

martina.koslikova@forumcr.cz

**DESATERO pro záchranu a budoucnost cestovního ruchu  
VOLBY 2021**

1. **Jaké má (nebo má mít) cestovního ruch v ČR postavení?**

Cestovní ruch vytvářel před nástupem COVID-19 více než 3 % HDP. Spotřeba v cestovním ruchu převyšuje ročně 300 miliard korun, do veřejných rozpočtů plyne z cestovního ruchu ročně zhruba 125 miliard korun. Vezmeme-li v úvahu všechny multiplikační efekty, vytváří cestovní ruch téměř 6 % podíl na celkové produkci ČR a zhruba 7 % podíl na celkových příjmech státního rozpočtu. V oboru pracoval každý 22tý Čech. Cestovní ruch však stále není vnímán jako plnohodnotné odvětví národního hospodářství se všemi důsledky a jeho podporou. Cestovní ruch nemá vlastní ministerstvo, nemá ani samostatného náměstka ministra. Není zajištěno jeho dlouhodobé stabilní financování, vlivem chybějícího legislativního ukotvení není jasně daná koordinace subjektů cestovního ruchu stát-samospráva-organizace destinačního managementu-podnikatelé. Tento stav není udržitelný v situaci, kdy cestovní ruchu tvoří větší HDP než zemědělství a kdy bez cestovního ruchu by nebyly finance ani na opravy památek. Cestovní ruchu nemá jasný systém řízení financování cestovního ruchu a tato situace je potřeba rychle napravit.

1. **Jaký by byl postoj vaší vlády k dopadům pandemie COVID na cestovní ruch?**

Cestovní ruchu je nejvíce zasažené odvětví pandemií COVID -19 s významným dopadem na dění ve společnosti. Sledujeme důsledky chybějících turistů a zároveň nedostatečné a často diskriminující kompenzace podnikatelům v cestovním ruchu. Nová vláda bude muset zpětně napravit diskriminace v kompenzacích zvláště za rok 2020. (např. bazény, horští průvodci/vůdci, IATA agentury, TIC.). Důkazem nerovného přístupu v poskytování dotací je i počet již podaných žalob na stát za nedostatečné kompenzování a uzavírání provozů. Aktuální výše hodnoty žalob přesahuje hodnotu 12 mld. Kč a tato částka určitě dál roste. Nová vláda musí zajistit podmínky pro restart cestovního ruchu a pomoci překlenout výpadek zahraničních turistů, bez nichž se český cestovní ruch, respektive poskytovatelé služeb v mnoha regionech, neobejdou.

1. **Jakou si představujete státní podporu cestovnímu ruchu?**

Cestovní ruch již několik let nemá výraznou a stabilní finanční podporu z centrální úrovně, a to z národních, ani z evropských zdrojů. Nejčerstvějším příkladem je Národní plán obnovy, který má pomoci s postcovidovou obnovou, nicméně segment cestovního ruchu zde nemá ani svou komponentu. Opačným příkladem jsou státy jako Bulharsko, Maďarsko, Rumunsko, Litva, Holandsko nebo Španělsko, které v národních plánech obnovy věnují cestovnímu ruchu adekvátní pozornost.

Subjekty cestovního ruchu jsou z pohledu bank a institucí vnímány jako rizikový sektor, jen složitě mohou získat přístup k úvěrovým a záručním schématům. Je potřeba zlepšit podporu financování investic v cestovním ruchu formou poskytnutí bankovních záruk, bezúročných nebo dlouhodobých úvěrů. Zároveň je nutné výrazně změnit nastavení podmínek pro čerpání EU fondů.

V rámci COVID restartu cestovního ruchu je nezbytné podpořit poptávku po produktech cestovního ruchu skrze státem dotované vouchery podobně jako projekt COVID Lázně, ideálně v kombinaci s částečně daňově uznatelnými náklady na dovolenou pro zaměstnance.

Stát dlouhodobě deklaruje zájem o digitalizaci, v tomto ohledu však zatím není pro cestovní ruch žádný reálný výstup. Vláda musí zásadně změnit Národní program podpory cestovního ruchu v regionech, který je v gesci MMR s rozpočtem pouze cca kolem 100 mil. ročně tak, aby se stal efektivním nástrojem pro reálnou podporu cestovního ruchu. Ani po několika letech se nedaří vyřešit téma veřejné podpory, která blokuje spolupráci podnikatelů v cestovním ruchu s veřejnou sférou a která vychází z nařízení EU. Je však rozdílně vykládáno v jednotlivých zemích EU a v ČR je tento výklad extrémně striktní.

1. **Jak chcete podpořit dostatek pracovních sil v cestovním ruchu?**

Cestovní ruch zaměstnával do pandemie COVID-19 kolem čtvrtmilionu lidí. Řada z nich kvůli špatné perspektivě odešla mimo služby a cestovní ruch. Tento segment vyžaduje 24/7 kapacity lidských zdrojů a představuje službu lidem. Služby v cestovním ruchu nedisponují pevnou pracovní dobou, výhodami úřednického postu a stabilního platu. Na trhu práce chybí řada odborností a většina absolventů škol spojených s cestovním ruchem, hotelnictvím a gastronomií nekončí dlouhodobě v oboru. Je potřeba „resuscitovat“ vzdělávání v cestovním ruchu a otevřít trh práce ze zahraničí.

