

# Úvaha o budoucnosti cestovního ruchu

Proč mám stále silnější dojem, že cestovní ruch, náš společný obor, stojí na vrcholu slalomové sjezdovky, o které ví, že její branky stavěl šílenec, který nikdy nestál na lyžích? Možná je to proto, že v oboru pracuji už řadu let, zřejmě také proto, že naše redakce je sedmnáct let v permanentním kontaktu s profesionály, úředníky, regionálními institucemi, malými i velkými podnikateli v cestovním ruchu. Snažíme se pozorně naslouchat nejen jednotlivým názorům, ale také analyzovat vnější vlivy, ekonomická opatření centrálních úřadů a mnohdy nerozumná politická rozhodnutí. Naprosto nemám v plánu svádět současný, ne příliš utěšený stav a nevábné perspektivy jen na politickou reprezentaci a její mnohdy až zoufalou neznalost cestovního ruchu. Jak nakonec v poslední době předvádějí celé týmy kandidátů na hejtmanské posty v televizních předvolebních arénách. Svůj díl viny nese každý z nás. Ruku na srdce, kdy se vezeme a kdy jsme ochotni jít v zájmu oboru s „kůží na trh“, riskovat diskuzi nebo dokonce konflikt s nadřazeným? Skutečně umíme už uvažovat o tom, co se stane, až vyschnou zdroje, na které jsme zvyklí? (Že už se tenčí a zanedlouho vyschnou úplně, si štěbetají i vrabci na střeše a političtí matadoři to netají ani před volbami). Všichni víme, v jakém stavu se cestovní ruch nachází. Mnozí už pocítili dopad

úsporných opatření. Náklady na propagaci jsou postupně snižovány a omezují se náklady i na veletržní prezentace. Kraje volí, zda se zúčastní veletrhu Regiontour nebo Holiday World, připravují značně zmenšené expozice, propagační materiály budou brzy vydávány v levnějších verzích nebo v menších nákladech. Státem připravovaná koncepce dalšího rozvoje cestovního ruchu trpí chudokrevností ve všech směrech. V takové kondici by byl problém zvládnout i mnohem jednodušší sjezdovku, než tu, kterou máme před sebou.

Jaká jsou řešení? V zásadě dvě: To první je horší z obou špatných – sundat přílbu, zout boty a odejít ze startovní budky. Druhé je jen o poznání lepší – alespoň se pokusit a spolehnout se ještě na jednu jízdu – na jeden rok o štěstí. „Třeba to zvládneme“.

Je však ještě jedno řešení. Konečně se na cestovní ruch podívat ne jako na obor, kterému se nabízejí nějaké stále hubenější zbytky peněz z fondů, ale jako na obor, který je všude možné na světě schopný generovat prostředky, které umí uživit statisíce a miliony lidí. Jako na obor, kde je možné peníze na provoz a propagaci skutečně vydělat. Tvrzení, že komunální nebo státní správa nemůže uskutečňovat obchod, zde nemá celkem žádný prostor – i když je to pravda. Ale – zamysleme-li se

nad tím, k čemu měly všechny evropské fondy po dlouhá léta sloužit, pak se nemůžeme ubránit pocitu, že měly být využity mimo jiné také k tomu, aby vznikly struktury, které by dokázaly financovat alespoň základní činnosti regionálních institucí, destinačních společností a sdružení. Důvody, proč tomu tak doposud není, netřeba dlouho hledat.

Je ale ještě pořád trochu času. Ještě by stálo za pokus vytvořit v regionech nejen destinační agentury, ale také obchodní společnosti – cestovní kanceláře, které by dokázaly generovat zisky z příjezdové turistiky a ty pak využívat pro další existenci a rozvoj produktů a společné propagace. Jinými slovy – investovat poslední evropské peníze do budoucnosti. Vždyť je nabíledni, že ze stále hubenějších členských příspěvků to dlouho nepůjde. Připravit projekt, počkat na schválení a pak vyvézt na veletrhy stovky kalendářčků, propisek nebo balonků s logem (záměrně jsem vyjmenoval předměty, které jsou z hlediska propagace nejproblematičtější), je opravdu jednoduché, přitom ale zholá zbytečné. Stejně jako nesmyslně drahé monumentální expozice krajů nebo destinačních společností, které jsou jako husitskou vozovou hradbou doslova obehnaný „půlpultíky“ s hromadami letáčků, u kterých se opravdu nedá pracovat a pro návštěvníky jsou spíš odrazující než vstřícné. Ostatně – velechrámy krajových expozic jsou už dlouho terčem mých kritických poznámek – ale o tom zase příště.

Zdraví vás Laco Kučera

Čtete TRAVEL profi online .....	2	Perspektivy Flory Olomouc .....	15
Úvaha o budoucnosti cestovního ruchu .....	3	Jubilejní Slováké slavnosti vína a otevřených památek ..	16
Představujeme vám Dolní Poohří .....	4	Pohoda na Buchlově .....	17, 1
Cestovní ruch je šance .....	5	Slovácko v tradici – Tradiční výrobek Slovákca .....	18
Osobní pozvání do Českého Švýcarska .....	6	Oáza komfortu v Luhačovicích – Rezidence Ambra .....	19
Přijďte do Litoměřic! .....	7	Když do Ostravy, tak na Černou louku .....	20
ITEPem se zvýšeným tepem .....	8-9	Za golfem i oddechem do Rothschild Palace .....	21
Ralsko zmizelé a probouzející se .....	10	Zrcadlo turizmu .....	22
Kraj Rallye Železné hory, Chrudimsko – Hlinecko .....	11	Kdybych se ženil, bylo by to na Slovensku .....	23
Podzimní turistická nabídka Pardubicka .....	12	Imperial – ideální hotel pro váš pobyt v Ostravě .....	24
Letohrad a Tvrz Orlice .....	13		
GO a Regiontour – růst díky novým tématům .....	14	<b>Spojte se s TRAVEL profi na facebooku</b>	<b>facebook</b>

TRAVEL profi – měsíčník pro cestovní ruch, Šéfredaktorka: Eva Kovářová, Ediční rada a spolupracovníci redakce: Tereza Kovářová, Jan Šťastný, Mgr. Marie Kysilková, Božek Homola, Laco Kučera, Vydavatelství: Eva Kovářová – TRAVEL profi, IČO: 63969262 Sídlo: Horčíčkova 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 Předplatné spol. s r.o., Praha MK ČR E 5591, ISSN 1211-2798. TRAVEL profi vychází 10 x ročně vždy poslední týden v měsíci (v prázdninových měsících nevychází). Za podklady reportáží a inzerátů odpovídá autor či zadavatel. Přebírání informací a zpráv je možné pouze se souhlasem vydavatele!