

Pohřeb (nejen) lyžování. Komu a čemu kope stát hrob?

- CZ24 News | 8. února 2021



ČESKO: Ze stávající společenské diskuze o tom, jestli uzavřít, nebo povolit provoz lyžařských areálů, lze často vycítit postoj nemalé části společnosti: Případný zákaz sebere nějakým lidem hračku (snobové se holt nebudou moct produčirovat v nových hadrech na sjezdovce), rodiny s dětmi prostě pojedou na hory až za rok. A to je asi vše podstatné, co je na tom zákazu bolestné. Dobře, ještě zkrátí zisky kapitalistům, kteří areály provozují (stejně kdo ví, jak k nim vlastně přišli).

Ale stojí za to racionálně shrnout, jaké sociální a ekonomické procesy lyžování plodí a stimuluje, co všechno je s ním spojeno a kolika sociálních skupin se zásahy do jeho fungování ekonomicky (a sociálně) dotknou. Lyžování je totiž pramen, z něhož se rozlévají životodárné zdroje nejen po regionu, ale i daleko do nížin a civilizačních center.

Společnost Tatry mountain resorts, a.s., největší hráč horského byznysu v ČR, před týdnem oznámila, že propustí 260 zaměstnanců. Ano, co to je proti škodovce, jenže podobné bolestné kroky čekají desítky či stovky, spíše ale tisíce dalších s lyžováním spojených subjektů, o kterých se nikdo nikde nedočte, že skončili na chodníku. Nejsou to jen hoteliéři, majitelé penzionů, číšníci a kuchaři, provozovatelé servisů a půjčoven, čerpacích stanic (i ty daleko pod horami na spádových komunikacích), učitelé lyžování, pekaři, a další dodavatelé a poskytovatelé služeb v horských oblastech (neboli většina obyvatel horských regionů). Zdroje z lyžařského byznysu ovlivňují životy v celé republice. Jen jsou oproti škodovce decentralizované, proto možná méně viditelné.

Budeme-li konkrétní, podle studie KPMG je celkově v horských střediscích v ČR zaměstnáno přes 40 tisíc lidí (skiareály, hotely, restaurace a další služby). A to je víc než ve zmiňované společnosti Škoda Auto. Drtivá většina z tohoto počtu v této zimě buď nepracuje vůbec, nebo pracuje za almužnu.

Sekera na nejchudší regiony

Co se stane, když se nelyžuje? Zastaví se ekonomický život primárně tam, kde se žije z cestovního ruchu. Vesměs jde o pohraniční regiony, kde není alternativa jiného živobytí – průmysl tam dávno skončil a jediné, co je dnes schopno okysličit krev takového kraje, je turismus. Podobně jako jinde v Evropě a na světě. U nás jsou tyto státní a společenské periferie o to zranitelnější, o co krutější měly historický osud. Vyhnání Čechů, vyhnání Němců, dosídlení, kolektivizace... Podobné jizvy bolí a budou bolet i po století. Až turismus se stal určitou hojivou mastí, která přinášela do horských regionů nový život, kreativitu, aktivitu a naději na budoucnost.

Turismus je hlavně lyžování

A pozor, turismus je zejména lyžování! Právě lyžaři nechají na horách nejvíce peněz, vedle vysokým zájmem vyšponovaných prázdninových cen ubytování platí oproti jiným částem sezóny i za skipasy. V Česku podle průzkumů pravidelně či svátečně lyžuje nějakých 20 % populace, 2 miliony lidí. Zasažené kraje přijdou o částku, která se rovná průměrné útratě jednoho návštěvníka krát 2 miliony. Schválně, kolik utratíte za lyžování ročně? Kdyby 10 tisíc na hlavu, je to 20 miliard korun... Tento matematický průměr je samozřejmě pouze ilustrativní, někdo z oněch dvou milionů neutratí nic nebo třeba jen pětistovku za skipas pro svůj jediný lyžařský den sezóny, jiní ale utrácejí desetitisíce. Asociace horských středisek ČR dnes odhaduje, že jen provozovatelé lanovek a vleků doposud přišli až o 2 mld. Kč.

Bez započtení ztrát dodavatelské sítě. Jak lyžařské areály pohánějí ekonomiku horských středisek, dokazuje jedna obecně známá poučka – jedna koruna utracená za skipas přinese dalších sedm korun utracených v navazujících službách. Nejen podnikatelé, ale i horské obce schytají drtivou ránu: v rozpočtech jim vypadnou veškeré příjmy z turismu, zatímco náklady na úklid sněhu a další služby jim nikdo nesníží. Například starosta Harrachova [Tomáš Vašíček varuje](#), že obec přijde až o 40 % příjmů.

