR č. 267/2012 Sb. Indikační seznam je zpracován jak pro dospělé (pojištěnce, kteří dovršili 18 a více let) a pro děti a dorost (pojištěnce pod 18 let), viz tabulka 1. Indikační seznam obsahuje více informací a to přehled vyšetření pro vystavení návrhu na lázeňskou péči, číslo a název indikace včetně názvu lázní, ve kterých se daná indikace léčí, doporučenou délku léčebného pobytu, typ lázeňské péče, komentář, kontraindikace (stavy, které nedovolují poskytování možnosti lázeňské léčby) a lázeňské místo.

Tabulka 1: Přehled hlavních indikačních skupin chorob pro dospělé, děti a dorost

Dospělí	Indikační skupina nemocí	Děti a dorost
I.	nemoci onkologické	XXI.
II.	nemoci oběhového ústrojí	XXII.
III.	nemoci ústrojí trávicího	XXIII.
IV.	nemoci z poruch výměny látkové a žláz s vnitřní sekrecí	XXIV.
V.	netuberkulózní nemoci dýchacího ústrojí	XXV.
VI.	nemoci nervové	XXVI.
VII.	nemoci pohybového ústrojí	XXVII.
VIII.	nemoci ústrojí močového	XXVIII.
IX.	duševní poruchy	XXIX.
X.	nemoci kožní	XXX.
XI.	nemoci gynekologické	XXXI.

Zdroj: Indikační seznam chorob: vyhláška č. 267/2012 Sb.

Lázně jsou významnou atraktivitou nejen pro lázeňský a léčebný cestovní ruch, ale také pro kulturně-poznávací a městský cestovní ruch. České lázně jsou známé dlouholetou tradicí a propojením kulturního a společenského života (pobyty významných osobností), vysokou kvalitou péče a léčebných metod, vysokým potenciálem rozvoje do budoucna.

V českém lázeňství se aktivizuje několik organizací - Sdružení lázeňských míst České republiky, Svaz léčebných lázní, Sdružení léčebných lázní a Svaz minerálních vod.

2. 2. Podniky lázeňských služeb a zvláštnosti jejich činnosti

Podnik je soubor hmotných, nehmotných a osobních složek podnikání, náleží k němu práva a majetkové hodnoty, které podnikatel využívá k provozování podniku. Je

to soubor majetkových hodnot patřících podnikateli a majiteli sloužících, resp. majících sloužit k jeho podnikání (Synek a kol., 2006).

Podnik není izolován, ale je obklopen vnějším světem, okolím. Okolím podniku rozumíme vše, co je za pomyslnými hranicemi podniku jako sociálně ekonomického a technického systému a čím víc je podnik ovlivňován a co případně sám může ovlivnit. Okolí podniku ho nutí k určitému způsobu chování, především k volbě určitých cílů a způsobu jejich dosahování. Vliv okolí na podnik je zpravidla velmi silný, zatím co možnost podniku ovlivňovat okolí je spíše omezená. (Synek a kol., 2006)

Lázeňské léčebny či lázeňské domy tzv. balneoterapeutická zařízení jsou určeny pro lázeňské hosty. Slouží pro diagnostické účely, bývá v nich umístěn například elektrokardiograf, rentgen, biochemická laboratoř atd. Součástí jsou šatny, čekárny a prostory pro poskytování jednotlivých procedur. Balneoterapeutická zařízení mohou buď fungovat samostatně, nebo mohou být doplněny o ubytovací a stravovací zařízení. (Orieška, 2010). Účastníci však mohou být ubytováni i v hotelech nebo penzionech a stravu jim mohou poskytovat hostinská zařízení.

Lázeňský podnik je specifický tím, že poskytuje své služby lázeňským hostům. Podle Eliášové (2003) patří mezi specifické znaky lázeňského podniku poskytování zdravotních služeb, lékařských vyšetření a procedur, ubytovacích, stravovacích, kulturně společenských a doplňkových služeb. Poskytování zdravotních služeb je základem lázeňských podniků. Ostatní služby mají podpůrný charakter. Provozování lázeňských podniků je vázané na přírodní podmínky – existence přírodních léčivých zdrojů. Umístění a kapacita podniků lázeňských služeb je ovlivněna přítomností přírodních léčivých zdrojů. Věcné a osobní služby, které jsou součástí lázeňského produktu, mají vysoký podíl živé práce. Značný vliv mají i odborné a osobnostní předpoklady pracovníků lázeňského podniku na kvalitu služeb.

Služby lázeňských podniků se vyznačují svojí komplexností, nejsou poskytovány jednotlivě. Komplexnost lázeňských služeb vyžaduje vybudování vhodné infrastruktury, s čímž je spojena potřeba vyššího podnikatelského kapitálu. Služby musí být navzájem propojeny tak, aby se doplňovaly a navazovaly na sebe.

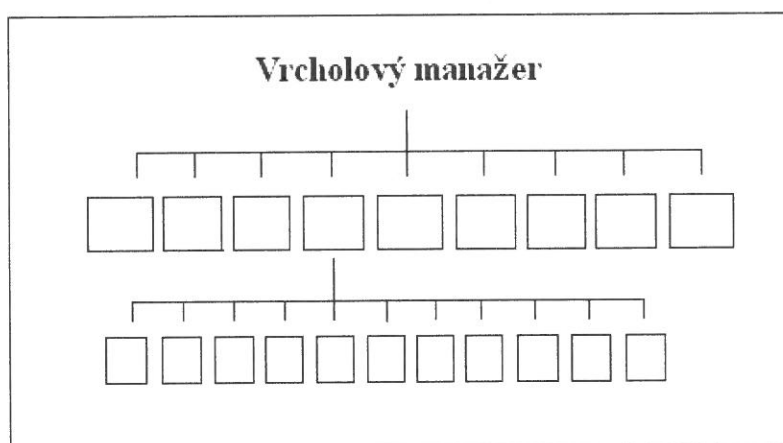
Lázeňská zařízení podléhají neustále novým trendům a poptávce. V nynější době již lázně poskytují i exotické léčebné procedury jako například thajské masáže, kryoterapie (léčba chladem), nordic walking a jiné.

Aby lázeňský podnik dosáhl svých cílů, musí mít vybudovanou dobrou organizační strukturu. Organizační struktura ve schématické podobě představuje organizační vztahy, které jsou uplatňovány v řízení lázeňského podniku. Organizační struktura je dynamický nástroj řízení, podnik podle ní reaguje na změny ve venkovním a vnitřním podnikatelském prostředí.

V řízení lázeňských podniků se využívá horizontální i vertikální organizační struktura.

V horizontální organizační struktuře, viz obrázek 1, má organizace široké rozpětí managementu. Manažeři mají větší zodpovědnost a větší pravomoci. Je zde nízký stupeň delegování povinností a pravomocí. Mezi hlavní výhody patří přenesení pravomocí z vyššího managementu, jednoznačná a jasná taktika a pečlivý výběr schopných zaměstnanců. Mezi nevýhody patří pracovní zatížení a odklad rozhodnutí, ztráta přehledu o povinnostech a mimořádné nároky na kvalitu manažerů.

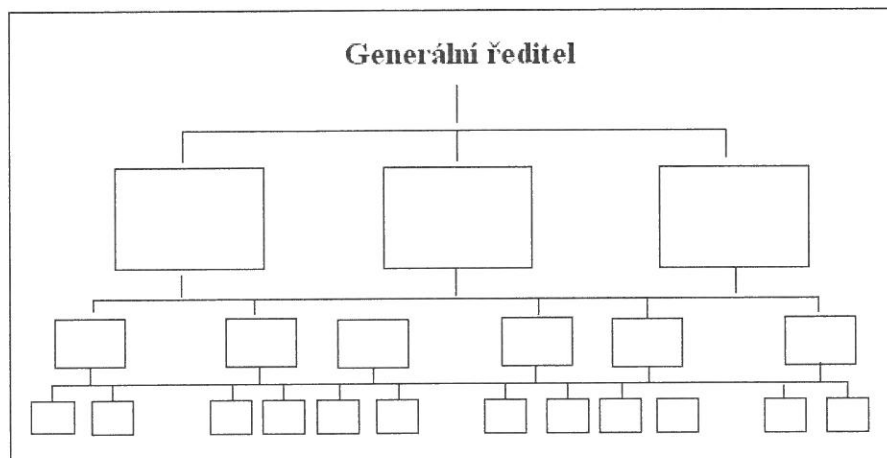
Obrázek 1: Horizontální organizační struktura podniku lázeňských služeb



Zdroj: Eliášová, D. (2003). Kúpeľníctvo. Bratislava: Ekonóm

Ve vertikální organizační struktuře, viz obrázek 2, je úzké rozpětí managementu. Je zde více řídicích úrovní. Mezi výhody patří lepší komunikace vedoucích a podřízených, nevýhodou je velký počet organizačních úrovní a vyšší náklady na řízení.

Obrázek 2: Vertikální organizační struktura podniku lázeňských služeb



Zdroj: Eliášová, D. (2003). Kúpeľníctvo. Bratislava: Ekonóm

V lázeňských podnicích se častěji využívá vertikální organizační struktura, kde na vrcholném stupni řízení je generální ředitel, na druhém stupni je ředitel, který má zodpovědnost za činnost jednotlivých úseků. Každý lázeňský podnik si určuje svoji optimální organizační strukturu podle svých potřeb a zkušeností. Lázeňský podnik může například vytvářet zdravotnický úsek, personální úsek, ekonomický úsek, obchodní úsek atd.

2.3. Produkt lázeňského podniku a jeho struktura

Lázeňské služby jsou poskytovány návštěvníkům lázeňských míst – lázní. Produktem lázeňských zařízení jsou služby základní a doplňkové. Základní služby by na sebe měly navzájem navazovat, aby se docílilo co nejefektivnějšího výsledku lázeňské léčby. Je to zdravotní péče, ubytovací, stravovací a volno časové služby. Doplňkové služby jsou určeny pro uspokojení dalších lázeňských potřeb. Jsou to služby prádelny a čistíren, činnost lázeňských zahradnictví, obchodní služby zaměřené na specifický sortiment lázeňských výrobků, služby s občerstvením, služby cestovních kanceláří, služby místní hromadné dopravy atd. V současné době mnoho podniků zavádí tzv. komerční relaxační, preventivní, ozdravné a rekreační pobyty pro samoplátce ze zahraničí i z tuzemska.

2.3.1. Základní služby

Podle Orišky (2010) mezi základní lázeňské služby patří služby zdravotní, ubytovací, stravovací a kulturně-společenské. Poskytování těchto služeb z časového hlediska musí navazovat tak, aby se vytvořil optimální lázeňský léčebný režim lázeňských hostů, samoplátců (léčí se v čase své dovolené) a pacientů (léčí se v rámci pracovní neschopnosti, na poukaz veřejného vysílatele).

Zdravotní lázeňské služby zahrnují podle Orišky (2010) lékařské prohlídky a vyšetření, které určují průběh lázeňské léčby. Využívají se též fyziatrické úkony (vodoléčba, elektroléčba, magnetoléčba atd.) a léčebný tělocvik. V současné době se v opodstatněných případech kombinuje poskytování těchto úkonů s medikamentózní léčbou a léčebnou výživou.

Host se na začátku svého pobytu musí podrobit vstupní lékařské prohlídce, dále je po celou dobu svého pobytu pod lékařským dohledem a před ukončením léčby se obvykle také podrobuje výstupní lékařské prohlídce. Na základě výstupů z vstupní prohlídky se dále určuje hostův individuální léčebný plán. Léčebné procedury jsou poskytovány na lékařský předpis, který je zapsán v hostově lázeňském průkazu. Druh a množství procedur závisí na zdravotním stavu hosta a indikaci lázní. K léčení může být využívána například pitná léčba, což je léčba pomocí pravidelného, opakovaného pití určitého množství minerálních léčivých vod, dále se využívá vodoléčba a teploléčba, jsou to teplé vanové, bazénové nebo dílčí koupele, po nichž následuje suchý zábal, obklady, skotské stříky nebo cvičení ve vodě. Vdechování léčivých par, plynů a aerosolů se nazývá inhalační léčba, která je též hojně využívána v lázeňství, dále klimatická léčba, především využití vysokohorského klimatu, vliv teploty, pohybu a čistoty vzduchu, atmosférického tlaku, vlhkosti a síly slunečního záření, elektroléčba, zde se využívá proudu střední a vysoké frekvence, využívá se i magnetoléčba a léčebné masáže, které mohou být klasické ruční nebo se při nich mohou využívat speciální přístroje. Léčebných metod je velké množství. V poslední době se zvyšuje poptávka po nových moderních formách léčebných procedur (například exotické thajské masáže, kryoterapie, což je léčba chladem, trénink zdravé chůze tzv. nordik walking a jiné).

Dalšími ze základních služeb jsou ubytovací služby, které jsou významnou součástí lázeňské péče, musí být přizpůsobeny potřebám hostů. Lázeňské pobyty na poukazy veřejného vysílatele trvají tři až čtyři týdny. Na to musí brát v lázeňských

ubytovacích zařízeních zřetel a snažit se splnit přání a požadavky hostů. Hosté bývají ubytováni v jednolůžkových nebo dvou lůžkových pokojích, které jsou vybaveny potřebným nábytkem a předměty, které by měly vytvářet příjemné prostředí a navodit zákazníkovi pocit klidu.

Lázeňští hosté, zejména samoplátci, mohou být ubytováni v lázeňských hotelech, kde je klasická nabídka hotelových služeb rozšířená ještě o aktivity spojené s lázeňským místem, případně na soukromí. V České republice se zatím na ubytování lázeňských hostů neuplatňují hotelové řetězce, jak tomu bývá například v zahraničí, právě v lázeňských centrech.

Dalším ubytovacím zařízením pro hosty lázní jsou lázeňské penziony. Tyto penziony bývají nižší třídy i nižší cenové úrovně než lázeňské hotely.

Mezi základní služby patří i stravovací služby. Hosté se stravují především v lázeňských jídelnách, kde mají po celou dobu pobytu své místo. Stravování je součástí léčebné výživy a slouží k naučení správným stravovacím návykům. V lázeňských stravovacích zařízeních je využíván dietní systém – různé diety podle chorob hostů.

Lázeňské pobyty už nejsou pouze o striktním dodržování diet, ale jde o to, naučit pacienta správným stravovacím návykům. Podle Knopa (1999) stravovací služby by měly plnit úkoly administrativní (předepsání diety lékařem a rozepsání stravy), hospodářsko-sanitární (vybavení jídelen, čistota a kvalita pokrmů), konzumní (servírování, donášky jídla na pokoj nemocným pacientům, výběrové formy stravování atd.) a edukační (poradenská a výchovná činnost dietních sester a lékařů dietologů).

Podle Oriešky (2010) jsou kulturně-společenské a sportovně-rekreační služby organizovány nejen pro hosty, ale i pro ostatní návštěvníky. O průběh se starají animátoři nebo programoví referenti. Tyto služby slouží především k odpočinkové činnosti, odstranění únavy, zkrácení volného času, rekreačně-poznávací činnosti, sportovní činnosti, kulturně-společenské činnosti anebo společensko-zábavní činnosti.

Pobyt v lázních se organizuje v souladu s tzv. léčebným režimem lázeňského hosta, resp. pacienta. Léčebný režim je uspořádání pobytu lázeňského hosta podle zdravotního stavu (aplikace léčebných procedur, stravování, doba spánku, aktivní odpočinek) v lázeňském prostředí, které chrání lázeňské hosty před nepříznivými vlivy okolí. Lázeňský pobyt musí být zajištěn tak, aby v něm převažovaly pozitivní pocity a

zážitky. Léčebný režim se týká účastníků tzv. sanatorních pobytů, které zahrnují všechny základní lázeňské služby, Orieška (2010).

2.3.2. Doplnkové služby

Podle Oriešky (2010) jsou doplňkové služby určeny k uspokojení dalších potřeb lázeňských hostů. Mezi tyto služby patří například služby prádelen a čistíren, činnost lázeňských zahradnictví, léčebná kosmetika s využitím léčebných účinků přírodních léčivých zdrojů, obchodní služby zaměřené na prodej specifického sortimentu výrobků, služby občerstvení, prodej cukrářských výrobků a lahůdek atd.

2.4. Distribuce produktu lázeňských služeb

Podle Gúčika (2011) tvoří distribuce v cestovním ruchu jeden z nejvýznamnějších marketingových nástrojů. Je to soubor operací, kterým se produkt dostává ke spotřebitelům, ve správném množství, čase, ceně a v požadované kvalitě. Podle Clementa (2004) je distribuce série kroků, díky kterým se dostává produkt od výrobce ke spotřebiteli.

Cílem distribuce je dostat produkt ke konečnému spotřebiteli. Distribuce v cestovním ruchu se od distribuce v ostatních odvětvích odlišuje tím, že zákazník daný produkt spotřebovává až v cílovém místě, to znamená, že si produkt nemůže předem vyzkoušet a tak je na prodejci, aby vytvořil produkt, který bude pro spotřebitele dostatečně zajímavý a bude uspokojovat jeho potřeby.

Distribuce v lázeňství se uskutečňuje distribučními kanály, které mohou být přímé nebo nepřímé. Využívá se kombinace těchto dvou distribučních cest. Podle Seifertové (2003) patří rozhodnutí o tom, jakými distribučními cestami se daný lázeňský produkt dostane na trh k zákazníkům, k jednomu z nejdůležitějších a nejvíce ovlivňujících marketingových nástrojů.

Opačným pólem distribuce je dostupnost, je totiž velice důležité dostat lázeňský produkt k zákazníkovi co nejbližší, ale také je nutné mu dát najevo, kde produkt najde a kde o něm získá co nejvíce informací.

2.4.1. Přímá distribuce

Pojem přímá distribuce je podle Gúčika (2011) přímý prodej produktu producentem spotřebiteli, bez zapojení zprostředkovatelů. V lázeňství to je buď přímý prodej individuálním klientů, kteří mají sami zájem jet do lázní, relaxovat tam a využívat lázeňských služeb nebo je to prodej zdravotním pojišťovnám.

Individuální klienti, tzv. samoplátci, si pobyt v lázních platí sami, včetně všech základních i doplňkových služeb. Mohou si vybírat z velkého množství nabízených produktů. Většina lázní nabízí přímo pro samoplátce lázeňské pobyty, které jsou spojené i s konzultacemi s lékařem, regenerační a relaxační pobyty, wellness pobyty, rekondiční pobyty, víkendové pobyty atd.

Zdravotní pojišťovny mohou pacientům hradit pobyt v lázních plně (komplexní lázeňská péče) nebo částečně (příspěvková lázeňská péče).

Komplexní lázeňská péče obvykle navazuje na lůžkovou péči nebo specializovanou ambulantní péči a je zaměřena na doléčení, zabránění vzniku invalidity a nesoběstačnosti nebo na minimalizaci rozsahu invalidity. U účastníků nemocenského pojištění se poskytuje v době jejich dočasné neschopnosti k práci. Pojištěnce předvolá k lázeňské léčebně rehabilitační péči zařízení lázeňské péče.

Příspěvková lázeňská léčebně rehabilitační péče je poskytována především pojištěncům s chronickým onemocněním v případech, kdy jsou splněny podmínky stanovené indikačním seznamem. Hrazenými službami jsou pouze vyšetření a léčení pojištěnce. Tato péče může být poskytnuta jednou za dva roky, nerozhodne-li revizní lékař jinak. Nemoci, u nichž lze lázeňskou léčebně rehabilitační péči poskytnout, indikační předpoklady, odborná kritéria pro poskytnutí lázeňské léčebně rehabilitační péče jednotlivých nemocí, délku léčebného pobytu a indikační zaměření lázeňských míst (indikační seznam pro lázeňskou léčebně rehabilitační péči) stanovuje Ministerstvo zdravotnictví ČR vyhláškou.

Mezi hlavní výhody přímé distribuce patří přímý kontakt a komunikace s návštěvníky a pacienty, účinné zpětné vazby a citlivý přístup k návštěvníkům a pacientům, lepší kontrola zacházení s produktem (zachování kvality) a nižší náklady.

K nevýhodám patří navazování kontaktů s velkým počtem partnerů a problémy při prezentaci produktu (návštěvníci se spoléhají pouze na katalogy, brožury atd.)

2.4.2. Nepřímá distribuce

Podle Seifertové (2003) se do nepřímé distribuce v lázeňství zahrnuje provizní prodej prostřednictvím cestovních kanceláří, prodej prostřednictvím zprostředkovatelů na různých úrovních a prodej firmám, organizacím, různým svazům atd.

