

Ročník 15 – číslo 1 – 2014
Volume 15 – Number 1 - 2014

EKONOMIKA A SPOLOČNOSŤ

Journal of Economics and Social Research

**Vedecký časopis Ekonomickej fakulty
Univerzity Mateja Bela v Banskej Bystrici**

***The Scientific Journal of the Faculty of Economics
Matej Bel University Banská Bystrica***



Slovakia

Obsah/Contents

State / Articles

Lubica Lesáková, Petra Gundová

Finančná analýza ex-ante ako nástroj predikovania finančnej situácie podnikov	5
Ex-ante Financial Analysis as Instrument for Prediction of Financial Situation of the Companies	

Lubica Šebová

Vývoj finančnej situácie podnikov v odvetví ubytovacích a stravovacích služieb v rokoch 2010 – 2012	14
The Development of Financial Situation of Enterprises in the Field of Accommodation and Hospitality Services in the Period of the Years 2010 - 2012	

Luboš Elexa

Zodpovedné podnikanie v cestovnom ruchu v nezodpovednej dobe	25
Responsible Entrepreneurship in Tourism in Irresponsible Era	

Ján Šebo, Lubica Šebová

Slovak PAYG Scheme Financial Stability and ABM Model Introduction	36
Finančná stabilita systému priebežného dôchodkového piliera na Slovensku a uplatnenie modelu automatického vyrovnávacieho mechanizmu	

Pavol Kráľ, Viliam Pischko

Efektívnosť verejných výdavkov vo vzťahu k rozvoju spoločnosti v krajinách Európskej únie	47
Efficiency of Public Expenditure in Relation to the Development of Society in the Countries of the European Union	

Jana Piteková, Lucia Dujavová

Využitie modelu input-output na kvantifikáciu priameho hrubého domáceho produktu cestovného ruchu dôchodkovou metódou	58
Usage of Input-output Model to Quantify Direct Gross National Product in Tourism by the Income Method	

Vanda Maráková, Ivana Šimočková

Hodnotenie imidžu Slovenska ako cieľového miesta cestovného ruchu z pohľadu domácich a zahraničných návštevníkov	66
Destination Image Evaluation of Slovakia from Domestic and Foreign Visitors' Point of View	

Vanda Maráková, Terézia Repáňová

Rozvoj cestovného ruchu v lokalitách kultúrneho dedičstva UNESCO na Slovensku	82
Tourism Development in the UNESCO World Heritage Sites in Slovakia	

Diskusia/ Discussion

Jitka Veselá, Věra Plhoňová

Možnosti spolupráce veřejnosti a veřejné správy při rozvoji životní úrovně ve městě Znojme	91
Possibilities of Cooperation Between Public and Public Administration in Developing the Standards of Living of City Znojmo	

Marek Obrębalski

Konkurencieschopnosť a atraktivnosť územných jednotiek – problémy identifikácie a hodnotenia	100
Competitiveness and Attractiveness of Territorial Units – Problems of Identification and Evaluation	

Z vedeckého života/ From Scientific Life

Konferencia o vzdelávaní mládeže s cieľom uľahčenia jej vstupu na trh práce (Marian Gúčík). ...	106
Conference on the Education of Youth in Order to Facilitate Its Entry into the Labor Market	

Determinanty flexibilizácie práce – medzinárodná vedecká konferencia (Erika Ľapinová)	109
Determinants of Labor Flexibilization - International Scientific Conference	

Medzinárodná vedecká konferencia o neplatenej práci (Miriam Martinkovičová)	112
International Scientific Conference about Unpaid Work	

Scientia Iuventa 2014 (Peter Hronček, Lukáš Smerek, Katarína Dubcová)	114
---	-----

Recenzie/ Book Review

Osm strategií růstu – Jak ovládnout trh (Andrej Malachovský)	116
<i>Eight Strategies for Growth - How To Dominate Market</i>	

Finančná analýza ex-ante ako nástroj predikovania finančnej situácie podnikov

Ex-ante Financial Analysis as Instrument for Prediction of Financial Situation of the Companies

Ľubica Lesáková, Petra Gundová

Financial managers and analysts use a range of simple and complex methods of ex-ante financial analysis to determine a future situation. The goal of ex-ante financial analysis is to point out in advance the factors which could in future endanger the existence of businesses or could even end in its bankruptcy. The aim of this paper is to present the result of empirical research focused on identifying the current situation in using of the prediction methods of ex-ante financial analysis in Slovak companies. In the article are formulated two partial goals. The first partial goal is to defined main reasons why Slovak companies do not use prediction methods. The second partial goal is to identify the most used methods of ex-ante financial analysis in Slovak companies. Following the goals of this study we formulated 4 hypotheses. The validity of hypotheses was verified by statistical software programme SPSS on basis of primary data gained in questionnaires.

Key words: *Financial analysis. Ex-ante financial analysis. Prediction methods. Quick test.*

JEL Classification: G_{30} , M_{21} .

Úvod

Jedným z dôsledkov dlhodobej krízy je okrem iného aj zlyhávanie podnikov. Zánik podniku má vplyv aj na ostatné subjekty z jeho okolia. Na tomto mieste vystupuje do popredia význam finančnej analýzy, ktorý narastá v súvislosti práve s meniacim sa vonkajším prostredím. Súčasťou komplexnej analýzy finančnej situácie podniku má byť okrem finančnej analýzy ex-post, ktorá je orientovaná do minulosti, aj finančná analýza ex-ante, ktorá sa zameriava do budúcnosti. Zmysel predikčných metód finančnej analýzy ex-ante je v tom, že prostredníctvom nich môžu podniky negatívnu situáciu v budúcnosti s určitou mierou pravdepodobnosti predikovať, a môžu urobiť ozdravné opatrenia v dostatočnom časovom predstihu pred vznikom krízovej udalosti. Aj keď je potrebné si uvedomiť, že nie všetky opatrenia vedú k ozdraveniu podnikov, určitý počet podnikateľských subjektov by dokázal negatívnej situácii predísť.

1. Teoretické východiská finančnej analýzy ex-ante

Finančná analýza ex-ante má za úlohu predikovať vývoj podnikových financií, prognózovať budúcu finančnú spôsobilosť podniku prirodzene s presnosťou lišiacou sa podľa „vzdialenosti“

cieľovej budúcnosti od súčasnosti (Zalai a kol., 2010). Finančná analýza ex-ante síce používa rovnaké ukazovatele ako finančná analýza ex-post, ale oveľa komplexnejšie a v rôznych kombináciách, čím sa eliminujú nevýhody retrospektívne orientovanej finančnej analýzy ex-post. Budúca finančná situácia podniku sa posudzuje na základe výpočtu syntetickej veličiny, do ktorej sú zhrnuté finančné ukazovatele s najlepšou výpovednou schopnosťou (Lesáková, 2004). Význam finančnej analýzy ex-ante je aj v správnom odhade budúceho potenciálu podniku pre reálne stanovenie jeho finančných cieľov, podľa Lesákovskej (2003), vrcholový manažment na základe analýz a prognóz formuluje na príslušný časový horizont finančné ciele podniku. Z toho je zrejmé, že predikcia budúceho vývoja podniku vychádza z dosiahnutých výsledkov v súčasnosti, v ktorých sú obsiahnuté symptómy ďalšieho vývoja, čo potvrdzuje prepojenosť medzi finančnou analýzou ex-post a finančnou analýzou ex-ante.

Pre predikčné metódy finančnej analýzy ex-ante je charakteristické, že musia umožniť s primeranou spoľahlivosťou zaradiť podniku do kategórie prosperujúcich, resp. neprosperujúcich podnikov. Odborná literatúra uvádza viaceré predikčné modely a ich klasifikácie, ktoré sa snažia viac alebo menej úspešne zhodnotiť a prognózovať výkonnosť podniku. V klasifikáciách predikčných metód viacerých domácich i zahraničných autorov (Altman, 2002; Kotulič a kol., 2007; Fetisovová, Nagy, 2010; Checkley, Dickinson, 2010; Zalai a kol., 2010) sa vyskytuje metóda viacrozmernej diskriminačnej analýzy, ktorá predstavuje najpoužívanější spôsob predikcie finančného zdravia podniku.

V stati sa prikláňame ku klasifikácii predikčných metód do štyroch kategórií, a to metódy bodového hodnotenia, matematicko-štatistické metódy, metódy multikriteriálneho hodnotenia a neurónové siete. K najznámejším metódam bodového hodnotenia patrí rýchly test a Tamariho rizikový index, pričom ich hlavnou výhodou je jednoduchosť, časová nenáročnosť a rýchlosť. Slabou stránkou oboch metód je subjektivnosť, keďže bodové stupnice sú spravidla určené expertnými metódami. Na základe tejto skutočnosti môžeme polemizovať o správnosti dosiahnutého výsledku stanoveného pomocou metód bodového hodnotenia. Matematicko-štatistické metódy (viacrozmerná diskriminačná analýza) sa vyznačujú najmä svojou exaktnosťou. Ich obmedzením je splnenie viacerých štatistických predpokladov (normálne rozdelenie ukazovateľov a ich rozlišovacia schopnosť, rovnosť kovariančných matíc a pod.). Metóda multikriteriálneho hodnotenia je metodicky najnáročnejšia, pričom túto skutočnosť môžeme považovať za jej slabú stránku. Je potrebné si uvedomiť, že metóda multikriteriálneho hodnotenia poskytuje finančnému analytikovi najväčšiu voľnosť, nakoľko výber konkrétnych ukazovateľov môže doslova „ušiť“ na mieru analyzovaného podniku. Najvýznamnejšou prednosťou neurónových sietí je schopnosť odhaliť nelineárne súvislosti v údajoch a schopnosť učiť sa. Charakter neurónových sietí a tiež to, že ich aplikácia si vyžaduje špeciálnu softvérovú podporu, vytvárajú predpoklady na ich využitie predovšetkým vo veľkých podnikoch, ktoré vo všeobecnosti viac využívajú metódy predikcie finančnej analýzy ex-ante v porovnaní s malými a strednými podnikmi.

Dôležitou skutočnosťou, ktorej musia finanční analytici venovať zvýšenú pozornosť pri všetkých metódach predikcie je, že klasifikačná schopnosť predikčných metód klesá v prípade, ak sa metódy aplikujú v iných oblastiach, inom čase alebo podnikateľskom prostredí, pre ktoré boli primárne vytvorené. Na tento fakt upozorňujú vo svojich prácach viacerí autori (Grice, Dugan, 2001; Nieman, Schmidt, Neukirchen, 2008; Wu, Gaunt, Gray, 2010).

2. Cieľ, materiál a metodika

Cieľom state je prezentovať výsledky primárneho prieskumu zameraného na zistenie súčasného stavu vo využívaní predikčných metód finančnej analýzy ex-ante v ekonomickom prostredí Slovenskej republiky. Na uvedený cieľ nadväzujú dva čiastkové ciele. Prvým čiastkovým cieľom je definovať dôvody, prečo slovenské podnikateľské subjekty vo svojej praxi nevyužívajú jednotlivé metódy finančnej analýzy ex-ante. Druhým čiastkovým cieľom je identifikovať najpoužívanjšie predikčné metódy finančnej analýzy ex-ante v praxi slovenských podnikov.

V nadväznosti na hlavný cieľ a dva čiastkové ciele sme formulovali štyri hypotézy, ktoré sme testovali v štatistickom softvérovom programe SPSS na hladine významnosti 5 %, t.j. $\alpha = 0,05$. V hypotéze H1 predpokladáme, že viac ako 50 % slovenských podnikov, bez ohľadu na svoju veľkosť, nevyužíva metódy finančnej analýzy ex-ante na predikovanie budúceho vývoja. Hypotézu H1 sme overili exaktným binomickým testom. V hypotéze H2 predpokladáme, že využívanie metód finančnej analýzy ex-ante je priamo úmerné veľkosti podniku, t.j. veľké podniky využívajú metódy finančnej predikcie viac ako malé podniky. Z formulácie hypotézy vyplýva, že predpokladáme vzájomnú závislosť medzi veľkosťou podniku a využívaním predikčných metód. Platnosť hypotézy sme overili korelačnou analýzou, pritom v štatistickom softvérovom programe SPSS sme použili Fisherov exaktný test. Na meranie intenzity závislosti skúmaných kvalitatívnych znakov sme zvolili dve korelačné charakteristiky (koeficienty korelácie), a to Pearsonov kontingenčný koeficient a Cramerov kontingenčný koeficient. V hypotéze H3 predpokladáme, že slovenské podnikateľské subjekty nevyužívajú metódy finančnej analýzy ex-ante najmä pre ich neznalosť. Hypotézu sme overili parametrickým testom hypotézy o relatívnej početnosti základného súboru. Danú testovaciu štatistiku sme použili aj na overenie hypotézy H4, v ktorej predpokladáme, že v podnikovej praxi sa z metód finančnej analýzy ex-ante najviac využívajú metódy bodového hodnotenia.

Na získanie údajov sme použili metódu opytovania pomocou dotazníka. Dotazníkový prieskum sme realizovali od júna do septembra 2013. Dotazník sme distribuovali všetkým veľkostným typom slovenských podnikov. Základný súbor predstavovali podnikateľské subjekty so sídlom v Slovenskej republike a zapísané v Obchodnom registri Slovenskej republiky. Podľa informácií Štatistického úradu Slovenskej republiky bol počet slovenských podnikateľských subjektov k 31. 12. 2012 164 771 podnikov. Výberový súbor tvorilo 820 podnikov, ktoré sú podľa χ^2 kvadrát testu dobrej zhody reprezentatívne podľa miesta pôsobenia podniku, t.j. regionálneho zastúpenia (p -hodnota = 0,575) a podľa predmetu činnosti, t.j. odvetvia na základe klasifikácie SK NACE (p -hodnota = 0,223). Z výsledkov testu dobrej zhody vyplýva, že závery dotazníkového prieskumu je možné zovšeobecniť na celý základný súbor. Na základe obsahového zamerania state sme reprezentatívnosť súboru podľa veľkosti podniku neoverovali. Výberový súbor tvoria najmä podnikateľské subjekty pochádzajúce z Bratislavského samosprávneho kraja (35,44 %, t.j. 276 podnikov). Zastúpenie podnikov z ostatných samosprávnych krajov bolo relatívne vyrovnané, pričom sa pohybovalo v rozmedzí od 8,90 %, t.j. 73 podnikov (Banskobystrický samosprávny kraj), po 9,88 %, t.j. 81 podnikov (Trenčiansky samosprávny kraj). V analyzovanom súbore sa nachádzali najmä podniky z oblasti veľkoobchodu a maloobchodu (242 podnikov), priemyslu (96 podnikov) a stavebníctva (65 podnikov). Najväčší podiel vo výberovom súbore mali malé podnikateľské subjekty (68,05 %) a stredné podniky s počtom zamestnancov 50 až 249 (24,63 %). Podiel veľkých podnikov predstavoval 7,32 %.

Na naplnenie stanoveného cieľa sme použili viaceré vedecké metódy skúmania, a to najmä analýzu a syntézu, indukciu a dedukciu, abstrakciu, komparáciu a generalizáciu.

3. Výsledky a diskusia

Z prieskumu vyplýva, že viac ako polovica podnikateľských subjektov (54,39 %) vypracováva finančnú analýzu pravidelne. Zo 446 podnikov bolo 252 malých podnikov, 142 stredných podnikov a 52 veľkých podnikov. Vidíme, že v absolútnom vyjadrení veľké podniky predstavovali najmenší počet. Je však potrebné zdôrazniť, že analyzovaný súbor 820 podnikov tvorilo 60 veľkých podnikateľských subjektov, pričom 86,67 % (v absolútnom vyjadrení 52) týchto podnikov vypracováva finančnú analýzu pravidelne. Táto skutočnosť je logická, keďže vzhľadom na rozsah činnosti veľkých podnikateľských subjektov sa v podnikoch tohto typu nachádza samostatné ekonomické, resp. finančné oddelenie s viacerými zamestnancami. Skutočnosť, že finančnú analýzu vypracovávajú najmä veľké podniky, potvrdzuje aj fakt, že zo 176 podnikov, ktoré finančnú analýzu vôbec neuskutočňujú, boli iba 4 veľké podnikateľské subjekty, 18 respondentov predstavovali stredné podniky a ostatných 154 respondentov predstavovali malé podniky. Podnikateľské subjekty nevypracovávajú finančnú analýzu pravidelne najmä pre jej časovú náročnosť (36,36 %) a nedostatok vedomostí o finančnej analýze podniku (16,85 %). Odpoveď o časovej náročnosti finančnej analýzy považujeme za diskutabilnú, pretože silnou stránkou metód finančnej analýzy je práve rýchlosť (časová nenáročnosť) a jednoduchosť. Ak však predpokladáme, že v podnikateľskej praxi sú finančné otázky v kompetencii osoby (mnohokrát majiteľa podniku), ktorá je primárne zodpovedná aj za realizáciu a riešenie iných úloh, môže byť z pohľadu tejto osoby finančná analýza časovo náročná.

Podnikateľské subjekty konkretizovali ukazovatele, ktoré využívajú na diagnostikovanie ich finančného zdravia, pričom mohli označiť viac ako iba jednu možnosť. Najväčší počet podnikateľských subjektov (446 podnikov) označilo možnosť, že na hodnotenie finančného zdravia využíva výsledok hospodárenia. Z daného zistenia vyplýva, že všetky podnikateľské subjekty, ktoré pravidelne vypracovávajú finančnú analýzu, používajú na hodnotenie finančnej situácie výsledok hospodárenia. Podnikateľské subjekty vo svojej praxi preferujú aj pomerové finančné ukazovatele (316 podnikov) a ukazovateľ EVA (48 podnikov). Iba 30 podnikateľských subjektov (3,65 %) uviedlo ako ukazovatele na diagnostikovanie finančného zdravia predikčné metódy. Môžeme konštatovať, že metódy predikcie nie sú v praxi slovenských podnikateľských subjektov preferované. Priemerný počet ukazovateľov na hodnotenie finančnej situácie podniku je 1,7 ukazovateľa. Podniky najčastejšie využívajú iba 1 ukazovateľ (modus) a medián predstavujú 2 ukazovatele. Všetky tieto výsledky poukazujú na veľmi malý počet využívaných ukazovateľov.

Termín „finančná analýza ex-ante“ nie je v podnikateľskej praxi známy, keďže až 59,76 % respondentov (490 podnikov) uviedlo, že sa s pojmom predtým nestretlo. Druhú najpočetnejšiu skupinu respondentov (27,19 %, t.j. 223 podnikov) predstavujú podnikateľské subjekty, ktoré o termíne „finančná analýza ex-ante“ počuli, ale nemajú o ňom detailnejšie informácie. Ako sme predpokladali, len 13,05 % respondentov (107 podnikov) sa s pojmom „finančná analýza ex-ante“ stretlo a dokonca predikčné metódy vo svojej praxi využíva. V tomto prípade vidíme nesúlad s odpoveďou, v ktorej iba 30 respondentov uviedlo, že na posúdenie finančného zdravia využíva metódy predikcie.

Detailnejšie priblíženie podnikov, ktoré finančnú analýzu ex-ante poznajú a využívajú aj jej metódy, vzhľadom na počet ich zamestnancov, zachytáva tabuľka 1.

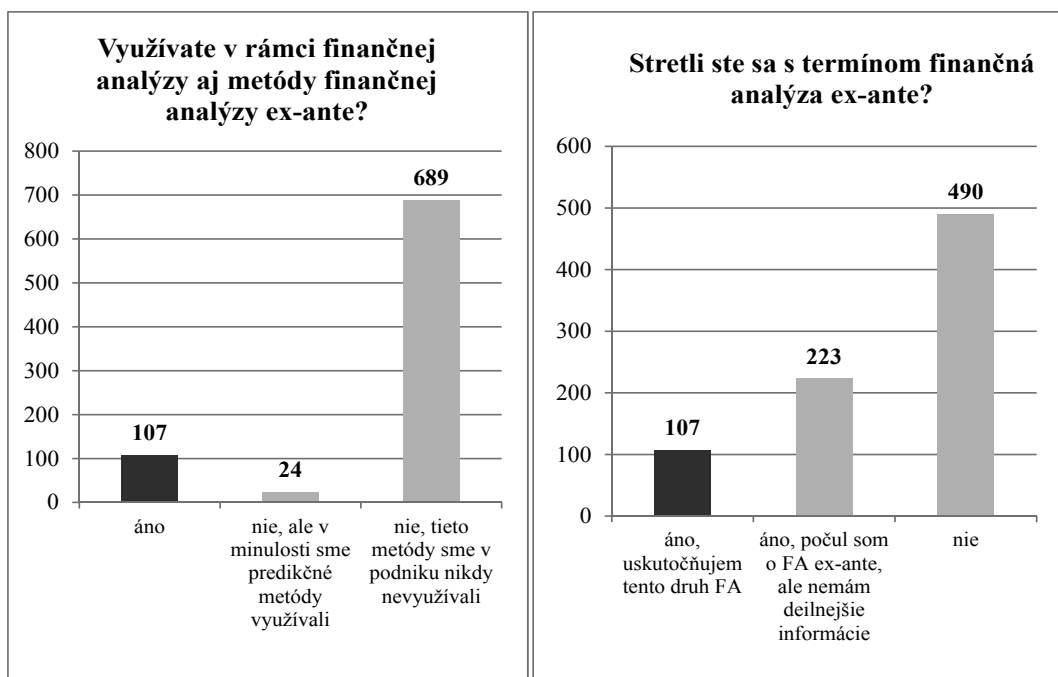
Tabuľka 1 Povedomie o finančnej analýze ex-ante vzhľadom na veľkosť podniku

Povedomie o finančnej analýze ex-ante	Charakteristika podniku			Spolu
	malý	stredný	veľký	
Pozná a používa metódy finančnej analýzy ex-ante	33	50	24	107
Pozná, ale nemá bližšie informácie	144	65	14	223
Nepozná finančnú analýzu ex-ante	381	87	22	490
Spolu	558	202	60	820

Prameň: Spracované na základe výsledkov dotazníkového prieskumu.

Najpočetnejšiu skupinu predstavujú stredné podnikateľské subjekty, keďže 50 respondentov označilo túto možnosť. Z relatívneho vyjadrenia však vyplýva, že najlepšie povedomie o finančnej analýze ex-ante majú veľké podnikateľské subjekty, pretože až 40 % (24 podnikov) zo všetkých 60 veľkých podnikov nachádzajúcich sa v súbore využíva v podnikateľskej praxi metódy predikcie. Dané zistenie potvrdilo náš predpoklad o tom, že predikčné metódy využívajú najmä veľké podniky. Túto skutočnosť dopĺňa aj fakt, že nedostatok informácií o finančnej analýze ex-ante je zrejmý najmä v malých podnikoch (381 podnikateľských subjektov).

Podnikateľské subjekty mali určiť, či v súčasnosti využívajú pri finančnej analýze aj metódy analýzy ex-ante na predikovanie budúceho finančného vývoja, pričom mohli uviesť jednu z troch možností (okrem odpovedí áno a nie, bola na výber aj možnosť „nie, ale v minulosti sme predikčné metódy využívali“). Išlo o kontrolnú otázku. V prípade, ak respondenti vyplnili dotazník správne, mal by byť počet kladných odpovedí 107. Na porovnanie uvádzame v grafe 1 výsledky obidvoch otázok, kde 107 respondentov uviedlo, že metódy finančnej analýzy ex-ante vo svojej podnikateľskej praxi v súčasnosti využíva.



Graf 1 Využívanie metód finančnej analýzy ex-ante – komparácia výsledkov

Prameň: Spracované na základe výsledkov dotazníkového prieskumu.

Uvedená otázka bola spojená s dvomi hypotézami, a to H1 a H2. Platnosť hypotézy H1, v ktorej sme predpokladali, že viac ako 50 % slovenských podnikov nevyužíva metódy finančnej analýzy ex-ante, sme overili v štatistickom softvérovom programe SPSS, pričom exaktný binomický test bol zvolený ako testovacia štatistika. Stanovili sme nulovú ($H_0: \pi = 0,5$) a alternatívnu hypotézu ($H_1: \pi > 0,5$). Z výsledkov binomického testu vyplynulo, že p-hodnota je nižšia ako zvolená hladina významnosti α (0,05), t.j. na 5 %-nej hladine významnosti nulovú hypotézu zamietame. Z toho vyplýva, že na 5 %-nej hladine významnosti potvrdzujeme hypotézu H1. Výsledky exaktného binomického testu potvrdili predpoklad o tom, že predikčné metódy finančnej analýzy ex-ante nie sú preferované v praxi slovenských podnikateľských subjektov.

Na overenie platnosti hypotézy H2, ktorá predpokladala, že využívanie metód finančnej analýzy ex-ante je priamo úmerné veľkosti podniku, t.j. veľké podniky využívajú metódy finančnej analýzy ex-ante viac ako malé podniky, sme použili korelačnú analýzu. Hlavným cieľom korelačnej analýzy je zistiť závislosť medzi dvomi kvalitatívnymi znakmi. Na overenie existencie závislosti sme použili Fisherov exaktný test. Ako prvé bolo potrebné uskutočniť test o nezávislosti dvoch kvalitatívnych znakov – Chí kvadrát test, pričom sme formulovali nulovú a alternatívnu hypotézu: H_0 : znaky sú nezávislé, t.j. využívanie metód predikcie finančnej analýzy ex-ante nezávisí od veľkosti podniku; H_1 : znaky nie sú nezávislé, t.j. využívanie metód predikcie finančnej analýzy ex-ante závisí od veľkosti podniku.

Keďže p-hodnota bola nižšia ako hladina významnosti α , mohli sme na 5 %-nej hladine významnosti zamietnuť hypotézu H_0 o nezávislosti dvoch kvalitatívnych znakov, z čoho vyplýva, že využívanie metód predikcie finančnej analýzy ex-ante závisí od veľkosti podniku. Na základe tejto skutočnosti sme sa rozhodli z korelačných charakteristík použiť Cramerov koeficient a Pearsonov kontingenčný koeficient. Ich hodnota umožnila určiť tesnosť vzťahu medzi skúmanými kvalitatívnymi znakmi. Hodnota Cramerovho koeficientu bola na úrovni 0,232, z čoho vyplýva, že medzi využívaním predikčných metód finančnej analýzy ex-ante a veľkosťou podniku je slabá až stredne silná závislosť. Túto skutočnosť potvrdil aj Pearsonov kontingenčný koeficient, ktorého hodnota po prepočítaní bola 0,382. Uvedené výsledky nám dovoľujú na 5 %-nej hladine významnosti potvrdiť hypotézu H2.

Podnikateľské subjekty mali definovať dôvod, prečo vo svojej praxi nevyužívajú predikčné metódy finančnej analýzy ex-ante. Keďže išlo o otvorenú otázku, do popredia sa dostala nevýhoda, ktorá z takého typu otázok vyplýva, a to je neochota respondentov na otázku odpovedať. Až 261 podnikov (36,60 %) na otázku neodpovedalo, čo predstavovalo najpočetnejšiu skupinu podnikov. Riešenie problému bolo možné na základe výberu jednej z dvoch možností, a to dotazníky z analyzovaného súboru úplne vylúčiť alebo respondentov, ktorí na otázku neodpovedali, analogicky rozdeliť medzi jednotlivé skupiny identifikovaných dôvodov nevyužívania metód (neznalosť, malý podnik, vlastné predikčné metódy, časová náročnosť, nepotrebnosť, nevyžadovanie metód od vedenia podniku) v rovnakých pomeroch ako respondentov, ktorí odpovedali. Zvolili sme druhú z možností a 261 odpovedí sme prostredníctvom štatistického programu SPSS rozdelili medzi ostatné kategórie. Hlavné dôvody nevyužívania metód finančnej analýzy ex-ante po uvedenej úprave a po zaokrúhlení zachytáva tabuľka 2.

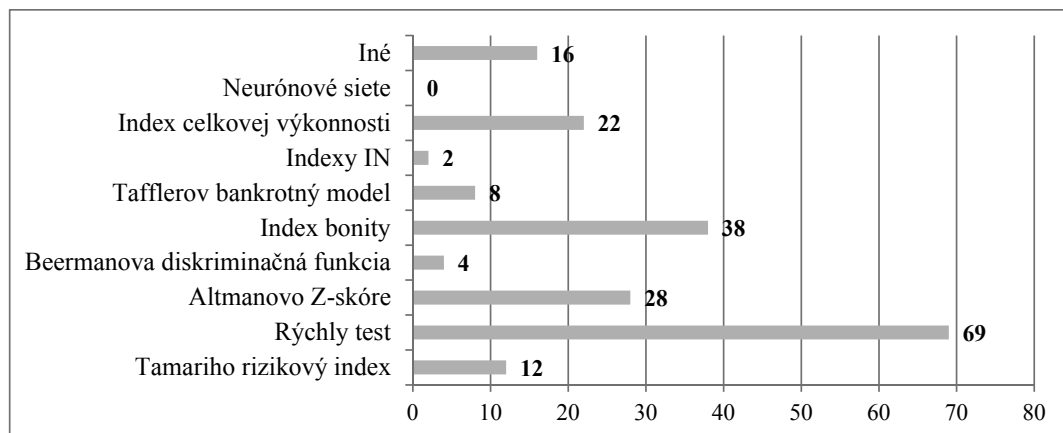
Tabuľka 2 Hlavný dôvod nevyužívania metód finančnej analýzy ex-ante po úprave

Hlavný dôvod nevyužívania metód FA ex-ante	Počet podnikov	Podiel v %
Neznalosť	298	41,80
Malý podnik	120	16,83
Vlastné predikčné metódy	115	16,13
Časová náročnosť	17	2,38
Nepotrebnosť metód predikcie	112	15,71
Nevyžaduje vedenie podniku	51	7,15
Spolu	713	100,00

Prameň: Spracované na základe výsledkov dotazníkového prieskumu.

Cieľom hypotézy H3 bolo ukázať, že hlavným dôvodom nevyužívania metód finančnej analýzy ex-ante v podnikateľskej praxi je neznalosť týchto metód. Z hypotézy vyplýva, že podiel tých respondentov, ktorí uviedli hlavný dôvod nevyužívania neznalosť, by mal byť vyšší ako podiel respondentov, ktorí uviedli ostatné dôvody nevyužívania metód. Na overenie platnosti hypotézy H3 sme použili test o zhode pravdepodobnosti (relatívnej početnosti). Predpokladáme, že to, či podniky uviedli hlavný dôvod neznalosť a ostatné dôvody (malý podnik, vlastné predikčné metódy, časová náročnosť, nepotrebnosť metód predikcie, nevyžaduje vedenie podniku) je na sebe nezávislé. Postupne sme porovnávali početnosti pre neznalosť s ostatnými piatimi početnosťami, t.j. urobili sme 5 párových porovnaní. Keďže sme uskutočnili viacnásobné porovnanie, bolo potrebné urobiť korekciu, pričom pre jednoduchosť sme uvažovali Bonferoniho korekciu (požadovanú hladinu významnosti sme vydělili počtom testov, v našom prípade hladinu významnosti $\alpha = 0,05$ sme podelili piatimi, t.j. pri jednotlivých piatich testoch sme na rozhodnutie použili hladinu významnosti 0,01). Vo všetkých piatich prípadoch bola p-hodnota nižšia ako hodnota 0,01, z čoho vyplýva, že na 5 %-nej hladine významnosti potvrdzujeme hypotézu H3.