Fungující skiareál je prostě ekonomickým srdcem regionu. Pokud se odpojí srdce, obvykle přichází ta s kosou.

Jak funguje projekt lyžařské středisko

Jak ve stručnosti funguje takové lyžařské středisko. Na počátku jsou obvykle obří investice do infrastruktury a s nimi spojené povinné obří splátky a úroky bankám. Lyžařské středisko je většinou převážně sezónní projekt, který se opírá o naděje finančního přínosu z několika málo měsíců v roce. Silné jsou Vánoce a silvestr, je-li dostatek sněhu, obvykle tyto dva týdny generují až 1/3 celkových sezónních příjmů. Ekonomicky plodným je také únor, když jsou školní prázdniny, v závislosti na středisku může být slušně výdělečný i březen, což ale není plošné pravidlo – například areál Monínek naopak více těží v lednu, kdy stahuje zájem Středočechů před tím, než se vydají na lyžařskou dovolenou a školní prázdniny do větších hor v ČR či zahraničí. Každopádně, lyžařská střediska mají předurčeno tvořit aktiva pouze tři měsíce v roce, pokud ne méně. K těmto třem měsícům se upíná celoroční konání managementu a majitelů. Veškeré investice se musejí splatit právě tímto obdobím. Kdyby toto období nebylo, všechno konání ztrácí smysl. Pokud se jedno „období sklizně“ odejme z kalendáře, zahýbáme se střediskovou ekonomikou tak zásadně, že ovlivní mnohem delší než roční hospodaření.

Je to obdobné jako u zemědělců. Starají se o půdu, zasejí, ošetřují rostliny v době růstu. Nakupují a

servisují mechanizaci... Jak by se pak asi cítili zemědělci, kdyby jim někdo zakázal sklídit?

Faktor počasí

Ne že by lyžařská střediska nemusela tvořit rezervy. Každý samozřejmě podniká podle svého, ale nad středisky visí každoročně ještě jiný strašák – teplá zima. I ta je dokáže obrátit o zisky. Samozřejmě nikoli tak zásadně jako totální uzavírka. I proto se investuje do technologií na výrobu sněhu, náš příklad – Monínek – dal jen za jednu část technologie, tu pro výrobu sněhu v plusových teplotách, přes 50 milionů Kč. Další desítky milionů stála další zasněžovací infrastruktura – rezervoár a tlakový rozvod vody, sněžná děla, řídicí systém... I investice do know-how lidí, kteří tento složitý systém ovládají.

O to smutnější na stávajícím zákazu je paradox, že letos je skvělá zima s dostatkem sněhu a mrazivých dní. Zima, která jako jedna z nemnoha dává naději vydělat a splatit něco více, než je v plánu. Zajistit se tak na případné teplé zimy v budoucnu.

Zítřejší, zítra, zítra

Manažeři české pandemie navíc drží od počátku prosince střediska na vodítku jako psíka a nebyl snad týden, kdy na jeho konci nehořela naděje, že se „zítra“ otevře. Střediska jsou pořád ve střehu, drží lidi, udržují sjezdovky, zasněžují. Kdyby stát řekl „měsíc si dejte volno“, mohla by střediska alespoň na krátkou dobu utlumit své aktivity, uvolnit zaměstnance, plánovat restart. V našem případě jsou ale všichni pořád ve střehu – a to stojí moře peněz.

Střediska samozřejmě vědí, že vládní rozhodnutí nestojí na objektivních datech a racionální analýze epidemiologické rizikovosti lyžování. To, že se zákazy opírají o irelevantní nebo politické argumenty, je pro všechny o to více frustrující.

Soucítící stát

Pěkný příklad, jak stát a jeho firmy soucítí s podnikateli v dobách pandemie, přinášíme opět z Monínce, ale lze ho jistě kopírovat na jakékoli jiné středisko. Energie na zasněžování se totiž musí rezervovat s předstihem měsíců, takže provozovatel si třeba v srpnu závazně zarezervuje odběry energie na celou zimní sezónu často za miliony korun. Později má na výběr energii odebrat, nebo neodebrat – pokaždé ji ale musí zaplatit, pandemie nepandemie. „Na Monínci máme proto sněhu jako nikdy, snad dva metry,“ komentuje paradoxní situaci Jaroslav Krejčí mladší, ředitel areálu Monínek. Zatímco jen většinově státnímu ČEZu zaplatil za (zbytečně) odebranou energii 2,5 miliónu korun, nyní žádá o kompenzaci z programu pro lyžařské areály, která – v případě, že projde úřednickým sítem – svou výší vynahradí právě jen tuto sumu. Přitom letošní náklady na přípravu střediska před sezónou, tedy do zasněžování, úpravu svahů, přípravy infrastruktury, nájemné, leasing a pojištění činí 9,4 miliony Kč (redakce má k dispozici podrobnější rozpis, suma například neobsahuje náklady na zaměstnance, které z většiny pokrývá program Antivirus plus).