Mezi výhody nepřímé distribuce patří přenechání části prodejních úkonů na zprostředkovatele, což pro producenta znamená pokles nákladů, které jsou spojené s distribucí.

K nevýhodám patří ztráta kontroly producenta nad svým produktem, který předává jiným účastníkům distribučního kanálu.

3. METODIKA ŘEŠENÍ PROBLÉMU

3.1 Cíl práce

Cílem mé práce je charakteristika a specifikace produktu vybraného podniku lázeňských služeb a návrh možností zdokonalení jeho tvorby a distribuce.

3.2 Hypotézy

V této kapitole je nutné, stanovit si hypotézy, které následně vyhodnotím a zjistím, zda byly hypotézy pravdivé či nikoliv.

Stanovila jsem celkem tři hypotézy:

[H1] Více než 30 % oslovených respondentů má pobyt hrazen plně zdravotní pojišťovnou.

[H2] Méně než 50 % oslovených respondentů stráví v Lázních Hotelu Vráž alespoň 21 dní.

[H3] Alespoň 50 % oslovených respondentů navštívilo Lázně Hotel Vráž především kvůli odpočinku.

3.3 Metodický postup

Mou bakalářskou práci jsem zpracovala na základě studia a hloubkové rešerše odborné literatury a internetových zdrojů.

Odbornou literaturu, kterou jsem ke své práci potřebovala, jsem získala z Akademické knihovny Jihočeské Univerzity v Českých Budějovicích. Veškeré sekundární zdroje, včetně elektronických, které se zabývají danou problematikou, jsem uvedla v seznamu použité literatury.

Dále jsem věnovala pozornost charakteristice vybraného podniku lázeňských služeb, analýze produktu a distribuci vybraného podniku lázeňských služeb, kde se zabývám zdravotnickými službami, ubytovacími službami, stravovacími službami a doplňkovými službami, které poskytují. V rámci této práce jsem oslovila i výkonného ředitele Lázní Hotelu Vráž ing. Jiřího Veselého a provedla s ním řízený rozhovor. Rozhovor byl zaměřen na Lázně Hotel Vráž, na distribuci produktů a na jejich klienty. Celkem jsem položila 13 otázek.

Poslední metodou, kterou jsem zvolila pro řešení dané problematiky, bylo dotazníkové šetření. Dotazníkové šetření bylo zaměřeno hlavně na návštěvníky Lázní Hotelu Vráž, účelem sestavení dotazníků bylo zjištění spokojenosti s nabízeným produktem, s jeho cenami a kvalitou, dále jsem chtěla zjistit jak je jejich pobyt financován, proč přijeli a jak dlouho v Lázních Hotelu Vráž byli. Dotazování probíhalo od ledna do března 2015, dotazníky byly umístěny přímo na recepci Lázní Hotelu Vráž, kde je návštěvníci vyplňovali a na internetu. Dotazník se skládal z 24 otázek, kde část sloužila k identifikaci účastníků a druhá část byla zaměřena přímo na jejich spokojenost. Jedna otázka byla otevřená, tzn., že účastníci mohli napsat svůj názor na daný produkt, 5 bylo polootevřených, tzn., že jsem účastníkům dala na výběr několik možností, pokud si žádnou z nich nevybrali, zaškrtnli odpověď „Jiné“ a uvedli jejich odpověď, 18 otázek bylo uzavřených, tzn., že účastníci vybírali z navržených odpovědí. Dotazníky jsem poté vyhodnotila v programu Microsoft Excel 2010.

Výsledky jsem poté vyhodnotila a potvrdila či zamítla stanovené hypotézy. Dále jsem udělala návrhy na možné zlepšení tvorby a distribuce produktu Lázní Hotel Vráž.

4. VÝSLEDKY ŘEŠENÍ PROBLÉMU

Součástí této kapitoly je charakteristika vybraného podniku lázeňských služeb, analýza zdravotnických, ubytovacích, stravovacích a doplňkových služeb a jejich distribuce, dále řízený rozhovor, vyhodnocení odpovědí z dotazníkového šetření prováděného směrem k respondentům a také vyhodnocení hypotéz stanovených k této problematice. V závěru kapitoly je shrnutí výsledků analýzy a vlastní návrhy na zdokonalení produktu Lázní Hotelu Vráž.

4.1. Lokalizace a charakteristika vybraného lázeňského podniku - Lázně Hotel Vráž

V severní části okresu Písek se nachází lázeňská obec Vráž. Vráž je obklopena ze všech stran krásnými lesy, leží v nadmořské výšce 418 m a patří se svými rybníky Novovrážským, Společným a Landou povodím k řece Otavě. Obec tvoří jednotlivé části Stará Vráž, Nová Vráž a Jistec. Katastr má výměru 732 ha, z toho je 290 ha polí, 356 ha lesů a 86 ha zastavěné plochy. Počet obyvatel se pohybuje okolo 300. Nejstaršími objekty v obci jsou zámek postavený rodem Lobkowiczů v r. 1875, budova bývalé školy z roku 1866 a kaplička z r. 1877. Kolem obce Vráž se nachází mnoho značených turistických tras. Jedním ze zajímavých míst jsou tzv. jezírka lásky, která se nacházejí asi 2 km od Vráže. Okolí Vráže nabízí mnoho kulturních a historických památek, například hrad Zvíkov nebo zámek Orlík na Orlické přehradě. Do obce Vráž se lze dopravit jak vlakem, tak i autobusem, cesta z Českých Budějovic sem pak trvá okolo jedné hodiny. V obci Vráž nabízí stravovací služby Hostinec „Na Zbrojnici“, který je nově zrekonstruovaný a nabízí jak teplou tak i studenou kuchyni, dále restaurace „U Kohouta“ a Lázně Hotel Vráž. Ubytovat se můžete v Apartmánech Jižní Čechy Vráž u Písku, jde o nově zrekonstruované rodinné apartmány v klidném prostředí, vhodné zvláště pro cykloturistiku nebo v Apartmánu ve škole, tento apartmán je umístěn v budově školy spojené s obecním úřadem v centrální části obce, nedaleko od tohoto apartmánu je autobusová zastávka, pošta, obchod s potravinami a zbožím denní spotřeby, nádraží a Lázně Hotel Vráž, v kterých se také můžete ubytovat. Dále zde můžete využít služby jako je pedikúra či vyjížděky kočárem po okolí. V obci Vráž mají i základní školu a obecní knihovnu.

Lázně Hotel Vráž v jižních Čechách jsou vzdáleny necelých 13 km od města Písek, kde mají svou dlouholetou tradici. Budova zámku, která byla základem pro poskytování lázeňské péče byla postavena v roce 1875 v novogotickém slohu šlechtických rodem Lobkowiczů, tento rod zde měl až do roku 1926 svou letní rezidenci. K zámku se dále přistavovaly léčebné a ubytovací pavilony. Lázně Hotel Vráž jsou umístěny v krásném prostředí, které je obklopeno zelení a kde dominuje anglický park a les, což návštěvníkům poskytuje ideální podmínky pro relaxaci a klid.

Obrázek č. 3: Logo Lázně Hotel Vráž.



Zdroj: Lázně Hotel Vráž 2015

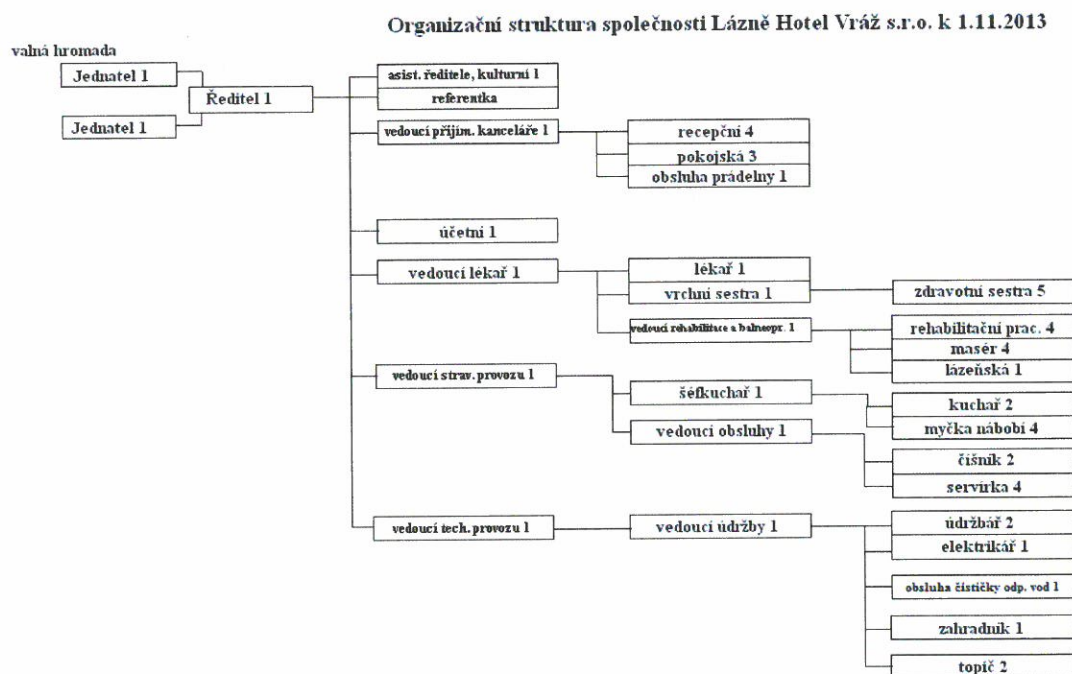
V roce 1926 zámek odkoupil pomocný spolek pro péči a zdraví úředníků a zřízců v Praze. Ten ho, ale po krátké době prodal Nemocenské pojišťovně, která dobudovala areál výstavbou léčebného a ubytovacího pavilonu, dnes známého jako Jubilejní pavilon. Dne 11. ledna 1936, bylo sanatorium slavnostně otevřeno. Velký podíl na vybudování klimatických a rehabilitačních lázní měl profesor Vítek, díky němu sanatorium od počátku své existence poskytovalo pojištěncům širokou a kvalitní nabídku lázeňské péče, se specializací na nervové choroby, poruchy pohybového aparátu a celou řadu onemocnění dýchacích cest.

Společnost má poskytnutý dlouhodobý úvěr ve výši 15.446.868 Kč na pořízení hmotného majetku od Raiffeisenbank a.s., a zároveň jsou ji poskytnuty bezúročné půjčky od společníka. V roce 2013 bylo provedeno refinancování úvěru. Lázně Vráž očekávají v dalším roce zvýšení tržeb oproti minulému roku o 20 %. V roce 2013 byly rekonstruovány pokoje na léčebném pavilonu z důvodu lepší přístupnosti pro hůře pohyblivé pacienty. Základní kapitál společnosti je vyčíslen na 1.995.000 Kč.

Lázně Hotel Vráž využívají vertikální organizační strukturu, kde v čele jsou dva jednatele, těm je podřízený ředitel Lázní Hotelu Vráž, který je nadřízený své asistentce, referentce, vedoucímu přijímací kanceláře, účetní, vedoucímu lékaři, vedoucímu

stravovacího provozu a vedoucímu technického provozu ti jsou dále nadřízeni zbytek personálu, viz obrázek č. 4: Schéma organizační struktury Lázní Hotelu Vráž.

Obrázek č. 4: Schéma organizační struktury Lázní Hotelu Vráž.



Zdroj: Výroční zpráva společnosti Lázně Hotel Vráž s.r.o. za rok 2013

4.2. Indikační seznam Lázní Hotelu Vráž

Lázně Hotel Vráž se zaměřují na léčbu indikačních skupin VI a VII, což jsou nemoci nervové a nemoci pohybového ústrojí. Celý indikační seznam Lázní Hotelu Vráž je v tabulce č. 2.

Tabulka č. 2: Indikační seznam Lázně Hotel Vráž.

VI/2	Polyneuropatie s paretickými projevy.
VI/3	Kořenové syndromy s iritačně-zánikovým syndromem.
VI/7	Roztroušená sklerosa a jiná demyelinizační onemocnění v remisi.
VI/8	Nervosvalová onemocnění primární, sekundární a degenerativní.
VI/9	Syringomyelie s paretickými projevy.
VI/10	Dětská mozková obrna při možnosti samostatné chůze bez výrazných psychických změn, za předpokladu udržení pracovní schopnosti nebo soběstačnosti.
VI/11	Parkinsonova nemoc.
VII/1	Revmatoidní artritida I. až IV. stadia včetně juvenilní artritidy.
VII/2	Bechtěrevova nemoc.
VII/3	Ostatní séronegativní spondartritida.
VII/4	Mimokloubní revmatismus a difúzní onemocnění pojiva.
VII/5	Osteoporóza s komplikacemi a kostní změny, které jsou následkem práce ve stlačeném vzduchu, jako nemoc z povolání.
VII/6	Bolestivé syndromy šlach, šlachových pochev, burz, úponů svalů, kosterních svalů nebo kloubů včetně onemocnění způsobeného účinkem vibrací a dlouhodobého, nadměrného, jednostranného přetěžování jako nemoci z povolání.
VII/7	Koxartroza a gonartroza.
VII/8	Artrózy v ostatních lokalizacích a artropatie.
VII/9	Chronický vertebrogenní algický syndrom funkčního původu.
VII/10	Stavy po ortopedických operacích s použitím kloubní náhrady.
VII/11	Stavy po úrazech pohybového ústrojí a po ortopedických operacích.
VII/12	Stavy po amputacích dolní končetiny, stupeň aktivity 1 až 4, kdy je pojištěnec vybaven protézou.

Zdroj: Výroční zpráva Lázně Hotel Vráž (2013).

4.3. Produkt Lázní Hotelu Vráž a jeho analýza

V této subkapitole se budu zabývat analýzou zdravotních a lázeňských služeb, dále analýzou ubytovacích, stravovacích a ostatních služeb.

4.4.1. Zdravotní a lázeňské služby

Lázně Hotel Vráž nabízí mnoho produktů pro samoplátce i pro pacienty, kterým pobyt plně, či částečně hradí zdravotní pojišťovna. V tabulce č. 3 je vidět, jak se vyvíjel počet přijatých pacientů, ošetrovacích dnů, průměrný počet dnů pobytu, celkové počty přijatých pacientů a celkové počty ošetřených pacientů v letech 2012 a 2013. Počty jsou zde rozděleny podle skupin v indikačním seznamu, podle pojišťovny a podle formy úhrady, zda byla lázeňská péče hrazena kompletně, či příspěvkově.

Z tabulky č. 3 je patrné, že v roce 2013 byl zaznamenán velký úbytek přijatých pacientů, s kterým samozřejmě souvisí i úbytek ošetřovaných dnů v tomto roce.

Tabulka č. 3: Srovnání počtu přijatých pacientů a ošetrovacích dnů v letech 2012 a 2013.

Indikační skupina	Název	KLP				PLP			
		VZP		Ostatní poj.		VZP		Ostatní poj.	
		2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013
VI	Počet přijatých pacientů	346	147	466	154	49	37	47	52
	Počet ošetrovacích dnů	7924	3132	11027	3545	1017	703	976	1022
	Průměrný počet dnů pobytu	22,9	21,3	23,7	23	20,8	19	20,8	19,7
VII	Počet přijatých pacientů	87	89	81	49	21	16	11	7
	Počet ošetrovacích dnů	2510	1948	2270	1035	441	316	231	143
	Průměrný počet dnů pobytu	28,9	21,9	28	21,1	21	19,8	21	20,4
Celkový počet přijatých pacientů		433	236	547	203	70	53	58	59
Celkový počet ošetrovacích dnů		10434	5080	13297	4580	1458	1019	1207	1165

Zdroj: Vlastní zpracování z interních zdrojů Lázní Vráž 2015.

Pacienti, kterým pobyt částečně, či kompletně platí zdravotní pojišťovna, využívají odborná lékařská vyšetření, ty mohou být buď vstupní, nebo kontrolní a výstupní. U vstupního vyšetření si lékař prostuduje dokumentaci, zjistí anamnézu, vyšetří pacienta a vypracuje komplexní léčebný plán. U kontrolního vyšetření jde o průběžné zhodnocení efektu léčby a stanoví se další strategie léčby. Při výstupním vyšetření lékař vyšetří pacienta a srovná jeho stav s předchozím stavem, popřípadě navrhne doplňující vyšetření, či provedení další léčby. Hosté i pacienti mohou využít i odborných konzultací, kde jim lékař doporučí vhodné procedury a poučí je o preventivním režimu.

V Lázních Hotelu Vráž můžete využít celou řadu peloidních procedur např. rašelinové obklady a zábaly, rašelinovou masku nebo rašelinovou koupel. U rašelinových obkladů a zábalů jsou z rašeliny odstraněny hrubé příměsi, rašelina se zahřeje na příjemných 42°C a aplikuje se přímo na příslušnou část těla. Tímto se docílí uvolnění svalového napětí, prokrví se tkáň a uvolní se bolest. Kromě toho se kůži vstřebávají minerální látky. Tyto obklady a zábaly jsou výborné na všechna onemocnění hybného aparátu, například při artritidě, artróze atd. U rašelinové masky, se tato maska nanáší přímo na obličej a díky kyselině humidové a rostlinným enzymům je dosahováno bakteriostatického efektu. Jemné částičky rašeliny působí na kůži jako peeling. Poslední peloidní procedura, kterou Lázně Hotel Vráž nabízí je rašelinová koupel, ta má výborný vliv na onemocnění pohybového aparátu, přináší úlevu od bolesti, zlepšuje ekzémy, akné a kožní záněty, také působí proti stresu a regeneruje organismus. Je vhodné ji kombinovat společně s bahenní pleťovou maskou.

Další poskytovanou léčebnou procedurou je hydroterapie neboli vodoléčba. Můžete vyzkoušet např. perličkovou koupel, vířivou koupel, léčebnou koupel s přísadou, léčebnou koupel bylinnou nebo střídavou nožní koupel tzv. Kneippova lázeň. U perličkové koupele, je vzduch vháněn do vody za pomoci kompresoru, to způsobuje jemné taktilní dráždění s následným zklidněním a celkovou relaxací. Perličková koupel podporuje srdeční činnost, upravuje krevní oběh, zlepšuje dýchání, pomáhá předcházet bolestem zad, páteře a kloubů a pozitivně působí proti stresu. U vířivé koupele, je využíváno tepla a silného mechanického dráždění, které je způsobeno vířící vodou. Tato procedura pomáhá při problémech s pohybovým ústrojím a při neurologických onemocněních. Léčebná koupel s přísadou je jednou z dalších nabízených procedur, do vody jsou zde přidávány přísady jako například jód, silfan nebo rašelina a společně

s teplou vodou je tato koupel výborná na nemoci nervové soustavy, uvolňuje a prohřívá svalstvo a příznivě působí na kůži. Podobná je i léčebná koupel bylinná, kde jsou do vody přidávány různé směsi bylin dle přání klienta. Poslední nabízenou procedurou je střídavá nožní koupel tzv. Kneippova lázeň, jedná se o čtyři vedle sebe umístěné vaničky, které jsou naplněny vodou, v první vaničce je voda o teplotě 40-45°C, v druhé 10-16°C, v třetí 40-45°C a ve čtvrté 10-16°C. Pacient vstoupí napřed do teplé vody, kde je asi 1-2 minuty a poté přestoupí do vody studené kde je 30-60 vteřin, poté jde pacient do teplé vody na 1-2 minuty a poté opět do studené na 30-60 vteřin, tento proces se 2x opakuje, tato lázeň má příznivé účinky na krevní oběh a žilní nedostatečnost.

Termoterapie je léčba teplem či chladem, v Lázních Hotelu Vráž poskytují parní bylinnou lázeň Baobab, parafínové rukavice a kryoterapii. Parní bylinná koupel je celkově relaxační procedura. Teplota uvnitř lázně dosahuje teploty do 40°C s maximální vlhkostí. Pacient, či host si lehne do parního boxu, kde dochází k napařování celého těla mimo hlavy, využitím bylinek nebo éterických olejů dochází k prohřátí celého těla. Tato procedura má příznivý vliv na obličejové dutiny, plíce a průdušky. Parafínové rukavice, zde je využíváno uvolňování tepla tuhnutím parafínu. Poslední z termoterapeutických procedur je kryoterapie, zde se využívá kryosáčeků, které jsou ochlazeny na -12 až -15°C, ty se přikládají na postižené oblasti a poté je chlad vystřídán mohutným prokrvením, to napomáhá např. k zužování cév.

