

UNIVERZITA JANA AMOSE KOMENSKÉHO PRAHA

**BAKALÁRSKE KOMBINOVANÉ
ŠTÚDIUM**

2011 – 2014

BAKALÁRSKA PRÁCA

Lucia Salajová

**Dopad ekonomickej krízy na vybrané destinácie
cestovného ruchu:
Česká republika a Slovenská republika.**

Praha 2014

Vedúca bakalárskej práce:
Ing. Iveta Hamarneh Ph.D.

JAN AMOS KOMENSKY UNIVERSITY PRAGUE

**BACHELOR COMBINED
STUDIES**

2011 - 2014

BACHELOR THESIS

Lucia Salajová

**The impact of economic crisis on tourism in selected
destinations:
Czech republic and Slovak republic.**

Prague 2014

The Bachelor Thesis Work Supervisor:
Ing. Iveta Hamarneh Ph.D.

Prehlásenie

Prehlasujem, že predložená bakalárska práca je mojim pôvodným autorským dielom, ktoré som vypracovala samostatne. Všetku literatúru a ďalšie zdroje, z ktorých som pri spracovaní čerpala, v práci riadne citujem a sú uvedené v zozname použitých zdrojov.

Súhlasím s prezenčným sprístupnením svojej práce v univerzitnej knižnici.

V Prahe dňa 27. 02. 2014

Lucia Salajová

Pod'akovanie

Týmto by som rada poďakovala vedúcej bakalárskej práce
Ing. Ivete Hamarneh Ph.D. za pomoc, cenné rady, odporúčania, informácie
a pripomienky, ktorými ma usmerňovala pri vypracovaní mojej bakalárskej práce.

Anotácia

Bakalárska práca sa zaoberá prejavmi ekonomickej krízy na cestovný ruch v destináciách Česká republika a Slovenská republika. Teoretická časť vymedzuje pozíciu cestovného ruchu i v celosvetovom meradle, objasňuje pojem krízy a príčiny jej vzniku a analyzuje najväčšie celosvetové ekonomické krízy a ich dopady na cestovný ruch vybraných destinácií prostredníctvom vyhodnocovania štatistických údajov. Praktická časť sa zameriava na zmeny v spotrebiteľskom správaní v období krízy, zmenu preferencií, vplyv krízy na reálne možnosti oslovených respondentov prostredníctvom dotazníkového prieskumu vo vybraných destináciách, analýzu získaných údajov, vyhodnotenie a komparáciu výsledkov medzi Českou a Slovenskou republikou.

Kľúčové pojmy

destinácia, ekonomická kríza, medzinárodný cestovný ruch, produkt, spotrebiteľské správanie, ubytovacie a stravovacie služby,

Annotation

Bachelor thesis deals with manifestations of the economic crisis on tourism destinations in the Czech Republic and Slovak Republic. The theoretical part defines the position of tourism and worldwide, explains the concept of the crisis and its causes and analyzes the biggest global economic crisis and its impact on selected tourism destinations by evaluating statistical data. The practical part focuses on changes in consumer behavior in times of crisis, change preferences, the impact of the crisis on the real possibilities of respondents through a questionnaire survey in selected destinations, analyze the data, evaluation and comparison of results between the Czech and Slovak Republic.

Key words

consumer behavior, destination, tourism, economic crisis, hospitality, international tourism, product,

OBSAH

ÚVOD	8
TEORETICKÁ ČASŤ	
1 CESTOVNÝ RUCH AKO CELOSVETOVÝ FENOMÉN	10
1.1 Vymedzenie pojmu a rozsah cestovného ruchu vo svete (AIEST, WTO, WTTC)	10
1.2 Klasifikácia pojmov v štatistikách cestovného ruchu	13
1.3 Faktory vplývajúce na vývoj cestovného ruchu	14
2 KRÍZA Z EKONOMICKÉHO HĽADISKA	20
2.1 Kríza ako súčasť cyklického vývoja ekonomiky	18
3 KRÍZY GLOBÁLNYCH ROZMEROV A ICH DOPAD NA CESTOVNÝ RUCH	23
3.1 Veľká hospodárska kríza a jej dopady na cestovný ruch Československa	22
3.2 Kríza v USA a eurozóne	24
3.3 Medzinárodný cestovný ruch pod vplyvom krízy	25
4 DOPADY KRÍZY NA CESTOVNÝ RUCH ČESKEJ REPUBLIKY	28
4.1 Pasívny a domáci cestovný ruch	28
4.2 Vývoj cestovného ruchu v hromadných ubytovacích zariadeniach ČR	31
4.3 Vývoj zamestnanosti v cestovnom ruchu ČR	33
5 DOPADY KRÍZY NA CESTOVNÝ RUCH SLOVENSKEJ REPUBLIKY	34
5.1 Pasívny a domáci cestovný ruch	35
5.2 Vývoj cestovného ruchu v hromadných ubytovacích zariadeniach SR	37
5.3 Vývoj zamestnanosti v cestovnom ruchu SR	39
PRAKTICKÁ ČASŤ	
6 DOTAZNÍKOVÝ PRIESKUM	40
6.1 Ciele a metodika výskumu	40
6.2 Vyhodnotenie dotazníka	41
6.2.1 Výsledky prieskumu v Českej republike	42
6.3 Výsledky prieskumu v Slovenskej republike	53
6.4 Vyhodnotenie výskumných hypotéz, diskusia	63
6.5 Porovnanie výsledkov výskumu medzi jednotlivými destináciami	65
ZÁVER	68
ZOZNAM POUŽITÝCH ZDROJOV	71
ZOZNAM OBRÁZKOV, GRAFOV A TABULIEK	76
ZOZNAM PRÍLOH	78

ÚVOD

Cestovný ruch ako ho poznáme dnes, prešiel dlhým vývojom. V súčasnosti je vo väčšine strategických dokumentov rôznych úrovní zdôrazňovaná dôležitosť jeho rozvoja. Jeho existencia sa pričínala o vznik rôznych služieb, či už sprievodcov, alebo cestovných kancelárií a agentúr, podporuje činnosť ďalších odvetví národného hospodárstva. Je súčasťou celosvetového ekonomicko-sociálneho systému, s množstvom priamych i nepriamych, vonkajších aj vnútorných väzieb s pozitívnym aj negatívnym dopadom.

Výber témy pre bakalársku prácu bol podnietený globálnou ekonomickou krízou, najmä množstvo diskusií o opatreniach na jej zmiernenie, a v neposlednom rade informácie o jej dopade na jednotlivé odvetvia ekonomiky. Pre cestovný ruch ako odvetvie služieb odzrkadľujúce životnú úroveň obyvateľstva, môže mať závažné dôsledky. Pre porovnanie pripravenosti cestovného ruchu odolávať takýmto situáciám boli vybrané krajiny na základe ich vzájomnej „blízkości“, napr. kultúra, tradície, gastronómia, geografické umiestnenie, historická a jazyková spojitosť, no napriek tomu je sa ich postavenie v cestovnom ruchu líši.

Predmetom bakalárskej práce je zhodnotenie dopadu ekonomickej krízy na cestovný ruch v jednotlivých ukazovateľoch pre jednotlivé krajiny, a analýza vplyvu krízy na spotrebiteľské správanie účastníkov cestovného ruchu a zmeny ich preferencií pod vplyvom krízy. Pre tento účel práca má teoreticko-empirický charakter, a pozostáva z dvoch častí. Teoretická časť sa zaoberá spracovaním primárnych a sekundárnych zdrojov, použité boli štatistiky Svetovej komisie pre cestovný ruch, Svetovej organizácie pre cestovný ruch, Štatistických úradov Českej a Slovenskej republiky, Ministerstva dopravy, výstavby a regionálneho rozvoja Slovenskej republiky. Praktická časť pozostáva z nastolenia základných hypotéz, vyhodnotenia dotazníka vytvoreného pre účely práce a spracovania výsledkov. Pre prehľadnosť je bakalárska práca rozdelená do jednotlivých kapitol.

Prvá kapitola sa zaoberá objasnením pojmu cestovný ruch, jeho aktuálne postavenie a význam vo svete, vymedzenie pojmov z cestovného ruchu pre využitie v spracovaní štatistických databáz a poskytuje komplexnejší pohľad na ďalšie faktory vplyvajúce na vývoj cestovného ruchu.

Podstatou druhej kapitoly je predstavenie krízy z ekonomického hľadiska.

Ekonomická kríza rokov 2007 – 2009 je často prirovnávaná ku kríze z tridsiatych rokov minulého storočia, priebeh týchto kríz je popísaný v tretej kapitole, rovnako ako aj ich dopad na cestovný ruch Československa a medzinárodný cestovný ruch pri kríze 21. storočia.

Samostatné kapitoly sú venované dopadu krízy na Českú republiku v štvrtej a Slovenskú republiku v piatej kapitole. Sledovanými údajmi sú domáci, pasívny cestovný ruch, účasť zahraničných turistov, ich zloženie a údaje o prenocovaniach v ubytovacích zariadeniach, vývoj ubytovacích kapacít a záver kapitoly je venovaný podielu HDP cestovného ruchu na ekonomiku krajiny a zamestnanosť v cestovnom ruchu.

Najobsiahlejšou je šiesta kapitola v praktickej časti bakalárskej práce, pozostávajúca zo stanovenia cieľov a metodiky výskumu, podrobného opisu otázok a ich rozbor odpovedí a vyhodnotenie stanovených hypotéz. Kapitola je zakončená porovnaním výsledkov výskumu medzi jednotlivými destináciami.

TEORETICKÁ ČASŤ

1 CESTOVNÝ RUCH AKO CELOSVETOVÝ FENOMÉN

1.1 Vymedzenie pojmu a rozsah cestovného ruchu vo svete (AIEST, WTO, WTTC) ¹

Vymedzenie pojmu cestovného ruchu nemá jednoznačne vymedzenú formu. Podľa Heskovej predstavuje „významný spoločensko-ekonomický fenomén ako z pohľadu jednotlivca, tak i spoločnosti“², AIEST definuje cestovný ruch ako „súhrn javov a vzťahov, ktoré vyplývajú z cestovania alebo pohybu osôb, pričom miesto pobytu nie je trvalým miestom bydliska a zamestnania“³, autori Zelenka a Pásková ho charakterizujú ako „komplexný spoločenský jav, zahŕňajúci aktivity osôb cestujúcich mimo ich obvyklé prostredie alebo pobývajúce na týchto miestach na dlhšie než jeden rok za účelom zábavy, rekreácie, vzdelávania, pracovne či iným účelom, i aktivity subjektov poskytujúcich služby a produkty týmto cestujúcim osobám, teda i prevádzkovanie zariadenia so službami pre tieto cestujúce osoby vrátane súhrnu aktivít osôb, ktoré tieto služby ponúkajú a zaisťujú, aktivít spojených s využívaním, rozvojom a ochranou zdrojov pre cestovný ruch, súhrn politických a verejne správnych aktivít a rekreácie miestnej komunity a ekosystémov na uvedené aktivity.“⁴ Charakteristika cestovného ruchu vhodná aj pre jednotnosť a prehľadnosť v medzinárodných štatistikách cestovného ruchu, ktorá obmedzuje cestovný ruch na ľudskú činnosť vzišla z konferencie WTO v roku 1991 v Ottawe, neskôr v 1993 bola prijatá ako oficiálna definícia cestovného ruchu: „Cestovný ruch predstavuje činnosť ľudí, spočívajúcu v cestovaní a pobyte mimo miesto ich obvyklého pobytu po dobu ich obvyklého pobytu po dobu kratšiu ako jeden rok za účelom využitia voľného času, obchodu a inými účelmi.“⁵

Najpočetnejší pohyb svetovej populácie za poznaním a rekreáciou patrí v ekonomicky vyspelých krajinách k spôsobu života a je súčasťou ich spotreby.

¹ WTO - Svetová obchodná organizácia, WTTC – Svetová komisia pre cestovný ruch, AIEST - Medzinárodné združenie expertov cestovného ruchu

² HESKOVÁ, M. et al.. *Cestovní ruch pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. 2. vyd. Praha. Fortuna. 2011. ISBN 978-80-7373-107-6. s. 7

³ RYGLOVÁ, K., BURIAN, M., VAJČINEROVÁ, I. *Cestovní ruch. Podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. 1. vyd. Praha, Grada Publishing, 2011. ISBN 978-80-247-4039-3. s. 18

⁴ ZELENKA, J., PÁSKOVÁ, M. *Výkladový slovník cestovního ruchu*. 2. vyd. Praha: Linde Praha. 2012. ISBN 978-80-7201-880-2. s. 83.

⁵ KOTLÍKOVÁ, H. *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing. 2013. ISBN 978-80-247-4603-6. s. 16

Cestovný ruch patrí k trom najväčším odvetvím exportu popri automobilovom priemysle a obchode s ropou.⁶

Vplyv cestovného ruchu na svetové hospodárstvo v štatistike WTTC v roku 2012 vyjadrujú tieto údaje: priemysel cestovného ruchu predstavoval 2,9 % a hodnotu 2,056 mld USD, ekonomika cestovného ruchu (spolu s príjmami sprostredkovanými ďalšími ekonomickými odvetviami) až 9,3 % a 6 630,4 mld. USD. Cestovný ruch v 2012 vygeneroval priamo 101 118 000 pracovných miest (3,4 % celkovej zamestnanosti), v širšom ponímaní až 261 394 000 miest, a podieľal sa tak na svetovej zamestnanosti podielom 8,7 %.⁷

Formovanie cestovného ruchu ako sféry spoločenskej činnosti sa datuje do prelomu 19. a 20. storočia a považuje sa za začiatok rozvoja moderného cestovného ruchu. Odborníci jeho počiatok zaraďujú do obdobia priemyselnej revolúcie pre jej vtedajšie ekonomické, technické a sociálne podmienky, cestovný ruch okrem primárnej ponuky vyžaduje aj materiálno-technické vybavenie, disponibilný fond voľného času, voľný pohyb obyvateľstva a voľnú kúpnu silu pre uspokojovanie menej nevyhnutných potrieb, medzi ktoré cestovný ruch patrí.⁸

Tabuľka 1: Návštevníci v medzinárodnom cestovnom ruchu (v mil. osôb)

Región/Rok	1950	1975	2000	2012
Afrika	0,5	4,7	27,9	52,3
Amerika	7,5	50,0	128,2	162,1
Ázia a Pacifik	0,2	10,2	110,6	232,9
Európa	16,8	153,9	391,0	534,8
Stredný východ	0,2	3,5	24,4	52,6
Svet	25,3	222,3	682,0	1035,0

Zdroj: UNWTO. *Historical perspective of world tourism*. [online] © 2006 [cit. 2013-12-18] Dostupné na: http://www.unwto.org/facts/eng/pdf/historical/ITA_1950_2005.pdf a UNWTO *Tourism Highlights. 2013 Edition*. [online]. © 2013 [cit. 2013-12-10]. Dostupné z: http://dtxqt4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto_highlights13_en_lr_0.pdf

Štatistické ukazovatele v medzinárodnom cestovnom ruchu datujú svoj začiatok v roku 1950. Rozširovanie svetového trhu cestovného ruchu má mimoriadne rýchlu

⁶ HESKOVÁ, M. et al.. *Cestovní ruch pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. 2. vyd. Praha. Fortuna. 2011. ISBN 978-80-7373-107-6. s. 7

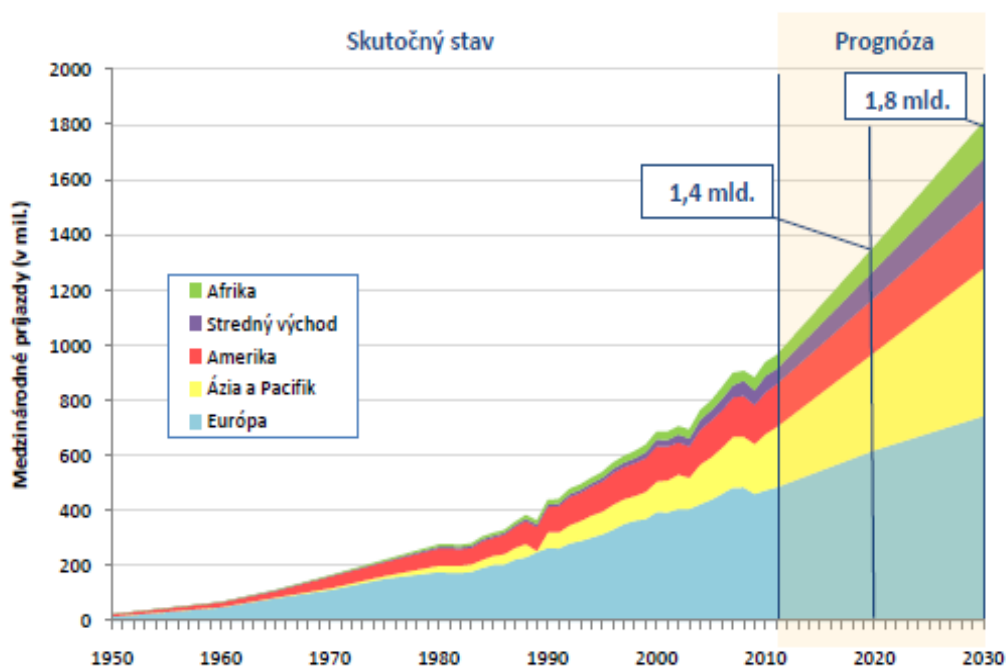
⁷ WTTC: *Travel and Tourism. Economic Impact. World. 2013*. [online] [cit. 8. 12. 2013] Dostupné na: http://wttc.org/site_media/uploads/downloads/world2013_1.pdf

⁸ HESKOVÁ, M. et al.. *Cestovní ruch pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. 2. vyd. Praha. Fortuna. 2011. ISBN 978-80-7373-107-6 s. 7.

tendenciu. Kým podiel prvých piatich krajín sveta predstavoval 71% celkového počtu zahraničných príjazdov v roku 1950, v roku 1990 sa znížil na 43%, a v roku 2000 už predstavoval len 35%. Rastie počet krajín prezentujúci sa na trhu cestovného ruchu, ponuka sa rozširuje o nové destinácie.⁹

Celkový objem medzinárodných príjazdov predstavoval v roku 1950 25,3 milióna turistov, z toho v Európe počet dosiahol 16,8 milióna s dominantným podielom 66%. Po prvý krát prekročil medzinárodný cestovný ruch hranicu jednej miliardy v roku 2012 dosiahnutím 1,035 miliardy turistov. Najnavštevovanejším regiónom je Európa s podielom 51,7%, nasleduje Ázia a Tichomorje (22,5 %), Amerika (15,7 %), Stredný východ (5,1%) a Afrika (5 %) V období rokov 1950 – 2012 celkový nárast predstavuje viac než 40-násobok. Najrýchlejší rast zaznamenal región Ázie a Tichomorja s nárastom 12,06 %.

Graf 1: Prognóza vývoja cestovného ruchu do roku 2030



Zdroj: UNWTO. *Historical perspective of world tourism*. [online] © 2006 [cit. 2013-12-18] Dostupné na> http://www.unwto.org/facts/eng/pdf/historical/ITA_1950_2005.pdf a UNWTO *Tourism Highlights. 2013 Edition*. [online]. © 2013 [cit. 2013-12-10]. Dostupné z: http://dtxqtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto_highlights13_en_lr_0.pdf

⁹ HESKOVÁ, M. et al.. *Cestovní ruch pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. 2. vyd. Praha. Fortuna. 2011. ISBN 978-80-7373-107-6 s. 7.

Podľa dlhodobej vízie UNWTO do roku 2030 pre cestovný ruch zohľadňujúcej analýzy sociálnych, politických, ekonomických, technologických a environmentálnych faktorov, ktoré formovali cestovný ruch v minulosti, a predpokladá ich vplyv na sektor do budúcnosti, bude ročný rast medzinárodných príjazdov dosahovať úroveň 1,4 mld. v roku 2020 a 1,8 mld. v roku 2030. Najrýchlejšie rozvíjajúcim sa regiónom sa podľa predpokladov stane Ázia a Pacifik (535 mil. medzinárodných príjazdov), v súčasnosti najdominantnejšiemu regiónu sa predpokladá pokles z 51 % podielu na medzinárodných príjazdoch na 41 % v dôsledku spomalenia rastu zrelých destinácií oproti rozvíjajúcim sa.¹⁰

1.2 Klasifikácia pojmov v štatistikách cestovného ruchu

Do analýz a štatistík v cestovnom ruchu vstupuje ako spotrebiteľ statkov a služieb návštevník. Návštevníkom cestovného ruchu sa označuje každý „ *kto uspokojuje svoje potreby počas cestovania a pobytu mimo miesta trvalého bydliska spotrebou statkov a služieb cestovného ruchu.*“¹¹

Pre štatistickú prax je potrebné odlišiť návštevníkov podľa medzinárodnej konferencie OSN o štatistike cestového ruchu, Ottawa, 1991 nasledovne:¹²

Stálym obyvateľom sa považuje:

- a) v domácom cestovnom ruchu osoba, žijúca aspoň šesť po sebe nasledujúcich mesiacov v inom mieste pred príchodom do iného miesta po dobu kratšiu ako šesť mesiacov,
- b) v zahraničnom cestovnom ruchu osoba, žijúca v krajine aspoň jeden rok pred príchodom do inej krajiny na dobu kratšiu ako jeden rok.¹³

Turistom je osoba vyhovujúca kritériám návštevníka v domácom, alebo zahraničnom cestovnom ruchu, pričom jeho účasť na cestovnom ruchu sa spája s minimálne jedným prenocovaním. Podľa dĺžky pobytu sa rozlišuje:

- a) *Turista na dovolenke* má pobyt na danom mieste viac, než je určený počet nocí, alebo dní, v Českej a Slovenskej republike je to 2 – 3 noci,
- b) *Krátkodobý turista* cestujúci po dobu, ktorá neprekračuje určený počet dní a nocí, avšak zahŕňa pobyt s minimálne jedným prenocovaním.

¹⁰ UNWTO *Tourism Highlights. 2013 Edition*. [online]. © 2013 [cit. 2013-12-10]. s. 14 Dostupné z: http://dtxtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto_highlights13_en_lr_0.pdf

¹¹ GÚČIK, M. *Cestovný ruch. Úvod do štúdia*. 1. vyd. Banská Bystrica: Slovak – Swiss Tourism, 2010. ISBN 978-80-89090-80-8. s. s. 41

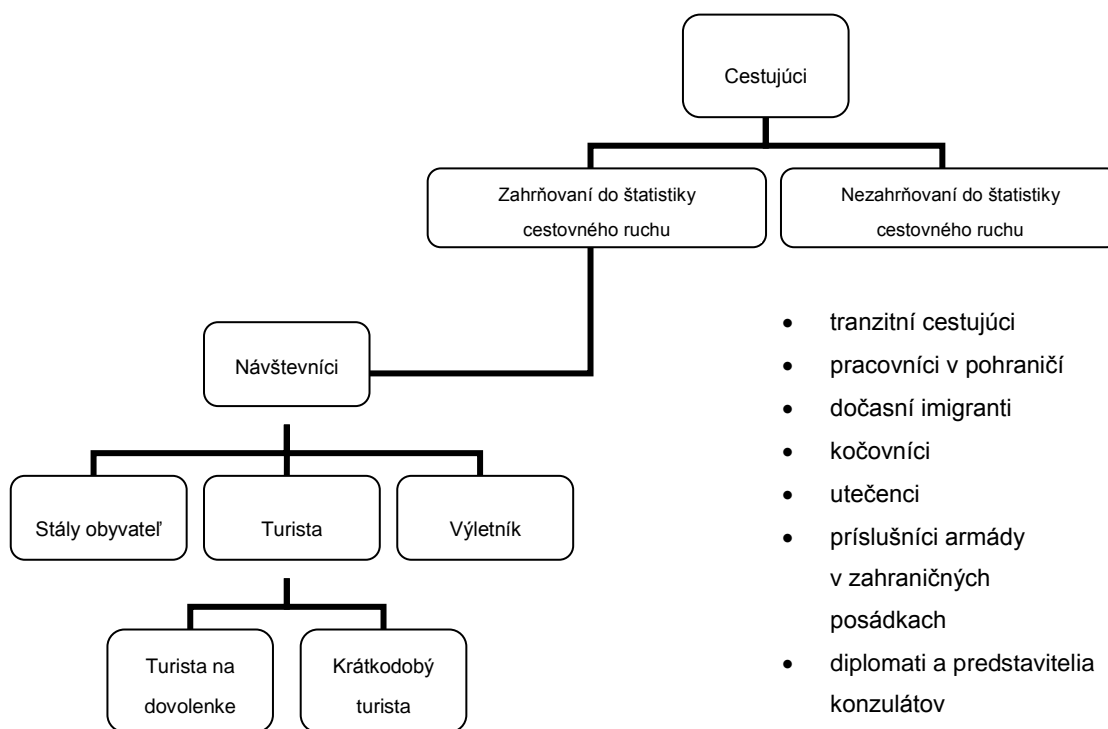
¹² HESKOVÁ, M. et al. *Cestovní ruch pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. 2. vyd. Praha. Fortuna. 2011. ISBN 978-80-7373-107-6. s. 11 – 12.

¹³ Tamtiež, s. 11

Výletníkom sa nazýva jednodenný návštevník, cestujúci po dobu kratšiu ako 24 hodín, bez prenocovania v navštívenom mieste.

K cestovnému ruchu sa radia aj *obchodní cestujúci*, ktorých dôvodom pre cestu je pracovná aktivita, výkon profesijných a tiež obchodných činností.¹⁴

Obrázok 1 : Cestujúci návštevník v cestovnom ruchu



Zdroj: GÚČIK, M. *Cestovný ruch. Úvod do štúdia*. 1. vyd. Banská Bystrica: Slovak – Swiss Tourism, 2010. ISBN 978-80-89090-80-8. s. 42

1.3 Faktory vplývajúce na vývoj cestovného ruchu

Na vývoj odvetvia cestovného ruchu má okrem ekonomickej krízy neustály vplyv množstvo ďalších faktorov, zmeny v životnej úrovni, bezpečnostná situácia vo svete, environmentálne faktory, politická situácia, meniace sa trendy a iné. Členenie faktorov je prehľadne zhrnuté v nasledujúcom texte:

1. Lokalizačné faktory predstavujú základňu pre uspokojenie dopytu v cestovnom ruchu, sú dané geografickým umiestnením destinácie a nie je možné ich meniť. Tieto faktory určujú, aký druh cestovného ruchu sa bude pre danú lokalitu

¹⁴ GÚČIK, M. *Cestovný ruch. Úvod do štúdia*. 1. vyd. Banská Bystrica: Slovak – Swiss Tourism, 2010. ISBN 978-80-89090-80-8. s. 42

rozvíjať, vhodnosť prostredia pre krátko, či dlhodobé aktivity, môžu určiť odlišnosť oblasti z konkurenčného hľadiska, medzi ne sa radia:

- *prírodné podmienky* obsahujú široké spektrum podmienok vplyvujúcich na rozvoj cestovného ruchu. Charakter klímy, atraktívna modelácia terénu, geologické zvláštnosti, originálne scenérie, exotickosť rastlinstva a živočíšstva, hydrologické prostredie,

- faktory, ktorých vznik a existencia sa spája s ľudskou činnosťou sú *spoločenské atraktivity*, patria medzi ne najmä pamiatky (technické vrátane). Medzi najdôležitejšie sa radia pamiatky obsiahnuté v zozname UNESCO, následne národné kultúrne pamiatky, za najmenej dôležité sa považujú drobné miestne pamiatky. Vplyv na cestovný ruch majú aj udalosti, zvyky, slávnosti, trendom v cestovnom ruchu je zážitková gastronómia. Do zoznamu spoločenských atraktivít sa zaraďujú aj umelé atrakcie ako zábavné parky.¹⁵

2. Realizačné faktory inak nazývaná aj materiálno-technická základňa cestovného ruchu umožňujú dosiahnutie a využitie danej oblasti. Pre využitie potenciálu územia je nevyhnutná dostatočná kapacita služieb, ponuka služieb v určitej kvalite sa podieľa pri zostavovaní turistických produktov, bez ktorej nie je možné ponúkať oblasť cestovného ruchu na trhu, ekonomický prínos cestovného ruchu nie je možné udržať bez adekvátnej kvality poskytovaných služieb. Medzi realizačné faktory patria:

- *doprava*, ktorá zabezpečuje spojenie do cieľového miesta účastníka cestovného ruchu a má rozhodujúci vplyv na využívanie turistického cieľa či destinácie. Dopyt po atraktívnej oblasti môže byť generovaný dopravnou dostupnosťou, ten ďalej podporuje rozvoj infraštruktúry a možnosti služieb. Ľahká dopravná dostupnosť môže byť výhodou pre destinácie s blízkosťou medzinárodných letísk (do dvoch hodín cestnou dopravou) najmä pre zámorských klientov,

- *infraštruktúra služieb* - pri snahe o dosahovanie maximálnych ekonomických možností a zúžitkovanie potenciálu cestovného ruchu je potrebné rozširovanie služieb prinášajúcich na dané územie príjmy, ide najmä o prepravné, ubytovacie a stravovacie služby.¹⁶

3. Selektívne (stimulačné) faktory sa spájajú so spotrebiteľským správaním, v cestovnom ruchu majú pôsobenie na všetkých úrovniach (makroekonomickej, úrovni národnej meny i regionálnej), rozdeľujú sa do dvoch skupín:

¹⁵ RYGLOVÁ, K., BURIAN, M., VAJČINEROVÁ, I. *Cestovní ruch. Podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. 1. vyd. Praha, Grada Publishing, 2011. ISBN 978-80-247-4039-3. s. 34 – 35.