Podnikateľské subjekty vo svojej praxi najviac využívajú rýchly test, keďže túto metódu označilo až 69 respondentov, pričom podniky mohli určiť viac metód predikcie (graf 2).



Graf 2 Predikčné metódy využívané v praxi slovenských podnikov

Prameň: Spracované na základe výsledkov dotazníkového prieskumu.

Skutočnosť, že podniky spomedzi metód finančnej analýzy ex-ante preferujú metódu rýchly test, vyplýva z jeho silných stránok, a to je jednoduchosť, rýchlosť, časová nenáročnosť, a taktiež fakt, že je súčasťou softvérových programov zameraných na finančnú analýzu. Na základe poslednej uvedenej skutočnosti postupne začínajú túto predikčnú metódu využívať aj malé a stredné podnikateľské subjekty. Následne nás preto zaujímala veľkostná štruktúra súboru 69 podnikov, pričom išlo o 25 malých, 32 stredných a 12 veľkých podnikateľských subjektov. Podľa odvetvového zamerania 34,78 % (24 podnikov) zo 69 podnikov využívajúcich rýchly test je z oblasti veľkoobchodu a maloobchodu, 30,43 % (21 podnikov) uviedlo v identifikačnej časti možnosť „Iné“ a 20,29 % (14 podnikov) pôsobí v priemysle.

Index bonity predstavoval v analyzovanom súbore podnikov druhú najpoužívanejšiu metódu finančnej analýzy ex-ante, keďže až 38 respondentov označilo danú možnosť. Do prvej trojice predikčných metód, ktoré sú v podnikateľskej praxi preferované, sme mohli na základe prieskumu zaradiť aj Altmanovo Z-skóre (28 podnikov).

Možnosť „Iné“ uviedlo 16 podnikateľských subjektov, z toho 12 svoje predikčné metódy nekonkretizovalo. Ostatné 4 podnikateľské subjekty používajú na predikciu finančného vývoja Zmijewského model, ktorý patrí do skupiny probit modelov. V súbore 107 podnikateľských subjektov sa nenachádza ani jeden podnik, ktorý by na predikovanie svojho finančného vývoja využíval neurónové siete. Táto skutočnosť vyplýva najmä z náročnosti neurónových sietí na výpočtovú techniku (ich aplikácia vyžaduje špeciálnu softvérovú podporu).

Hypotézou H4 sme predpokladali, že v podnikateľskej praxi sa z metód finančnej analýzy ex-ante najviac využívajú metódy bodového hodnotenia. K metódam bodového hodnotenia patrí Tamariho rizikový index a rýchly test. Na overenie platnosti hypotézy sme opäť použili test o relatívnej početnosti. Z formulácie hypotézy H4 vyplýva, že podiel podnikov, ktoré používajú metódy bodového hodnotenia, je vyšší ako podiel tých podnikov, ktoré používajú všetky ostatné metódy finančnej analýzy ex-ante. Predpokladali sme, že to, či podniky používajú metódy bodového hodnotenia a ostatné metódy finančnej analýzy ex-ante, je na sebe nezávislé (t.j. používanie metód bodového hodnotenia nám nič nehovorí o používaní ostatných metód finančnej analýzy ex-ante a naopak). Uskutočnili sme párové porovnanie a na základe výsledkov Chí-kvadrát testu môžeme na 5 %-nej hladine významnosti potvrdiť hypotézu H4. Výstupy štatistického overovania hypotézy potvrdili predpoklad o tom, že slovenské podniky z metód finančnej analýzy ex-ante preferujú metódy bodového hodnotenia.

Záver

Na základe výsledkov prieskumu môžeme dedukovať aktuálny podnikateľský pohľad na predikčné metódy finančnej analýzy ex-ante. Prvotným predpokladom na zaujatie stanoviska podniku k súčasnému významu metód predikcie a následne k ich využívaniu v podnikateľskej praxi sú nevyhnutné znalosti a vedomosti o problematike finančnej analýzy ex-ante. V prostredí slovenských podnikateľských subjektov sa dostávajú do popredia polemiky o význame predikcie finančného vývoja podniku prostredníctvom finančnej analýzy ex-ante. Túto skutočnosť potvrdili aj výsledky primárneho prieskumu. Využívanie metód finančnej analýzy ex-ante v praxi slovenských podnikov je okrem iného ovplyvnené aj pretrvávajúcou globálnou ekonomickou krízou. Ekonomický vývoj núti finančných manažérov a analytikov, aby pri svojich rozhodnutiach prihliadali i na neustále rastúci vplyv a pôsobenie rizika a neistoty.

V podnikateľských subjektoch pochádzajúcich z ekonomicky vyspelých krajín sa analýze rizika prikladá veľký význam. Podniky by si mali uvedomiť, že aplikovanie systémov podnikového manažmentu rizika môže predstavovať významnú konkurenčnú výhodu z pohľadu dlhodobej stratégie úspešného fungovania podniku v podmienkach globálneho trhu. Práve preto by si mali slovenské podnikateľské subjekty osvojiť nové postupy v riadení, ktoré zahŕňujú aj manažment rizika. Je potrebné zdôrazniť, že práve pôsobením rizika a neistoty sa znižuje aj vypovedacia schopnosť a spoľahlivosť jednotlivých predikčných metód finančnej analýzy ex-ante. Preto je nevyhnutné, aby si finanční manažéri pri aplikácii všeobecne známych predikčných metód a pri interpretovaní ich výsledkov uvedomili, že jednotlivé modely a metódy nie je možné považovať za nemenné a pevne stanovené. Predikčné modely nie sú stopercentne schopné postihnúť špecifické znaky jednotlivých podnikov a podmienok, v ktorých pôsobia.

Kľúčové slová: Finančná analýza. Finančná analýza ex-ante. Predikčné metódy. Rýchly test.

Zoznam použitej literatúry

1. ALTMAN, E. I. 2002. *Bankruptcy, credit risk, and high yield junk bonds*. Malden : Blackwell, 2002. 540 s. ISBN 0631225633.
2. FETISOVOVÁ, E., NAGY, L. 2010. Prognózovanie finančnej situácie pomocou Virágov a Hajduho modelu. In *Zborník vedeckých statí VEGA č. 1/0165/08, VEGA č. 1/0425/08 a VEGA č. 1/0276/08 : 1. VEGA č. 1/0165/08: Interakcie rozpočtovo-kapitálových a finančných rozhodnutí a ich vplyv na rast trhovej hodnoty podniku*. Bratislava : Vydavateľstvo EKONÓM, 2010. ISBN 978-80-225-3142-9, s. 12-16.
3. GRICE, J. S., DUGAN, M. T. 2001. The limitations of bankruptcy prediction models: Some cautions for the researchers. In *Review of Quantitative Finance and Accounting*, roč. 17, 2001, ISSN 1573-7179, s. 151-166.
4. CHECKLEY, K., DICKONSON, K. 2000. *Problem Loans, A banker's guide*. London : United Kingdom, Copyright. 2000. ISBN 978-18-556-4748-0.
5. KOTULIČ, R. A KOL. 2007. *Finančná analýza podniku*. Bratislava : Iura Edition, 2007. 206 s. ISBN 978-80-8078-117-0.
6. LESÁKOVÁ, Ľ. 2003. *Firemné plánovanie v malých a stredných podnikoch*. Banská Bystrica : Ekonomická fakulta Univerzity Mateja Bela, 2003. 140 s. ISBN 80-8055-756-X.
7. LESÁKOVÁ, Ľ. 2004. *Metódy hodnotenia výkonnosti malých a stredných podnikov*. Banská Bystrica : Univerzita Mateja Bela, 2004. 121 s. ISBN 80-8055-914-7.
8. NIEMAN, M., SCHMIDT, J. H., NEUKIRCHEN, M. 2008. Improving performance of corporate rating prediction models by reducing heterogeneity. In *Journal of Banking and Finance*, roč. 32, 2008. ISSN 0378-4266, s. 434-446.
9. WU, Y., GAUNT, C., GRAY, S. 2010. A comparison of alternative bankruptcy prediction models. In *Journal of Contemporary Accounting and Economics*, roč. 6, 2010, č. 1. ISSN 18155669, s. 34-45.
10. ZALAI, K. A KOL. 2010. *Finančno-ekonomická analýza podniku*. Bratislava : Sprint vŕa, 2010. 448 s. ISBN 80-89393-15-2.

Adresa autoriek: prof. Ing. Ľubica Lesáková, PhD., Ing. Petra Gundová, Ekonomická fakulta UMB, Tajovského 10, 975 90 Banská Bystrica; e-mail: lubica.lesakova@umb.sk; petra.gundova@umb.sk

Vývoj finančnej situácie podnikov v odvetví ubytovacích a stravovacích služieb v rokoch 2010 - 2012

The Development of Financial Situation of Enterprises in the Field of Accommodation and Hospitality Services in the Period of the Years 2010 - 2012

Eubica Šebová

The subject of financial analysis is financial situation research. The main aim of this article is to explore and evaluate the financial situation of enterprises in the field of accommodation and hospitality services in Slovakia from 2010 – 2012. The main data source for financial analysis is acquired from the annual bulletin of Mean Values of Financial Indexes of Economic Activity of the Slovak Republic. The financial analysis provides us with the information about the financial situation and development of the basic financial indicators, signalises the main financial risks and provides grounds for possible improvements of the enterprises. Based on the information from the bulletin, we have found out that the financial condition of the accommodation and hospitality services activities in the years 2010 – 2012 was unpleasant.

Key words: Financial analysis. Financial situation. Accommodation services. Hospitality services.

JEL Classification: C_{40} , L_{80} , M_1 .

Úvod

Dôležitou súčasťou úspešného pôsobenia podniku v konkurenčnom prostredí je sledovanie jeho finančnej situácie. Finančná situácia je predmetom skúmania finančnej analýzy. V súčasnosti sa už žiadny podnik nezaobíde bez skúmania svojej finančnej situácie a jej vývoja, bez analýzy faktorov, ktoré môžu ohroziť finančnú stabilitu. Manažment všetkých podnikov, vrátane podnikov z odvetvia hotelov a reštaurácií, by mal byť schopný pravidelne hodnotiť efektívnosť využívania prostriedkov z vlastných a cudzích zdrojov, identifikovať možné slabé miesta a vyhnúť sa tak ohrozeniam v budúcnosti. Mnohé podniky cestovného ruchu sa častokrát sústreďia iba na dosahovanie zisku a nevšímajú si pritom problémy a hodnoty v iných oblastiach. Najčastejšie používanou metódou finančnej analýzy v teórii a praxi je analýza pomocou finančných pomerových ukazovateľov, ktorá je vhodná aj pre malé a stredné podniky, ktoré majú prevažné zastúpenie medzi podnikmi cestovného ruchu (Lesáková, 2004). Sledovať finančné pomerové ukazovatele v podnikoch cestovného ruchu odporúčajú viacerí autori (Gúčik, 2000; Sládek, 2006; Lesáková, 2007). Pri sledovaní vývoja finančnej situácie odvetvia hotelov a reštaurácií na Slovensku v rokoch 2010 – 2012 sa zameriame na finančnú analýzu ex post, a to hlavne na ukazovatele aktivity, likvidity,

rentability a zadlženosti. Uvedené ukazovatele spolu úzko súvisia a vplyvajú na výslednú finančnú situáciu podniku.

1. Cieľ, materiál a metodika skúmania

Cieľom state je analýza a hodnotenie finančnej situácie podnikateľských subjektov v odvetví hotelov a reštaurácií registrovaných v obchodnom registri, ktoré účtujú v systéme podvojného účtovníctva na Slovensku v rokoch 2010 až 2012. Finančnú situáciu skúmame prostredníctvom finančných pomerových ukazovateľov aktivity, likvidity, rentability a zadlženosti s ohľadom na dostupné údaje získané z účtovných závierok subjektov. Pri analýze využívame údaje získané z ročeniek „Stredné hodnoty finančných ukazovateľov ekonomických činností Slovenskej republiky“ za obdobie rokov 2010 až 2012 a údaje Štatistického úradu Slovenskej republiky. Finančnú analýzu odvetvia hotelov a reštaurácií na Slovensku skúmame z makroekonomického hľadiska, preto sú pre analýzu podstatné uvedené sekundárne zdroje. Sledujeme vývoj jednotlivých finančných ukazovateľov, porovnávame ich, pričom využívame vybrané metódy opisnej štatistiky.

Ukazovatele finančnej analýzy odvetvia umožňujú získať obraz o **jeho** základných finančných charakteristikách a poskytujú cenné informácie pre všetky subjekty pôsobiace v odvetví, ako aj subjekty zvažujúce svoj vstup akoukoľvek formou do odvetvia. Podniky pôsobiace v odvetví môžu porovnávať svoju finančnú situáciu so situáciou celého odvetvia.

Odvetvie hotelov a reštaurácií patrí do sféry služieb. Podľa Vyhlášky Štatistického úradu Slovenskej republiky č. 306/2007 Z.z. o Štatistickej klasifikácii ekonomických činností, sú ekonomické činnosti rozdelené do sekcií, divízií, skupín, tried a podtried. Sektor cestovného ruchu integruje ekonomické činnosti, z ktorých viaceré majú polyfunkčný charakter.

Odvetvie ubytovacích a stravovacích služieb je podľa klasifikácie ekonomických činností SK NACE rev. 2 zaradené do sekcie I – ubytovacie a stravovacie služby, z toho ubytovanie patrí do divízie 55 a činnosti reštaurácií a pohostinstiev do divízie 56.

„Hotely a reštaurácie zahŕňajú poskytovanie krátkodobého ubytovania v zariadeniach hotelového typu a penziónoch (hotely, kempingy, mládežnícke ubytovne, turistické nočľahárne a horské chaty, vysokoškolské internáty, domovy mládeže a pod.) a pohostinské služby (stravovanie, občerstvenie, prípadne spoločenskú a zábavnú činnosť) a iné účelové stravovanie (reštaurácie, predajne s rýchlym občerstvením, bufety, cukrárne, bary, nočné kluby, pivárne, vinárne, jedálne, závodné, školské a študentské jedálne, výrobu a dodávku jedál, pohostenie ap.)“ (Štatistická ročenka Slovenskej republiky, 2010, s. 474).

Na území Slovenska bolo v rokoch 2010 až 2012 v priemere 3 260 ubytovacích zariadení, z toho na hromadné ubytovacie zariadenia pripadlo 82,2 %. Z počtu ubytovacích zariadení v sledovanom období tvorili hotely a penzióny, t.j. zariadenia hotelového typu 41,8 %, čo predstavuje 1 364 zariadení s 77 157 stálými lôžkami. Priemerné využitie kapacít ubytovacích zariadení bolo iba 21,7 %, v hoteloch a penziónoch 27 % (Štatistický úrad SR, 2014).

Odvetvie ubytovacích a stravovacích služieb sa na tvorbe hrubého domáceho produktu krajiny (HDP) podieľalo v roku 2012 1,26 % (ubytovanie 0,32 % a činnosti reštaurácií a pohostinstiev 0,94 %). Priamy hrubý domáci produkt cestovného ruchu sa na hrubom domácom produkte ekonomiky v roku 2012 podieľal 2,3 %, čo je 1 635 208,30 EUR. V roku 2010 bol jeho podiel 2,6 % a v roku 2011 2,5 %, čiže môžeme povedať že podiel tohto odvetvia na hrubom domácom produkte krajiny za sledované obdobie klesal.

Podľa právnej formy až 85 % hotelov a reštaurácií tvoria fyzické osoby, zvyšných 15 % pripadá na právnické osoby. V odvetví prevažujú najmä mikropodniky (0 – 9 zamestnancov), ďalej malé podniky (10 – 49 zamestnancov) a stredné podniky (50 – 249 zamestnancov). Podniky ubytovacích a stravovacích služieb vo veľkej miere využívajú pracovnú silu, preto pozitívny rast hospodárstva ovplyvňuje zamestnanosť v odvetví.

Vývoj tržieb za vlastné výkony a tovar (v mil. EUR), priemerný evidenčný počet zamestnancov (v osobách), priemerná mesačná mzda (v EUR) a produktivita práce (v EUR) v rokoch 2010 až 2012 za sekciu I – ubytovacie a stravovacie služby zachytáva tabuľka 1.

Tabuľka 1 Štatistické údaje za ubytovacie a stravovacie služby v rokoch 2010 - 2012

Rok / Ukazovateľ	Tržby za vlastné výkony a tovar (v mil. €)	Priemerný počet zamestnaných osôb (počet osôb)	Priemerná mesačná mzda (v €)	Produktivita práce (v €)
2010	1 092,71	50 402	503,00	21 679,90
2011	1 104,94	50 877	508,00	21 717,87
2012	1 134,19	51 380	511,00	22 074,54

Prameň: Vlastné spracovanie podľa ŠÚSR, 2014.

Vývoj tržieb za vlastné výkony a tovar za ubytovacie a stravovacie služby mal v sledovanom období rastúci trend. Rast tržieb bol mierny, v roku 2011 oproti predchádzajúcemu roku o 1,12 % a v roku 2012 oproti predchádzajúcemu roku o 2,65 %. Stále sa však tržby nedostali na úroveň roku 2008 (1 518,75 mil. €), kedy v nasledujúcom období v dôsledku hospodárskej krízy došlo k nižšej návštevnosti hotelov a reštaurácií a poklesu celkových tržieb. Priemerná hodnota tržieb za sledované obdobie je 1 110,61 mil. €.

Priemerný počet zamestnaných osôb v odvetví má mierne rastúcu tendenciu. V roku 2011 došlo k rastu počtu zamestnaných osôb o 0,94 %, v roku 2012 sa zvýšil počet zamestnancov oproti predchádzajúcemu roku o 0,99 %. Podiel zamestnancov v odvetví hotelov a reštaurácií na počte zamestnancov v hospodárstve sa v sledovanom období takmer nemení. V roku 2010 bol podiel 2,34 %, v roku 2011 2,32 % a v roku 2012 2,34 %.

Priemerná mesačná mzda v odvetví hotelov a reštaurácií sa za sledované obdobie výrazne nezmenila. V roku 2010 bola 503 €, v roku 2011 vzrástla o 5 € na 508 € a v roku 2012 o 3 € na 511 €. Podiel priemernej mesačnej mzdy v odvetví na celkovej priemernej mesačnej mzde v hospodárstve má však klesajúcu tendenciu. Kým v roku 2010 bol podiel priemernej mzdy v odvetví na priemernej mzde za celé hospodárstvo 65,41 %, v roku 2011 to bolo 64,63 % a v roku 2012 63,48 %. Podľa Štatistického úradu SR bola v roku 2012 najnižšia nominálna mzda z celého hospodárstva práve v odvetví ubytovacích a stravovacích služieb.

Produktivita práce mala v sledovanom období rastúci trend. V roku 2010 došlo po predchádzajúcom poklese návštevnosti hotelov a reštaurácií, poklese tržieb a následnom prepúšťaní zamestnancov k stabilizácii odvetvia, v ktorom bol zaznamenaný mierny nárast návštevnosti. V roku 2011 vzrástol počet domácich návštevníkov o 2,18 % a zahraničných návštevníkov o 10,08 % v porovnaní s rokom 2010. Rok 2012 bol pokračovaním pozitívneho trendu, kedy celkový počet ubytovaných návštevníkov vzrástol na 3 774 062 (z toho 40,5 % zahraničných a 59,5 % domácich návštevníkov).

Charakteristiku analyzovaných podnikateľských subjektov v odvetví ubytovacích a stravovacích služieb za roky 2010 - 2012 zachytáva tabuľka 2. Údaje sme získali z publikácií Stredné hodnoty finančných ukazovateľov ekonomických činností Slovenskej republiky za jednotlivé roky. Údaje sú spracované na základe dát účtovných závierok podnikateľských subjektov registrovaných v obchodnom registri, ktoré účtujú v systéme podvojného účtovníctva. Výskumná vzorka nezahŕňa fyzické osoby podnikajúce na základe živnostenského oprávnenia, ktoré majú v odvetví hotelov a reštaurácií početné zastúpenie.

Tabuľka 2 Počet analyzovaných podnikateľských subjektov v odvetví ubytovacích a stravovacích služieb v rokoch 2010 – 2012

Rok	Počet podnikateľských subjektov
2010	3 701
2011	2 090
2012	3 982

Prameň: Stredné hodnoty finančných ukazovateľov ekonomických činností v SR za roky 2010 – 2012, 2014.

Počet registrovaných subjektov každoročne rástol, podiel analyzovaných subjektov na celkovom počte registrovaných subjektov v obchodnom registri bol v priemere 65,3 %. Zvyšných 34,7 % podnikov nebolo do výskumu zahrnutých v dôsledku nevyhovujúcich hodnôt vykazovaných v ich účtovnej závierke na základe zadaných kritérií. Pri sledovaní a hodnotení vývoja finančnej situácie odvetvia hotelov a reštaurácií sa zameriame na analýzu súboru ukazovateľov, ktoré sa nazývajú reprezentanti. Sú to finančné ukazovatele z likvidity, aktivity, zadlženosti a rentability (tabuľka 3).

Tabuľka 3 Prehľad vybraných finančných pomerových ukazovateľov

Ukazovateľ	Vzorec
Bežná likvidita	(Krátkodobý majetok - Zásoby)/Krátkodobé cudzie zdroje (1)
Celková likvidita	Krátkodobý majetok/Krátkodobé cudzie zdroje (2)
Doba inkasa pohľadávok	Pohľadávky/Denné tržby (3)
Doba splatnosti záväzkov	Záväzky/Denné tržby (4)
Doba obratu zásob	Zásoby/Denné tržby (5)
Obrat aktív	Tržby/Aktíva (6)
Celková zadlženosť aktív	(Cudzie zdroje/Aktíva) x 100 (7)
Finančná páka	Aktíva/Vlastné imanie (8)
Dlhodobá zadlženosť aktív	(Dlhodobé cudzie zdroje/Aktíva) x 100 (9)
Úverová zadlženosť aktív	(Úvery/Aktíva) x 100 (10)
Úrokové krytie	(Zisk pred zdanením + Nákladové úroky)/Nákladové úroky (11)
Tokové zadlženie	Cudzie zdroje/Bilančný cash flow (12)
Rentabilita vlastného kapitálu	(Zisk po zdanení/Vlastný kapitál) x 100 (13)
Rentabilita aktív	(Zisk po zdanení/Aktíva) x 100 (14)
Prevádzková rentabilita tržieb	(Prevádzkový výsledok hospodárenia/Tržby) x 100 (15)

Okrem metód finančnej analýzy použijeme aj metódy vedeckej abstrakcie, syntézy, indukcie a dedukcie, komparácie a generalizácie.

2. Výsledky a diskusia

Pri analýze údajov vychádzame zo stredných hodnôt – mediánov pre jednotlivé pomerové a podielové ukazovatele. Na rozdiel od priemeru je medián vhodnejší, pretože je menej citlivý na rozdielnu početnosť subjektov zaradených do spracovania, na extrémne hodnoty a predstavuje reálne existujúcu veličinu.

2.1. Analýza likvidity

Pri ukazovateľoch likvidity skúmame schopnosť podnikov splácať krátkodobé záväzky. Ukazovatele likvidity môžu dosahovať v hoteloch rôzne hodnoty. Príčinou je rozdielna veľkosť, trieda, lokalizácia, charakter hotelov ap. Častým problémom je, že viaceré hotely nepovažujú finančné plánovanie za podstatné. Podľa výskumov sa na riadenie platobnej schopnosti, finančné plánovanie a finančnú analýzu zameriavajú väčšie hotely. To znamená, že čím je väčší hotel, tým je vyššia naliehavosť uplatňovania analýzy likvidity, avšak aj malé podniky by mali vedieť o svojich peňažných prostriedkoch a pohyboch peňažných tokov. Likviditu vyhodnotíme na základe vývoja dvoch ukazovateľov - bežnej likvidity (1) a celkovej likvidity (2) (tabuľka 4).

Tabuľka 4 Vývoj finančných ukazovateľov likvidity v odvetví ubytovacie a stravovacie služby v rokoch 2010 - 2012

Ukazovateľ/Rok	2010	2011	2012	Priemer
Bežná likvidita (koef.)	0,48	0,51	0,63	0,54
Celková likvidita (koef.)	0,69	0,76	0,86	0,77

Prameň: Stredné hodnoty finančných ukazovateľov ekonomických činností v SR za roky 2010 – 2012, 2014.

Priemerná likvidita odvetvia je nízka. Odporúčané hodnoty pre bežnú likviditu (2. stupňa) sú v intervale 1 až 1,5, pre celkovú likviditu (3. stupňa) v intervale 2 až 2,5. Priemerná bežná likvidita v sledovanom období bola 0,54, priemerná celková likvidita 0,77. Najvyššie hodnoty likvidity sa dosiahli v roku 2012 (bežná likvidita 0,63 a celková likvidita 0,86). V sledovanom období zaznamenávame pozitívny trend, ktorý sa prejavuje postupným rastom hodnôt ukazovateľov likvidity, aj keď výsledné hodnoty sú stále nízke. Nízke hodnoty likvidity znamenajú, že podniky nemajú dostatok likvidných prostriedkov na krytie bežných potrieb. Priemerná hodnota ukazovateľa bežnej likvidity za odvetvie 0,54 vypovedá o tom, že podniky sú schopné uhradiť iba cca. 54 % krátkodobých záväzkov krátkodobým finančným majetkom a krátkodobými pohľadávkami. Aj po zohľadnení najmenej likvidnej zložky krátkodobého majetku – zásob je celková likvidita odvetvia len o málo vyššia ako bežná likvidita. Môžeme preto povedať, že typický podnik ubytovacích a stravovacích služieb má aj po speňažení svojho krátkodobého majetku problém kryť svoje krátkodobé záväzky.

2.2. Analýza aktivity

Hodnota ukazovateľov likvidity, ktoré dosiahli v sledovanom období podniky ubytovacích a stravovacích služieb, sa prejavuje vo vývoji ukazovateľov aktivity. Analýzou aktivity skúmame, ako efektívne dokáže podnik využiť svoj majetok, ide o ukazovatele obratu. Ďalej sledujeme ukazovatele doby obratu, ktoré vyjadrujú ako dlho je majetok viazaný v tržbách. Pri ukazovateľoch obratu je snahou podnikov o maximalizáciu, naopak pri ukazovateľoch doby obratu je cieľom minimalizácia.

Pri analýze aktivity sa zameriame na dobu inkasa pohľadávok (3), dobu splácania záväzkov (4), dobu obratu zásob (5) a obrat aktív (6) (tabuľka 5).

Tabuľka 5 Vývoj finančných ukazovateľov aktivity v odvetví ubytovacie a stravovacie služby v rokoch 2010 - 2012

Ukazovateľ/Rok	2010	2011	2012	Priemer
Doba inkasa pohľadávok (v dňoch)	21,25	18,98	20,97	20,40
Doba splatnosti záväzkov (v dňoch)	239,12	227,23	230,54	232,30
Doba obratu zásob z tržieb (v dňoch)	7,04	6,68	5,76	6,49
Obrat aktív (koef.)	1,13	1,15	1,09	1,12

Prameň: Stredné hodnoty finančných ukazovateľov ekonomických činností v SR za roky 2010 – 2012, 2014.

Priemerná doba inkasa pohľadávok za odvetvie ubytovacích a stravovacích služieb bola v sledovanom období 20,40 dní (tabuľka 5). Znamená to, že podniky čakajú priemerne 20,4 dňa na zaplatenie vyfakturovaných výkonov. V roku 2011 došlo k miernemu poklesu ukazovateľa z 21,25 dní na 18,98 dní, v roku 2012 to bolo 20,97 dní. Výsledky ukazovateľa doby inkasa pohľadávok v odvetví ubytovacích a stravovacích služieb môžeme hodnotiť pozitívne. Čím je nižšia hodnota ukazovateľa, tým menej zdrojov potrebujú podniky na financovanie svojich pohľadávok. Dlhšia doba inkasa pohľadávok znamená, že finančné prostriedky sú viazané v pohľadávkach a nemožno ich využiť. Optimálna hodnota ukazovateľa by sa mala pohybovať do 30 dní a pri prekročení nad 90 dní by sme považovali vývoj ukazovateľa za nežiaduci. Väčšina faktúr je vystavená s dobou splatnosti od 14 do 21 dní. Hodnota ukazovateľa je v uvedenom intervale, vypovedá to o dobrej platobnej disciplíne odberateľov.

Dobu inkasa pohľadávok je vhodné porovnať s dobou splatnosti záväzkov, porovnávame tak platobnú disciplínu odberateľov s vlastnou platobnou disciplínou. Doba splácania záväzkov vyjadruje, ako podnik plní svoje platobné povinnosti voči veriteľom. Vplýva na ňu aj likvidita podnikov. Nepriaznivé hodnoty likvidity naznačujú negatívne hodnoty tohto ukazovateľa. Pri vysokých hodnotách môžu podniky voči svojim dodávateľom pôsobiť nesolidne. Hodnoty sú vysoké v celom odvetví ubytovacích a stravovacích služieb. Priemerná doba splácania záväzkov v sledovanom období bola 232,30 dní. Táto hodnota je veľmi vysoká, znižuje dôveryhodnosť odberateľov. Priemerná doba splatnosti záväzkov vyjadruje nepriaznivú situáciu v likvidite podnikov, ktorá je nedostatočná. Najmä v porovnaní s priemernou dobou splatnosti pohľadávok v odvetví je tento veľký rozdiel nepriaznivý.

Podniky v odvetví neuhrádzajú svoje záväzky dlho po lehote ich splatnosti a sú tak bezúročne financované peňažnými prostriedkami dodávateľov.

Ďalším sledovaným ukazovateľom je doba obratu zásob, ktorej priemerná hodnota bola 6,49 dní. V hoteloch a reštauráciách sa zásoby vymenia za približne 6,5 dňa. V sledovanom období má ukazovateľ klesajúci trend. Od roku 2010 po rok 2012 došlo k poklesu doby obratu zásob o 1,28 dňa (tabuľka 5). Ide o pozitívny vývoj, ktorý odzrkadľuje efektívnejšie hospodárenie so zásobami. Vzhľadom na charakter zásob v ubytovacích a stravovacích zariadeniach bude doba obratu zásob vyššia v zariadeniach poskytujúcich stravovacie služby, keďže ide o zásoby s kratšou dobou trvanlivosti, ktoré sa musia spracovať načas.