Další z léčebných procedur, které Lázně Hotel Vráž poskytují, jsou rehabilitace. Host, či pacient se může zúčastnit individuálního nebo skupinového rehabilitačního cvičení, dále individuálního či skupinového rehabilitačního léčebného cvičení v bazénu, skupinového cvičení Staby, skupinového cvičení na míčích, nordic walkingu, mechanoterapie motomed či kolenní motodlahy. Individuální rehabilitační léčebné cvičení se odehrává pod vedením kvalifikované fyzioterapeutky či fyzioterapeuta. Při skupinové rehabilitaci společně cvičí skupinka asi 8 lidí s podobnými zdravotními problémy. U individuálního, či skupinového rehabilitačního léčebného cvičení v bazénu se jedná o cvičení pacientů, kteří se obtížně pohybují, je zde využíváno fyzikálních vlastností vody a tepla. Cviky jsou zaměřeny na pohyby, které je obtížné provést na souši. Při tomto cvičení je využíváno např. gumových míčů, malých míčků či plovacích desek. Rehabilitovat se zde mohou i pacienti s Parkinsonovou chorobou, pro které je zde připravena léčebná procedura skupinové cvičení pro pacienty s Parkinsonovou chorobou, tato cvičení jsou zaměřena přímo na problémy související

s touto chorobou a pacienti jsou pod vedením kvalifikovaného fyzioterapeuta/tky. Cvičení Staby je cvičení s vibrační tyčí o délce 1,5 m. Nordic walking je chůze se speciálními hůlkami, při níž se aktivně zapojí 90 % svalů. Mechanoterapie motomed, je přístroj na aktivní a pasivní procvičení dolních končetin nebo kolenní motodlaha, to je přístroj pro rozcvičení nosných kloubů po operacích kloubní náhrady.

Často využívanou a oblíbenou léčebnou procedurou jsou masáže, Lázně Hotel Vráž nabízí široký výběr masáží. Vybrat si můžete z aromaterapeutické masáže, baňkování, Breusserovy masáže, Dornovy metody, havajské masáže Lomi Lomi, klasické masáže, přístrojové lymfodrenáže, manuální lymfodrenáže, masáže lávovými kameny, medové masáže, obličejové masáže, podvodní masáže, reflexní masáže, rolleticu, masáže Shiatsu, thajské masáže nebo vibrační masáže. aromaterapeutická masáž je s použitím přírodních esenciálních olejů terapeutickým ošetřením mysli a těla. Aromaterapeutické masáže a jejich účinky jsou známy již tisíce let. Tyto masáže Vás zbaví únavy a napětí, podporují imunitní systém a aktivují a stabilizují psychiku. Mají pozitivní vliv na lymfatický systém, pomáhají tělu vylučovat kyselinu mléčnou a další chemické odpadní látky. Baňkovací masáž, baňkování je starobylá čínská technika známá více než pět tisíc let. Při této masáži se z těla odplavují nežádoucí nečistoty, pročišťuje se krev a zlepšuje se krevní oběh. Zároveň tato masáž uvolňuje ztuhlé svaly. Breussova masáž, při níž se masíruje přímo páteř a její vzpřimovače a povrchové svaly, je vhodná před aplikací Dornovy metody. Dornova metoda je terapie, jejímž cílem je vrátit klouby a obratle do správných poloh využitím přirozených pohybů za aktivní pomoci pacienta či hosta. Havajská masáž Lomi Lomi, při níž jsou využívány nejen prsty a dlaně, ale i celé předloktí, tato masáž odstraňuje stres a napětí, zvyšuje pohybové schopnosti a stimuluje krevní oběh. Dále klasická masáž, to je ruční masáž prováděná masážními oleji nebo emulzemi, jedná se o působení hmatů na jednotlivé svalové skupiny, má příznivé účinky na rozšiřování cév, prokrvení tkání a uvolňování škodlivých látek. Přístrojová lymfodrenáž pomáhá zvýšit průtok lymfy a odstraňuje negativní jevy v žilním a lymfatickém systému, je vhodná především pro ženy, protože odstraňuje celulitidu a tukové polštářky, zpevňuje postavu a zlepšuje vzhled pokožky. Manuální lymfodrenáž za pomoci cílených tlaků aktivuje lymfu a tím se dosáhne odplavení škodlivin pryč z těla. Masáž lávovými kameny, při této masáži je využíváno lávových kamenů, které se nahřívají a napomáhají k úplnému uvolnění a relaxaci. Medová masáž je zaměřena především proti stárnutí a je hojně využívána při jarních

očistných kúrách. Obličejová masáž pleť krásně zpevní, vyhladí a prokrví, používají se při ní vonné oleje. Podvodní masáž, je masáž pomocí proudu vody z masážní trysky, prohřívá tkáň, napomáhá svalové relaxaci a zlepšuje pohyblivost kloubů. Reflexní masáž, při této masáži se nepoužívají žádné oleje ani emulze, masíruje se na sucho, tato masáž respektuje uspořádání nervové soustavy. Rolletic je přístroj na masírování, dokonale tvaruje postavu, odstraňuje celulitidu a vypíná pokožku, masáž Shiatsu je Japonská masáž pro usměrnění a harmonizaci životní energie, je výborná proti stresu, thajská masáž je založena na předpokladu, že špatný fyzický i psychický stav pacienta či hosta je způsoben blokadami kanálů, kterými v těle proudí energie, masáž dodává energii, odstraňuje bolest svalů, příznivě působí na nervové ústrojí, stimuluje krevní oběh a lymfatický oběh a poslední vibrační masáž chodidel, tato masáž je prováděna pomocí speciálního vibračního přístroje, který prohřívá tkáň, napomáhá svalové relaxaci a zlepšuje pohyblivost kloubů.

Další z nabízených léčebných procedur v Lázních Hotelu Vráž je elektroléčba spojená s terapií CO₂. Vybrat si zde můžete z více druhů elektroléčby a to z nízko a středně frekvenční léčby, magnetoterapie, ultrazvuku, krátkovlnné diatermie, suché uhličitě koupele nebo z plynové injekce tzv. insulface CO₂. Nízko a středně frekvenční léčba, tato léčba snižuje bolest a uvolňuje svalové napětí. Magnetoterapie tato terapie patří k oblíbeným a velmi známým metodám léčení, léčba magnety příznivě působí proti bolesti, zlepšuje prokrvení a výživu tkání, urychluje hojení po zlomeninách a má relaxační efekt. Ultrazvuk neboli léčba ozvučením s následnou mikromasáží a prohřátím tkáň, léčebný účinek spočívá v přeměně vysokofrekvenčního proudu na energii mechanickou a tepelnou. Tato lázeňská procedura je vhodná pro léčbu onemocnění kloubů, svalů a pro onemocnění kůže jako je například zjizvení. Krátkovlnná diatermie je terapie vysokofrekvenčním polem, které je přeměňováno na teplo bez tepelné zátěže povrchových vrstev, hloubkové prohřátí způsobí rozšíření cév,lepší jejich prokrvení a látkovou výměnu, pozitivně působí na pohybovou soustavu a onemocnění dýchacího a zažívacího aparátu. Suchá uhličitá koupel, při této proceduře je pacient či host uzavřen do speciálního plastového vaku (mimo hlavu) přibližně na 45 minut, který je plný oxidu uhličitého (CO₂). Suchá uhličitá koupel působí především na rozšíření cév až po vlasečnice, zvýší obsah kyslíku v krvi a tím zvýší dodávku kyslíku do všech tkání. Plynové injekce tzv. insulface CO₂ do podkoží. Jde o aplikaci plynových injekcí, které

působí lokálně na bolestivých místech těla. Plyn se aplikuje injekční jehlou, která je pomocí dávkovače hadičkou spojena s tlakovou nádobou s CO₂.

Ostatní procedury, které Lázně Hotel Vráž nabízí, jsou například floating, čokoládový zábal, medový zábal, skořicový zábal, konopný zábal, kyslíková terapie, sauna či fitness. Floating je beztlížné plavání, jde o dokonalou simulaci prostředí Mrtvého moře. Čokoládové zábaly, zde jde o potírání horkou čokoládou, což má pozitivní vliv na regeneraci pokožky uvolnění a relaxaci, čokoláda obsahuje antioxidanty, které zabraňují stárnutí pleti. Dále medový detoxikační zábal to je jedna z nejlepších procedur zaměřená na detoxikaci organismu, med obsahuje velké množství živin a vitamínů a tak napomáhá vyživit a posílit organismus. Skořicový zábal, jde o zahřívací zábal na hýždě, boky a stehna, příznivě působí proti celulitidě, vypíná pokožku a zlepšuje buněčný metabolismus. Konopný zábal je zábal, který výrazně redukuje ochablé kontury, zjemňuje a viditelně omlazuje pokožku. Kyslíková terapie, tato terapie spočívá v přidýchávání kyslíku, je vhodná pro posílení imunitního systému a kondice. Dále mohou hosté či pacienti Lázní Hotelu Vráž využít saunu či fitness.

V Lázních Hotel Vráž mohou hosté využít relaxačních pobytů, které pro ně již sestaveny společně se zdravotními službami, ubytovacími a stravovacími službami.

V tabulce č. 4 je přehled víkendových pobytů, které jsou zde nabízeny a služeb, které tyto pobyty obsahují.

Tabulka č. 4: Přehled víkendových pobytů a jejich služeb

Víkendové pobyty	Zdravotní služby	Ubytovací služby	Stravovací služby
Všední dny v lázních pro muže i ženy	relaxační bylinná koupel, nebo přísadová pivní koupel, zábal, 2 x masáže, 2 vstupy do bazénu	3 noci	polopenze, snídaně formou švédských stolů, večere výběr ze čtyř menu
Relaxační víkend na zámku	vířivá koupel, zábal, relaxační bylinná koupel, masáž	2 noci na zámku	polopenze, snídaně formou švédských stolů, večere výběr ze čtyř menu
Relaxační víkend v Jubilejním pavilonu	vířivá koupel, zábal, relaxační bylinná koupel, masáž	2 noci v Jubilejním pavilonu	polopenze, snídaně formou švédských stolů, večere výběr ze čtyř menu
Prodloužený víkend na zámku	relaxační bylinná koupel, lávové kameny, zábal, vířivá koupel, klasická masáž	3 noci na zámku	polopenze, snídaně formou švédských stolů, večere výběr ze čtyř menu
Prodloužený víkend v Jubilejním pavilonu	relaxační bylinná koupel, lávové kameny, zábal, vířivá koupel, klasická masáž, Nordic Walking	3 noci v Jubilejním pavilonu	polopenze, snídaně formou švédských stolů, večere výběr ze čtyř menu

Zdroj: Vlastní zpracování na základě internetových stránek Lázní Hotelu Vráž

Pokud si host zvolí týdenní pobyt v lázních, má na výběr celkem ze čtyř týdenních pobytů. Přehled těchto pobytů, včetně služeb, které jsou v tomto pobytu obsažené, najdete v tabulce č. 5.

Tabulka č. 5: Přehled týdenních pobytů a jejich služeb

Týdenní pobyty	Zdravotní služby	Ubytovací služby	Stravovací služby
Podzimní a zimní harmonie	bylinná lázeň Baobab, zábal, relaxační bylinná koupel, floating	7 nocí	polopenze, snídaně formou švédských stolů, večeře výběr ze čtyř menu, 1x pochoutky záměckého pána (tříchodová večeře ze specialit)
Beauty týden pro dámy	kosmetické ošetření pleti, suchá uhličítá koupel, 2x přístrojová lymfodrenáž, relaxační bylinná koupel, medový zábal, detoxikační zábal, 2 vstupy do bazénu	7 nocí	polopenze, snídaně formou švédských stolů, večeře výběr ze čtyř menu, 1x pochoutky záměckého pána (tříchodová večeře ze specialit)
I muži mají své dny	2x přísadová pivní koupel, 2x masáž, 2 vstupy do bazénu, 2 vstupy do sauny,	7 nocí	polopenze, snídaně formou švédských stolů, večeře výběr ze čtyř menu, 1x pochoutky záměckého pána (tříchodová večeře ze specialit)
Zimní relaxace pro seniory	konzultace s lékařem, perličková koupel, přísadová koupel, masáž, 6x oxygenoterapie, cvičení v bazénu, 2 vstupy do bazénu	7 nocí	polopenze, snídaně formou švédských stolů, večeře výběr ze čtyř menu, 1x pochoutky záměckého pána (tříchodová večeře ze specialit)

Zdroj: Vlastní zpracování na základě internetových stránek Lázní Hotelu Vráž

V Lázních Hotelu Vráž jsou nabízeny i dva léčebné pobyty, které mohou pacienti lázní využít. V tabulce č. 6 je zpracován přehled těchto pobytů i se službami, které obsahují.

Tabulka č. 6: Přehled léčebných pobytů a jejich služeb

Léčebné pobyty	Zdravotní služby	Ubytovací služby	Stravovací služby
Komplexní léčebný týden na zámku	vstupní lékařská prohlídka, 2x perličková koupel, vířivá koupel, 2x masáž, 3x rašelinový obklad, 7x oxygenoterapie, 3x cvičení v bazénu, 3x přístrojová lymfodrenáž, 3 vstupy do bazénu	7 nocí na zámku	polopenze, snídaně formou švédských stolů, večeře výběr ze čtyř menu, 1x pochoutky zámeckého pána (tříchodová večeře ze specialit)
Komplexní léčebný týden v Jubilejním pavilonu	vstupní lékařská prohlídka, 2x perličková koupel, vířivá koupel, 2x masáž, 3x rašelinový obklad, 7x oxygenoterapie, 3x cvičení v bazénu, 3x přístrojová lymfodrenáž, 3 vstupy do bazénu	7 nocí v Jubilejním pavilonu	polopenze, snídaně formou švédských stolů, večeře výběr ze čtyř menu, 1x pochoutky zámeckého pána (tříchodová večeře ze specialit)

Zdroj: Vlastní zpracování na základě internetových stránek Lázní Hotelu Vráž

Lázně Hotel Vráž nabízí i tzv. Školu chůze, v České republice je více než 7000 pacientů s diabetem, kterým z důvodu nemoci byla provedena amputace. Lázně Vráž se rozhodly vzhledem k potřebám Diabetické asociace ČR a České diabetologické společnosti ČLS JEP i vedoucích pracovníků spolupracovat na projektu revitalizace takto postižených pacientů. Dávají tak šanci pacientům k návratu do normálního plnohodnotného života.

Pacient jednostranně amputovaný musí plnit podmínky funkčního protézování: minimálně negativní rumpálová argometrie tj., že pacient toleruje zátěž, alespoň 25W při bérkové amputaci, více než 25 W při stehenní a při amputaci v kyčli minimální zátěž 50W. Indikací k balneoterapii je stupeň aktivity 1 - 4, pacient musí mít plně zhojený pahýl, musí mít protézu, udržet stoj bez komplikací, zvládat základní předpoklad pro chůzi, musí mít zachované smysly a schopnost komunikace.

Oboustranně amputovaný pacient musí splňovat stejné podmínky jako pacient při jednostranné amputaci.

V tabulce č. 7 je přehled služeb, které škola chůze obsahuje.

Tabulka č. 7: Služby škola chůze

Léčebný pobyt	Zdravotní služby	Ubytovací služby	Stravovací služby
Škola chůze	perličková koupel, vířivá koupel, rašelinový obklad, masáž, suchá uhličítá masáž, nacvičování stoje a chůze, přenesení váhy na protézu, výuka kroků na bradlovém chodníku, výuka chůze s francouzskými berlemi, chůze po schodech, chůze po šikmé ploše, péče o pahýl	21 nocí	polopenze, snídaně formou švédských stolů, večeře výběr ze čtyř menu

Zdroj: Vlastní zpracování na základě internetových stránek Lázní Hotelu Vráž

Lázně Hotel Vráž nabízí svým klientům věrnostní program a možnost získání klientské karty. Podmínky pro získání věrnostní karty jsou, zakoupení 1 týdenního pobytu, včetně stravování a procedur, poté můžete uplatnit slevu 10 % na nákup dalšího 1 týdenního pobytu včetně stravování a procedur. Pro získání slevy 20 %, si klient musí zakoupit 3 týdenní pobyt, včetně stravování a procedur a tuto slevu může využít k dalšímu nákupu 3 týdenního pobytu, včetně stravování a procedur. Tento věrnostní program se však nevztahuje na pobyty hrazené zdravotními pojišťovnami a na pobyty zakoupené u cestovních kanceláří.

4.4.2. Ubytovací služby

Lázně Vráž nabízí několik možností, kde se hosté a pacienti mohou ubytovat. Poskytují kapacitu 161 lůžek. Na výběr je ubytování na Zámku, kde jsou pokoje vybaveny novým nábytkem, telefonem, TV, chladničkou a kosmetickým setem, některé z pokojů mají i obývací část s pohovkou. Dále ubytování v Jubilejním pavilonu, který je určen pro náročnější klientelu, zde jsou pokoje rozděleny do kategorie AP (prostorné apartmány, které jsou vybaveny taktéž novým nábytkem, telefonem, TV, chladničkou, kosmetickým setem a navíc i sejfem), kategorie A (prostorné pokoje s novým nábytkem, telefonem, TV, chladničkou a kosmetickým setem) a kategorie B (pokoje bez sociálního zařízení, s jednoduchým zařízením), jednotlivé kategorie ubytování v Jubilejním pavilonu se liší cenou. Také se můžete ubytovat v Léčebném pavilonu, který je přímo určen pro vážněji nemocné klienty, protože je přímo napojen na léčebný úsek, zde jsou pokoje bez sociálního zařízení, mají jednoduché vybavení, WC a sprcha se nachází na patře. Poslední typ ubytování je v Lékařské vile, zde si můžete vybrat

ze dvou kategorií ubytování, kategorie A, což jsou prostorné pokoje s TV, chladničkou, fénem a kosmetickým setem nebo kategorie B, tyto pokoje jsou bez sociálního zařízení, s novým nábytkem.

Dle statistiky byla obsazenost ubytovací kapacity v Lázních Hotelu Vráž v roce 2014 72 %. Tabulka č. 8 obsahuje údaje o vývoji počtu lůžkodnů u samoplátců v období 2011 – 2014. Lázně Hotel Vráž se zaměřují z velké části na samoplátce, nabízí mnoho pobytů a služeb, které mohou samoplátci využívat. Počet lůžkodnů má rostoucí tendenci.

Tabulka č. 8 Vývoj počtu lůžkodnů u samoplátců v období 2011 – 2014.

Rok	2011	2012	2013	2014
Počet lůžkodnů	8 530	11 476	12 615	14 686

Zdroj: Vlastní zpracování z interních zdrojů Lázní Vráž 2015.

4.4.3. Stravovací služby

Hosté a pacienti Lázní Hotelu Vráž se stravují buď v zámecké žluté jídelně, nebo v zámecké modré jídelně, tyto jídelny představují jedinou možnost stravování v areálu Lázní Hotelu Vráž, pokud by hosté chtěli, mohou se však jít najíst i do Obce Vráž, kde poskytují stravovací služby Hostinec „Na Zbrojnici“ a Restaurace „U Kohouta“. Jídelny v areálu Lázní Hotelu Vráž nabízí snídani formou švédských stolů od 7:00 do 9:00 hodin. Oběd, servírovaný jako výběr ze čtyř jídel (polévky, zeleninového a ovocného bufetu, předkrmu a z dezertu) se podává v čase od 11:00 do 13:00 hodin a večere, kde je opět výběr ze čtyř jídel, se podává od 17:00 hod do 19:00 hod. V zámeckých jídelnách, jsou pořádány i hudební pořady, taneční večery, módní přehlídky aj. na kávu si hosté či pacienti mohou také zajít na zámeckou terasu, která je otevřená od jara do podzimu, konají se zde koncerty, taneční večery a je zde možné připravit grilování, raut, svatební hostinu, firemní či narozeninovou párty apod.

4.4.4. Ostatní služby

Každý měsíc je v Lázních Hotelu Vráž připraven bohatý kulturní program. Kulturní akce se konají v zámecké jídelně, v zámeckém salonku nebo v zámecké kapli. Konají se zde koncerty vážné i lidové hudby, jazzové a taneční večery, výstavy obrazů,

odborné přednášky, nedělní bohoslužby a veřejné společenské akce. V zámecké kapli s gotickým oltářem se konají svatební obřady, bohoslužby, vernisáže, výstavy obrazů a koncerty.

Lázně Hotel Vráž nabízí i velký výběr z fakultativních služeb jako například kadeřnictví, kosmetika, pedikúra, manikúra, je zde i knihovna, restaurace s kavárnou a venkovní terasou. Zajišťují dopravu klientů do lázní i z lázní, praní prádla, vyjížďky stylovým kočárem, a jízdy na koni.