Plánované roční tržby jen za skipasy činí v případě Monínce v optimistické variantě 21 miliónů korun, celkové tržby za celý provoz pak mohou činit až 28 miliónů Kč. Ze stávajících záchranných programů může získat – opět v optimistické variantě – něco málo přes 6 miliónů Kč. „Ke konci února odhaduji naše ztráty na 15 miliónů korun,“ dodává Jaroslav Krejčí ml.

Snad jen doplníme, že Monínek je kompaktní lyžařský areál s jednou lanovkou. Velké horské areály s vícero lanovkami a rozsáhlejší infrastrukturou počítají podobné bilance i o řády výše. Z hlediska celé České republiky udává KPMG obrát samotných lyžařských areálů (tedy provoz lanovek a vleků) okolo 4 mld. Kč. Za celá horská střediska (včetně gastru, ubytování apod.) je to ale už cca 25 mld...

Zdroje z hor nepřitečou do měst

Nejde ale jen o hory samotné, střediska a jejich dodavatelské sítě. Ale také o obchodní vazby samotných lyžařů. Ti se totiž musí na hory vybavit, což stojí další tisíce až desítky tisíc, které kvůli zákazu lyžování spotřebitelé neuhradí. Lidé totiž takřka vše kupují impulsivně, i lyže, oblečení na lyže a další vybavení. A když se nelyžuje, prodej lyží stojí. Zatímco sněhově vydařená zima zajistila skvělé prodejní výsledky v sekci běžek a skialpových lyží, sjezdovky zůstávají beznadějně na skladech. Právě sjezdovky ale tvoří hlavní část finančního objemu, se kterým prodejci zimního sportovního zboží operují. Prodává se jich totiž řádově nejvíce, podobně jako další zimní a jiné drahé zboží (zejména oblečení) mají taky pro prodejce vyšší přidanou hodnotu. Zimní zboží vydělá sportovním prodejcům výrazně víc než letní – logicky je sofistikovanější a dražší. A v něm kvantitativně jasně dominuje vybavení na sjezdovky.

A opět se opřeme o data ze studie KPMG: obrat celého horského byznysu v multiplikaci s výrobou a prodejem výstroje a výzbroje a dalšími souvisejícími segmenty dosahuje výše 50 až 60 mld. Kč ročně. Z toho si potom stáhne stát do veřejných rozpočtů (daně, odvody, apod.) 13 mld. Kč za rok. V tomto kontextu je pikantní, že na kompenzační program pro lyžařské areály alokuje jednu jedinou miliardu Kč...

Továrny se zastaví

Situace je celoevropsky tragická i u výrobců lyží, a to až tak, že lyžařské značky ruší nové kolekce a plánované novinky posunují o rok – před sezónu 2022/23. I výrobci lyží totiž fungují tak, že celý rok pracují pro jednu jedinou zimní „sklizeň“. V obchodních bilancích jim tak vypadne celý rok! Jak se to týká Česka? Silně, vyrábí totiž statisíce párů lyží pro celý svět (zjm. Head České Budějovice a Kästle Nové Město n. M.), většinu celosvětové produkce vázání zn. Marker (Kostelec n. Č. L.) nebo takřka kompletní produkci lyžařských bot Head (Litovel). Menší výrobce jako Lusti nevyjímaje. Tyto a další firmy teoreticky budou kvůli zákazu lyžování celý jeden rok bez práce.

Ztráty nastartované zákazem lyžování se tak začnou rozlévat z hor do nížin a průmyslových center. Jako povodeň zaplaví první právě ty, co bydlí v nejnižších patrech společnosti, ty, co se neumí bránit – spíš ty na horách, ale i mnohé ve městech. Dnes je nesnadné tyto škody vyčíslit (stovky miliard nejsou nadnesený odhad), ale je zřejmé, že jejich velká část se vrátí jako bumerang na bedra státu. V nárůstu sociálních dávek, poklesu daňových příjmů i morálky, nejen podnikatelské. Ale i možných soudních pří a následných kompenzací za způsobené ztráty.

Neúcta k soukromému vlastnictví, popírání osobních svobod a nedůvěra ve zodpovědnost občanů si holt žádá vysokou daň. Ostatně, není to dávno, kdy jsme to 40 let zažívali na vlastní kůži. Chceme se do těch dob vracet?

Autor: Petr Socha

Zdroj: <https://pravyprostor.cz>