Ukazovateľ obrat celkového majetku, resp. aktív podáva obraz o využívaní majetku podnikov a vyjadruje, koľkokrát sa aktíva vrátia vo forme tržieb za rok. V sledovanom období zaznamenal kolísavý vývoj ukazovateľa s maximálnou hodnotou 1,15 (2011) a minimálnou hodnotou 1,09 (2012). Priemerná hodnota obratu aktív bola 1,12 (na 1 € majetku pripadalo 1,12 € tržieb). Nižšia doba obratu aktív je v hoteloch dôsledkom vplyvu sezónnosti dopytu po službách prechodného ubytovania, ktorá je limitujúcim faktorom využívania majetku.

2.3. Analýza zadlženosti

Ukazovatele zadlženosti vyjadrujú, do akej miery využíva podnik vlastný alebo cudzí kapitál na financovanie svojich potrieb a štruktúru zdrojov, ktoré sa použili na podnikateľskú činnosť. Ukazovatele prezentujú, ako je podnik schopný splácať dlhy a úroky.

Priebeh ukazovateľov zadlženosti, ako je celková zadlženosť aktív (7), finančná páka (8), dlhodobá zadlženosť aktív (9), úverová zadlženosť aktív (10), úrokové krytie (11) a tokové zadlženie (12) za odvetvie ubytovacích a stravovacích služieb v rokoch 2010 – 2012 zachytáva tabuľka 6.

Tabuľka 6 Vývoj finančných ukazovateľov zadlženosti v odvetví ubytovacie a stravovacie služby v rokoch 2010 - 2012

Ukazovateľ/Rok	2010	2011	2012	Priemer
Celková zadlženosť aktív (%)	91,54	88,27	86,84	88,88
Finančná páka (koef.)	11,81	8,53	7,60	9,31
Dlhodobá zadlženosť aktív (%)	0,20	0,25	0,12	0,19
Úverová zadlženosť aktív (%)	0,00	0,00	0,00	0,00
Úrokové krytie (koef.)	- 55,27	- 39,59	- 62,07	- 52,31
Tokové zadlženie (rok)	-	-	-	-

Prameň: Stredné hodnoty finančných ukazovateľov ekonomických činností v SR za roky 2010 – 2012, 2014.

Celková zadlženosť aktív vypovedá o tom, do akej miery sa majetok kryje cudzími zdrojmi. Počas sledovaného obdobia bola celková zadlženosť aktív veľmi vysoká, najvyššia v roku 2010 (91,54 %). Počas sledovaného obdobia došlo k pozitívnemu vývoju, kedy celková zadlženosť klesla na 86,84 % v roku 2012. Napriek tomu celková zadlženosť vyššia ako 60 %

je príliš vysoká, pričom celková priemerná zadlženosť aktív za odvetvie v sledovanom období bola 88,88 %, to znamená že podniky v odvetví sú kryté priemerne na 88,88 % cudzími zdrojmi. Podiel cudzích zdrojov predstavuje viac ako 2/3 celkových zdrojov, čo je negatívne. Priemerný podnik v odvetví je neprimerane vysoko zadlžený. Odporúčaná hodnota ukazovateľa je 30 – 60 %.

Ukazovateľ finančná páka vyjadruje, aká hodnota majetku pripadá na 1 € vlastného kapitálu. Pri nulovej zadlženosti sa koeficient rovná 1. Čím je hodnota koeficienta vyššia, tým vyššia je aj zadlženosť, resp. tým vyšší je podiel kapitálu z cudzích zdrojov. V rokoch 2010 až 2012 dosahoval ukazovateľ priemernú hodnotu 9,31 (na 1 € vlastného imania pripadalo 9,31 € aktív podniku). Najvyššiu hodnotu zaznamenal ukazovateľ v roku 2010 (11,81) a do roku 2012 poklesol na 7,60 (pokles o 35,65 %), čo je pozitívny trend.

Dlhodobá zadlženosť aktív a úverová zadlženosť aktív objasňujú štruktúru cudzích zdrojov. Z hľadiska štruktúry cudzích zdrojov vidíme, že priemerný podnik v odvetví hotelov a reštaurácií má minimálne dlhodobé záväzky a nečerpá žiadne bankové úvery a výpomoci (nulová hodnota úverovej zadlženosti aktív). Dlhodobá zadlženosť aktív bola v uvedenom období priemerne 0,19 %, najnižšia bola v roku 2012 (0,12 %).

Úrokové krytie patrí medzi ukazovatele, ktoré vyjadrujú schopnosť podniku splácať svoje dlhy a nákladové úroky. Meria koľkokrát je podnik schopný zaplatiť cenu cudzieho kapitálu. Ukazovateľ sa meria na základe výsledku hospodárenia. Cieľom sú čo najvyššie kladné hodnoty koeficienta. Hodnota ukazovateľa bola v každom roku sledovaného obdobia záporná, čo naznačuje negatívny výsledok hospodárenia, teda stratu. Negatívny vývoj ukazovateľa sa prehlbuje až na - 62,07 v roku 2012, t.j. subjekty podnikajúce v odvetví hotelov a reštaurácií nie sú schopné hradiť cenu cudzieho kapitálu (úroky).

Ukazovateľ tokové zadlženie vyjadruje za koľko rokov je podnik schopný splatiť dlhy za predpokladu konštantného ročného cash flow. V odvetví ubytovacích a stravovacích služieb a v reštauráciách neboli v sledovanom období uvedené výsledky ukazovateľa.

2.4. Analýza rentability

Ukazovatele rentability vyjadrujú, či je podnik schopný dosahovať zisk a ako dokáže zhodnotiť kapitál vložený do podnikania. Z ukazovateľov vyjadrujúcich zhodnotenie kapitálu sa zameriame najmä na rentabilitu vlastného imania ROE (13) a rentabilitu aktív – hrubú ROA (14). Pri skúmaní efektívnosti činnosti odvetvia ubytovacích a stravovacích služieb budeme analyzovať prevádzkovú rentabilitu tržieb (15).

Vývoj rentability podniku ovplyvňuje vývoj ukazovateľov aktivity, likvidity, a zadlženosti, preto negatívny, resp. pozitívny vývoj ukazovateľov, ktoré sme analyzovali, sa odzrkadlí aj pri vývoji ukazovateľov rentability (tabuľka 7).

Rentabilita vlastného kapitálu vyjadruje zhodnotenie vlastného imania, ktoré je vyjadrené ziskom po zdanení. Priebeh ukazovateľa v odvetví ubytovacích a stravovacích služieb v sledovanom období vykazuje kolísavý vývoj hodnôt, pritom vo všetkých rokoch sú záporné hodnoty ukazovateľa. Maximálna záporná hodnota ukazovateľa sa dosiahla v roku 2011 (-14,84 %), najmenšia v roku 2012 (-7,57 %). V rokoch 2010 až 2012 bola priemerná rentabilita vlastného kapitálu v odvetví ubytovacích a stravovacích služieb - 12,04 %.

Tabuľka 7 Vývoj ukazovateľov rentability v odvetví ubytovacie a stravovacie služby v rokoch 2010 - 2012

Ukazovateľ/Rok	2010	2011	2012	Priemer
Rentabilita vlastného kapitálu (%)	- 13,72	- 14,84	- 7,57	- 12,04
Rentabilita aktív (%)	- 3,17	- 3,26	- 1,62	- 2,68
Prevádzková rentabilita tržieb (%)	- 8,57	- 7,69	- 4,84	- 7,03

Prameň: Stredné hodnoty finančných ukazovateľov ekonomických činností v SR za roky 2010 – 2012, 2014.

Rentabilita aktív vyjadruje efektívnosť využitia celkového kapitálu v podnikoch, pričom sa neberie ohľad na zdroj financovania. Rovnako kolísavý vývoj, ako rentabilita vlastného kapitálu, ale s nižšími zápornými hodnotami a menšími výkyvmi zaznamenala aj rentabilita aktív. Maximálnu zápornú hodnotu bola podobne ako pri rentabilite vlastného kapitálu v roku 2011 (- 3,26 %) a najmenšia negatívna v roku 2012 (- 1,62 %).

Prevádzková rentabilita tržieb vyjadruje, ako efektívne podniky vykonávajú svoju činnosť, t.j. ako sú podniky schopné vytvárať zisk pri dosahovaných tržbách. Vypočíta sa ako pomer prevádzkového výsledku hospodárenia k tržbám. Zmyslom ukazovateľa je zistiť ako ziskovo podniky vykonávajú svoju hospodársku činnosť, pričom pokles ukazovateľa môže signalizovať pokles prevádzkovej efektívnosti manažmentu. Ak bude ukazovateľ klesať, môže zisk podniku prejsť do straty. Vývoj ukazovateľa v odvetví ubytovacích a stravovacích služieb v rokoch 2010 – 2012 zachytáva tabuľka 7. Najnižšia prevádzková rentabilita bola práve v roku 2010 (- 8,57 %) a priemerná v sledovanom období - 7,03 %.

Všetky ukazovatele rentability v odvetví ubytovacích a stravovacích služieb boli v sledovanom období záporné, čo znamená stratovosť podnikov v odvetví.

Záver

Vývoj finančnej situácie podnikov v odvetví ubytovacích a stravovacích služieb v rokoch 2010 až 2012 hodnotíme ako negatívny. Okrem vybraných ukazovateľov aktivity dosahovali ukazovatele charakterizujúce finančnú situáciu podnikov negatívne hodnoty.

Pri skúmaní ukazovateľov likvidity sme zistili, že výsledky odvetvia sú mimo odporúčaných hodnôt. Priemerná bežná likvidita v sledovanom období bola 0,54, priemerná celková likvidita 0,77. Aj pri zohľadnení osobitostí odvetvia je zrejmé, že podniky majú problém s úhradou záväzkov v požadovanom množstve a čase a dokážu svojimi krátkodobými aktívami uhradiť približne tri štvrtiny svojich krátkodobých záväzkov.

Pri ukazovateľoch aktivity sme zistili, že podniky nie sú schopné načas splácať svoje záväzky. Negatívny vývoj zaznamenal ukazovateľ doby splatnosti záväzkov. Hodnoty ukazovateľa sa v celom období pohybovali výrazne mimo odporúčaných hodnôt, priemerná hodnota ukazovateľa v sledovanom období bola 232,30 dní. Pozitívne hodnotíme ukazovateľ doby inkasa pohľadávok s odporúčanou hodnotou do 30 dní. V podnikoch odvetvia bola priemerná hodnota ukazovateľa 20,40 dní.

Aj ukazovatele zadlženosti zobrazujú negatívnu situáciu v odvetví. Celková zadlženosť aktív, kde odporúčaná hodnota je 30 až 60 %, bola v sledovanom období až 88,88 %. Celkovú zadlženosť sme potvrdili aj pri ukazovateli finančná páka. V podnikoch odvetvia pripadalo v sledovanom období na 1 € vlastného imania 9,31 € celkového majetku. Ukazovateľ úrokového krytia vyjadruje schopnosť podnikov splácať dlhy a úroky. V odvetví hotelov a reštaurácií sa zaznamenali záporné hodnoty. Z toho vyplýva, že podniky dosahujú záporné výsledky hospodárenia.

Ukazovatele rentability boli v odvetví záporné, čo signalizuje záporný výsledok hospodárenia. Podniky odvetvia nedokážu efektívne využívať kapitál vložený do podniku a neefektívne vykonáva svoju činnosť.

Finančnú analýzu odvetvia hotelov a reštaurácií sme uskutočnili na vzorke podnikov účtujúcich v sústave podvojného účtovníctva, ktorých údaje spracovali ročenky Stredné hodnoty finančných ukazovateľov ekonomických činností Slovenskej republiky v rokoch 2010 až 2012. V priemere za sledované obdobie tvorili 65,3 % z celkového počtu právnických osôb, pričom cca 85 % všetkých podnikov v odvetví sú fyzické osoby. Z uvedeného dôvodu nie je možné zistené skutočnosti zovšeobecniť pre všetky podniky poskytujúce ubytovacie a stravovacie služby.

Kľúčové slová: Finančná analýza. Finančná situácia. Stravovacie služby. Ubytovacie služby.

Zoznam použitej literatúry

1. GÚČIK, M. 2000. *Ekonomika podniku cestovného ruchu (controlling)*. Banská Bystrica : Univerzita Mateja Bela - Ekonomická fakulta v Banskej Bystrici, 2000. 134 s. ISBN 80-8055-392-0.
2. LESÁKOVÁ, Ľ. 2004. *Metódy hodnotenia výkonnosti malých a stredných podnikov*. Banská Bystrica : Univerzita Mateja Bela - Ekonomická fakulta v Banskej Bystrici, 2004. 121 s. ISBN 80-8055-914-7.
3. LESÁKOVÁ, Ľ. 2007. *Finančno-ekonomická analýza podniku*. Banská Bystrica : Univerzita Mateja Bela, 2007. 207 s. ISBN 978-80-8083-379-4.
4. SLÁDEK, G., VALENTEOVÁ, K. 2006. *Controlling hotela a reštaurácie*. Bratislava : Iura Edition, 2006. 222 s. ISBN 80-8078-098-6.
5. *Stredné hodnoty finančných ukazovateľov ekonomických činností v Slovenskej republike za roky 2010, 2011, 2012*. Bratislava : SCB – Slovak Credit Bureau, 2011, 2012, 2013.
6. Štatistická ročenka Slovenskej republiky 2010. Bratislava : Veda, 2010. 686 s. ISBN 978-80-224-1163-9.
7. Štatistická ročenka Slovenskej republiky 2011. Bratislava : Veda, 2011. 663 s. ISBN 978-80-224-1215-5.
8. Štatistická ročenka Slovenskej republiky 2012. Bratislava: Veda, 2012. 675 s. ISBN 978-80-224-1266-7.
9. Štatistický úrad Slovenskej republiky [online]. [cit. 12.6.2014]. Dostupné na internete: < www.statistics.sk >.
10. Vyhláška Štatistického úradu Slovenskej republiky č. 306/2007 Z. z. [online]. [cit. 10.6.2014]. Dostupné na internete: <https://www.vedatechnika.sk/SK/VedaATechnikaVSR/Legislatva/306_2007_vyhl_statist_klas_ekonom_cinn.pdf>.

Adresa autorky: Ing. Ľubica Šebová, PhD., Ekonomická fakulta UMB, Tajovského 10,
Banská Bystrica, email: lubica.sebova@umb.sk

Zodpovedné podnikanie v cestovnom ruchu v nezodpovednej dobe *Responsible Entrepreneurship in Tourism in Irresponsible Era*

Luboš Elexa

Responsible entrepreneurship is significantly influenced by financial conditions. Submitted paper is analyzing basic financial indicators development in connection with basic legislation changes in Slovakia in 2012 and 2013, thus focusing primarily on tax system. As even the government should be responsible when amendments of crucial laws are prepared, we are quantifying their positive and negative impacts, mainly due to income tax rate, tax licenses and value added tax rate changes. We compare two groups of catering businesses coming from more or less perspective regions in Slovakia and analyze consequences of tax rates growth on profit, cash flow and equity.

Key words: *Business Environment. Crisis. Financial Indicators. Tourism.*

JEL Classification: L_{83} , M_{14} .

Úvod

Silnejšie globalizačné tlaky konca 20. storočia podstatným spôsobom zmenili fungovanie svetovej ekonomiky, spoluprácu tradičných centier svetového obchodu a zapájanie novoindustrializovaných ekonomík do ekonomických vzťahov. Realita ekonomického poklesu v novom tisícročí ukázala, že krízové obdobie konca 90. rokov bolo krátkodobé a nepatrné v porovnaní s problémami, ktoré priniesla svetová hospodárska kríza.

Cestovný ruch sa považuje za jednu z hlavných hybných síl globalizácie, ktorá umožnila vytvoriť moderný globálny dopravný systém a sprístupnila vzdialené lokality (Cohen, 2012). Tým vytvoril predpoklady pre stále voľnejší pohyb tovarov, služieb a osôb, ale i kapitálu. Napriek tomu trpí rovnako ako iné sektory prehĺbujúcou sa depresiou a podniky cestovného ruchu sa podobne ako podniky v iných odvetviach musia rovnako vyrovnat' s dôsledkami poklesu dopytu.

Národné vlády, ako aj integračné zoskupenia prijali ako súčasť protikrízového boja početné opatrenia s cieľom na jednej strane sanovať verejné financie, na druhej strane podporiť kúpyschopný dopyt a stimulovať ponuku. To, že sú tieto opatrenia často protichodné, zároveň znamená, že sa prvotný zámer pri ich prijímaní nedarí dosiahnuť. Globalizácia však pôsobí asymetricky, vďaka čomu jej pozitíva a negatíva zasahujú jednotlivé ekonomiky a odvetvia rozdielnym spôsobom.

1. Teoretické východiská skúmania

Podnikateľské prostredie môžeme definovať ako komplex politík, inštitúcií, fyzickej infraštruktúry, ľudských zdrojov a geografických prvkov, ktoré ovplyvňujú efektívnosť, s akou pôsobia rôzne podniky a odvetvia. Na podnikovej úrovni priamo ovplyvňuje výrobné náklady, na odvetvovej úrovni sa často spája so štruktúrou trhu a konkurenciou (Eifert, Gelb, Ramachandran, 2005, s. 7).

Aj Porter vo svojom diamantovom modeli potvrdzuje závislosť medzi prvkami prostredia, ako sú výrobné faktory, dopyt, stav odvetvia s výslednou konkurencieschopnosťou (Porter, 1998). Smeral (1998, s. 374) pripája ešte faktor náhody a vládne rozhodnutia. K prvému faktoru patrí vývoj externého prostredia mimo vplyvu podniku, kam môžeme na Slovensku v poslednom období zaradiť napríklad zavádzanie novej meny. Vládne rozhodnutia sú zase dané jej dlhodobou stratégiou, finančnými možnosťami, ale nie zriedka aj očakávaním krátkodobých, marketingovo priaznivých výsledkov.

Dynamika zmien podnikateľského prostredia závisí od mnohých okolností, pričom medzi najhlavnejšie môžeme zaradiť v pozitívnom zmysle inovačnú intenzitu a rast dopytu, v negatívnom zmysle koniec životného cyklu alebo krízový vývoj. Dôsledky zmien podnikateľského prostredia pociťujú výraznejšie odvetvia obchodu, ktoré nie sú výraznejšie náročné na prírodné zdroje (Collier, 2000).

Hall (2010) tvrdí, že vzhľadom na to, že sa služby cestovného ruchu považujú za sekundárne v porovnaní s uspokojovaním napr. základných ľudských potrieb, tento sektor je mimoriadne citlivý na všetky druhy kríz, či už sú to ekonomické, ekologické či politické krízy. Aj Edensor (2007) tieto služby oddeľuje od uspokojovania bežných potrieb a zaraďuje ich medzi „mimoriadne“, ktoré ľudia uspokojujú až s rastom príjmu a bohatstva.

Príčiny problémového či krízového vývoja v cestovnom ruchu môžeme nájsť v ekonomických, politických, sociokultúrnych alebo environmentálnych oblastiach, ktoré ovplyvňujú tak ponuku, ako aj dopyt (Kapiki, 2011), čo ho v podstate neodlišuje od iných odvetví, nakoľko ide o externé faktory mimo diania a vplyvu individuálnych účastníkov. Vo všeobecnosti sú príčiny kríz neočakávané, naliehavé a nebezpečné, hoci niektoré je možné predvídať a kvantifikovať a na bezprostredné ohrozenie sa môžeme pripraviť.

Ekonomický pokles a recesia, zmeny kurzov, strata trhového podielu, odchod investorov, politické udalosti ako vojny, sankcie, terorizmus, zločinnosť, prírodné katastrofy, infekcie môžu zapríčiniť kritickú situáciu (Sian et al., 2011), pričom kombinácia interných a externých vplyvov vyúsťuje do celkového negatívneho vnímania cieľového miesta návštevníkom (Pforr, Hosie, 2009). Po páde spoločnosti Lehman Brothers a v podstate začatí svetovej krízy americké ubytovacie zariadenia okamžite pocítili negatívny vplyv na obsadenosť a príjmy (Enz et al., 2011). Aby sme sa neobmedzovali výlučne len na mikroekonomickú úroveň podnikov, aj v prípade cieľových miest je vplyv globálnych síl (ekonomických, bezpečnostných, kultúrnych a demografických) nezanedbateľný a spolu s dostupnými zdrojmi dotvára ich celkovú konkurencieschopnosť (Ritchie, Crouch, 2003).

Cestovný ruch (najmä na Slovensku) nie je známy tým, že by v ňom pôsobilo mnoho veľkých spoločností, naopak, veľmi aktívne v ňom pôsobia malé podniky, čo v prípade prehľbujúcich sa ekonomických problémov znamená ich značnú zraniteľnosť (Cushnahan,

2004). Všetky zmeny podnikateľského prostredia majú preto nevyhnutný vplyv na fungovanie mikroekonomických subjektov a prejavujú sa v ich výsledkoch a činnostiach.

Kvalita podnikateľského prostredia na Slovensku meraná indexom podnikateľského prostredia (IPP) klesá s jedinou kvartálnou výnimkou (2010) už od polovice roku 2006. Najvýraznejšie okrem súčasnosti sa tak dialo práve počas vypuknutia hospodárskej krízy. Podnikateľské prostredie sa na Slovensku zhoršovalo aj v treťom štvrtroku 2013, avšak pokles bol menej výrazný v porovnaní s predchádzajúcimi štvrtrokmi (-2,88 %). Najväčšie zhoršenie podnikateľa vnímajú vo vymožitelnosti práva a funkčnosti súdnictva (-8,01 %), druhým najväčším zhoršením bola efektívnosť hospodárenia štátu (-7,68 %). Podnikateľom sa nepozdáva konsolidácia verejných financií, ktorá sa deje predovšetkým prostredníctvom presúvania konsolidačného bremena na podnikateľov a obyvateľstvo, pričom úsporné a racionalizačné opatrenia vo verejnom sektore považujú za nedostatočné (Podnikateľská aliancia Slovenska, 2013).

Vládne opatrenia na zmiernenie dopadu finančnej krízy boli rôznorodé. Od roku 2009 (Vláda SR, 2009) zahŕňali stimuláciu dopytu (napríklad výstavba diaľnic, tzv. šrotovné, čerpanie eurofondov, PPP projekty a pod.), stabilizáciu finančného trhu, zvyšovanie zamestnanosti (sociálne podniky, podpora vytvárania pracovných miest) a zmeny podnikateľského prostredia (investičná pomoc, podpora výskumu, daňové zmeny a pod.). Ich výsledok bol rôzny a efektívnosť kontroverzne vnímaná, čoho dôsledkom je aj negatívny vývoj IPP, rastúci dlh verejných financií, korupčné podozrenia pri čerpaní verejných zdrojov atď. Názory na zmeny a reguláciu sú rôzne, čo sa historicky v teórii presadzovalo od absolútne liberálnych názorov až po nevyhnutnú štátnu reguláciu. V prípade krízového vývoja rozhodne nevyhnutné štátne zásahy majú svoje uplatnenie, i keď podľa Blancharda (2006), ale aj Svetovej banky (2008) bola a je nadmerná regulácia hlavným dôvodom nedostatočnej ekonomickej výkonnosti EÚ v porovnaní so Spojenými štátmi americkými. Loayza a Servén (2010) tvrdia, že je nevyhnutná, inak by zlyhala sociálna sféra, čomu dávajú za pravdu napr. rastúce štatistiky nezamestnanosti (hoci je diskutabilná efektívnosť vynaložených prostriedkov ako súčasť aktívnej politiky trhu práce).

Jedným z najtvrdšie obhajovaných a najkontroverzejších opatrení bola zásadná zmena (deforma) daňového systému na Slovensku, čo vyústilo do eliminácie dovtedy využívanej tzv. čiastočne rovnej dane. Výsledky hodnotenia podnikateľského prostredia dávajú za pravdu tvrdeniam, že práve oblasť daní je zdrojom prostriedkov, ktoré kompenzujú nedostatočne krátenej výdavkovej strany štátneho rozpočtu. Pritom daňová problematika sa tak v podnikateľských kruhoch, ako aj domácnostiach považuje za citlivú oblasť.

Až 70 % podnikateľov je nespokojných s podmienkami pre podnikanie a 61,5 % MSP zastáva názor, že za posledných päť rokov sa podmienky pre podnikanie zhoršili, čo je negatívnym obrazom podnikateľského prostredia v SR. Významným ukazovateľom kvality podnikateľského prostredia je existencia bariér v podnikaní. Za najzávažnejšiu prekážku MSP bolo označené daňové a odvodové zaťaženie, ktoré ako prekážku v podnikaní označilo až 77,8 % respondentov (Horvátová, Gregová, Hrašková, 2012, s. 55).

Štúdia spoločnosti Deloitte and Touche (1998) potvrdila vzťah medzi rastúcim daňovým zaťažením a ekonomickými výsledkami aj v sektore cestovného ruchu. Výskum v prímorských krajinách ukázal, že všeobecné daňové zaťaženie v cestovnom ruchu významným spôsobom

ovplyvňuje jeho konkurencieschopnosť, a priestor na jeho znižovanie je obmedzený kvôli vysokým vládnym výdavkom (Bratič, Bejaković, Devčić, 2012, s. 256).

Väčšina podnikov poskytujúcich ubytovacie a stravovacie služby v Slovenskej republike považuje prvky daňového systému za jednu z hlavných bariér ich podnikania. To ovplyvňuje ich zodpovedné, resp. nezodpovedné správanie voči štátu a inštitúciám zodpovedným za výber daní (Šmardová, 2011, s. 2).

A práve aktuálne zmeny v daňovom systéme okrem zmien v administratívnych povinnostiach (zavedenie kontrolného výkazy DPH, povinná elektronická komunikácia s daňovými úradmi) budú mať zároveň aj veľký vplyv na hospodárenie podnikov. Od roku 2014 dôjde hneď k viacerým dôležitým zmenám, a to 35 % zrážková daň pri cezhraničných transakciách do tzv. rizikových štátov, daňové licencie (zavedenie minimálnej dane), obmedzenie umorenia daňových strát, zníženie sadzby dane z príjmu právnických osôb z 23 na 22 %.

2. Cieľ, materiál a metodika

Cieľom state je analyzovať vplyv aktuálne prijímaných opatrení hlavne v daňovej oblasti na finančné hospodárenie podnikov cestovného ruchu a simulovať ich dôsledky na jeho vývoj v budúcnosti.

Predmetom skúmania sú vybrané kvantitatívne a kvalitatívne ukazovatele finančného zdravia ovplyvnené zmenami daňovej legislatívy v rokoch 2012 a 2013. Objektom skúmania sú podniky cestovného ruchu zaradené podľa klasifikácie SK NACE Rev. 2. do triedy 56 – Činnosti reštaurácií a pohostinstiev.

Výskumnú vzorku tvorí 72 podnikov poskytujúcich stravovacie služby v Slovenskej republike, ktoré sme vybrali na základe zámerného výberu. Uvedenú triedu (56) sme vybrali z viacerých dôvodov. Jej zástupcami sú predovšetkým malé podniky, ktoré sú zraniteľnejšie v dôsledku krízového vývoja, ich ekonomická a finančná výkonnosť je podstatne horšia a dôsledky legislatívnych zmien napriek pružnosti vyplývajúcej z ich charakteristiky nie sú schopné zvládnuť tak, ako je to v prípade stredných a väčších podnikov.

Druhým dôvodom je fakt, že pri stravovacích a pohostinských činnostiach je možné jasnejšie identifikovať prevažujúcu činnosť a tak vyvodzovať závery pre daný typ služieb. V prípade iných typov podnikov, napríklad ubytovacích zariadení, už do výsledných tržieb a nákladov vstupujú rôzne kombinácie činností, čo ovplyvňuje aj analýzu a syntézu výsledkov. Zo vzorky sme vylúčili podniky, ktoré ako doplnkové činnosti vykonávali aj aktivity nesúvisiace so stravovacími a pohostinskými činnosťami alebo ktorých rozsah činnosti bol príliš veľký.

Tretím kritériom zaradenia podnikov bolo, že išlo o platcov DPH, keďže zámerom je skúmať aj dôsledky zmien v tejto oblasti. Posledným kritériom bola snaha o rovnomerné geografické pokrytie. V tomto smere sme nevyberali podniky na základe územno-správneho členenia Slovenska, ale ich príslušnosti k regiónom, ktoré majú strednodobý potenciál rozvoja cestovného ruchu v SR. Dostali sme tak dve skupiny podnikov, podniky pôsobiace v regiónoch s medzinárodným a národným významom a podniky pôsobiace v územiach s nadregionálnym a regionálnym významom. Uvedené kritérium pokladáme za dôležité preto, lebo rozdiely vo výkonnosti uvedených podnikov sme zaradili medzi výskumné otázky.

Základným materiálom sú vybrané finančné výkazy skúmaných podnikov za rok 2012 v členení na súvahu a výkaz ziskov a strát. Keďže ich súčasťou vo väčšine prípadov boli údaje za dva po sebe idúce roky, vybrané údaje sme využili na analýzu vývoja v čase. Vzhľadom na to, že sa uvedené údaje netýkali všetkých podnikov, považujeme túto časť len za doplnkové skúmanie.

Z metodického hľadiska budeme skúmať tri hlavné legislatívne zmeny a ich dôsledok pre finančné zdravie vybraných podnikov. Prvým je zvýšenie dane z príjmu právnických osôb z 19 na 23 % v roku 2013 (a následné zníženie z 23 na 22 % od roku 2014), ďalej zavedenie daňových licencií a pre porovnanie aj zvýšenie DPH z 19 na 20 % (a jej prípadné budúce hypotetické zníženie). Vplyv uvedených zmien budeme kvantifikovať prostredníctvom vývoja čistého zisku, celkového a bilančného cash flow a vlastného imania v prípade kvantitatívnych ukazovateľov, rentability vlastného imania, rentability aktív a likvidity 3. stupňa v prípade kvalitatívnych ukazovateľov.

Pre účely nášho skúmania sme stanovili tri výskumné otázky:

O1: Podniky v regiónoch s medzinárodným významom dosahujú lepšie finančné výsledky merané rentabilitou vlastného imania.

O2: Daňové licencie ohrozujú existenciu malých podnikov stravovacích a pohostinských služieb.

O3: Pokles sadzby dane z príjmu v roku 2014 nevykompenzuje rast výdavkov spojených s daňovými licenciami.

Stať je zameraná na zhodnotenie vybraných aktuálnych vládnych ekonomických opatrení vo vzťahu k finančnému hospodáreniu slovenských podnikov cestovného ruchu.

3. Výsledky a diskusia

Vzhľadom na zmeny, ktorých dôsledky sa prejavia predovšetkým v ekonomicko-finančných výsledkoch malých podnikov, sa zameriame na ich kvantifikáciu a skúmanie citlivosti prostredníctvom vývoja rôznych podnikových výsledkov.

Tržby cestovného ruchu v roku 2012 dosiahli 475,4 mil. € (www.statistics.sk) a hoci už tretí rok po sebe rástli, ešte stále sa nepodarilo dosiahnuť úroveň z obdobia pred svetovou krízou. Zamestnanosť k januáru 2013 dosiahla oproti rovnakému obdobiu predchádzajúceho roka pokles v ubytovacích službách o 0,2 % (1,6 % rast v novembri), v stravovacích a pohostinských službách rast o 0,6 % (+1,3 % v novembri 2013).