Pro sportovce jsou zde připraveny tenisové kurty, venkovní bazén, stolní tenis, nohejbal, badminton, možnost zapůjčení horských kol, ruské kuželky, klasický kuželník, pétanque, fitness, zahradní šachy, karetní stůl, šipky, stolní fotbal a různé společenské hry.

Lázně Hotel Vráž disponují dvěma víceúčelovými konferenčními sály, kde se dají uspořádat různé firemní, ale i soukromé akce, pronajmout si tyto sály mohou jak hosté, pacienti tak i veřejnost. Ve velkém kongresovém sále je kapacita 96 osob, plocha 91 m² a tento sál je vybaven AV technikou. Dále je zde možnost pronajmutí zámeckého salonku, zde je kapacita 18 osob a plocha 49 m². Využití je vhodné pro rodinné či firemní oslavy.

4.5. Distribuce produktu Lázní Hotelu Vráž

Lázně Hotel Vráž využívají přímou i nepřímou distribuci. Hosté si mohou vybrat pobyt v Lázních Hotelu Vráž na jejich internetových stránkách. Tam jsou vypsány všechny pobyty, jejich ceny a vše co nabízí. Zástupci Lázní Hotelu Vráž se účastní různých veletrhů, kongresů, setkání s pacienty, kde prezentují a prodávají své produkty. Setkávají se například s pacienty z organizace ROSKA, což je regionální organizace Unie ROSKA ČR. o.s., tento název je spojením počátečních písmen nemoci ROztroušená SKleróZA, dále občanské sdružení ORFEUS, což je sdružení zdravotně postižených nebo Společnost Parkinson, dále spolupracují s Czech Tourism. Nepřímý prodej je uskutečňován prostřednictvím smluvních zdravotních pojišťoven. Smluvní pojišťovny, se kterými Lázně Hotel Vráž spolupracují, jsou Všeobecná zdravotní pojišťovna, Vojenská zdravotní pojišťovna, Zdravotní pojišťovna ministerstva vnitra, Oborová zdravotní pojišťovna zaměstnanců bank, pojišťoven a stavebnictví, Zaměstnanecká pojišťovna Škoda a Česká průmyslová zdravotní pojišťovna. Dále spolupracují s různými zprostředkovateli, jako jsou cestovní kanceláře a agentury.

Spolupracují například s cestovní kanceláří Janeta, s ČD Travel nebo s cestovní kanceláří Czech holidays, tyto cestovní kanceláře a agentury, si pak berou provizi za prodané produkty Lázní Hotelu Vráž. Zarezervovat ubytování si lze i přes internetovou stránku www.booking.com, kde stačí zadat datum příjezdu a odjezdu a vybrat si z typů pokojů, o který máte zájem. Lázně Hotel Vráž využívají internet, Facebook a další sociální sítě, dále mají tištěnou reklamu v médiích a novinách a využívají reklamu i v Country rádiu.

4.6. Řízený rozhovor s ředitelem Lázní Hotelu Vráž

Jaká je vaše marketingová strategie? Můžete mi o ní něco říci?

Marketingová strategie Lázní Vráž spočívá ve využití veškerých možných šancí na trhu. Nepoužíváme standardní strategii plánovanou na 2 roky. Sledujeme konkurenci a snažíme se vytvořit produkt, který jiné lázně nenabízí. Příklad úspěšné implementace: Pobytový balíček „Šťastný ve všední den“. Princip je v tom, že jiné lázně nenabízí cenově výhodný, pobytový balíček přes pracovní týden. O víkendu spousta potenciálních klientů jezdí na chaty, chalupy, lyžovat atd. a přes týden rádi využijí možnosti pobytu v lázních za přijatelnou cenu.

Jak prezentujete svůj podnik? Využíváte marketingové nástroje, jaké?

Prezentace společnosti probíhá ve dvou rovinách. Naše, kde prezentujeme společnost tak, aby se odlišila od konkurence (ovšem nikoli klamavě) - pozitivní přístup všech zaměstnanců, individuální přístup ke každému klientovi, rodinné prostředí a historické prostředí šlechtického rodu a anglického parku, snažíme se vyzdvihnout veškeré věci, které nemá nebo nenabízí konkurence. Další prezentace probíhá na úrovni pacientů a klientů. Vedeme si statistiky a 78 % klientů se k nám opakovaně vrací a lázně doporučuje – což je ideální stav.

Jak se změnila poptávka po vašich službách v posledních letech?

Zde musíme rozlišovat mezi typy našich klientů. Jsme léčebné lázně. Poptávka po samopláteckých pobytech se zvýšila za 7 let o 43 %. Pacienti jsou limitováni zdravotními pojišťovnami a revizními lékaři.

Popsal byste mi princip tvorby ceny pro produkt?

Ceny tvoříme dle cílové skupiny, pro kterou je produkt určen. Musíme vzít v úvahu kupní sílu dané skupiny, porovnat cenu s konkurencí, vzít v potaz jestli se jedná o léčebný pobyt nebo wellness pobyt, dále musíme vzít v úvahu provozní věci ve vztahu k počtu procedur v daném produktu a určit poměr léčebných a wellness procedur ve vztahu k DPH.

S jakými dodavateli spolupracujete při vytváření produktu? Máte s nimi dlouholeté vztahy?

Nespolupracujeme s žádnými dodavateli. Produkty vytváříme sami.

Využíváte přímou či nepřímou distribuci?

V distribuci využíváme obě varianty.

Jaké využíváte distribuční kanály?

Distribuční kanály – veletrhy, kongresy, setkání patientských organizací (ROSKA, Společnost Parkinson), Czech tourism. Spolupracujeme s cestovními kancelářemi a agenturami, využíváme internet, Facebook a další sociální sítě, dále tištěná reklama v médiích a novinách + reklama v rádiu. Vše se mění dle produktu a sezóny.

Plánujete nějaké změny dosavadního produktu?

Změny v produktech děláme každoročně, pokud není určitý produkt „velmi úspěšný“.

Jak je nejčastěji hrazen pobyt vašich klientů?

Nejčastěji je hrazen zdravotní pojišťovnou.

Jakého věku jsou vaši klienti a navštěvují váš podnik i děti?

Zde opět musíme rozlišovat pacienty a samoplátce. Pacienti jsou nejčastěji ve věku kolem 55 let a samoplátci kolem 42 let. Děti navštěvují Lázně Vráž velmi sporadicky – nedokážu odhadnout. Určitě pouze jako doprovod a ne jako pacienti, či klienti.

Máte v podniku ubytované pouze české klienty nebo i zahraniční?

Ubytováváme i zahraniční klienty. Z řad našich stávajících zákazníků – pacientů, převažují Němci. Ti k nám jezdí pravidelně na takzvanou příspěvkovou lázeňskou péči – léčbu u nás jim na základě námi vydané faktury zaplatí jejich zdravotní pojišťovna. Dále klienti z Libye, Spojených arabských emirátů, Švýcarska, Rakouska atd.

Jaké je využití kapacity ubytování?

Pokud myslíte obsazenost, tak minulý rok byla 72 %.

Jaké aktivity klienti preferují a jak zde mohou trávit volný čas?

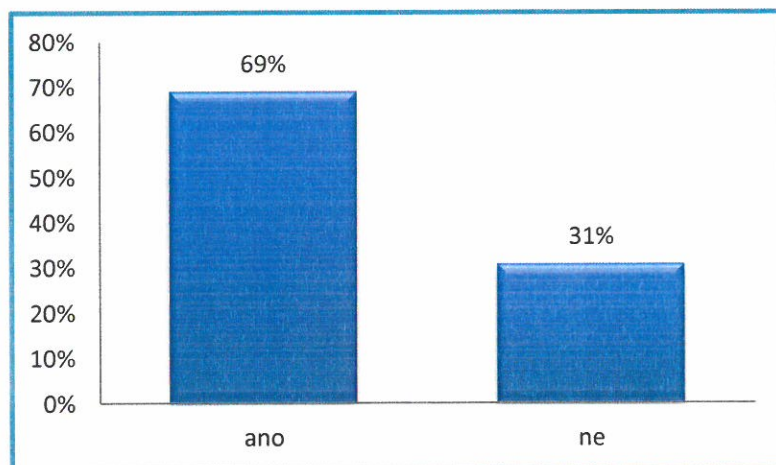
Klienti preferují sportovní aktivity, kola, procházky, houbaření, rybaření, máme dva venkovní antukové kurty, venkovní a vnitřní bazén, půjčovnu kol, volejbalové hřiště, venkovní šachy, kuželky, kulečnick, fotbálek. Dále pravidelně pořádáme kulturní akce – koncerty, přednášky, výstavy obrazů, vernisáže, taneční vystoupení atd.

4.7. Vyhodnocení dotazníkového průzkumu návštěvníků Lázní Hotelu Vráž

Otázka č. 1: Navštívili jste někdy Lázně Hotel Vráž?

První otázka v dotazníkovém šetření byla, zda respondenti navštívili někdy Lázně Hotel Vráž, dotazování probíhalo přímo v Lázních Hotelu Vráž a na internetu. Většina dotazovaných odpovídala v Lázních Hotelu Vráž, proto je více kladných odpovědí 85 (69 %) a méně záporných 38 (31 %).

Graf č. 1: Návštěvnost respondentů

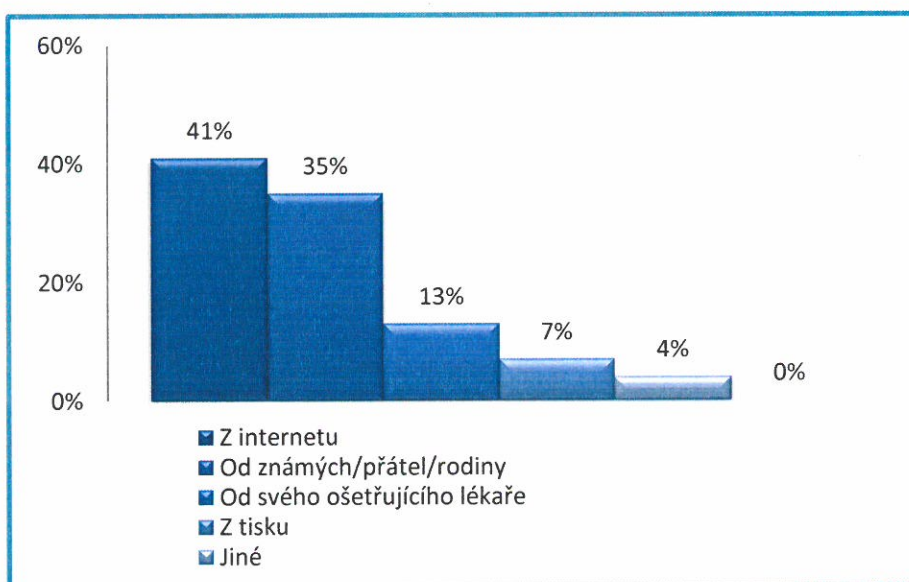


Zdroj: Vlastní šetření

Otázka č. 2: Jak jste se o Lázních Hotelu Vráž dozvěděli?

Jak je z grafu patrné, nejvíce se lidé o Lázních Hotelu Vráž dozvídali z internetu 35 respondentů (41 %), což je v dnešní moderní společnosti obvyklé, internet využívá stále více lidí, dále pak od známých, přátel či rodiny 30 respondentů (35 %), 11 respondentů (13 %) se dozvědělo o Lázních Hotel Vráž od svého ošetřujícího lékaře, dále 6 (7 %) respondentů z tisku, 3 (4 %) respondenti se o lázních dozvěděli jinak a to buď náhodně, ve škole nebo bydlí blízko a Lázně Vráž znají.

Graf č. 2: Povědomí respondentů o Lázních Hotelu Vráž

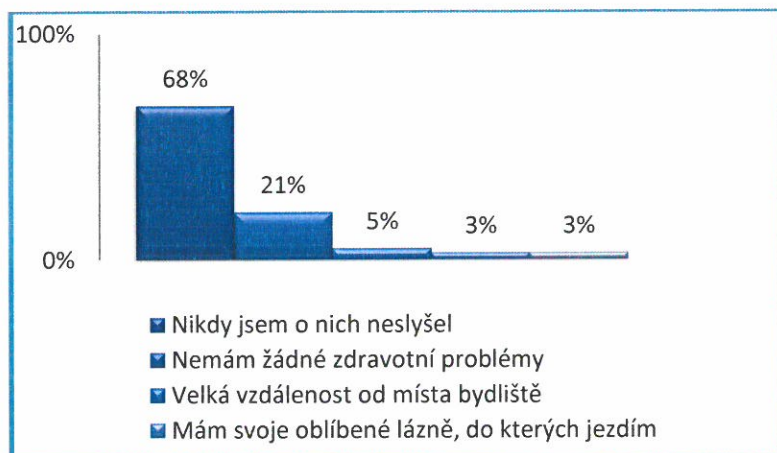


Zdroj: Vlastní šetření

Otázka č. 3: Proč jste tyto lázně dosud nenavštívili?

Na tuto otázku odpovídali pouze respondenti, kteří u druhé otázky vybrali možnost „ne“, těch bylo celkem 38. Celých 26 (68 %) z nich uvedlo, že o Lázních Vráž nikdy neslyšelo, 8 respondentů (21 %) nemají žádné zdravotní problémy, kvůli kterým by lázně navštívili, u 2 (5 %) respondentů za negativní odpověď mohla vzdálenost jejich bydliště od Lázní Hotelu Vráž, jiné oblíbené lázně měl 1 (3 %) respondent a 1 (3 %) z nich si nemohl návštěvu dovolit z finančního hlediska.

Graf č. 3: Důvod proč respondenti dosud nenavštívili Lázně Hotel Vráž

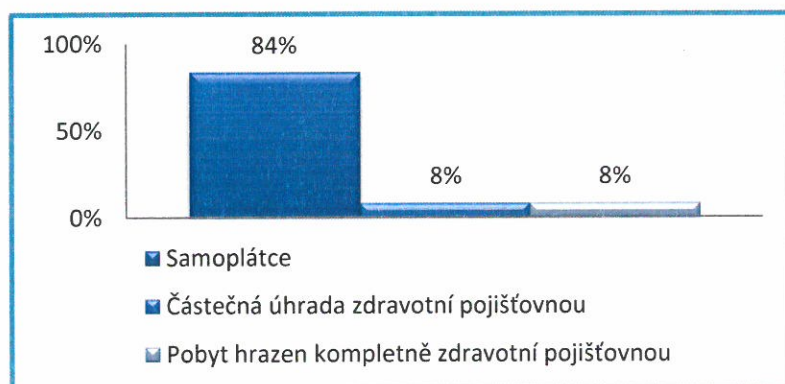


Zdroj: Vlastní šetření

Otázka č. 4: Z jakých zdrojů je Váš pobyt hrazen?

Největší část respondentů 71 (84 %) byli samoplátci, protože v dnešní hektické době, si každý chce odpočinout a relaxace v lázních je ideální pro regeneraci a relaxování, lázeňské produkty nejsou pouze pro lidi, kteří se potřebují s něčím léčit, ale stále více lidí si sem jezdí odpočinout, zbylých 14 respondentů rovnoměrně odpovědělo na další možnosti, 7 (8 %) mělo pobyt částečně hrazeno zdravotní pojišťovnou a 7 (8 %) mělo pobyt hrazeno kompletně zdravotní pojišťovnou. Tímto se nepotvrdila hypotéza č. 1, že více než 30 % dotazovaných respondentů má pobyt plně hrazen zdravotní pojišťovnou.

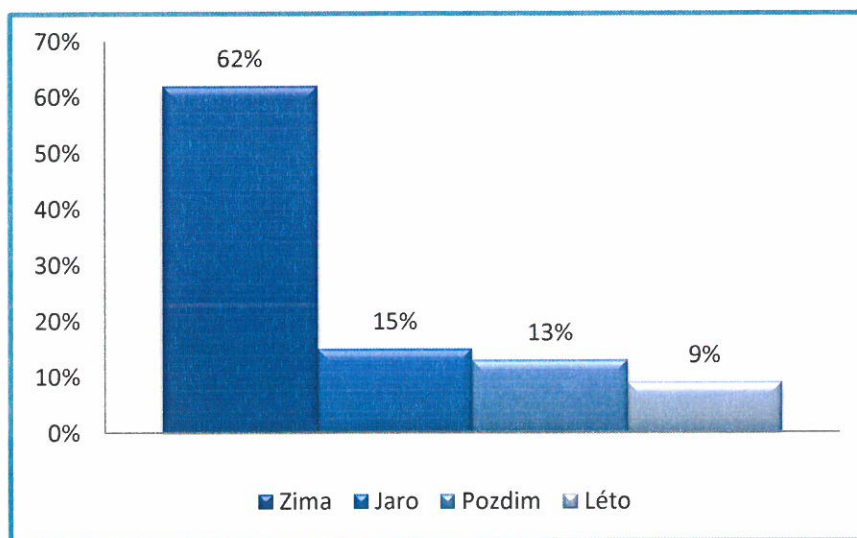
Graf č. 4: Zdroje hrazení pobytu v Lázních Hotelu Vráž



Zdroj: Vlastní šetření

Otázka č. 5: V jakém ročním období jste lázně navštívili?

Graf č. 5: Roční období návštěvy



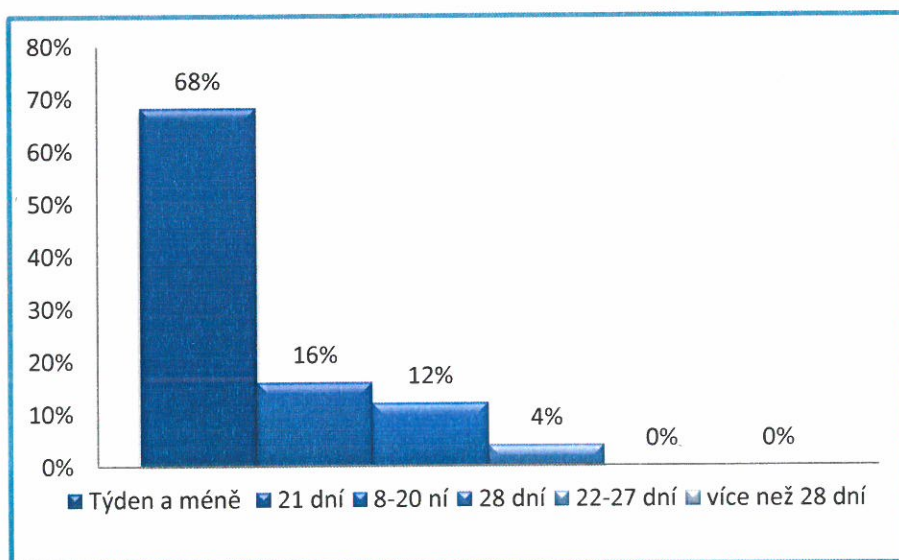
Zdroj: Vlastní šetření

Jak je z grafu patrné nejvíce respondentů navštívilo Lázně Hotel Vráž v zimě, těch bylo 53 (62 %), tato odpověď byla nejčastější z toho důvodu, že dotazování probíhalo v zimních měsících a dotazníky byli na recepci Lázní Hotelu Vráž, jiné roční období vybírali respondenti, kteří dotazník vyplňovali na internetu. Dále 13 (15 %) na jaře, 11 (13 %) na podzim a zbylých 8 (9 %) respondentů v létě.

Otázka č. 6: Jaká je délka Vašeho pobytu?

Jelikož velká většina respondentů byli samoplátci, nejvíce jich odpovědělo, že jejich pobyt trval týden a méně, bylo to celých 58 (68 %) dotazovaných, třítýdenní léčbu navštívilo 14 (16 %) respondentů, tuto léčbu nejspíš absolvovali v rámci částečné, či úplné úhrady zdravotní pojišťovnou. V lázních strávilo 8-20 dní 10 (12 %) dotazovaných, zbylí 3 (4 %) byli v lázních 28 dní. Tímto se potvrdila hypotéza č. 2, že méně než 50 % dotazovaných respondentů tráví v Lázních Hotelu Vráž, alespoň 21 dní.