¹⁶ Tamtiež, s. 36 - 37

a) *objektívne faktory*, medzi ktoré patria:

- *politické faktory* ako základné politické skúsenosti, vnútropolitická situácia či možnosti voľného pohybu osôb a kapitálu. K intenzívnejšiemu rozvoju cestovného ruchu dochádza pri stabilizácii politickej klímy, príkladom je Chorvátsko, naopak k znehodnocovaniu cestovného ruchu prispievajú konfliktné situácie (Libanon, bývalé „Monte Carlo Blízkeho východu“),

- *ekonomické faktory* zahŕňajú výšku reálnej mzdy, zameniteľnosť meny, rozsah investícií do prezentácie destinácie, úroveň nerealizovanej kúpnej sily obyvateľstva, či spôsoby financovania cestovného ruchu z Európskych fondov. Vyjadrenie vzťahu medzi ekonomikou a cestovným ruchom je možné realizovať pomocou rôznych ukazovateľov: objem devízových príjmov z aktívneho cestovného ruchu, saldo zahraničného cestovného ruchu, podiel služieb cestovného ruchu na tvorbe HDP a iné,

- *demografické faktory* ako sú počet obyvateľov destinácie a ich ekonomická aktivita, mobilita, dĺžka života atď. vystupujú v cestovnom ruchu na dvoch rovinách a to ako pracovná sila na strane ponuky, a jeho účastník na strane druhej (strana dopytu). Výrazným faktorom je aj životná úroveň, kedy je predpoklad, že výška voľných finančných prostriedkov má vplyv na kvalitu a rozsah dopytovaných služieb v cestovnom ruchu a ich frekvenciu,

- *administratívne podmienky* ku ktorým sa radia právne normy a predpisy, zákony, colné a devízové predpisy, ale aj finančný limit určený na spotrebu pri pobyte.¹⁷

b) *subjektívne stimulačné faktory*, ktorými si prevažnej psychologické faktory, majúce vplyv na spotrebiteľské rozhodovanie v cestovnom ruchu, napríklad propagácia, reklama, skúsenosti, aktuálne trendy. Dôležitou súčasťou subjektívnych faktorov je aj networking, prepojovanie partnerov na administratívnej, samosprávnej aj podnikateľskej úrovni, čo napomáha k promptnejšiemu prispôsobeniu sa podmienkam, atraktivnosti pre hosťa, lepšie fungujúcemu cestovnému ruchu, generovaniu vyšších príjmov.¹⁸

Z demografických faktorov môže mať vplyv na cestovný ruch krajiny starnutie populácie (do roku 2050 sa predpokladá zvýšenie podielu obyvateľstva starších ako 65 rokov v ekonomicky rozvinutých krajinách zo 16 % na 26 %). Palatková uvádza „*V súvislosti s turizmom je možné v tomto trende vidieť istú príležitosť v segmente seniorov, avšak je potrebné brať do úvahy nevyhnutnosť penzijných reforiem vo vyspelých trhových ekonomikách a s nimi súvisiace dopady na disponibilné príjmy*

¹⁷ RYGLOVÁ, K., BURIAN, M., VAJČINEROVÁ, I. *Cestovní ruch. Podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. 1. vyd. Praha, Grada Publishing, 2011. ISBN 978-80-247-4039-3. s. 38.

¹⁸ Tamtiež, s. 39.

a voľný čas v tejto skupine obyvateľstva.“¹⁹ Demonštrácie a štrajky s politickým motívom môžu viesť k uzavretiu letísk, železničnej dopravy, hospodárske faktory zmena úrokových sadzieb ovplyvňujú dopyt a rozvoj investícií.²⁰ Naopak organizácia športových podujatí ako olympijské hry, majstrovstvá sveta, ktorých sa účastní veľký počet návštevníkov, vyžaduje kvalitnú infraštruktúru a prípravu, priťahujú aj záujem médií a celý rad sponzorov.²¹ Cesty spojené s náboženstvom, ako napr. cesty do Jeruzalema, Santiaga de Compostella priťahujúcich čoraz viac návštevníkov aj spomedzi neveriacich, stretnutia veriacich (na Svetových dňoch mládeže v Riu de Janeiro v Brazílii, konajúcich sa v roku 2013 sa zišli 3 milióny veriacich).²²

Svetová organizácia UNWTO pre obdobie kríz zaznamenáva v cestovnom ruchu nasledujúce trendy:

- nad diaľkovými cestami prevládne cestovanie do destinácií v bližšej vzdialenosti, vrátane domáce cestovného ruchu,
- odolnejšími sa javia segmenty ako návšteva príbuzných, priateľov, opakované návštevy a cesty so špeciálnymi záujmami,
- dochádza k poklesu výdavkov na cestovný ruch, rovnako ako pokles priemernej dĺžky pobytu,
- rastie neistota spotrebiteľov, ktorí odkladajú svoje rozhodnutia a čakajú na špeciálnu ponuku.²³

V rozhodujúcom období je možné sledovať prevahu návštevy susedných štátov, čo predstavuje výhodu pre krajiny s vhodnou dostupnosťou kľúčových turistických miest. Tento jav je viditeľný najmä v Európe, kde dominuje vnútorný cestovný ruch a skoro 90 % celkového počtu návštevníkov pochádza z Európy. Európa ostáva naďalej napriek klesajúcemu podielu návštevníkov cestovného ruchu najdominantnejším cieľovým aj zdrojovým regiónom vďaka rôznorodým prírodným a kultúrnym podmienkam, dobrej infraštruktúre, dopravnej dostupnosti a hodnotnej ponuky služieb.²⁴

¹⁹ PALATKOVÁ, M. ZICHOVÁ, J. *Ekonomika turizmu. Turismus České republiky*. 1.vyd. Praha. Grada Publishing. 2011. ISBN 978-80-247-3748-5. s.35.

²⁰ HORNER, S., SWARBROOKE J. *Cestovný ruch, ubytování a stravování, využití volného času: Aplikovaný marketing služeb*. Praha. Grada Publishing, 2003. ISBN 80-247-0202-9. s. 125, 127.

²¹ KOTLÍKOVÁ, H. *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing. 2013. ISBN 978-80-247-4603-6. s. 102

²²Tamtiež, s. 109.

²³ UNWTO *World Tourism Barometer*. January 2009. [online]. Vol. 7. No. 1. ISSN 1728-9246. p. 8. Dostupné na: http://www.unwto.org/facts/eng/pdf/barometer/UNWTO_Barom09_1_en.pdf viz príloha A

²⁴ GÚČIK, M. *Cestovný ruch. Úvod do štúdia*. 1. vyd. Banská Bystrica: Slovak – Swiss Tourism, 2010. ISBN 978-80-89090-80-8. s. 151

2 KRÍZA Z EKONOMICKÉHO HĽADISKA

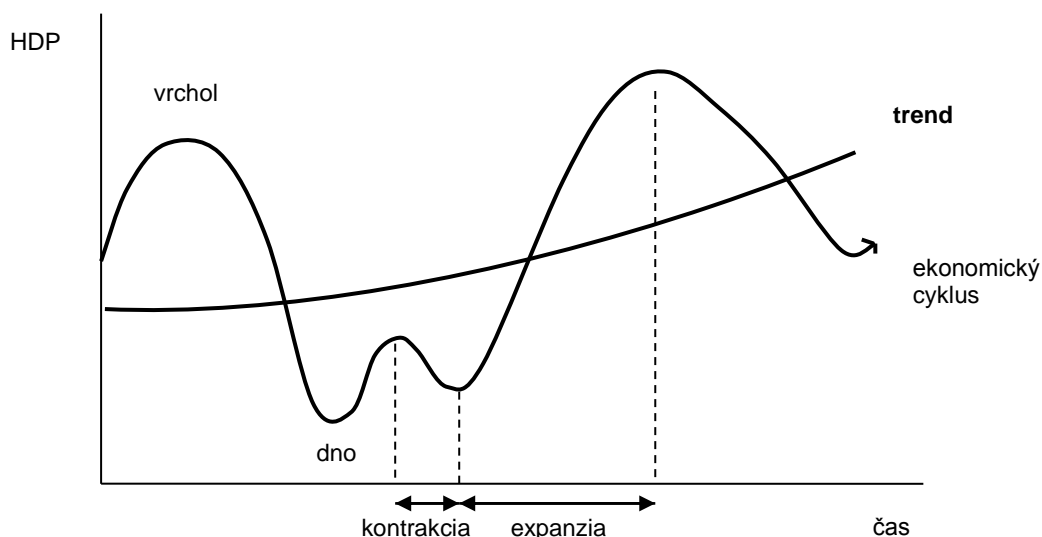
2.1 Kríza ako súčasť cyklického vývoja ekonomiky

Pre vývoj ekonomiky je typické kolísanie hospodárskeho vývoja, prejavujúce sa v zmenách základných indikátorov (zamestnanosť, priemyselná výroba, hrubé investície, zahraničný obchod a iné).²⁵

Definíciou ekonomického cyklu podľa Jurečku je „*ekonomický cyklus je postupnosťou pravidelne sa opakujúcich fáz vzostupu, poklesu a stagnácie makroekonomickej aktivity, menovite potom reálneho HDP, zamestnanosti, súkromnej a verejnej spotreby a investičnej činnosti.*“²⁶

Ekonomický cyklus pozostáva zo štyroch fáz:

Obrázok 2 : Fázy ekonomického cyklu



Zdroj: JUREČKA, V. et al.. *Makroekonomie*. 2. vyd. Praha: Grada Publishing, 2013. ISBN 978-80-247-4386-8. s. 243

1. *Expanzia*, resp. vzostup predstavuje obdobie rýchlejšieho rastu skutočného produktu oproti potenciálnemu produktu, dochádza zvyšovaniu spotreby, výroby a investičnej činnosti, poklesu nezamestnanosti.

2. *Vrchol* predstavuje vrchol aktivity ekonomiky, skutočný produkt sa dostáva na svoje maximum.

²⁵ TÁNCOŠOVÁ, J. et al.. *Ekonomía*. 1. vyd. Bratislava: Iura Edition, 2013. ISBN 978-80-8078-598-7. s. 181.

²⁶ JUREČKA, V. et al.. *Makroekonomie*. 2. vyd. Praha: Grada Publishing, 2013. ISBN 978-80-247-4386-8. s. 243

3. *Kontrakcia* nazývaná aj *recesia* je ekonomickou fázou, pri ktorej dochádza k poklesu skutočného produktu, oslabeniu HDP a ostatných makroekonomických veličín.

4. *Dno*, v tomto bode skutočný produkt klesá na úroveň svojho minima, nasleduje opäť fáza *expanzie*.²⁷

Už v minulosti sa ekonómovia pokúšali stotožniť cykly na základe ich podobnej periódy, s ktorou sa časť odborníkov stotožňuje dodnes.²⁸

1. **Kitchinove** cykly patria k najkratším, s rozmedzím dĺžky medzi 36 - 40 mesiacov, súvisia so zmenami v rozpracovanej výrobe a zásobám,

2. **Juglarove** cykly majú strednú dĺžku trvania, spravidla 10 – 11 rokov, spájajú sa s investíciami do kapitálových statkov,

3. **Kondratevove** cykly s dĺžkou trvania 50 – 60 rokov, podľa Kondrateva súvisia so zmenami v rámci výrobných technológií, monetárnymi javmi, politickými udalosťami.²⁹

Podľa teórie Josepha Aloisa Schumpetera sa ekonomická aktivita skladá z kombinácie týchto troch cyklov. Ak sa napríklad všetky tri spomínané cykly nachádzajú vo fáze depresie, ekonomika sa vystavuje mohutnému prepadu svojej aktivity. Táto teória je podľa Schumpeterových nasledovníkov vysvetlením pre hospodárske problémy krajín v 30. rokoch dvadsiateho storočia. Schumpeterova hypotéza sa však postupom času nepotvrdila, súčasní odborníci sa k mechanizovaným modelom správania trhovej ekonomiky správajú skôr skepticky.³⁰

Cyklickému vývoju ekonomiky nie je možné zabrániť. Na zmiernenie šokov v ekonomike sa využívajú prostriedky monetárnej, či fiškálnej politiky, no nie je možné im úplne zamedziť. Ekonómovia sa pokúšajú nájsť teóriu, vedúcu k riešeniu prostredníctvom skúmania recesií a ich príčin, tu však medzi nimi dochádza k nezhode:

- *monetárne teórie* považujú zmeny v monetárnych faktoroch (úverové sadzby, množstvo peňazí a i.) ovplyvňujúce agregátny dopyt, vedúci k rozkolísaniu ekonomického systému za príčiny vzniku ekonomických cyklov,

- *dynamické teórie* sa odvíjajú od vzájomnej interakcie medzi multiplikátorom a akcelerátorom vyvolávajúcim periodické cykly agregátneho dopytu a vzniku cyklov,

- *exogénne teórie* prisudzujú dôvody pre vznik cyklov vonkajším faktorom. Patria medzi ne: politické príčiny, nevyvážená rýchlosť vzniku nových vynálezov a objavov,

²⁷ RUSMICOVÁ, L. et al.. *Markoekonomie. Základní kurs*. 5. vyd. Praha: Melandrium, 2002. ISBN 80-86175-24-3. s. 75.

²⁸ JUREČKA, V. et al.. *Makroekonomie*. 2. vyd. Praha. Grada Publishing. 2013. ISBN 978-80-247-4386-8. s. 251.

²⁹ RUSMICOVÁ, L. et al.. *Markoekonomie. Základní kurs*. 5. vyd. Praha: Melandrium, 2002. ISBN 80-86175-24-3. s. 76

³⁰ JUREČKA, V. et al.. *Makroekonomie*. 2. vyd. Praha. Grada Publishing. 2013. ISBN 978-80-247-4386-8. s. 251 – 252.

nedostatočná informovanosť trhových subjektov, nesprávne uplatnenie hospodárskej politiky štátu, Jevonsova koncepcia „prírodného cyklu“³¹,

- *endogénne teórie* vnímajú ako hlavnú príčinu cyklov vnútorné faktory, napríklad nestálosti dopytu po investíciách, v nadvýrobe, v úsilí maximalizovať zisk atď.³²

Fluktuácia ekonomických fáz a cyklov môže mať pozitívne, či negatívne dôsledky, negatívne zväčša prináša obdobie recesie.³³ Recesiou sa označuje obdobie poklesu reálneho HDP počas obdobia dvoch, alebo viacerých po sebe nasledujúcich kvartáloch. Jej ústrednými ukazovateľmi sú vysoká inflácia, nezamestnanosť, reálne nadhodnotená mena, nepriaznivý vývoj obchodnej bilancie, nedostatočné devízové rezervy, pokles cien nehnuteľností a akcií, úverové boomy.³⁴

³¹ pozri bližšie JUREČKA, V. et al.. *Makroekonómie*. 2. vyd. Praha. Grada Publishing. 2013. ISBN 978-80-247-4386-8. s. 262.

³² TÁNCOŠOVÁ, J. et. al.. *Ekonomía*. 1. vyd. Bratislava: Iura Edition, 2013. ISBN 978-80-8078-598-7. s. 186 -187.

³³ WAWROSZ, P., HEISLER, H., MACH, P. *Reálie k makroekonomii. Odborné texty, mediální reflexe, praktické analýzy*. 1. vyd. Praha. Wolters Kluwer ČR. 2012. ISBN 978-80-7357-848-0. s. 303.

³⁴ ZORKÓCIOVÁ, O. BRYNKUSOVÁ, B. *Vplyv finančno-hospodárskej krízy na medzinárodnú marketingovú stratégiu firiem*. 1. vyd. Bratislava: Sprint 2, 2012. ISBN 978-80-89393-91-6. s. 20 – 22.

3 KRÍZY GLOBÁLNYCH ROZMEROV A ICH DOPAD NA CESTOVNÝ RUCH

Kríza nie je v ekonomikách krajín ojedinelým javom, prehľad niektorých je priblížený v tabuľke Ekonomické krízy v období rokov 1866 – 2008.³⁵ Do doby vytvorenia tejto bakalárskej práce bola posledná kríza svetových rozmerov v rozmedzí rokov 2007 – 2009, ktorej analýza na cestovný ruch je predmetom bakalárskej práce. Je prirovnávaná k Veľkej hospodárskej kríze z tridsiatych rokov minulého storočia, pre porovnanie je v nasledujúcej časti priblížený jej dopad na odvetvie cestovného ruchu v Československu.

3.1 Veľká hospodárska kríza a jej dopady na cestovný ruch Československa

Za dôvod vzniku krízy uvádza Malachovský „*krach burzy cenných papierov v dôsledku neprimeraného rastu cien akcií zapríčinených pôžičkami nesolventným klientom.*“³⁶ Sprvoti nejestvujúci voľný obchod s podnikovými akciami sa postupne uvoľnil aj pre fyzické osoby, čím došlo k výraznému rastu po ich akciách, pôvodné vlastné zdroje z vkladov obyvateľstva postupne banky nahradili úverové zdroje, keďže zvýšený dopyt stimuloval nárast ich cien a zároveň ich ziskovosť. Tento rast pokračoval, pričom ceny akcií sa vyšplhali na niekoľkonásobnú úroveň oproti svojim pôvodným. Systém skolaboval vo chvíli, kedy vlastníci akcií pristúpili k výberu ziskov. Pre vtedajší vývoj bol pozitívom nárast nového kapitálu do podnikov, bez zadlžovania v bankách. No v momente výberu ziskov došlo k prevahe ponuky k dopytu vedúcej k prudkému zníženiu cien s dramatickým pôsobením na kúpyschopný dopyt.³⁷

Dopady Veľkej hospodárskej krízy (1929 – 1933) na ekonomiku Spojených štátov amerických predstavovali pokles HDP o 30 %, zníženie priemyselnej produkcie o 45 %, 90 % svojej hodnoty stratili akcie. Úroveň zamestnanosti klesla o 25 %, priemerná americká rodina zaznamenala pokles svojich príjmov o 40 %, v roku 1933 bolo federálnou vládou za chudobných označených 60 % občanov.³⁸

³⁵ Príloha B

³⁶ MALACHOVSKÝ, A. *Systémová a štrukturálna kríza cestovného ruchu na Slovensku*. Ekonomická revue cestovného ruchu. UMB BB. 2012. Roč. 45. č. 4. ISSN 0139-8660. s. 197

³⁷ Tamtiež, s. 197 – 198.

³⁸ JUREČKA, V. et al.. *Makroekonomie*. 2. vyd. Praha. Grada Publishing. 2013. ISBN 978-80-247-4386-8. s. 246.

Československo zasiahla kríza neskôr ako zvyšok Európy, s drvivými následkami, z ktorých sa nedokázala spamätať aj v období, keď sa už väčšina štátov z jej následkov spamätala.³⁹ Priemyslová produkcia klesla v 1933 oproti 1929 o 56 %, odhadovaný počet nezamestnaných sa približoval k 1,5 mil. (spolu s rodinnými príslušníkmi tak bez príjmu ostala 1/3 obyvateľstva), export v krajine poklesol až o 75 %. Jurečka uvádza „V porovnaní s uvedenými číslami sa tzv. Veľká recesia, do ktorej Spojené štáty vstúpili decembri 2007 a zotrvali do júna 2009, ukázala ako mierna. Priemerná miera nezamestnanosti bola v októbri 2009, kedy bola najväčšia za posledných 26 rokov, 10,2 %. V roku 1933 však bola bez práce štvrtina všetkých pracujúcich a 37 % pracujúcich mimo poľnohospodársky sektor“.⁴⁰

3.1.1 Dopady Veľkej hospodárskej krízy na cestovný ruch Československa

Medzinárodné štatistiky v cestovnom ruchu sa, podľa predchádzajúcej kapitoly oficiálne uvádzali až od roku 1950, ako ukazovateľ dopadu krízy na cestovný ruch sú použité štatistiky Československého štatistického úradu. Štatistika cestovného ruchu tohto obdobia reflektuje situáciu cestovného ruchu v ČSR, najvýznamnejšími segmentmi boli najnavštevovanejšie miesta a to kúpeľné miesta a Praha, hospodárske výsledky vtedajšieho cestovného ruchu zaznamenávala aj Národná banka Československa sledovaním príjmov z príjazdového cestovného ruchu, teda prínos pre platobnú bilanciu štátu.⁴¹

Postavenie kúpeľníctva v tomto období pre ponuku ČSR je dominantné, aj v porovnaní s počtom cudzincov, ktorí navštívili Prahu, ktorá je zastúpená aj vysokou domácou návštevnosťou. V domácom cestovnom ruchu sa začína prejavovať záujem o hory. Aktívny cestovný ruch výrazne ovplyvnili ekonomické, politické a sociálne dôvody, záujem sa sústreďoval na rekreačné, odpočinkové pobyty pri mori (Dalmácia, Makarská riviéra) a poznávanie hlavne historických metropol, kultúry, pamiatok (Rím, Paríž, Londýn).⁴²

³⁹ WAWROSZ, P., HEISLER, H., MACH, P. *Reálie k makroekonomii. Odborné texty, mediální reflexe, praktické analýzy*. 1. vyd. Praha. Wolters Kluwer ČR. 2012. ISBN 978-80-7357-848-0. s. 55.

⁴⁰ JUREČKA, V. et al.. *Makroekonomie*. 2. vyd. Praha. Grada Publishing. 2013. ISBN 978-80-247-4386-8. s. 246.

⁴¹ FRANKE, A. et al.. *Statistiky cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha. Wolters Kluwer ČR. 2012. ISBN 978-80-7357-717-9. s. 5.

⁴² Tamtiež, s. 7 – 8.

Tabuľka 2: Návštevníci kúpeľných miest Československa a Prahy (v tis.)

Rok	Kúpeľní hostia		Stáli hostia z celku			Návštevníci Prahy celkom	Z toho cudzinci
	celkom	z toho cudzinci	Karlove Vary	Mariánske Lázně	Piešťany		
1925	292,0	127,2	58,1	33,3	13,0	324,0	64,4
1926	398,6	196,6	53,4	31,9	12,7	362,7	61,3
1927	461,1	196,7	63,6	38,3	14,6	444,0	84,9
1928	469,2	203,2	67,6	39,6	17,0	671,7	108,9
1929	592,1	283,6	66,8	41,2	18,3	606,0	114,8
1930	510,7	197,6	52,3	28,5	16,7	679,0	106,6
1931	510,6	197,2	52,7	23,8	14,0	548,4	85,5
1932	460,7	137,1	42,7	23,7	13,9	627,8	80,7
1933	426,7	99,0	37,9	21,5	11,4	428,5	63,7
1934	569,3	132,6	40,8	23,4	12,2	478,3	67,8
1935	632,9	136,0	39,9	28,1	13,2	578,0	73,8
1936	675,8	142,1	40,5	24,4	13,6	384,9	90,4
1937	752,4	167,4	48,1	31,1	15,6	621,8	106,3

Zdroj: FRANKE, A. et al.. *Statistiky cestovného ruchu*. 1. vyd. Praha. Wolters Kluwer ČR. 2012. ISBN 978-80-7357-717-9. s. 5

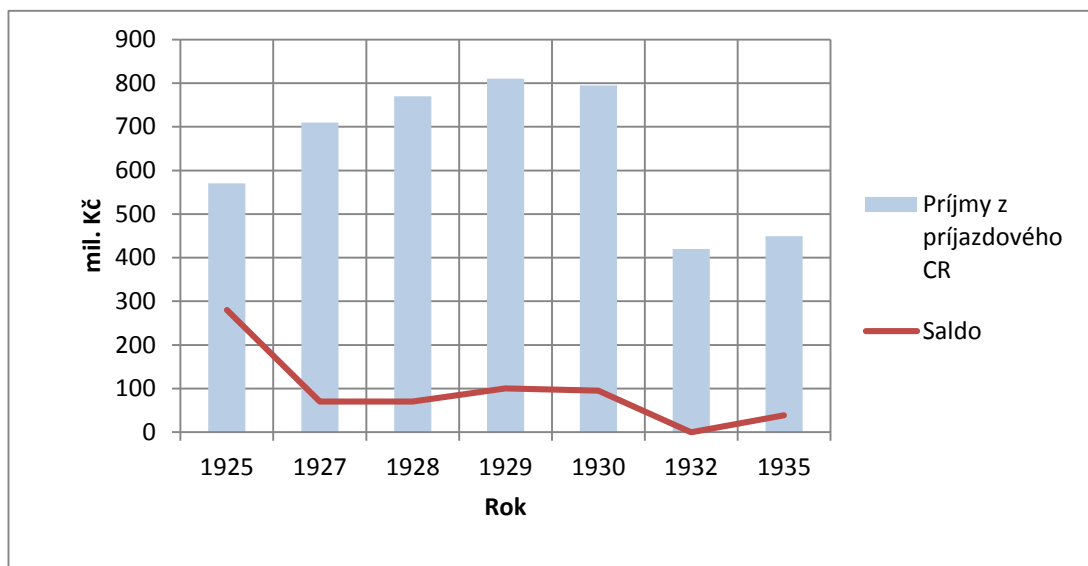
Kríza sa v cestovnom ruchu prejavila s oneskorením, rok 1929 sa podľa príjmov cestovného ruchu a salda, rovnako ako návštevnosti kúpeľov a Prahy považuje za vrchol. Oneskorenie negatívneho vývoja má súvis s charakterom obchodov v odvetví cestovného ruchu, kde sú rezervácie, objednávky a čiastočne aj platby realizované vopred, ako aj špecifické procesy účastníkov cestovného ruchu pri rozhodovaní.⁴³

Nepriaznivý zostup trval po dobu štyroch rokov. Podľa dostupných údajov podiel na obmedzení návštevnosti v ČSR mal domáci cestovný ruch, ktorého hodnota ostala na zhruba rovnakej úrovni oproti poklesu zahraničných návštev.⁴⁴

⁴³ FRANKE, A. et al.. *Statistiky cestovného ruchu*. 1. vyd. Praha. Wolters Kluwer ČR. 2012. ISBN 978-80-7357-717-9., s. 8.

⁴⁴ Tamtiež, s. 8.

