

# Nesmělá úvaha nad budoucností turistiky v regionech Čech, Moravy a Slezska

Podobně jako jiné podnikatelské obory, také cestovní ruch – výjezdový, příjezdový i domácí – dostal v posledních letech doce-la na frak. Souvislý a nepřerušovaný mediální proud negativních zpráv, katastrofických sdělení a hrozeb, jak strašně se nám povede díky tomu, co bylo před volbami, nebo tomu, co se děje po volbách, zavádí zaměstnance, úředníky, malé, střední a větší podnikatele, seniory i mladé rodiny do stále se zužující uličky spoření, šetření a omezování svých vlastních požitků a prožitků. I těch turistických. To ale zdaleka neznamená, že cestovní ruch bídně zhyne někde za oprýskanou hřbitovní zdí. Nezhyne, jen se asi bude měnit, respektive už se mění. Lidé nepřestanou trpět touhou se někde podívat, jet do přírody, toulat se lesem, nechat se obsloužit – někdo ve venkovské hospůdce, jiný v hotelu na horách nebo v nížinách. Otázkou je, kolik jich zůstane a jak hluboko budou mít do kapsy. Nebo jinak – jak cenově vstřícné služby jim české regiony nabídnou.

Celkem nepočtená skupina finančně bezstarostných bude využívat služeb exotických destinací. Avšak většina našich domácích turistů se poněkud bezradně začíná rozhlížet po domácích luzích a hájích a hledat, kde utratit svoje omezené prostředky. Právě oni jsou budoucností pro domácí cestovní ruch, pro podnikatele v oboru v regionech Čech, Moravy a Slezska. Jen je třeba si jít vzájemně naproti. Kdo však udělá první krok, jakým směrem se vydá, jaká

sdělení vyšle ke svým budoucím klientům nebo poskytovatelům služeb? Zatím se situace v tomto směru velice podobá úvahám, co bylo dříve – slepice nebo vejce?

Je to otázka, na kterou zatím ani moderní vědecké metody nenalezly jednoznačnou odpověď. Proč se tedy zdržovat úvahami nad tím, zda mají přijít první klienti se svými požadavky nebo poskytovatelé s nabídkami. Dlužno přiznat, že na domácí turistické scéně to už delší dobu připomíná jakousi podivnou, „zákopovou válku“ – regiony sice vysílají své průzkumné čety v podobě skládaček, map, průvodců a jiných publikací, klienti je berou jako „jazyky“, ale fronta se prakticky nehýbe. Jedna strana jakoby se ostýchala před druhou. Pořádají se regionální setkání a konference, ale ty jsou do jisté míry zacyklené samy do sebe. Organizují je domácí většinou zase pro domácí, zájem „přespolních“ je minimální. Přitom se nabízejí dvě možnosti. První by byla přesvědčit zájemce ze vzdálenějších regionů přijet na takovou regionální prezentaci třeba přes půl republiky. Všichni víme, jak je to obtížné. Druhou možností je vypravit se za nimi, zorganizovat takřkajíc „výjezdní konferenci“. Ale trochu jinak, než jsou kratičké a po hřichu velice málo efektivní prezentace někde v centru Prahy. Dovedu si představit, jaký zájem by vzbudila dobře a přitom poměrně levně připravená „konference“ o turistických možnostech dejme tomu Chodska někde na Hané a naopak. Dva, tři hotely, pár info-center, kempy anebo podnikatelé v agro-

turistice by určitě dokázali dát dohromady pěkně barevnou kyticí jarních, letních i podzimních víkendových pobytů a nabídnout je v prostoru, kde chtějí získat novou klientelu. Zdá se vám to přitažené za vlasy? Určitě ne. Pevně věřím, že by taková akce přinesla větší efekt, než několikadenní pobyt na zahraničních veletrzích, a přitom by jako přidanou hodnotu mohla přesvědčit zúčastněné, že táhnout za jeden provaz je lepší než si hrát „na vlastním písečku“.

Ve snaze neuvíznout v pasti vlastních názorů a pravd vedeme trvalou debatu s lidmi, kteří v oboru pracují, kteří nakupují služby – tedy s turisty, a obrácíme se i na generaci nastupující, na studenty škol středních i vysokých vyučujících cestovní ruch nebo alespoň jeho základy. Debátujeme s nimi elektronicky i osobně. Naposled na semináři, který jsme vedli na Vysoké škole ekonomické v Praze, katedře cestovního ruchu. Bez dlouhých úvodů jsme i jim položili otázku, zda by měli zájem zakoupit někde v Česku, na Moravě či ve Slezsku hotový domácí produkt, tedy hotový pobyt s programem na víkend nebo týden. Odpovědi byly vcelku podobné a dost jasné – ano, ale prakticky se nedá koupit. Tedy, poptávka reálně existuje, nabídka by měla přijít co nejdříve. Naši domácí turisté nevyvírají, spíš naopak. Počet lidí, i mladých, kteří by rádi strávili nejméně jednu část dovolené někde v České republice, roste. Aleluja! Cestovní ruch nezahyne!

Laco Kučera

Českosaské Švýcarsko – znovuobjevená divočina .....	2	Kouzlo Moravského Žižkova .....	16
Nesmělá úvaha nad budoucností turistiky .....	3	Spanilá jízda mezi kapkami deště .....	17
Fenomén Labská stezka .....	4-5	Moravskoslezský kraj má to, co hledáte .....	18
Stop & Stay 2014 – Žatec – „Ohře nás spojuje“ .....	6	Navštivte nové expozice Slezskoostravského hradu .....	19
Přijďte do Kadaně oslavit narozeniny Maxipsa Fíka .....	7	Zrcadlo turizmu .....	20
V Litoměřicích na hradě to žije .....	8-9	Město Ostróda je připraveno vás přivítat .....	21
Úštěk – Dej čert dobřej den .....	10	Malá ochutnávka Nitranského kraje .....	22
Pár dní v Roudnici nad Labem? Skvělý nápad! .....	11	Severovýchod Slovenska – kraj tradic .....	23
Poznávejte naše regiony .....	12-13	Imperial – ideální hotel na vašich cestách .....	24
Politik není vojevůdce (rozhovor s ministryní) .....	14		
Orlickohorské a podorlické vábení .....	15		

Spojte se s TRAVEL profi na facebooku

facebook

TRAVEL profi – časopis pro cestovní ruch, Šéfredaktorka: Eva Kovářová, Ediční rada a spolupracovníci redakce: Tereza Štátná, Jan Štátný, Mgr. Marie Kysilková, Bořek 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 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!