Graf č. 6: Délka pobytu respondentů

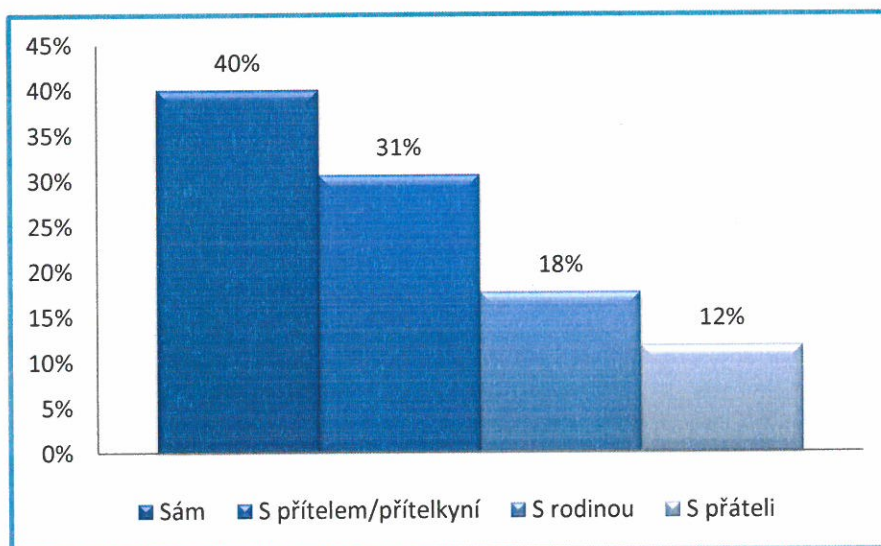


Zdroj: Vlastní šetření

Otázka č. 7: S kým jste do lázní přijeli?

Nejvíce z dotazovaných 34 (40 %), přijeli do Lázní Hotelu Vráž sami. Celých 26 (31 %) respondentů navštívili tyto lázně s přítelem či přítelkyní. S rodinou přijelo 15 (18 %) dotazovaných a s přáteli zbylých 10 (12 %).

Graf č. 7: S kým respondenti přijeli

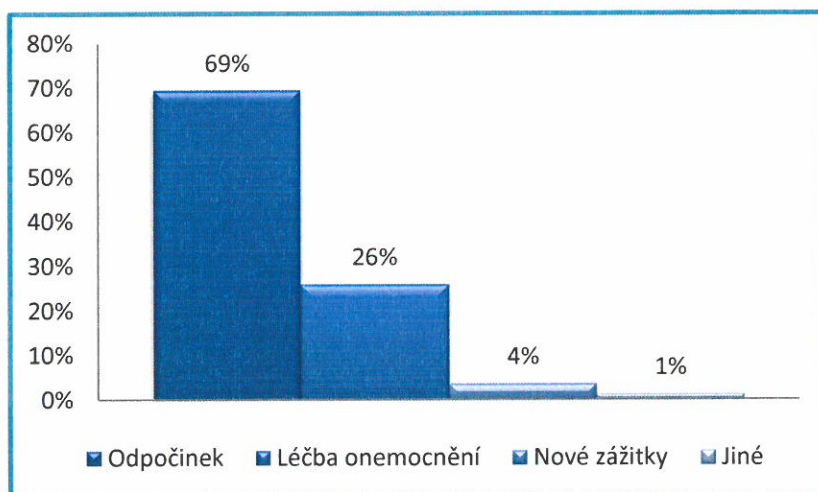


Zdroj: Vlastní šetření

Otázka č. 8: Za jakým účelem jste do lázní přijeli?

Většina, což bylo 59 (69 %) dotazovaných, navštívila Lázně Hotel Vráž především kvůli odpočinku, 22 (26 %) respondentů navštívilo lázně kvůli léčbě jejich onemocnění, pouze 3 (4 %) odpovídající, tu byli kvůli novým zážitkům a zbylý 1 (1 %) tyto lázně navštívil, protože zde měl pracovní cestu. Tímto se potvrdila hypotéza č. 3, že alespoň 50 % dotazovaných respondentů navštívili Lázně Hotel Vráž především kvůli odpočinku.

Graf č. 8: Účel návštěvy

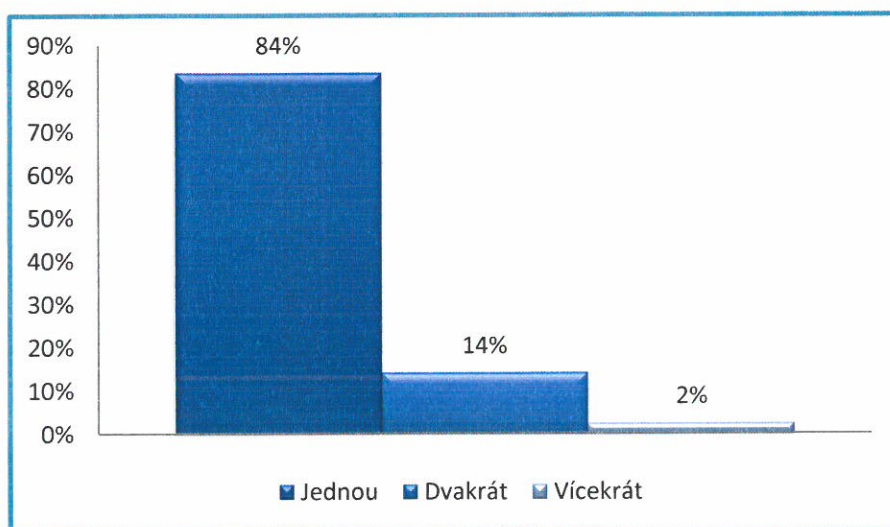


Zdroj. Vlastní zpracování

Otázka č. 9: Kolikrát jste Lázně Hotel Vráž navštívili?

Zde bylo nejčastější odpovědí to, že odpovídající byli v Lázních Hotel Vráž poprvé, takto odpovědělo celkem 71 (84 %) lidí. Dvakrát bylo v lázních 12 (14 %) z nich a zbylí 2 (2 %) navštívili Lázně Vráž již opakovaně vícekrát.

Graf č. 9: Počet návštěv

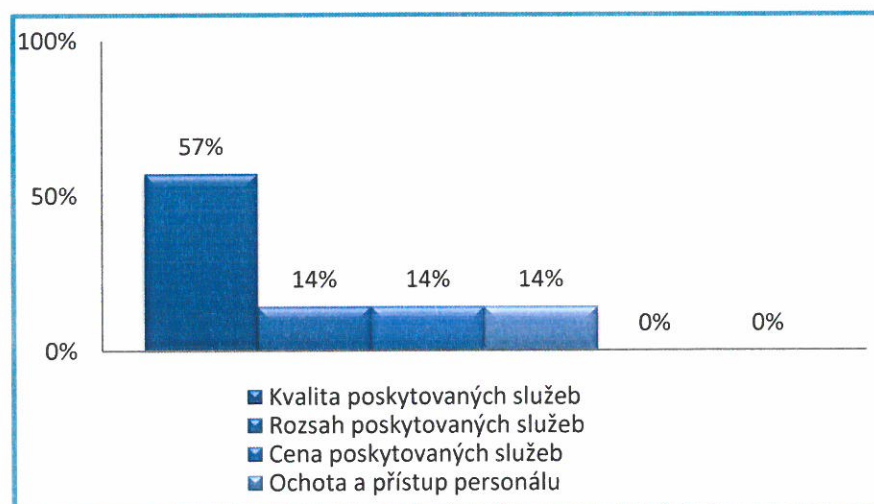


Zdroj: Vlastní šetření

Otázka č. 10: Co Vás vedlo k tomu, že jste se do Lázní Hotelu Vráž vrátili?

Na tuto otázku odpovídali pouze ti, kteří na otázku číslo 9, zda již navštívili Lázně Hotel Vráž, odpověděli kladně. Nejvíce, a to celých 8 (57 %) dotazovaných se sem vrátilo především kvůli kvalitě poskytovaných služeb, poskytování kvalitních služeb s adekvátní cenou je velice důležité, protože konkurence je vysoká. Zbýlých 6 respondentů se rovnoměrně rozdělilo mezi další tři odpovědi. 2 (14 %) z nich se vrátili kvůli rozsahu služeb, 2 (14 %) kvůli cenám poskytovaných služeb a 2 (14 %) díky ochotě a přístupu personálu.

Graf č. 10: Účel opětovné návštěvy

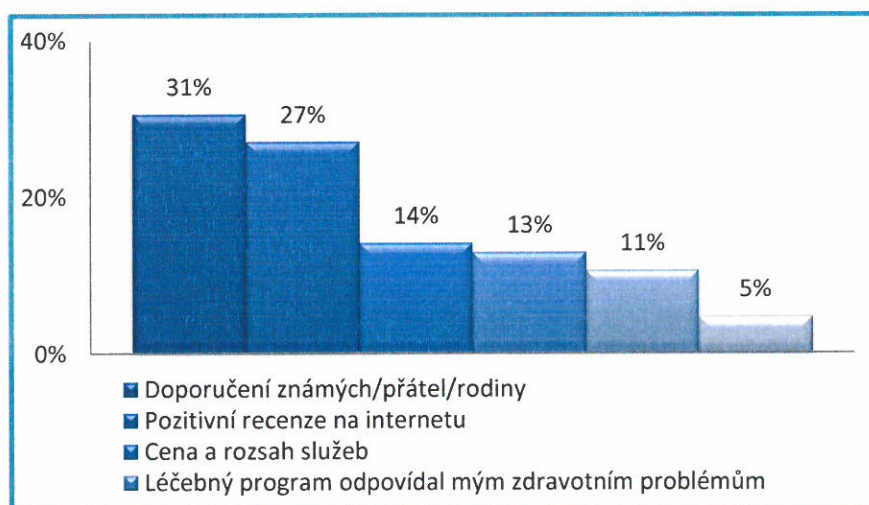


Zdroj: Vlastní šetření

Otázka č. 11: Co pro Vás bylo rozhodující při volbě pobytu v Lázních Hotelu Vráž?

Jak je z grafu patrné nejvíce a to celých 26 (31 %) dotazovaných dalo při výběru lázní na doporučení svých známých, přátel či rodiny, 23 (27 %) z nich se rozhodlo díky pozitivním recenzím na internetu, dalších 12 (14 %) si tyto lázně vybralo kvůli ceně a rozsahu služeb, které jsou zde poskytovány, 11 (13 %) respondentů zvolilo Lázně Vráž hlavně proto, že daný léčebný program, který lázně nabízí, odpovídal jejich zdravotním problémům. Pouhých 9 (11 %) účastníků si tyto lázně vybralo díky svým předešlým zkušenostem. Zbylí 4 (5 %) účastníci sem přijeli z jiného důvodu, například se rozhodli na poslední chvíli, chtěli objevovat nová místa, byli zvědaví anebo si vybrali tyto lázně z důvodu jejich velikosti.

Graf č. 11: Co bylo pro respondenty rozhodující pro volbu pobytu v Lázních Hotel Vráž

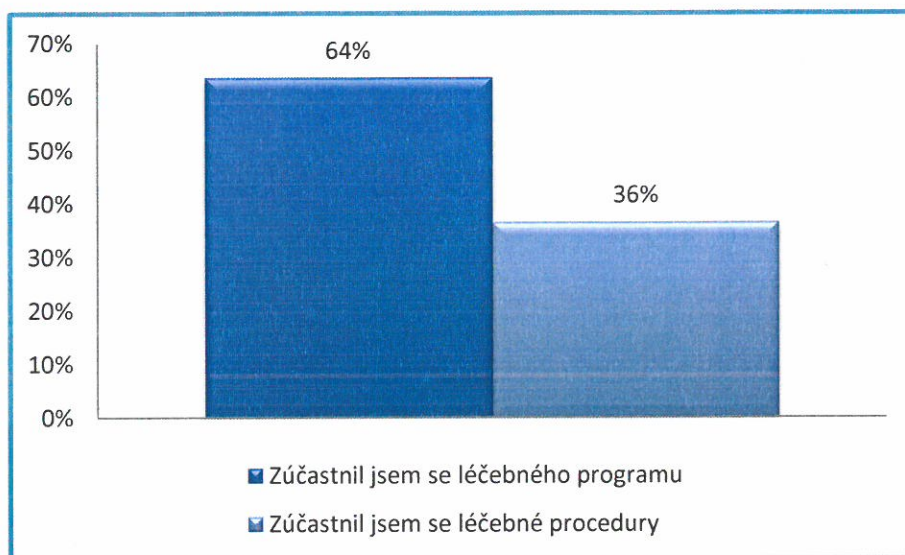


Zdroj: Vlastní šetření

Otázka č. 12: Zúčastnili jste se léčebného programu nebo jednotlivé léčebné procedury?

Z grafu je patrné, že více respondentů se zúčastnilo léčebného programu a to celých 54 (64 %), zbylých 31 (36 %) se zúčastnilo léčebné procedury.

Graf č. 12: Účast respondentů na léčebném programu nebo na léčebných procedurách

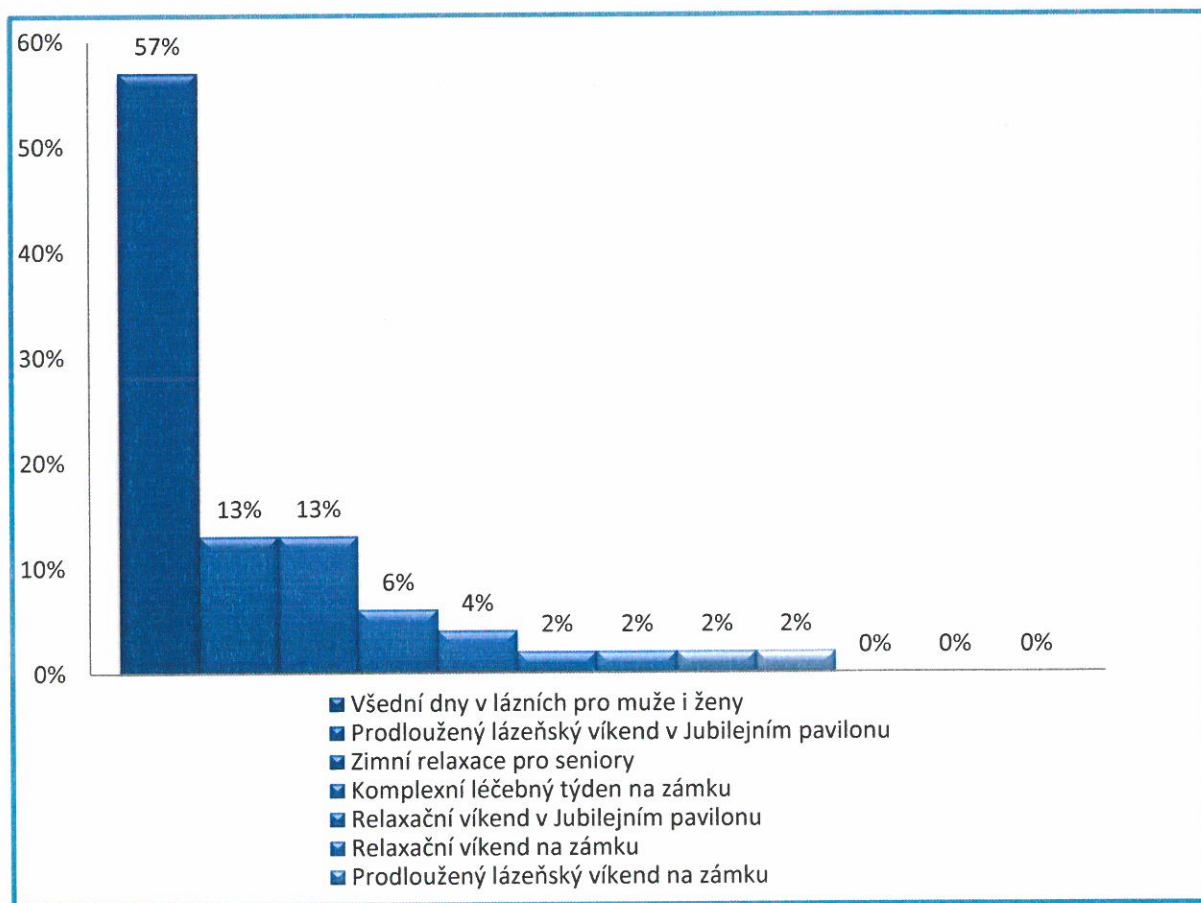


Zdroj: Vlastní šetření

Otázka č. 13: Jakého programu jste se zúčastnili?

Na tuto otázku odpovídali respondenti, kteří se zúčastnili léčebného programu. Jak je již na obrázku vidět, nejvíce lidí a to 31 (57 %) se zúčastnilo léčebného programu Všední dny v lázních pro muže i ženy. Dalším hojně navštěvovaným léčebným programem byl Prodloužený lázeňský víkend v Jubilejním pavilonu, který navštívilo 7 (13 %) dotazovaných, dále Zimní relaxace pro seniory, kterého se rovněž účastnilo 7 (13 %) dotazovaných. Komplexního léčebného týdnu na zámku, se zúčastnili 3 (6 %) respondenti. Zbylé léčebné programy navštívilo z dotazovaných pouze pár z nich.

Graf č. 13: Jakého programu se respondenti zúčastnili

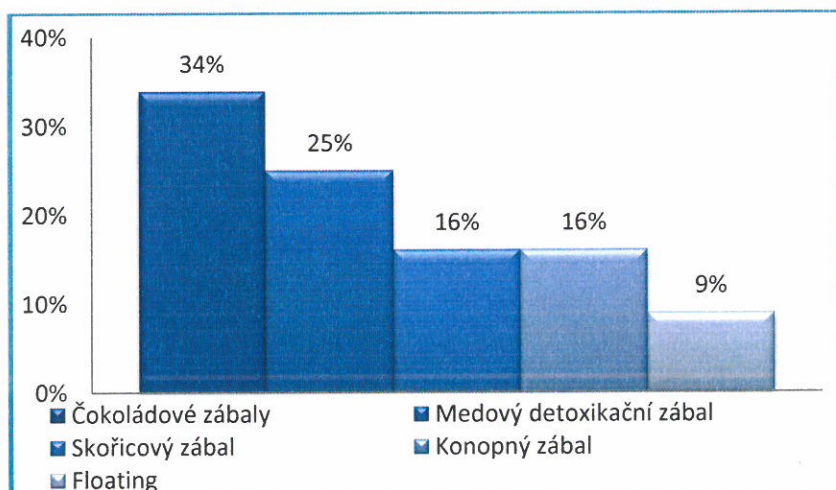


Zdroj: Vlastní zpracování

Otázka č. 14: Jaké služby jste se zúčastnili?

Na tuto otázku odpovídali pouze ti, kteří se zúčastnili nějaké z léčebných procedur, těch bylo celkem 31 (36 %). Dotazovaní mohli zvolit více variant. Nejnavštěvovanější byly čokoládové zábaly, na kterých bylo celkem 19 (34 %) respondentů, dále medový detoxikační zábal, který navštívilo 14 (25 %) odpovídajících. Skořicového zábalu se zúčastnilo 9 (16 %) z nich, dalších 9 (16 %) zkusilo konopný zábal a zbylých 5 (9 %) se zúčastnilo floatingu.

Graf č. 14: Účast na službách

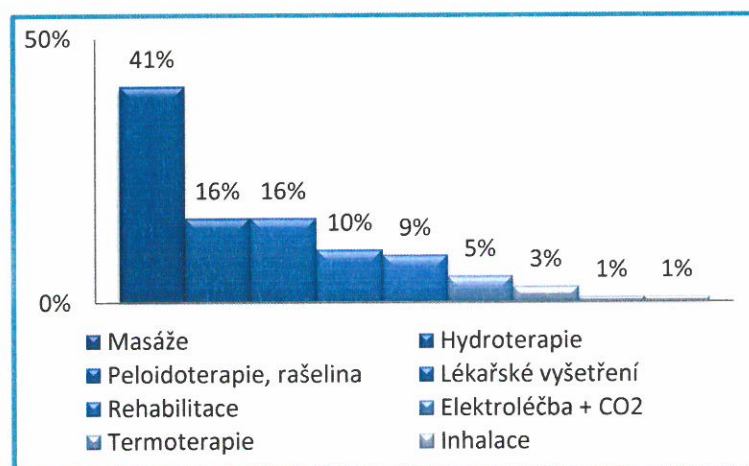


Zdroj: Vlastní šetření

Otázka č. 15: Jaké procedury jste se zúčastnili?

V této otázce, mohli respondenti zvolit více možností. Jak je vidět z grafu nejčastější odpovědi na tuto otázku byly masáže, ty navštívilo celých 62 (41 %) dotazovaných. Mezi další oblíbené procedury patřila peloidoterapie, kde bylo respondentů 24 (16 %) a hydroterapie, 25 (16 %) respondentů.