Graf 2: Bilancia cestovného ruchu v rokoch 1925 – 1935 v mil. Kč



Zdroj: Vlastné spracovanie podľa tabuľky *Bilance cestovného ruchu v letech 1925 – 1935 v mil. Kč.* FRANKE, A. et al.. *Statistiky cestovného ruchu.* 1. vyd. Praha. Wolters Kluwer ČR. 2012. ISBN 978-80-7357-717-9. s. 6

3.2 Kríza v USA a eurozóne

Svetová kríza s priebehom v 21. storočí sa odohrávala prevažne v rokoch 2007 – 2009.

Jej priebeh sa odohrával v dvoch fázach, prvou bola svetová finančná kríza s obdobným priebehom v mnohých krajinách vďaka kontinuite finančných trhov, nasledovaná druhou etapou a to globálnou ekonomickou krízou s diferencovaným priebehom v závislosti od regiónu a krajiny. Jadro krízy prebiehalo v rozmedzí rokov 2007 – 2009, pre rok 2010 sa očakávala ďalšia vlna v spojení so stavom verejných financií niektorých európskych krajín (Grécko, Írsko, Španielsko, Portugalsko), ktorej sa vďaka finančnej pomoci eurozóny podarilo zabrániť.⁴⁵

Kríza globálnych rozmerov s počiatkom v roku 2007 v Spojených štátoch amerických a šíriacej sa prostredníctvom prepojenosti trhov po celom svete. Faktory, podieľajúce sa na globálnej svetovej kríze by sa dali zhrnúť do týchto bodov:

- finančná kríza USA spájaná s refinancovaním amerických domácností pôžičkami (hypotekárne, študentské a iné.), deriváty cenných papierov vydané k úverom boli obchodované európskymi, japonskými, čínskymi a ďalšími bankami a fondmi, čím sa dostala do celého sveta. Napriek vysokému ratingu derivátov investičných agentúr sa

⁴⁵ HAMARNEHOVÁ, I. *Vliv globální krize na cestovní ruch.* In Sborník příspěvků z mezinárodní konference „Globální ekonomická krize – regionální dopady“ (konaná 10. – 11. 11. 2011 na Jihočeské univerzitě, České Budějovice, INPROFORUM 2011). s. 142 – 148. ISBN 978-80-7394-315-8.

ukázala platobná neschopnosť úverov. Dochádza ku kríze dôvery vo finančnom sektore, okrem bánk aj v poisťovniach a iných inštitúciách. Prenesenie finančnej krízy na reálnu ekonomiku v niektorých krajinách sa prejavilo vo vzniku krízy úverovej,

- kríza dopytu, ktorej dôvodom bol všeobecný pokles spotrebiteľských nálad vyvolaných obavou z prichádzajúcej krízy a zhromaždenie finančnej rezervy pred jej príchodom,

- pomasnutie dôvery v pokračujúcu liberalizáciu obchodnej výmeny GATT z Katarského Dauhá nemá priamy vplyv na vypuknutie krízy, vo svetovej ekonomike však znamenala ochudobnenie o potrebný rastový impulz,

- nová situácia na svetových burzách, do ekonomického prostredia vniesla nová ekonomika doteraz neznáme riziká, napríklad volatilitu⁴⁶ trhov.⁴⁷

Tento druh krízy sa radí medzi systémové krízy, zahŕňajúce variácie menových, bankových, dlhových problémov.⁴⁸

Medzi príčiny globálnej krízy sa radí aj príjmová polarizácia, 90 % bohatstva je vlastnené len 5% obyvateľstva, podpriemernú mzdu má až 78 % obyvateľstva a hrubú mzdu do výšky 460 eur až 36 % ľudí. Sklony k spotrebe vplyvajú na dopyt po statkoch a službách a následnému zadlžovaniu.⁴⁹

3.3 Medzinárodný cestovný ruch pod vplyvom krízy

Krízové obdobia, pri ktorých dochádza k zmenám spotrebiteľského správania sa obyvateľstva zasiahli cestovný ruch „ako sektor poskytujúci statky a služby menej nevyhnutné pre život človeka“ v plnej miere.⁵⁰

Stav svetovej ekonomiky, rovnako ako aj ekonomiky v jednotlivých krajinách výrazne ovplyvňujú vývin dopytu po atraktivitách destinácie a ponuky služieb v oblasti cestovného ruchu. Rok 2008 predstavoval z hľadiska medzinárodných príjazdov nárast o 13 miliónov oproti roku 2007, čo predstavuje nárast o 2 %. V porovnaní rokov 2005 a 2006, kedy sa nárast vo svete pohyboval na úrovni 5,5 % a 6,1 %, dochádza ku

⁴⁶ Pozri bližšie GLASA, F. *Volatilita*. Magazín ako investovať. [online] © 28.3.2011 [cit. 9. 12. 2013] Dostupné z: <http://ako-investovat.sk/index.php/financna-gramotnost/113-trhy/253-volatilita>

⁴⁷ KISLINGEROVÁ, E. *Podnik v časech krízy. Jak se dostat do potíží a jak se dostat z potíží: zkušenosti ze světové recese let 2007 až 2009*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing. 2010. ISBN 978-80-247-3136-0. s. 35 -36.

⁴⁸ HAMARNEHOVÁ, I. *Vliv globální krize na cestovní ruch*. In Sborník příspěvků z mezinárodní konference „Globální ekonomická krize – regionální dopady“ (konaná 10. – 11. 11. 2011 na Jihočeské universitě, České Budějovice, INPROFORUM 2011). s. 142 – 148. ISBN 978-80-7394-315-8.

⁴⁹ BURANOVSKÝ, J. *Možnosti oživenia cestovného ruchu v období globálnej hospodárskej krízy. Ekonomická revue cestovného ruchu*. 2012. roč. 45, č. 1, ISSN 0139-8660. s. 53.

⁵⁰ HUDÁČKOVÁ, L. *Spotreba v cestovnom ruchu na Slovensku v období hospodárskej krízy. Ekonomická revue cestovného ruchu*. UMB BB, 2011. roč. 44. č. 4. s. 203. ISSN 0139-8660

zniženiu dopytu v medzinárodnom cestovnom ruchu predovšetkým ako dôsledok globálnej hospodárskej krízy, avšak v roku 2008 sa vyskytlo viacero negatívnych elementov (zniženie cien ropy, teroristické útoky v Bombaji, konflikty v Pakistane, Iraku, Afganistane, záplavy, požiare, sopečné erupcie). Dvojpäťpercentný nárast medzinárodných príjazdov vyjadruje pozitívny stav vo všetkých regiónoch, okrem stagnujúcej Európy.⁵¹

Tabuľka 3.: Prehľad medzinárodných turistických príjazdov 2006 - 2010

Región	v mil.					zmena v %				
	2006	2007	2008	2009	2010	06/05	07/06	08/07	09/08	10/09
Svet	853,0	904,0	917,0	882,0	940,0	5,5	6,1	2,0	-3,8	6,6
Európa	468,4	487,9	485,2	461,5	476,6	5,0	4,1	0,4	-4,9	3,3
Ázia a Pacifik	166,0	182,0	184,1	180,9	203,8	8,0	9,6	1,1	-1,7	12,7
Amerika	135,8	142,9	147,8	140,6	149,8	1,9	5,2	2,8	-4,9	6,4
Afrika	41,5	45,0	44,4	46,0	49,4	11,0	8,4	2,5	3,7	7,3
Stredný východ	40,9	46,6	55,2	52,9	60,3	8,2	14,0	19,0	-4,3	14,1

Zdroj: HAMARNEHOVÁ, I. *Vliv globální krize na cestovní ruch*. In Sborník příspěvků z mezinárodní konference „Globální ekonomická krize – regionální dopady“ (konaná 10. – 11. 11. 2011 na Jihočeské universitě, České Budějovice, INPROFORUM 2011). s. 144. ISBN 978-80-7394-315-8.

Rok 2009 predstavoval z pohľadu medzinárodných turistických príjazdov prvý pokles vôbec od roku 2003, o 4 % (35 miliónov), v rámci regiónov sa pokles prejavil vo všetkých okrem Afriky odolávajúcej svetovému trendu. Ekonomická recesia najviac zasiahla strednú a východnú Európu, americký kontinent v severnom a strednom subregióne. Pokles zaznamenal aj objem celkového exportu zhruba o 12 %, príjmy z medzinárodného turizmu o 6 %. Podľa Hamarnehovej je možné konštatovať, že *sektor cestovného ruchu je voči globálnej recesii odolnejší než ostatné sektory svetovej ekonomiky*.⁵² Rovnaký názor má aj Malachovský, ktorý uvádza *„krízy cestovného ruchu trvajú nepomerne kratšie ako krízy ekonomiky s menšou mierou prepadu ukazovateľov*“.⁵³

⁵¹ HAMARNEHOVÁ, I. *Vliv globální krize na cestovní ruch*. In Sborník příspěvků z mezinárodní konference „Globální ekonomická krize – regionální dopady“ (konaná 10. – 11. 11. 2011 na Jihočeské universitě, České Budějovice, INPROFORUM 2011). s. 144. ISBN 978-80-7394-315-8.

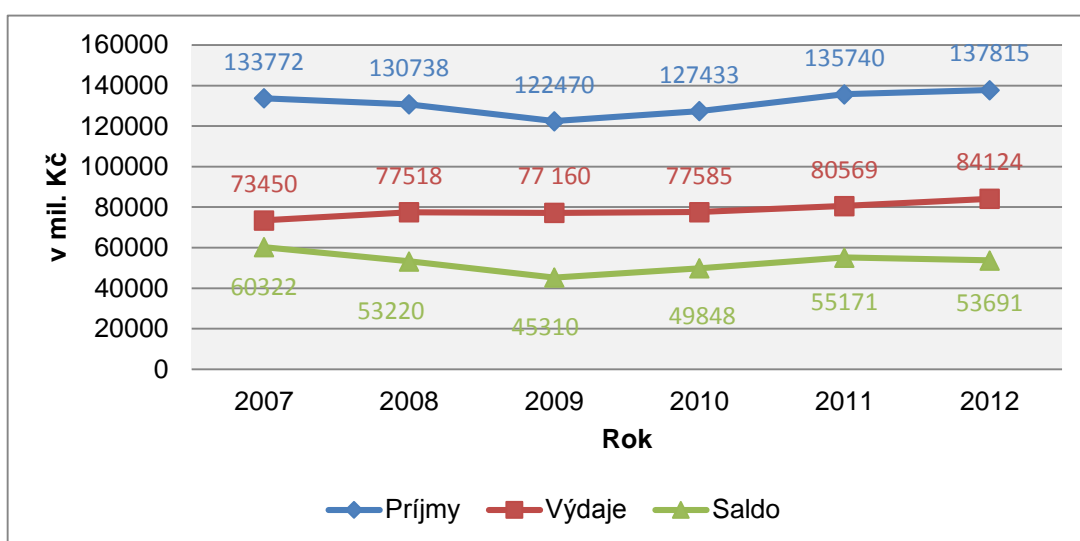
⁵² Tamtiež, s. 144.

⁵³ MALACHOVSKÝ, A. *Systémová a štrukturálna kríza cestovného ruchu na Slovensku*. Ekonomická revue cestovného ruchu. UMB BB. 2012. Roč. 45. č. 4. ISSN 0139-8660 s. 202.

4 DOPADY KRÍZY NA CESTOVNÝ RUCH ČESKEJ REPUBLIKY

Cestovný ruch v Českej republike podobne ako ekonomika v roku 2008 postupne začal pociťovať prejav ekonomickej krízy. Dochádza k zníženiu príjmov z aktívneho zahraničného cestovného ruchu, na druhej strane narastajú výdavky na pasívny cestovný ruch, veľmi mierne výdavky klesajú v krízovom roku 2009. Počas celého obdobia trvania krízy ostáva saldo platobnej bilancie aktívne.

Graf 3: Vývoj platobnej bilancie cestovného ruchu ČR



Zdroj: ČSÚ. *Statistika platební bilance*. [online] © 2003 – 2014 [cit. 2014-02-24] Dostupné na: <http://www.cnb.cz/cs/obecne/rozsirene-vyhledavani.jsp?cnb-search-area=czech-version&cnb-folder=%2Fcs%2F&cnb-search-action-block=search&cnb-search-query=platebn%C3%AD+bilance+>

4.1 Pasívny a domáci cestovný ruch

V Českej republike sa údaje o domácom a pasívnom cestovnom ruchu zisťujú výberovým prieskumom v českých domácnostiach na štvrťročnej báze. Pre potreby štatistickej analýzy sa cesty vykonané obyvateľmi Českej republiky delia do týchto kategórií:

- *dlhšie cesty* vo forme súkromných ciest s cieľom trávenia voľného času s dĺžkou minimálne 4 po sebe nasledujúcich prenocovaní,
- *kratšie cesty* s parametrami ako dlhšie cesty, s dĺžkou 1 – 3 prenocovaní,
- *jednodenné výlety* predstavujú súkromné cesty bez prenocovania,

- *služobné cesty* spravidla za pracovnými či služobnými účelmi mimo zvyčajné prostredie, minimálne s jedným prenocovaním v dĺžke trvania maximálne 12 mesiacov (obchodné jednanie, školenia, účasť na konferenciách, veľtrhoch, montáže a i.)⁵⁴

Dlhšie cesty dominujú pasívnemu aj domácom cestovnému ruchu, iba približne 20 % všetkých zahraničných ciest sú tvorené krátkodobými pobytmi. Až 90 % spotrebiteľských ciest sa realizuje v Európe.⁵⁵

Najnavštevovanejšie destinácie obyvateľov Českej republiky sa prakticky nemenia, aj v období krízy bolo najobľúbenejšou destináciou Chorvátsko, nasleduje Slovensko, Taliansko, Grécko, prvých päť top destinácií uzatvára Rakúsko.

Na území Českej republiky v období krízy 2007 – 2009 došlo v počte ciest v pasívnom a domácom cestovnom ruchu k výrazným zmenám. Kým medziročný prírastok ciest v domácom cestovnom ruchu v 2008 oproti predchádzajúcemu roku narástol o 1,3 %, v 2009 tento nárast predstavoval 20,19 % na úkor ciest do zahraničia, kde došlo k poklesu o takmer 9 %, čo korešponduje s trendmi vo vývoji cestovného ruchu v období krízy podľa WTTC. Podobné tendencie vyjadruje počet prenocovaní, kde nárast 2009 oproti 2008 zaznamenal domáci cestovný ruch o 0,5 noci, kým v zahraničných cestách tento klesol o 0,6 noci. Priemerné výdavky na jednu dlhšiu cestu mali od začiatku krízy 2007 rastúci trend, ktorého pokles nastal v 2009, väčšou časťou zasiahol domáci cestovný ruch o 15,89 % (3 436 Kč). Výdavky na dlhšiu zahraničnú cestu poklesli miernejšie o 9, 43 % na 13 448 Kč.

V kratších cestách nastal v počte ciest pasívneho cestovného ruchu v roku 2008 mierny nárast, rovnako ako vo výške výdavkov na cestu, v oboch ukazovateľoch nastáva pokles v roku 2009, počet ciest zaznamenal pokles o 11 %, naopak výška výdavkov poklesla o 24 %. Posilnenie pozície domáceho cestovného ruchu v roku 2009 nastáva v počte ciest, dĺžke prenocovania, výnimkou je pokles výdavkov na cestu vyplývajúci z krízy o 16,3 %.

Služobné cesty vykazujú zníženie počtov v roku 2008, ale najmä v roku 2009, v oboch, pasívnom aj domácom cestovnom ruchu, výška výdavkov poklesla v roku 2008, dramaticky v cestách do zahraničia s poklesom 44,62 % oproti predchádzajúcemu obdobiu. Mierny nárast zaznamenala dĺžka prenocovania na domácich služobných cestách.

⁵⁴ PALATKOVÁ, M. ZICHOVÁ, J. *Ekonomika turizmu. Turismus České republiky*. 1.vyd. Praha. Grada Publishing, 2011. ISBN 978-80-247-3748-5 s. 140

⁵⁵ VYSTOUPIL, J., ŠAUER, M. et al. *Geografie cestovního ruchu České republiky*. 1. vyd. Plzeň: Aleš Čeněk, 2011. ISBN 978-80-7380-340-7. s. 172.

Tabuľka 4: Vývoj ciest v pasívnom a domácom cestovnom ruchu v Českej republike

	2006		2007		2008		2009		2010	
	ČR	Zahra- ničie	ČR	Zahra- ničie	ČR	Zahra- ničie	ČR	Zahra- ničie	ČR	Zahra- ničie
DLHODOBÉ CESTY										
Počet ciest (v tis.)	4 985	3 949	4 908	4 525	4 919	4 987	5 912	4 541	5 866	4 323
Priemerná dĺžka prenocovania	8,1	9,0	8,1	9,2	7,8	9,2	8,2	8,7	8,1	8,8
Priemerné výdavky (v Kč)	3 817	13 778	3 884	14 183	4 086	14 848	3 437	13 449	3 140	12 253
KRÁTKODOBÉ CESTY										
Počet ciest (v tis.)	16 783	1 038	14 678	1 434	13 155	1 471	14 602	1 324	14 198	1 348
Priemerná dĺžka prenocovania	1,9	2,1	1,9	2,2	1,9	2,2	2,0	2,2	2,0	2,2
Priemerné výdavky (v Kč)	873	3 472	980	3 595	1 278	4 721	1 069	3 564	777	3 569
SLUŽOBNÉ CESTY										
Počet ciest	2 386	1 407	2 535	1 288	2 374	1 227	1 574	753	1 183	757
Priemerná dĺžka prenocovania	2,5	4,2	2,5	5,3	2,6	5,5	2,6	4,9	2,5	4,7
Priemerné výdavky (v Kč)	2 963	14 936	3 268	20 489	2 812	11 346	2 756	12 002	2 696	9 635

Zdroj: ČSÚ Domáci a výjezdový cestovný ruch v ČR – Archiv 2003 - 2010 – Cestovní ruch – časové řady.
 Ionline! . Icit: 2014-02-05! . Dostupné z: <http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/cru40> cr

Vplyv krízy na účastníkov cestovného ruchu pri organizácii dlhších ciest v rámci Českej republiky a výjazdových ciest do zahraničia sa odráža podľa predpokladov najmä v roku 2009, kde došlo v výraznom náraste individuálnej organizácie na úkor cestovných kancelárií a agentúr, čo odzrkadľuje aj vývoj znížených výdavkov na cestu vychádzajúcich z predchádzajúceho grafu. Naopak, v prípade organizovania ubytovania či dopravy prostredníctvom cestovnej kancelárie či agentúry dochádza počas celého obdobia krízy k miernemu nárastu, k poklesu dochádza až v roku 2010.⁵⁶

4.2 Vývoj cestovného ruchu v hromadných ubytovacích zariadeniach ČR

Návštevnosť hromadných ubytovacích zariadení v Českej republike v roku 2007 12,96 milióna hostí, s miernou prevahou zahraničných turistov, jej vývoj je ovplyvnený krízou 2008 len mierne, naplno sa rozdiel prejavil v 2009, kde oproti roku 2007 sa v hromadných ubytovacích zariadeniach ubytovalo o takmer milión turistov menej. Kým doba prenocovania v 2007 bola 3,15 noci, v roku 2009 predstavovala už len 3,057 noci a zároveň dochádza k zníženiu rozdielu v pomere nerezidentov a rezidentov zo 51,5 % v 2007 na 50,4 % v 2009.

Tabuľka 5: Návštevnosť hromadných ubytovacích zariadení ČR

	Index 07/06	2007	Index 08/07	2008	Index 09/08	2009	Index 10/09	2010
Počet hostí celkom (v mil.)	1,02	12,96	0,99	12,84	0,93	11,99	1,02	12,21
Nerezidenti (v mil.)	1,04	6,68	1,00	6,65	0,91	6,04	1,05	6,33
Rezidenti (v mil.)	1,00	6,28	0,99	6,19	0,96	5,95	0,99	5,88
Prenocovania celkom (v mil.)	0,99	40,83	0,96	39,28	0,93	36,66	1,01	36,91
Nerezidenti (v mil.)	1,03	20,61	0,97	19,99	0,89	17,75	1,03	18,37
Rezidenti (v mil.)	0,95	20,22	0,95	19,29	0,98	18,91	0,98	18,54

Zdroj: ČSÚ. Návštevnosť v hromadných ubytovacích zariadeniach v ČR. [online] [cit. 2014-02-24]
Dostupné na: http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/cru_cr

⁵⁶ Príloha C

V porovnaní s rokom 2007 počet hostí v hoteloch a ubytovacích zariadeniach (9 893 294) zaznamenal v nasledujúcom roku mierny nárast (10 088 276), zatiaľ čo sa naplno prejavila kríza s rokom 2009 a počet hostí poklesol na 9 335 118. Tento trend je sledovaný v hoteloch ***** a ostatných hoteloch, zatiaľ čo hotely ***** zaznamenávajú neustály nárast počtu hostí už od 2002. V tejto kategórii dochádza ak v predĺžení priemerného počtu strávených nocí v 2008 na 2,86 oproti predchádzajúcemu obdobiu 2,72. Aj keď v 2009 dochádza k jej opätovnému skráteniu, stále si udržiava vyššiu úroveň ako pred vypuknutím krízy. Tá najviac postihla penzióny, s neustálym poklesom počas celého trvania krízy. Pre kempy znamenala ekonomická kríza počet najväčší úbytok hostí v 2008, v ďalšom roku naopak zaznamenali ich zvýšenie, pre chatové osady a turistické ubytovne a ostatné inde neuvedené ubytovacie zariadenie dochádza počas celého obdobia trvania krízového obdobia ku znižovaniu počtu hostí.

Vývoj ubytovacích kapacít Českej republiky vyjadruje nasledujúca tabuľka:

Tabuľka 6: Vývoj ubytovacích zariadení v ČR

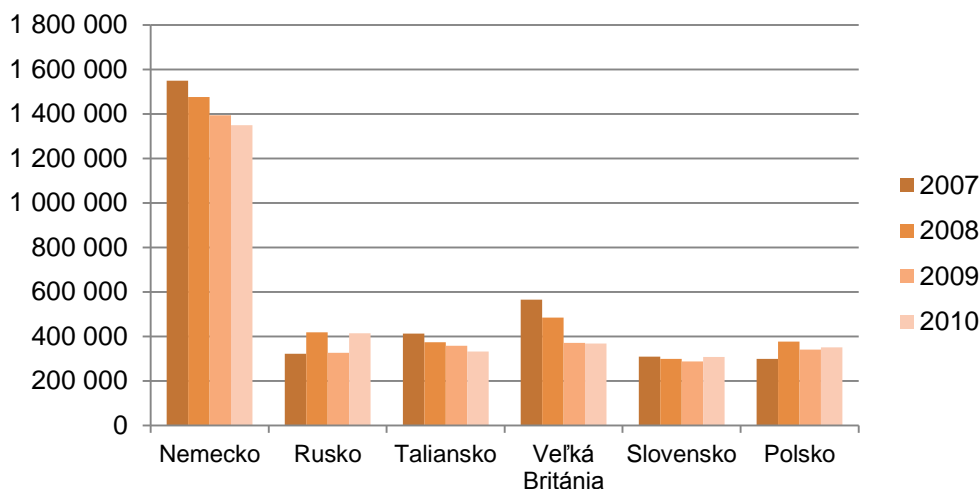
	Index 07/06	2007	Index 08/07	2008	Index 09/08	2009	Index 10/09	2010
Počet ubytovacích zariadení	1,03	7 845	0,98	7 705	0,98	7 557	0,96	7 235
Počet izieb (v tis.)	1,03	173	1,04	180	1,01	181	0,97	176
Počet lôžok (v tis.)	1,02	452	1,03	467	0,99	463	0,97	449

Zdroj: ČSU. Kapacita hromadných ubytovacích zariadení v krajoch [online] [cit. 2014-02-24] Dostupné na: http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/cru_cr

Celoštátne údaje znázorňujú postupné znižovanie počtu ubytovacích zariadení od roku 2007, zároveň však informujú o výraznom zvýšení izieb v ubytovacích zariadeniach, kde v hlavnom meste Praha došlo v rozmedzí rokov 2007 – 2009 k nárastu počtu izieb o 12,4 %. Tento nárast nekorešponduje s celkovým vývojom v Českej republike. Praha sa vymyká trendu aj v počtu nárastu lôžok, kde zvýšila ich počet medzi rokmi 2007 – 2009 o 11,4 %. V porovnaní indexov s predchádzajúcou tabuľkou dochádza k nepomeru rastu ubytovacích zariadení k počtu hostí, čo vyvoláva tlak na cenovú politiku zariadení.

Vývoj českej koruny krízová situácia zasiahli počty turistov v rôznych mierach, vývoj zdrojových krajín pre Českú republiku je spracovaný v nasledujúcom grafe:

Graf 4: Vývoj počtu prichádzajúcich turistov podľa zdrojových krajín



Zdroj: ČSÚ. *Počet hostů v hromadných ubytovacích zařízeních podle kategorie zařízení a zemí v ČR* [online] [cit. 2014-02-2014] Dostupné na: http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/cru_cr

Podľa počtu prichádzajúcich turistov do Českej republiky je najdôležitejšou zdrojovou krajinou Nemecko, nasledované Veľkou Britániou. Taliansko, ktoré objemom prichádzajúcich turistov do krajiny viedlo pred Ruskom, tento počet počas krízy neustále klesal, zatiaľ čo turisti z Ruska prichádzajú do Českej republiky rok od roka sa líšiacimi počtami, kým v 2009 bol ich počet o niečo nižší ako Talianov, 2010 ich do krajiny prišlo o 82 120 viac. Slovensko v počte turistov do Českej republiky vykazuje počas krízy klesajúci trend, ktorého zmena nastala až v 2010, objem turistov z Poľska od roku 2007 (298 621) udržiava vyššie čísla ako Slovensko.

4.3 Vývoj zamestnanosti v cestovnom ruchu ČR

Priamy HDP cestovného ruchu sa podieľa na HDP Českej republiky od roku 2007 na pod úrovňou troch percent: 2,9 % v 2007, 2,8 % v roku 2008 a jeho podiel sa mierne zvýšil v 2009 na úroveň opäť 2,9 %. Cestovný ruch je odvetvím služieb, s vysokým podielom ľudskej práce. Zamestnanosťou sa zaoberá nasledujúca podkapitola.

Pre zabezpečenie služieb účastníkov v cestovnom ruchu sa podieľajú organizácie a jednotlivci z rôznych rezortov a odvetví, čím dochádza k vytváraniu

pracovních a podnikateľských priamo (priemysel cestovného ruchu) a nepriamo (ekonomika cestovného ruchu).⁵⁷

V krízovom roku 2008 zamestnanosť v cestovnom ruchu zaznamenala mierne zvýšenie oproti predchádzajúcemu obdobiu, zvýšil sa predovšetkým počet zamestnaných o 3,3 %, na úkor podnikateľov, ktorých počet poklesol 5,9 %. Reverzná situácia nastala v 2009, kde nastáva pokles zamestnaných o 0,4 %, kým podnikateľov v 2009 pribúda (2,1 %). V charakteristických odvetviach cestovného ruchu dochádzalo k rastu pracovných miest, rovnaký trend je v odvetviach cestovného ruchu celkom.

