

Vystoupení na Salonu lázeňství 2000

## **Lázeňství jako součást cestovního ruchu**

Vážené dámy a pánové,

je tomu zhruba rok, co jsem se sešli v malebných moravských lázních Dolní Lipová na konferenci k lázeňství. Je velice potěšitelné a užitečné, že Svaz lázeňských měst a obcí se rozhodl být hlavním motorem a iniciátorem těchto setkání. Jsem velice rád, že se podařilo zformovat skupinu nadšenců, kteří jsou ochotni přispět k jejich zdatu. Je samozřejmé, že mezi tuto skupinu nadšenců - organizací či institucí počítám i Českou centrálu cestovního ruchu. Kdyby se podařilo vytvořit tradici těchto konferencí pomohlo by to jistě ku prospěchu lázeňství, cestovního ruchu, lázeňských obcí a měst, jejich regionů.

Problém vzájemného vztahu lázeňství a cestovního ruchu je v poválečném období v ČR trvale aktuální. O vzájemném soužití těchto dvou aktivit bylo hovořeno i na loňské konferenci. Nechci proto názory tehdy pronesené opakovat. Dovolím si jenom uvést základní tezi, která tvoří východisko pro další úvahy.

Cestovní ruch a lázeňství mají podobný hlavní cíl – přispívat k uchování a regeneraci fyzických a duševních sil jednotlivce. Mají řadu společných, ale i odlišných prvků. Tvoří spolu určitý organický celek, který není pevnou strukturou organizační podřízenosti části ve prospěch celku, nýbrž volnou, flexibilní strukturu.

Historický vývoj v lázeňských místech nejen v ČR, ale i jinde v Evropě potvrzuje, že soužití možné je, i když může někdy vyvolávat krátkodobé problémy, vyplývající spíše z nepochopení jednotlivců, kteří jednu či druhou aktivitu ovlivňují, než z podstaty těchto aktivit. Jsem proto přesvědčen, že je rozumné, hledat to co cestovní ruch a lázeňství spojuje, protože podstata obou je podobná a ne se zaměřovat na zvláštnosti, které jsou sice důležité a mnohdy neopomenutelné, avšak je možno při dobré vůli, nalézt jejich vzájemné respektování, respektive život bez ohledu na vůli jednotlivců toto respektování, koexistenci nakonec nalezne. Jen to stojí více peněz, úsilí, nervů. Protože jsme v Karlových Varech, uveďme známý příklad z toho města – usnesení vlády Československé republiky ze šedesátých let, které nařizovalo jmenovitě, které domy se musí převést z působnosti cestovního ruchu (hotely) převést do působnosti zdravotnictví – státním lázním. Kromě jiného, vzhledem k ekonomickým potížím zůstalo do značné míry jen na papíře. Nebo již mnohokrát citované usnesení OVKSČ K. Vary ze začátku sedmdesátých let o vymístění cestovního ruchu z Karlových Var do Krušných hor.

Jaká je současná situace v ČR?

Historickým vývojem stejně tak jako jinde ve světě bylo a je lázeňství ve vykazování jeho výkonů posuzováno společně s cestovním ruchem, tedy statistika je jedna s tím, že v současnosti v rámci tohoto souboru je sledováno z toho ubytování v lázeňských zařízeních a dále i v zóně lázeňského cestovního ruchu, což je ubytování ve všech zařízeních v lázeňských místech. Prozatím jsou k dispozici údaje za rok 1998 a za 9 měsíců roku 1999.

Tabulka část 1

Uvedená čísla informují, že lázeňství, resp. lázeňská místa sice nepředstavují většinový podíl v celkové návštěvnosti republiky, avšak mají podíl významný, nenahraditelný, zejména pokud jde o přenocování. Viz tabulka č. 2. Podíl přenocování na celku republiky je jistě významný (6,7), v některých regionech je pak ještě výraznější (západočeský).

Za zmínku stojí zdrojová struktura hostů. Podle údajů roku 1999 nejvíce cestovali do zóny lázeňského cest. ruchu Němci 45% (v návštěvnosti celkem představují jen třetinu), V lázeňství jsou tedy dominantou, což je zpráva pro marketing dalších let. Rusové představují více než 10%, což neodpovídá některým zkresleným představám o ruské monokultuře v lázeňské návštěvnosti ČR. Situace v některých místech je odlišná, avšak nelze ji ztotožňovat s celorepublikovým údajem. Vytvářející se pověra je nebezpečná pro image českého a moravského lázeňství na mezinárodním trhu a je třeba ji uvádět na správnou míru. Rakušané a Poláci představují po 5 %.

Jenom pro informaci, vedle zóny lázeňského cestovního ruchu statistika sleduje ještě zóny městského a kulturně-poznávacího cest. ruchu s podílem na celku ČR 53,6% v osobách a 49,0 v přenocováních, v okolí vodních ploch 10,4 v osobách a 9,5% v přenocováních, horského cest. ruchu s 15,9 u osob a 17,1 u přenocování a nevyhraněná zóna s 13,5 % u osob a 12,9 u přenocování. Lázeňská zóna má podíl na celku 6,6 u osob a 11,6 u přenocování. U přenocování je tedy situace podstatně lepší než v osobách.