Hoci tieto čiastkové výsledky ukazujú aspoň čiastočne pozitívny vývoj, súhrnné finančné výsledky podnikov v relatívnej podobe už také úspešné nie sú. Doba splatnosti záväzkov v podnikoch cestovného ruchu enormne vzrástla (viac než 240 dní), celková zadlženosť aktív dlhodobo prekračuje 85 %, rentabilita dosahuje záporné hodnoty. Podniky poskytujúce stravovacie a pohostinské služby sú na tom lepšie z pohľadu splatnosti záväzkov, ich zadlženosť v pomere k aktívam je však vyššia a výška straty v pomere k vlastnému imaniu väčšia (Cribis.sk, 2014). Podniky cestovného ruchu vykazujú na Slovensku absolútne najvyšší podiel nulových daňových základov. Až 80 % týchto podnikov neplatí žiadne dane z príjmu, pričom ide o dlhodobý trend (Makarová, 2013, s. 19). Aj táto štatistika bola jedným z podnetov pre zavedenie daňových licencií. Okrem toho, väčším problémom je skutočnosť, že dlhodobá a vysoká stratovosť spôsobuje uvedeným podnikom postupné znižovanie vlastného imania a jeho prepád až do záporných čísel, čo ohrozuje ich absolútnu existenciu a zotrvanie na trhu.

Charakteristika výskumnej vzorky. Z hľadiska finančnej výkonnosti skúmaných podnikov poskytujúcich stravovacie služby môžeme konštatovať, že ich výsledky sú horšie, ako to je v prípade vývoja odvetvia ubytovania a stravovania ako celku (výsledky merané na základe mediánových hodnôt). Doba splatnosti záväzkov skúmaných podnikov je síce lepšia (219,5 dňa oproti 240 dňom), ale celková zadlženosť aktív dosahuje 105 % (v odvetví 87,6 %). Rentabilita aktív je záporná, dosahuje -29 % (v odvetví -2,4 %). Rentabilita vlastného imania vyznieva za celú skupinu skúmaných podnikov pozitívne (26 %), čo vyvoláva pocit pozitívne sa vyvíjajúceho zhodnotenia vlastného imania. Skutočnosť je však iná, nakoľko pozitívny údaj je len výsledkom vzájomného delenia stratového výsledku hospodárenia a záporného vlastného imania. Údaj však nemá zmysluplné využitie, keďže vyjadruje podiel straty na mínusovom vlastnom imaní.

Čistým výsledkom hospodárenia skúmaných podnikov je strata v priemere 4235,5 €. Vysoká štandardná odchýlka naznačuje, že v súbore sa nachádzajú tak vysoko ziskové, ako aj vysoko stratové podniky, ktorých je 54. V 22 % podnikov došlo medziročne k prehĺbeniu straty. Dôsledkom tohto vývoja je skutočnosť, že podniky neplatia dane z príjmu. Iba 20,8 % podnikov daň za sledované obdobie zaplatilo a len 7 % ju zaplatilo v dvoch po sebe idúcich obdobiach.

Strata je dôležitá až kritická aj z toho dôvodu (okrem uvedeného vplyvu na ROE), že postupne znižuje vlastné imanie podnikov až na úroveň záporných hodnôt. Až 61 % podnikov vykazuje záporné vlastné imanie, 17 ich je z perspektívnejších regiónov, 27 z menej perspektívnych. Zo všetkých podnikov polovica dosiahla záporné vlastné imanie v dvoch po sebe idúcich obdobiach. Dôvodom záporného vlastného imania je zo 64 % strata z minulých rokov, 36 % má stratu za bežné účtovné obdobie.

Medián hotovostných tokov dosahuje len -351,- €, ale pohľad na priemer (-12014,- €) a štandardnú odchýlku (+/- 70206,- €) poukazujú na veľké odchýlky v dosahovaných príjmoch a výdavkoch. Štyridsať podnikov zo 72 dosiahlo záporný tok hotovosti (tabuľka 1).

Tabuľka 1 Vývoj finančných výsledkov skúmaných podnikov v roku 2012

Ukazovateľ	Početnosť	Záporné údaje	Priemer	Medián
Čistý výsledok hospodárenia	72	54	-16320	-4235,5
Cash Flow	72	40	-12014	-351
Likvidita 3.stupňa	71	1	5,72	0,28902
Doba inkasa pohľadávok	68	0	136,12	8,62512
Rentabilita vlastného imania	72	17	2,09	0,26364
Rentabilita celkových aktív	72	54	-11,84	-0,2907
Výnosy	72	0	97522,4	61004,5
Náklady	72	0	113674	84579,5
Vlastné imanie	72	44	-26095	-9235,5

Zdroj: Vlastné spracovanie, 2014.

Z regionálnych rozdielov je dôležité spomenúť, že najväčšie rozdiely sú viditeľné v dobe splatnosti záväzkov (130 dní pri regionálne významných oblastiach, 271 dní pri národných a medzinárodných), zadlženosti (84, resp. 153 %) a rentabilite aktív (-11 %, resp. -43 %). Vo významnejších regiónoch nie je vidieť zodpovednejšie výsledky a lepšie finančné údaje. V pozitívnejšom svetle sa javia len pri vnímaní absolútnych čísel, kedy stredná hodnota výnosov v medzinárodne a národne významných regiónoch bola vyššia o 43 % a hodnota nákladov o 16 %. V obidvoch prípadoch sú však podniky výrazne stratové, v perspektívnejších regiónoch to bolo 76 % podnikov, v menej perspektívnych 73,5 % podnikov. Zároveň dosiahli obidve kategórie aj záporný cash flow, v prvej skupine to bolo v priemere -1512,0 €, v druhej -21 410,0 € (mediánová hodnota v obidvoch kategóriách dosiahla takmer nulovú hodnotu, čiže objem záporných tokov sa takmer vyrovnal kladným, podiel podnikov so záporným cash flow bol 55 %).

To, ako boli tieto výsledky ovplyvnené daňovými zmenami, budeme kvantifikovať v ďalších častiach. Uvedomujeme si, že vo viacerých krokoch porušujeme zásadu časovej porovnateľnosti, nakoľko finančné výsledky nie sú z rovnakého obdobia (2012), ako postupne novelizované daňové predpisy (2013, 2014). Keďže by mal každý návrh zákona rešpektovať nielen prospech pre štát, ale aj dôsledky pre podniky, považujeme uvedené finančné výsledky a vnútornú štruktúru výnosov, nákladov, aktív a pasív za zodpovedajúcu štandardnému podniku cestovného ruchu poskytujúcemu stravovacie služby (okrem toho bez uvedomelého ovplyvňovania práve z hľadiska zvýšenia daní), a preto uvedené dôsledky budeme zisťovať na charakterizovanej vzorke podnikov.

Vplyv zavedenia daňových licencií. Zákon č. 463/2013 Z. z. prijatý v decembri 2013, ktorým sa mení a dopĺňa zákon č. 595/2003 Z. z. o dani z príjmov v znení neskorších predpisov, zaviedol nové opatrenia v zdaňovaní právnických osôb. Jedným z nich je tzv. daňová licencia, resp. «daň z neúspechu». Predstavuje minimálnu daň, ktorú musí zaplatiť daňovník – právnická osoba, ak jej daňová povinnosť vypočítaná v daňovom priznaní je nižšia ako stanovená výška daňovej licencie pre daňovníka. Pre neplateľov DPH s ročným príjmom do 500 000,- € predstavuje 480,- €, platitelia DPH s príjmom do 500 000,- € zaplatia 960,- € a s príjmom nad 500 000,- € 2 880,- €. Úľavu dostanú podniky, ktoré zamestnávajú zdravotne postihnuté osoby. Kladný rozdiel medzi daňovou licenciou a daňou vypočítanou v daňovom priznaní je možné započítať na daňovú povinnosť pred uplatnením preddavkov na daň najviac v troch bezprostredne po sebe nasledujúcich zdaňovacích obdobiach, t.j. uvedenú sumu je možné v budúcnosti odčítať od neskorších platených daní.

Najmä pre malé podniky znamenajú uvedené zmeny zásah do ich finančného hospodárenia. Platba daňovej licencie bude vytvárať dodatočný tlak na cash flow a najmä pri podnikoch s nízkymi hodnotami likvidity môže ohroziť ich platobnú schopnosť (hovoríme napr. o príležitostne vykonávaných aktivitách).

Ak by daňové licencie platili pre rok 2012, ich platenie by malo vplyv na hospodárenie podnikov. Uviedli sme, že medián hotovostných tokov dosahoval -351,- €, po zaplatení daňovej licencie by sa táto stredná hodnota za sledované podniky zvýšila v uvedenom roku na -1311,- € a počet podnikov s vyššími výdavkami ako príjmami za uvedené obdobie narástol z 20 na 26. O šesť podnikov viac tak ročne nevygeneruje dost príjmov na krytie výdavkov. Záporný cash flow sa tak objemovo zvýšil 3,73 krát, čo môže vyznievať pri jeho relatívne nízkej absolútnej hodnote nevýznamne, zároveň však vysoká odchýlka poukazuje na to, že

okrem podnikov s vysokým objemom hotovostných pohybov existuje relatívne veľký počet podnikov, v ktorých peňažné toky nie sú veľké a práve výdavok v podobe daňovej licencie môže rozhodnúť o ich ďalšej budúcnosti. Bolo by preto vhodné skúmať napr. závislosť týchto zmien na veľkosti alebo type poskytovaných služieb. Kvantitatívne sa zmeny v absolútnom prírastku prejavili pri posúdení potenciálu regiónov rovnako, medzinárodne a národne významné oblasti však zaznamenali relatívnu zmenu menšiu, ako regionálne významné (až +530 % rast záporného cash flow).

Platenie daňových licencií sa prejaví aj na ukazovateli likvidity 3. stupňa. Kým reálne dosiahla mediánová hodnota 0,29, po zaplatení licencií by to hypoteticky bolo 0,28, čo je v pomere k výške záväzkov relatívne bezvýznamná zmena. V menej perspektívnych regiónoch ale klesne z 0,48 na 0,28, čiže podniky budú mať takmer o polovicu zníženu schopnosť splácať krátkodobé záväzky.

Vplyv zmeny dane z príjmu. Novela zákona o dani z príjmov od 1. 1. 2013 zrušila na Slovensku rovnú daň z príjmov a zvýšila sadzbu dane pre právnické osoby z pôvodných 19 % na 23 %. Negatívny dôsledok akéhokoľvek zvýšenia daní pre podniky nie je potrebné detailne opisovať. V tomto prípade bola však zmena sadzby sprevádzaná aj ďalšími zmenami, ktoré napr. sťažili aj administratívnu agendu vyplývajúcu zo zmeny daňového systému.

Na základe zhodnotenia absolútnej výšky platenej dane z príjmu v roku 2012 za sledovanú vzorku podnikov môžeme konštatovať, že iba 20,8 % podnikov platilo dane. Šťastí to dáva za pravdu argumentom v prospech zavádzania daňových licencií, zároveň tento údaj nekonkretizuje, kto sa dostal do stratovej situácie kvôli vlastným chybám, trhovej kríze a kto kvôli vlastným špekuláciám. Daň z príjmu odvedená štátu dosiahla za sledované podniky 12 152,- €. Keďže v tomto prípade ešte išlo o pôvodnú sadzbu dane z príjmu (19 %), prehodnotili sme výšku daňového základu a odvedenej dane aj po zvýšení daňovej sadzby na 23 %. Za daných podmienok by sa daňový príjem štátu za skúmané podniky zvýšil o 2 558,- € (+21 %), pričom je pravdepodobné, že podniky po zvýšení daňovej sadzby prijímajú konsolidačné opatrenia, čo by znamenalo, že skutočný objem odvedených daní by mohol byť ešte nižší.

Zvýšenie daní znamenalo zníženie čistého výsledku hospodárenia v sledovaných podnikoch o 1,25 %. Dôsledok pre ukazovatele rentability bol minimálny. Vzhľadom na nízky počet ziskových podnikov a zníženie disponibilného výsledku hospodárenia o vyššie dane z príjmu sa zmenil len ukazovateľ rentability aktív, ktorý klesol o 0,05 %.

Od zdaňovacieho obdobia 2014 dôjde k zníženiu dane z príjmu z 23 % na 22 %. Toto opatrenie bolo prezentované ako kompenzácia zavedenia daňových licencií. Vzhľadom na vysoký počet stratových podnikov v skúmanej vzorke je jasné, že táto kompenzácia (pri aplikácii na historické údaje) by sa orientačne týkala približne len 20 % ziskových podnikov. Vďaka zníženiu daňovej sadzby sa priemerná výška zaplatenej dane znížila absolútne len o 42,74 €. Pred zavedením by skúmané podniky v priemere platili daň 982,54 €, po zavedení 939,8 €. Keďže si môžu „započítať“ licenciu do daňových povinností, po znížení daňovej sadzby tak paradoxne platia „viac“, ale v porovnaní s minulosťou usporili 22,54 €. Na stratové podniky však zmena daňovej sadzby v sledovanom období nemá žiaden vplyv.

Vplyv zmeny DPH. Zmeny v daňovej oblasti sa v posledných rokoch dotkli aj dane z pridanej hodnoty. Po prvotnom zvýšení z 19 % na 20 % v roku 2011 sa síce objavili plány znovu preradiť medzi znížené sadzby niektoré ďalšie tovary hlavne základnej spotreby, doteraz k tomu však nedošlo. Aj na začiatku roku 2014 sa objavili návrhy znížiť sadzbu

dane z pridanej hodnoty na ubytovacie služby a s tým súvisiace stravovacie služby zo súčasných 20 na 10 %. Tieto licitácie s číslami sú však často len súčasťou politického boja a populistických vyjadrení.

Pri kvantifikácii v tejto oblasti sme brali do úvahy zvyšovanie sadzby o 1 % z roku 2011, ale aj hypotetické znižovanie v budúcnosti na 10 %. Zvýšenie sadzby dane znamenalo v priemere zvýšenie platenej sumy o 94,- €/podnik. V dôsledku toho došlo k negatívnemu vývoju v cash flow a jeho zníženiu v priemere o 6 %. V prípade pozitívnejšej zmeny a zníženia sadzby by podniky odviekli nižšiu daň v priemere o 853,- € ročne. Vďaka tomu by sa znížili výdavky a cash flow by sa zlepšil o 153 % s následným pozitívnym vplyvom aj na likviditu.

Záver

Na základe výskumných otázok, ktoré sme stanovili na začiatku nášho prieskumu, môžeme konštatovať, že pri prvej z nich sa lepšie výsledky v medzinárodne a národne významných regiónoch nepotvrdili. Rentabilita vlastného imania v nich síce dosiahla 28 %, kým v regionálne a nadregionálne významných oblastiach len 19 %, ale ako sme konštatovali, ide o pomer záporného výsledku hospodárenia v zápornom vlastnom imaní (v konečnom dôsledku ide o dva negatívne výsledky naraz). Perspektívnejšie regióny nedosahujú lepšie výsledky ani z pohľadu zadlženosti, rentability aktív, likvidity ani úhrady záväzkov.

V zmysle zákona o konkurze a reštrukturalizácii je možné posúdiť tzv. úpadok podniku na základe platobnej neschopnosti (t.j. schopnosti podnikov plniť svoje platobné záväzky v lehote splatnosti) a posúdenia predĺženia (pôvodne pomer majetku spoločnosti voči jej záväzkom po lehote splatnosti, v súčasnosti už voči celkovým záväzkom, t.j. záporné vlastné imanie). Ak vynecháme „veriteľský“ pohľad na podniky, ktorý (napriek vysokému ukazovateľu doby splatnosti záväzkov) nevieme za veriteľov posúdiť, vysoká výška záporného vlastného imania a hlavne veľký počet podnikov, ktoré ním trpia, sú dostatočným dôvodom na vstup do konkurzu, ktorý zákon priamo nariaďuje. Podľa § 66g zákona č. 348/2011 Z.z. v prípade, že dlžník, ktorý je podnikateľom, je nepretržite počas 60 dní v predĺžení, je povinný podať návrh na vyhlásenie konkurzu alebo na vyrovnanie. Až 61 % skúmaných podnikov vykazuje záporné vlastné imanie a polovica z nich v dvoch po sebe idúcich obdobiach. Hoci je vidieť snahu pomocou pôžičiek od spoločníkov kryť dosahované straty, tieto pôžičky sa objavujú na strane záväzkov, čo znamená, že záporné vlastné imanie neriešia.

K zlepšeniu platobnej schopnosti rozhodne neprispeli daňové licencie, ktoré znížili likviditu, hlavne v regiónoch s nižším potenciálom rozvoja, pričom kvôli veľkému počtu stratových podnikov ani zníženie dane z príjmu z 23 na 22 % neposkytne kompenzáciu všetkým podnikom. Okrem toho aj skutočnosť, že došlo k zníženiu možnosti odpisovať stratu z pôvodných 7 rokov nerovnomerne na 3 roky rovnomerne, určite ovplyvní hospodárenie hlavne stratových podnikov.

Podniky môžu byť v roku 2014 ohrozené aj ďalšími zmenami, ktoré ovplyvnia ich ziskovosť a hotovostné toky. Keďže podniky cestovného ruchu sú známe aj nižšou priemernou mzdou, ďalšie zvýšenie minimálnej mzdy predstavuje potenciálne ohrozenie pracovných miest kvôli zvyšovaniu mzdových nákladov.

Zodpovedné podnikanie je do veľkej miery podmienené dobrým finančným zdravím podnikateľských subjektov. Iba podniky s dobrými výsledkami si môžu dovoliť byť

„viac“ zodpovedné a prekračovať mieru bežnej zodpovednosti. Úroveň minimalistického dodržiavania zákonov a etického správania na Slovensku je otázna, keďže sa pravidelne stávame svedkami oneskoreného splácania záväzkov, vyhýbania sa plateniu daní, či rozširovania nízko platených pracovných funkcií. Z výsledkov prieskumu vyplýva, že podniky poskytujúce stravovacie služby nepatria medzi tie, ktoré charakterizuje pravidelne zisková činnosť, či pozitívne toky hotovosti. To však nevyhnutne neznamená, že sa správajú nezodpovedne. Individuálny pohľad na výsledky hospodárenia skúmaných podnikov však naznačuje, že medzi úspešnejšie patria tie podniky, ktoré sa snažia o rozšírenie portfólia poskytovaných služieb, či ponúkaných tovarov a dosahujú väčšiu mieru komplexnosti. Naopak, medzi menej úspešnými sú v prevažnej miere tie podniky, ktorých aktivity sú špecificky orientované a obmedzené.

Ako vyplýva z národných štatistík, miera platenia dane z príjmu je v odvetví veľmi nízka. Ešte stále doznievajúce krízové obdobie poukazuje na fakt, že problémy sú spôsobené aj štrukturálnymi zmenami v dopyte, preto je potrebné uvedené skutočnosti skúmať v dlhšom časovom období, aby sme mohli sledovať trend vývoja a analyzovať dôvody vzniku finančných problémov. V každom prípade, keď sa k podobným výsledkom podnikov pripoja časté zmeny v základných zákonoch upravujúcich podnikateľskú činnosť, ktoré vo väčšine prípadov predstavujú prekážky v ďalšej podnikateľskej činnosti, je namieste otázka, kde sa popri zodpovednosti podnikov začína objavovať zodpovednosť štátu. Mnohé z prijímaných legislatívnych opatrení vychádzajú zo základného predpokladu kolektívnej viny všetkých podnikov, namiesto postihovania len tých subjektov, ktoré sa na trhu správajú menej zodpovedne.

Kľúčové slová: Cestovný ruch. Finančné ukazovateľe. Kríza. Podnikateľské prostredie.

Grantová podpora: Stať je súčasťou riešenia grantového projektu VEGA 1/0810/13 - Predpoklady uplatnenia koncepcie spoločensky zodpovedného správania v cestovnom ruchu.

Zoznam použitej literatúry

1. BLANCHARD, O. 2006. *Macroeconomics* (4th ed.). New Jersey : Prentice Hall, 2006. ISBN 978-0131860261.
2. BRATIĆ, V., BEJAKOVIĆ, P., DEVČIĆ, A. 2012. Tax system as a factor of tourism competitiveness: The case of Croatia. In *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, roč. 44, 2012. ISSN 1877-0428, s. 250-257.
3. COHEN, E. 2012. Globalization, Global Crises and Tourism. In *Tourism recreation research*, roč. 37, 2012, č. 2. ISSN 0250-8281, s. 103-111.
4. COLLIER, P. 2000. Africa's Comparative Advantage. In Jalilian, H., Tribe, M., Weiss, J.: *Industrial Development and Policy in Africa*. Cheltenham : Edward Elgar, 2000. ISBN 1-84064-120-7.
5. CUSHNAHAN, G. 2004. Crisis management in small-scale tourism. In *Journal of Travel and Tourism Marketing*, roč. 15, 2004, č. 4. ISSN 1054-8408323-338, s. 323-338.
6. EDENSOR, T. 2007. Mundane mobilities, performances and spaces of tourism. In *Social and Cultural Geography*, roč. 8, 2007, č. 2. ISSN 1464-9365, s. 199-215.
7. EIFERT, B., GELB, A., RAMACHADRAN, V. 2005. Business Environment and Comparative Advantage in Africa. [online]. In *Working Paper 56*.

- London : Centre for Global Development. [cit. 14. 1. 2014]. Dostupné na internete: <http://www.cgdev.org/files/2732_file_WP56_1_revis.pdf>.
8. ENZ, A. C., KOSOVA, R., LOMANNO, M. 2011. The Impact of Terrorism and Economic Shocks on U.S. Hotels. In *Cornell Hospitality Report*, roč. 11, 2011, č. 5.
 9. HALL, C. M. 2010. Crisis Events in Tourism. In *Current Issues in Tourism*, roč. 13, 2010, č. 5. ISSN 1368-3500, s. 401-417.
 10. HORVATOVÁ, L., GREGOVÁ, E., HRAŠKOVÁ, D. 2012. Aspekty efektívnej podpory malých a stredných podnikov. In *Ekonomika Manažment Inovace*, roč. 4, 2012, č. 2. ISSN 1804-1299, s. 49-59.
 11. KAPIKI, S. 2011. The Impact of Economic Crisis on Tourism and Hospitality: Results from a Study in Greece. In *Central European Review of Economics and Finance*, roč. 2, 2012, č. 1. ISSN 2082-8500 s. 19-30.
 12. LOAYZA, N., SERVEN, L. 2010. *Business Regulation and Economic Performance*. Washington, DC : The World Bank e-library. eISBN 978-0-8213-8145-8.
 13. MAKAROVÁ, X. 2013. Minimálna firemná daň bude 480 eur. In *Trend*, č. 44, 2013. ISSN 1335-0684, s. 19.
 14. PFORR, C., HOSIE, P. 2009. *Crisis Management in the Tourism Industry*. Burlington : Ashgate Publishing Company, 2009. ISBN 978-0-7546-7380-4
 15. Podnikateľská aliancia Slovenska. 2013. *Zhoršovanie podnikateľského prostredia sa spomaľuje*. [online]. Dostupné na internete: <<http://alianciapas.sk>>.
 16. PORTER, M. E. 1998. *The Competitive Advantage of Nations*. New York : Free Press, 2012. ISBN 978-0684841472.
 17. RITCHIE, J. R. B., CROUCH, G. I. 2003. *The competitive destination: a sustainable tourism perspective*. Oxford : CABI Publishing, 2003. ISBN 0-85199-664-7.
 18. SIAN, T. L. et al. 2009. *Fundamentals of Hospitality and Tourism Management*. [online]. Kuala Lumpur : Open University. [cit. 14. 1. 2014]. Dostupné na internete: <<http://www.oum.edu.my>>.
 19. SMERAL, E. 1998. The impact of globalization on small and medium enterprises: new challenges for tourism policies in European countries. In *Tourism Management*, roč. 19, 1998, č. 4. ISSN 02615177, s. 371-380.
 20. ŠMARDOVÁ, Ľ. 2011. Vnímanie daní ako východisko zodpovedného správania podnikov v cestovnom ruchu. In *Economic, Social, Environmental and Legislative Aspects of the Corporate Social Responsibility*. Banská Bystrica : Univerzita Mateja Bela, Ekonomická fakulta, 2011, s.46. ISBN 978-80-557-0268-1.
 21. Vláda SR. 2009. Správa o plnení opatrení vlády SR na prekonanie dopadov finančnej a hospodárskej krízy za rok 2009. [online]. Dostupné na internete: <<http://www.rokovania.sk>>.
 22. Zákon č. 348/2011 Z.z., ktorým sa mení a dopĺňa zákon č. 7/2005 Z. z. o konkurze a reštrukturalizácii.
 23. Zákon č. 463/2013 Z. z., ktorým sa mení a dopĺňa zákon č. 595/2003 Z. z. o dani z príjmov v znení neskorších predpisov.
 24. Zákon č. 595/2003 Z. z. o dani z príjmov.

Adresa autora: Ing. Ľuboš Elexa, PhD., Ekonomická fakulta UMB, Tajovského 10, 975 90 Banská Bystrica; e-mail: lubos.elexa@umb.sk

Vedecký príspevok/ Scientific Article

Recenzované/Review: 16. 6. 2014

Slovak PAYG Scheme Financial Stability and ABM Model Introduction

Finančná stabilita priebežného piliera dôchodkového systému na Slovensku a uplatnenie modelu automatického vyrovnávacieho mechanizmu

Ján Šebo, Ľubica Šebová

Article deals with the challenges in Slovak PAYG and DC pension schemes under the non-existence of automatic balance mechanism (ABM). By uncovering theoretical knowledge on ABM for PAYG schemes, we focus on its ability to overcome political risks and to stabilize the PAYG system in short and long run without drastic shock interventions, which are politically unstable. Further, we present developed ABM model into specific conditions of Slovak PAYG system and test its ability to balance the PAYG system on cash and accrual basis out. The results suggest the feasibility of the ABM model implementation and argue, that proclaimed catastrophic scenarios for the PAYG system sustainability are not really relevant. At the same time, current and future financial stability of the PAYG system should be still viewed as high risk for overall fiscal stability and sustainability of public finances in Slovakia.

Key words: ABM model. Financial stability. Financial sustainability. PAYG.

Stat' rieši problematiku výziev, ktorým priebežný dôchodkový pilier (PAYG) spolu s príspevkovo definovanou (DC) sporivou schémou čelí pri neexistencii automatického vyrovnávacieho mechanizmu (ABM). Skúmaním teoretických prístupov k modelom ABM pre schémy PAYG odhaľujeme schopnosti modelov predísť politickým rizikám a stabilizovať systém PAYG z krátkodobého i dlhodobého hľadiska bez potreby drastických šokových intervencií, ktoré sú politické nestabilné. Prezentujeme vytvorený model ABM pre špecifické podmienky systému PAYG na Slovensku a testujeme jeho schopnosť vyrovnávať bilanciu systému PAYG na hotovostnej aj akruálnej báze. Výsledky výskumu naznačujú realizovateľnosť zavedenia modelu ABM a zároveň argumentujeme, že katastrofické scenáre vývoja PAYG systému nie sú namieste. Zároveň však potvrdzujeme existenciu vysokého rizika pre finančnú udržateľnosť súčasného nastavenia systému PAYG a jeho negatívny vplyv na udržateľnosť verejných financií na Slovensku.

Kľúčové slová: Automatický vyrovnávací mechanizmus. Finančná stabilita. Finančná udržateľnosť. Priebežný dôchodkový systém.

JEL Classification: H_{30} , E_{27} , G_{23} , J_{32} , C_{53} .

1. Introduction and literature review

Pension schemes are relatively complex systems, and their individual set-up varies significantly between individual countries as well as within a country. Complexity of pension schemes questions the knowledge and understanding of such systems by regulators.

Fundamental goal of any pension scheme (whether PAYG or funded; defined benefit - DB or defined contribution - DC based) is to provide an adequate replacement income for the remaining life of individuals. PAYG schemes as basic state organized pension systems require sound designing metrics, calculating in various aspects and parameters tied to the labor market development, demographic parameters and sound actuarial assumptions.

There is a long path down the road from the designing the complex pension scheme to the achieving its objective. This path includes many misunderstandings, unknown and often complex factors and risks influencing the ultimate goal of the pension scheme - adequacy of the retirement income. Even if the pension scheme is well designed, there is still one remaining risk that is becoming more visible especially in the central and eastern European countries (CEE countries) - political risk.

One of the main problems faced by the DB PAYG pension systems is the political risk to which it is subjected, a risk which should be understood along the lines of that defined by Diamond (1994), basically referring to the decisions taken by politicians tied to their traditional planning horizon (often only four years), which is clearly far less than that of the pay-as-you-go pension system. Valdés-Prieto (2006) points out that DB PAYG system tend to require periodic adjustments due to demographic and economic uncertainty. Relying on discretionary legislation for these Social Security modifications creates political risk for both contributors and beneficiaries.

However, Besley and Prat (2005) explain that another big problem for public (and private) pension systems is their inability to develop a credible institutional framework for contributors and pensioners in the sense that promises of payment may be reasonably respected. Boeri et al. (2001) note that the European pay-as-you-go pension model suffers from serious credibility problems, and the public system in Slovakia is no exception. Holzmann (2009) claims, that constant tinkering with parametric reforms (changes in retirement age, changes in contribution periods leading to entitlement, increases in contribution rates, etc.) lowers the credibility of pension systems. This credibility problem may be associated with what is known as reputational risk, which can be the result of actions that help give pension systems a bad image and give contributors a reason not to contribute or to change to other systems, should that option be available to them.

Political risk is ameliorated to the extent that governments act as the guarantors of the pension systems. In the event that for any reason pension funds prove to be inadequate, pension fund regulations or political pressure is likely to compel governments to provide some form of protection to pensioners (Kay, Kritzer, 2001).

In a public DB (or even DC) PAYG schemes, the automatic balance mechanism (ABM) is often discussed as a remedy to political risk. ABM is a set of predetermined measures established by law to be applied immediately as required according to the solvency or sustainability indicator. Its purpose, through successive application, is to re-establish the financial equilibrium of pay-as-you-go pension systems with the aim of making those systems viable without the repeated intervention of the legislators (Vidal-Meliá et. al., 2009). In other words, they are used to depoliticize the management of the DB PAYG system by adopting measures with a long-term planning horizon which will bring about greater intergenerational fairness and re-establish the equilibrium, sustainability or financial solvency of the system. Diamond (1994) states that given the political ease of increasing benefits or reducing taxes and the political difficulty of raising taxes or cutting benefits, having future tax rate increases and future benefit decreases on the books lowers the political cost of preserving balance, since it is easier to legislate future pain than current pain.

In order to make good decisions about the future pensions, individuals need access to the unbiased information about the type of pension schemes available, while their needs should be considered by those designing, regulating and controlling the pension system (EIOPA, 2013). There is much evidence that many individuals do not use any rational judgment of state organized pension schemes and their ability to provide the pension objective – adequate retirement income.