Tabuľka 7: Počet pracovných miest a zamestnaných osôb v cestovnom ruchu v ČR (prepočítaných na plný úväzok)

		2007	2008	2009	2010
Charakteristické odvetvia CR	Zamestnaní	134 959	139 368	138 757	136 326
	Podnikatelia*	36 709	34 667	35 953	32 437
	Spolu	171 668	174 035	174 710	168 763
Odvetvia CR celkom	Zamestnaní	180 939	185 360	184 177	182 388
	Podnikatelia*	52 542	51 015	52 411	49 685
	Spolu	233 481	236 376	236 588	232 078

* Vyjadruje počet pracujúcich majiteľov firmy a spolupracujúcich členov domácnosti, pre ktorých je činnosť vo firme hlavným zamestnaním

Zdroj: ČSÚ. TSA T7 – *Zamestnanosť v odvetviach cestovného ruchu v ČR*. [online]. [cit. 2014-04-24]

Dostupné na:

http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/tsa_t7_zamestnanost_v_odvetvich_cestovniho_ruchu_v_cr

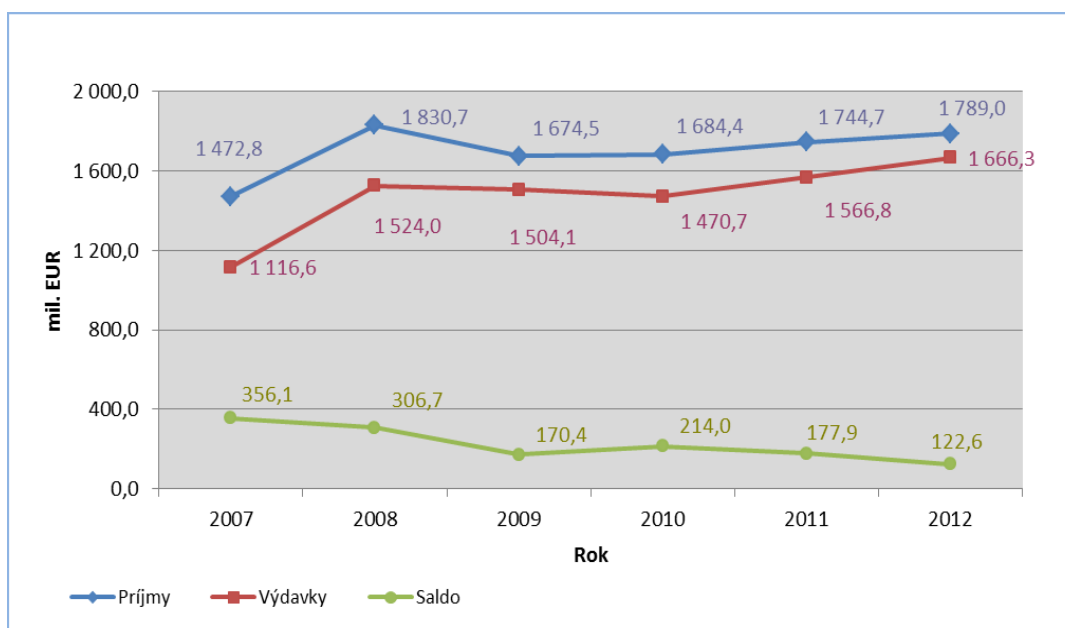
Zamestnanosť v cestovnom ruchu bola najvyššia v 2007 v reštauračných zariadeniach 37,6 %, pri ktorej došlo v nasledujúcom období k poklesu 2,7 %, no už v roku 2009 prevýšila predkrízovú úroveň. V hotelových službách sa zamestnávalo 24,3 % všetkých zamestnancov v cestovnom ruchu, osobnej železničnej doprave 8,8 %, cestovných agentúrach a podobných službách 8,2 %, osobnej cestnej doprave 7,6 %, kultúrnych službách 7,1 %, osobnej leteckej doprave 3,2 %, športových a rekreačných službách 1,6 %, doplnkové služby osobnej dopravy 1,3 %, ostatné odvetvia zamestnávajú menej ako 1 %. Ekonomická kríza priniesla najvýraznejšie zmeny v zamestnanosti v hoteloch s nárastom v 2008, ale miernym poklesom v 2009, zamestnanosť v doprave klesá v oboch rokoch v železničnej doprave a lodnej doprave, naopak rastie v leteckej doprave, nárast zaznamenali aj športové a rekreačné služby.

⁵⁷ NEJDL, K. *Management destinace cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha. Wolters Kluwer, 2011. ISBN 978-80-7357-673-8. s. 32

5 DOPADY KRÍZY NA CESTOVNÝ RUCH SLOVENSKEJ REPUBLIKY

Z hľadiska príjmov v aktívnom cestovnom ruchu predstavuje vrchol rok 2008, výdavky na aktívny zahraničný ruch v krízovom období dosahovali svoje maximum taktiež v roku 2008. Dramatickejší vývoj je možné sledovať v roku 2009 pri príjmoch, ktoré sú ovplyvnené prijatím eura 01. 01. 2009, čím sa Slovenská republika stala pre návštevníkov z Českej republiky a Poľska pridrahé, na druhej strane táto situácia priaznivo vplývala na krajiny, ktoré už v tom čase boli členmi eurozóny. Výdavky na cestovný ruch zaznamenali len mierny pokles, na rozdiel od mierneho zvýšenia príjmov, pokles výdavkov pokračoval aj v roku 2010. Vývoj salda oproti roku 2007 predstavoval pokles o 13,9 % v 2008, o 52,1 % v 2009, rok 2010 zaznamenal mierny rast na úroveň 60 % z výšky salda v roku 2007.

Graf 5: Vývoj platobnej bilancie SR v rokoch 2007 - 2012



Zdroj: MDVRR SR: Vývoj cestovného ruchu SR v rokoch 2007 – 2012. [online] © 2006 MDPT – 2011 MDVRR [cit. 13.12.2013] Dostupné na: <http://www.telecom.gov.sk/index/index.php?ids=106930>

Zaujímavým je aj vývoj salda cestovného ruchu v Slovenskej republike aj v nasledujúcom období, kedy krivka príjmov z cestovného ruchu sa približuje ku krivke výdavkov na cestovný ruch a dochádza k neustálemu znižovaniu salda.

5.1 Pasívny a domáci cestovný ruch

Na území Slovenska sa údaje zverejňujú Štatistickým úradom štvrťročne, členenie ciest v pasívnom a domácom cestovnom ruchu je zhodné s Českou republikou.

Dlhšie cesty ako ukazovateľ vývoja v pasívnom a domácom cestovnom ruchu od vypuknutia krízy vykazujú klesajúcu tendenciu v počte týchto ciest. Medzi obdobím rokov 2007 – 2009 predstavuje ich pokles 5,1 % v domácich, a 8,1 % v cestách do zahraničia. Kým rok 2008 predstavuje pre dlhšie cesty rezidentov nárast v priemernej dĺžke strávených nocí a náraste výdavkov na jednu cestu, v pasívnom ruchu priemerná dĺžka prenocovania skrátila z 9,7 na 9,1 noci a výška výdavkov poklesla o 25 eur (-14 %). Vývoj dlhších ciest rezidentov do zahraničia má v 2009 opačnú tendenciu, a opäť došlo k zvýšeniu priemerného počtu prenocovaní na ceste, ktoré dosiahlo rok 2007 a aj zvýšeniu výdavkov na cestu, nedosiahli však stratu z predchádzajúceho obdobia a nárast dosiahol len 1,1 %. Rezidenti v domácom cestovnom ruchu znova zvýšili výdavky na jednu cestu o 6,2 % s miernym poklesom priemerného počtu nocí na dlhšej ceste.

Vo vývoji krátkodobých ciest dochádzalo v krízovom období k rôznym trendom. Počet ciest v domácom cestovnom ruchu klesal počas celého obdobia krízy, v roku 2009 dosiahol ich počet 1358 čo je pokles o 19,3 %, ich priemerná dĺžka sa postupne predlžovala na 2,4 noci a výdavky na jednu cestu stúpili v tomto období o 19,9 %. Naopak v pasívnom cestovnom ruchu bol rok 2008 vrcholom pre všetky ukazovatele. Tento trend sa však ukázal ako krátkodobý, keďže sa v 2009 vrátili vo výške výdavkov a priemernom počte nocí na úroveň roku 2007, ich počet dokonca klesol pod túto úroveň o 11 %, a 20,8 % oproti minulému roku.

V služobných cestách domáceho cestovného ruchu sa znížil ich počet v období krízy o 9,7 % v nasledujúcom roku, a 19,4 v ďalšom roku. K zvýšeniu došlo vo výške výdavkov na služobnú cestu, a priemernom počte nocí. Služobné cesty v zahraničí dochádzalo počas obdobia krízy k znižovaniu výdavkov na jednu cestu, oproti roku 2007 ich výška poklesla o 10,9 % a priemerná dĺžka poklesla na 4,3 o 21,8 %. Ich počet sa zvýšil v roku 2008 na 854 a poklesol v roku 2009 o 30,4 %.

Najobľúbenejšou destináciou pre Slovenských turistov je Chorvátsko, nasleduje Grécko, Tunis, Egypt a Bulharsko z hľadiska počtu vycestovaných osôb. Podľa počtu pobytových dní vedie Grécko pred Chorvátskom, Bulharsko, Egypt a Tunis.

Tabuľka 8: Vývoj ciest v pasívnom a domácom cestovnom ruchu v Slovenskej republike

	2006		2007		2008		2009		2010	
	SR	Zahra- ničie	SR	Zahra- ničie	SR	Zahra- ničie	SR	Zahra- ničie	SR	Zahra- ničie
DLHODOBÉ CESTY										
Počet ciest (v tis.)	2 416	2 138	2 403	2 482	2 272	2 380	2 066	2 280	1 512	1 862
Priemerná dĺžka prenocovania	7,1	9,9	7,3	9,7	7,4	9,1	7,2	9,7	6,8	8,6
Priemerné výdavky (v EUR)	182	563	199	585	227	560	241	566	211	560
KRÁTKODOBÉ CESTY										
Počet ciest (v tis.)	1 518	346	1 682	399	1 622	448	1 358	355	2 080	491
Priemerná dĺžka prenocovania	2,3	2,3	2,1	2,3	2,3	2,2	2,4	2,3	2,2	2,1
Priemerné výdavky (v EUR)	66	171	75	183	77	205	91	184	91	190
SLUŽOBNÉ CESTY										
Počet ciest	1 992	663	2 155	720	1 946	854	1 569	594	1 251	338
Priemerná dĺžka prenocovania	2,6	4,2	2,4	5,5	2,7	4,5	2,5	4,3	2,0	3,7
Priemerné výdavky (v EUR)	128	449	130	504	143	499	144	449	160	474

Zdroj: Vlastné spracovanie podľa ŠÚ SR. Domáci a výjazdový cestovný ruch. [online] [cit. 2014-02-16] Dostupné na: <http://portal.statistics.sk/showdoc.do?docid=3545>

5.2 Vývoj cestovného ruchu v hromadných ubytovacích zariadeniach SR

Pre návštevnosť ubytovacích zariadení v Slovenskej republike je dominantným domáci cestovný ruch nad počtom ubytovaní zahraničných turistov. Príjazdový cestovný ruch v ubytovacích zariadeniach v Slovenskej republike zaznamenal nárast počtu ubytovaných hostí o 8 % v 2008, z toho o 4,9 % u nerezidentov, rezidentov o 10,7 %. Rok 2009 však pod vplyvom krízy priniesol výrazný pokles o 17,2 %, u nerezidentov až o 26,5 %. Priemerný počet prenocovaní sa medzi rokmi 2007 – 2009 mení s minimálnym rozdielom, avšak pri bližšom preskúmaní sa predlžuje priemerný počet nocí strávených u rezidentov z 3,04 noci na 3,17 a naopak, u zahraničných návštevníkoch v hromadných ubytovacích zariadeniach na Slovensku klesá z 3,08 na 2,9 noci.

Tabuľka 9: Návštevnosť hromadných ubytovacích zariadení SR

	Index 07/06	2007	Index 08/07	2008	Index 09/08	2009	Index 10/09	2010
Počet hostí celkom (mil.)	1,05	3,778	1,08	4,082	0,83	3,381	1,00	3,392
Nerezidenti (v mil.)	1,04	1,684	1,05	1,766	0,73	1,298	1,02	1,326
Rezidenti (v mil.)	1,06	2,093	1,11	2,316	0,90	2,083	0,99	2,066
Prenocovania celkom (mil.)	1,04	11,567	1,08	12,464	0,83	10,391	1,00	10,367
Nerezidenti (v mil.)	1,01	5,199	1,01	5,261	0,72	3,769	1,01	3,806
Rezidenti (mil.)	1,06	6,368	1,13	7,202	0,92	6,621	0,99	6,561

Zdroj: MDVRR SR. *Štatistika cestovného ruchu*. [online] © 2006 MDPT – 2011 MDVRR [cit. 2014-02-25] Dostupné na: <http://www.telecom.gov.sk/index/index.php?ids=112728>

Vývoj ubytovacích kapacít v cestovnom ruchu v 2007 bol ovplyvnený predchádzajúcim konjunktúrnym vývojom a prejavil sa nárastom počtu ubytovacích zariadení. Aj keď sa v roku 2008 navýšil počet ubytovacích zariadení o 8 %, rast sa v počte izieb a lôžok v takomto tempe nevyvíjal. Situácia v roku 2009 priniesla pokles počtu ubytovacích zariadení o 4,1 % a lôžok o 1,2 %. Porovnanie vývoja návštevnosti ubytovacích zariadení s ich kapacitným vývojom vedie k nesúladu údajov.

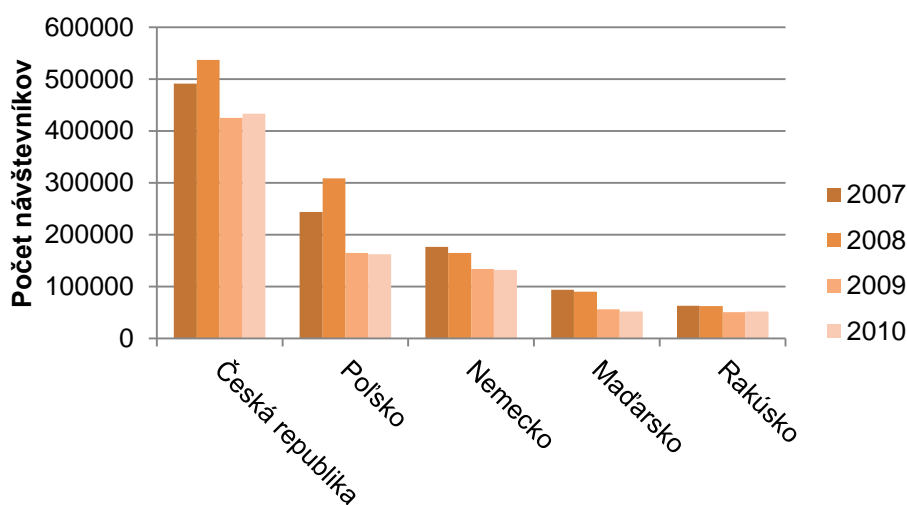
Tabuľka 10: Vývoj ubytovacích zariadení v SR

	Index 07/06	2007	Index 08/07	2008	Index 09/08	2009	Index 10/09	2010
Počet ubytovacích zariadení	1,28	3 182	1,08	3 434	0,96	3 292	0,95	3 126
Počet izieb (v tis.)	1,17	56	1,04	58	1,02	59	0,97	57
Počet lôžok (v tis.)	1,19	147	1,03	152	0,99	150	0,98	147

Zdroj: MDVRR SR. *Štatistika cestovného ruchu*. [online] © 2006 MDPT – 2011 MDVRR [cit. 2014-02-25] Dostupné na: <http://www.telecom.gov.sk/index/index.php?ids=112728>

Medzi vysielajúce krajiny s najvyššími počtami turistov v slovenských hromadných ubytovacích zariadeniach patria Česká republika, Poľsko, Nemecko, Maďarsko a Rakúsko. Turisti z Českej republiky majú v aktívnom cestovnom ruchu popredné postavenie. Ich počet narástol v 2008 o 9,4 %, avšak v 2009 poklesol o 20,8 %. Poľských turistov navštívilo v 2008 o 26,5 % viac, avšak priatie eura a ekonomická kríza prispeli k ich zníženiu o 46,6 %. Slovenské ubytovacie zariadenia zaznamenávajú počas krízového obdobia každoročný odliv nemeckých a maďarských turistov, pri nemeckých turistov v 2008 to bol pokles o 6,4 %, v 2009 už 18,6 %, maďarských turistov ubudlo v prvom roku krízy o 3,9 %, v 2009 až 37,7 %. Klesajúcu tendenciu v krízovom období mal aj počet turistov z Rakúska, ktorý v rozmedzí rokov 2007 až 2009 zaznamenal pokles 19,3 %.

Graf 6: Vývoj počtu prichádzajúcich turistov podľa zdrojových krajín (SR)



Zdroj: MDVRR SR: *Vývoj cestovného ruchu SR v rokoch 2007 – 2012*. [online] © 2006 MDPT – 2011 MDVRR [cit. 2013-12-13] Dostupné na: <http://www.telecom.gov.sk/index/index.php?ids=106930>

5.3 Vývoj zamestnanosti v cestovnom ruchu ČR

Pre slovenskú ekonomiku sa podiel priameho HDP cestovného ruchu na ekonomiku má klesajúcu tendenciu oproti roku 2007, kedy jeho úroveň vystúpila na 3,09 %. V nasledujúcom roku jeho výška dosahovala 2,83 %, 2009 2,76 % a v ďalšom roku poklesla o 0,13 %.

Tabuľka 11: Počet pracovných miest a zamestnaných osôb v cestovnom ruchu v SR (prepočítaných na plný úväzok)

		2007	2008	2009	2010
Charakteristické odvetvia CR	Zamestnaní	88 969	88 892	100 684	94 956
	Podnikatelia	20 860	21 384	19 747	19 101
	Spolu	109 829	110 276	120 431	114 057
Odvetvia CR celkom	Zamestnaní	245 756	250 109	278 806	276 279
	Podnikatelia	75 762	77 775	78 027	76 711
	Spolu	321 518	327 884	356 833	352 990

Zdroj: ŠÚ SR: *Satelitný účet cestovného ruchu SR Tabuľky 2005 – 2010*. [online] [cit. 2014-02-25].
Dostupné na požiadanie: <http://portal.statistics.sk/showdoc.do?docid=43876> prostredníctvom mailovej komunikácie
mail: zuzana.secanska@statistics.sk

V charakteristických odvetviach cestovného ruchu dochádzalo od roku 2007 počas trvania ekonomickej krízy k rastu zamestnanosti v celkovom počte, z toho zamestnaných bolo v 2008 menej o 0,1 %, podnikateľov pribudlo o 2,5 %. V roku 2009 pribudlo 11 792 zamestnancov, (nárast o 13,3 %), podnikateľov v cestovnom ruchu naopak ubudlo o 7,7 %. V odvetviach cestovného ruchu sa svetová kríza neprejavila, počet zamestnancov aj podnikateľov stúpa počas celého obdobia.

Najväčší počet zamestnancov pracuje v stravovacích službách cestovného ruchu, v porovnaní s rokom 2007 v nich pracovalo v 2009 o 47,7 % viac, nasledujú odvetvia osobnej dopravy, v rovnakom období zamestnanosť poklesla o 6 %, nasledujú ubytovacie služby, športové a rekreačné služby, služby kultúry, cestovné kancelárie a agentúry a prenájom zariadení pre osobnú dopravu.

V podnikaní v rovnakom období došlo k poklesu v stravovacích službách o 12,1 % a službách osobnej dopravy o 7,2 %. Naopak nárast zamestnanosti nastal v ubytovacích službách (23,4 %) v športových a rekreačných službách (7,4 %), službách kultúry (21,1 %), cestovných kanceláriách a agentúrach, ostatných rezervačných a súvisiacich službách (17,1 %).

PRAKTICKÁ ČASŤ

6 DOTAZNÍKOVÝ PRIESKUM

Nasledujúca časť sa zaoberá výskumom prevedením na území Českej a Slovenskej republiky, objasnením výskumných metód, časového ohraničenia výskumu, vyhodnotenia výskumu a porovnanie jeho výsledkov.

6.1 Ciele a metodika výskumu

Ekonomická kríza s počiatkom v Spojených štátoch amerických bola analyzovaná v množstve článkov, publikácii, vzhľadom na jej nerovnomerný priebeh sa jej priebehu a dôsledkom venuje množstvo štúdií. Výskum tejto časti bakalárskej práce sa sústreďuje predovšetkým na chovanie účastníkov cestovného ruchu v období krízy, zmenu ich preferencií, náhľad na javy a skutočnosti vyskytujúce sa počas obdobia krízy. Podľa odborníkov ekonomickej teórie sa predpokladá, že táto kríza nebola poslednou. Výskum má za úlohu vyhodnotiť spotrebiteľské správanie v cestovnom ruchu počas trvania krízy, napomôcť k porozumeniu špecifik účastníkov cestovného ruchu v jednotlivých krajinách. Pri porozumení týchto aspektov je možné predpokladať ich správanie počas možnej nasledujúcej krízy a vykonať opatrenia na jej elimináciu.

Skúmaná problematika sa opiera o teoretickú časť bakalárskej práce. Výskum je bližšie špecifikovaný stanovenými hypotézami:

Hypotéza č. 1: Ekonomická kríza má vplyv na zmenu preferencií cieľovej destinácie.

Hypotéza č. 2: Obdobie krízy vedie k rozmachu domáceho cestovného ruchu na úkor zahraničného cestovného ruchu.

Hypotéza č. 3: Pri krátení výdavkov na cestovný ruch dochádza k zvýšenému záujmu o first moment/last minute pobyty.

Hypotéza č. 4: Návštevníci v cestovnom ruchu uprednostňujú pod vplyvom krízy individuálny spôsob organizácie aktivít v cestovnom ruchu pred využitím služieb cestovnej kancelárie/agentúry.

Hypotéza č. 5: Znižovanie objemu voľných peňažných prostriedkov na účely aktivít v cestovnom ruchu má najväčší dopad na zníženie počtu dní strávených aktivitami v cestovnom ruchu.

Hypotéza č. 6: Zmeny spotrebiteľského správania vyvolané krízou majú výrazný vplyv na počet ciest v kongresovom cestovnom ruchu.

Hypotéza č. 7: Ponuka formou zľavových portálov pre zvýšenie dopytu po produktoch cestovného ruchu v období krízy má opodstatnený význam.

Za účelom štatistickej analýzy spotrebiteľského správania v období krízy bol zvolený dotazník, ako hromadná forma nadobúdania údajov danej problematiky, vzhľadom na povahu predmetu skúmania, kedy je potrebné objektívne a numericky spôsobilé vyjadrenie jednotlivých odpovedí. Pre minimalizáciu možností na ovplyvnenie odpovedí bola zvolená elektronická forma dotazníkového prieskumu, pričom absencia osobného kontaktu prechádza skresľovaniu údajov na základe subjektívneho postoja. Výber a štylizácia otázok bola selektovaná s prihliadaním na širokospektrálny rozsah vekovej a vzdelanostnej úrovne respondentov, ich skúseností pri rozhodovacích procesoch týkajúcich sa danej problematiky.

Množinou respondentov boli obyvatelia Českej republiky a Slovenskej republiky oslovení elektronickou formou, vyplňovanie prebehlo anonymne. V Českej republike prebiehal výskum prostredníctvom portálu vyplnto.cz v období od 05. 01. 2014 do 05. 02. 2014, na území Slovenskej republiky odpovedali náhodne oslovení respondenti v období od 06. 01. 2014 do 17. 02. 2014.

K vyplneniu dotazníka pristúpilo na území Českej republiky 140 respondentov, z toho platných je 84,4 % (118 dotazníkov), ostatné boli pre neúplnosť vyradené, na území Slovenskej republiky z počtu 149 bolo do analýzy zahrnutých 88 %, čo predstavuje 131 kompletných dotazníkov.

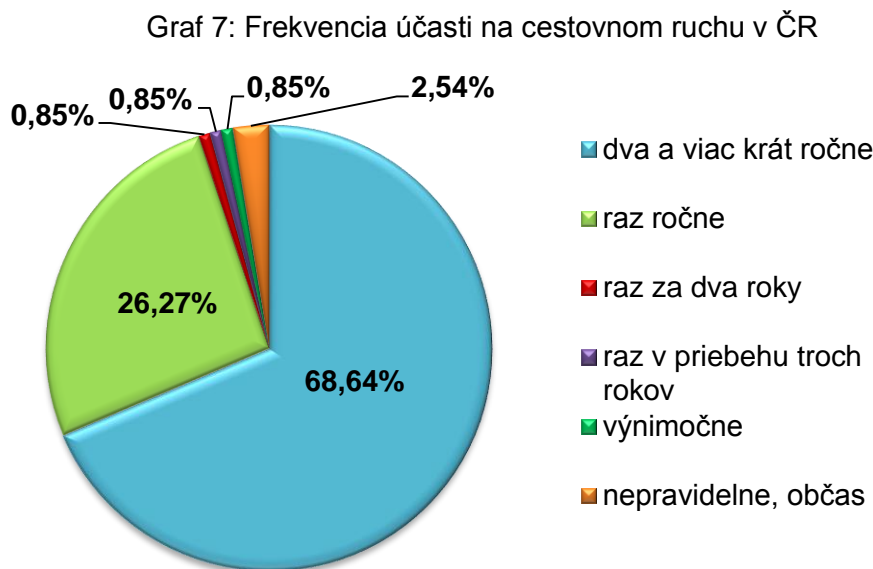
6.2 Vyhodnotenie dotazníka

Dotazník obsahoval 19 otázok, rozsah a možnosti odpovedí sú bližšie špecifikované pri každej otázke jednotlivo. Počiatočné otázky majú všeobecný charakter pre zistenie všeobecných čŕt respondenta, jadrom dotazníka sú otázky týkajúce sa sledovaného výskumu, záverečné otázky majú demografický charakter. Jednotlivé otázky zobrazené grafom a väzbami odpovedí. Otázky demografického charakteru boli pre prehľadnosť zoradené v tabuľke.

6.2.1 Výsledky prieskumu v Českej republike

Otázka č. 1: Ako často sa zúčastňujete cestovného ruchu?

Otázka povinného charakteru, respondent odpovedal predvolenou možnosťou odpovede, alebo vlastnými slovami, práve jedna možná odpoveď. Zámerom otázky bolo nadobudnúť informácie o profile respondenta, frekvencii jeho aktivít v oblasti cestovného ruchu.



Zdroj: vlastné spracovanie na základe dotazníkového prieskumu

Najčastejšou frekvenciou účasti na cestovnom ruchu je dva a viac krát ročne, na ktorú odpovedalo 68,64 % opýtaných respondentov (81 osôb), nasledovaná odpoveďou raz ročne s 31 odpoveďami, cestovného ruchu sa v nepravidelných intervaloch menších ako jeden rok účastní 5,09 % opýtaných. Najaktívnejšími účastníkmi cestovného ruchu sú podľa prieskumu ľudia produktívneho veku, ktorí dominujú v oboch odpovediach s najväčším zastúpením (spolu 87 odpovedí), účastníci do 18 rokov sa prevažne účastia dva a viac krát ročne, v dôchodcovskom veku väčšina respondentov cestuje za účelom cestovného ruchu raz ročne.

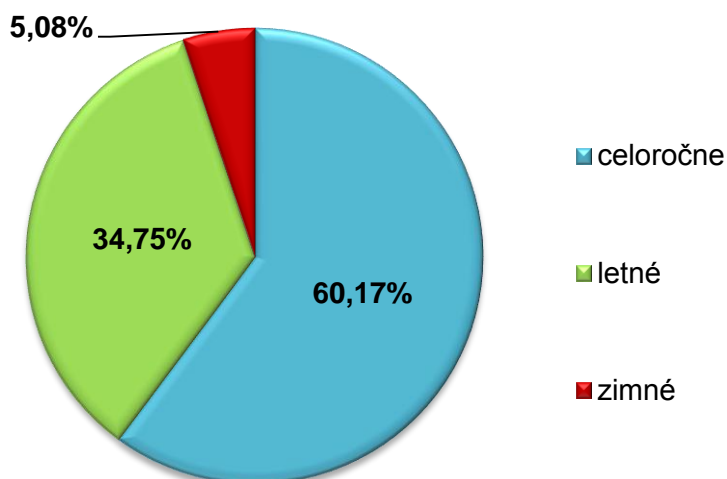
Otázka č. 2: Aké obdobie roka preferujete pre aktivity v oblasti cestovného ruchu?

Povinná otázka, respondent si musel vybrať z predvolených odpovedí, práve jedna možná odpoveď. Otázka sa zameriava na sezónne preferencie respondentov.

