

Většina z nás je odkázána na to, jakým způsobem nám média všeho druhu předkládají výklad politických, společenských, kulturních i ekonomických dějů. Jak lidé však s těmito informacemi nakládají? Různě. Obávám se však, že většinou jsou „konzumovány“ v podobě, jak se linou z obrazovek a amplionů, popřípadě z monitorů PC. Stejně tak se obávám, že to není ten nejšťastnější způsob. Trpíme nedostatkem hlubších analýz a snah dobrat se co nejobektivnější pravdy.

Jako jeden z nejčastěji frekventovaných výrazů ve zprávách jakéhokoliv původu a způsobu vzniku slyšíme už řadu měsíců, snad dokonce i roků, slovo „krize“. Většinou ještě dopadá na průmysl, obchod i zemědělství, často je původcem ožebračování celých sociálních skupin, málokdy však zahrnuta na ústup. Dost často ji moudří mužové viní také z deformace morálních hodnot a ztráty pozitivních příkladů a vzorů. Ty ve valně většině nahrazují bulvárně laděné informace o těch druhých – o nepoctivých šmejděch šidících a podvádějících, pravdu neuznávajících a logické argumenty podvodem, falší a násilím nahrazujících. Jaksi plíživě se pak právě tyto stávají síce nechtěným, ale snadno dosažitelným vzorem pro mnohé. Jmenovat konkrétní není třeba.

Přítom vzorů použitelných a při troše marketingové šikovnosti i efektivně fungujících máme dokonce několik přehrší.

Ale jakoby se do využití jejich zkušeností a návodů nikomu nijak nechtělo. Je tomu měsíc, co jsem kdesi našel pár slov, spíš jednu větu vyslovenou mužem, Čechem, úspěšným podnikatelem, právě v době krize, kterou ještě stále nazýváme „velkou hospodářskou“. „Kudy z krize?“ Položil si tenkrát otázku na mítinku před svými zaměstnanci ve Zlíně. A nebyla to otázka řečnická. Dokázal na ni odpovědět stručně a tak jasně, že by si její znění měli mnozí dnešní kapitáni průmyslu a obchodu instalovat jako pozadí na své monitory: „PRACUJTE – víc než jiní, lépe než ostatní, pečlivě, s rozmyslem a odvahou hledejte nová řešení.“ Tomáš Baťa. Platilo kdysi, platí dnes a pohříchu – bude platit i v letech, která nás ještě čekají. Platilo, platí a platit to bude kdekoliv na Zemi, ve všech oborech a také pro všechny, ať už jsou na jakkoliv vysoké pozici. Platí to i pro náš obor.

Existují místa, regiony, kraje, kde by nebylo třeba Baťovu radu, návod vyslovovat. Jaksi mimochodem, bez okázalých schůzí nebo moudrých školení se tak pracuje a nepochybují, že pracovat i bude. Jde o projevy návyků zděděných po generaci pracovitých a pracovat zvyklých dědů a otců, kteří nikdy nebyli žádáni o radu jak z krize. Ani jim to nikdo neradil, oni zkrátka věděli jak na to. Věděli, že bez práce nejsou koláče, že pečení holubi nelétají sami do huby.

V cestovním ruchu krize řadí stejně bezohledně jako v jiných oborech. Recepis, jak z ní ven, už známe, dokonce se můžeme jet podívat, jak nepadno, ale přece, se s dopady krize perou tu i onde. Příkladů najdete v jiných textech TRAVEL profi celou řadu. Přidejte se!

Zkusme se neschovávat za složitá schémata systémů kvality, značkování symboly, ceny s povrchním obsahem, klasifikace a kategorizace. Čím jednodušší systém budeme používat, tím budeme věrohodnější a turista, bude-li vážit, kam pojedete, dostane jasné informace – že musí být pravdivé, je snad více než jasné.

K plnému úspěchu je ale nezbytně třeba plnit i tu poslední Baťovu radu: „...s rozmyslem a odvahou hledat nová řešení.“ To je ale generální problém. Naříkáme nad upadající úrovní veletrhů, jsou kraje, kde se nedaří zvýšit počty příjezdů a přenocování. Ale málokdy si přiznáme, že důvodem může být naše vlastní nenápaditost, nechut překvapit vedoucí v důsledku k jakési „šedivé neviditelnosti“. A to bez ohledu na to, jak hluboko jsme dokázali zatnout sekeru do evropského futra. K tomu, aby se dotace vyčerpaly a správně zúčtovaly, přece stačí tak málo – chytře vymyslet projekt, který nebude vyžadovat žádná převratná řešení. Pak se stačí pochlubit tím, že všechno proběhlo tak, jak mělo. Na to fakt není třeba nijak jiskřivou myšlenku.

Laco Kučera

Pozvánka na veletrh Plzeňského kraje ITEP	2	Víte, kde leží Valchov?	14
Vzor, aneb kde brát a nekrást	3	Slovácké slavnosti vína a otevřených památek	15
Karlovarský kraj je pro mne nejkrásnějším místem... ..	4	Fajne léto 2014 v Moravskoslezském kraji	16-17
Karlovarský kraj je živý kraj	5	Mozaika turistických atrakcí Nitranského kraje	18-19
Dráha národního parku – Nationalparkbahn	6-7,1	Krásná Sabína se vrátila do Sabinova	20
Švýcarsko u sousedů.	8	Powiat Ostródzki – ráj turistiky	21
Za regionálními produkty do Českého Švýcarska	9	Zrcadlo turizmu	22
Karel IV. se chystá do Kadaně již po dvaadvacáté	10	Nabídka ubytovacích služeb Hotelu Veronika	23
Litoměřice žijí turistikou	11	Floowie.com – čtěte digitální publikace	24
Starostové v Chrudimské šatlavě.	12		
Poznávejte naše regiony	13		

Spojte se s TRAVEL profi na facebooku

facebook

TRAVEL profi – časopis pro cestovní ruch, Šéfredaktorka: Eva Kovářová, Ediční rada a spolupracovníci redakce: Tereza Štastná, Jan Štastný, Mgr. Marie Kysilková, Bořek Homola, Laco Kučera, Vydavatelství: Eva Kovářová – TRAVEL profi, IČO: 63969262
Sídlo: Horčičkova 546, 149 00 Praha 4, tel./fax: 272 919 586, vedení redakce – mobilní telefon: 608 032 397, travel-profi@volny.cz, www.travel-profi.cz, DTP a tisk: Ivan Vopelák – polygrafická výroba, Starý Kolín. Distribuce: SEND Předplatní spol. s r.o., Praha MK ČR E 5591, ISSN 1211-2798. TRAVEL profi vychází 9 x ročně vždy poslední týden v měsíci (v únoru, červenci a v srpnu nevychází).
Za podklady reportáží a inzerátů odpovídá autor či zadavatel. Přebírání informací a zpráv je možné pouze se souhlasem vydavatele!