Graf č. 15: Účast na procedurách



Zdroj: Vlastní šetření

Otázka č. 16: Jak jste spokojeni s kvalitou a rozsahem nabízených služeb? (Hodnocení 1 – 6, 1 nejhorší, 6 nejlepší).

U této otázky respondenti hodnotili jejich spokojenost s kvalitou a rozsahem nabízených služeb na stupnici od 1 do 6, kdy 1 byla nejhorší a 6 nejlepší.

U ubytovacích služeb bylo 41 (48 %) dotazovaných spokojeno nejvíce a ohodnotili ubytovací služby číslem 6, 24 (28 %) dále hodnotilo ubytovací služby číslem 5, 9 (8 %) dalo ubytovacím službám číslo 4, již méně spokojeni byli 2 (2 %) odpovídající, 6 (7 %) respondentů ohodnotilo ubytovací služby číslem 2 a zbylí 4 (5 %) spokojeni nebyli vůbec a proto dali číslo 1.

U stravovacích služeb celých 26 (31 %) respondentů bylo nadmíru spokojeno a dali nejvyšší možnou známku, 33 (39 %) z nich ohodnotilo stravovací služby hodnotou číslo 5, 9 (11 %) z odpovídajících ohodnotilo stravovací služby číslem 4, 8 (9 %) číslem 3, 7 (6 %) číslem 2 a zbylí 3 (4 %) spokojeni nebyli a tak dali známku číslo 1.

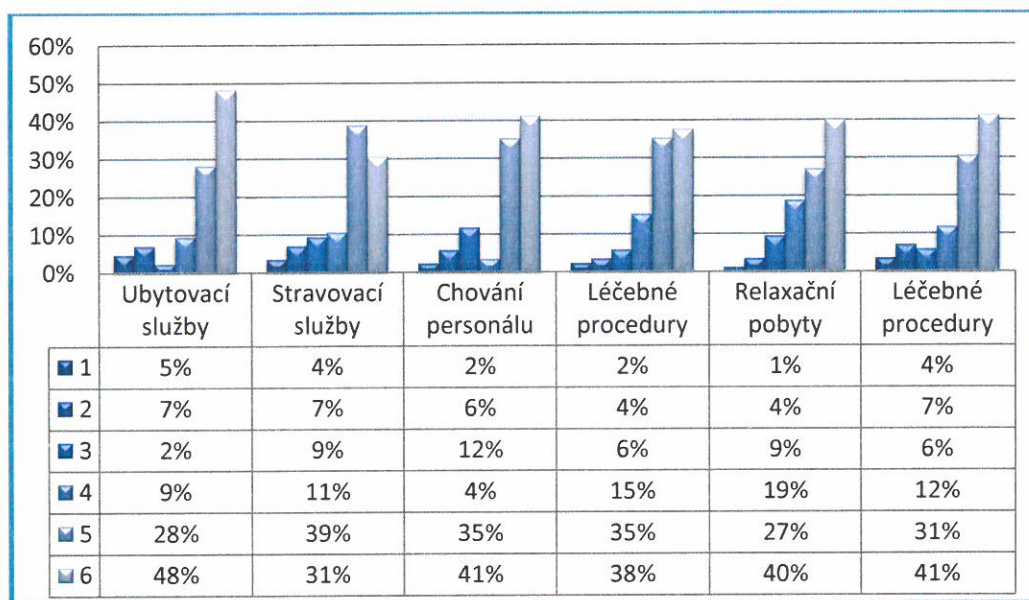
Chování personálu se 35 (41 %) respondentům líbilo nejvíce a ocenili ho nejvyšší možnou známkou, 30 (35 %) z nich pak ohodnotilo chování personálu známkou číslo 5, již menší množství a to 10 (12 %) dalo známku číslo 3, malé množství respondentů pak ohodnotilo chování personálu ostatními známkami.

Nejvíce dotazujících 32 (38 %) ohodnotilo léčebné procedury tou nejvyšší známkou číslo 6, 30 (32 %) z nich pak dalo známku 5, již méně a to 13 (15 %) bylo s léčebnými procedurami méně spokojeno a dali jim známku 4, zbylých 10 (12 %) své hlasy pak rozdělili mezi známky 3, 2 a 1.

S relaxačními pobyty bylo nejvíce spokojeno 34 (40 %) respondentů, číslem 5 pak relaxační pobyty oznámkovalo celkem 23 (27 %) dotazujících. O něco méně bylo s těmito pobyty spokojeno celkem 16 (19 %) lidí. Známkou číslo 3 ohodnotilo relaxační pobyty 8 (9 %) odpovídajících. Zanedbatelné množství respondentů, pak ohodnotilo tyto pobyty známkou 2 a 1, celkem byli 4 (5 %).

Ani léčebné pobyty nebyly výjimkou a nejvíce z dotazovaných 35 (41 %), je ohodnotilo známkou číslo 6. Celých 26 (31 %) dotazovaných bylo s nabízenými léčebnými pobyty nadmíru spokojeno a dali jim známku 5, již nižší množství, 10 (12 %) by léčebné pobyty nějak pozměnili, či doplnili a proto jim dali hodnotu 4. Zbylých 14 (17 %) s léčebnými pobyty ať už vůbec nebo jen trochu spokojeno nebylo a své hlasy rozdělili mezi známky 3, 2 a 1.

Graf č. 16: Spokojenost s kvalitou služeb

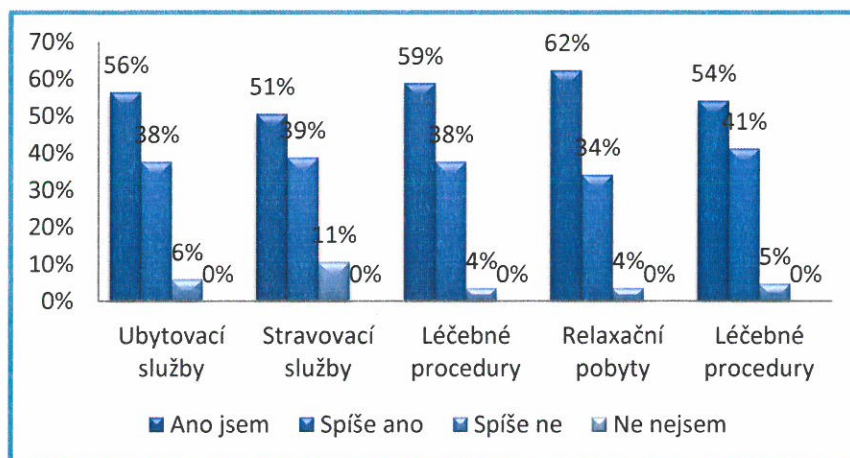


Zdroj: Vlastní šetření

Otázka č. 17.: Jste spokojeni s cenou poskytovaných služeb?

Z tohoto grafu je hned na první pohled patrné, že nejvíce účastníků šetření, bylo s cenou poskytovaných služeb naprosto spokojeno, u ubytovacích služeb to bylo 48 (56 %) dotazovaných, u stravovacích služeb 43 (51 %), u léčebných procedur 50 (59 %), u relaxačních pobytů 53 (62 %) a u léčebných pobytů 46 (54 %) respondentů. Spíše spokojeno bylo u ubytovacích služeb 43 (51 %) dotazovaných, u stravovacích služeb 33 (39 %), u léčebných procedur 32 (38 %), u relaxačních pobytů 29 (34 %) a u léčebných pobytů 35 (41 %) respondentů. Zbytek z nich pak spíše spokojeno nebylo, ale nenašel se zde nikdo, kdo by vůbec nebyl s cenami poskytovaných služeb spokojen.

Graf č. 17: Spokojenost s cenou

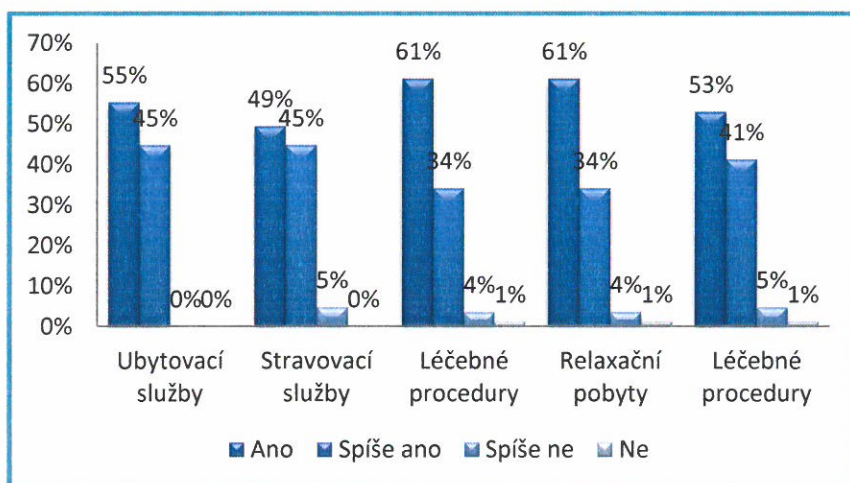


Zdroj: Vlastní šetření

Otázka č. 18: Myslíte si, že kvalita poskytovaných služeb odpovídá jejich ceně?

Jak je z grafu patrné, opět bylo nejvíce dotazovaných s poměrem kvalita, cena spokojeno. U ubytovacích služeb to bylo 47 (55 %), u stravovacích služeb 42 (49 %), u léčebných procedur 52 (61 %), u relaxačních pobytů 52 (61 %) a u léčebných pobytů 45 (53 %) respondentů. Spíše spokojeno bylo dost respondentů, u ubytovacích služeb 38 (45 %), u stravovacích služeb 38 (45 %), u léčebných procedur 29 (34 %), u relaxačních pobytů 29 (34 %) a u léčebných pobytů 35 (41 %) respondentů. Zanedbatelná část respondentů pak s kvalitou poskytovaných služeb a jejich cenou spokojena spíše nebo vůbec nebyla.

Graf č. 18: Poměr mezi kvalitou a cenou služeb

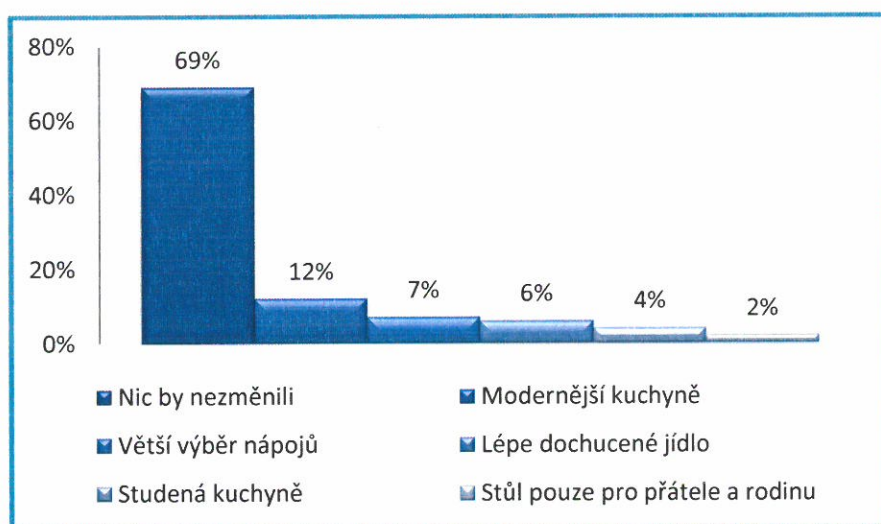


Zdroj: Vlastní šetření

Otázka č. 19: Jaké změny byste doporučili při změně těchto služeb?

U stravovacích služeb byla největší část respondentů 59 (69 %), se vším spokojena a nic by neměnili. Modernější kuchyni a styl vaření by uvítalo 10 (12 %) dotazovaných, 6 (7 %) z nich by chtělo větší výběr nápojů při jídle, 5 (6 %) z dotazovaných by jídlo chtělo lépe dochutit. Pouze 3 (4 %) by mezi nabídkou uvítali studenou kuchyni a zbylí 2 (2 %) by chtěli stůl pouze pro sebe, své přátele a svou rodinu

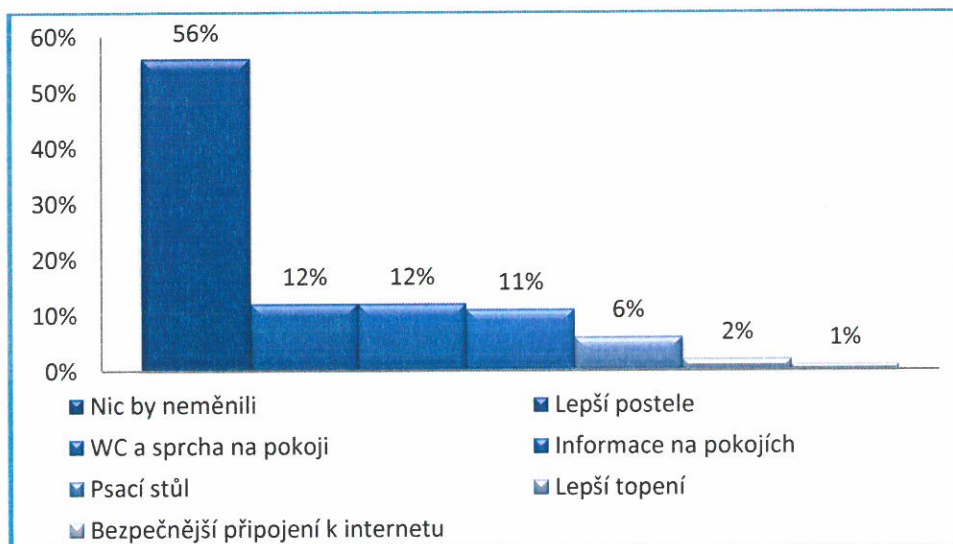
Graf č. 19: Změny u stravovacích služeb



Zdroj: Vlastní šetření

Jak je z tohoto grafu patrné, 48 (56 %) respondentů by nic na ubytovacích službách neměnilo, 10 (12 %) by uvítalo lepší a pohodlnější matrace či postele, 10 (12 %), by chtělo, aby každý pokoj měl samostatné WC a sprchu, 9-ti (11 %) klientům pak vadí malá informovanost a uvítali by na pokojích, nějaké informace o procedurách, které na sebe například navazují. Pouhých 5 (6 %) respondentů by na pokoji chtělo mít vlastní psací stůl, pokoje jsou bez velkých stolů a klienti nemají kde napsat například pohledy pro svou rodinu a přátele. Lepší topení, které se nemusí neustále odvízdušňovat, by uvítali 2 (2 %) dotazovaní a zbylí 1 (1 %) by chtěl bezpečnější připojení na internet.

Graf č. 20: Změny u ubytovacích služeb



Zdroj: Vlastní šetření

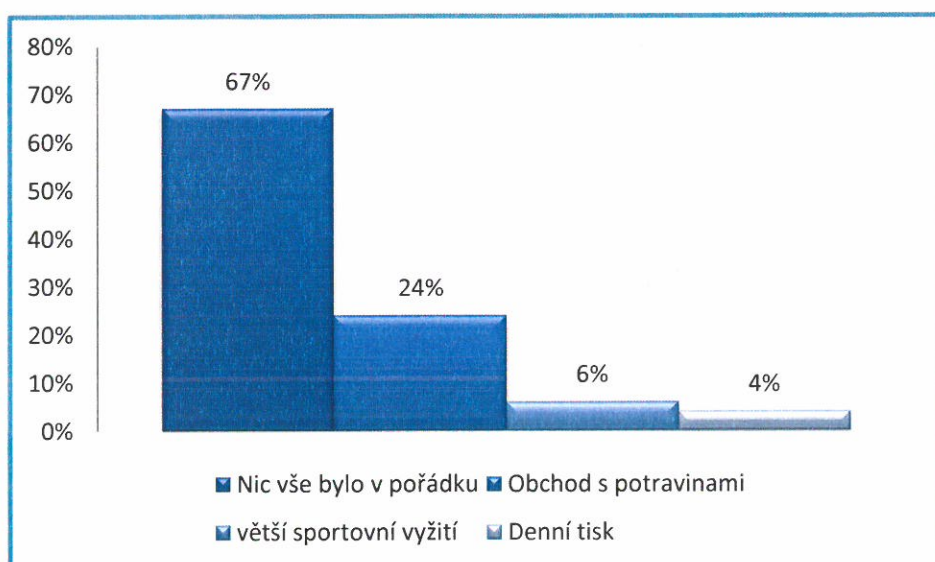
Zde bylo celých 85 (100 %) naprosto spokojeno a nic by na zdravotnických službách neměnili, což je pro Lázně Hotel Vráž skvělé zjištění.

Graf č. 21: Změny u zdravotních služeb



Zdroj: Vlastní šetření

Graf č. 22: Změny u ostatních služeb



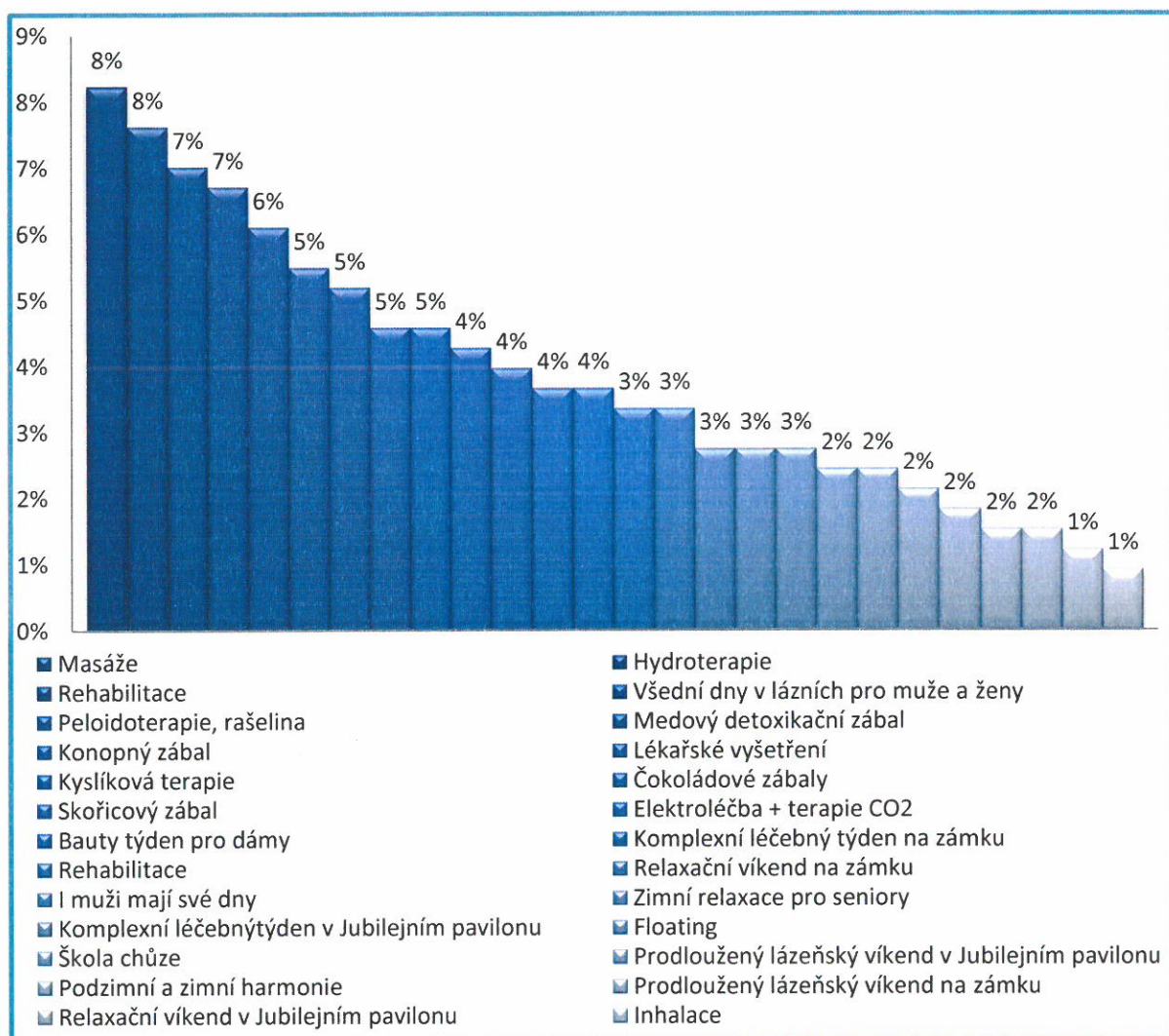
Zdroj: Vlastní šetření

U ostatních služeb by nic nemělo celých 57 (67 %) dotazovaných, 20 (24 %) by uvítalo v areálu nějaký obchůdek s potravinami a zbožím denního užití, 5 (6 %) by uvítalo větší sportovní vyžití, 3 (4 %) by chtěli mít k dispozici nabídku denního tisku.