Pre svoje aktivity v oblasti cestovného ruchu respondenti na území Českej republiky najčastejšie využívajú obdobie celého roka, za ním nasleduje so 7-násobnou

prevahou oproti zimnému letné obdobie. Sezónnosť aktivít je zaujímavá z pohľadu frekvencie účasti na cestovnom ruchu zodpovedanej v predchádzajúcej otázke dotazníka, najmä pri respondentoch s frekvenciou účasti raz do roka. Z prieskumu vyplýva, že táto skupina respondentov (31) uprednostňuje letné obdobie (17 odpovedí), nasleduje zimné obdobie (13 odpovedí). Rozdiel v preferenciách tejto skupiny respondentov medzi letným a zimným obdobím oproti všetkým opýtaným je viditeľný. Z hľadiska statusu v spoločnosti celoročne sa na aktivitách cestovného ruchu najviac podieľajú zamestnaní ľudia (26), podnikatelia (22), študenti (14), posledná skupina ľudí (ženy na materskej, nezamestnaní, invalidní či starobní dôchodcovia) ostávajú minoritnou skupinou, preferujúcou najmä letné obdobie.

Graf 8: Preferencia sezóny účastníkov cestovného ruchu v ČR



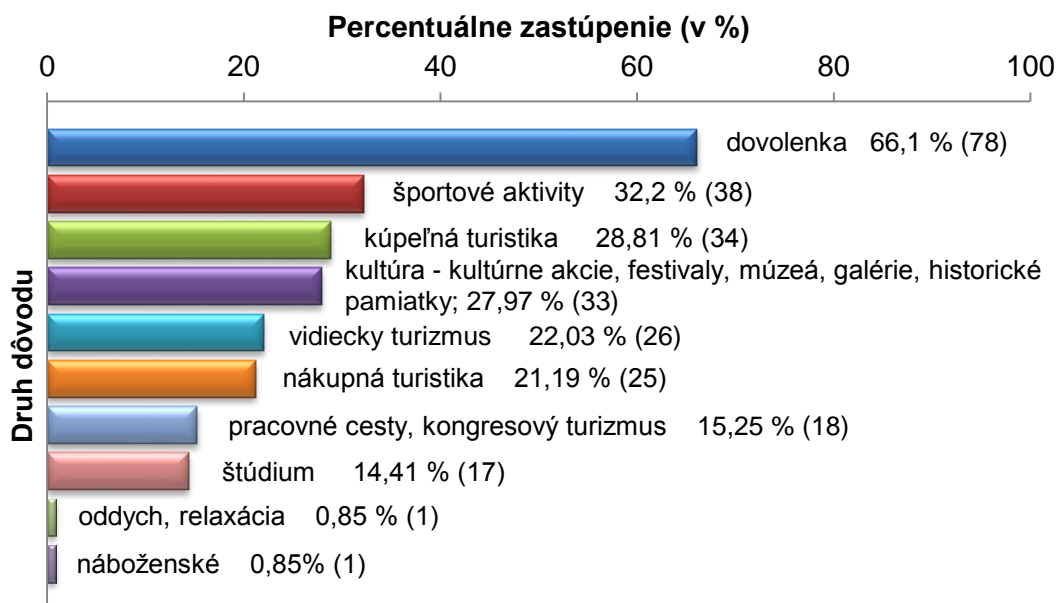
Zdroj: vlastné spracovanie na základe dotazníkového prieskumu

Otázka č. 3: Aký je váš hlavný dôvod účasti na cestovnom ruchu?

Povinná otázka, respondent si vyberal z možností, alebo doplnil vlastnú odpoveď, možnosť určiť aj viacero odpovedí.

V Českej republike respondenti uviedli za hlavný dôvod pre účasť na cestovnom ruchu dovolenkový pobyt, ktorý sa vyskytoval v 2/3 platných dotazníkov (66,1 %). Hranicu tridsiatich percent prekročili športové aktivity (32,2 %). Kúpeľná turistika sa v odpovediach respondentov vyskytla ako tretia najčastejšia (28,81 %), nasledujú cesty za kultúrou (27,9 %), vidiecky turizmus (22,03 %) a nákupná turistika (21,19 %). Porovnateľný je medzi respondentmi pomer pracovných ciest (15,25 %) a študijných ciest (14,41 %). Necelé percento zaujali v prieskume odpočinok a relaxácia a náboženské dôvody (0,85 %).

Graf 9: Dôvody účasti na cestovnom ruchu respondentov ČR



Zdroj: vlastné spracovanie na základe dotazníkového prieskumu

Otázka č. 4: *V prípade, ak sa zúčastňujete služobného cestovného ruchu, kongresového cestovného ruchu, pociťovali ste v období krízy znížený počet takýchto ciest?*

Otázka zamerajúca sa na vyhodnotenie vplyvu krízy na kongresový cestovný ruch, počet služobných ciest, na označenie práve jedna odpoveď.

Podľa výsledkov prieskumu zobrazených v grafe, sa 56,78 % respondentov neúčastní na kongresovom cestovnom ruchu, ani na služobných cestách. Minoritná časť (51 respondentov), ktorá tieto cesty v období krízy absolvovala na otázku odpovedala, v prieskume na otázku, či pociťovali znížený počet služobných ciest a ciest v kongresovom cestovnom ruchu odpovedala áno väčšinou (64,7 %), a v 35,3 % odpovedala nie.

Otázka č. 5: *Pociťovali ste vplyv ekonomickej krízy na výšku vašich výdavkov pre aktivity v oblasti cestovného ruchu?*

Otázka pri ktorej si respondent musel zvoliť práve jednu z ponúkaných možností. Predmetom bolo zhodnotenie vplyvu krízy na výšku voľných prostriedkov určených na spotrebu v cestovnom ruchu.

Z celkového počtu 118 respondentov pociťovalo 60,17 % (71 osôb) vplyv krízy na hladinu výdavkov na cestovný ruch. Najväčší podiel odpovedí áno pri tejto otázke patrí k skupine zamestnancov (27), avšak z celkového pohľadu na skupinu, najväčšou

mierou pociťovali zmenu výdavkov na cestovný ruch podnikatelia (69,23%), študenti (61,9 %), zamestnanci (60 %) a nakoniec nezamestnaní, osoby na materskej dovolenke, starobní a invalidní dôchodcovia (52 %). Výsledky prieskumu ukazujú, že práve v poslednej menovanej skupine dochádza k najmenšiemu rozdielu vo vynakladaných výdavkoch v období krízy a mimo nej.

Otázka č. 6: Hlavná dovolenková destinácia je pre vás:

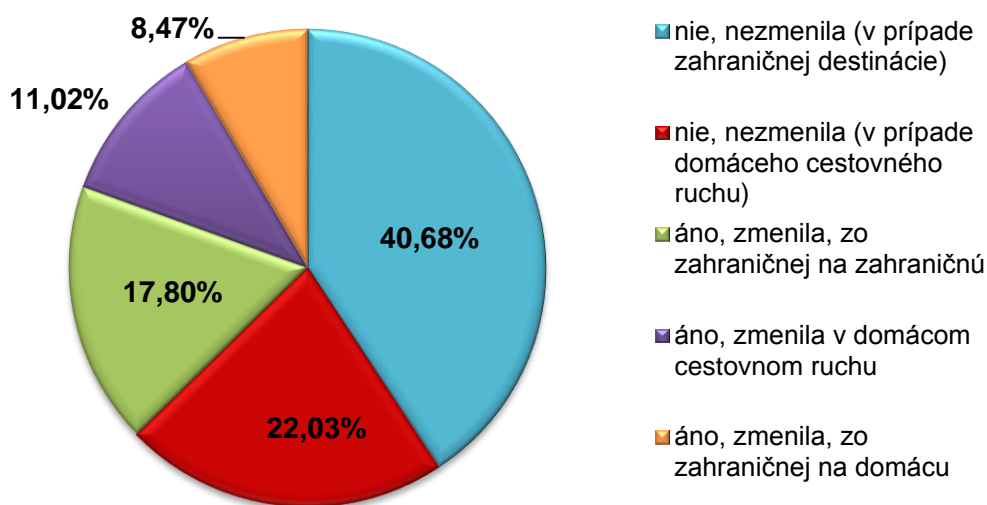
Otázka pri ktorej si respondent vyberal práve jednu z predvolených možností, predmetom je prieskum preferencií domáceho k pasívnemu cestovnému ruchu.

Hlavnou cieľovou destináciou pre 61,02 % respondentov (72 osôb) bolo označené zahraničie, v rámci územia Českej republiky ju označilo 38,98 % respondentov (46 osôb).

Otázka č. 7: Zmenila sa pre vás obľúbená cieľová destinácia v dôsledku krízy?

Otázka, pri ktorej si respondent vyberal práve jednu z ponúkaných možností, predmetom otázky je prípadný vplyv krízy na výber cieľového miesta.

Graf 10: Vplyv krízy na geografickú zmenu obľúbenej cieľovej destinácie respondentov ČR



Zdroj: vlastné spracovanie na základe dotazníkového prieskumu

Obdobie krízy najmenej postihlo zmeny v preferenciách obľúbenej destinácie zahraničné destinácie, až 40,68 % respondentov ich nemenili. Podobné správanie je možné vyvodiť pri domácom cestovnom ruchu, kde je tento podiel takmer polovičný s 22,03 %, pre vyhodnotenie údajov je potrebné pripomenúť výsledky predchádzajúcej otázky, kde väčšina respondentov uvidela ako hlavnú destináciu cestovného ruchu

zahraničie. Najmenší objem zmien sa dotýkal zmeny zahraničnej destinácie na domácu (8,47 %), ak teda k zmene vyvolanej krízou došlo, dialo sa tak v rámci aktívneho cestovného ruchu (17,8 %), alebo domáceho cestovného ruchu (11,02 %).

Otázka č. 8: *Využívate pravidelne luxusnejšie produkty cestovného ruchu (exotické zájazdy, netradičné destinácie, vysoká kvalita dovolenky a i.)?*

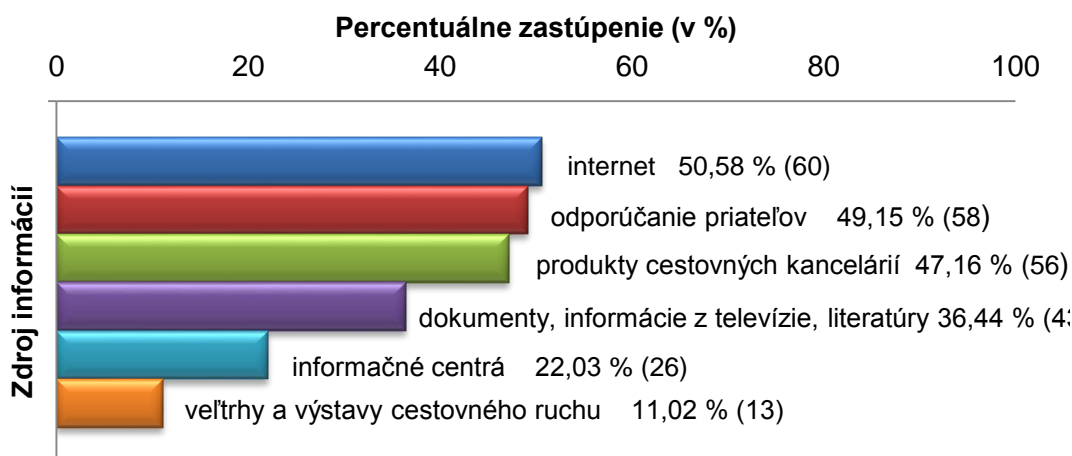
Pri odpovedi na otázku si respondent mohol vybrať práve jednu odpoveď z ponúkaných. Predmetom otázky je zistiť preferencie respondentov v cestovnom ruchu z hľadiska ekonomických možností

Väčšina respondentov (67,54 %) využíva iné ako exkluzívne produkty cestovného ruchu. Pre účely tohto výskumu sú zaujímavé údaje respondentov odpovedajúcich na otázku áno (32,46 %), najmä pre analýzu odpovedí skupiny respondentov, pri ktorej sa predpokladá isté ekonomické zabezpečenie. Do tejto skupiny so 45,94 % tvoria podnikatelia, 24, 32 % zamestnanci, posledná štvrtina sa delí medzi skupinu študentov, a nezamestnaných, na materskej dovolenke, dôchodcov. Oblíbená destinácia tejto skupiny je v zahraničí (až 94,56 %), 59,45 % označilo, že kríza na zmenu ich obľúbenej zahraničnej destinácie kríza nemala vplyv, v domacom cestovnom ruchu je to 50 %. Využívanie služieb cestovných kancelárií a agentúr aj v období krízy pri organizovaní zájazdov je na úrovni 91,89%.

Otázka č. 9: *Odkiaľ získavate informácie pri výbere svojich ciest?*

Respondenti mali možnosť vyberať si z predvolených možností, doplniť vlastnú, aj kombinácia možností.

Graf 11: Zdroje pre výber ciest v cestovnom ruchu (respondenti ČR)



Zdroj: vlastné spracovanie na základe dotazníkového prieskumu

Pred rozhodnutím o cieľovej destinácii účastníkov stojí zber informácií a rozhodovací proces. Najčastejšie využívaným zdrojom pre respondentov z Českej republiky je internet, táto odpoveď na nachádzala na 50,58 % dotazníkoch. Prevažuje 60,83 % medzi účastníkmi s hlavnou destináciou v zahraničí. Vzhľadom na to, že pri otázke bolo možné označiť aj viacero odpovedí, na porovnateľnej úrovni je aj odporúčanie priateľov so 49,15 %, a produkty cestovných kancelárií so 47,16 %. Domácejmu cestovnému ruchu dominuje ako zdroj získavania informácií o destinácii odporúčanie priateľov s 50 % podielom. Dokumenty, informácie z televízie a literatúry ako zdroj informácií označilo 36,44 % respondentov. Informačné centrá boli označené 22,03 % respondentov, 73,3 % z nich preferuje domáci cestovný ruch. Ako zdroja získavania informácií najmenej označili respondenti veľtrhy a výstavy cestovného ruchu 11,05 %, na 100 % dotazníkoch, pri ktorých bola zaznačená táto odpoveď bolo ako hlavná cieľová destinácia označené zahraničie.

Otázka č. 10: *Zaujímate sa o možnosti využitia výhodných cien v cestovnom ruchu viac než pred obdobím krízy? (first moment, last minute)*

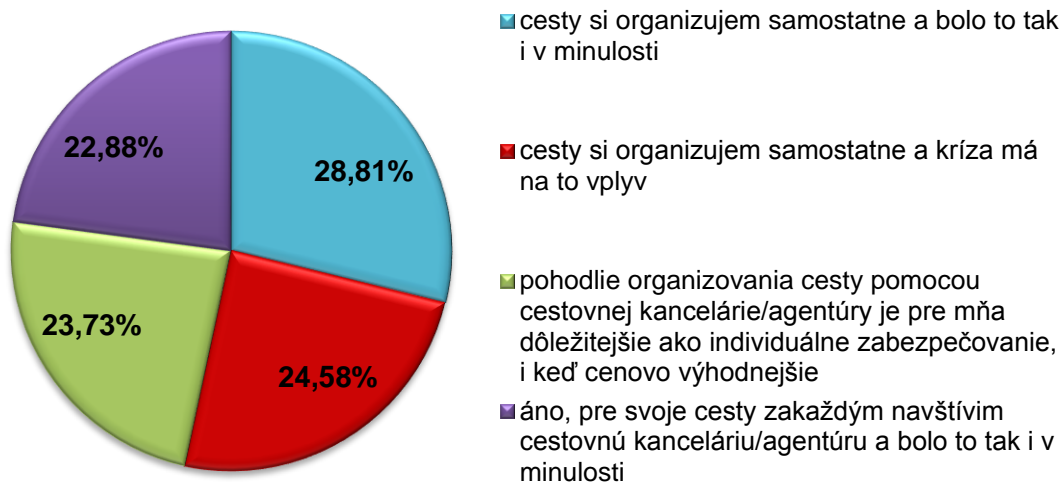
Na otázku bolo možné odpovedať predvolenými možnosťami odpovedí, práve jedna odpoveď.

Obdobie krízy viedlo k zmene záujmu respondentov o cenovo atraktívnejšie možnosti obstarania produktov cestovného ruchu (first moment, last minute) u 67,80 % opýtaných. Zvýšený záujem sa prejavoval pomerne vyrovnané medzi skupinou s hlavnou destináciou v zahraničí 57,5 %, a v Českej republike 42,5 %, pri bližšom demografickom skúmaní k zmene došlo najviac medzi študentmi (76 %), nasledujú zamestnaní (69,6 %), nezamestnaní, na materskej, invalidní a starobní dôchodcovia (64 %), podnikatelia (61,5 %). Je možné konštatovať relatívnu vyrovnanosť medzi výsledkami jednotlivých skupín. Medzi respondentmi, ktorých kríza neprimäla k záujmu o atraktívnejšie ceny produktov cestovného ruchu patria z celkového počtu najviac podnikatelia (38,5 %), nezamestnaní, na materskej a dôchodcovia (36 %), zamestnanci (28,3 %), študenti (25,8 %).

Otázka č. 11: *Otázka sa týka prípadnej zmeny v spôsobe organizácie svojich ciest pod vplyvom krízy. Využívate viac, menej, rovnako, alebo menej pri svojich cestách služby cestovných kancelárií a agentúr?*

Pri tejto otázke si respondent vyberal práve jednu z ponúkaných možností. Otázka sa zameriava na prípadné zmeny vyvolané krízou pri spôsobe organizovania ciest v cestovnom ruchu.

Graf 12: Vplyv krízy na spôsob organizácie ciest v cestovnom ruchu pre respondentov ČR



Zdroj: vlastné spracovanie na základe dotazníkového prieskumu

Podľa výsledkov prieskumu si 53,39 % opýtaných organizuje cesty samostatne, služby cestovných kancelárií a agentúr využíva 46,61 %. Ekonomická kríza nepostihla v prospech cestovných kancelárií 22,88 % respondentov, ktorí rovnako ako v minulosti využívajú ich služby. Pohodlie, ktoré ponúkajú služby cestovných kancelárií a agentúr je pre 23,73 % dôležitejšie, než jej cenové zvýhodnenie, čo naznačuje zvažovanie účastníkov medzi službami kancelárií a agentúr v cestovnom ruchu a individuálnu organizáciu. Naopak, v ich neprospech sa pod vplyvom krízy 24,58 % respondentov rozhodlo využiť vlastné individuálne zabezpečovanie. K tomuto spôsobu zabezpečenia bez ohľadu na krízu sa v dotazníkovom výskume prihlásilo 28,81 %.

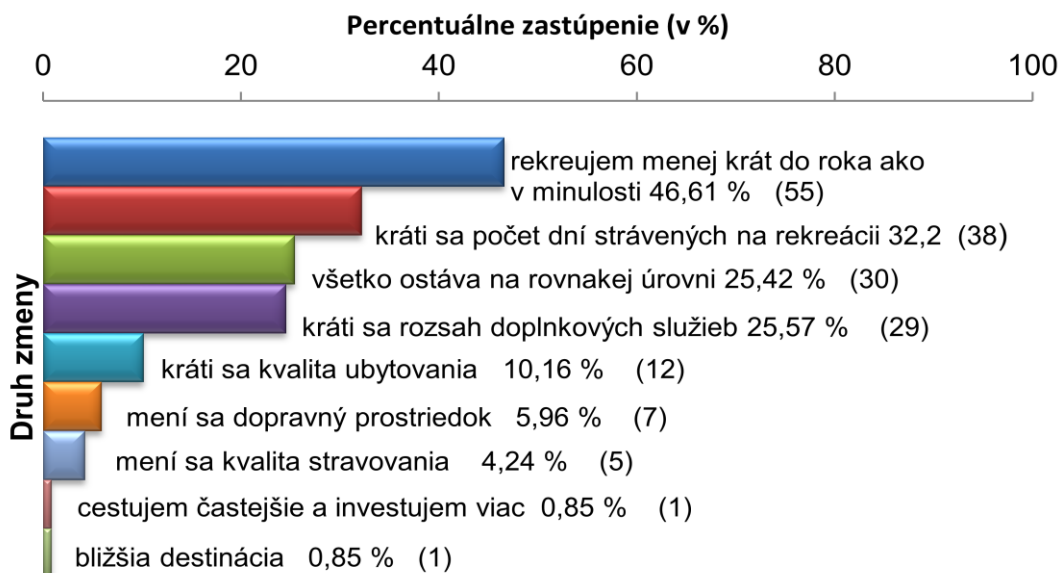
Otázka č. 12: *V čom sa menia vaše kritériá v dôsledku hospodárskej krízy pre aktivity cestovného ruchu?*

Pri tejto otázke si mohli vybrať z ponúkaných možností, prípadne doplniť vlastnú, označiť bolo možné i viacero možností. Otázka sa zameriava dopady krízy voči ekonomickým možnostiam účastníkov cestovného ruchu, spôsobe krátenia výdavkov.

Na svojich cestách nedochádza podľa výskumu k žiadnej zmene pri 25,42 % zo všetkých účastníkov, 74,58 % pod vplyvom krízy pristúpilo k úprave svojich ciest. Najpočetnejšou zmenou je krátenie frekvencie cestovania 46,61 %, dĺžku svojich ciest skrátilo 32,2 %, niektorých doplnkových služieb sa vzdalo 25,57 % respondentov. Úroveň ubytovania ako nástroj na kompenzovanie vplyvu krízy volilo 10,16 %,

dopravný prostriedok 5,96 %, kvalitu stravovania 4,24 %. Necelé percento (0,85 %) volilo bližšiu destináciu, rovnako 0,85 % dokonca cestuje častejšie a investuje viac.

Graf 13: Zmeny v spotrebiteľskom správaní respondentov z Českej republiky v cestovnom ruchu pod vplyvom krízy



Zdroj: vlastné spracovanie na základe dotazníkového prieskumu

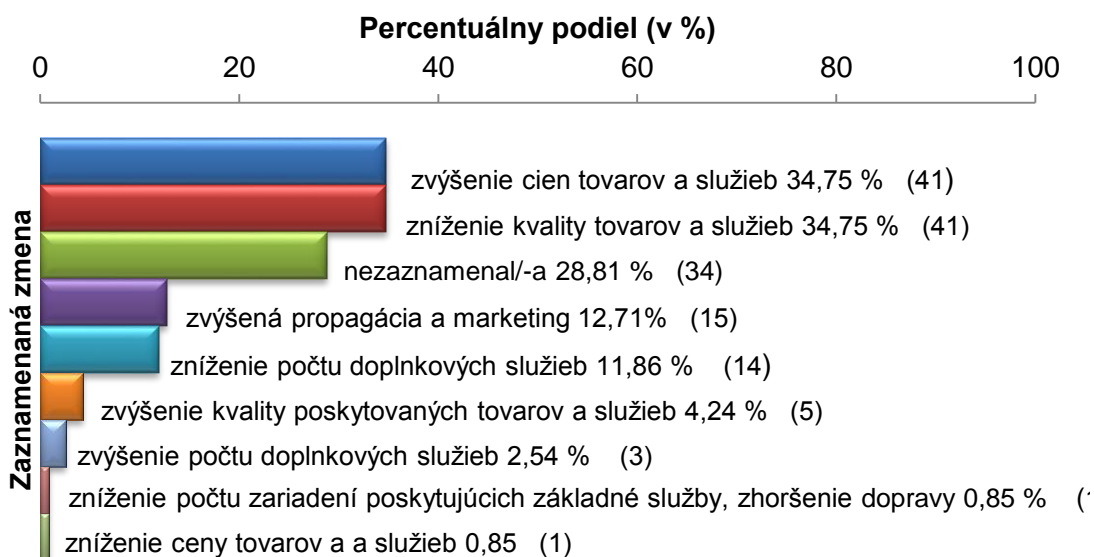
Otázka č. 13: *Zaznamenali ste rozdiely v strediskách cestovného ruchu, podnikoch a inštitúciách od vypuknutia krízy? (i kombinácia možností)*

K dispozícii pri otázke bolo viacero predvolených možností, respondent mohol doplniť prípadne vlastnú, aj kombinácia možností. Okrem skúmania spotrebiteľského správania je predmetom výskumu aj názor a vnímanie účastníkov cestovného ruchu na zmeny pod vplyvom krízy vo vzťahu k poskytovateľom služieb.

Napriek predpokladu cenovej politiky zo strany poskytovateľov služieb cestovného ruchu, až 34,75 % respondentov zaznamenala zvýšenie cien tovarov a služieb, a rovnaké percento aj zníženie kvality tovarov a služieb v cestovnom ruchu, naopak trend znižovania cien sa objavil len v 0,85 % opýtaných, zvyšovania kvality u 4,24 %, kde dochádza k nepomeru porovnávaných ukazovateľov. Počet doplnkových služieb sa v strediskách cestovného ruchu znížil podľa respondentov Českej republiky znížil (11,86 % odpovedí), zvýšil v 2,54 % odpovedí. K žiadnej zmene nedošlo podľa 28,81 %. Zvýšenú propagáciu a marketing si všimlo 12,71 % opýtaných. Nepriaznivú bilanciu pre poskytovateľov služieb cestovného ruchu nevylepší ani pridaná odpoveď

respondenta, ktorý uvádza zníženie počtu zariadení poskytujúcich základné služby v strediskách cestovného ruchu, a aj zhoršenie dopravy.

Graf 14: Spozorované zmeny u poskytovateľov služieb cestovného ruchu pod vplyvom krízy na základe výpovede respondentov ČR



Zdroj: vlastné spracovanie na základe dotazníkového prieskumu

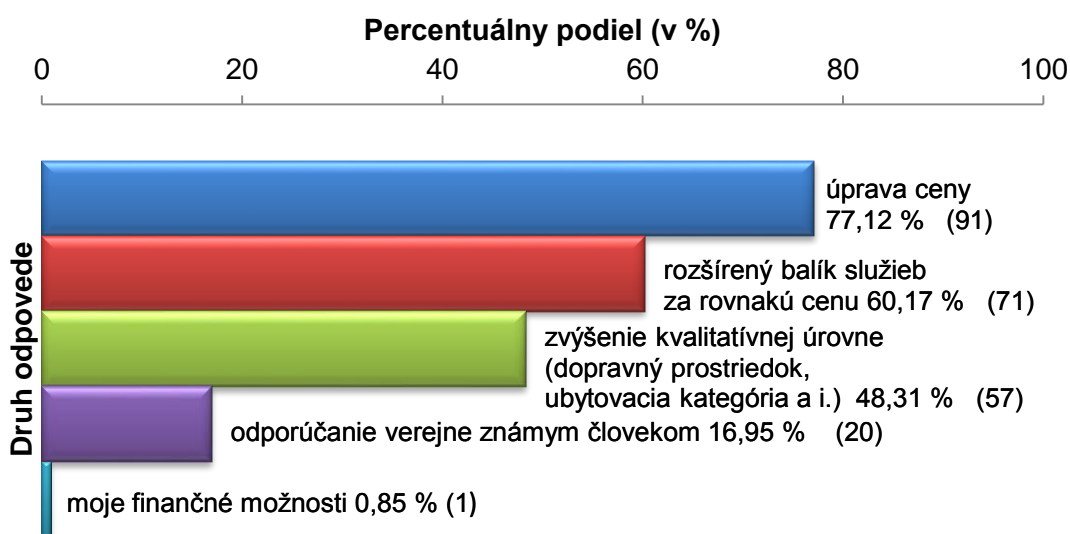
Napriek predpokladu cenovej politiky zo strany poskytovateľov služieb cestovného ruchu, až 34,75 % respondentov zaznamenala zvýšenie cien tovarov a služieb, a rovnaké percento aj zníženie kvality tovarov a služieb v cestovnom ruchu, naopak trend znižovania cien sa objavil len v 0,85 % opýtaných, zvyšovania kvality u 4,24 %, kde dochádza k nepomeru porovnávaných ukazovateľov. Počet doplnkových služieb sa v strediskách cestovného ruchu znížil podľa respondentov Českej republiky znížil (11,86 % odpovedí), zvýšil v 2,54 % odpovedí. K žiadnej zmene nedošlo podľa 28,81 %. Zvýšenú propagáciu a marketing si všimlo 12,71 % opýtaných. Nepriaznivú bilanciu pre poskytovateľov služieb cestovného ruchu nevylepší ani pridaná odpoveď respondenta, ktorý uvádza zníženie počtu zariadení poskytujúcich základné služby v strediskách cestovného ruchu, a aj zhoršenie dopravy.