1. **Jak vrátíte ČESKO mezi dobré značky cestovního ruchu?**

Bez domácího a mezinárodního marketingu se nedá dosáhnout adekvátních výsledků v cestovním ruchu. Chybí dlouhodobá finanční stabilita v marketingových kampaní pro ČR, které primárně zajištuje státní agentura CzechTourism. Výše ročního rozpočtu této agentury se v posledních letech dost výrazně mění. Pro vytváření pozitivního obrazu České republiky jako ideální destinace pro domácí i příjezdový cestovní ruch je nutná souhra a koordinace všech subjektů působících v cestovním ruchu. Je nezbytné podpořit marketing v zahraničí i pro firmy a podpořit zapojení tuzemských podnikatelů do kampaní státu. Je nutné ale i zajistit adekvátní dopravní spojení se zdrojovými zeměmi pro incoming do ČR. Podmínkou pro dobrou značku je samozřejmě mezinárodní kredibilita České republiky, tedy posílení upadající konkurenceschopnosti České republiky jako turistické destinace

1. **Jak budete reinvestovat příjmy veřejných rozpočtů z cestovního ruchu?**

Veřejné rozpočty nemohou být pouze příjemce daní a poplatků z cestovního ruchu, ale je potřeba, aby část z vybraných prostředků byla zpět reinvestována do dalšího rozvoje cestovního ruchu.

1. Problematika využití místních poplatků: – je nutná jednotná strategie, jak má být stanovena jejich výše a kam mají směřovat. V některých místech dochází k neúměrnému navyšování místních poplatků ve srovnání se samotnou cenou za ubytovací služby (IUZ a kempy vs. 50 Kč místní poplatek). Vybrané poplatky by měly být alespoň částečně reinvestovány do veřejné infrastruktury, část z ní je ale i v soukromých rukou jako např. lázeňské kolonády a parky. Je tedy nutné nalézt způsob, jak se peníze z místních poplatků budou vracet zpět do cestovního ruchu.
2. Sjednocení sazeb DPH: v rámci sektoru cestovního ruchu jsou rozdílené sazby DPH, proto je nutné
3. podpořit zachování snížené sazby DPH 10% (ubytování, lyžařské vleky, lázně…)
4. rozšířit a sjednotit sazby v sektoru 10% i pro ostatní služby (CK/CA, TIC, průvodci,..).
5. **Znáte legislativní potřeby cestovního ruchu?**

Více než 10 let probíhá diskuse o potřebnosti dobrého Zákona o cestovním ruchu. Aktuální situace ukázala, jak tato norma chybí. Zároveň jsou nutné další legislativní změny:

1. Legislativní změny v systému zajištění cestovních kanceláří (CK) pro případ úpadku. Stát vyžaduje pojištění záruky pro CK pro výkon jejich činnosti. Pojišťovny vlivem COVID-19 však nejsou ochotny pojišťovat CK. Stát tedy musí pomoci a zajistit situaci tak, aby CK mohly nadále vykonávat svou činnost. Bez pojistky nemohou podnikat.
2. Legislativní vyřešení šedé ekonomiky v oblasti ubytování v soukromí, průvodců apod. tak, aby byla pro všechny transparentní pravidla.
3. Podnikatelé v cestovním ruchu dlouhodobě bojují s administrativní zátěží, což je nutné vyřešit kombinací digitalizace a zároveň odstraněním některých zbytečných byrokratických výkazů.
4. **Jak politicky překládáte pojem „kvalita a bezpečnost cestovního ruchu“?**

Pro zajištění zájmu zákazníků je nutné podporovat zvyšování kvality služeb v cestovním ruchu. Jinak přestane být destinace Česká republika konkurenceschopná a jednotlivé služby rentabilní. Je důležité se zabývat bezpečností pracovníků i klientů v CR skrze kvalifikované pracovníky (bezpečný pohyb na horách, kvalifikovaní a kvalitní průvodci apod.). Zároveň má bezpečnost destinace velký potenciál jako marketingové téma. Doposud byla ČR vnímána globálně jako 6. – 7. nejbezpečnější na celém světě. Tento výsledek je nutné udržet a dále s ním pracovat.

1. **Také cestovní ruch musí být „udržitelný“. Jak toho dosáhnout?**

Stát musí vytvářet podmínky a pobídky pro udržitelný cestovní ruch, tedy takový cestovní ruch, který bude mít minimální dopady na životní prostředí a místní obyvatele a který bude zodpovědný ke společnosti, tzv. social responsibility. Příkladem udržitelnosti jsou produkty venkovské turistiky, agroturistiky a dalších segmentů. Stále musíme vnímat problematiku „overtourism.“ Chápeme, že v některých místech docházelo k přetížení míst a rostlo naštvání místních, proto je ideální čas změnit podmínky tak, aby docházelo k podpoře celého regionu, nikoliv jen lokalit.

1. **Cestovní ruch nezachrání diktát, ale partnerství. Jste připraveni?**

Pro rozvoj cestovního ruchu je nutný nejen dialog a komunikace, ale funkční partnerství mezi vládou a odborníky. Česká unie cestovního ruchu (ČUCR) je střešní organizací asociací subjektů cestovního ruchu a prokázala svou důležitost i v průběhu pandemie COVID-19. ČUCR nabízí spolupráci i nové vládě jako největší platforma v České republice. Bez spolupráce vznikají neadekvátní kroky, které diskriminují sektor či narušují hospodářskou soutěž mezi nimi a v důsledku vedou k neefektivnímu nakládání s veřejnými prostředky.