

Česká zemědělská univerzita v Praze

Provozně ekonomická fakulta

Katedra ochodu a financí



Teze diplomové práce

**Lázeňský cestovní ruch ve zvolené destinaci
v České republice**

Bc. Štěpánka Koutná

1. Souhrn

Tématem diplomové práce je lázeňský cestovní ruch. Cílem práce je na základě studia pramenů, komparační metody a expertního rozhovoru navrhnout doporučení ke zlepšení podnikatelských aktivit konkrétního poskytovatele lázeňských služeb. První část diplomové práce obsahuje teoretická východiska, která uvádí základní pojmy z oblasti cestovního ruchu, vývoj, typy a dělení služeb. Dále je definováno lázeňství, historie a místopis a následně lázeňství v České republice. Druhá část diplomové práce přibližuje zvolenou destinaci Karlovy Vary, historii města i lázeňství, indikace a kontraindikace lázeňské léčby, léčebné prameny a památky v Karlových Varech. Dále je druhá část věnována zvolenému poskytovateli lázeňských služeb, společnosti Imperial Karlovy Vary a.s. a jeho hotelu Imperial, kde jsou podrobně rozepsány nabízené služby a obchodní politika. Následně se diplomová práce zabývá konkurencí vč. komparace s hotelem Imperial a expertním rozhovorem s manažerem hotelu. Na základě zjištěných informací jsou navržena doporučení pro zlepšení podnikatelských aktivit hotelu Imperial v Karlových Varech.

Klíčová slova: Cestovní ruch, destinace, komplexní lázeňská péče, lázeňství, léčba, příspěvková lázeňská péče, stravování, ubytování, wellness, zdravotní cestovní ruch.

2. Cíl práce

Hlavním cílem diplomové práce je zhodnotit lázeňský cestovní ruch v Karlových Varech a prostřednictvím komparace s konkurenčními hotely a expertního rozhovoru s manažerem hotelu vytvořit soubor návrhů a doporučení pro možné zlepšení podnikatelských aktivit hotelu Imperial.

3. Metodika práce

V první části této diplomové práce jsou zpracována teoretická východiska, která jsou založena na detailním studiu pramenů. Informace nebyly čerpány jen z odborné literatury, ale také z odpovídajících důvěryhodných internetových stránek, firemních materiálů a odborných periodik zabývajících se problematikou cestovního ruchu a lázeňství.

Praktická část je stěžejní částí diplomové práce a je rozčleněna do čtyř kapitol, ve kterých jsou pomocí zvolených metod postupně zpracovány jednotlivé úkoly a cíle, které byly stanoveny. První kapitola charakterizuje zvolenou destinaci, tedy Karlovy Vary, druhá kapitola pojednává o hotelu Imperial, který významně přispívá k prestiži karlovarské léčby. Významnou částí této kapitoly je popis konkurenčních hotelů v Karlových Varech a jejich komparace s hotelem Imperial.

Ve třetí kapitole praktické části bylo provedeno dotazování formou expertního rozhovoru se Sales & Marketing manažerem hotelu Bc. Miloslavem Smržem. Expertní rozhovor byl proveden jen s jednou osobou, tudíž se jedná o kvalitativní zkoumání. V rámci rozhovoru bylo položeno osm otázek týkajících se cílových trhů, cílové skupiny, služeb hotelu či faktorů ovlivňujících lázeňskou sezónu v letošním roce. V rámci rozhovoru byla použita i metoda pozorování. Pozorováno bylo chování Sales & Marketing manažera během rozhovoru a jeho reakce na pokládané otázky. Na základě syntézy získaných poznatků byla v poslední kapitole navržena doporučení pro zlepšení podnikatelských aktivit hotelu Imperial.

4. Obsah práce

Vymezením teoretických východisek se zabývá třetí kapitola. V první části je definován cestovní ruch a jeho destinace, dále je uveden vývoj cestovního ruchu, jeho rozdělení a v neposlední řadě jsou zde popsány jednotlivé služby poskytované v rámci cestovního ruchu. Druhá část popisuje podrobněji lázeňství, jeho historii a vývoj a současný místopis lázní v Evropě. Poslední část třetí kapitoly detailně seznamuje s lázeňstvím v České republice, a to především s historií, právním vymezením, přírodními léčivými zdroji, druhy poskytované péče, organizacemi působícími v lázeňství, koncepcí státní politiky cestovního ruchu v České republice a nakonec pak s jednotlivými lázeňskými místy v České republice. Podrobněji je zde popsáno 10 nejvýznamnějších lázeňských míst, mezi něž patří: Karlovy Vary, Teplice, Mariánské Lázně, Poděbrady, Jeseník, Třeboň, Luhačovice, Františkovy Lázně, Jáchymov a Janské Lázně.