Otázka č. 14: Čo by Vás zo strany poskytovateľov produktov cestovného ruchu zaujalo natoľko, aby ste sa rozhodli pre konkrétny produkt?

V otázke bolo možné označiť viacero odpovedí, z predvolených, aj možnosť doplniť vlastnú odpoveď. Predmetom je prieskum dôležitosti faktorov pre výber konkrétneho produktu cestovného ruchu.

Podľa výskumu pre výber produktu cestovného ruchu sa najvhodnejším nástrojom ukazuje úprava ceny (77,12 %), rozšírenie balíka služieb za rovnakú cenu by pritiaхло 60,17 %, zvýšenie kvalitatívnej úrovne (dopravný prostriedok, ubytovacia kategória a i.) 48,31 %. Investícia do marketingovej kampane s pritiahnutím známej tváre by podľa prieskumu presvedčila 16,95 % respondentov. Jedine svojim finančným možnostiam prispôsobuje výber konkrétnej destinácie 0,85 %.

Graf 15: Vplyv faktorov na výber konkrétneho produktu cestovného ruchu podľa respondentov ČR



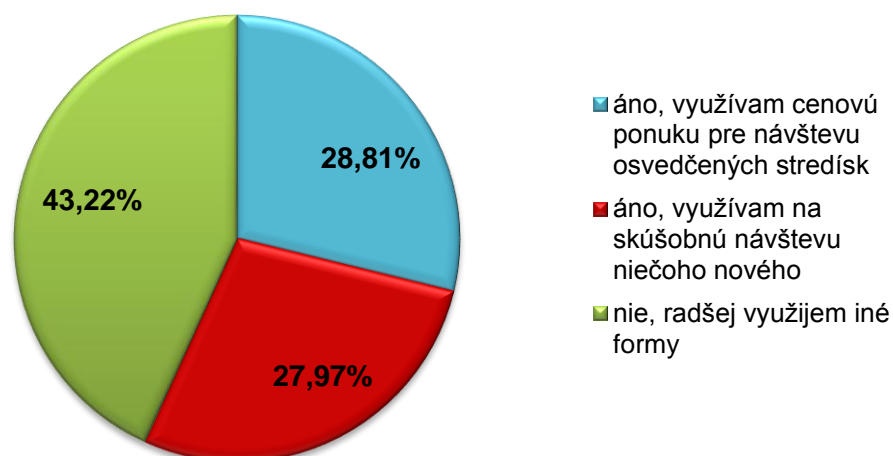
Zdroj: vlastné spracovanie na základe dotazníkového prieskumu

Otázka č. 15: *Využívate ponuky zľavových portálov na cestovanie a rekreáciu?*

Na zodpovedanie otázky respondenti vybrali práve jednu odpoveď z predvolených. Jednou z možností úpravy ceny sa javia zľavové portály, otázka sa zaoberá prieskumom ich využitia.

K využitiu zľavových portálov pristúpilo 56,78 % opýtaných, z toho 28,81 % ich využíva na návštevu osvedčených stredísk, 27,97 % na návštevu niečoho nového. Využíva ich podľa prieskumu 65,4 % podnikateľov, 60,9 % zamestnaných osôb, 52,4 % študentov, 40 % nezamestnaných, na materskej dovolenke, invalidní a starobní dôchodcovia.

Graf 16: Využitie zľavových portálov ako nástroja cenovej politiky medzi účastníkmi cestovného ruchu (respondenti ČR)



Zdroj: vlastné spracovanie na základe dotazníkového prieskumu

Otázka č. 16: *Bola by pre vás dostatočnou motiváciou pre účasť na cestovnom ruchu istá forma podpory (čiastočnej zľavy, poukazu) zo strany zamestnávateľa, štátu?*

Pri odpovedi si respondenti vyberali práve jednu z ponúkaných možností. Podpora štátu prebieha v jednotlivých krajinách rôznymi formami, ako bolo spomenuté v teoretickej časti, otázka sonduje záujem o takúto podporu.

O podporu pre aktivity v cestovnom ruchu by podľa prieskumu prejavilo záujem 89,63 % respondentov, nevyužilo by ho 10,17 %. Záujem jednotlivých skupín rozčlenených podľa sociálneho statusu v tejto bakalárskej práci o podporný nástroj najviac prevláda medzi zamestnanými osobami 91,3 %, najmenej medzi nezamestnanými 80,8 %, čo pravdepodobne vyplýva z celkovej aktivity tejto skupiny v oblasti cestovného ruchu.

Otázky č. 17, 18, 19 dotazníka týkajúce sa demografického zloženia respondentov sú pre prehľadnosť zoradené v nasledujúcej tabuľke:

Tabuľka 12: Demografické zloženie respondentov dotazníka v Českej republike

		Počet respondentov	Percentuálny podiel (v %)
Pohlavie	žena	65	55,08
	muž	53	44,92
Vek	do 18 rokov	10	8,48
	produktívny vek	93	78,81
	dôchodca	15	12,71
Sociálny status	zamestnanec	46	38,99
	podnikateľ	26	22,02
	študent	21	17,80
	nezamestnaný, na materskej dovolenke, invalidný dôchodca, starobný dôchodca	25	21,19

Zdroj: vlastné spracovanie na základe dotazníkového prieskumu

Majoritu respondentov pri vyplňaní dotazníka tvoria ženy so 55,08%, ľudia v produktívnom veku 78,81 %, a zamestnané osoby 38,99 %.

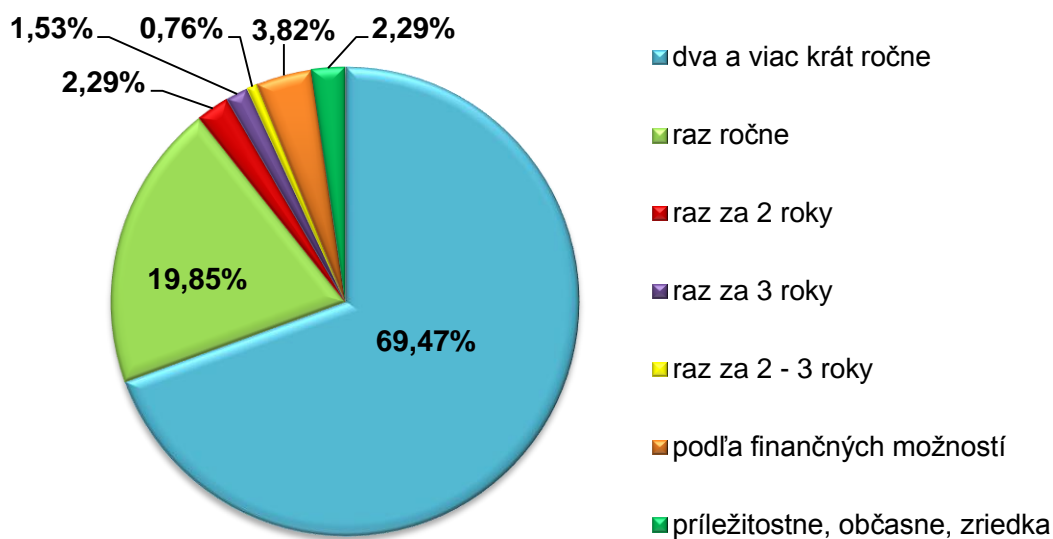
6.3 Výsledky prieskumu v Slovenskej republike

Otázka č. 1: Ako často sa zúčastňujete cestovného ruchu?

Otázka povinného charakteru, respondent odpovedal predvolenou možnosťou odpovede, alebo vlastnými slovami, práve jedna možná odpoveď. Zámerom otázky bolo nadobudnúť informácie o profile respondenta, frekvencii jeho aktivít v oblasti cestovného ruchu.

Podľa prieskumu sa cestovného ruchu účastnia respondenti najčastejšie dva a viac krát ročne (69,47 %), raz ročne je to 19,85 %. S podielom 2,29 % sú na tom rovnako frekvencie raz za 2 roky a príležitostne, občasne, zriedka. Raz za dva až tri roky sa na cestovnom ruchu účastní 0,76 %. Pre 3,82 % respondentov zo Slovenskej republiky znamená ich ekonomická situácia nosný údaj pre frekvenciu aktivít v oblasti cestovného ruchu. Najčastejšie cestujú ľudia v produktívnom veku (74,5 %), skupina nezamestnaných, na materskej dovolenke, invalidní a starobní dôchodcovia najčastejšie cestujú raz ročne. Dva a viac krát ročne cestuje 94,7 % respondentov, ktorí sú študentmi, najmenej sa do tejto skupiny zaradili zamestnaní 67,8 %, no aj pre nich je dva a viac krát ročne najčastejšie označená odpoveď.

Graf 17: Frekvencia účasti na cestovnom ruchu medzi respondentmi SR

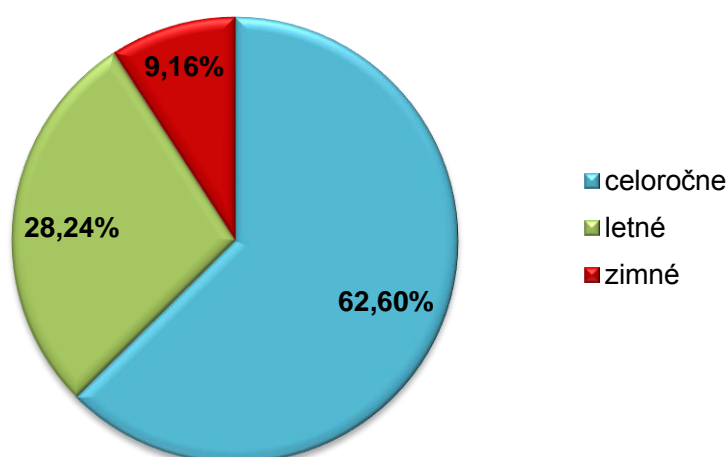


Zdroj: vlastné spracovanie na základe dotazníkového prieskumu

Otázka č. 2: Aké obdobie roka preferujete pre aktivity v oblasti cestovného ruchu?

Povinná otázka, respondent si musel vybrať z predvolených odpovedí, práve jedna možná odpoveď. Otázka sa zameriava na sezónne preferencie respondentov.

Graf 18: Preferencia sezóny účastníkov cestovného ruchu v SR



Zdroj: vlastné spracovanie na základe dotazníkového prieskumu

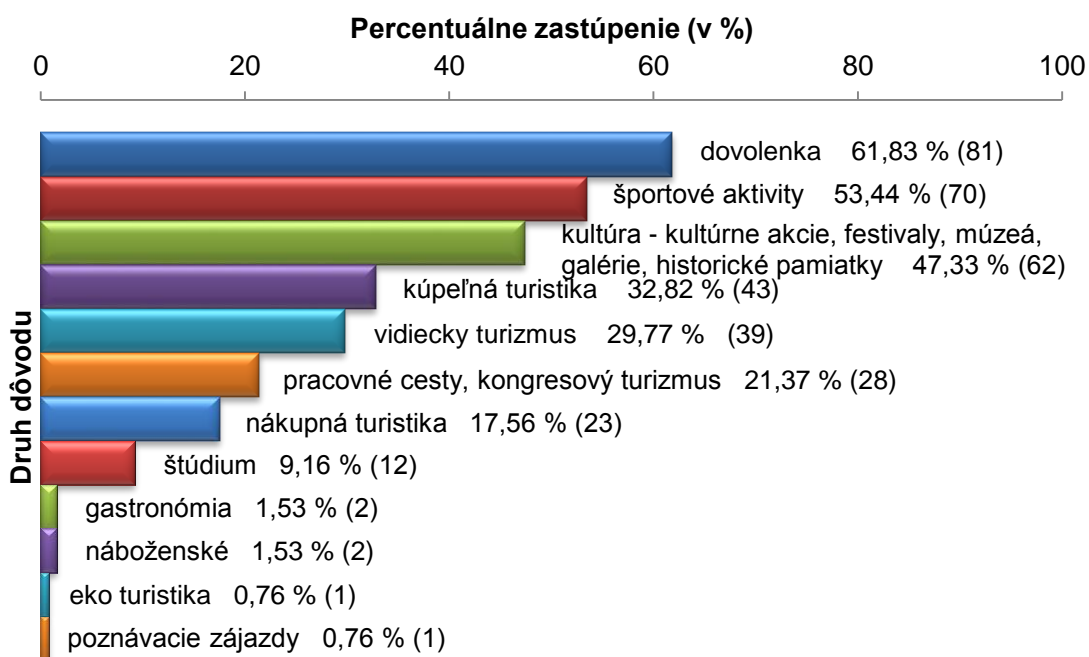
Celoročne sa aktivít cestovného ruchu účastní 62,60 %, letné obdobie je preferované 28,24 % respondentov, zimné 9,16 %. Pri účastníkoch s aktivitou účasti na cestovnom ruchu raz ročne sa tento pomer mení v prospech letného obdobia (61,54 %), nasleduje celoročné (23,08 %), zimné obdobie preferuje 15,38 %. Medzi celoročných účastníkov a najčastejšie patria zamestnanci 41,46 % a ľudia v produktívnom veku 79,27 %, obe skupiny sú najpočetnejšie zastúpené aj pri preferenciách v zimnom období.

Otázka č. 3: Aký je váš hlavný dôvod účasti na cestovnom ruchu?

Povinná otázka, respondent si vyberal z možností, alebo doplnil vlastnú odpoveď, možnosť určiť aj viacero odpovedí.

Podľa prieskumu najčastejšie respondenti zo Slovenskej republiky cestujú za dovolenkou (61,83 %). Športové aktivity motivujú 53,44 %, kultúrne akcie, festivaly, múzeá, galérie, historické pamiatky sú motívom pre 47,33 %. Približne tretinový podiel zaujali kúpeľná turistika (32,82 %) a vidiecky turizmus (29,77 %), pracovné cesty a kongresový turizmus 21,37 %. Nákupná turistika je populárna medzi 17,56 % respondentov, študijné cesty podniká 9,16 %. Medzi dôvody, ktoré uviedli respondenti z vlastnej iniciatívy boli gastronómia a náboženské dôvody (oba 1,53 %), eko turizmus (0,76 %) a poznávacie zájazdy (0,76 %).

Graf 19: Dôvody účasti na cestovnom ruchu respondentov SR



Zdroj: vlastné spracovanie na základe dotazníkového prieskumu

Otázka č. 4: *V prípade, ak sa zúčastňujete služobného cestovného ruchu, kongresového cestovného ruchu, pociťovali ste v období krízy znížený počet takýchto ciest?*

Otázka zamerajúca sa na vyhodnotenie vplyvu krízy na kongresový cestovný ruch, počet služobných ciest, na označenie práve jedna odpoveď.

Služobných ciest, kongresového cestovného ruchu sa účastní 49,62 % respondentov. Zníženie počtu ciest z nich zaznamenalo 66,2 %, naopak nezaznamenalo 33,8 %.

Otázka č. 5: *Pociťovali ste vplyv ekonomickej krízy na výšku vašich výdavkov pre aktivity v oblasti cestovného ruchu?*

Otázka pri ktorej si respondent musel zvoliť práve jednu z ponúkaných možností. Predmetom bolo zhodnotenie vplyvu krízy na výšku voľných prostriedkov určených na spotrebu v cestovnom ruchu.

Vplyv krízy na výdavky účastníkov cestovného ruchu v Slovenskej republike postihol podľa prieskumu 82,44 % respondentov, rozdiel nezaznamenalo 17,56 %. Najviac sa kríza dotkla výdavkov pri skupine dôchodcov (89,5 %), nasledoval produktívny vek (81,4 %) a do 18 rokov (80 %). Rovnako sa vysokou mierou kríza dotkla nezamestnaných, na materskej dovolenke, invalidných a starobných dôchodcov (90,6 %), najmenej podnikateľov (76,2 %). Výška výdavkov na cestovný ruch sa nemenila najmä u podnikateľov (23,8 %), zamestnancov (22 %), študentov (21,1 %), nezamestnaných, na materskej dovolenke, invalidných a starobných dôchodcov na úrovni 9,4 %.

Otázka č. 6: *Hlavná dovolenková destinácia je pre vás:*

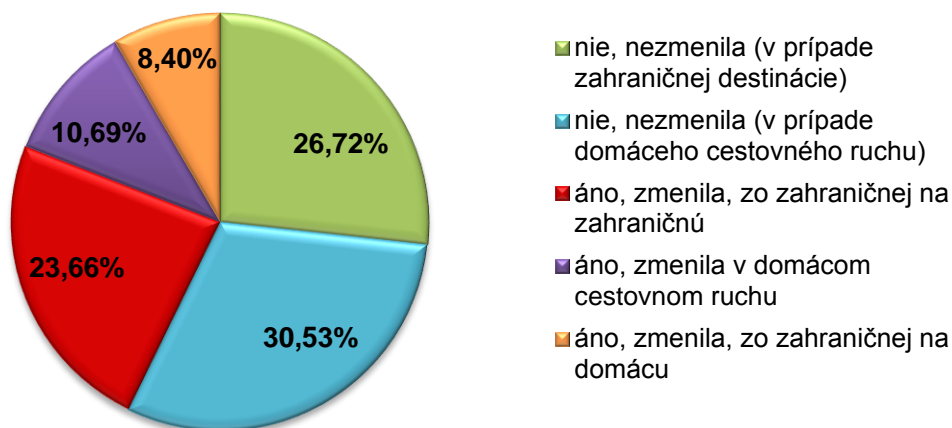
Otázka pri ktorej si respondent vyberal práve jednu z predvolených možností, predmetom je prieskum preferencií domáceho k pasívnemu cestovnému ruchu.

Výsledky prieskumu medzi respondentmi v Slovenskej republike na majoritu hlavnej dovolenkovej destinácie v zahraničí (58,02 %), na území Slovenskej republiky je to 41,98 %.

Otázka č. 7: *Zmenila sa pre vás obľúbená cieľová destinácia v dôsledku krízy?*

Otázka, pri ktorej si respondent vyberal práve jednu z ponúkaných možností, predmetom otázky je prípadný vplyv krízy na výber cieľového miesta.

Graf 20: Vplyv krízy na geografickú zmenu obľúbenej cieľovej destinácie respondentov SR



Zdroj: vlastné spracovanie na základe dotazníkového prieskumu

Vplyvom krízy sa nezmenilo cieľovú destináciu v zahraničí (26,72 %) ani na území Slovenskej republiky (30,53 %) celkovo 57,25 %, domáci trh sa v tomto prípade ukazuje ako stabilnejší. Zmenu vyvolala kríza medzi preferenciami zahraničných destinácií (23,66 %), v domácich 10,69 %, aj tu sa ukazuje domáci cestovný ruch ako odolnejší v období krízy. Zo zahraničnej destinácie na domácu presedlalo 8,40 % opýtaných respondentov.

Otázka č. 8: *Využívate pravidelne luxusnejšie produkty cestovného ruchu (exotické zájazdy, netradičné destinácie, vysoká kvalita dovolenky a i.)?*

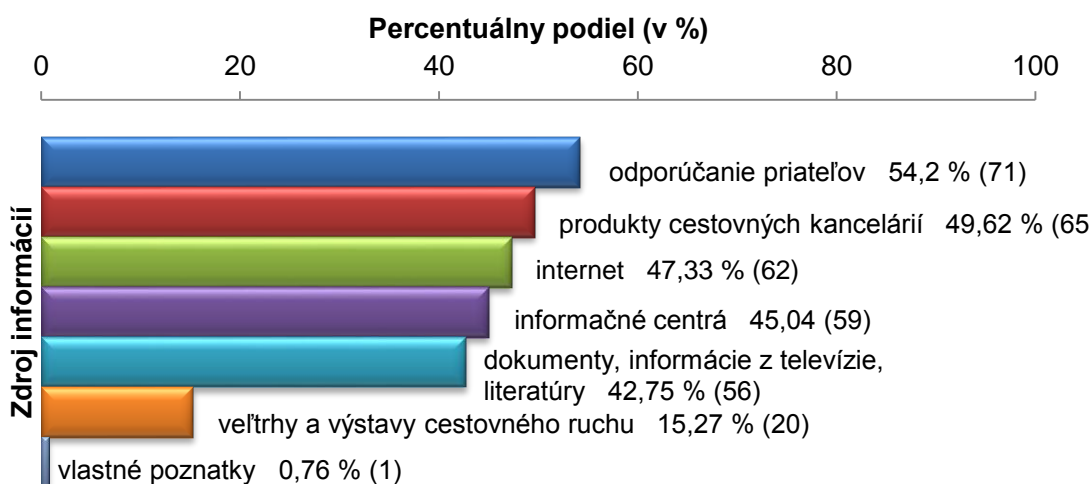
Pri odpovedi na otázku si respondent mohol vybrať práve jednu odpoveď z ponúkaných. Predmetom otázky je zistiť preferencie respondentov v cestovnom ruchu z hľadiska ekonomických možností.

Medzi respondentmi v Slovenskej republike využíva luxusné produkty cestovného ruchu 20,33 % z celkového počtu 131 odpovedí. Ekonomické možnosti podľa výskumu umožňujú tejto skupine cestovať 2 a viac krát ročne (80 %), s hlavnou dovolenkou v zahraničí (96 %). V predchádzajúcej otázke 76 % z nich nezmenilo svoju destináciu, 16 % zmenilo zo zahraničnej na zahraničnú, teda 92 % takýchto luxusnejších ciest je realizovaných v zahraničí. Luxusné produkty cestovného ruchu využívajú najmä podnikatelia 71,4 %, tento podiel je ostatnými skupinami nedosiahnuteľný (zamestnaní 11,9 %, študenti 5,2 %, nezamestnaní, na materskej dovolenke, starobní a invalidní dôchodcovia 6,3 %). Celkovo využíva luxusné produkty v cestovnom ruchu 23,5 % všetkých respondentov produktívneho veku, 10 % dôchodkového veku, do 18 rokov prieskum ukázal nulové zastúpenie.

Otázka č. 9: Odkiaľ získavate informácie pri výbere svojich ciest?

Respondenti mali možnosť vyberať si z predvolených možností, doplniť vlastnú, aj kombinácia možností.

Graf 21: Zdroje pre výber ciest v cestovnom ruchu (respondenti SR)



Zdroj: vlastné spracovanie na základe dotazníkového prieskumu

Najvyužívanejším zdrojom informácií pre cestovanie je podľa prieskumu odporúčanie priateľov 54,2 %, kde sa prejavuje opatrnosť respondentov. Medzi produktmi cestovných kancelárií hľadá informácie 49,62 %, prostredníctvom internetu 47,33 %. Informačné centrá navštevuje 45,04 %, dokumenty, informácie z televízie, literatúry 42,75 %. Veľtrhy a výstavy cestovného ruchu sú informačným zdrojom pre 15,27 % respondentov, o vlastné poznatky sa opiera 0,76 %.

Otázka č. 10: Zaujímate sa o možnosti využitia výhodných cien v cestovnom ruchu viac než pred obdobím krízy? (first moment, last minute)

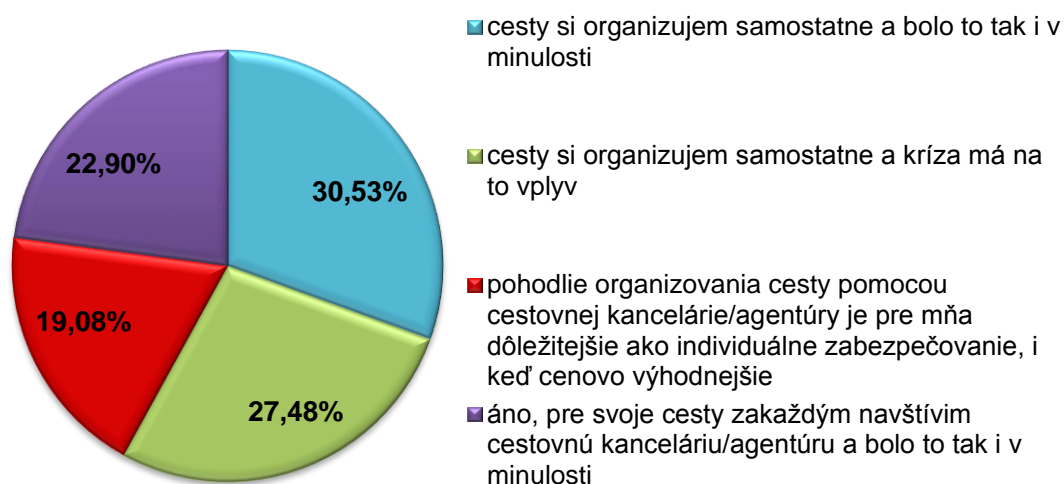
Na otázku bolo možné odpovedať predvolenými možnosťami odpovedí, práve jedna odpoveď.

O cenovo výhodné ponuky v cestovnom ruchu (first moment, last minute) sa pod vplyvom krízy stali zaujímavejšími pre 61,83 % všetkých respondentov. Najväčší záujem je medzi podnikateľmi (76,2 %), študentmi (63,2 %), zamestnanými (59,3 %), nezamestnanými, na materskej dovolenke, invalidnými a starobnými dôchodcami najmenší (56,3 %).

Otázka č. 11: *Otázka sa týka prípadnej zmeny v spôsobe organizácie svojich ciest pod vplyvom krízy. Využívate viac, menej, rovnako, alebo menej pri svojich cestách služby cestovných kancelárií a agentúr?*

Pri tejto otázke si respondent vyberal práve jednu z ponúkaných možností. Otázka sa zameriava na prípadné zmeny vyvolané krízou pri spôsobe organizovania ciest v cestovnom ruchu.

Graf 22: Vplyv krízy na spôsob organizácie ciest v cestovnom ruchu pre respondentov SR



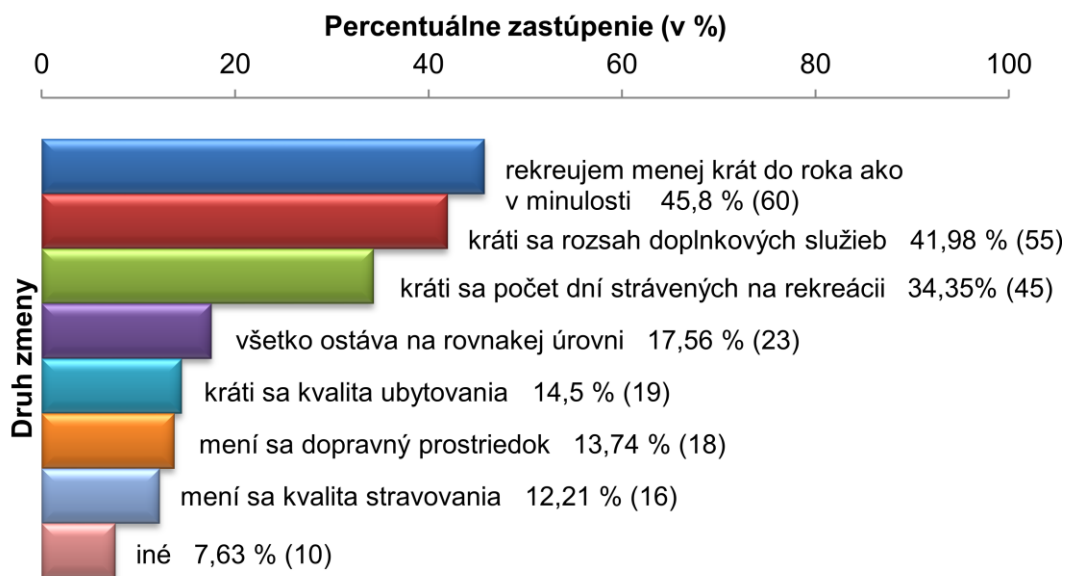
Zdroj: vlastné spracovanie na základe dotazníkového prieskumu

Podľa prieskumu využíva na cestovanie služby cestovných kancelárií a agentúr 41,98 % respondentov. Z tohto počtu 54,55 % tak robilo aj pred krízou, 45,45 % zvažovalo pod vplyvom krízy nad individuálnou organizáciou, pričom uprednostnili pohodlie ponúkané prostredníctvom cestovných kancelárií a agentúr. Zmena nastala v 27,48 % respondentov, ktorý uprednostnili individuálnu organizáciu v dôsledku krízy. Stabilne si svoje cesty organizuje samostatne 30,53 % respondentov.