When designing national pension systems reforms based on the introduction of private pension schemes, CEE countries have been advised by OECD, World Bank, International Monetary Fund (IMF) and European Commission (EC) experts, who modeled the expected outcomes of the newly designed funded DC pension schemes including relevant factors. Providing technical advice on parametric reforms of state organized PAYG pension schemes has been left behind.

There are many international as well as specific national simulation models (TARKI Social Research Institute, 2008), based on the overlapping generation models (Blake, 2006) or micro-simulation (cohort or agent based) model (Gilbert, Troitzsch, 2005; Blommestein et al., 2009).

Political risk refers to the degree to which governments provide effective supervision and regulation of the pension system. This refers not only to the pension funds themselves, but also to the overall functioning of the pension system, which includes enforcing compliance among workers and providing subsidies and guarantees when necessary. Virdzek, Šebo (2013) provide a basis for analyzing the political risk under the standard principal-agent theory, where political risk should be viewed in the context of pension system players: government – PAMCs (pension asset management companies) – savers. Government acts as a principal and PAMCs as agents. On the other hand, government acts as an agent and savers as principals in this particular relation. The triangle is closed by the relation between savers (principal) and PAMCs (agents).

Virdzek, Šebo (2013) recognize that government (managing public PAYG scheme) and PAMCs (managing semi-private DC funded scheme) follow their own goals, which are not always in favor of savers. In order to have the regulation working in favor of savers the utility functions of savers must be aggregated. But if the game is played in the oligopolistic environment (like in the case of Slovak DC pension system) with high entry barriers, low demand elasticity and high inertia of savers, agents (PAMCs and government) do not have to follow the preferences of principal (savers).

2. Aim, material and methodology

The aim of the paper is to provide updated calculations for PAYG scheme financial stability after several parametric reforms introduced in the year 2012 and confront the research outcomes with other authors. At the same time, we propose and model an automatic balance mechanism for the PAYG pension scheme with the objective to gradually balance out the PAYG scheme and thus limit the political risk of the PAYG scheme.

We use the methodological recommendations and approaches provided by Vidal-Meliá (2009), Blake (2006) and Šebo and Virdzek (2012) to show, whether the PAYG scheme is able to sustain financial pressures connected with a longevity risk (demographical changes) in Slovakia. Our approach toward evaluating the ability of the automatic balance mechanism to bring the public PAYG system back to the financial stability is based on a seminal works of Vidal-Meliá et al. (2009) and Settergren (2001).

To create an ABM model, several key parameters are to be set and at least one parameter influencing the revenue and expenditures should be controlled by the ABM model. Designing the ABM model for a Slovak public PAYG system, these parameters should be used to create a virtual PAYG system balance sheet:

- A. revenue side of the PAYG balance sheet:
 - a) Number of economically active citizens (15 – 65 years) (wa_i);
 - b) Number of working citizens (wf_i);
 - c) Employment ratio ($e_i = wf_i / wa_i$);
 - d) Average age of economically active citizens (a_i);
 - e) Average monthly wage (w_i);
 - f) Wage growth rate ($\Delta w_i = w_i / w_{i-1}$);
 - g) Contributions for the PAYG system ($c_{i,i}$);
 - h) Number of participants in the II. (1st bis) pillar (sa_i);
 - i) Contributions for the II. (1st bis) pillar ($c_{ii,i}$);
 - j) Average retirement age (x_i);
 - k) Total PAYG system revenues (cash basis) ($R_{C,i}$);
 - l) Future PAYG system revenues from current workers (accrual basis) ($R_{A,i}$);
- B. expenditure side of the PAYG balance sheet
 - a) Number of retirees/beneficiaries (r_i);
 - b) Number of retirees from the II. (1st bis) pillar (s_i);
 - c) Dependency ratio ($d_i = r_i / p_i$);
 - d) Average pension from the PAYG system (p_i);
 - e) Average life expectancy of retirees/beneficiaries (ra_i);
 - f) Swiss indexation of pensions ($v_i = 0,5i_i + 0,5lc_i$);
 - g) Inflation (i_i);
 - h) Level of life-existence costs (lc_i);
 - i) PAYG system Replacement ratio ($rr_i = p_i / w_i$);
 - j) Total PAYG system expenditures (cash basis) ($C_{C,i}$);
 - k) Future PAYG system expenditures (accrual basis) ($C_{A,i}$);
- C. balance of the PAYG system
 - a) ETD (expected turnover duration)¹ ($ETD_i = ra_i - a_i$);
 - b) PAYG balance (cash basis) ($B_{C,i} = R_{C,i} - C_{C,i}$);
 - c) PAYG balance (accrual basis) ($B_{A,i} = R_{A,i} - C_{A,i}$);
 - d) PAYG Financial stability ratio (cash basis) ($FS_{C,i} = R_{C,i} / C_{C,i}$);
 - e) PAYG Financial stability ratio (accrual basis) ($FS_{A,i} = R_{A,i} / C_{A,i}$).

¹ See Settergren, 2001.

The formula for calculating the revenue side of the PAYG balance sheet based on the cash basis (annually) is as follows:

$$RC_i = wf_i \times 12w_i \times c_{I;i} + (wf_i - sa_i) \times 12w_i \times c_{II;i} \quad (1)$$

The formula for the revenue side of the PAYG balance sheet based on the accrual basis by taking into account future contributions of economically active citizens is as follows:

$$RA_i = \sum_i^{ETD_i} wf_i \times 12w_i \times c_{I;i} + (wf_i - sa_i) \times 12w_i \times c_{II;i} \quad (2)$$

For the modeling purposes, we created a model that calculates the PAYG balance sheet up to the 2050 using assumptions for wage growth at the level of 2,4% p.a. However, most of the parameters can be controlled. Input data for parameters identified in the text above were taken from the official statistics of Statistic office of Slovak republic and Eurostat.

Formula for calculating PAYG expenditures on cash basis (annually) is as follows:

$$CC_i = r_i \times 12p_i - s_i \times 12p_i \times \frac{c_{II;i}}{c_{I;i} + c_{II;i}} \quad (3)$$

Formula for calculating PAYG expenditures on an accrual basis is as follows:

$$CA_i = \sum_i^{ETD_i} r_i \times 12p_i - s_i \times 12p_i \times \frac{c_{II;i}}{c_{I;i} + c_{II;i}} \quad (4)$$

Expected average indexation using the Swiss indexation formula was originally set at 2,4% p.a. Average life expectancy of retirees was taken from the Statistical Office of Slovak republic for the year 2008 (74,78 years) and for the year 2050 the data from Eurostat were used, where the expected average age of retirees is 83,25 years.

Definition of pension system financial stability ratio is based on the OECD approach, claiming that the pension system is financial sustainable, if the present value of future contributions (including the accumulated assets and reserves) is equal or higher than the present value of future paid benefits. The formulas for PAYG balances and financial stability ratios are as follows:

$$a) \text{ PAYG balance (cash basis) } (B_{C;i} = R_{C;i} - C_{C;i}) \quad (5)$$

$$b) \text{ PAYG balance (accrual basis) } (B_{A;i} = R_{A;i} - C_{A;i}) \quad (6)$$

$$c) \text{ PAYG financial stability ratio (cash basis) } (FS_{C;i} = R_{C;i} / C_{C;i}) \quad (7)$$

$$d) \text{ PAYG financial stability ratio (accrual basis) } (FS_{A;i} = R_{A;i} / C_{A;i}) \quad (8)$$

3. Results and discussion

Initial balance of public PAYG pension scheme in Slovakia based on the above presented calculations is presented in the figure below, where the actual values of expected accrual PAYG balance are presented on the left axis and cash PAYG balance on the right axis.

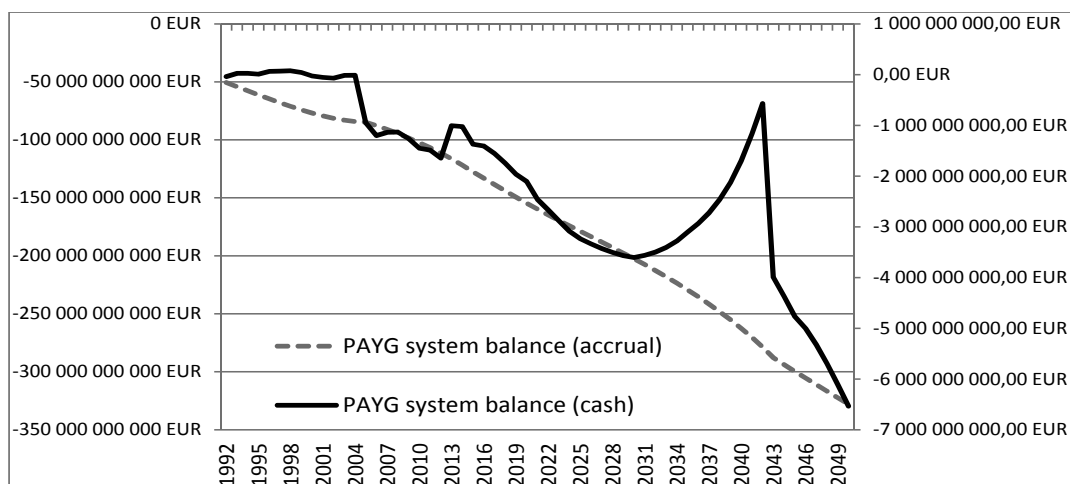


Figure 1 Initial PAYG balance after 2012 parametric changes

Source: Own calculations, 2014

When constructing the ABM model for the needs to balance out the PAYG pension scheme, we assumed that the PAYG scheme should reach the financial stability expressed at least by the accrual basis during one ETD starting from the moment the PAYG system has become financial unsustainable. Slovak PAYG system was financially unsustainable already in the year 1994 and therefore, using the ETD of 38 years, the latest date for balancing the PAYG system out was originally set at the year 2022. However, the ABM model has not been fully adapted and only automatic retirement age increase has been implemented into the Act on Social Insurance².

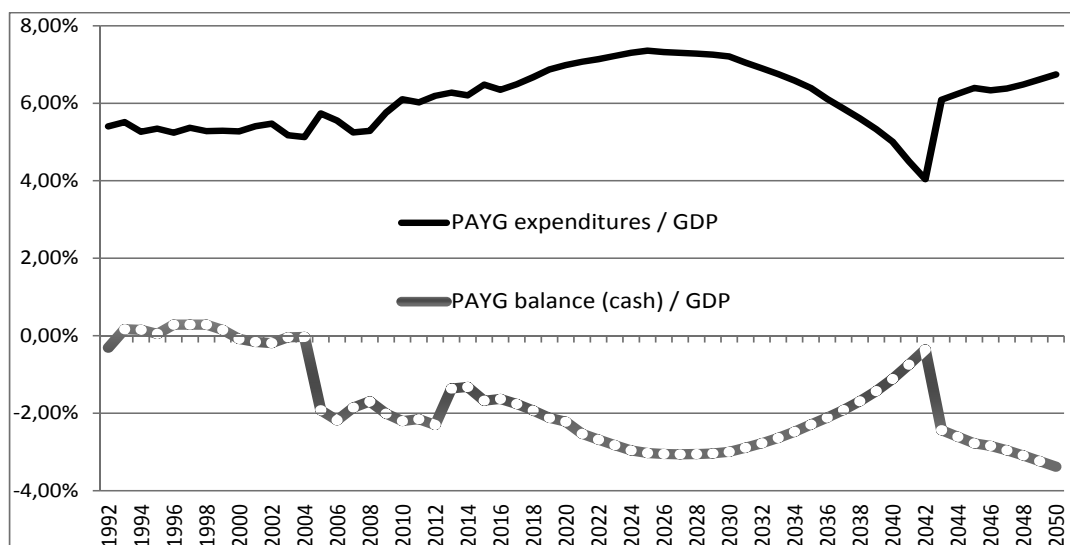


Figure 2 PAYG balance basis after parametric changes in 2012 to GDP

Source: Own calculations, 2014.

² It should be noted, that the Act on Social Insurance implemented provisions (§65a) on the automatic retirement age adjustment mechanism. However, the first year, when the mechanism will become effective, is 2017 and thus these legal provisions face political risk of being derogated, re-adjusted or postponed.

Proposed ABM model adjust following three variables each year in order to reach the total accrual balance of the PAYG pension scheme during pre-set period:

1. level of contributions to the PAYG system (I. pillar),
2. retirement age,
3. level of pensions' indexation.

By calculating the initial PAYG financial stability ratio, we were able to determine the required "level" for balancing the system. Each year, the ABM model has adjusted mentioned three variables by the required "level" using these formulas:

- a) adjustment level of PAYG contributions ($\Delta c_{I,t}$)

$$c_{I,t} = c_{I,t-1} + c_{I,t-1} \times \frac{FS_{A,t-1}}{ETD_{t-1}}$$

- b) adjustment for the retirement age (Δx_t)

$$x_t = x_{t-1} + x_{t-1} \times \frac{FS_{A,t-1}}{ETD_{t-1}}$$

- c) adjustment for the pensions' indexation:

$$v_{ABM;t} = v_t - \frac{\alpha \times v_t}{FS_{t-1} \frac{w_{t-1}}{w_{t-2}} \left[\left(1 - \frac{Pq_{t-1}}{Pq_{t-2}} \right) \alpha + 1 \right]}$$

where:

- Pq_{t-1} – dependency ratio ((r) / (wf)) in year t-1;
- w_{t-1} – average wage of economically active citizens (insured persons) in year t-1;
- v_t – Swiss indexation in year t;
- $v_{ABM;t}$ – pensions' indexation after the ABM adjustment;
- α – redistribution parameter set initially at $\alpha = 0,5^3$.

Introducing the ABM mechanism in 2015, the required adjustments made by the ABM annually would balance the PAYG system out by the year 2039. The PAYG balance after the ABM mechanism is introduced is presented below.

³ Redistribution parameter (α) divides the impact of parametric changes in 3 parameters (PAYG contributions, retirement age adjustment, pensions' indexation) among both sides of the PAYG balance sheet. If α is set at 1, the whole burden is pushed on the income side of the PAYG balance sheet and therefore only current contributors (workers and other insured persons) carry the burden of increased contributions. However, the duration of balancing the PAYG system out is significantly longer. If the α is set close to 0, current beneficiaries carry the burden by smaller pensions' indexation and soon-to-be beneficiaries by increased retirement age.

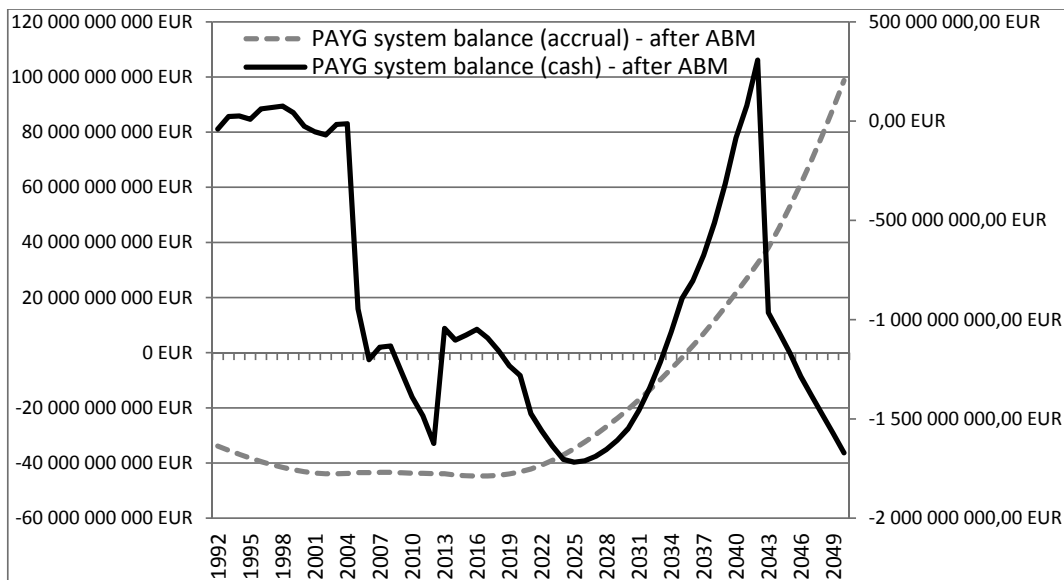


Figure 3 PAYG balance after ABM introduction – cash and accrual basis
Source: Own calculations, 2014.

Using the above expression of PAYG balance to GDP, the following figure shows the potential improvements in PAYG balance after the ABM introduction.

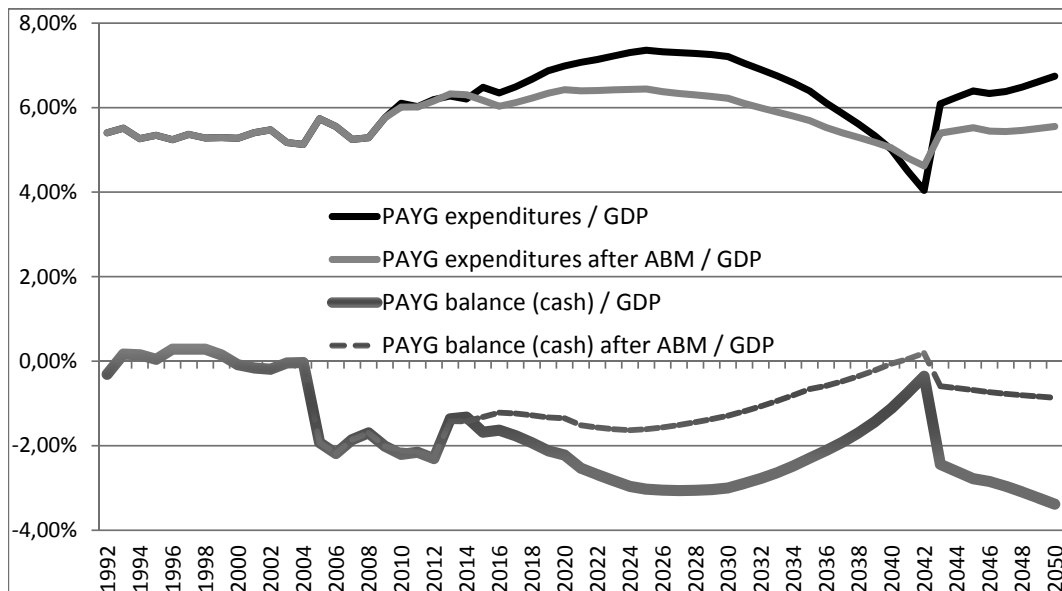


Figure 4 PAYG balance after parametric changes in 2012 and ABM introduction to GDP
Source: Own calculations, 2014

PAYG system financial stability ratios before and after ABM introduction is presented on the figures below. At the same time, the level of required improvement expressed as a % of change over year is presented to better track achieved as well as still required improvement of PAYG financial stability and thus required adjustments in controlled parameters.

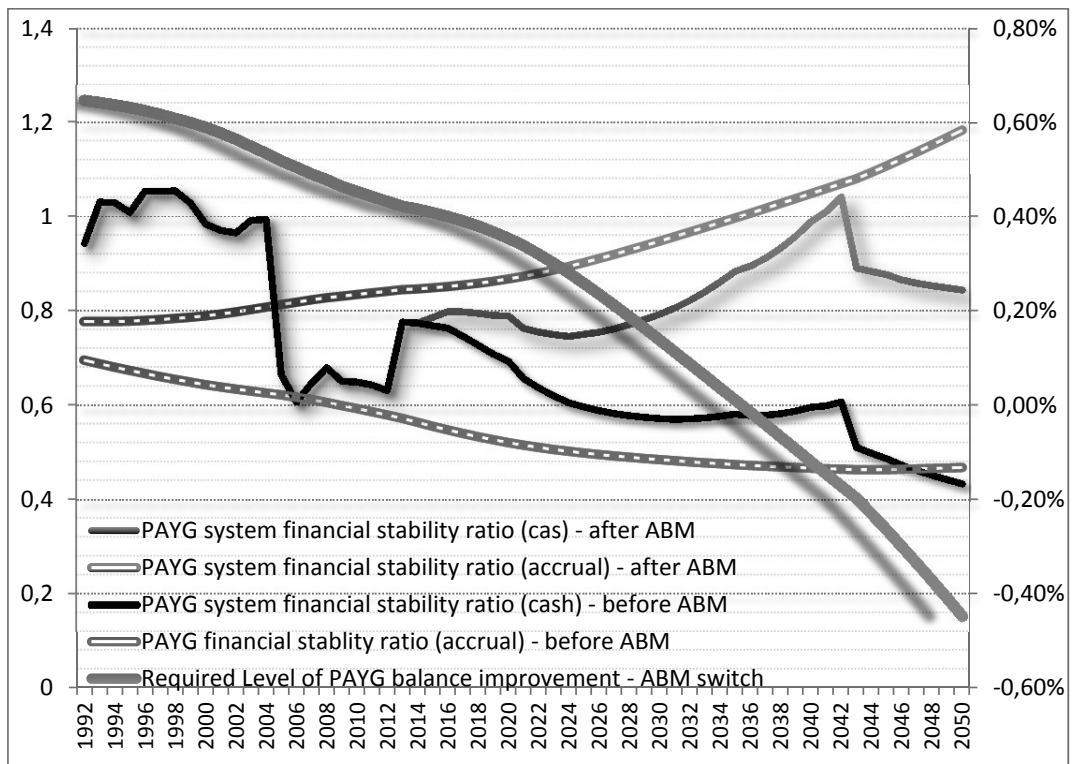


Figure 5 PAYG financial stability before and after ABM – cash and accrual basis
Source: Own calculations, 2014

The left axis on the figure presents the PAYG system financial stability ratio, while the right axis shows the annual levels of improvements required to balance the PAYG system out during predefined period. When the curve turns negative, it is interpreted that the parameter adjustments suggested by the ABM model can be tempered, but the whole ABM model should not be stopped.

Conclusion

Our analytical paper tried to bring more light into the debate on Slovak PAYG system financial sustainability. We introduced the updated ABM model and found the acceptable levels of controlled parameters adjustments in order to balance the PAYG system out during the predefined period. At the same time, we argue that financially sustainability the Slovak PAYG system after several parametric changes introduced in the year 2012 is not as critical

as other studies suggest. On the other hand, we argue solving the PAYG system via limiting the II. pillar development creates significant political risk of II. pillar sustainability.

Many areas of pension scheme complexities have remained uncovered, which deserve further investigation. Further research should therefore focus on creating an early-warning dynamic regulation model that is able to track the individual life-cycle savings paths, identify potential and occurring risks of PAYG as well as DC funded pension schemes and thus identify endangered cohorts for which the targeted recommendations can be formulated by the regulator.

Grant support: This work was supported by: the Slovak Research and Development Agency under the contract No. APVV-0465-12; the Scientific Grant Agency of the Ministry of Education, science, research and sport of the Slovak Republic and the Slovak Academy of Sciences under the grant No. VEGA 1/0669/14; the KEGA under the grant No. 007UMB-4/2014.

References

1. BLAKE, D. 2006. *Pension Finance*. Oxford : Oxford University Press, 2006. ISBN 978-0-470-05843-5.
2. BLOMMESTEIN, H. J. et al. 2009. *Evaluating the Design of Private Pension Plans: Costs and Benefits of Risk-Sharing*. OECD Working Papers on Insurance and Private Pensions, No. 34, OECD Publishing. Available at internet: <<http://dx.doi.org/10.1787/225162646207>>.
3. BOERI, T., BÖRSCH-SUPAN, A., TABELLINI, G. 2001. Would you like to shrink the Welfare State? The opinions of European citizens. In *Economic Policy*, 2001, No. 32, pp. 9–50. ISSN 1468-0327
4. DIAMOND, P.: *Insulation of Pensions from Political Risk*. NBER Working Paper, 1994, No. 4895.
5. EIOPA. 2013. *Good practices on information provision for DC schemes - Enabling occupational DC scheme members to plan for retirement*. EIOPA-BoS-13/010. 24 January 2013 Available at internet: <https://eiopa.europa.eu/fileadmin/tx_dam/files/publications/reports/Report_Good_Practices_Info_for_DC_schemes.pdf>.
6. GILBERT, N., TROITZSCH, K. G. 2005. *Simulation for Social Scientist*. Second Edition. Berkshire : Open University Press, 2005. ISBN 0-335-21600-5.
7. HOLZMANN, R. 2009. *Adequacy of Retirement Income After Pension Reforms in Central, Eastern and Southern Europe*. Washington : World Bank Publications, 2009. ISBN 978-0-821-37781-9.
8. KAY, S. J., KRITZER, B. E. 2001. Social Security in Latin America: Recent Reforms and Challenges. In *Economic Review* (Federal Reserve Bank of Atlanta), 2001. Available at internet: <<http://www.frbatlanta.org/filelegacydocs/ACF10AD.pdf>>.
9. SETTERGREN, O.: *The Automatic Balance Mechanism of the Swedish Pension System - a non-technical introduction*. Working Papers in Social Insurance 2001/2.
10. ŠEBO, J., VIRDZEK, T. 2012. Uplatnenie automatického vyrovnávacieho mechanizmu v priebežnom pilieri dôchodkového systému v Slovenskej republike. In *Ekonomický časopis*, roč. 60, 2012, č. 5, s. 482-494. ISSN 0013-3035.
11. TARKI Social Research Institute. *PENMICRO Monitoring pension developments through micro socioeconomic instruments based on individual data sources: feasibility study*.

Final Report for The European Commission - Employment, Social Affairs and Equal Opportunities, DG EMPL E4 Unit, 2008. Available at internet: <<http://ec.europa.eu/social/BlobServlet?docId=4300&langId=en>>.

12. VIRDZEK, T., ŠEBO, J. 2013. Political risk and pension funds' performance – the case of Slovakia. In : Hughes, G. - Stewart, J. (ed.): *Old-Age Crisis and Pension Reform. Where do we stand?* Poznan : Publishing House of Poznan University of Technology, 2013. pp. 115-133. ISBN 978-83-7775-254-8.
13. VALDÉS-PRIETO, S. 2006. Market Innovations to Better Allocate Generational Risk, In *Restructuring Retirement Risks*. Edited by David Blitzstein, D., O. Mitchell, and S. Utkus. Oxford University Press for the Pension Research Council, Wharton School, U. of Pennsylvania, 2006.
14. VIDAL-MELIÁ, C., del CARMEN BOADO-PENAS, M., SETTERGREN, O.: *Automatic Balance Mechanisms in Pay-As-You-Go Pension Systems*. 2009. Available at internet: <<http://ssrn.com/abstract=1132686>>.

Authors' contacts: doc. JUDr. Ing. Ján Šebo, PhD., Ing. Ľubica Šebová, PhD., Faculty of Economics, Matej Bel University in Banská Bystrica, e-mail: jan.sebo@umb.sk; lubica.sebova@umb.sk

Efektívnosť verejných výdavkov vo vzťahu k rozvoju spoločností krajinách európskej únie *Relationship Between Efficiency of Public Expenditures and Human Development in EU member states*

Pavol Kráľ, Viliam Pischko

With the selection of problem on efficiency of public expenditures and human development, we try to react on current problem of the economic theory and practice – identification of possible ways of usage and impact of public expenditures on human development. The goal of this paper is to study efficiency of public expenditures of the selected EU27 Member States using Data Envelopment Analysis (DEA). Particularly, we identify inefficient EU member states. The presented study uses a recent data available from Eurostat. This paper offers a great view of the.

Key words: *Efficiency. EU27 Member States. Human development. Public expenditures.*

JEL Classification: C_{40} , H_{50} , O_{23} .

Úvod

V poslednom desaťročí rastie význam efektívneho využívania verejných zdrojov a kvalitnej fiškálnej politiky ako nástroja na dosiahnutie hospodárskeho rastu, stability a rozvoja spoločnosti. Makroekonomické obmedzenia limitujú krajiny v raste verejných výdavkov. Napríklad členské štáty Európskej únie sú viazané fiškálnou disciplínou prostredníctvom Paktu stability a rastu. Globalizácia vytvára kapitál a mobilnejší daňoví poplatníci vyvíjajú tlak na príjmovú základňu vlády. Boli vyvinuté aj nové manažérske a rozpočtovacie techniky, čo rozšírilo priestor pre obchodovanie s tovarmi a službami. Vo svete sa postupne zvyšuje transparentnosť vládnych postupov a rastie aj tlak verejnosti na efektívnejšie narábanie s verejnými zdrojmi (Afonso et al., 2008).

Skúmanie efektívnosti je v súčasnej ekonomickej teórii a hospodárskej praxi aktuálne z hľadiska narábania s verejnými výdavkami v období hospodárskej krízy. Na základe teoretických súvislostí vzájomného vzťahu verejných financií a úrovne rozvoja spoločnosti preskúmame efektívnosť verejných výdavkov vybraných štátov Európskej únie.

1. Teoreticko-metodologické východiská skúmania efektívnosti verejných výdavkov

Problematika vzťahu objemu verejných výdavkov (rozsahu verejného sektora), štruktúry verejných výdavkov (objemu verejných investícií do jednotlivých odvetví verejného sektora) a

rozvoja spoločnosti je aktuálna pri riešení problematiky miery a charakteru štátnych intervencií v modernej ekonomike. Vývoj verejných výdavkov je aktuálnym problémom viacerých krajín. Hlavnými dôvodmi sú tendencie rastu verejných výdavkov, rastúca váha verejných výdavkov na HDP, zvyšujúci sa podiel transferov na celkových verejných výdavkoch a aj rast tzv. dlhovej služby. Analýzu vývoja verejných výdavkov možno považovať za kľúčovú z hľadiska fiškálnej disciplíny.

Aj keď sú medzi krajinami rozdiely vo veľkosti verejného sektora, sú si členské krajiny Európskej únie podobné, pokiaľ ide o verejné výdavky a ich alokáciu. Existujúce rozdiely medzi verejnými výdavkami v členských krajinách Európskej únie je možné vysvetliť pôsobením dvoch skupín faktorov, a to vonkajších (exogénnych, napr. vplyv ropných kríz a zavedenie eura) a vnútorných (endogénnych, vyjadrujúcich odlišné podmienky v jednotlivých krajinách, napr. vývoj úrokových platieb, objem investícií). Z hľadiska efektívnosti verejných výdavkov je dôležitá ich štruktúra (Hamerníková, Maaytová, 2009), ktorá je rozdielna medzi bohatými a chudobnými krajinami. Väčšina rozdielov vo verejných výdavkoch medzi krajinami je pritom tvorená výdavkami bez pozitívneho vplyvu na ekonomický rast (Fölster, Henrekson, 2000).

Efektívnosť použitia verejných výdavkov vo vzťahu k rozvoju spoločnosti by sa mala prejavovať v raste kvality života a individuálneho blahobytu, teda v úzko previazaných ekonomických kategóriách, ktoré je zložené presne definovať a kvantifikovať. Je zrejmé, že ľudské blaho, vzhľadom na jeho subjektivitu, sa nemôže merať iba prostredníctvom ekonomických ukazovateľov, či prostredníctvom úrovne verejných výdavkov v krajine. Počas posledných desaťročí preto vznikali nové vedecké prístupy, ktorých cieľom bolo do merania kvality života zahrnúť aj sociálne ukazovatele a ukazovatele subjektívnej pohody.