V následující čtvrté kapitole je podrobně popsána zvolená destinace, město Karlovy Vary, které je největšími a nejnavštěvovanějšími lázněmi v České republice. Jsou známy po celém světě a přijíždějí se do nich léčit tisíce zahraničních turistů ročně. Jejich specifikem je

lčení hostů z Ruské federace, kteří tvoří cca 80 % klientely. Tato kapitola přibližuje historii vzniku města a lázeňství, vývoj karlovarské lázeňské léčby, přírodní léčivé zdroje, současnou lázeňskou léčbu v Karlových Varech a významné stavby a památky ve městě.

Pátá kapitola popisuje společnost Imperial Karlovy Vary a.s., která je největší lázeňskou společností v České republice a která provozuje hotel Imperial. Jedná se o impozantní budovu nad lázeňskou zónou, která poskytuje služby na úrovni 4* Superior. Kapitola seznamuje s historií hotelu, službami, které jsou v hotelu Imperial poskytovány. Důležitou částí této kapitoly je popis konkurenčních hotelů stejné kategorie a jejich komparace s hotelem Imperial. Z komparační analýzy vyplynulo, že hotel Imperial je jako jediný ve své kategorii kompletně vybaven k poskytování služeb tzv. „pod jednou střechou“ a cena jeho komplexní péče je oproti konkurenci vyšší, ale díky vysoké kvalitě poskytovaných služeb a výhodné poloze, směle konkuruje ostatním hotelům, které komplexní lázeňskou péči nabízejí za nižší cenu. V poslední části této kapitoly jsou popsány jednotlivé distribuční kanály, které hotel Imperial využívá k umístění své nabídky na trh. Jsou jimi především cestovní kanceláře, přímí klienti, firemní klientela, internetové portály a zdravotní pojišťovny.

Šestá kapitola je zaměřena na expertní rozhovor se Sales & Marketing manažerem Bc. Miloslavem Smržem. Bylo položeno celkem osm otázek týkajících se zejména zdrojových trhů, nových potencionálních cílových trhů, věkové struktury hostů, průměrné délky pobytů hostů, služeb, které jsou hosty čerpány, a také negativních faktorů ovlivňujících lázeňskou sezónu v roce 2014. Z rozhovoru vyplynulo, že zdrojovými trhy hotelu Imperial jsou zejména Ruská federace a to v drtivých 67,5 %, dále Česká republika v 7,1 %, Ukrajina v 6,9 %, Německo ve 4,4 % atd. Pro hotel Imperial jsou zajímavé zejména Pobaltské republiky, Bělorusko či postsovětské republiky, na východě a ze západních zemí zejména USA, Kanada a Velká Británie. Arabsky mluvící klientela není pro hotel Imperial zajímavá z důvodu odlišnosti kultury a specifických požadavků. Délka pobytu hostů je odlišná na základě jejich národnosti. Nejdéle se v hotelu Imperial zdržují hosté z Kazachstánu, a to 13 dnů. Ukrajinci a Rusové přijíždějí na dobu 12 dnů. Němci využívají služeb v hotelu jen po dobu 4 dnů a Češi pouze 2,5 dne. Z rozhovoru je patrné, že do hotelu Imperial jezdí převážně starší klientela ve věku 45 – 80 let. Klienti mladší 45 let tvoří méně početnou skupinu, avšak z důvodu prevence se obchodní oddělení snaží nabízet

své služby i jim. Snížení obsazenosti v roce 2014 je důsledkem závislosti na rusky mluvící klientele, jejíž odliv je zapříčiněn zejména válečnými střety na Ukrajině, připojením Krymu k Rusku a s tím spojené sankce EU a USA proti Rusku, dále devalvace ruské měny, protiruská nálada v zemích Evropy a krach několika ruských cestovních kanceláří. V současné nelehké době, kdy do Karlových Varů míří méně turistů z Ruské federace je nevyhnutelné zjednodušit či zrušit proces vydávání víz na zastupitelských úřadech České republiky. V současné době je stav takový, že vydávání českých víz pro ruské turisty je značně problematické.