Otázka č. 12: *V čom sa menia vaše kritériá v dôsledku hospodárskej krízy pre aktivity cestovného ruchu?*

Pri tejto otázke si mohli vybrať z ponúkaných možností, prípadne doplniť vlastnú, označiť bolo možné i viacero možností. Otázka sa zameriava dopady krízy voči ekonomickým možnostiam účastníkov cestovného ruchu, spôsobe krátenia výdavkov.

Graf 23: Zmeny v spotrebiteľskom správaní respondentov zo Slovenskej republiky v cestovnom ruchu pod vplyvom krízy



Zdroj: vlastné spracovanie na základe dotazníkového prieskumu

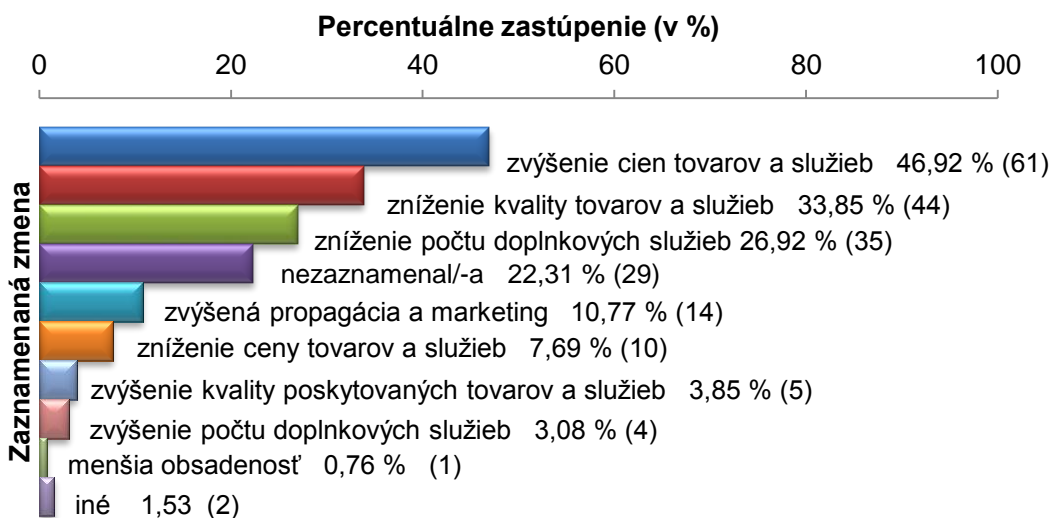
Výskum na území Slovenskej republiky preukázal vplyv krízy najmä na frekvenciu aktivít v cestovnom ruchu (45,8 %), v druhom prípade zasiahla do rozsahu doplnkových služieb (41,98 %) a v dĺžke pobytu (34,35 %). Nezasiahla 17,56 % účastníkov, ktorí na svojich cestách nič nemenia. Úroveň ubytovania zasiahla kríza v 14,5 %, dopravný prostriedok v 13,74 % a kvalita stravovania v 12,21 %.

Otázka č. 13: *Zaznamenali ste rozdiely v strediskách cestovného ruchu, podnikoch a inštitúciách od vypuknutia krízy? (i kombinácia možností)*

K dispozícii pri otázke bolo viacero predvolených možností, respondent mohol doplniť prípadne vlastnú, aj kombinácia možností. Okrem skúmania spotrebiteľského správania je predmetom výskumu aj názor a vnímanie účastníkov cestovného ruchu na zmeny pod vplyvom krízy vo vzťahu k poskytovateľom služieb.

Zo strany poskytovateľov služieb v cestovnom ruchu je zvýšenie cien tovarov a služieb (46,92 %) a zníženie kvality tovarov a služieb (33,85 %) pociťované v čase krízy zo strany spotrebiteľov negatívnym hodnotením, ktoré dopĺňa zníženie počtu doplnkových služieb u 26,92 %. Naopak zníženie ceny tovarov a služieb v zariadeniach cestovného ruchu zaznamenalo 7,69 %, zvýšenie kvality poskytovaných tovarov a služieb 3,85 %, zvýšenie počtu doplnkových služieb 3,08 % respondentov. K žiadnym zmenám nedošlo podľa 22,31 % respondentov.

Graf 24: Spozorované zmeny u poskytovateľov služieb cestovného ruchu pod vplyvom krízy na základe výpovede respondentov SR

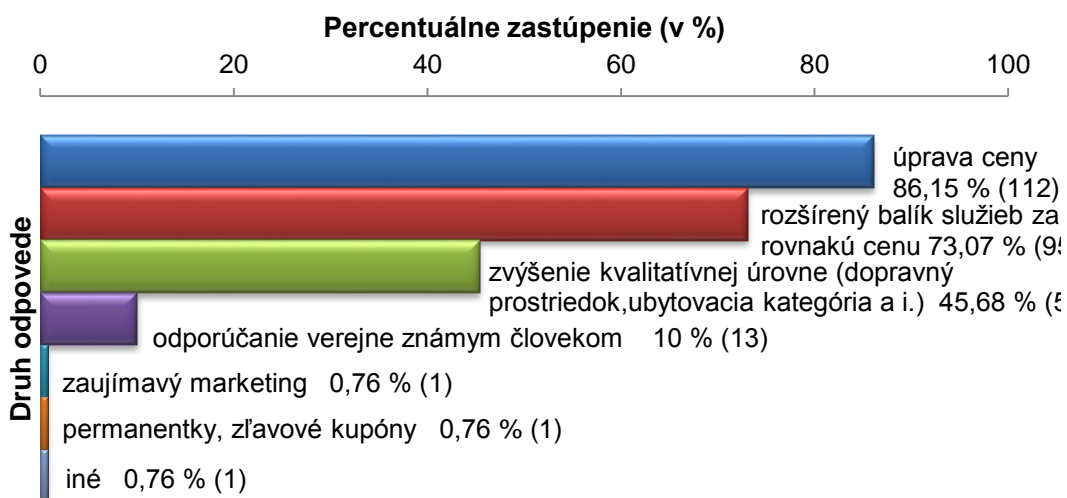


Zdroj: vlastné spracovanie na základe dotazníkového prieskumu

Otázka č. 14: Čo by Vás zo strany poskytovateľov produktov cestovného ruchu zaujalo natoľko, aby ste sa rozhodli pre konkrétny produkt?

V otázke bolo možné označiť viacero odpovedí, z predvolených, aj možnosť doplniť vlastnú odpoveď. Predmetom je prieskum dôležitosti faktorov pre výber konkrétneho produktu cestovného ruchu.

Graf 25: Vplyv faktorov na výber konkrétneho produktu cestovného ruchu podľa respondentov SR



Zdroj: vlastné spracovanie na základe dotazníkového prieskumu

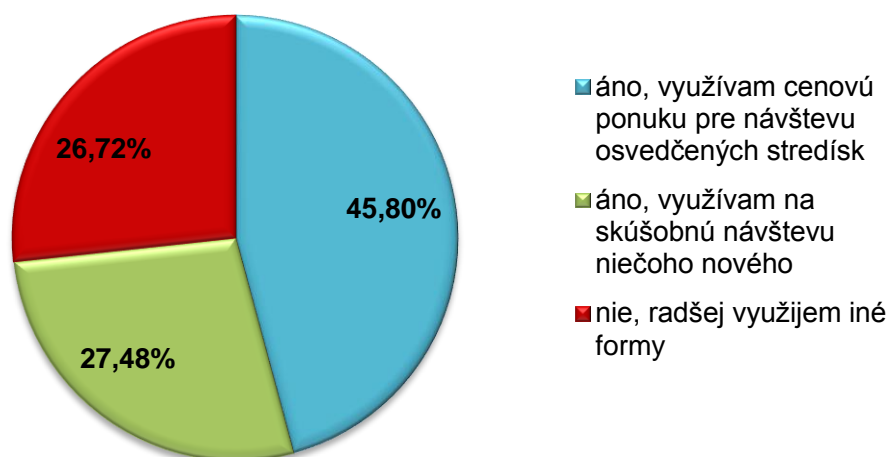
Rozhodnutie pre konkrétny produkt v čase krízy je podmienený najmä prácou s cenou (86,15 %), podobný princíp, kde pri akceptovaní ceny spotrebiteľia očakávajú rozšírený balík služieb by zaujal 73,07 %. Navýšenie kvality je zaujímavé pre 45,68 % respondentov, na odporúčanie verejne známym človekom by zareagovalo 10 %. Medzi menšinové nástroje s podielom 0,76 % sa radia zaujímavý marketing a permanentky, zľavové kupóny.

Otázka č. 15: *Využívate ponuky zľavových portálov na cestovanie a rekreáciu?*

Na zodpovedanie otázky respondenti vybrali práve jednu odpoveď z predvolených. Jednou z možností úpravy ceny sa javia zľavové portály, otázka sa zaoberá prieskumom ich využitia.

Zľavové portály sú medzi respondentmi zo Slovenskej republiky využívané 73,28 %, účastníkov, ktorí sa zaujímajú o opakovanú návštevu osvedčených stredísk je z tohto počtu 62,5 %, o nové možnosti sa zaujíma 37,5 %. O iné možnosti cenovo výhodných ponúk sa zaujíma 26,72 %.

Graf 26: Využitie zľavových portálov ako nástroja cenovej politiky medzi účastníkmi cestovného ruchu (respondenti SR)



Zdroj: vlastné spracovanie na základe dotazníkového prieskumu

Otázka č. 16: *Bola by pre vás dostatočnou motiváciou pre účasť na cestovnom ruchu istá forma podpory (čiastočnej zľavy, poukazu) zo strany zamestnávateľa, štátu?*

Pri odpovedi si respondenti vybrali práve jednu z ponúkaných možností. Podpora štátu prebieha v jednotlivých krajinách rôznymi formami, ako bolo spomenuté v teoretickej časti, otázka sonduje záujem o takúto podporu.

Motiváciou k účasti na cestovnom ruchu by podpora zo strany zamestnávateľa alebo štátu bola podľa prieskumu 97,71 %.

Súhrn otázok 17, 18, 19 v prieskume na území Slovenskej republiky je zhrnutý v tabuľke:

Tabuľka 13: Demografické zloženie respondentov dotazníka v SR

		Počet respondentov	Percentuálny podiel (v %)
Pohlavie	žena	58	44,27
	muž	73	55,73
Vek	do 18 rokov	10	7,63
	produktívny vek	102	77,86
	dôchodca	19	14,50
Sociálny status	zamestnanec	59	45,04
	podnikateľ	21	16,03
	študent	19	14,50
	nezamestnaný, na materskej dovolenke, invalidný dôchodca, starobný dôchodca	32	24,43

Zdroj: vlastné spracovanie na základe dotazníkového prieskumu

6.4 Vyhodnotenie výskumných hypotéz, diskusia

Hypotéza č. 1: Ekonomická kríza má vplyv na zmenu preferencií cieľovej destinácie.

Podľa prieskumu v Českej republike, k zmene destinácie došlo u 17,80 % v rámci zahraničnej destinácie, 11,02 % v rámci domáceho cestovného ruchu, 8,47 % zmenilo pôsobením krízy destináciu zo zahraničnej na domácu. Celkovo k zmene došlo 37,29 %.

V Slovenskej republike zmena nastala v 23,66 % v rámci zahraničnej destinácie, 10,69 % v domácom cestovnom ruchu, zo zahraničnej na domácu presedlalo 8,40 % respondentov. K zmene tak došlo v 42,75 % prípadoch.

Hypotéza č. 1 bola v: Českej republike *vyvrátená*,

Slovenskej republike *vyvrátená*.

Hypotéza č. 2: Obdobie krízy vedie k rozmachu domáceho cestovného ruchu na úkor zahraničného cestovného ruchu.

V Českej republike bola pre 22,03 % respondentov hlavná cieľová destinácia v domácom cestovnom ruchu aj pred vypuknutím krízy, 11,02 % po zmene

konkrétneho miesta, no preferujú stále domáci cestovný ruch, 8,47 % presedlalo na domáci cestovný ruch zo zahraničného. Celkový počet ciest v domácom cestovnom ruchu je 41,52 % voči 58,48 % zahraničných ciest.

Na území Slovenskej republiky sú preferencie v prospech domáceho cestovného ruchu napriek ekonomickej kríze u 30,53 %, k zmenám stále v domácom cestovnom ruchu došlo v 10,69 %, zo zahraničných na domáce cesty presedlalo 8,40 % respondentov. Percentuálny pomer domácich ciest je 49,62 % ku 50,38 % zahraničných.

Hypotéza č. 2 bola v: Českej republike *vyvrátená*,
Slovenskej republike *vyvrátená*.

Hypotéza č. 3: Pri krátení výdavkov na cestovný ruch dochádza k zvýšenému záujmu o first moment/last minute pobyty.

Vo väčšej miere sa o first moment a last minute pobyty zaujíma v Českej republike 67,8 % respondentov.

V Slovenskej republike sa o tento druh cenovo výhodných produktov cestovného ruchu zaujíma viac než pred krízou 61,83 % respondentov.

Hypotéza č. 3 bola v: Českej republike *potvrdená*,
Slovenskej republike *potvrdená*.

Hypotéza č. 4: Návštevníci v cestovnom ruchu pod vplyvom krízy uprednostňujú individuálny spôsob organizácie aktivít v cestovnom ruchu pred využitím služieb cestovnej kancelárie/agentúry.

Individuálne v Českej republike pristupovalo k organizácii ciest v cestovnom ruchu 28,81 % respondentov, pod vplyvom krízy k nim pribudlo 24,58 %, celkovo je to 53,39 %.

Slovenskí respondenti si organizovali samostatne svoje cesty aj pre obdobím krízy 30,53 %, k nim sa v krízovom období pridalo 27,48 % respondentov, čím k individuálnej organizácii ciest v cestovnom ruchu podľa prieskumu dochádza v 58,01 % prípadoch.

Hypotéza č. 4 bola v: Českej republike *potvrdená*,
Slovenskej republike *potvrdená*.

Hypotéza č. 5: Znižovanie objemu voľných peňažných prostriedkov na účely aktivít v cestovnom ruchu má najväčší dopad na zníženie počtu dní strávených aktivitami v cestovnom ruchu.

Podľa prieskumu v Českej republike má kríza najväčší vplyv na počet ciest v roku 46,61 %, zníženie počtu dní na rekreácii 32,2 %.

Na území Slovenskej republiky prieskum ukázal ako najčastejšiu zmenu vyvolanú znížením výdavkov častosť rekreačných činností 45,8 %, nasledovaná znížením rozsahu doplnkových služieb 41,98 %, zníženie počtu dní strávených na rekreácii sa vyskytoval na 34,35 % dotazníkoch.

Hypotéza č. 5 bola v: Českej republike *vyvrátená*,
Slovenskej republike *vyvrátená*.

Hypotéza č. 6: Zmeny spotrebiteľského správania vyvolané krízou majú výrazný vplyv na počet ciest v kongresovom cestovnom ruchu.

Kongresový ruch podľa respondentov v Českej republike zaznamenal pod vplyvom krízy v 64,7 % pokles služobných ciest.

Na území Slovenskej republiky prieskum podľa respondentov vykazuje pokles služobných v 66,2 % opýtaných zúčastňujúcich sa kongresového cestovného ruchu.

Hypotéza č. 6 bola v: Českej republike *potvrdená*,
Slovenskej republike *potvrdená*.

Hypotéza č. 7: Ponuka formou zľavových portálov pre zvýšenie dopytu po produktoch cestovného ruchu v období krízy má opodstatnený význam.

Zľavové portály sú medzi respondentmi z Českej republiky využívané medzi 56,78 % respondentov.

Medzi respondentmi zo Slovenskej republiky k využívaniu zľavových portálov prihlásilo 73,26 % účastníkov.

V oboch prípadoch je popularita zľavových portálov nad úrovňou 50 %. Predpoklad využitia zľavových portálov ako nástroja cenovej politiky v období krízy je vysoký.

Hypotéza č. 7 bola v: Českej republike *potvrdená*,
Slovenskej republike *potvrdená*.

6.5 Porovnanie výsledkov výskumu medzi jednotlivými destináciami

V porovnaní krajín Česká republika a Slovenská republika je účasť v cestovnom ruchu v prospech Českej republiky. Najčastejšie frekvencie majú porovnateľné výsledky, avšak 10,68 % rezidentov zo Slovenska označila možnosť iné (menej ako raz ročne), kým v Českej republike je to len 5,09 %.

Pre obyvateľov oboch krajín je najčastejším dôvodom účasti na cestovnom ruchu dovolenka, nasledujú športové aktivity v odpovediach sa vyskytovali v Slovenskej republike na úrovni 54,44 %, v Českej republike 32,2 %. Podľa výskumu

kultúrne akcie sú bližšie Slovákom (47,33 %), v susednej krajine je populárnejšia kúpeľná turistika (28,81 %), na podobnej úrovni medzi krajinami je vidiecky turizmus, nákupná turistika, pracovné cesty a štúdium. Respondenti v Českej republike doplnili relaxáciu a náboženské dôvody, ktoré sa objavili aj medzi slovenskými respondentmi, ktorí ako dôvod účasti na cestovnom ruchu uvádzajú aj gastronómiu (1,53 %), eko turistiku (0,76 %) a poznávacie zájazdy.

Respondenti oboch krajín pozorovali znížený počet služobných ciest v kongresovom cestovnom ruchu, v Českej republike 64,7 %, v Slovenskej republike 66,2 %, a dopad krízy na ich výdavky v cestovnom ruchu, rozdiel je v podiele, ktorý je v Českej republike 60,17 %, v Slovenskej republike až 82,44 % respondentov.

Vo výsledku oboch skúmaných krajín je pre respondentov hlavná cieľová destinácia v zahraničí.

K zmene obľúbenej destinácie pod vplyvom krízy došlo v 37,29% prípadoch v Českej republike, v 42,75 % v Slovenskej republike, najväčšia zmena v oboch prípadoch je zo zahraničnej destinácie na inú zahraničnú, luxusné produkty v cestovnom ruchu využívajú viac obyvatelia Českej republiky (32,46 %, Slovensko 20,33 %).

Informačnými zdrojmi sú pre respondentov z Českej republiky internet (50,58 %), odporúčanie priateľov a produkty cestovných kancelárií sú v porovnateľnej rovine, dokumenty, informácie z televízie a literatúry (36,44 %), nasledujú informačné centrá a veľtrhy cestovného ruchu. Slovenský turista ja podľa prieskumu javí ako konzervatívny, pre svoje cesty zbiera informácie od skúseností priateľov (54,2 %), nasledujú produkty cestovných kancelárií a internet, prekvapivo na 45,04 % dotazníkoch sa objavili aj informačné centrá a vysoký podielom sa podieľali aj dokumenty, informácie z televízie a literatúry (42,75 %). Rovnako ako v prieskume v Českej republike obsadili podľa predpokladov veľtrhy a výstavy cestovného ruchu (15,27 %).

Zvýšený záujem bol podľa prieskumu v období krízy o first moment a last minute pobyty v oboch krajinách, taktiež došlo v oboch krajinách k odlivu klientov cestovných kancelárií a agentúr a zvýšenému počtu ciest organizovaných samostatne.

Respondenti v Českej aj Slovenskej republike pri krátení výdavkov na cestovný ruch zníženia počet ciest v roku ako v minulosti. Ďalším krokom je v Českej republike krátenie počtu dní strávených na dovolenke, slovenskí respondenti sa radšej vzdajú niektorých doplnkových služieb. Naopak najmenej sa z predvolených odpovedí

respondenti oboch krajín sú ochotný vzdať kvality stravovania, nasleduje dopravný prostriedok a kvalita ubytovania.

Reakcia respondentov na zmeny v zariadeniach cestovného ruchu vykazujú veľmi podobné výsledky v neprospech prevádzkovateľov zariadení. Ak by sme za stredový bod považovali odpoveď nezaznamenal/-a, vo výške percentuálneho podielu by ho v oboch krajinách predstihli zvýšenie cien tovarov a služieb a zníženie ich kvality. Medzi najmenej frekventované odpovede v Českej republike patrilo zníženie ceny tovarov a služieb (len jedna odpoveď), a zvýšenie počtu doplnkových služieb v Slovenskej republike.

Respondentov oboch krajín v rozhodovaní pre konkrétny produkt najviac upúta možnosť úpravy ceny, ďalej rozšíreného balíka za rovnakú cenu, zvýšenie kvalitatívnej úrovne je ďalším faktorom. Najmenší vplyv zo spomínaných faktorov má odporúčanie verejne známym človekom.

V Českej republike sa ponuka zľavových portálov využíva podľa respondentov na návštevu už osvedčených stredísk (50,7 %), na skúšobnú návštevu niečoho nového (49,3 %). V Slovenskej republike je využitie zľavových portálov častejšie, 62,5 % respondentov ich využíva pre návštevu osvedčených stredísk.

Podľa prieskumu v oboch krajinách sa môže vhodná forma podpory stať dostatočnou motiváciou respondentov pre účasť na cestovnom ruchu.

ZÁVER

V mnohých dostupných literárnych zdrojoch a štúdiách je popísaný vplyv cestovného ruchu na mnohé aspekty, či už ekonomické, politicko-výchovné, rekreačno-zdravotné, kultúrno-poznávacie, vedecko-informačné a tak ďalej. Naopak vplyv rôznych faktorov na cestovný ruch sa rozoberá v menej početnom množstve. Podľa mnohých odborníkov ekonomickej teórie kríza rokov 2007 – 2009 nie je poslednou, ako skúsenosti ukazujú, ani z krízy rokov tridsiatych minulého storočia sa finančné trhy nepoučili natoľko, aby k podobnej kríze viac nedošlo.

Pre správne zvolenie marketingovej stratégie destinácie, určenie vhodných nástrojov vedúcich k rozvoju cestovného ruchu na danom území a cieleňé umiestnenie podporných prostriedkov do cestovného ruchu je dôležité poznať jeho stabilitu v krízových situáciách, zmeny v správaní účastníkov a tak predpokladať jeho ďalší vývoj v podobných situáciách.

Cestovný ruch v Českej republike naznačuje prevahu zahraničných turistov oproti domácim rezidentom, podľa salda platobnej bilancie sa výška príjmov v cestovnom ruchu vrátila na predkrízovú úroveň už v roku 2011, aj keď neustále rastú výdavky rezidentov na zahraničný cestovný ruch, saldo ostáva aktívne. Tento pomer počtu ubytovaných hostí v hromadných ubytovacích zariadeniach sa v roku 2009, ktorý sa ukazuje ako najkritickejší pre väčšinu ukazovateľov minimalizuje, v nasledujúcom období sa vracia do predošlého trendu, čo poukazuje na atraktivitu destinácie Česká republika pre zahraničných turistov, medzi zdrojové vysielajúce krajiny sa dostáva Poľsko.

Správanie rezidentov počas krízy je súlade s trendmi podľa WTTC, zvyšuje sa počet dlhších ciest v domácom cestovnom ruchu, dochádza k rastu výdavkov na cestu aj dĺžke prenocovania, dochádza k miernemu nárastu zamestnanosti v charakteristických odvetviach cestovného ruchu aj odvetviach cestovného ruchu celkom.

Cestovný ruch v Slovenskej republike zasiahla kríza omnoho výraznejšie, v 2009 došlo k prepadu salda platobnej bilancie o 52,1 %. Slovensko ako krajina s prevažujúcim domácim cestovným ruchom v hromadných ubytovacích zariadeniach zaznamenala znížený počet výdavkov rezidentov na cestovný ruch, no výraznejšie sa prejavil znížený rast príjmov, na čom má svoj podiel prijatie eura Slovenskou republikou. Zdrojovými vysielajúcimi krajinami pre Slovensko sú prevažne susediace krajiny, najmä Česká republika. Výška príjmov zo zahraničného cestovného ruchu

nedosiahla úroveň roku 2008 ani o päť rokov neskôr, rastie výška výdavkov na cestovný ruch a naopak, po miernom náraste salda platobnej bilancie cestovného ruchu dochádza k jeho opätovnému poklesu.

Zatiaľ čo vývoj cestovného ruchu v Českej republike má v celku vyrovnaný priebeh, na Slovensku došlo k výrazným výkyvom a cestovný ruch z nej spamätáva len pomaly. Tento vývoj naznačuje štrukturálne problémy cestovného ruchu na Slovensku.

Prieskum vykonaný na vzorke respondentov v Českej a Slovenskej republike preukázal dopad krízy na výdavky pre účastníkov cestovného ruchu, z čoho vyplýva celý rad dôsledkov. V Českej republike sa krátenie výdavkov na cestovný ruch v období krízy prejavilo v 60,17 % prípadov, v Slovenskej republike až 82,44 %. V oboch krajinách respondenti u väčšiny respondentov sa tento výpadok voľných peňažných prostriedkov prejavil úbytkom množstva zrealizovaných ciest. V Českej republike účastníci cestovného ruchu ako druhý spôsob vykrytia prejavov krízy označili krátenie počtu dní na dovolenke pri zachovaní kvality a množstva všetkých dovtedy zaužívaných atribútov dovolenky, zatiaľ čo na Slovensku dochádzalo ku kráteniu rozsahu doplnkových služieb. Pre respondentov oboch krajín je kvalita stavovania, dopravného prostriedku a ubytovania najmenej krízou ovplyvniteľná súčasť pri ich účasti na cestovnom ruchu.

Zahraničie je pre respondentov oboch krajín preferovanou destináciou, ktorú označili za dominujúcu nad domácim cestovným ruchom. Vypuknutie ekonomickej krízy spôsobilo zmeny v tomto údaji, pod jej vplyvom zmenilo destináciu 37,29 % českých a 42,75 % slovenských respondentov, najčastejšia je zmena v rámci zahraničia.

Najčastejším dôvodom ciest je dovolenka a športové aktivity, v Českej republike nasleduje kúpeľná turistika, v Slovenskej republike kultúra a kultúrne podujatia. Medzi respondentmi sa v odpovediach, ktoré mohli samostatne doplniť vyskytujú aj náboženské dôvody a gastronómia. Pri vyhľadávaní informácií o cestách si respondenti z Českej republiky najčastejšie vyberú internet, nasledujú produkty cestovných kancelárií a odporúčanie priateľov. Slovenskí turisti sú opatrnejší, za najčastejší zdroj označili odporúčania priateľov, produkty cestovných kancelárií a internet, vysoký podiel získali informačné centrá, čo sa pri dominancii domáceho cestovného ruchu dalo očakávať.

K zmenám dochádzalo pod vplyvom krízy aj v spôsobe organizovania ciest, zvyšoval sa podiel individuálneho spôsobu organizovania.

Respondenti označili za najčastejší jav v zariadeniach cestovného ruchu v období krízy zvýšenie cien tovarov a služieb a zníženie ich kvality.

Ich rozhodovanie pre konkrétny produkt je v najväčšej miere ovplyvnený zvolením vhodnej cenovej politiky, nasleduje možnosť rozšírenia doplnkových služieb pri zachovaní cenovej úrovne a zvyšovanie kvalitatívnej úrovne. V prieskume sa potvrdil zvýšený záujem o first moment, last minute pobyty v časoch ekonomickej recesie.