Land (1996) zachytil vývoj sociálnych ukazovateľov i subjektívneho pocitu blahobytu a predpokladá, že rast sociálnych ukazovateľov korešponduje s ekonomickým rastom, v zmysle – čím viac, tým lepšie. Ekonomický rast a materiálne bohatstvo sa zvyčajne merajú pomocou HDP. Hrubý domáci produkt ale neumožňuje vyjadriť kvalitu života v danej krajine. Dnes sa v spoločenských vedách všeobecne akceptuje názor, že výška hrubého domáceho produktu sa automaticky nepremiata do každodenného života ľudí, že rast hrubého domáceho produktu nie je lineárne spojený s rastom životnej úrovne a lepším životom občanov. Správa komisie o meraní ekonomického výkonu a sociálneho pokroku J. E. Stiglitz, A. Sena a J-P. Fitoussiho (Stiglitz et. al., 2009) vypovedá o naliehavej potrebe lepšej, správnejšej interpretácie štatistických údajov a indikátorov. Podľa autorov „čas je zrelý na premenu systému zdôrazňujúceho meranie ekonomickej produkcie na systém merajúci ľudské blaho“. Odporúčajú venovať viac pozornosti hľadaniu adekvátnych indikátorov merania rôznych druhov spotreby, merania netrhových aktivít, merania rozdelenia príjmov a problematike fungovania súkromných domácností (Benkovičová, 2011).

V minulosti vznikli mnohé pokusy vytvoriť alternatívny ukazovateľ, ktorý by zahrňoval nielen ekonomické, ale i sociálne bohatstvo krajiny. Bola snaha upraviť hrubý domáci produkt podľa kvantitatívnych aspektov, ktoré boli zanedbané pri predchádzajúcom vymedzení hrubého domáceho produktu. Autori sa do úpravy snažili zahrnúť aj sociálne problémy a netrhové aktivity, súčasťou ktorých bolo i znečistenie životného prostredia. Tvorbu alternatívneho ukazovateľa sprevádzali ťažkosti spojené s kvantifikovaním faktorov socioekonomického bohatstva (Prokejnová, 2006). Najkomplexnejší index, ktorý bol v rámci

týchto pokusov vytvorený a dlhodobé meria kvalitu života spoločnosti, je Index rozvoja spoločnosti (HDI - Human development index). Index rozvoja človeka vytvorila Organizácia Spojených národov (OSN) v roku 1990. Index okrem hrubého domáceho produktu zachytáva aj sociálne aspekty rozvoja spoločnosti, ako ľudské zdravie, vzdelanosťnú úroveň a slušný životný štandard merané na určitom území (Kiss, 2011). Ľudské zdravie je vyjadrené ako priemerná očakávaná dĺžka života v rokoch pri narodení (LEB - Life expectancy at birth). Úroveň vzdelanosti (ALR - Adult literacy rate) sa stanovuje ako podiel gramotného obyvateľstva (CGE - Combined Gross Enrolment) a ako kombinovaný podiel populácie z príslušnej vekovej skupiny navštevujúcej školy prvého, druhého a tretieho stupňa (EDU – Education). Hmotná životná úroveň sa vyjadruje ako HDP na osobu v USD s prepočtom na rozdielnú paritu kúpnej sily medzi národmi (GDPPC - Gross domestic product per capita) (Noorbaksh, 1998). Hodnoty ukazovateľa HDI sa môžu pohybovať v rozsahu od 0 do 1, pričom 0 je najnižší možný stav a 1 najvyšší možný stav rozvinutosti spoločnosti krajiny, či regiónu. Na základe vypočítanej hodnoty HDI je možné štáty rozdeliť do štyroch skupín (UNDP Human development report, 2003):

- (1) štáty s veľmi vysokou úrovňou rozvoja spoločnosti ($HDI \geq 0,8$),
- (2) štáty s vysokou úrovňou rozvoja spoločnosti ($0,75 \leq HDI \leq 0,79$),
- (3) štáty so strednou úrovňou rozvoja spoločnosti ($0,53 \leq HDI \leq 0,74$),
- (4) štáty s nízkou úrovňou rozvoja spoločnosti ($HDI < 0,53$).

2. Cieľ, materiál a metodika

Cieľom state je vyhodnotiť efektívnosť verejných výdavkov vybraných štátov Európskej únie (EÚ) v kontexte rozvoja spoločnosti a identifikovať štáty, ktoré v tomto kontexte narábajú neefektívne s verejnými výdavkami v porovnaní s ostatnými štátmi.

Objektom skúmania, na ktorom budeme sledovať efektívnosť štátov v spôsobe rozdeľovania verejných výdavkov v prospech rozvoja spoločnosti, sú krajiny Európskej únie. Toto hospodársko-politické zoskupenie ponúka dobré možnosti identifikovať efektívnosť hlavne pre rozdielne úrovne verejných výdavkov, ako aj rôzne úrovne rozvoja spoločnosti. Zo štatistického hľadiska tvoria sledované štáty EÚ základný súbor.

Efektívnosť vo vzťahu medzi verejnými výdavkami a úrovňou rozvoja spoločnosti budeme skúmať prostredníctvom metód DEA (Data envelopment analysis). DEA patrí medzi neparametrické metódy a používa sa na hodnotenie relatívnej efektívnosti tzv. rozhodovacích jednotiek (DMU). V našom prípade sú rozhodovacími jednotkami štáty EÚ. DEA pritom meria tzv. technickú efektívnosť jednotlivých rozhodovacích jednotiek. Technická efektívnosť sa zameriava na úroveň vstupov alebo výstupov. Efektívne produkčné jednotky sú tie, ktoré produkujú rovnaké množstvo alebo viac výstupov pri spotrebovaní daného množstva vstupov, alebo používajú rovnaké množstvo alebo menej vstupov na vyprodukovanie daného množstva výstupov v porovnaní s ostatnými produkčnými jednotkami v sledovanej skupine (Vincová, 2005; Friebeľová, Klicnarová, 2007). V stati používame metodológiu vytvorenú Afonsom, Schuknechtom a Tanzim (2008). Nesledujeme však vplyv verejných výdavkov na hodnotu hrubého domáceho produktu, ale sledovaným výstupom je hodnota indexu rozvoja spoločnosti. Ako vstupy sme použili verejné výdavky na sociálne zabezpečenie, zdravotníctvo a vzdelávanie (vyjadrené ako % HDP krajiny). Z dostupných modelov DEA sme pre našu

potrebu vybrali výstupne orientovaný model BCC (Banker, Charnes, Cooper, 1984), nakoľko chceme identifikovať štáty, ktoré dokážu dosiahnuť najvyššie HDI aktuálnym prerozdelením verejných výdavkov (výdavkov na zdravotníctvo, vzdelávanie a sociálne zabezpečenie). Zvolený model predpokladá variabilné výnosy z rozsahu.

Predpokladáme, že množina rozhodovacích jednotiek má n prvkov. Optimalizačná úloha pre rozhodovaciu jednotku DMU_o ($o \in \{1, \dots, n\}$) je v prípade výstupne orientovaného modelu BCC modelu s m vstupmi a s výstupmi formulovaná nasledujúcim spôsobom (Cooper, Seiford, Tone, 2007):

$$\begin{aligned}
 (BCC - O_o) \quad & \max_{\eta_B, \lambda} \eta_B \\
 \text{za podmienok} \quad & X\lambda \leq x_o \\
 & \eta_B y_o - Y\lambda \leq 0 \\
 & e\lambda = 1 \\
 & \lambda \geq 0,
 \end{aligned} \tag{1}$$

kde h_B označuje účelovú funkciu,

e - jednotkový vektor,

λ - vektor koeficientov,

x_o - vektor vstupov rozhodovacej jednotky o ,

y_o - vektor výstupov rozhodovacej jednotky o ,

0 - nulový vektor,

X - matica vstupov rozmeru $m \times n$

Y - matica výstupov rozmeru $s \times n$.

Riešením tejto úlohy sa snažíme pre DMU_o maximalizovať výstup bez väčšieho množstva vstupov ako bolo touto rozhodovacou jednotkou skutočne použitých.

Využívame pritom aktuálne dáta o verejných výdavkoch a hodnotách HDI jednotlivých štátov EÚ, ktoré sú voľne dostupné v databáze EUROSTAT. Verejné výdavky členíme podľa funkčnej klasifikácie, ktorá vychádza z medzinárodného štandardu COFOG (Classification of the Functions of Government) a je určená na štatistické účely. Verejné výdavky sú vyjadrené ako percento HDP. Na analýzu sme zvolili dve časové obdobia, a to rok 2012 charakterizujúci aktuálny stav vo vývoji kvality života v sledovaných krajinách a rok 2000 reprezentujúci historický stav sledovanej skupiny krajín. Obidve obdobia následne porovnáme, čo nám umožní identifikovať zmeny v postavení vybraných štátov z hľadiska relatívnej efektívnosti. Všetky výstupy sme spracovali v programe DEA Solver Pro verzia 8.0.

3. Výsledky a diskusia

Efektívnosť a typ výnosov z rozsahu jednotlivých krajín v sledovaných obdobiach vypočítané na základe modelu BCC je v tabuľke 1. Výsledky určenia typu výnosov indikujú v prípade väčšiny krajín klesajúce výnosy z rozsahu, čo je v súlade s predpokladmi nami zvoleného modelu.

Tabuľka 1 Výsledky modelu BCC (verejné výdavky vyjadrené ako % HDP)

Poradie rok 2000	Štát	Skóre rok 2000	Výnosy z rozsahu (rok 2000)	Poradie rok 2012	Skóre rok 2012	Výnosy z rozsahu (rok 2012)
1.	Švédsko	1,0000	Klesajúce	10.	0,9973	Klesajúce
1.	Rumunsko	1,0000	Konštantné	1.	1,0000	Konštantné
1.	Bulharsko	1,0000	Konštantné	1.	1,0000	Rastúce
1.	Írsko	1,0000	Konštantné	11.	0,9971	Klesajúce
1.	Cyprus	1,0000	Konštantné	1.	1,0000	Konštantné
1.	Holandsko	1,0000	Klesajúce	1.	1,0000	Klesajúce
1.	Grécko	1,0000	Konštantné	9.	0,9982	Klesajúce
8.	Nemecko	0,9986	Klesajúce	1.	1,0000	Klesajúce
9.	Belgicko	0,9907	Klesajúce	16.	0,9744	Klesajúce
10.	Španielsko	0,9734	Klesajúce	12.	0,9924	Klesajúce
11.	Luxembursko	0,9703	Klesajúce	1.	1,0000	Klesajúce
12.	Dánsko	0,9632	Klesajúce	14.	0,9783	Klesajúce
13.	Veľká Británia	0,9612	Klesajúce	23.	0,9502	Klesajúce
14.	Česko	0,9542	Klesajúce	1.	1,0000	Klesajúce
15.	Francúzsko	0,9522	Klesajúce	18.	0,9699	Klesajúce
16.	Rakúsko	0,9475	Klesajúce	17.	0,9719	Klesajúce
17.	Taliansko	0,9473	Klesajúce	21.	0,9575	Klesajúce
18.	Slovinsko	0,9446	Klesajúce	13.	0,9575	Klesajúce
19.	Fínsko	0,9417	Klesajúce	19.	0,9689	Klesajúce
20.	Slovensko	0,9341	Klesajúce	1.	1,0000	Konštantné
21.	Malta	0,9230	Klesajúce	15.	0,9755	Klesajúce
22.	Estónsko	0,9157	Klesajúce	20.	0,9619	Klesajúce
23.	Maďarsko	0,8896	Klesajúce	24.	0,9404	Klesajúce
24.	Portugalsko	0,8878	Klesajúce	27.	0,8949	Klesajúce
25.	Lotyšsko	0,8616	Klesajúce	22.	0,9549	Klesajúce
26.	Litva	-		26.	0,9353	Klesajúce
27.	Poľsko	-		25.	0,9359	Klesajúce

Zdroj: Vlastné spracovanie, 2014.

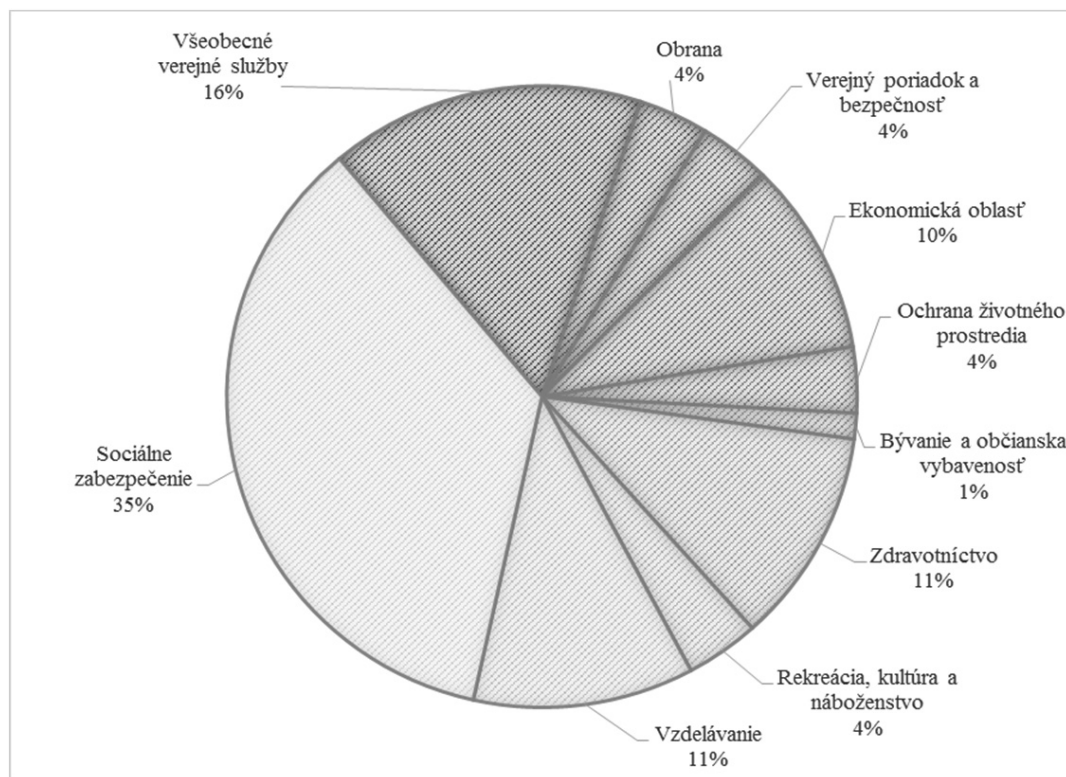
Interpretácia skóre (technickej efektívnosti) krajiny je nasledujúca. Čím je krajina bližšie k 1, tým je efektívnejšia. Ak dosiahla hodnotu 1 s danými vstupmi a výslednou hodnotou HDI, správa sa efektívne. Až sedem krajín dosiahlo hodnotu 1 v roku 2000, čiže sa správajú efektívne. V roku 2012 dosiahlo skóre 1 osem krajín. Tabuľka 1 umožňuje porovnať zmenu pozície krajín medzi sledovanými obdobiami. Štyri krajiny (Rumunsko, Bulharsko, Cyprus,

Holandsko) boli efektívne v obidvoch obdobiach, tri krajiny (Švédsko, Írsko, Grécko) len v roku 2000 a štyri krajiny (Nemecko, Luxembursko, Česko, Slovensko) len v roku 2012. Z krajín, ktoré neboli efektívne ani v jednom zo sledovaných období, si svoju relatívnu pozíciu voči ostatným krajinám zlepšili Slovinsko, Malta, Estónsko, Lotyšsko, zhoršili Belgicko, Španielsko, Dánsko, Veľká Británia, Francúzsko, Rakúsko, Taliansko, Maďarsko, Portugalsko a zachovalo Fínsko. Najmenej efektívnou krajinou v roku 2000 bolo Lotyšsko so skóre 0,8616, v roku 2012 to bola Litva so skóre 0,9353.

V prípade Litvy a Poľska nemôžeme porovnávať vývoj ich pozície v skupine krajín v čase, nakoľko nemajú dostupné dáta za rok 2000.

Z tabuľky 1 tiež vyplýva, že rozdiely v technickej efektívnosti medzi krajinami v roku 2000 sú vyššie ako v roku 2012.

Pre lepšie pochopenie skúmaného problému efektívnosti verejných výdavkov bližšie preskúmame štruktúru verejných výdavkov vybraných zástupcov neefektívnych krajín a efektívnych krajín v roku 2000. Za reprezentanta neefektívnych krajín sme vybrali Lotyšsko vzhľadom na jeho najhoršiu pozíciu v roku 2000. Ako zástupcu efektívnych krajín sme vybrali Holandsko, ktoré bolo najčastejšou referenčnou krajinou. Štruktúru verejných výdavkov Holandska v roku 2000 zachytáva graf 1.

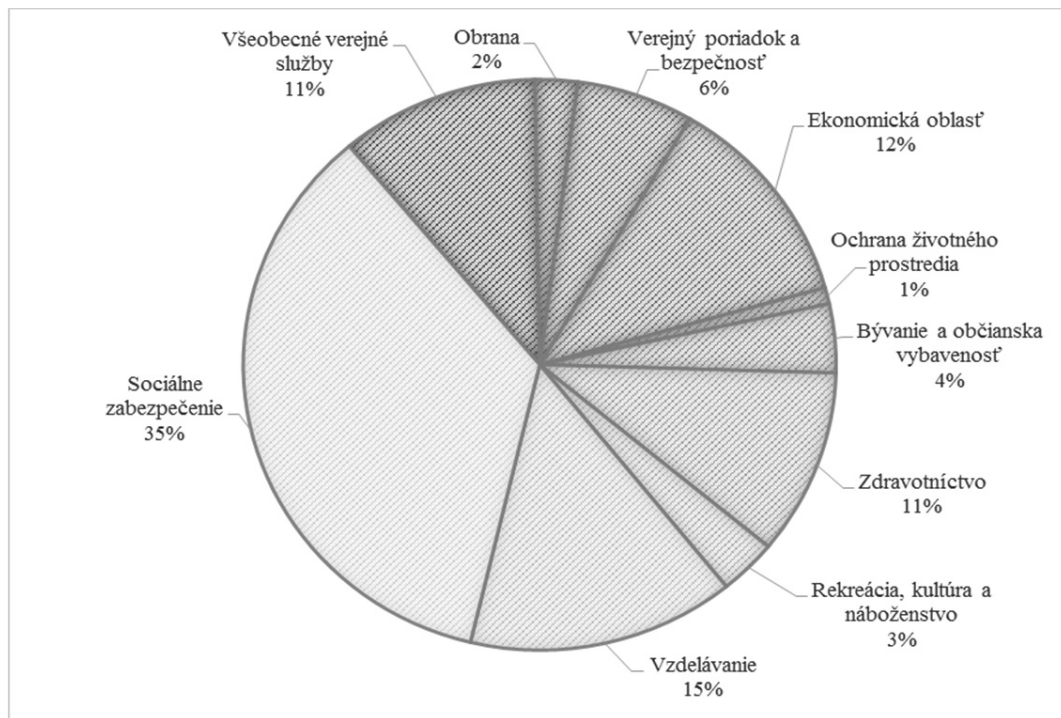


Graf 1 Štruktúra verejných výdavkov Holandska v roku 2000 (% z verejných výdavkov).

Zdroj: Vlastné spracovanie, 2014.

Na vzdelávanie, zdravotníctvo a sociálne zabezpečenie Holandsko vynaložilo 25,78 % z HDP. Najväčšiu časť verejných výdavkov v roku 2000 tvorili výdavky na sociálne zabezpečenie, ktoré predstavovali 35 % zo základu. Holandsko dosiahlo v roku 2000 hodnotu HDI 0,890, ktorá bola druhou najväčšou v sledovanom súbore. Holandsko prestalo stagnovať v prvom polroku roku 2000 a opäť začalo ekonomicky rásť. Jeho otvorená ekonomika ťaží z podpory podnikateľského prostredia a zahraniční investori sú naďalej priťahovaní jeho podmienkami na podnikanie.

Lotyšsko v percentuálnom porovnaní objemu verejných výdavkov oproti Holandsku dáva pomerne rovnaké objemy prostriedkov na verejné výdavky (graf 2).



Graf 2 Štruktúra verejných výdavkov Lotyšska v roku 2000 (% z verejných výdavkov).

Zdroj: Vlastné spracovanie, 2014.

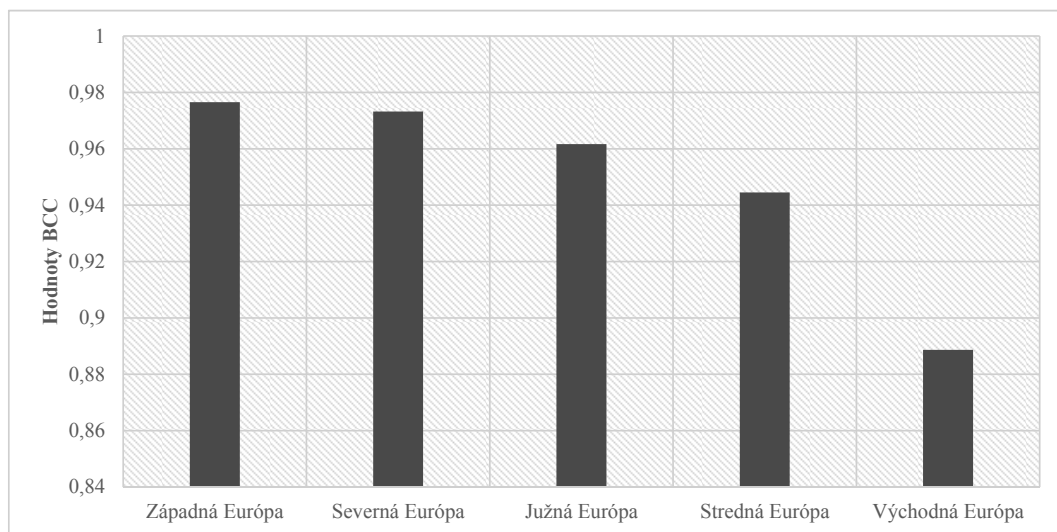
Najväčší rozdiel je v oblasti všeobecných verejných služieb, ktorých podiel na verejných výdavkoch je v prípade Lotyšska o 5 percent nižší ako podiel všeobecných verejných služieb na verejných výdavkoch Holandska. Zo sledovaných troch zložiek verejných výdavkov (sociálne zabezpečenie, zdravotníctvo a vzdelávanie) Lotyšsko dáva o 4 percentá viac do oblasti vzdelávania ako Holandsko. Tieto tri oblasti verejných výdavkov tvorili 23,66 % HDP štátu v roku 2000. Lotyšsko patrí do zoskupenia štátov nazvaných Baltské tigry, ktoré tvoria Litva, Estónsko a Lotyšsko. Tieto štáty práve od roku 2000 zaznamenávali vysoké tempá ekonomického rastu. Lotyšsko dosiahlo nezávislosť od ZSSR v roku 1991, ruské vojenské jednotky odišli v roku 1994. Patrí k postkomunistickým krajinám. Práve kvôli málo vybudovanej infraštruktúre a potrebe zvýšiť zamestnanosť od roku 1995 každoročne

zvyšovalo verejné výdavky do vzdelávania. V roku 2000 Lotyšsko dosiahlo hodnotu HDI 0,738 a skončilo ako tretie najhoršie spomedzi sledovaných krajín.

Pre lepšiu prehľadnosť sme rozdelili krajiny do piatich skupín z geografického hľadiska, podľa Eurostatu:

- stredná Európa (Česko, Maďarsko, Poľsko, Rumunsko, Slovensko, Slovinsko),
- východná Európa (Estónsko, Litva, Lotyšsko),
- severná Európa (Dánsko, Fínsko, Írsko, Švédsko, Veľká Británia),
- južná Európa (Bulharsko, Cyprus, Grécko, Malta, Portugalsko, Španielsko, Taliansko),
- západná Európa (Belgicko, Francúzsko, Holandsko, Luxembursko, Nemecko, Rakúsko).

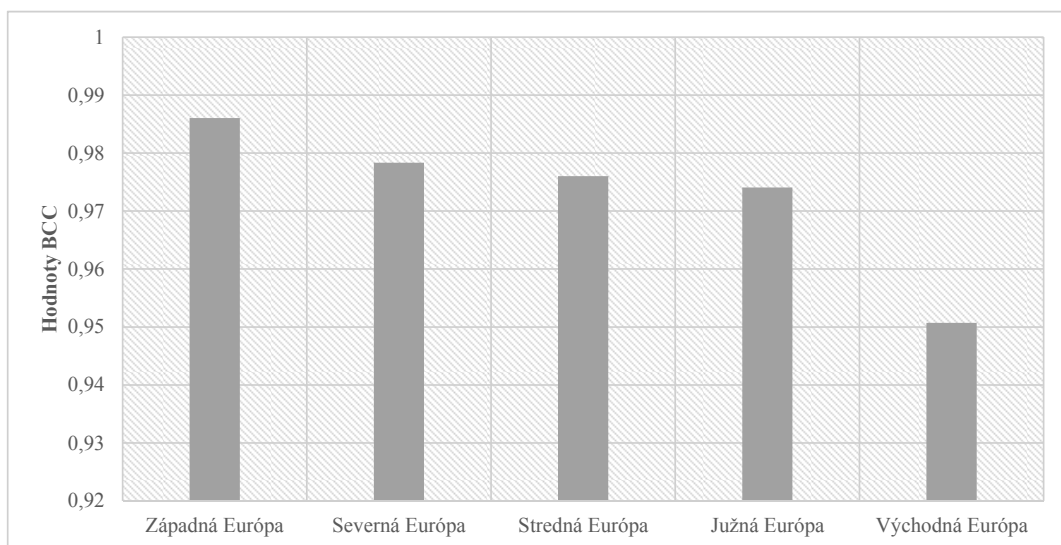
Usporiadanie krajín podľa geografického členenia z hľadiska priemernej technickej efektívnosti skupiny zachytávajú grafy 3 a 4.



Graf 3 Priemerné skóre skupín štátov Európskej únie v roku 2000 (na základe modelu BCC aplikovaného na verejné výdavky vyjadrené ako % HDP)

Zdroj: Vlastné spracovanie, 2014.

Jednotlivé krajiny podľa geografického zoskupenia sa v poradí efektívnosti umiestnili rozdielne v roku 2012 ako v roku 2000. V roku 2012 boli najefektívnejšie krajiny západnej Európy, nasledované krajinami severnej, strednej, južnej a napokon východnej Európy. V roku 2000 boli najefektívnejšie krajiny západnej Európy nasledované krajinami severnej Európy, južnej, strednej a posledné boli krajiny východnej Európy. Pozitívny posun v poradí hodnotenia efektívnosti zaznamenali krajiny strednej Európy. Posunuli sa zo štvrtého miesta v roku 2000 na tretie v roku 2012. K zlepšeniu poradia krajín strednej Európy došlo vďaka posunu Slovenska a Česka z 20. miesta, resp. 14. miesta medzi efektívne krajiny. V prípade Slovenska je to možné vysvetliť tým, že Slovensko od roku 2000 zaznamenalo jeden z najväčších ekonomických rastov, ktorý bol v roku 2008 postihnutý ekonomickou krízou. Od roku 2011 zaznamenalo postupný rast. Rástol aj ukazovateľ HDI, ktorý má rastúcu tendenciu od roku 2000.



Graf 4 Priemerné skóre skupín štátov Európskej únie v roku 2012 (na základe modelu BCC aplikovaného na verejné výdavky vyjadrené ako % HDP)

Zdroj: Vlastné spracovanie, 2014.

Sledované krajiny zaznamenali v roku 2012 oproti roku 2000 rast verejných výdavkov do sledovaných oblastí. V krajinách strednej Európy bol rast verejných výdavkov do sledovaných oblastí iba 2,43 percent bodu oproti roku 2000, naopak najvyšší rast zaznamenali krajiny južnej Európy, kde dosiahol hodnotu 5,58 percent.

Hoci krajiny východnej Európy v poradí hodnotenia krajín stále zostávajú na poslednom mieste, môžeme vzhľadom na zníženie rozdielov medzi hodnotami technickej efektívnosti jednotlivých krajín v roku 2012 konštatovať, že došlo k určitému priblíženiu z hľadiska efektívnosti použitia verejných výdavkov k vyspelým krajinám západnej a strednej Európy. Príčinou môže byť skutočnosť, že krajiny východnej Európy, ktoré vstúpili do Európskej únie v roku 2004 sú viazané fiškálnou disciplínou prostredníctvom Paktu stability a rastu. Okrem toho v roku 2008 boli všetky krajiny postihnuté globálnou ekonomickou krízou, čo ich v ešte väčšej miere prinútilo konsolidovať verejné financie.

Záver

V poslednom desaťročí rastie význam efektívneho využívania verejných zdrojov a kvalitnej fiškálnej politiky ako nástroja na dosiahnutie hospodárskeho rastu, stability a rozvoja spoločnosti. Makroekonomické obmedzenia limitujú krajiny v raste verejných výdavkov. Efektívnejšie hospodárenie s verejnými výdavkami môže preto v značnej miere pozitívne ovplyvniť úroveň rozvoja spoločnosti. Správne vládne reformy môžu zlepšiť efektívnosť verejných výdavkov vo všetkých oblastiach.

V stati sme poskytli parciálny pohľad na efektívnosť využitia verejných výdavkov v prospech rozvoja spoločnosti v dvadsiatich siedmich štátoch Európskej únie s využitím metód

DEA. Úroveň rozvoja spoločnosti sme vyjadrili v súčasnosti najkomplexnejším ukazovateľom – Indexom rozvoja spoločnosti (HDI). Následne sme s využitím výstupne orientovaného BCC modelu DEA sledovali efektívnosť krajín EÚ v dvoch časových obdobiach (v roku 2000 a 2012), stanovili sme poradie krajín z hľadiska efektívnosti v jednotlivých rokoch a následne sme identifikovali zmeny poradia v roku 2012 v porovnaní s rokom 2000. Poukázali sme na štáty, ktoré boli efektívne a predstavovali referenčnú množinu pre ostatné štáty a naopak, identifikovali sme z tohto hľadiska neefektívne štáty. Na príklade Holandska a Lotyšska sme poukázali na štruktúru rozdeľovania verejných výdavkov v prípade efektívnych a neefektívnych štátov.