Pragmatický přístup nabízí posuzovat výsledky celého místa a nikoliv jen ubytovacích zařízení, která mají licenci (oprávnění) jako lázeňská zařízení. Jejich hosté se pohybují stejně tak jako ostatní hosté v místě a jeho okolí, čerpají stejné komunální, společenské, sportovní, kulturní služby, prochází se ve stejných parcích, působí na ně jedno, společné lázeňské prostředí. Pro marketingového uvažování a z hlediska efektivního vývoje je vhodné vytvářet podmínky rozvoje minimálně z celomístního pohledu a nikoliv z pohledu jedné, byť velké a třeba největší organizace, tedy zajímat se o údaje o zóně lázeňského cestovního ruchu.

Uvedené údaje dokumentují rovněž neoddiskutovatelnou ekonomickou kvalitu – efektivnost lázeňství založenou na dlouhodobých pobytech vyplývajících z jeho podstaty. I když klasické léčebné pobyty jsou řaděny různými kratšími pobyty zaměřenými na nové produkty nabízející jen část původní komplexní léčebné péče, i tyto kratší pobyty jsou delší průměrná délka pobytů ostatních druhů a forem cestovního ruchu.

V závěrečné části svého vystoupení si dovoluji předestřít názor ČCCR na další vývoj, jakýsi marketingový výhled do budoucna.

Způsob života ve všech vyspělých zemích vede k tomu, že celosvětově dochází k nárůstu zájmu o cesty spojené s posílením a péčí o zdraví v nejrůznějších podobách, s prevencí, s přijímáním zdravotně prospěšných návyků a stylu života, se změnou kvality života apod. Obsahové spektrum této poptávky je přirozeně velmi různorodé, od nejrůznějších pobytů „posílení zdraví a krásy“, „schlank und schön“, „fit and fun“ atd., přes wellness, až po pobyty v lázních. Ovšem ani pobyty v lázních nepředstavují jednu homogenní nabídku. Ve světovém měřítku dnes zaznamenává největší rozmach thalaso terapie. Vidím, že mnozí přítomní lázeňští lékaři kroutí hlavou o čem to mluvím, vždyť to ve většině případů není lázeňství, jak je chápeme my. Máte pravdu, lázně tohoto typu ať jsou ve Francii, Tunisku či jinde za klasické lázně nepovažujeme. Světové statistiky a dokumenty Světové zdravotnické organizace, OECD, EU či jiné, tedy odraz mezinárodní poptávky, jsou ovšem jiného mínění. Můžeme trvat na svém názoru, ovšem tím názor mezinárodní poptávky nezměníme. To na

druhé straně neznamena a nelze připustit, že bychom měli slevovat z toho, co české lázeňství proslavilo ve světě, tedy ustoupit od medicinského aspektu ČR. Podobný shovívavý úsměv vyvolávají na mnohých tvářích různé luftkurorty, které rostou rovněž jako houby po dešti. Zde bych připomenul, že i u nás před válkou byla místa podobného charakteru oficiálními lázněmi, např. v úředním dokumentu ČR - Platební bilanci roku 1928, vydané ČNB je na 5. místě mezi lázněmi uveden Špindlerův Mlýn před Františkovými Lázněmi, Poděbrady, Třeboní atd..

Stárnutí populace je problémem nejen naším, ale i celoevropským. V posledním desetiletí dramaticky vzrůstá a podle sociodemografických průzkumů bude vzrůstat význam nové skupiny cestovatelů – seniorů (skupina někde od 50, někde od 55 let). Cestují více, mají čas, většinou přiměřené finanční prostředky. Je to skupina relativně široká. Část z ní zejména starší ročníky představují klasičtí (potenciální) lázeňští pacienti, jejichž počet bude pravděpodobně vzrůstat. Ještě rychleji však bude vzrůstat další skupina - ne zcela klasický lázeňských pacientů, osob, které potřebují, resp. budou vyhledávat určitou prevenci, údržbu organismu a vyžadují, resp. jsou rádi, když je jim nabízen program poněkud uzpůsobený jejich fyzickému i duševnímu stavu, což neznamená, že se chtějí zřikat aktivní, zajímavé, rozmanité, náročné, někdy až lehce dobrodružné zábavy atd. Především tato skupina bude silně a stává se objektem zájmu míst cestovního ruchu i klasických lázeňských míst, organizátorů cest, programů a dalších institucí. Např. v USA a Kanadě se předpovídá cestovnímu ruchu za zdravím větší budoucnost než pobytům u moře.