5. Návrhy a doporučení

Na základě získaných statistických údajů hotelu Imperial a expertního rozhovoru autorka diplomové práce vypracovala několik návrhů a doporučení.

Optimalizace nabídky hotelu Imperial

Autorka doporučuje optimalizovat nabídku programů hotelu Imperial následovně:

- Zkrácení Lázeňské péče Vital z 10 nocí na 7, což by mělo mít za následek zvýšení jeho prodeje, jelikož současným trendem je poptávka po léčebných programech na kratší dobu.
- Ze statistik vyplynul nízký prodej programu Fit & Slim, z tohoto důvodu autorka navrhuje jeho vyřazení z portfolia nabídky hotelu Imperial.
- Wellness program přejmenovat např. na „Relaxační či regenerační program“ z důvodu zavádějícího názvu, protože se jedná o léčebný program s lékařskou konzultací, který rozhodně nepatří do kategorie wellness balíčků.
- Nabídka nových zdravotně zaměřených wellness programů zejména pro německý a český trh, které by mohly zastavit neustálý pokles německé klientely a zvýšit podíl té české.

Na základě průzkumu nabídky konkurenčních lázeňských zařízení v České republice a Německu byly zjištěny a popsány tři různé kategorie programů. V dnešní době německá klientela požaduje kratší zdravotně zaměřené wellness programy (Medical Wellness), jejichž nabídka v rámci České republiky není nijak velká. Jedná se o propojení léčení a wellness, které má především preventivní charakter. Cílovou skupinou by měli být zdraví

lidé či lidé s potencionálním rizikem ve věku 40+ především z Německa a České republiky. Cena by měla být stanovena na úrovni komplexní lázeňské péče, aby zákazníci byli motivováni ke koupi, místo využití hotelových služeb s dokoupením jednotlivých procedur. Nové programy by měly být distribuovány prostřednictvím cestovních kanceláří a internetových portálů a dále přímo prodávány přes vlastní internetové stránky. Promotion by mělo probíhat online ve formě bannerů na vlastních internetových stránkách, pomocí PPC kampaní, promotion na sociálních sítích, např. Facebook, a offline v tisku a regionálních televizních stanicích. Programy by měly být obsahově zaměřeny jako detoxikační, antistress, redukční, omlazující (anti-age), regenerační. Minimální délka programů je stanovena na 5 nocí.

Obsah:

- Vstupní lékařské vyšetření nebo konzultace,
- laboratorní vyšetření,
- konzultace s nutričním terapeutem (možnost sestavení individuálního stravovací plánu),
- plná penze s možností využití individuálního stravovacího plánu,
- pitná kúra,
- procedury: 8-10 za pobyt (cca 2x denně)
 - Léčba za využití přírodního léčivého zdroje (koupele, rašelinové zábaly) 3x,
 - pohyb ve formě Nordic Walking, aquaaerobic apod. 2-3x
 - Wellness ve formě masáží 3x
- Výstupní lékařské vyšetření - vyhodnocení výsledků a doporučení / závěrečná zpráva
- Dárek, např. detoxikační balíček s sebou domů
- Nápoje po proceduře / fresh juice

Konkrétní návrhy procedur

- Detoxikační program
 - Vodoléčba, lymfodrenáž, suchá CO2 lázeň, koupel perličková, masáž klasická, parafango, masáž plosky nohy, sauna (za využití detoxikačních olejů k masážím a poskytnutí detoxikačního nápoje po proceduře)

- Antistress program
 - Aroma masáž celková, oxygenoterapie, masáž podvodní, masáž plosky nohy reflexní, koupel bylinná / přísadová / harmonizující, koupel uhličitá, aquaerobic, inhalace, solná jeskyně, biocon, thalaspas / thalaso, parafín rukavičky, Hot-Stone terapie
- Redukční program
 - Lymfodrenáž, léčebná tělesná výchova, aqua walking, nordic walking, masáž podvodní, masáž klasická, anticellulitis s bandáží, fyzioterapie

Z průzkumu trhu vyplynulo, že německá klientela slyší na poutavé popisy programů a jejich obsahu, proto by bylo vhodné takto jednotlivé programy prezentovat na německém trhu.