Prezentované výsledky analýz mohli byť negatívne ovplyvnené skutočnosťou, že premenné použité ako vstupy a výstup modelu BCC majú charakter pomerových dát, čo mohlo skresliť odhad množiny produkčných možností. Okrem toho je dôležité zdôrazniť, že pri analýze sme použili vstupy i výstupy zo zvoleného roka. Otázkou zostáva, či medzi HDI a verejnými výdavkami neexistuje výraznejší posun, t. j., či súčasná úroveň výdavkov neovplyvňuje HDI s určitým oneskorením. Okrem zodpovedania tejto otázky sa v ďalšom výskume zameriame na aplikáciu modelov umožňujúcich bezproblémovo pracovať s pomerovými dátami a použitie vstupne orientovaných modelov DEA, aby sme získali komplexnejší pohľad na štruktúru verejných výdavkov v kontexte jej vplyvu na úroveň rozvoja spoločnosti.

Kľúčové slová: Efektívnosť. Členské štáty EÚ27. Rozvoj spoločnosti. Verejné výdavky.

Zoznam použitej literatúry

1. AFONSO, A., SCHIKNECHT, L., TANZI, V. 2008. *Public sector efficiency: evidence for new EU member states and emerging markets*. [cit. 2012-11-25]. Dostupné na internete: <<https://www.repository.utl.pt/bitstream/10400.5/2131/1/ecbwp581.pdf>>
2. BANKER, R. D., CHARNES, R., COOPER, W. W. 1984. Some Models for Estimating Technical and Scale Inefficiencies in Data Envelopment Analysis. In *Management Science*, roč. 30, s. 1078–1092.
3. BENKOVIČOVÁ, Ľ. 2011. Kvalita života – problém poznania a interpretácie. In *Kvalita života v podmienkach globalizácie* [online]. Štatistický úrad SR, 2011 [cit. 2013-06-24]. Dostupné na internete: http://portal.statistics.sk/files/Onas/konferencia_kvalita_zivota/zbornik-konferencia.pdf.
4. COOPER, W. W., SEIFORD, L. M., TONE, K. 2007. *Data envelopment analysis: a comprehensive text with models, applications, references and DEA-solver software*. 2nd ed. New York : Springer, 2007. 490 s. ISBN 03-874-5283-4.
5. *European commission*. 2013. [cit. 2013-03-21]. Dostupné na internete: <http://ec.europa.eu/taxation_customs/40customs/customs_links/links/index_en.htm>.
6. Eurostat Regions of the European Union [online]. 2003. European Communities [cit. 2013-03-02]. Dostupné na internete: <http://www.seap.minhap.gob.es/dms/es/prensa/actualidad/noticias/2010/03/20100310/text_es_files/RegionsoftheEuropeanUnion-Eurostat-.pdf>.
7. FÖLSTER, S., HENREKSON, M. 2000. *Growth Effects of Government Expenditure and Taxation in Rich Countries*. [cit. 2011-03-20]. Dostupné na internete: <http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=998262>.

8. FRIEBELOVÁ, J., KLICNAROVÁ, J. 2007. *Rozhodovací modely pro ekonomy*. České Budějovice : Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích, 2007. 135 s. ISBN 978-80-7394-035.
9. HAMERNÍKOVÁ, B., MAAYTOVÁ, A. 2009. Komparace vývoje veřejných výdajů ve vybraných zemích EU. In *Teoretické a praktické aspekty veřejných financí* [online]. Praha : Oeconomica, 2009 [cit. 2012-11-24]. Dostupné na internete: <http://kvf.vse.cz/wp-content/uploads/2010/06/1239726368_sb_hamernikovamaaytovaullikova.pdf>.
10. KISS, R. 2011. Vývoj kvality života v Slovenskej republike a opatrenia vlády smerujúce k jeho zlepšeniu. In *Kvalita života v podmienkach globalizácie* [online]. Bratislava, 2011. [cit. 2014-02-21]. Dostupné na internete: <http://portal.statistics.sk/files/Onas/konferencia_kvalita_zivota/zbornik-konferencia.pdf>
11. LAND, K. C. 1996. Social indicators and the quality of life: Where do we stand in the mid-1990s?, In *Sinet* [online]. Duke University, 1996 [cit. 2013-01-21]. Dostupné na internete: <<http://find.galegroup.com/gic/infomark.do?&contentSet=EBKS&idigest=fb720fd31d9036c1ed2d1f3a0500fcc2&type=retrieve&tabID=T001&prodId=GIC&docId=CX3404400345&source=gale&userGroupName=itsbtrial&version=1.0>>.
12. NOORBAKHS, F. 1998. The Human Development Index: Some Technical Issues and Alternative Indices. In *Journal of International Development*, roč. 10, 1998, ISSN 1099-1328, s. 589-605.
13. PROKEJNOVÁ, R. 2006. Analýza indexu kvality života. In *SAS Forum* [online]. Bratislava, 2006. [cit. 2013-05-21]. Dostupné na internete: <<http://www.sas.com/offices/europe/slovakia/documents/poster6.pdf>>.
14. STIGLITZ, J. E., SEN, A., FITOUSSI, J. 2009. *Report by the Commission on the Measurement of Economic Performance and Social Progress*. [cit. 2014-07-23]. Dostupné na internete: <http://www.stiglitz-sen-fitoussi.fr/documents/rapport_anglais.pdf>
15. *Štatistiky Indexu ľudského rozvoja*. 2013. [cit. 2013-02-24]. Dostupné na internete: <<http://hdrstats.undp.org/en/tables/default.html>>.
16. *UNDP Human Development Report* [online]. 2003. Oxford University Press, [cit. 2011-04-21]. Dostupné na internete: <http://www.unic.un.org.pl/hdr/hdr2003/hdr03_complete.pdf>.
17. VINCOVÁ, K. 2005. Využitie modelov DEA na hodnotenie efektívnosti. In *Biatec* [online]. Národná banka Slovenska, 2005 [cit. 2013-03-21]. Dostupné na internete: <http://www.nbs.sk/_img/Documents/_PUBLIK_NBS_FSR%5CBiatec%5CRok2005%5CBiatec_8_2005.pdf>.

Adresa autorov: RNDr. Pavol Král', PhD, Ing. Viliam Pischko, Ekonomická fakulta UMB, Tajovského 10, 975 90 Banská Bystrica, e-mail: pavol.kral@umb.sk; viliam.pischko@umb.sk

Vedecký príspevok/ Scientific Article

Recenzované/Review: 16. 6. 2014

Využitie modelu input-output na kvantifikáciu priameho hrubého domáceho produktu cestovného ruchu dôchodkovou metódou *Usage of Input-output model to quantify direct Gross National Product in Tourism by the Income Method*

Jana Piteková, Lucia Dujavová

Direct GNP in tourism includes monetary value only for those final goods, that were directly spent by visitors before, during, and stay in Slovak Republic. For calculation of direct GNP in tourism we will use input-output method. Using this model we will get direct GNP in tourism as a sum of pensions of owners of manufacturing factors, who were directly involved in production of goods serving the needs of visitors in tourism.

Key words: *Income Approach to Calculating GDP. Input-output analysis. Tourism. Tourism Direct Contribution to Gross Domestic Product. Tourism Satellite Account.*

JEL Classification: B_{22} , L_{81} , C_{67}

Úvod

Cestovný ruch predstavuje formu uspokojovania rôznych potrieb, ktoré sa spájajú buď s voľným časom a jeho aktívnym využívaním na poznávanie, zdravie, odpočinok, kultúrne či športové využitie alebo pracovným časom v prípade služobných ciest. Uspokojovaniu cieľových potrieb v navštívenom mieste predchádza cestovanie a v závislosti od plánovanej dĺžky pobytu aj zabezpečenie nevyhnutných potrieb každodenného života, ku ktorým patrí potreba bývania, výživy, hygieny, odievania ap. Výdavky návštevníkov za ubytovacie, stravovacie či dopravné služby predstavujú časť potrieb vzniknutých počas cestovania a pobytu v cieľovom mieste. Na uspokojenie ďalších komplementárnych potrieb sú nevyhnutné služby zmenární, poisťovní, bánk, taxislužby, čerpacích staníc, zdravotníckych, kultúrnych alebo športových zariadení či maloobchodov, ktoré participujú na predaji tovarov a služieb návštevníkom v cieľovom mieste. Výdavky na cestovanie a aktivity voľného času prispievajú k tvorbe výkonov podnikov z rôznych odvetví domácej ekonomiky, ktoré zabezpečujú statky požadované na uspokojenie každodenných potrieb, či tých, ktoré súvisia s účasťou na cestovnom ruchu. Vymedzenie objemu statkov, ktoré spotrebovali návštevníci v cestovnom ruchu v priebehu určitého obdobia, spôsobuje viaceré metodologické problémy, čo sťažuje kvantifikáciu podielu cestovného ruchu na tvorbe hrubého domáceho produktu ekonomiky.

1. Východiská kvantifikácie priameho hrubého domáceho produktu cestovného ruchu

Symetrická tabuľka input-output je zostavená z tabuľky dodávok a použitia, ktoré poskytujú „detailný obraz o produkcii tovarov a služieb z domácej produkcie a z dovozu a o ich použití v procese výroby (medzispotreba) a v konečnom použití“ (Workie a kol., 2011, s. 42). Zo štruktúry hodnoty produkcie vytvorenej odvetvím v danom roku možno odvodiť objem statkov (buď domácich alebo aj s dovozom) spotrebovaných v procese výroby a objem hrubej pridanej hodnoty, a to v členení na odmeny zamestnancov, t. j. hrubé mzdy zamestnancov a príspevky zamestnávateľov na sociálne a zdravotné poistenie, čisté dane z produkcie, spotrebu fixného kapitálu a čistý prevádzkový prebytok (Rütter a kol., 2001). Čistý prevádzkový prebytok tvorí podľa systému národných účtov Európskych spoločností (ESA 95) súčet prebytkov vytvorených v nefinančných organizáciách (ubytovacie, pohostinské, dopravné podniky, cestovné kancelárie a agentúry, podniky prevádzkujúce športové, rekreačné, kultúrne zariadenia ap.), finančných inštitúciách (finančné a poisťovacie spoločnosti) a čisté zmiešané dôchodky. Zmiešané dôchodky predstavujú „obdobu prevádzkového prebytku pre podniky, ktoré nie sú právnickými osobami, napr. živnostníci ap., a teda štatisticky patria medzi (súkromné) domácnosti. Implicitne ide o odmenu za prácu vykonanú vlastníkom alebo členmi jeho rodiny, ktorá sa nedá oddeliť od jeho ziskov ako podnikateľa“ (www.statistics.sk).

Na krytí spotreby návštevníkov v cestovnom ruchu sa však podieľa iba časť z celkovej hrubej pridanej hodnoty, ktorú v danom roku vytvorili odvetvia cestovného ruchu. Podiel hrubej pridanej hodnoty zodpovedajúci výrobe statkov, ktoré priamo uspokojili potreby návštevníkov v cestovnom ruchu, získame zo satelitného účtu cestovného ruchu (Lejsek, 2009). Prepojením sekundárnych údajov pochádzajúcich zo satelitného účtu cestovného ruchu a symetrickej tabuľky input-output pre Slovenskú republiku môžeme dôchodkovou metódou vypočítať objem priamej hrubej pridanej hodnoty cestovného ruchu, ktorá spolu s čistými daňami z produkcie a dovozu tvorí hodnotu priameho hrubého domáceho produktu cestovného ruchu. Dôchodková metóda umožňuje zachytiť iný pohyb v domácej ekonomike ako výrobná metóda, ktorú využíva satelitný účet cestovného ruchu. Hodnota analyzovaného makroekonomického ukazovateľa je však tá istá bez ohľadu na postup jeho výpočtu (Uramová a kol., 2010).

Priamy hrubý domáci produkt cestovného ruchu vypočítaný výrobnou metódou tvorí súčet priamej hrubej pridanej hodnoty cestovného ruchu a čistých daní, ktoré predstavujú rozdiel medzi celkovými daňami z cestovného ruchu a dotáciami do cestovného ruchu (OSN, 2009). Priamy hrubý domáci produkt cestovného ruchu vyjadruje výkonnosť odvetví, ktoré sa priamo podieľajú na zabezpečení potrieb návštevníkov v cieľovom mieste. Označenie „priamy“ súvisí s jeho vymedzením, pričom zdôrazňuje, že ide o dôsledok „priameho“ vzťahu medzi producentom alebo sprostredkovateľom služby a jej spotrebiteľom, napr. zakúpenie pobytu v hoteli, balíka služieb v cestovnej kancelárii, cestovnej batožiny v športovom obchode ap.

Základom kvantifikácie priameho hrubého domáceho produktu sú výdavky domácich a zahraničných návštevníkov za statky cestovného ruchu, ktoré podľa metodiky satelitného účtu cestovného ruchu rozdelíme na špecifické statky (ubytovacie, pohostinské, dopravné, kultúrne, športovo-rekreačné služby, služby cestovných kancelárií a agentúr), súvisiace (tovary maloobchodného charakteru - pohonné hmoty, potraviny, nápoje, tabak ap.) a netypické pre cestovný ruch (finančné, poisťovacie, zdravotnícke a osobné služby). Výdavky ekonomických subjektov za jednotlivé statky požadované pred cestou, počas cestovania a pobytu v cieľovom

mieste predstavujú podľa M. Gúčika (2011, s. 110) „mieru uspokojenia ich potrieb“, pričom ich môžeme stotožniť s objemom príjmov podnikov cestovného ruchu.

Priamy hrubý domáci produkt cestovného ruchu predstavuje časť z hrubého domáceho produktu ekonomiky, ktorý vyjadruje peňažnú hodnotu finálnych statkov vyprodukovaných na území Slovenska domácimi alebo zahraničnými výrobnými faktormi a spotrebovanými ekonomickými subjektmi pred, počas cestovania a pobytu na území Slovenskej republiky (Gagnon, Nguyen, 2011). Keďže na výrobe statkov, ktoré spotrebúvajú návštevníci v cestovnom ruchu, sa podieľajú okrem domácich aj zahraničné vstupy, možno predpokladať, že časť príjmov z realizácie statkov uspokojujúcich potreby návštevníkov bude vyvezená späť do krajiny investora. Ide o platby zahraničným dodávateľom za vstupy spotrebované v procese poskytovania služieb návštevníkom, t. j. úniky z importu a na druhej strane vývoz čistého zisku, ktorý nebude zdrojom ďalšieho rozvoja cieľového miesta, a to napriek tomu, že na jeho generovanie sa použili aj domáce vstupy vrátane prvkov primárnej ponuky. Prírodné prostredie a kultúrno-historické pamiatky cieľového miesta sú súčasťou produktu cestovného ruchu, ich využívaním dochádza k poškodzovaniu prírodných a antropogénnych atraktivít, vzniku dodatočných nákladov, ktoré by mali byť zahrnuté v cene statkov cestovného ruchu, čím by sa vytváral zdroj na ochranu alebo revitalizáciu území poškodených rozvojom cestovného ruchu.

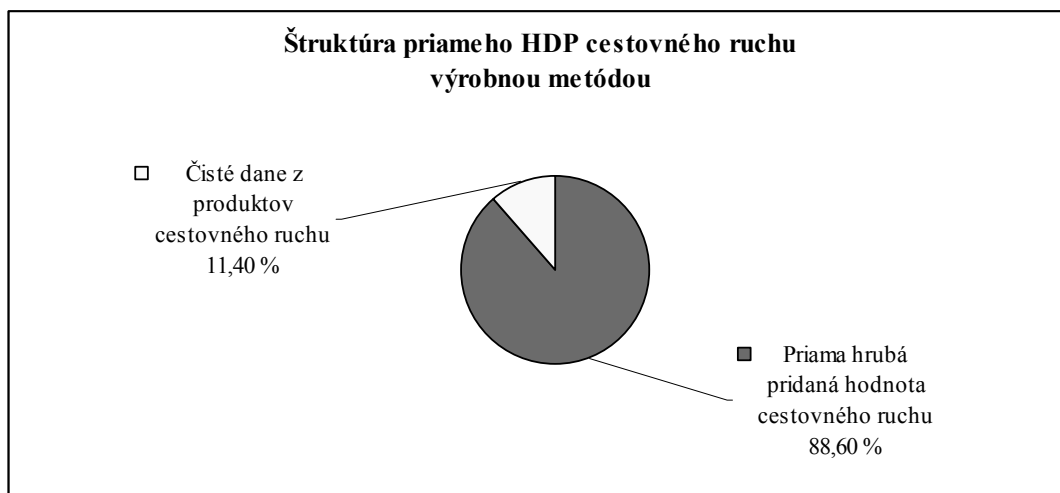
2. Cieľ a materiál

Cieľom state je kvantifikovať priamy hrubý domáci produkt cestovného ruchu (HDP CR) dôchodkovou metódou. Na vyjadrenie jeho hodnoty využijeme sekundárne údaje Štatistického úradu Slovenskej republiky a symetrickú input-output tabuľku pre Slovenskú republiku za rok 2008, ktorú sme získali z Katedry hospodárskej politiky Ekonomickej univerzity v Bratislave.

3. Výsledky a diskusia

Priamy hrubý domáci produkt cestovného ruchu kvantifikujeme najprv na základe údajov satelitného účtu cestovného ruchu. Tento analytický nástroj meria výkonnosť cestovného ruchu na národnej úrovni z viacerých aspektov, pričom jednotlivé ukazovatele vykazuje za roky 2005 až 2010 (novšie údaje nie sú zatiaľ k dispozícii). V tejto stati sa zameriame len na rok 2008, a to z dôvodu zostavenia hodnoty priameho hrubého domáceho produktu cestovného ruchu aj dôchodkovou metódou zo symetrickej tabuľky input-output, ktorá zachytáva štruktúru ekonomiky práve z roku 2008.

Využitím údajov satelitného účtu cestovného ruchu sme získali hodnotu analyzovaného ukazovateľa z roku 2008, a to 1 894 371 tis. eur. Z jeho hodnoty 88,6 % tvorila priama hrubá pridaná hodnota cestovného ruchu a 11,4 % boli čisté dane z produktov cestovného ruchu (graf 1).



Graf 1 Štruktúra priameho hrubého domáceho produktu výrobnou metódou
Prameň: Vlastné spracovanie z údajov satelitného účtu cestovného ruchu SR, 2014.

Kvantifikácia priameho hrubého domáceho produktu cestovného ruchu dôchodkovou metódou znamená jeho vyjadrenie ako súčtu dôchodkov vlastníkov výrobných faktorov, ktorí sa priamo podieľali na produkovanií či sprostredkovaní statkov pre návštevníkov v cestovnom ruchu. Vypočítaný priamy hrubý domáci produkt cestovného ruchu zohľadňuje štruktúru odvetví podieľajúcich sa na výrobe statkov pre návštevníkov v súlade s metodikou satelitného účtu cestovného ruchu (tabuľka 1).

Štruktúru priameho hrubého domáceho produktu cestovného ruchu podľa podielu dôchodkov na jeho tvorbe v roku 2008 znázorňuje graf 2.

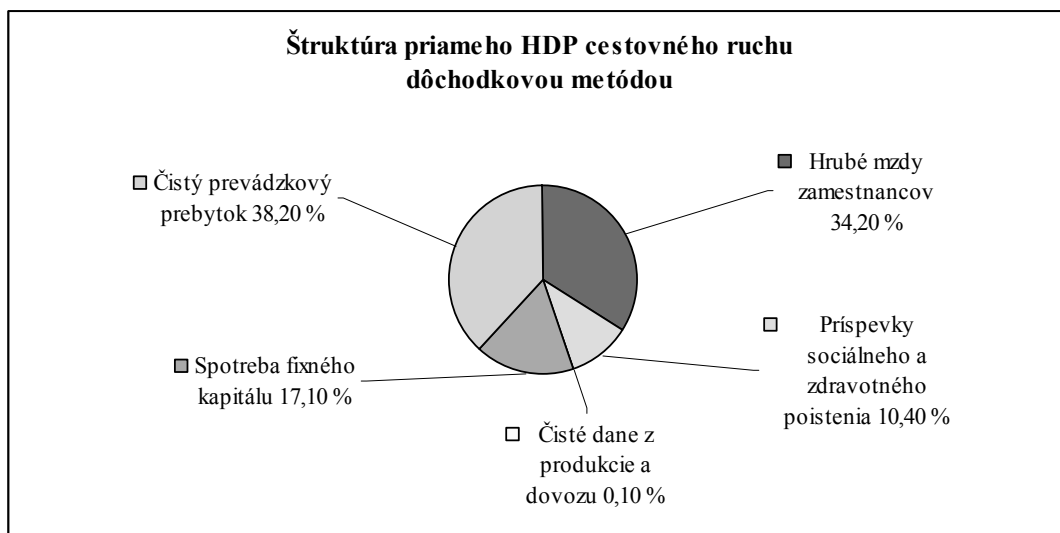
Odmeny za prácu, prenášanú podnikmi cestovného ruchu na zabezpečenie tovarov a služieb dopytovaných návštevníkmi, sa v roku 2008 podieľali približne 44,6 %-mi na tvorbe priameho hrubého domáceho produktu cestovného ruchu. Na odmenách zamestnancov participovali jednotlivé odvetvia rôznou mierou, relatívne najviac prispeli podniky poskytujúce dopravné služby, a to 17,8 %-mi, ubytovacie služby 15,1 %-mi, pohostinské služby 14,7 %-mi, športové a rekreačné služby 11,8 %-mi, kultúrne služby 10,4 %-mi, prenájom zariadení pre osobnú dopravu 8,2 %-mi, služby cestovných kancelárií a agentúr 6,5 %-mi a ostatné odvetvia, ktoré zaplatili spolu 15,5 % z celkových odmien zamestnancov v cestovnom ruchu.

Podiel spotreby fixného majetku predstavoval v roku 2008 17,1 % z hodnoty priameho hrubého domáceho produktu cestovného ruchu. Hodnota amortizácie v podnikoch poskytujúcich dopravné služby tvorila 29,6 % z celkovej hodnoty opotrebovaného kapitálu v podnikoch cestovného ruchu, podniky prevádzkujúce športové a rekreačné zariadenia prispeli 17,7 %-mi, prenájom zariadení pre osobnú dopravu 15,3 %-mi, ubytovacie služby 15,1 %-mi, kultúrne služby 10,1 %-mi a pohostinské služby 6,3 %-mi. Ostatné podniky sa na ročnom znížení hodnoty majetku v podnikoch cestovného ruchu, v dôsledku ich fyzického opotrebenia alebo morálneho zastarania, podieľali spolu 5,9 %-mi.

Tabuľka 1 Výpočet priameho HDP cestovného ruchu za rok 2008 dôchodkovou metódou

CPA_2008_systém	Ubytovacie služby (55)	Pohostinské služby (56)	Dopravné služby (49, 50, 51)	Prenájom zariadení pre osobnú dopravu (52)	Služby cestovných kancelárií a agentúr (79)	Kultúrne služby (91)	Športové a rekreačné služby (93)	Maloochod (pohonné hmoty, potraviny, nápoje a tabak) (47)	Finančné a poisťovacie služby (66)	Zdravotné služby (86)	Osobné služby (96)	Spolu (v tis. eur)	Podiel z priameho HDP cestovného ruchu (v %)
Odmeny zamestnancov (tis. eur)	127 522	123 984	149 943	68 827	54 977	88 129	99 787	47 270	10 377	49 641	24 236	844 693	44,60
z toho: - hrubé mzdy (tis. eur)	98 965	97 664	112 463	48 523	43 962	66 183	77 547	38 205	8 203	37 735	18 895	646 345	34,20
- príspevky soc. a zdravot. poistenie (tis. eur)	28 557	26 320	37 480	20 304	11 015	21 946	22 240	9 065	2 174	11 906	5 341	198 348	10,40
Čisté dane z produkcie a dovozu (tis. eur)	1 847	936	-10 230	1 361	1 152	1 447	5 877	309	207	-1 775	54	1 185	0,10
Hrubý prevádzkový prebytok (tis. eur)	157 678	144 971	219 888	61 186	112 381	34 392	123 767	68 556	45 621	22 642	57 411	1 048 493	55,30
z toho: - spotreba fixného kapitálu (tis. eur)	48 671	20 275	95 640	49 326	4 142	32 613	57 142	6 517	1 395	4 178	3 095	322 994	17,10
- čistý prevádzkový prebytok (tis. eur)	109 007	124 696	124 248	11 860	108 239	1 779	66 625	62 039	44 226	18 464	54 316	725 499	38,20
Priamy HDP cestovného ruchu podľa odvetví (v tis. eur)	287 047	269 891	359 601	131 374	168 510	123 968	229 431	116 135	56 205	70 508	81 701	1 894 371	100,00

Prameň: Vlastné výpočty z údajov symetrickej tabuľky input-output SR, Katedra hospodárskej politiky, Ekonomická univerzita v Bratislave, 2014.



Graf 2 Štruktúra priameho HDP cestovného ruchu dôchodkovou metódou

Prameň: Vlastné spracovanie z údajov SIOT 2008, Katedra hospodárskej politiky, Ekonomická univerzita v Bratislave, 2014.

V roku 2008 dosiahol čistý prevádzkový prebytok, vytvorený podnikmi cestovného ruchu, hodnotu 725 499 tis. eur, čo predstavuje 38,2 %-ný podiel na tvorbe priameho hrubého domáceho produktu cestovného ruchu. Na tejto hodnote sa podieľali pohostinské podniky 17,2 %-mi, dopravné podniky 17,1 %-mi, podniky hotelového a parahotelového typu 15,0 %-mi, cestovné kancelárie a agentúry 14,9 %-mi, športové a rekreačné zariadenia 9,2 %-mi, predaj pohonných hmôt, potravín, nápojov a tabakových výrobkov 8,6 %-mi, ostatné podniky cestovného ruchu prispeli spolu 18,0 %-mi.

Čistý prevádzkový prebytok vytvorený na území Slovenskej republiky podnikmi cestovného ruchu predstavuje kapitál, ktorý môže podnikateľský subjekt v závislosti od právnej formy rozdeliť jeho vlastníkom v podobe dividend, tantiém alebo použiť na tvorbu rezervného fondu či zvýšenie zisku (zníženie straty) z predchádzajúcich období ap. V prípade úplného (pobočky v 100 %-nom vlastníctve zahraničnej spoločnosti) alebo aj čiastočného (minimálne 10 %-ného podielu zahraničného investora na základnom kapitáli alebo hlasovacích právach podniku) vlastníctva podniku rezidentom iného štátu, môže dôjsť k vývozu kapitálu, t. j. zisku (resp. jeho časti), zhodnoteného v hostiteľskej krajine späť do krajiny priameho investora, to znamená, že pridaná hodnota vytvorená kombináciou domácich a zahraničných výrobných faktorov prispeje k rastu nielen domácej, ale aj zahraničnej ekonomiky. Medzi zahraničné spoločnosti poskytujúce napr. ubytovacie služby hotelového typu v SR patril InterContinental Hotels Group, Best Western International, Carlson Hospitality/Rezidor Group, Accor Hotels, Orea Hotels, Kempinski Hotels&Resorts a Starwood Hotels and Resorts Worldwide (Gúčík, Petrik, 2007). Medzinárodné pohyby kapitálu sleduje Národná banka Slovenska, z jej údajov z roku 2008 môžeme konštatovať, že celkový majetkový výnos slovenských ubytovacích a pohostinských podnikov so zahraničnou účasťou (tzn. výnos z reinvestovaného zisku - podiel zahraničných investorov na zisku spoločnosti, ktorý nie je vyplatený vo forme dividend a zostáva na účtoch krajiny a dividend spolu) bol

29 188 tis. eur, ostatný kapitál zachytávajúci medzipodnikové úverové operácie bol 55 635 tis. eur. Celkový majetkový výnos podnikov poskytujúcich rekreačné, kultúrne a športové činnosti bol -217 tis. eur, ostatný kapitál predstavoval 3 102 tis. eur, to znamená, že záväzky slovenských podnikov voči zahraničným investorom v odvetviach poskytujúcich rekreačné, kultúrne a športové činnosti prevýšili v roku 2008 pohľadávky slovenských podnikov. Rozdiel medzi prílevom priamych zahraničných investícií do podnikov zabezpečujúcich dopravné služby a pomocné služby v doprave, cestovných kancelárií a agentúr v Slovenskej republike a odlevom priamych zahraničných investícií zo Slovenskej republiky dosiahol v roku 2008 prebytok 45 593 tis. eur. Čistý prevádzkový prebytok vytvorený v roku 2008 podnikateľskými subjektmi poskytujúcimi hotelové a reštauračné služby vo vlastníctve rezidentov tvoril 63,70 % (148 881 tis. eur) z celkovej hodnoty čistého prevádzkového prebytku, zvyšných 36,30 % (84 822 tis. eur) čistého prevádzkového prebytku vytvorili podniky s minimálne 10 %-nou účasťou zahraničného investora na ich majetku. Bilanciu priamych zahraničných investícií v Slovenskej republike pre vybrané odvetvia cestovného ruchu zachytáva tabuľka 2.

Tabuľka 2 Bilancia priamych zahraničných investícií v Slovenskej republike za rok 2008

Kód	Odvetvie	Majetková účasť a reinvestovaný zisk (tis. eur)	Ostatný kapitál (tis. eur)	Spolu (tis. eur)
5500	Hotely a reštaurácie	29 188	55 635	84 822
6000	Pozemná doprava	-1 766	3 468	1 702
6300	Vedľajšie a pomocné činnosti v doprave, činnosť CK a CA	40 129	3 762	43 891
9200	Rekreačné, kultúrne a športové činnosti	-217	3 102	2 884

Prameň: Vlastné spracovanie z údajov Národnej banky Slovenska, www.nbs.sk, 2014.

Prílev zahraničného kapitálu zvyšuje ponuku cestovného ruchu v Slovenskej republike, prispieva k atraktivnosti poskytovaných služieb návštevníkom, transferu nových technológií či prenosu poznatkov a skúseností manažérov z iných krajín v oblasti tvorby produktu cestovného ruchu, ktorého neodmysliteľnou súčasťou sú aj prírodné zdroje a kultúrno-historické pamiatky hostiteľskej krajiny. Ich využívanie vytvára nielen spoločenské prínosy, ale aj náklady, a to najmä v oblasti životného prostredia, čo vyžaduje zodpovedný a racionálny prístup predstaviteľov hospodárskej politiky pri stanovovaní podmienok pre podnikateľskú činnosť zahraničných investorov v Slovenskej republike.

Záver

Priamy hrubý domáci produkt cestovného ruchu je jedným z ukazovateľov, ktoré merajú výkonnosť sektora cestovného ruchu na národnej úrovni, pričom vzniká v dôsledku priamej väzby producentov alebo sprostredkovateľov statkov cestovného ruchu a návštevníkmi, ktorí ich spotrebúvajú pred cestovaním, počas cesty alebo pobytu v cieľovom mieste. Priamy hrubý domáci produkt cestovného ruchu možno vyjadriť súčtom priamej hrubej pridanej hodnoty cestovného ruchu a čistých daní z produktov, t. j. výrobnou metódou, ktorú využíva satelitný účet. Použitím dôchodkovej metódy sme dostali štruktúru priameho hrubého domáceho

produktu cestovného ruchu, ktorá umožňuje hodnotiť jeho význam pre domácu ekonomiku z iného pohľadu, a to z hľadiska podielu dôchodkov vlastníkov výrobných faktorov, ktoré sa priamo podieľali na jeho tvorbe v analyzovanom roku. Príjem, ktorí získali zamestnanci, majitelia, akcionári, štát, alebo poskytovatelia kapitálu na výrobu tovarov a služieb priamo uspokojujúcich potreby návštevníkov v cestovnom ruchu predstavuje zdroj ďalších pozitívnych efektov nielen pre domácu ekonomiku, ale aj zahraničie, a to v prípade kombinácie domácich a zahraničných vstupov na výrobu statkov pre cestovný ruch. Kvantifikácia priameho hrubého domáceho produktu cestovného ruchu dôchodkovou metódou je predpokladom hodnotenia významu cestovného ruchu pre tvorbu indukovaných ekonomických prínosov a sledovania ich ďalšieho použitia v domácej ekonomike.