Otázka č. 20: Které produkty by podle Vašeho názoru měly být dále nabízeny?

U této otázky mohli odpovídající vybrat více odpovědí. Nejvíce z nich 27 (8 %) by dále nabízelo masáže, ty jsou zde nejčastěji využívané. Celých 25 (8 %) by nevynechalo z nabídky hydroterapii, dalších 22 (7 %) z nich by v nabídce nechalo Všední dny v lázních pro muže i ženy, dalších, 20 (6 %) peloidoterapii, 15 (5 %) lékařské vyšetření, 18 (5 %) medové zábaly, 17 (5%) konopné zábaly a 15 (5 %) kyslíkovou terapii. U žádné z nabízených služeb se nestalo, že by ji nějaký z respondentů chtěl vyřadit z nabídky lázní.

Graf č. 23: Co by mělo být dále nabízeno

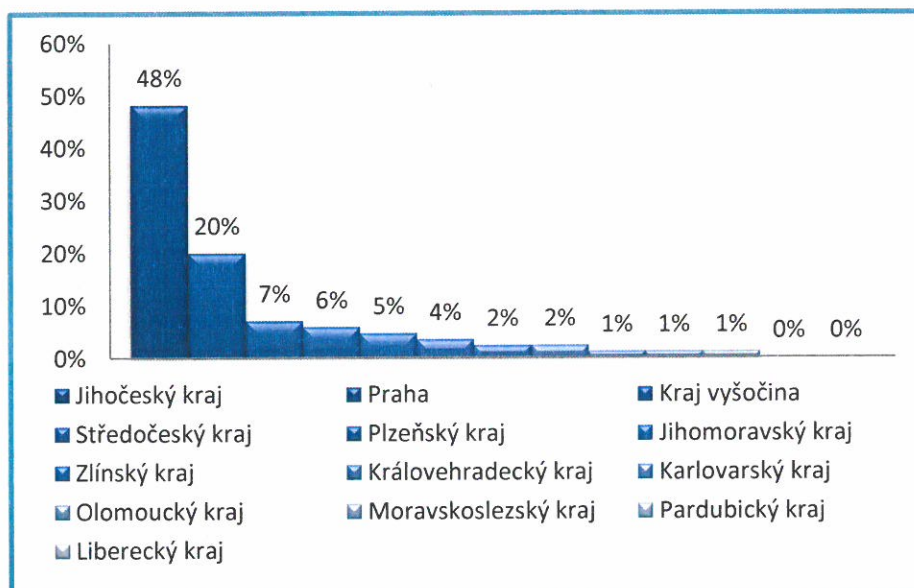


Zdroj: Vlastní šetření

Otázka č. 21: Z jakého kraje jste do lázní přijeli?

Otázka 21, již spadá do otázek rozřazovacích, zde je vidět, že nejvíce z dotazovaných 41 (48 %) přijelo do Lázní Hotelu Vráž z Jihočeského kraje, což se dalo očekávat, protože Lázně Vráž v Jihočeském kraji leží, z Prahy sem zavítalo 17 (20 %) účastníků, nižší počet respondentů byl pak například ze Středočeského kraje 5 (6 %), Plzeňského kraje 4 (5 %) či z kraje Vysočina 6 (7 %).

Graf č. 24: Kraje

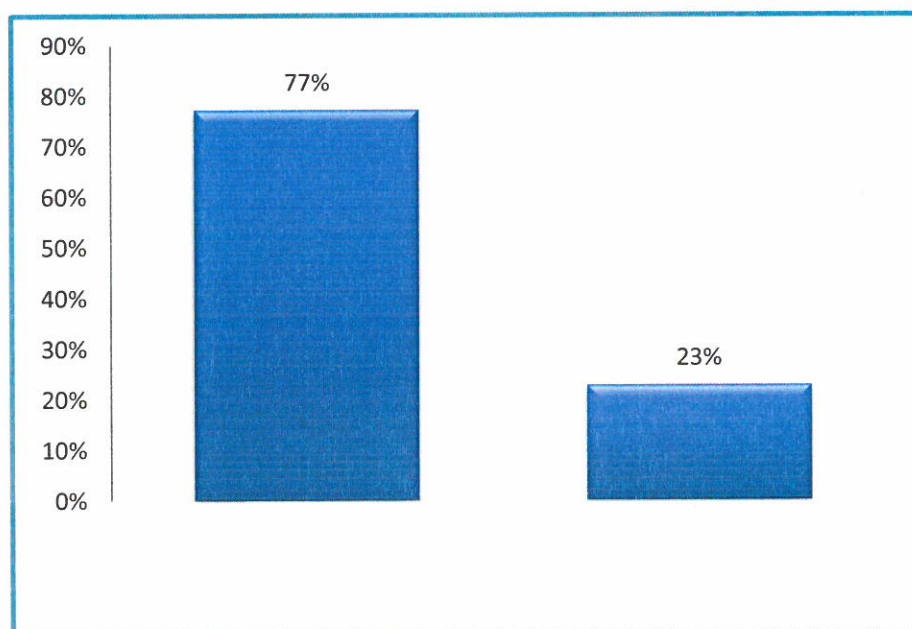


Zdroj: Vlastní šetření

Otázka č. 22: Vaše pohlaví?

Z tohoto grafu je jasné patrné, že nejvíce dotazovaných bylo právě žen 95 (77 %) a zbylých 28 (23 %) bylo mužů. Všeobecně je známo, že ženy raději relaxují, dbají o svůj zevnějšek a tak není divu, že i více navštěvují lázně.

Graf č. 25: Pohlaví

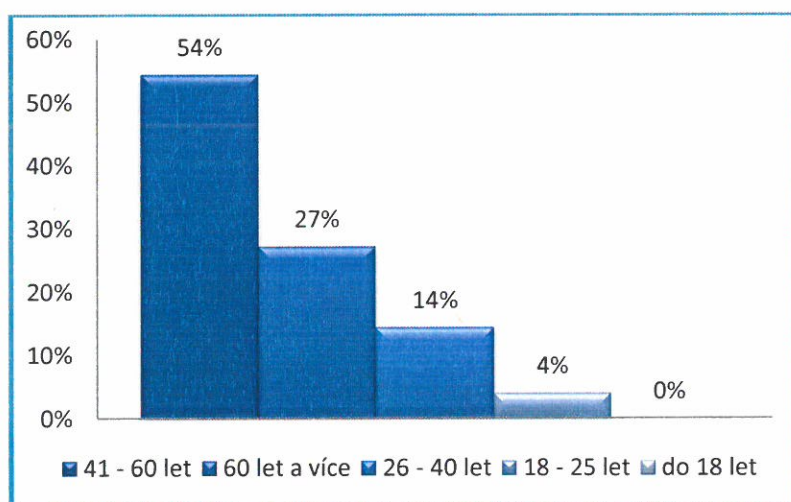


Zdroj: Vlastní šetření

Otázka č. 23: Váš věk?

Zde byl nejvyšší počet dotazovaných 68 (54 %) ve věku od 41 do 60 let. Další nejhojněji a to celých 34 (27 %) zastoupenou věkovou skupinou, bylo 60 let a více. Ve věku 26 – 40 let bylo 18 (14 %) dotazovaných a zbylých 5 (4 %) ve věku 18 – 25 let.

Graf č. 26: Věk

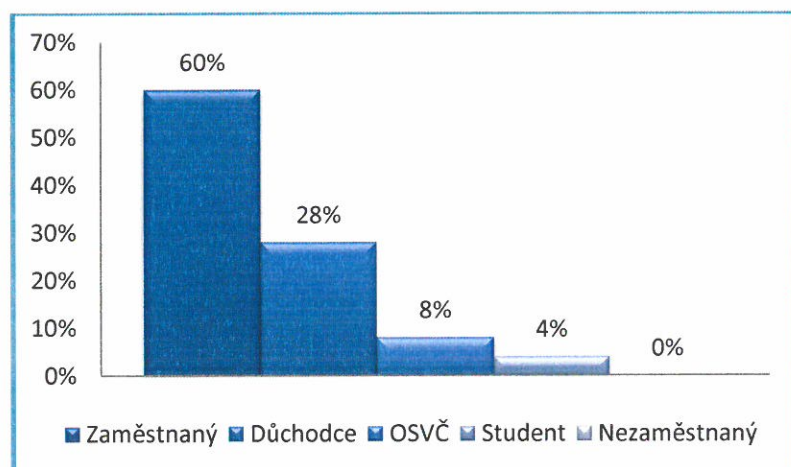


Zdroj: Vlastní šetření

Otázka č. 24: Jaký je Váš statut?

Jak je z grafu patrné nejvíce dotazovaných 74 (60 %), bylo zaměstnaných, dále 34 (28 %) z nich bylo v důchodu, 10 (8 %) OSVČ a zbytek což bylo 5 (4 %) respondentů byli studenti.

Graf č. 27: Statut



Zdroj: Vlastní šetření

4.8. Shrnutí výsledků analýzy

Z dotazníkového šetření se ukázalo, že o Lázních Hotelu Vráž, se nejvíce účastníků dozvědělo buď z internetu nebo od svých přátel, známých, či rodiny. Většina účastníků, kteří Lázně Hotel Vráž vůbec nenavštívili, zde nebyli, protože o nich nikdy ani neslyšeli. Nejvíce respondentů tyto lázně navštívilo v zimních měsících. Ti, kdo Lázně Hotel Vráž navštívili, zde pobýli většinou pouze týden, či méně. Dotazující sem zavítali kvůli odpočinku, většina z nich byli samoplátci a dorazili buď sami nebo s přítelem, či přítelkyní. Z řízeného rozhovoru vyplývalo, že se sem hosté rádi vrací a to především z důvodu kvality poskytovaných služeb, ale většina respondentů zde byla poprvé ať už díky radě od svého známého, či díky pozitivním recenzím a reakcím na internetu. Mezi nejčastěji navštěvovaný léčebný program patřily Všední dny v lázních pro muže a ženy. Jednou z nejčastěji navštěvovaných procedur byly masáže. Hosté kladně hodnotili všechny služby, které Lázně Hotel Vráž poskytují, nejvíce se jim zde líbilo ubytování. Respondenti si myslí, že cena produktů odpovídá i jejich kvalitě a neprováděli by žádné změny ať už na ubytovacích, stravovacích či zdravotních službách. Poptávka za posledních 7 let vzrostla o 43 %, Lázně Hotel Vráž nemají žádné dodavatele, vše si vytváří sami. Při distribuci využívají přímou i nepřímou distribuci a to veletrhy, kongresy, Czech tourism, cestovní agentury a kanceláře, internet, Facebook a ostatní média.

4.9. Možnosti zdokonalení produktu a distribuce Lázní Hotelu Vráž

Pro vytvoření vlastních návrhů pro možné zlepšení jsem využila výsledky z dotazníkového šetření a z řízeného rozhovoru. Tyto vylepšení jsou zaměřeny na propagaci a zkvalitnění služeb s cílem získat nové zákazníky a udržet si stálou klientelu. Cílovou oblastí, pro oslovení nových klientů je Písecko a jeho okolí, ale také střední Čechy, kde se žádné lázeňské zařízení nenachází a tak je ideální lokalitou pro získávání nových zákazníků.

Distribuce letáků

Většina a to 68 % dotazovaných, Lázně Hotel Vráž nikdy nenavštívilo, protože o nich nikdy ani neslyšeli, pomocí distribuce letáků do schránek v okolí Písecka, Českých Budějovic a středních Čech, by se zvýšilo povědomí lidí o těchto lázních a přilákalo by je to do Lázní Hotelu Vráž. Letáky by byly distribuovány jednou měsíčně, do schránek, informovali by potencionální zákazníci o službách, které Lázně Hotel

Vráž poskytují a o akcích, které se v Lázních Hotelu Vráž tento měsíc pořádají. Odkazovaly by na internetové stránky, kde by se lidé mohli dozvědět více. Na stránkách www.inetprint.cz, by tisk letáku do schránky o velikosti A5, oboustranně barevný vyšel na 4 405 Kč bez DPH za 5 000 ks letáků, to je 0,881 Kč bez DPH na 1 ks. Roznos letáků do schránek, by byl zajištěn brigádníky, které by si Lázně Hotel Vráž najaly, výška finanční ohodnocení by byla odvozena od počtu roznesených letáků. Tím by se zvýšila informovanost lidí o Lázních Hotelu Vráž a o jejich produktech, zvýšila by se návštěvnost jejich internetových stránek a kvůli akcím, které se v Lázních Hotelu Vráž pořádají, jako například hudební večery, koncerty atd. by se díky tomuto opatření mohli najít noví zákazníci.

Věrnostní program

V Lázních Hotel Vráž již nabízí věrnostní program, klient může získat 10% slevu, pokud si zakoupí 1 týdenní pobyt včetně stravování a procedur, tuto slevu získá na další 1 týdenní pobyt. 20 % slevu získá při zakoupení 3 týdenního pobytu včetně stravování a procedur a tuto slevu může uplatnit na další 3 týdenní pobyt.

Tento věrnostní program by mohl být zachován, ale rozšířil by se o další možnosti získání slevy, za každý zakoupený produkt, by klient získal body, 1 Kč = 1 bod, za nasbírané body by si poté mohl vybrat z produktů, které Lázně Hotel Vráž nabízí. Například za 2 000 bodů, by mohl klient jít zdarma na částečnou masáž zad atd. Dále by členové věrnostního programu mohli dostávat 10 % slevu na vstupné na kulturní akce, které jsou v Lázních Hotelu Vráž pořádány. Při registraci na recepci, by klientovi byla vystavena kartička Lázní Hotelu Vráž, na které by bylo zákaznické číslo klienta a pod tímto číslem by v počítači bylo uloženo, kolik bodů má již klient nasbíráno. Karty by mohly být plastové, což je již dražší záležitost, než kdyby byly z papíru. Karty by byly oboustranně potištěné, obsahovaly by osobní údaje klienta jako je jméno a příjmení a pořadové číslo karty. Na stránkách www.inetprint.cz je cena za 500 ks karet 7 790 Kč bez DPH, což je 15,58 Kč bez DPH za jednu kartu. Toto opatření by sloužilo k udržení stávajících zákazníků.

Newsletter

Dalším z návrhů jak si udržet zákazníky, je rozesílání newsletterů na e-maily. Tyto newslettery by navazovaly na věrnostní program. Byly by zasílány na e-mail

členům věrnostního programu, aby byli neustále informováni o nových slevových i kulturních akcích, které budou v Lázních Hotelu Vráž.

Vytvoření balíčku pro rodiny s dětmi a pro seniory

Do dotazníků mi často připisovali respondenti poznámku, že jsou samoplátci, buď v důchodu, nebo na mateřské a nemají tolik peněz, aby si mohli dovolit častější návštěvy Lázní Hotelu Vráž. Přínosem by bylo, vytvoření balíčku speciálně pro důchodce, či rodiny s dětmi, kde by byly snížené ceny tak, aby to vyhovovalo oběma stranám. Dále by v rámci balíčku pro maminky s dětmi mohlo být zahrnuto hlídání v dětském koutku, či cvičení v bazénu s miminko, či moderní cvičení Fit mami, kdy se cvičí venku s kočárky a dětmi.

Akční ceny pobytových balíčků na Slevomatu

Portál www.slevomat.cz, je v dnešní době velice oblíbeným serverem, kde je velká nabídka produktů a služeb za akční ceny. Slevomat je jedním ze zakladatelů trhu slevových portálů, má miliardový obrat a je to jeden z nejsilnějších marketingových partnerů pro malé a střední podniky. Má před 914 000 zákazníků. Pomocí slevomatu lze prodávat produkty, získávat nové zákazníky, levně propagovat svou společnost, vyprodávat volné kapacity a pozitivně ovlivňovat společenské chování. Tým ze slevomatu s klientem zvolí adekvátní cenu produktu, který bude nabízen za akční cenu v nejlepším poměru cena/kvalita a naplánují cíl akce. Proto by bylo vhodné připravit nějaký balíček, či udělat akci na již stávající pobyty a tak přilákat nové zákazníky na nižší ceny, pokud by se jim pobyt líbil a byli se vším spokojeni, je velká pravděpodobnost, že by si další pobyt již zaplatili za plnou cenu.

5. ZÁVĚR

Cílem mé bakalářské práce bylo charakterizovat a specifikovat produkt vybraného podniku lázeňských služeb a navrhnout možnosti zdokonalení jeho tvorby a distribuce.

Abych naplnila cíl práce, nejprve jsem důkladně prostudovala odbornou literaturu a na jejím základě jsem sepsala literární rešerši, kde jsem se zabývala přírodními léčebnými lázněmi v České republice, podniky lázeňských služeb a zvláštnostmi jejich činnosti, dále produktem lázeňského podniku a jeho strukturou, zde jsem se zajímala o základní a doplňkové služby a distribuci produktu podniku lázeňských služeb.

V další části jsem si stanovila cíl práce, hypotézy a metodický postup, kterým jsem se řídila v další části mé práce, ve které jsem charakterizovala vybraný podnik lázeňských služeb, zde jsem si vybrala Lázně Hotel Vráž, který se nachází v Jihočeském kraji, necelých 13 km od města Písek, zabývala jsem se analýzou produktu a distribuce, zde jsem se zaměřila na jejich indikační seznam, zdravotní služby, ubytovací služby, stravovací služby a ostatní služby.

Poté jsem udělala řízený rozhovor s ředitelem Lázní Hotel Vráž a dotazníkové šetření, které probíhalo přímo v Lázních Hotelu Vráž, pomocí dotazníků, které byly umístěny na recepci Lázní Hotel Vráž. Z dotazníkového šetření, jsem zjistila, že jsou klienti spokojeni se službami. Největší počet jsou samoplátci, kteří sem jezdí buď samy, nebo s přáteli za odpočinkem a relaxací. Potvrdila jsem dvě z mých hypotéz a na základě syntézy dat, jsem sepsala návrhy, které by bylo možné realizovat. Tyto návrhy, by sloužily k lepšímu seznámení lidí s Lázněmi Hotelem Vráž a tím by se zlepšila i návštěvnost, k udržení stávajících zákazníků a ke zkvalitnění služeb, které jsou v Lázních Hotelu Vráž poskytovány.

6. SUMMARY

The purpose of my bachelor thesis was characterisation and specification of a product of a selected provider of spa services and proposal of options of improvement of its creation and distribution. In the beginning I performed a profound study of related professional literature references and compiled an excerpt from my literature search focused on natural curative spas in the Czech Republic, entities providing spa services and specifics of their activity, the selected spa product and its structure, including basic and complementary services and distribution of the spa service provider 's product. In the following chapter I defined the objective of the thesis, the starting hypotheses and methodological procedure. In chapter three I characterised the selected spa service provider, the Spa Hotel Vráž, situated in South Bohemia Region, about 13 km from the town of Písek, including its financial analysis in the period between the years 2010 and 2013, analysis of the product and its distribution, where I focused on the spa indications and their therapies and therapeutic procedures, including the school of walking, relaxation stays, accommodation, catering and auxiliary services and leisure time activities at the Vráž Spa, including congress services and services for weddings and other celebrations. Then I carried out a controlled interview with the managing director of the Vráž Spa and an inquiry based on a questionnaire and performed directly in the Vráž Spa where the questionnaires were placed at the reception desk. The questionnaire revealed that the clients were satisfied with the services provided by the Vráž Spa. The largest group of the clients was represented by self-paid clients coming either alone or with friends for rest and recreation. On the basis of the performed data synthesis I formulated some proposals that might be implemented for the purpose of better acquaintance of the public with the Vráž Spa for improved attendance rates, maintenance of the existing clients and improvement of quality of services provided by the Vráž Spa.

7. SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ

- Atic, Lázeňství v České Republice (2015), [online]. [cit 2015-02-01]. Dostupné z http://www.atic.cz/encyklopedie/seznam.phtml?typ=163,164&id_mapy=39&lng=&menu=
- Cathala, H., (2007), Wellness od vnějšího pohybu k vnitřnímu klidu. Praha: Grada Publishing
- Clemente, M. N. (2004), Slovník marketingu – klíčové pojmy a termíny. Brno: Computer Press
- Eliášová, D. (2003), Kúpeľníctvo. Bratislava: Ekonóm
- Foret, M., Stávková, J. (2003), Marketingový výzkum jak poznávat své zákazníky. Týnec Nad Sázavou: Grada Publishing
- Gúčík, M a kol. (2011), Marketing cestovního ruchu. Knižnica cestovního ruchu 17. Banská Bystrica: Slovak – Swiss Tourism
- Indikační seznam chorob: vyhláška č. 267/2012 Sb. o stanovení indikačního seznamu pro lázeňskou péči
- Jakubíková, D. (2012), Marketing v cestovním ruchu, jak uspět v domácí i světové konkurenci – 2, aktualizované a rozšířené vydání, Praha: Grada publishing
- Knápková, A., Pavelková, D., Šteker, K., (2013) Finanční analýza komplexní průvodce 2., rozšířené vydání. Praha: grada Publishing
- Knop, K. a kol. (1999), Lázeňství – ekonomika a management. Praha: Grada Publishing
- Kozel, R. a kol. (2005), Moderní marketingový výzkum. Praha: Grada Publishing
- Lázně Hotel Vráž, Lázně Vráž (2012) [online]. [cit 2015-03-09]. Dostupné z <http://www.lazne-vraz.cz/cs/o-laznich>
- Managent Mania, Finanční analýza, (2013), [online]. [cit 2015-03-10]. Dostupné z <https://managementmania.com/cs/financni-analyza>
- Oriška, J. (2010), Služby v cestovním ruchu. Praha: Idea Servis

- Parlament České Republiky, Poslanecká sněmovna (2001) Lázeňský zákon č. 164/2001 Sb. [online]. [cit 2014-03-16]. Dostupné z WWW: <http://www.psp.cz/sqw/sbirka.sqw?cz=164e=2001>
- Pásková, M. a Zelenka, J. (2012), Výkladový slovník cestovního ruchu. Praha: Linde
- Růčková, P. (2011), Finanční analýza 4. aktualizované vydání, Praha: Grada Publishing
- Ryglová, K., Burian, M., Vajčnerová, I., (2011), Cestovní ruch – podnikatelské principy a příležitosti v praxi. Praha: Grada Publishing
- Řezanková, H., (2007), Analýza dat z dotazníkových šetření. Praha: Professional Publishing
- Seifertová, V. (2003), Marketing v lázeňském cestovním ruchu. Praha: Vysoká škola cestovního ruchu, hotelnictví a lázeňství
- Slovník cizích slov, (2015), [online]. [cit 2015-01-20]. Dostupné z <http://slovník-cizich-slov.abz.cz/web.php/slovo/distribuce>
- Svaz léčebných lázní České Republiky, (2015), [online]. [cit 2015-02-15]. Dostupné z <http://www.lecebne-lazne.cz/cs/ceske-lazenstvi/z-historie-lazenstvi>
- Tošnerová, V. (2009), Balneologie. Praha: Grada Publishing
- Vašítková, M., (2014), Marketing služeb – efektivně a moderně: 2., aktualizované a rozšířené vydání. Praha: Grada Publishing
- Veřejný rejstřík a sbírka listin, Justice (2014), [online]. [cit 2015-03-09]. Dostupné z <https://or.justice.cz/ias/ui/vypis-sl-detail?dokument=14824911&subjektId=161655&spis=142038>
- Veřejný rejstřík a sbírka listin, Justice (2014), [online]. [cit 2015-03-09]. Dostupné z <https://or.justice.cz/ias/ui/vypis-sl-detail?dokument=16514621&subjektId=161655&spis=142038>
- Veřejný rejstřík a sbírka listin, Justice (2014), [online]. [cit 2015-03-09]. Dostupné z <https://or.justice.cz/ias/ui/vypis-sl-detail?dokument=17226295&subjektId=161655&spis=142038>

- Veřejný rejstřík a sbírka listin, Justice (2014), [online]. [cit 2015-03-09]. Dostupné z <https://or.justice.cz/ias/ui/vypis-sl-detail?dokument=20207191&subjektId=161655&spis=142038>
- Sedláková, R., (2014), Výzkum médií: Nejužívanější metody a techniky. Praha: Grada Publishing
- Vraž okres Písek, Obecní knihovna (2015), [online]. [cit 2015-04-05]. Dostupné z <http://www.vraz-obec.cz/obecni-knihovna/ms-1191/p1=1191>

8. SEZNAM OBRÁZKŮ, GRAFŮ A TABULEK

8.1. Obrázky

Obrázek č. 1: Horizontální organizační struktura podniku lázeňských služeb

Obrázek č. 2: Vertikální organizační struktura podniku lázeňských služeb

Obrázek č. 3: Logo Lázně Hotel Vráž

Obrázek č. 4: Schéma organizační struktury Lázní Hotelu Vráž

8.2. Grafy

Graf č. 1: Návštěvnost respondentů

Graf č. 2: Povědomí respondentů o Lázních Hotelu Vráž

Graf č. 3: Důvod proč respondenti dosud nenavštívili Lázně Hotel Vráž

Graf č. 4: Zdroje hrazení pobytu v Lázních Hotelu Vráž

Graf č. 5: Roční období návštěvy

Graf č. 6: Délka pobytu respondentů

Graf č. 7: S kým respondenti přijeli

Graf č. 8: Účel návštěvy

Graf č. 9: Počet návštěv

Graf č. 10: Účel opětovné návštěvy

Graf č. 11: Co bylo pro respondenty rozhodující pro volbu pobytu v Lázních Hotelu Vráž

Graf č. 12: Účast respondentů na léčebném programu nebo na léčebných procedurách

Graf č. 13: Jakého programu se respondenti zúčastnili

Graf č. 14: Účast na službách

Graf č. 15: Účast na procedurách

Graf č. 16: Spokojenost s kvalitou služeb

Graf č. 17: Spokojenost s cenou

Graf č. 18: Poměr mezi kvalitou a cenou služeb

Graf č. 19: Změny u stravovacích služeb

Graf č. 20: Změny u ubytovacích služeb

Graf č. 21: Změny u zdravotních služeb

Graf č. 22: Změny u ostatních služeb

Graf č. 23: Co by mělo být dále nabízeno

Graf č. 24: Kraje

Graf č. 25: Pohlaví

Graf č. 26: Věk

Graf č. 27: Statut

8.3. Tabulky

Tabulka č. 1: Přehled hlavních indikačních skupin chorob pro dospělé, děti a dorost

Tabulka č. 2: Indikační seznam Lázně Hotel Vráž

Tabulka č. 3: Srovnání počtu přijatých pacientů a ošetrovacích dnů v letech 2012 a 2013

Tabulka č. 4: Přehled víkendových pobytů a jejich služeb

Tabulka č. 5: Přehled týdenních pobytů a jejich služeb

Tabulka č. 6: Přehled léčebných pobytů a jejich služeb

Tabulka č. 7: Služby škola chůze

Tabulka č. 8: Vývoj počtu lůžkodnů u samoplátců v období 2011 - 2014

9. SEZNAM PŘÍLOH

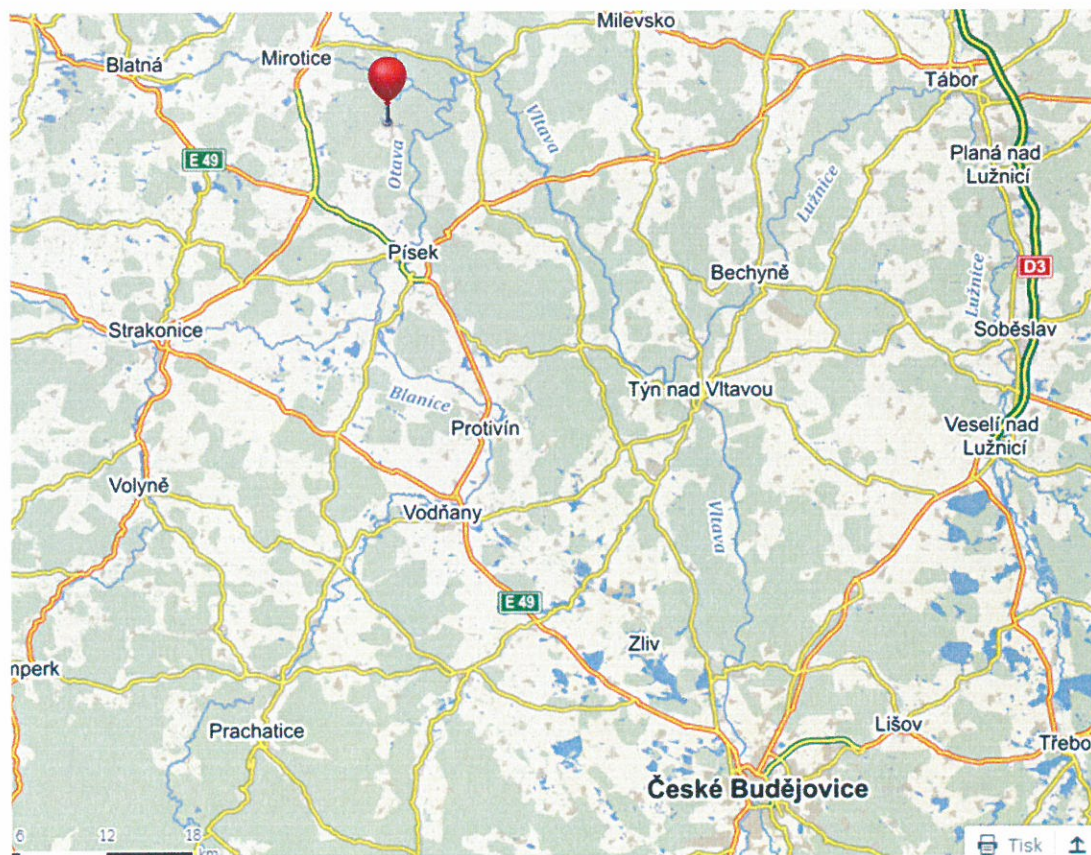
Příloha č. 1: Poloha Lázní Hotelu Vráž

Příloha č. 2: Fotografie Lázní Hotelu Vráž

Příloha č. 3: Dotazník

10. PŘÍLOHY

Příloha č. 1: Poloha Lázní Hotelu Vráž



Zdroj:

[https://www.mapy.cz/zakladni?x=14.3426514&y=49.2167001&z=10&source=pubt
&id=15213292](https://www.mapy.cz/zakladni?x=14.3426514&y=49.2167001&z=10&source=pubt&id=15213292)

Příloha č. 2: Fotografie Lázní Hotelu Vráž

Jubilejní pavilon Lázně Hotel Vráž



Zdroj: <http://www.lazne-vraz.cz/cs/fotogalerie/nase-lazne>

Zámek Lázně Hotel Vráž



Zdroj: <http://www.lazne-vraz.cz/cs/fotogalerie/nase-lazne>

Jubilejní pavilon Lázně Hotel Vráž



Zdroj: <http://www.lazne-vraz.cz/cs/fotogalerie/nase-lazne>

Termoterapie



Zdroj: <http://www.lazne-vraz.cz/cs/fotogalerie/procedury>

Cvičení v bazénu



Zdroj: <http://www.lazne-vraz.cz/cs/fotogalerie/procedury>

Masáž lávovými kameny



Zdroj: <http://www.lazne-vraz.cz/cs/fotogalerie/procedury>

Zámecká modrá jídelna



<http://www.lazne-vraz.cz/cs/fotogalerie/gastro>

Zámecká terasa



Zdroj: <http://www.lazne-vraz.cz/cs/fotogalerie/gastro>

Zámecká kavárna



Zdroj: <http://www.lazne-vraz.cz/cs/fotogalerie/gastro>

Ubytování na Zámku



<http://www.lazne-vraz.cz/cs/fotogalerie/foto-ubytovani>

Ubytování na Zámku



Zdroj: <http://www.lazne-vraz.cz/cs/fotogalerie/foto-ubytovani>

Kongresový sál



Zdroj: <http://www.lazne-vraz.cz/cs/fotogalerie/kongresy>

Dotazník

Dobrý den, jmenuji se Zdeňka Formánková a jsem studentkou Jihočeské univerzity v Českých Budějovicích. Můj studijní obor je zaměřen na cestovní ruch. Tématem mé bakalářské práce je ***Produkt podniku lázeňských služeb a jeho distribuce***. Tímto bych Vás chtěla poprosit o vyplnění tohoto dotazníku, který mi poslouží jako podklad pro zpracování mé bakalářské práce. Děkuji

1. Navštívili jste někdy Lázně Hotel Vráž?

- ☐ Ano (pokračujte na otázku č. 2)
- ☐ Ne (pokračujte na otázku č. 3)

2. Jak jste se o Lázních Hotelu Vráž dozvěděli? (pokračujte otázkou č. 4)

- ☐ Od známých/přátel/rodiny
- ☐ Od svého ošetřujícího lékaře
- ☐ Z internetu
- ☐ Z tisku
- ☐ Z ostatních médií (rozhlas, televize aj.)
- ☐ Jiné, uveďte

3. Proč jste tyto lázně dosud nenavštívili? (pokračujte otázkou č. 22)

- ☐ Nikdy jsem o nich neslyšel
- ☐ Finanční důvody
- ☐ Nemám žádné zdravotní problémy
- ☐ Mám svoje oblíbené lázně, do kterých jezdím
- ☐ Velká vzdálenost od místa bydliště
- ☐ Jiné, uveďte

4. Z jakých zdrojů byl Váš pobyt hrazen?

- ☐ Samoplátce
- ☐ Částečná úhrada zdravotní pojišťovnou
- ☐ Pobyt hrazen kompletně zdravotní pojišťovnou

5. V jakém ročním období jste lázně navštívili?

- ☐ Jaro
- ☐ Léto
- ☐ Podzim
- ☐ Zima

6. Jaká je délka Vašeho pobytu?

- ☐ Týden a méně
- ☐ 8-20 dní
- ☐ 21 dní
- ☐ 22-27 dní
- ☐ 28 dní
- ☐ více než 28 dní

7. S kým jste do lázní přijeli?

- ☐ Sám
- ☐ S přítelem/přítelkyní
- ☐ S rodinou
- ☐ S přáteli

8. Za jakým účelem jste do lázní přijeli?

- ☐ Odpočinek
- ☐ Léčba onemocnění
- ☐ Nové zážitky
- ☐ Jiné, uveďte

9. Kolikrát jste Lázně Hotel Vráž navštívili?

- ☐ Jednou (pokračujte na otázku č. 11)
- ☐ Dvakrát
- ☐ Vícekrát

10. Co Vás vedlo k tomu, že jste se do Lázní Hotelu Vráž vrátili?

- ☐ Kvalita poskytovaných služeb
- ☐ Rozsah poskytovaných služeb
- ☐ Cena poskytovaných služeb
- ☐ Ochota a přístup personálu
- ☐ Okolí zařízení (příroda, památky atd.)
- ☐ Jiné, uveďte

11. Co pro Vás bylo rozhodující při volbě pobytu v Lázních Hotelu Vráž?

- ☐ Doporučení známých/přátel/rodiny
- ☐ Pozitivní recenze na internetu
- ☐ Cena a rozsah služeb
- ☐ Léčebný program odpovídal mým zdravotním problémům
- ☐ Předchozí zkušenost
- ☐ Jiné, uveďte

12. Zúčastnili jste se léčebného programu, nebo jednotlivé léčebné procedury?

- ☐ Zúčastnil jsem se léčebného programu (pokračujte na otázku č. 13)
- ☐ Zúčastnil jsem se léčebné procedury (pokračujte na otázku č. 14)

13. Jakého programu jste se zúčastnili? (Pokračuje otázkou č. 15)

- ☐ Všední dny v lázních pro muže i ženy
- ☐ Relaxační víkend na zámku
- ☐ Relaxační víkend v Jubilejním pavilonu
- ☐ Prodloužený lázeňský víkend na zámku
- ☐ Prodloužený lázeňský víkend v Jubilejním pavilonu
- ☐ Podzimní a zimní harmonie
- ☐ Beauty týden pro dámy
- ☐ I muži mají své dny
- ☐ Zemní relaxace pro seniory
- ☐ Komplexní léčebný týden na zámku
- ☐ Komplexní léčebný týden v Jubilejním pavilonu
- ☐ Škola chůze

14. Jaké služby jste se zúčastnili?

- ☐ Čokoládové zábaly
- ☐ Medový detoxikační zábal
- ☐ Skořicový zábal
- ☐ Floating
- ☐ Konopný zábal

15. Jaké procedury jste se zúčastnili?

- ☐ Lékařské vyšetření
- ☐ Peloidoterapie, rašelina
- ☐ Hydroterapie
- ☐ Termoterapie
- ☐ Rehabilitace
- ☐ Elektroléčba + terapie CO₂
- ☐ Masáže
- ☐ Inhalace
- ☐ Kyslíková terapie

16. Jak jste spokojeni s kvalitou a rozsahem nabízených služeb?

(Hodnocení 1 – 6, 1 nejhorší, 6 nejlepší), (zakroužkujte)

Služby	Hodnocení					
Ubytovací služby	1	2	3	4	5	6
Stravovací služby	1	2	3	4	5	6
Chování personálu	1	2	3	4	5	6
Léčebné procedury	1	2	3	4	5	6
Relaxační pobyt	1	2	3	4	5	6
Léčebné pobyty	1	2	3	4	5	6

17. Jste spokojeni s cenou poskytovaných služeb? (zakroužkujte)

Služby	Hodnocení			
Ubytovací služby	Ano jsem	Spíše ano	Spíše ne	Ne nejsem
Stravovací služby	Ano jsem	Spíše ano	Spíše ne	Ne nejsem
Léčebné procedury	Ano jsem	Spíše ano	Spíše ne	Ne nejsem
Relaxační pobyt	Ano jsem	Spíše ano	Spíše ne	Ne nejsem
Léčebné pobyty	Ano jsem	Spíše ano	Spíše ne	Ne nejsem

18. Myslíte si, že kvalita poskytovaných služeb odpovídá jejich ceně? (zakroužkujte)

Služby	Hodnocení			
Ubytovací služby	Ano	Spíše ano	Spíše ne	Ne
Stravovací služby	Ano	Spíše ano	Spíše ne	Ne
Léčebné procedury	Ano	Spíše ano	Spíše ne	Ne
Relaxační pobyt	Ano	Spíše ano	Spíše ne	Ne
Léčebné pobyty	Ano	Spíše ano	Spíše ne	Ne

19. Jaké změny byste doporučili při změně těchto služeb?

- ☐ Ubytovací služby:
- ☐ Stravovací služby:
- ☐ Zdravotnické služby:
- ☐ Doplnkové služby:

20. Které produkty by podle Vašeho názoru měly být dále nabízeny?

- ☐ Všední dny v lázních pro muže i ženy
- ☐ Relaxační víkend na zámku
- ☐ Relaxační víkend v Jubilejním pavilonu
- ☐ Prodloužený lázeňský víkend na zámku
- ☐ Prodloužený lázeňský víkend v Jubilejním pavilonu
- ☐ Podzimní a zimní harmonie
- ☐ Beauty týden pro dámy
- ☐ I muži mají své dny
- ☐ Zemní relaxace pro seniory

- ☐ Komplexní léčebný týden na zámku
- ☐ Komplexní léčebný týden v Jubilejním pavilonu
- ☐ Škola chůze
- ☐ lékařské vyšetření
- ☐ Peloidoterapie, rašelina
- ☐ Hydroterapie
- ☐ Termoterapie
- ☐ Rehabilitace
- ☐ Elektroléčba+terapie CO2
- ☐ Masáže
- ☐ Floating
- ☐ Čokoládové zábaly
- ☐ Medový detoxikační zábal
- ☐ Skořicový zábal
- ☐ Konopný zábal
- ☐ Inhalace
- ☐ Kyslíková terapie

21. Z jakého kraje jste do lázní přijeli?

- ☐ Jihočeský kraj
- ☐ Středočeský kraj
- ☐ Praha
- ☐ Plzeňský kraj
- ☐ Karlovarský kraj
- ☐ Ústecký kraj
- ☐ Liberecký kraj
- ☐ Královéhradecký kraj
- ☐ Pardubický kraj
- ☐ Kraj Vysočina
- ☐ Jihomoravský kraj
- ☐ Olomoucký kraj
- ☐ Moravskoslezský kraj
- ☐ Zlínský kraj

22. Vaše pohlaví?

- ☐ žena
- ☐ muž

23. Váš věk?

- ☐ do 18 let
- ☐ 18 – 25 let
- ☐ 26 – 40 let
- ☐ 41 – 60 let
- ☐ 60 let a více

24. Jaký je Váš statut?

- ☐ Student
- ☐ Zaměstnaný
- ☐ OSVČ
- ☐ nezaměstnaný
- ☐ důchodce

