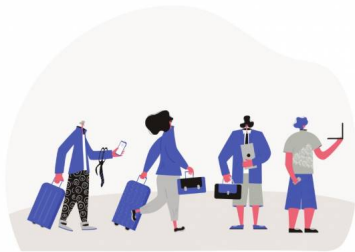


JAK PROBÍHÁ HYBRIDIZACE CESTOVNÍHO RUCHU?



Co mají společného kempování, volný čas a práce? Odpověď zní hybridní koncepty, které zaplavují sektor cestovního ruchu. Mnoho odborníků používá termín hybridizace k popisu těchto nových turistických postupů na rozmezí mezi dvěma segmenty.

V tomto kontextu je nutno říci, že se zřetelně rozšiřují hybridní nabídky a tím dochází k přetváření sektoru cestovního ruchu.

Odvětví cestovního ruchu bylo postaveno na shromáždění služeb. Když Thomas Cook v roce 1841 navrhl své první cesty, chtěl „použít železnici k boji proti alkoholismu tím, že vezmete anglické dělníky na venkov“.

Sestavil nabídku dopravy a nabídku návštěv, a přitom změnil profil pracovníka na profil turisty. Umístění nabídky bylo následně postaveno vedle aktivit cestovního ruchu (cestování, přenocování) s motivacemi (vědeckými, kulturními, gastronomickými) nebo praktikami (sportovní, putovní, přímořské).

Pobyt s místním tedy spojuje každodenní život hostitele s přenocováním a snídaní cestovatelů; agroturistika kombinuje každodenní aktivitu producentů s objevováním venkovských aktivit pro amatéry; a regenerativní cestovní ruch spoluvytváří udržitelnou a kolaborativní vizi tohoto odvětví. V tomto smyslu se nabídky kříží a hrají s polohováním, aby se znásobily a vytvářely nové turistické zážitky.

Kombinace postupů nebo hybridizace konceptů

A jak vlastně probíhá hybridizace cestovního ruchu? Neustále se objevují hybridní koncepty, které odhalují trendy a charakterizují okrajovou, překvapivou nebo neobvyklou dynamiku.

Nejoblíbenější je vznik Glampingu (půvab + kempování), který znovuobjevuje ubytovací zařízení s paradoxem pohodlí na atypických místech (karavany, týpí, autobusy atd.).

Pro obchodní cestující je to trend Bleisure, který vyniká (podnikání + volný čas) využíváním výletů k návštěvě destinací. Covid-19 krize zpochybňuje zájem a skutečný význam služebních cest, ale také urychluje vznik nových konceptů: tzv. workation (práce + dovolená) nebo staycation (pobyt + dovolená) s cílem znovu navštívit místní destinace.

Postupy se tedy slučují a hybridizace turismu se stala způsobem, jak propagovat nové chování, na okraji obvyklých postupů, a přitom zůstat dokonale v souladu s touhou po individualitě a originalitě moderního cestovatele.

Hybridní nabídky v rámci transformace sektoru

Hybridizace cestovního ruchu se týká většiny složek odvětví. Iniciativy, které jsou zde prezentovány podle oblastí činnosti, neváhají sloučit nabídky ubytování a volnočasových aktivit a současně jsou vedeny velmi agilním a inovativním způsobem.

Ubytování

V hotelovém sektoru existují čtyři vlny hybridizace. První nastala v 90. letech, kdy ubytovací zařízení (dlouhodobé) kombinovaly hotelovou aktivitu (krátkodobou) s hotelovými službami (semináře, wellness atd.). Pak s příchodem lifestylových hotelů. Pak s rozostřením hranic mezi hotely a ubytovnami, a nakonec s poslední vlnou, spojenou s colivingem a coworkingem. Vypadá to, že sektor pohostinství musí přehodnotit zavedené modely, diverzifikovat a oprostít se od jednoduché nabídky ubytování.

Doprava

Místa, jako jsou nádraží, se postupně transformují se změnami na trhu práce, který směřuje k multifunkčnosti: hotel, umělecká galerie, kanceláře atd. V dopravě je pojem hybrid charakterizován především touhou omezit dopad letadel na životní prostředí nebo vlak.

Například, hybridní vůz jednoduše sestavením dvou pístových motorů, ale nelze jej skutečně charakterizovat jako hybridní. Aby byla hybridní, musí být sektor transformován Hyperloop způsobem, multifunkčním vozem nebo změnou dopravních konceptů, aby se rozvinula doprava zítřka.

Prostory

Dnes se hranice fyzických a virtuálních prostorů prolínají. Vnímání destinace závisí více na její popularitě na sociálních sítích než na administrativních hranicích, které ji uzavírají. Turistický zážitek se stává fyzickým (fyzickým + digitálním) a překonfiguruje turistický prostor podle vize cestovatele a prostřednictvím jeho virtuální reprezentace.

Je to stejná představa, která se zdá být horizontem sektoru událostí. Přestože jsou fyzická setkání stále nezbytná pro sdružování hráčů, digitální technologie je umístěna jako doplněk k činnosti, která zahrnuje evoluci tradičních akcí.

Správa

Správa cestovního ruchu odráží způsob, jakým je aktivita řízena v destinacích. Nejde však pouze o institucionální orgány, ale všechny zúčastněné strany destinace. Sektory se spojují (partnerství veřejného a soukromého sektoru) a dynamika se zvyšuje (inkubátory, třetí místa atd.).

Tato správa se také stává hybridní s rozvojem klastrů, které se pokoušejí posílit dědictví cestovního ruchu prostřednictvím vytváření sítí aktérů, ať už jsou veřejné, soukromé, akademické, rezidentní, turistické nebo ne.

Současně se cestovní ruch stává průřezovým a instituce cestovního ruchu mizí ve prospěch globálnějších atraktivních agentur. Organizace se tedy slučují a přetvářejí, aby našly nejlepší způsob, jak pojmout turistickou aktivitu. Toto hledání hybridity ve vztazích mezi zúčastněnými stranami zůstává zásadní pro přispění k rozvoji účinné a efektivní strategie.

Hybridizace pro zlepšení nabídky

Aby bylo možné skutečně vytvořit hybridní společnost, musí být místa přehodnocena víceúčelovým a vícegeneračním způsobem. Olympijské hry jasně ukazují hranice přesného rozvoje aktivit a škod způsobených životnímu prostředí, ekonomice a udržitelnosti struktur.

Stejně tak příklad overtourismu ukazuje, jak zásadní je začlenění obyvatel pro rozvoj vyvážené destinace. Hybridizace cestovního ruchu bude proto muset spojovat akce, které jsou skutečně prospěšné pro obyvatele a destinace. Budou muset být budovány nové koncepty neortodoxním způsobem a nabídka cestovního ruchu bude muset být neustále obnovována.

Date: 2021-09-06

Article link: <https://www.tourism-review.cz/hybridizace-cestovniho-ruchu-news12153>