

# Obsah

Úvod .....	5
<b>1 Organizace v lázeňských a wellness podnicích .....</b>	<b>7</b>
1.1 Organizační struktury lázeňských a wellness zařízení .	13
1.2 Nové kategorie zdravotnických pracovníků .....	22
1.3 Organizace práce .....	24
<b>2 Řízení lázeňských a wellness subjektů .....</b>	<b>27</b>
2.1 Prvky managementu lázeňských a wellness subjektů ...	30
2.1.1 Lidé .....	30
2.1.2 Rozhodování .....	31
2.1.3 Komunikace .....	32
2.1.4 Systém plánování .....	35
2.1.5 Organizace a řízení .....	43
2.1.6 Kontrola .....	44
2.1.7 Controlling .....	46
2.2 Konkrétní příklad – Lázně Velichovky .....	47
<b>3 Specifika marketingu lázeňství a wellness .....</b>	<b>50</b>
3.1 Využití marketingu v oblasti cestovního ruchu a lázeňství .....	50
3.1.1 Infrastruktura lázeňského místa .....	51
3.2 Ekonomické a sociální souvislosti lázeňství při rozvoji regionu .....	53
3.3 Specifika služeb v marketingu – marketing vztahů .....	54
3.3.1 Rysy marketingu vztahů .....	55
3.4 Marketing služeb .....	55
3.5 Marketingový výzkum v lázeňství .....	56
3.5.1 Oblasti marketingového výzkumu na trhu služeb .....	58
3.5.2 Proces marketingového výzkumu .....	59
3.5.3 Metodika marketingového výzkumu lázeňského místa	60

3.6	Marketingový mix v lázeňství .....	61
3.6.1	Prvky marketingového mixu v lázeňství .....	62
3.6.2	Služba jako lázeňský produkt .....	62
3.6.3	Cena lázeňských služeb .....	65
3.6.4	Distribuce v lázeňství .....	65
3.6.5	Komunikace a komunikační mix .....	67
3.6.6	Vzhled – materiální prostředí .....	71
3.6.7	Lidé v lázeňských a wellness službách .....	72
3.6.8	Procesy v lázeňských službách .....	73
3.7	Společný marketing – destinační .....	74
3.7.1	Uplatnění managementu lázeňské destinace .....	75
3.7.2	System klíčového produktu .....	76
3.7.3	Sítě pro využití trhu .....	77
3.7.4	Politika značek .....	78
3.7.5	Řízení kvality .....	79
3.7.6	Management znalostí a kvalifikace .....	80
<b>4</b>	<b>Lázeňský a wellness produkt a jeho modifikace .....</b>	<b>84</b>
4.1	Členění lázeňských produktů .....	91
4.2	Tvorba nového produktu v oblasti lázeňství .....	93
4.3	Modifikace produktu lázeňských služeb .....	96
4.4	Tvorba produktových balíčků .....	98
<b>5</b>	<b>Zdroje statistických informací v oblasti lázeňství</b>	
	<b>a wellness .....</b>	<b>103</b>
5.1	Subjekty sledující statistické údaje .....	103
5.1.1	Ústav zdravotnických informací a statistik ČR .....	104
5.1.2	Agentura CzechTourism .....	113
5.1.3	Český statistický úřad (ČSÚ/CZSO) .....	116
5.1.4	Obchodní rejstřík .....	117
5.1.5	Výroční zprávy .....	121
5.2	Využití informačních údajů pro rozhodování .....	124

<b>6 Kvalita ve zdravotnictví a wellness .....</b>	<b>127</b>	
6.1	Systém řízení kvality .....	129
6.2	Kvalita v cestovním ruchu .....	134
6.2.1	Faktory ovlivňující kvalitu poskytovaných služeb v cestovním ruchu .....	135
6.3	Kvalita ve zdravotně orientovaném cestovním ruchu	137
6.3.1	Právní ukotvení kvality ve zdravotně orientovaném cestovním ruchu .....	139
6.3.2	Kvalita v lázeňství .....	143
6.3.3	Kvalita ve wellness službách .....	155
6.3.4	Kvalita u Medical Spa a Wellness .....	155
6.4	Vliv certifikace zařízení na kvalitu služeb .....	157
<b>7 Trendy ve zdravotně orientovaném cestovním ruchu ...</b>	<b>162</b>	
7.1	Wellness trendy roku 2009 .....	163
7.2	Wellness trendy roku 2010 .....	164
7.3	Wellness trendy roku 2011 .....	167
7.4	Trendy ve fitness a wellness v roce 2012 .....	167
7.5	Thalassoterapie (thalasso“ a „therapia“)	168
7.6	Trendy v lázeňství .....	169
<b>Seznam použité literatury .....</b>	<b>177</b>	
<b>Přílohy .....</b>	<b>181</b>	