Ďalším z nástrojov cenovej politiky môžu stať zľavové portály, ktoré majú medzi respondentmi pozitívny ohlas a v najväčšej miere sú využívané práve na návštevu osvedčených stredísk.

V cestovnom ruchu má svoj význam aj financovanie dopytu, krajiny ako Švajčiarsko, Francúzsko využívajú na podporu dopytu v cestovnom ruchu dovolenkové šeky. Prieskum jednoznačne preukázal podporu zo strany štátu, zamestnávateľa za dostatočne motivujúcu pre účasť na cestovnom ruchu.

Táto bakalárska práca poukázala na základné javy vyskytujúce sa v období krízy, najčastejšie zmeny správania dôvody zmien účastníkov cestovného ruchu z Českej a Slovenskej republiky. Aj keď prejavy krízy na cestovný ruch vo väčšine krajín pominuli, výsledky bakalárskej práce poukázali na rôznorodosť v dĺžke ich trvania. Preto je potrebné poznať jednotlivé príčiny tohto stavu, analyzovať ich v širšom ponímaní a preniesť do reálnej praxe.

ZOZNAM POUŽITÝCH ZDROJOV

Zoznam použitých českých a slovenských zdrojov

FRANKE, A. et al.. *Statistiky cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha. Wolters Kluwer ČR. 2012. ISBN 978-80-7357-717-9.

GÚČIK, M. *Cestovný ruch. Úvod do štúdia*. 1. vyd. Banská Bystrica: Slovak – Swiss Tourism, 2010. ISBN 978-80-89090-80-8.

HESKOVÁ, M. et al.. *Cestovní ruch pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. 2. vyd. Praha. Fortuna. 2011. ISBN 978-80-7373-107-6.

HORNER, S., SWARBROOKE J. *Cestovný ruch, ubytování a stravování, využití volného času: Aplikovaný marketing služeb*. Praha. Grada Publishing, 2003. ISBN 80-247-0202-9.

JUREČKA, V. et al.. *Makroekonomie*. 2. vyd. Praha. Grada Publishing. 2013. ISBN 978-80-247-4386-8.

KISLINGEROVÁ, E. *Podnik v časech krize. Jak se nedostat do potíží a jak se dostat z potíží: zkušenosti ze světové recese let 2007 až 2009*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing. 2010.

KOTLÍKOVÁ, H. *Nove trendy v nabídce cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing. 2013. ISBN 978-80-247-4603-6.

NEJDL, K. *Management destinace cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha. Wolters Kluwer, 2011. ISBN 978-80-7357-673-8.

PALATKOVÁ, M. ZICHOVÁ, J. *Ekonomika turismu. Turismus České republiky*. 1. vyd. Praha. Grada Publishing. 2011. ISBN 978-80-247-3748-5

RUSMICHOVÁ, L. et al.. *Markoekonomie. Základní kurs*. 5. vyd. Praha: Melandrium, 2002. ISBN 80-86175-24-3.

RYGLOVÁ, K., BURIAN, M., VAJČINEROVÁ, I. *Cestovní ruch. Podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. 1. vyd. Praha, Grada Publishing, 2011. ISBN 978-80-247-4039-3.

TÁNCOŠOVÁ, J. et al.. *Ekonomía*. 1. vyd. Bratislava: Iura Edition, 2013. ISBN 978-80-8078-598-7.

VYSTOUPIL, J., ŠAUER, M. et al.. *Geografie cestovního ruchu České republiky*. 1. vyd. Plzeň: Aleš Čeněk, 2011. ISBN 978-80-7380-340-7.

ZELENKA, J., PÁSKOVÁ, M. *Výkladový slovník cestovního ruchu*. 2. vyd. Praha: Linde Praha. 2012. ISBN 978-80-7201-880-2.

ZORKÓCIOVÁ, O. BRYNKUSOVÁ, B. *Vplyv finančno-hospodárskej krízy na medzinárodnú marketingovú stratégiu firiem*. 1. vyd. Bratislava: Sprint 2, 2012. ISBN 978-80-89393-91-6.

WAWROSZ, P., HEISLER, H., MACH, P. *Reálie k makroekonomii. Odborné texty, mediální reflexe, praktické analýzy*. 1. vyd. Praha. Wolters Kluwer ČR. 2012. ISBN 978-80-7357-848-0.

Zoznam použitých internetových zdrojov

ČSÚ. *Domáci a výjezdový cestovní ruch v ČR – Archiv 2003 - 2010 – Cestovní ruch – časové řady*. [online]. [cit. 2014-02-05]. Dostupné z:
http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/cru40_cr

ČSÚ. *Statistika platební bilance*. [online] © 2003 – 2014 [cit. 2014-02-24] Dostupné na:
<http://www.cnb.cz/cs/obecne/rozsirene-vyhledavani.jsp?cnb-search-area=czech-version&cnb-folder=%2Fcs%2F&cnb-search-action-block=search&cnb-search-query=platebn%C3%AD+bilance+>

ČSÚ. *Kapacita hromadných ubytovacích zariadení v krajoch* [online] [cit. 2014-02-24] Dostupné na: http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/cru_cr

ČSÚ. *Návštevnost v hromadných ubytovacích zařízeních v ČR*. [online] [cit. 2014-02-24] Dostupné na: http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/cru_cr

ČSÚ. *Počet hostů v hromadných ubytovacích zařízeních podle kategorie zařízení a zemí v ČR* [online] [cit. 2014-02-2014] Dostupné na:

http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/cru_cr

ČSÚ. *TSA T7 – Zaměstnanost v odvětvích cestovního ruchu v ČR*. [online]. [cit. 2014-04-24] Dostupné na:

http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/tsa_t7_zamestnanost_v_odvetvich_cestovniho_ruchu_v_cr

GLASA, F. *Volatilita*. Magazín ako investovať. [online] © 28.3.2011 [cit. 9. 12. 2013] Dostupné z: <http://ako-investovat.sk/index.php/financna-gramotnost/113-trhy/253-volatilita>

MDVRR SR. *Štatistika cestovného ruchu*. [online] © 2006 MDPT – 2011 MDVRR [cit. 2014-02-25] Dostupné na: <http://www.telecom.gov.sk/index/index.php?ids=112728>

MDVRR SR: *Vývoj cestovného ruchu SR v rokoch 2007 – 2012*. [online] © 2006 MDPT – 2011 MDVRR [cit. 2013-12-13] Dostupné na:

<http://www.telecom.gov.sk/index/index.php?ids=106930>

ŠÚ SR. *Domáci a výjazdový cestovný ruch*. [online] [cit. 2014-02-16] Dostupné na: <http://portal.statistics.sk/showdoc.do?docid=3545>

ŠÚ SR: *Satelitný účet cestovného ruchu SR Tabuľky 2005 – 2010*. [online] [cit. 2014-02-25]. Dostupné na požiadanie: <http://portal.statistics.sk/showdoc.do?docid=43876> prostredníctvom mailovej komunikácie mail: zuzana.secanska@statistics.sk

UNWTO. *Historical perspective of world tourism*. [online] © 2006 [cit. 2013-12-18] Dostupné na> http://www.unwto.org/facts/eng/pdf/historical/ITA_1950_2005.pdf

UNWTO *Tourism Highlights. 2013 Edition*. [online]. © 2013 [cit. 2013-12-10]. Dostupné z: http://dtxqt4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto_highlights13_en_lr_0.pdf

UNWTO *World Tourism Barometer*. January 2009. [online]. Vol. 7. No. 1. ISSN 1728-9246. p. 8. [cit. 2013-12-12] Dostupné na:

http://www.unwto.org/facts/eng/pdf/barometer/UNWTO_Barom09_1_en.pdf

WTTC: *Travel and Tourism. Economic Impact. World. 2013*. [online] [cit. 2013-12-8]

Dostupné na: http://wtcc.org/site_media/uploads/downloads/world2013_1.pdf

Zoznam ostatných zdrojov

BURANOVSKÝ, J. Možnosti oživenia cestovného ruchu v období globálnej hospodárskej krízy. Ekonomická revue cestovného ruchu . UMB BB. 2012. roč. 45, č. 1. ISSN 0139-8660.

HAMARNEHOVÁ, I. *Vliv globální krize na cestovní ruch*. In Sborník příspěvků z mezinárodní konference „Globální ekonomická krize – regionální dopady“ (konaná 10. – 11. 11. 2011 na Jihočeské universitě, České Budějovice, INPROFORUM 2011). ISBN 978-80-7394-315-8.

HUDÁČKOVÁ, L. *Spotreba v cestovnom ruchu na Slovensku v období hospodárskej krízy*. Ekonomická revue cestovného ruchu. UMB BB. 2011. roč. 44. č. 4. ISSN 0139-8660.

MALACHOVSKÝ, A. *Systémová a štrukturálna kríza cestovného ruchu na Slovensku*. Ekonomická revue cestovného ruchu. UMB BB. 2012. Roč. 45. Č. 4. ISSN 0139-8660.

ZOZNAM SKRATIEK

AIEST	Medzinárodné združenie expertov cestovného ruchu
ČSR	Československá republika
ČSÚ	Český statistický úrad
MDVRR SK	Ministerstvo dopravy, výstavby a regionálneho rozvoja SR
OSN	Organizácia spojených národov
ŠÚ	Slovenský statistický úrad
UNESCO	Zoznam svetového kultúrneho dedičstva
UNWTO	Svetová organizácia cestovného ruchu
WTO	Svetová obchodná organizácia
WTTC	Svetová komisia pre cestovný ruch

ZOZNAM OBRÁZKOV, GRAFOV A TABULIEK

Zoznam obrázkov

Obrázok 1: Cestujúci návštevník v cestovnom ruchu	14
Obrázok 2: Fázy ekonomického cyklu	18

Zoznam grafov

Graf 1: Prognóza vývoja cestovného ruchu do roku 2030	12
Graf 2: Bilancia cestovného ruchu v rokoch 1925 – 1935 v mil. Kč	24
Graf 3: Vývoj platobnej bilancie cestovného ruchu ČR	27
Graf 4: Vývoj počtu prichádzajúcich turistov podľa zdrojových krajín	32
Graf 5: Vývoj platobnej bilancie SR v rokoch 2007 – 2012	34
Graf 6: Vývoj počtu prichádzajúcich turistov podľa zdrojových krajín (SR).	38
Graf 7: Frekvencia účasti na cestovnom ruchu v ČR	42
Graf 8: Preferencia sezóny účastníkov cestovného ruchu v ČR	43
Graf 9: Dôvody účasti na cestovnom ruchu respondentov ČR	44
Graf 10: Vplyv krízy na geografickú zmenu obľúbenej cieľovej destinácie respondentov ČR	45
Graf 11: Zdroje pre výber ciest v cestovnom ruchu (respondenti ČR)	46
Graf 12: Vplyv krízy na spôsob organizácie ciest v cestovnom ruchu pre respondentov ČR	48
Graf 13: Zmeny v spotrebiteľskom správaní respondentov z Českej republiky v cestovnom ruchu pod vplyvom krízy	49
Graf 14: Spozorované zmeny u poskytovateľov služieb cestovného ruchu pod vplyvom krízy základe výpovede respondentov ČR	50
Graf 15: Vplyv faktorov na výber konkrétneho produktu cestovného ruchu podľa respondentov ČR	51
Graf 16: Využitie zľavových portálov ako nástroja cenovej politiky medzi účastníkmi cestovného ruchu (respondenti ČR)	52
Graf 17: Frekvencia účasti na cestovnom ruchu medzi respondentmi SR..	54
Graf 18: Preferencia sezóny účastníkov cestovného ruchu v SR	54
Graf 19: Dôvody účasti na cestovnom ruchu respondentov SR	55
Graf 20: Vplyv krízy na geografickú zmenu obľúbenej cieľovej destinácie respondentov	57

Graf 21: Zdroje pre výber ciest v cestovnom ruchu (respondenti SR).....	58
Graf 22: Vplyv krízy na spôsob organizácie ciest v cestovnom ruchu pre respondentov SR	59
Graf 23: Zmeny v spotrebiteľskom správaní respondentov zo Slovenskej republiky v cestovnom ruchu pod vplyvom krízy	60
Graf 24: Spozorované zmeny u poskytovateľov služieb cestovného ruchu pod vplyvom krízy na základe výpovede respondentov SR	61
Graf 25: Vplyv faktorov na výber konkrétneho produktu cestovného ruchu podľa respondentov SR	61
Graf 26: Využitie zľavových portálov ako nástroja cenovej politiky medzi účastníkmi cestovného ruchu (respondenti SR)	62

Zoznam tabuliek

Tabuľka 1: Návštevníci v medzinárodnom cestovnom ruchu (v mil. osôb)..	11
Tabuľka 2: Návštevníci kúpeľných miest Československa a Prahy (v tis.)..	23
Tabuľka 3: Prehľad medzinárodných turistických príjazdov 2006 – 2010 ..	26
Tabuľka 4: Vývoj ciest v pasívnom a domácom cestovnom ruchu v Českej republike	29
Tabuľka 5: Návštevnosť hromadných ubytovacích zariadení ČR	30
Tabuľka 6: Vývoj ubytovacích zariadení v ČR	31
Tabuľka 7: Počet pracovných miest a zamestnaných osôb v cestovnom ruchu v ČR (prepočítaných na plný úväzok).....	33
Tabuľka 8: Vývoj ciest v pasívnom a domácom cestovnom ruchu v Slovenskej republike	36
Tabuľka 9: Návštevnosť hromadných ubytovacích zariadení SR	37
Tabuľka 10: Vývoj ubytovacích zariadení v SR	38
Tabuľka 11: Počet pracovných miest a zamestnaných osôb v cestovnom Ruchu (prepočítaných na plný úväzok)	39
Tabuľka 12: Demografické zloženie respondentov dotazníka v Českej Republike	53
Tabuľka 13: Demografické zloženie respondentov dotazníka v SR.....	63

ZOZNAM PRÍLOH

Príloha A - UNWTO Barometer (original part)	I
Príloha B - Krízy v období rokov 1866 – 2008	II
Príloha C - Graf: Dlhšie cesty v pasívnom a domácom cestovnom ruchu podľa formy organizácie (Česká republika)	IV
Príloha D - Dotazník: Vplyv krízy na správanie spotrebiteľov v cestovnom ruchu (ČR, SR).....	V

PRÍLOHY

Príloha A – UNWTO Barometer (original part)

As long as the present uncertainty prevails in markets, it is expected that some of the following trends will be seen as experienced in previous crises:

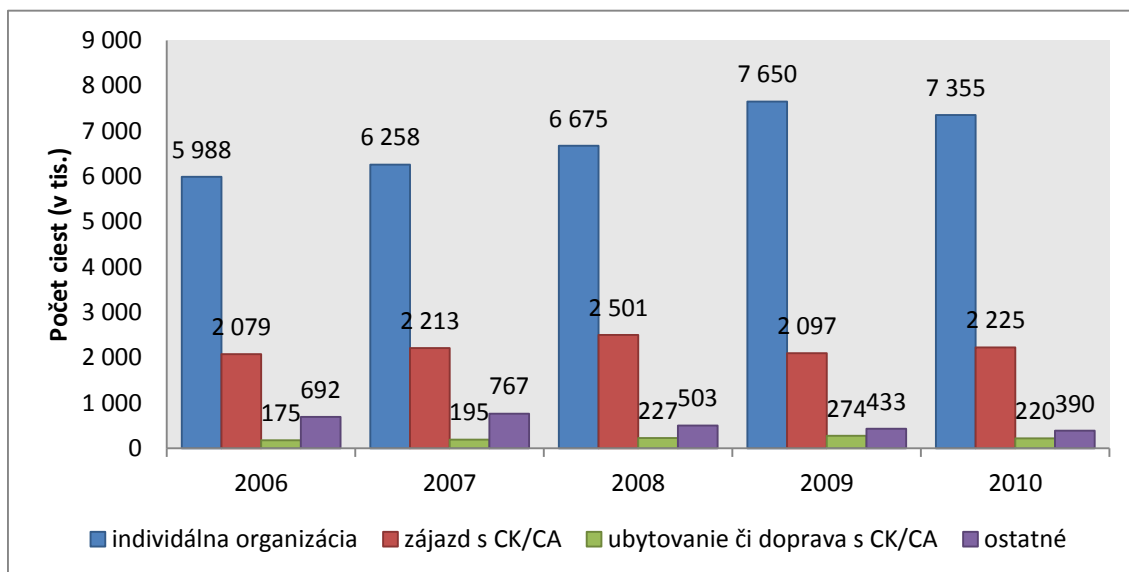
- Travel to destinations closer to home, including domestic travel, is expected to be favoured as against long-haul travel;
- Segments such as visiting friends and relatives, repeat visitors, as well as special interest and independent travellers, are expected to be more resilient;
- The decline in average length of stay, as well as expenditure, is projected to be more pronounced than the inoverall volume;
- Destinations offering value fore Money and with favourable Exchange rates have an adveantage as price becomes a key issue;
- Late booking is expected to increase as uncertainty leads consumers to delay decision making and wait for special offers;
- Companies will and should concentrate on containment of costs in order to maintain their competitive edge;
- It is more critical than ever before to work closely together in the tourism value chain – between the public and private sectors, and destinations and the travel trade.

Príloha B – Ekonomické krízy v období rokov 1866 - 2008

Rok trvania krízy	Postihnuté krajiny	Stručná charakteristika a prejavy krízy
máj 1866	Anglicko	Krach bánk v Anglicku, bankrot Overend & Guerneý, ktorá poskytovala úvery komerčným a obchodným bankám v Anglicku
1890 - 1891	Argentína, Brazília, Čile, Portugalsko, Anglicko, USA	Bankrot anglickej banky Barings, zlyhanie všetkých argentínskych bánk
1907 - 1908	Čile, Dánsko, Francúzsko, Taliansko, Japonsko, Mexiko, Švédsko, USA	Pokles cien medi, oslabenie solventnosti trustových spoločností v New Yorku
1914	Argentína, Belgicko, Brazília, Francúzsko, India, Taliansko, Japonsko, Holandsko, Nórsko, Anglicko, USA	Prepuknutie 1. svetovej vojny
1920 - 1921	Krajiny dotknuté 1. svetovou vojnou	Povojnová finančná kríza, v ČSR až v r. 1922 – 1923 znásobená deflačnou krízou
1929 - 1933	USA, Nemecko, Poľsko, Kanada, ČSR, Holandsko, Belgicko, Fínsko, Francúzsko, Taliansko, Grécko, Portugalsko, Španielsko, Švédsko, Argentína, Brazília	Kolaps reálnych cien komodít o 51% v priebehu 1928 – 1931. Reálne úrokové sadzby sa dostali na 13% v USA, pokles svetovej výroby o 38% a medzinárodného obchodu o 34%
70.roky 20.st (1973 – 1979)	Krajiny západnej Európy, USA, JAR, Japonsko, rozvojové krajiny	„Ropné šoky“ alebo „ropná kríza“, prudký nárast cien ropy na svetovom trhu, nárast cien čierneho zlata
1981 – 1982	J. Amerika: najmä Argentína, Čile, Kolumbia, Uruguaj, Ekvádor, Mexiko, krajiny Afriky: Kongo, Egypt, Ghana; Turecko, Filipíny	„Dlžnícka kríza“, medzi rokmi 1979 – 1982 bol reálny pokles cien komodít 40%, reálne úrokové sadzby dosiahli 6% - najvyšší pokles od roku 1933
1985	USA	Kríza systému US SAVING AND LOANS, bankroty menších amerických bánk
1987 - 1988	Malé a nízkopríjmové krajiny, prevažne Subsaharská Afrika a Južná Amerika	Pretrvávajúce dlhodobých kríz, prijatie Bradyho plánu na konci 80. rokov
1991 - 1992	Vyspelé krajiny: ČR, Fínsko, Grécko, Japonsko, Švédsko; Ostatné: Alžírsko, Brazília, Egypt, Gruzínsko, Maďarsko, Poľsko, Rumunsko, Slovensko	Prasknutie realitnej a kapitálovej bubliny v severských krajinách a v Japonsku, liberalizácia a stabilizácia mnohých transformujúcich sa ekonomík
1994 - 1995	Argentína, Brazília, Bolívia, Ekvádor, Mexiko, Paraguaj; Ostatné: Azerbajdžan, Chorvátsko, Kamerun, Litva, Svazijska republika	„Mexická kríza“, „Tequilla kríza“ alebo „Decembrový omyl“ bola spočiatku menová kríza, zavedenie voľného menového kurzu v Mexiku viedlo k nedôvere a znehodnoteniu meny, odchod investorov

Rok trvania krízy	Postihnuté krajiny	Stručná charakteristika a prejavy krízy
1997 - 1998	Ázia: Hong Kong, Indonézia, Malajzia, Filipíny, Taiwan, Thajsko, Vietnam; ostatné: Brazília, Kolumbia, Ekvádor, San Salvador, Maurícius, Rusko, Ukrajina	Ázijská kríza a Ruská kríza, kolaps súkromného investičného fondu Long =Term Capital Management (LTCM) posledná rana na prílev kapitálu do rozvíjajúcich sa krajín
1999	Brazília	Pokles brazílskych akcií o 30%, zvýšenie úrokovej sadzby na 43,3%
2000	takmer všetky vyspelé krajiny: USA, Európa	„dot.com kríza“, kríza vyvolaná rastom akcií internetových spoločností Amazon a AOL
2001 – 2002	Argentína	program ekonomických reforiem v Argentíne, vysoká inflácia – hyperinflácia, nezamestnanosť 18%
2007 - súčasnosť	takmer všetky vyspelé krajiny: USA, Európa, Japonsko	Kríza amerických hypotekárnych úverov, „Hypotekárna bublina“ a pád kapitálových trhov

Príloha C – Graf Dlhšie cesty v pasívnom a domácom cestovnom ruchu podľa formy organizácie (Česká republika)



Zdroj: ČSÚ *Domáci a výjezdový cestovní ruch v ČR – Archiv 2003 - 2010 – Cestovní ruch – časové řady*. [online]. [cit. 2014-02-05]. Dostupné z: http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/cru40_cr

Príloha D - Vplyv krízy na správanie spotrebiteľov v cestovnom ruchu (ČR, SR)

1. Ako často sa účastníte cestného ruchu?

- a) 1 x ročne
- b) 2 a viac krát ročne
- c) iné (uved'te)

2. Aké obdobie roka preferujete pre aktivity cestovného ruchu?

- a) zimné
- b) letné
- c) celoročne

3. Aký je váš hlavný dôvod účasti na cestovnom ruchu:

- a) kultúra – kultúrne podujatia, festivaly, múzeá, galérie, historické pamiatky
- b) športové aktivity
- c) kúpeľná turistika
- d) dovolenkový zájazd
- e) vidiecky turizmus
- f) pracovné cesty, kongresový turizmus
- g) nákupná turistika
- h) štúdium
- i) iné (uved'te)

4. V prípade ak sa účastníte služobného cestovného ruchu, kongresového cestovného ruchu, pociťovali ste v období krízy znížený počet takýchto ciest?

- a) áno
- b) nie
- c) neúčastním sa

5. Pociťovali ste vplyv ekonomickej krízy na výšku vašich výdavkov pre aktivity v oblasti cestovného ruchu?

- a) áno
- b) nie

6. Hlavná dovolenková destinácia je pre Vás:

- a) v zahraničí
- b) doma (ČR, SR)

7. Zmenila sa pre vás obľúbená cieľová destinácia v dôsledku krízy?

- a) nie nezmenila (v prípade zahraničnej destinácie)
- b) nie nezmenila (v prípade domáceho cestovného ruchu)
- c) áno, zmenila, zo zahraničnej na zahraničnú
- d) áno, zmenila, zo zahraničnej na domácu

8. Využívate pravidelne luxusnejšie produkty cestovného ruchu (exotické zájazdy, hotely najvyššej kvality a i.):

- a) áno
- b) nie

9. Odkiaľ získavate informácie pre výber svojich ciest

- a) dokumenty, informácie z televízie, literatúry
- b) odporúčania známych
- c) internet
- d) veľtrhy a výstavy cestovného ruchu
- e) informačné centrá
- f) produkty cestovných kancelárií
- g) iné (uved'te)

10. Zaujímate sa o možnosti využitia výhodných cien v cestovnom ruchu viac ako pred krízou? (first moment/last minute)

- a) áno
- b) nie

11. Otázka sa týka prípadnej zmeny, v spôsobe organizovania svojich ciest po vplyvom krízy. Využívate viac, rovnako, alebo menej pri svojich cestách služby cestovných kancelárií a agentúr?

- a) áno, pre svoje cesty vždy navštívim cestovnú kanceláriu/agentúru a bolo to tak aj v minulosti
- b) pohodlie organizovania cesty pomocou cestovnej kancelárie/agentúry je pre mňa dôležitejšie ako individuálne zabezpečovanie, aj keď cenovo výhodnejšie
- c) pobyť si organizujem samostatne a kríza má na to vplyv,
- d) pobyť si organizujem samostatne a dialo sa tak aj v minulosti.

12. V čom sa menia Vaše kritériá v dôsledku hospodárskej krízy pre aktivity cestovného ruchu:

(môžete vybrať aj viacero možností)

- a) rekreujem menej krát do roka ako v minulosti
- b) kráti sa počet dní strávených na rekreácii
- c) kráti sa rozsah doplnkových služieb
- d) kráti sa kvalita ubytovania
- e) mení sa dopravný prostriedok
- f) mení sa kvalita stravovania
- g) iné
- h) všetko ostáva na rovnakej úrovni

13. Zaznamenali ste rozdiely v strediskách cestovného ruchu, podnikoch a inštitúciách od vypuknutia krízy? (aj kombinácia možností)

- a) zvýšenie ceny tovarov a služieb
- b) zvýšenie kvality poskytovaných tovarov a služieb
- c) nezaznamenal /-a
- d) zníženie kvality tovarov a služieb
- e) zníženie ceny tovarov a služieb
- f) zvýšená propagácia a marketing
- g) zvýšenie počtu doplnkových služieb
- h) zníženie počtu doplnkových služieb
- i) iné (uved'te)

14. Čo by Vás zo strany poskytovateľov produktov cestovného ruchu zaujalo natoľko, aby ste sa rozhodli pre konkrétny produkt:

- a) úprava ceny
- b) rozšírený balík služieb za rovnakú cenu
- c) zvýšenie kvalitatívnej úrovne (dopravný prostriedok, ubytovacia kategória a iné)

- d) odporúčanie verejne známym človekom
- e) iné (uved'te)

15. Využívate ponuky zľavových portálov na cestovanie a rekreáciu?

- a) áno, využívam na skúšobnú návštevu niečoho nového
- b) áno, využívam cenovú ponuku pre návštevu osvedčených stredísk
- c) nie, radšej využijem iné formy

16. Bola by pre Vás dostatočnou motiváciou pre účasť na cestovnom ruchu istá forma podpory (čiastočnej zľavy, poukazu) od zamestnávateľa, štátu?

- a) áno bola
- b) nie, nevyužil/a by som to

17. Ste:

- a) muž
- b) žena

18. Váš vek:

- a) do 18 rokov
- b) produktívny vek
- c) dôchodca

19. Vaše sociálny status je:

- a) zamestnanec
- c) podnikateľ
- d) nezamestnaný, žena na materskej, invalidný dôchodca , starobný dôchodca
- e) študent
- f) iné (uved'te)

BIBLIOGRAFICKÉ ÚDAJE

Meno autora: Lucia Salajová

Odbor: Management cestovného ruchu Bc.

Forma štúdia: kombinovaná

**Názov práce: Dopad ekonomickej krízy na cestovný ruch vo vybraných
destináciách: Česká republika a Slovenská republika**

Rok: 2014

Počet strán textu bez príloh: 64

Celkový počet strán príloh: 7

Počet titulov českých a slovenských použitých zdrojov: 16

Počet internetových zdrojov: 15

Počet ostatných zdrojov: 4

Vedúca práce: Ing. Iveta Hamarneh Ph.D.