V řadě států, především v důležitých zdrojových zemích našeho lázeňství a zároveň zemích ze stárnoucí populací dochází k ekonomickým změnám, které ač se to na první pohled nezdá, našemu lázeňství nahrávají, pokud těchto změn dokážeme využít. Nejenom u nás, ale i v Německu a Rakousku je aktuální reforma zdravotnického systému a nemocenského pojištění. Omezení příspěvků ze strany nemocenského pojištění vytváří logicky větší prostor pro objektivnější rozhodování jednotlivců, dochází k určitému zrovnoprávnění našich a německých nebo rakouských lázní při rozhodování Němců či Rakušanů o výběru místa pro léčebné pobyty. Je větší šance pro prosazení se skutečné kvality. Je jen třeba o ní tuto potenciální poptávku vhodně informovat a přesvědčit.

Zde nastupuje nutnost aplikace důslednější aplikace marketingu. Pro provozovatele lázeňských zařízení všeho druhu, pro provozovatele dalších služeb v lázeňských místech, pro řídicí struktury v lázeňských místech i regionech to znamená silnější marketingové zaměření v důsledku toho např. větší prezentaci produktu na jednotlivých zahraničních trzích, včetně osobních náborových cest a jednání, navázání přímých kontaktů s vysílately, či těmi kteří o vyslání na léčbu rozhodují, s organizátory těchto cest-pobytů (CK, operátoři, zájmová sdružení, spolky apod.), mediální prezentaci ve specializovaných časopisech či magazínech, realizaci fam tripů pro novináře i organizátory či vysílately, účast v mediálních kampaních apod.

Přírodní podmínky – kvalita přírodních léčivých zdrojů a jejich vysoká koncentrace na relativně malém území, vybavenost lázeňských míst, dlouhodobá zkušenost a především bohaté odborné znalosti – vysoká léčebná kvalita našeho lázeňství, která je skutečným světovým unikátem tvoří z lázeňství jeden ze základních pilířů cestovního ruchu ČR. Uvážíme-li značný lázeňský potenciál naší vlasti a jeho doposud zdaleka nevyužité možnosti je logické, že jeden z nosných segmentů budoucí nabídky cestovního ruchu ČR je a bude lázeňství. Pod tímto pojmem máme, resp. ČCCR má na mysli rozvoj všech forem cestovního ruchu v lázeňských místech při axiomu respektování léčebného lázeňství jako místotvorného

činitele, kterému se musí v rozumné míře podřídít veškeré aktivity místa. Chtěl bych zdůraznit slovo rozumné, přičemž o tom co je rozumné a není by mělo rozhodovat především místo a jeho orgány, podnikatelé, zájmová sdružení atd.

ČCCR si stanovila pro svou činnost lázeňství jako jeden z stěžejních marketingových dlouhodobých cílů. My můžeme předat mezinárodnímu trhu, první obecnou, povšechnou informaci o našem lázeňství, pro další etapu jsou již potřebné podrobnější a hlavně zasvěcenější informace o místě, často i odborného balneologického charakteru. V tomto případě je již nutná spolupráce s vámi, představiteli lázeňských míst, podnikateli v těchto místech, vašimi zájmovými organizacemi, marketingovými organizacemi a dalšími subjekty, které mají zájem na rozvoji a rozkvětu lázeňských míst. Chtěl bych vás proto vyzvat k další, užší a propracovanější spolupráci, při níž budeme společně formovat marketingovou strategii lázeňství jako takového, event. lázeňských míst. Chtěl bych vás zároveň ujistit, že jsme připraveni a odhodláni ji také společně uvádět v život.



## Podíl lázeňství na celkových výkonech cestovních ruchu 1. - 3. čtvrtletí 1998 - 1. - 3. čtvrtletí 1999

	1.-3. čtvrtletí 1998	1.-3. čtvrtletí 1999
<b>Zahraniční hosté v UZ - ČR celkem</b>		
osoby celkem	4 412 673	4 545 250
počet přenocování	13 850 606	13 711 351
průměrná doba pobytu	4,1	4,0
<b>Zahr. hosté v lázeňských zařízeních</b>		
osoby celkem	93 117	88 878
počet přenocování	993 527	919 913
průměrná doba pobytu	11,7	11,4
<b>% podíl lázeňských zařízení na celku</b>		
osoby	2,1	2,0
přenocování	7,2	6,7

<b>zóna lázeňského cestovního ruchu</b>		
cizinci celkem	293 714	299 687
% podíl na celku	6,7	6,6
<b>zóna městského a kulturně-poznávacího cestovního ruchu</b>		
cizinci celkem	2 429 711	2 436 122
% podíl na celku	55,1	53,6
<b>zóna cestovního ruchu v okolí vodních ploch</b>		
cizinci celkem	214 570	473 619
% podíl na celku	4,9	10,4
<b>zóna horského cestovního ruchu</b>		
cizinci celkem	743 939	720 940
% podíl na celku	16,9	15,9
<b>zóna nevyhraněná</b>		
cizinci celkem	730 739	614 882
% podíl na celku	16,6	13,5

Zdroj: Český statistický úřad