Dopady zjednodušení procesu vydávání víz či zrušení vízové povinnosti pro hosty z Ruské federace

Pokud by došlo k zjednodušení procesu vydávání víz či zrušení vízové povinnosti pro hosty z Ruské federace došlo by bezesporu k poklesu prodeje přes cestovní kanceláře na úkor zvýšení podílu přímého prodeje koncovým zákazníkům. Tato situace by vyžadovala zvýšení počtu zaměstnanců na rezervačním oddělení a zajištění provozu jak ve všední den, tak i o víkendech a svátcích. Dále by bylo nutné zajistit fungující systém předplateb pobytů, s čímž jsou spojeny vyšší nároky na finanční oddělení v počtu vystavených faktur a potvrzených plateb. Dále bude nutné řešit větší počet stížností hostů a tím bude vyvíjen větší tlak na pracovníky recepce, rezervačního oddělení a obchodního oddělení. V současné době stížnost klienta řeší cestovní kancelář, která mu pobyt zprostředkovala a v některých případech ji následně řeší s managementem hotelu. Jedním z hlavních pozitiv zrušení vízové povinnosti by bylo vyšší revenue z každého hosta, kde by odpadl zprostředkovatelský člunek, který si účtuje provizi.

V tomto případě však k žádnému přelomu v brzké době nedojde, naopak se zavedením biometrických údajů v celém schengenském prostoru dojde k dalšímu ztížení procesu vydávání víz. Dalším aspektem může být historická zaujatost vůči Rusku z dob okupace, která zapříčiňuje nevoli ze strany České republiky k zjednodušení či zrušení vízové povinnosti.

6. Seznam použitých zdrojů

1. ATTL, Pavel a Karel NEJDL. *Turismus I*. Vyd. 1. Praha: Vysoká škola hotelová v Praze 8, 2004, 178 s. ISBN 80-865-7837-2.
2. BENEŠOVÁ, Petra a Hana KRUIŠOVÁ. *Zdravotně orientovaný cestovní ruch: vybrané kapitoly*. Vyd. 1. Praha: Idea servis, 2013, 223 s. ISBN 978-80-85970-77-7.
3. ČERTÍK, Miroslav. *Cestovní ruch: vývoj, organizace a řízení*. Vyd. 1. Praha: OFF, 2001, 352 s. ISBN 80-238-6275-8.
4. DĚDINA, Jiří. *Management, organizování a ekonomika lázeňství - vybrané kapitoly*. Vyd. 1. Praha: Vysoká škola cestovního ruchu, hotelnictví a lázeňství, 2004, 170 s. Sociologie (Grada). ISBN 80-865-9201-4.
5. FRANCOVÁ, Eva. *Cestovní ruch*. 1. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého, 2003, 119 s. ISBN 80-244-0719-1.
6. HESKOVÁ, Marie. *Cestovní ruch: pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. 2., upr. vyd. Praha: Fortuna, 2011, 216 s. ISBN 978-80-7373-107-6.
7. KAJLÍK, Vladimír. *České lázně a lázeňství*. 1. vyd. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj, 2007, 218 s. Marketing (Grada). ISBN 978-802-3993-301.
8. KNOP, Karel. *Lázeňství: ekonomika a management*. Vyd. 1. Praha: Grada, 1999, 231 s. Marketing (Grada). ISBN 80-716-9717-6.

internetové zdroje:

9. IMPERIAL KARLOVY VARY A.S. *Imperial Karlovy Vary, tvůrce moderního lázeňství* [online]. 2014 [cit. 2014-09-25]. Dostupné z: <http://www.imperial-group.cz/cz/>
10. IMPERIAL KARLOVY VARY A.S. *Hotel Imperial, Spa & Health Club* [online]. 2014 [cit. 2014-09-25]. Dostupné z: <http://www.spa-hotel-imperial.cz/cz/>
11. Lázeňská péče 2013. *Ústav zdravotnických informací a statistiky ČR. ÚZIS ČR* [online]. 2014 [cit. 2014-11-06]. Dostupné z: <http://www.uzis.cz/category/tematicke-rady/zdravotnicka-statistika/lazenska-pece-lazne>.