Kľúčové slová: Cestovný ruch. Dôchodková metóda. Model input-output. Priamy hrubý domáci produkt cestovného ruchu. Satelitný účet cestovného ruchu.

Zoznam použitej literatúry

1. *Bilancia priamych zahraničných investícií za rok 2008*. Dostupné na internete: <www.nbs.sk>.
2. GAGNON, S., NGUYEN PHU, V. 2011. *Le modèle intersectoriel du Québec*. Fonctionnement et applications. Québec : Institut de la statistique du Québec, 2011. 153 s. ISBN 978-2-550-62123-2.
3. GÚČIK, M. 2011. *Cestovný ruch. Politika a ekonómia*. Banská Bystrica : Slovensko-švajčiarske združenie pre rozvoj cestovného ruchu, 2011. 188 s. ISBN 978-80-89090-98-3.
4. GÚČIK, M., PETRÍK, I. 2007. *Hotelierstvo v EÚ a na Slovensku*. (online). MEDIA/ST. (cit. 2013-11-09). Dostupné na internete: <<http://www.tophotelierstvo.sk/domaci-cestovny-ruch/turizmus/hotelierstvo-v-e-a-na-slovensku>>
5. OSN, EUROSTAT, OECD a UNWTO. 2009. *Compte satellite du tourisme: recommandations concernant le cadre conceptuel 2008*. Publication des Nations Unies, N° de vente F.08.XVII. 27. 2009. 139 s. ISBN 978-92-1-261218-8.
6. LEJSEK, Z. 2009. Satelitní účet cestovního ruchu v České republice. Historie, současný stav, výhled. In *Statistika*, 5/2009. Praha : ČSÚ, 2009. ISSN 0322-788x, s. 396-417.
7. RÜTTER, H., BERWERT, A., RÜTTER-FISCHBACHER, U., LANDOLT, M. 2001. *Le tourisme en Valais. Étude sur la valeur ajoutée*. (online). Sierre : Centre de Recherche de l'École Suisse de Tourisme, 147 s. (cit. 2012-09-17). Dostupné na internete: <http://www.vs.ch/Press/DS_3/CP-2001-06-11-32/fr/1060_document.pdf>.
8. *Satelitný účet cestovného ruchu SR*. Dostupné na internete: <www.statistics.sk>.
9. *Syntetická tabuľka input-output SR*. Katedra hospodárskej politiky. Ekonomická univerzita v Bratislave, 2014.
10. URAMOVÁ, M., LACOVÁ, Ž., HRONEC, M. 2010. *Makroekonómia I*. Banská Bystrica : UMB, Ekonomická fakulta, 2010. 277 s. ISBN 978-80-557-0043-4.
11. WORKIE, M. T. a kol., 2011. *Štruktúra ekonomiky a ekonomický rast: Ako naplniť teóriu číslami*. Bratislava : IRIS, 2011. 269 s. ISBN 978-80-89256-66-2.

Adresa autoriek: doc. Ing. Jana Piteková, PhD., Ing. Mgr. Lucia Dujavová, Ekonomická fakulta UMB v Banskej Bystrici, Inštitút manažérskych systémov so sídlom v Poprade, Francisciho 8, 058 01 Poprad; e-mail: jana.pitekova@umb.sk; lucia.dujavova@umb.sk

Hodnotenie imidžu Slovenska ako cieľového miesta cestovného ruchu z pohľadu domácich a zahraničných návštevníkov *Destination Image Evaluation of Slovakia from Domestic and Foreign Visitors' Point of View*

Vanda Maráková, Ivana Šimočková

The article deals with destination image evaluation of a state. It focuses on perceived destination image of Slovakia. The outcomes are based on primary data sources. The aim of the article is to examine evaluation of Slovakia's destination image and to compare its perception from the point of view of domestic and foreign visitors from main tourism markets (Czech Republic, Poland and Germany).

Key words: *Destination Image. Perception. Tourism Destination. Visitor.*

JEL Classification: L_{83} , M_{31} .

Úvod

Imidžom cieľového miesta cestovného ruchu sa odborná literatúra zaoberá dlhodobo. Krátky slovník cestovného ruchu definuje imidž ako „symbol, predstavu určitého produktu, podniku, cieľového miesta alebo krajiny cestovného ruchu, ktorú zákazníci a sprostredkovatelia postupne vytvárajú na základe vlastných poznatkov, informácií a faktov vyplývajúcich z aktivity daného subjektu“ (Gúčík a kol., 2004, s. 47, heslo: imidž). Podstata imidžu v cestovnom ruchu nadväzuje na nemateriálny charakter poskytovaných služieb, ale i na skutočnosť, že návštevník sa o výbere cieľového miesta rozhoduje v značnom časovom predstihu na základe obmedzených informácií. Úlohou imidžu cieľového miesta je preto vytvoriť pozitívnu asociáciu v mysli návštevníka, ktorá by vyzdvihla atraktivnosť a jedinečnosť cieľového miesta a podnietila ho k návšteve.

1. Teoretické východiská skúmania imidžu v cestovnom ruchu

V odbornej literatúre sa najčastejšie stretávame s definíciou Hunta (1975), ktorý vysvetľuje imidž cieľového miesta ako predstavy nerezidentov o určitom štáte a Cromptona (1979, s. 18), ktorý imidžom cieľového miesta rozumie súbor predstáv, myšlienok a dojmov, ktoré si jednotlivci spája s cieľovým miestom. Ferner (1993) chápe imidž ako obraz, ktorý si ľudia vytvoria o určitej veci, cieľovom mieste, štáte a podniku. Komplexnú definíciu pojmu imidž podávajú Shukla, Brown a Harper (2006, s. 7), podľa ktorých imidž predstavuje

koncept tvorený na základe rozumovej a emocionálnej interpretácie v dôsledku dvoch úzko prepojených komponentov, a to kognitívnych/percepčných hodnotení založených na vedomostiach a presvedčeníach jednotlivca a afektívneho ocenenia založeného na osobných pocitoch k objektu.

Imidž cieľového miesta, jeho tvorbu, výber nástrojov a úspešnosť podmieňujú rozdielne faktory. Podľa nich členíme imidž cieľového miesta viacerými spôsobmi (tabuľka 1).

Tabuľka 1 Prístupy vybraných autorov ku klasifikácii imidžu cieľového miesta cestovného ruchu

Autor (rok)	Klasifikácia imidžu v cestovnom ruchu
Crompton (1979)	ideálny a skutočný imidž
Gunn (1988)	organický a indukovaný imidž
Phelps (1986) Gúčík (2007) Maráková In Gúčík (2011)	primárny a sekundárny imidž
Ferner (1993)	vlastný a cudzí imidž
Baloglu a Brinberg (1997)	afektívny, kognitívny a konatívny imidž
Gunn (1988) Gallarza, Gil, Calderón (2002)	imidž pred návštevou cieľového miesta a imidž po návšteve cieľového miesta
Beerli a Martin (2004)	imidž existujúcich návštevníkov a imidž potenciálnych návštevníkov
Strašík a Pompurová (2007)	vysielaný a vnímaný imidž

Zdroj: Vlastné spracovanie, 2014.

Baloglu a Brinberg (1997) rozlišujú kognitívne a afektívne komponenty pri tvorbe (konštruovaní) imidžu. Podľa Whitea (2004) afektívne komponenty lepšie predpovedajú návštevu cieľového miesta a správanie spotrebiteľa. Z uvedeného členenia je možné odvodiť afektívny imidž tvorený na základe emócií a pocitov a kognitívny imidž, ktorého podstatou sú vedomosti a predstavy o cieľovom mieste.

Vzhľadom na menšiu pozornosť venovanú imidžu v cestovnom ruchu v domácej literatúre prikláňame sa k definícii Strašíka a Pompurovej (2007, s. 62). Imidžom rozumejú komplexný, viacrozmerý a štruktúrovaný systém skladajúci sa z objektívnych aj subjektívnych predstáv, postojov a skúseností určitej skupiny ľudí o cieľovom mieste. Zdôrazňujeme, že vzniká asociáciami, je podmienený stereotypmi a náchylný na zmenu, predovšetkým negatívnym smerom v dôsledku nedostatočných, skreslených a zavádzajúcich informácií. Dovoľme si tvrdiť, že nemusí ísť len o predstavy, postoje a skúsenosti skupiny ľudí, ale aj jednotlivcov, u ktorých sa pod vplyvom psychologických a demografických faktorov môže značne odlišovať (Jenkins, McArthur, 1996). Do popredia skúmania imidžu v cestovnom ruchu sa tak dostáva subjektívny prvok náročný na hodnotenie.

2. Cieľ, materiál a metodika

Cieľom state je preskúmať vnímaný imidž Slovenska ako cieľového miesta cestovného ruchu z pohľadu domácich a zahraničných návštevníkov hlavných zdrojových trhov cestovného ruchu Slovenska, konkrétne Česka, Poľska a Nemecka. Stat' sa zameriava aj na porovnanie hodnotenia prvkov imidžu Slovenska ako cieľového miesta cestovného ruchu. Objektom skúmania je štát ako cieľové miesto cestovného ruchu, subjektom skúmania je vnímaný imidž Slovenska.

Materiál, ktorý použijeme sme získali z primárnych a sekundárnych zdrojov údajov. Sekundárne zdroje sme získali štúdiom odbornej domácej a zahraničnej knižnej a časopiseckej literatúry, ako aj z viacerých internetových prehliadačov. Primárne zdroje údajov sme získali metódou sociologického opytovania prostredníctvom dotazníka. Pracujeme so vzorkou 207 slovenských respondentov a 342 zahraničných respondentov predstavujúcich hlavné zdrojové trhy cestovného ruchu Slovenska (Slovensko, Česko, Poľsko a Nemecko). Ide o domácich a zahraničných existujúcich a potenciálnych návštevníkov Slovenska. Domáci návštevníci predstavujú až 59,5 % hostí v ubytovacích zariadeniach cestovného ruchu na Slovensku (SACR, Marketingová stratégia SACR na obdobie 2014 – 2020, s. 11). Na dosiahnutie reprezentatívosti výberového súboru domácich respondentov uskutočníme stratifikovaný kvótny výber. Vychádzame zo zdrojov Štatistického úradu Slovenskej republiky o počte a vekovej štruktúre obyvateľstva (tabuľka 2).

Tabuľka 2 Počet obyvateľov Slovenskej republiky k 31. 12. 2012

Počet obyvateľov spolu	5 410 836
Počet obyvateľov starších ako 15 rokov z toho:	4 580 260
- ženy v %	51,7
- muži v %	48,3

Zdroj: Štatistický úrad Slovenskej republiky, www.portal.statistics.sk, 2013.

Výberový súbor domácich respondentov dodrží svojim zložením štruktúru základného súboru podľa veku. Na určenie reprezentatívosti výberového súboru domácich respondentov sme využili Chí kvadrát test dobrej zhody (tabuľka 3).

Tabuľka 3 Test chí kvadrát, reprezentatívnosť výberového súboru domácich respondentov podľa veku

	vek
Chi-square	1,192
df	5
Asymp. Sig.	,946

Zdroj: Vlastné spracovanie, 2014.

P-hodnota (0,946) potvrdila reprezentatívnosť výberového súboru ($p > \alpha$) z hľadiska veku.

Štruktúru výberového súboru podľa veku dokumentuje tabuľka 4. Respondentov sme rozdelili do šiestich vekových skupín. Z celkového počtu 207 slovenských respondentov je 68,3 % žien a 31,7 % mužov.

Tabuľka 4 Reprezentatívnosť výberového súboru domácich návštevníkov podľa veku

Veková skupina	Počet respondentov	Predpokladaný počet respondentov	Rozdiel
15- 24 rokov	33	31,4	1,6
25- 34 rokov	44	39,7	4,3
35- 44 rokov	37	37,6	-,6
45- 54 rokov	33	33,5	-,5
55- 64 rokov	33	33,5	-,5
65 a viac rokov	27	31,4	-4,4
Spolu	207	-	-

Zdroj: Vlastné spracovanie, 2014.

Pre potreby vyhodnotenia primárneho prieskumu nezohľadňujeme rozdiely vo vnímaní medzi pohlaviami. Ďalšie socio-demografické charakteristiky rovnako neberieme pri skúmaní vnímaného imidžu Slovenska ako cieľového miesta cestovného ruchu do úvahy.

Výber zahraničných respondentov zdôvodňujeme umiestnením Česka, Poľska a Nemecka na prvých troch pozíciách v šiestich po sebe idúcich rokoch 2008 až 2013 z hľadiska počtu ubytovaných hostí na Slovensku (tabuľka 5).

Tabuľka 5 Poradie krajín podľa počtu ubytovaných hostí v ubytovacích zariadeniach cestovného ruchu na Slovensku

Poradie/ Rok	2008	2009	2010	2011	2012	2013
1.	CZ	CZ	CZ	CZ	CZ	CZ
2.	PL	PL	PL	PL	PL	PL
3.	DE	DE	DE	DE	DE	DE
4.	HU	HU	IT	HU	HU	HU
5.	UK	IT	AT	AT	AT	AT

Zdroj: Slovenská agentúra pre cestovný ruch, www.sacr.sk, 2013.

Vysvetlivky: CZ- Česká republika, PL- Poľská republika, DE- Nemecká spolková republika, HU- Maďarská republika, IT- Talianska republika, AT- Rakúska republika, UK- Spojené kráľovstvo Veľkej Británie a Severného Írska.

Vzhľadom na význam českého, poľského a nemeckého trhu v príchodovom cestovnom ruchu Slovenska považujeme za dôležité preskúmať vnímaný imidž Slovenska z pohľadu českých, poľských a nemeckých návštevníkov.

3. Výsledky a diskusia

Význam imidžu v cestovnom ruchu sa prejavuje vo funkciách, ktoré plní vo vzťahu k návštevníkom. Ide predovšetkým o orientačnú funkciu vzhľadom na obmedzený rozsah informácií o cieľovom mieste, ktorými disponuje návštevník, ako aj relatívne značný časový predstih, v ktorom sa o návšteve rozhoduje.

Cieľom primárneho prieskumu bolo porovnať imidž Slovenska z pohľadu domácich a zahraničných návštevníkov a identifikovať rozdiely v jeho vnímaní. V prieskume sme oslovovali tak existujúcich návštevníkov, ktorí Slovensko navštívili minimálne raz, ako aj potenciálnych návštevníkov, ktorí ho ešte nenavštívili. Respondentom sme vysvetlili, čo je cieľom prieskumu a pojmom imidž rozumieme obraz, mentálnu konštrukciu.

3.1. Hodnotenie hlavných charakteristík imidžu Slovenska ako cieľového miesta cestovného ruchu

Imidž Slovenska ako cieľového miesta cestovného ruchu ovplyvňujú viaceré premenné, preto sme po štúdiu zahraničných zdrojov v dotazníku vyčlenili 28 vybraných charakteristík. Respondentov sme požiadali o hodnotenie uvedených charakteristík na päťstupňovej škále (1- úplne súhlasím, 2 – skôr súhlasím, 3 – nemám vyhranený názor, 4 –skôr nesúhlasím, 5 - úplne nesúhlasím). Sme si vedomí určitej miery subjektivity, ktorá vyplýva z výberu uvedených charakteristík autorom, preto bolo našou snahou zahrnúť medzi hodnotné charakteristiky, čo najväčší počet z cestovného ruchu. Respondentom sme ich v dotazníku prezentovali podľa poradia ako ich určili Ritchie a Crouch (2011) od najvšeobecnejších po najkonkrétnejšie spojené s cestovným ruchom.

Predpokladáme, že existuje rozdiel vo vnímaní charakteristických prvkov imidžu Slovenska ako cieľového miesta cestovného ruchu medzi domácimi a zahraničnými návštevníkmi. Uvedený predpoklad sme overovali Friedmanovým testom a následne Wilcoxonovým testom jednotlivo pre domácich a zahraničných respondentov. Tento predpoklad sme potvrdili pre domácich respondentov (tabuľka 6).

Tabuľka 6 Test rozdielnosti hodnotení charakteristických prvkov imidžu Slovenska domácimi respondentmi

Friedman test	
N	207
Chi-Square	2605,208
df	27
Asymp. Sig.	0

Zdroj: Vlastné spracovanie na základe výsledkov primárneho prieskumu, 2014.

P- hodnota potvrdila, že existuje rozdiel v poradí medzi premennými a poradie je nasledovné (tabuľka 7).

Tabuľka 7 Poradie prvkov imidžu Slovenska ako cieľového miesta cestovného ruchu z pohľadu domácich respondentov

Poradie	Charakteristika	Priemerné hodnotenie
1.	krajina s jedinečnými folklórnymi tradíciami a remeslami	1,32
2.	krajina s možnosťami vysokohorskej turistiky	1,33
3.	krajina s vhodným potenciálom pre kúpeľný cestovný ruchu	1,47
4.	krajina so zaujímavými mestami	1,65
5.	krajina vhodná pre zimné športy	1,68
6.	krajina s bohatou históriou	1,73
7.	krajina s prítlačivým vidieckym prostredím	1,78
8.	krajina s vhodnou klímou pre rozvoj cestovného ruchu	1,80
9.	vhodné miesto pre dovolenku s deťmi	1,88
10.	krajina s možnosťami objavovania nenarušenej fauny a flóry	1,95
11.	krajina s výnimočnou národnou a lokálnou kuchyňou	2,08
12.	krajina vhodná pre letnú rekreáciu	2,14
13.	krajina so zaujímavou architektúrou	2,25
14.	bezpečná krajina	2,27
15.	krajina, v ktorej sa návštevníci cítia príjemne	2,38
16.	krajina plná dobrodružstiev	2,42
17.	krajina s atraktívnymi organizovanými podujatiami (hudobné, divadelné, folklórne, športové a iné)	2,46
18.	krajina s priateľským obyvateľstvom k návštevníkom	2,47
19.	ľahko dopravne dostupná krajina	3,02
20.	krajina vhodná pre zábavu a nočný život (kluby, diskotéky, bary a iné)	3,04
21.	krajina s dobrými možnosťami nákupov	3,12
22.	krajina s dostatočným množstvom kvalitných ubytovacích zariadení	3,18
23.	krajina ochraňujúca životné prostredie	3,29
24.	krajina s vhodným pomerom ceny a kvality	3,30
25.	krajina s dostatočným množstvom kvalitných pohostinských zariadení	3,34
26.	krajina s obyvateľmi ochotnými a schopnými komunikovať v cudzích jazykoch	3,33
27.	krajina s kvalitnými službami	3,53
28.	krajina s upravenými a čistými verejnými priestranstvami	3,79

Zdroj: Vlastné spracovanie na základe výsledkov primárneho prieskumu, 2014.

Slovenskí respondenti považujú za najtypickejšie pre imidž Slovenska obraz krajiny s jedinečnými folklórnymi tradíciami a remeslami. Nasleduje krajina s možnosťami vysokohorskej turistiky a krajina s vhodným potenciálom pre kúpeľný cestovný ruch. Konštatujeme, že z odpovedí vyplýva dominantné postavenie folklóru, tradícií a remesiel ako významného prvku, ktorý odlišuje Slovensko od konkurenčných krajín na trhu medzinárodného cestovného ruchu. Slovenskí respondenti mu pridelili priemerné hodnotenie 1,32.

Následne sme predpoklad o rozdieloch vnímania typických prvkov imidžu Slovenska ako cestovného cieľa potvrdili aj pre zahraničných respondentov (tabuľka 8).

Tabuľka 8 Test rozdielnosti hodnotení charakteristických prvkov imidžu Slovenska zahraničnými respondentmi

Friedman test	
N	342
Chi-Square	2126,991
df	27
Asymp. Sig.	0

Zdroj: Vlastné spracovanie, 2014.

P- hodnota potvrdila, že existuje rozdiel v poradí medzi premennými a poradie typických prvkov imidžu Slovenska ako cestovného cieľa z pohľadu zahraničných respondentov zachytáva tabuľka 9.

Tabuľka 9 Poradie prvkov imidžu Slovenska ako cieľového miesta cestovného ruchu z pohľadu zahraničných respondentov

Poradie	Charakteristika	Priemerné hodnotenie
1.	krajina s možnosťami vysokohorskej turistiky	1,50
2.	krajina vhodná pre zimné športy	1,58
3.	krajina s možnosťami objavovania nenarušenej fauny a flóry	1,75
4.	krajina s vhodnou klímou pre rozvoj cestovného ruchu	1,78
5.	krajina vhodná pre letnú rekreáciu	1,82
6.	krajina s vhodným potenciálom pre kúpeľný cestovný ruch	1,85
7.	krajina s prítlačným vidieckym prostredím	1,90
8.	krajina s priateľským obyvateľstvom k návštevníkom	1,94
9.	vhodné miesto pre dovolenku s deťmi	1,96
10.	krajina s jedinečnými folklórnymi tradíciami a remeslami	1,97
11.	krajina, v ktorej sa návštevníci cítia príjemne	1,99
12.	krajina s výnimočnou národnou a lokálnou kuchyňou	2,11
13.	ľahko dopravne dostupná krajina	2,12

14.	bezpečná krajina	2,13
15.	krajina plná dobrodružstiev	2,18
16.	krajina so zaujímavými mestami	2,19
17.	krajina s bohatou históriou	2,35
18.	krajina so zaujímavou architektúrou	2,47
19.	krajina ochraňujúca životné prostredie	2,49
20.	krajina s vhodným pomerom ceny a kvality	2,54
21.	krajina s upravenými a čistými verejnými priestranstvami	2,57
22.	krajina s kvalitnými službami	2,61
23.	krajina s obyvateľmi ochotnými a schopnými komunikovať v cudzích jazykoch	2,62
24.	krajina s dostatočným množstvom kvalitných pohostinských zariadení	2,63
25.	krajina s dostatočným množstvom kvalitných ubytovacích zariadení	2,65
26.	krajina s atraktívnymi organizovanými podujatiami (hudobné, divadelné, folklórne, športové a iné)	2,7
27.	krajina s dobrými možnosťami nákupov	2,75
28.	krajina vhodná pre zábavu a nočný život (kluby, diskotéky, bary a iné)	2,77

Zdroj: Vlastné spracovanie na základe výsledkov primárneho prieskumu, 2014.

Najvýstižnejšie je podľa zahraničných respondentov možné charakterizovať obraz Slovenska ako krajinu s možnosťami vysokohorskej turistiky. Nasleduje krajina vhodná pre zimné športy a krajinu s možnosťami objavovania nenarušenej fauny a flóry.

Priemerné hodnotenie prvkov imidžu Slovenska ako cieľového miesta cestovného ruchu z pohľadu domácich respondentov je 2,42 (medián 2,43) a z pohľadu zahraničných respondentov 3,06 (medián 2,46). Domáci respondenti vnímajú imidž Slovenska ako cieľového miesta cestovného ruchu pozitívnejšie ako zahraniční respondenti. Konštatujeme, že rozdiely vo vnímaní charakteristických prvkov imidžu Slovenska ako cieľového miesta cestovného ruchu sa týkajú predovšetkým významu folklórnych tradícií a remesiel.

Následne sme na redukcii vysokého počtu skúmaných charakteristík využili faktorovú analýzu. Cieľom bolo získať dominantné atribúty imidžu Slovenska ako cieľového miesta cestovného ruchu. Faktorovú analýzu sme vyhodnotili spoločne pre domácich aj zahraničných návštevníkov, pretože považujeme za dôležité, aby rozhodujúce faktory mali primeranú výpovednú hodnotu a reprezentovali obraz Slovenska, ktorý sa vytvára tak v mysli domácich ako aj zahraničných návštevníkov.

Vhodnosť vstupných dát pre použitie faktorovej analýzy sme hodnotili štatistikou KMO a Bartlettovým testom (tabuľka 10).

Tabuľka 10 Výsledok štatistiky KMO a Bartlettovho testu sféricity

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		0,871
--	--	-------

Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	5776,517
	df	378
	Sig.	0

Zdroj: Vlastné spracovanie, 2014.

Hodnota štatistiky KMO je 0,871, na základe čoho považujeme adekvátnosť charakteristík pre faktorovú analýzu za chvályhodnú (Kaiser, Rice, 1974). Na základe kritéria vlastných čísel a vysvetlenej variability sme vybrali desať významných komponentov. Uvedených desať komponentov je potrebných na vysvetlenie zmien v súbore v rozsahu 70,147 %. Pri rotácii faktorov sme využili ortogonálnu rotáciu VARIMAX. Rotáciou matice sme získali jednoduchšiu štruktúru oproti nerotovanej matici. Výsledné faktory sme pomenovali podľa príslušnosti ku skúmaným charakteristikám podľa tabuľky 11.

Tabuľka 11 Dominantné atribúty ovplyvňujúce imidž Slovenska ako cieľového miesta cestovného ruchu

Charakteristiky	Výsledný faktor
krajina s dostatočným množstvom kvalitných ubytovacích zariadení krajina s dostatočným množstvom kvalitných pohostinských zariadení krajina s upravenými a čistými verejnými priestranstvami krajina ochraňujúca životné prostredie krajina s vhodným pomerom ceny a kvality krajina s kvalitnými službami	Krajina s vhodnou infraštruktúrou, dostupnými a kvalitnými službami
krajina so zaujímavými mestami krajina s bohatou históriou krajina so zaujímavou architektúrou	Krajina s vhodnými kultúrno-historickými predpokladmi
krajina vhodná pre zimné športy krajina s možnosťami vysokohorskej turistiky krajina s vhodným potenciálom pre kúpeľný cestovný ruch vhodné miesto pre dovolenku s deťmi	Krajina s vhodnými prírodnými predpokladmi
ľahko dopravne dostupná krajina bezpečná krajina krajina, v ktorej sa návštevníci cítia príjemne	Dostupná a bezpečná krajina
krajina s priateľským obyvateľstvom k návštevníkom krajina s obyvateľmi ochotnými a schopnými komunikovať v cudzích jazykoch	Krajina s ochotnými obyvateľmi

krajina s vhodnou klímou pre rozvoj cestovného ruchu krajina s príťažlivým vidieckym prostredím krajina vhodná pre letnú rekreáciu	Krajina vhodná na letnú dovolenku
krajina vhodná pre zábavu a nočný život krajina s dobrými možnosťami nákupov	Krajina s možnosťami nákupov a zábavy
krajina s jedinečnými folklórnymi tradíciami a remeslami krajina s výnimočnou národnou a lokálnou gastronómiou	Krajina s tradíciami
krajina s možnosťami objavovania nenarušenej fauny a flóry krajina plná dobrodružstiev	Krajina stvorená pre objavovanie a zážitky
krajina s atraktívnymi organizovanými podujatiami	Krajina ponúkajúca atraktívne podujatia

Zdroj: Vlastné spracovanie na základe výsledkov primárneho prieskumu, 2014.

Uvedené dominantné atribúty je podľa nás možné využiť ako súčasť tvorby pozitívneho imidžu Slovenska ako cestovného cieľa nakoľko odrážajú reálne vnímanie Slovenska domácimi a zahraničnými návštevníkmi. Význam kvality poskytovaných služieb v súvislosti s vnímaným imidžom Slovenska je nepopierateľný.

3.2. Význam predchádzajúcej návštevy na hodnotenie imidžu Slovenska ako cieľového miesta cestovného ruchu

Vnímaný imidž ovplyvňujú viaceré faktory, pričom návšteva cieľového miesta je jedným z najdôležitejších. Na význam predchádzajúcej návštevy vo vzťahu k tvorbe imidžu v cestovnom ruchu poukázali viacerí autori (napr. Baloglu, McCleary, 1999; Konecnik, Ruzzier, 2006). Predpokladali sme, že existuje závislosť medzi hodnotením imidžu Slovenska ako cieľového miesta cestovného ruchu a uskutočnenou návštevou, medzi opakovanou návštevou a hodnotením imidžu Slovenska ako cieľového miesta cestovného ruchu. Daný predpoklad sme overovali v prípade zahraničných respondentov a na overenie sme využili Cramerovo V a Spearmanov korelačný koeficient.

Predpoklad o závislosti medzi uskutočnením návštevy a pozitívnym hodnotením imidžu Slovenska ako cieľového miesta cestovného ruchu sme potvrdili. Na hladine významnosti $\alpha = 0,05$ sme potvrdili, že ide o slabú priamu závislosť. Považovali sme za potrebné preskúmať vzťah medzi opakovanou návštevou a hodnotením imidžu Slovenska ako cestovného cieľa. Spearmanovým testom sme overovali predpoklad, či sa so stúpajúcim počtom návštev zlepšuje vnímanie Slovenska ako cieľového miesta cestovného ruchu. Na nami zvolenej hladine významnosti $\alpha = 0,05$ sa tento predpoklad nepotvrdil. Avšak na hladine významnosti $\alpha = 0,1$ nezamietame predpoklad o existencii závislosti medzi stúpajúcim počtom návštev a lepším vnímaným imidžom Slovenska ako cieľového miesta cestovného ruchu. Potvrdili sme slabú nepriamu závislosť. Konštatujeme, že čím väčší počet návštev krajiny návštevníci uskutočnia, tým pozitívnejšie hodnotia imidž Slovenska ako cieľového miesta cestovného ruchu.

Zisťovali sme, ako vnímajú respondenti prieskumu imidž Slovenska ako cieľového miesta cestovného ruchu. Respondentov sme požiadali, aby na stupnici od 1 do 5 (1- pozitívny, 2- skôr pozitívny, 3- neutrálny, 4- skôr negatívny, 5- negatívny) ohodnotili imidž Slovenska ako cieľového miesta cestovného ruchu. Výsledky sme usporiadali samostatne pre domácich a zahraničných respondentov a vzájomne porovnali.

Na rozdiel od hodnotenia jednotlivých charakteristických prvkov imidžu Slovenska ako cieľového miesta cestovného ruchu hodnotili slovenskí respondenti imidž Slovenska ako cieľového miesta cestovného ruchu kritickejšie ako zahraniční respondenti. Len 6,8 % domácich návštevníkov považuje imidž Slovenska za pozitívny (tabuľka 12).

Tabuľka 12 Vnímaný imidž Slovenska ako cieľového miesta cestovného ruchu z pohľadu domácich návštevníkov

Hodnotenie imidžu Slovenska ako cestovného cieľa	Podiel respondentov v %
pozitívny	6,8
skôr pozitívny	50,7
neutrálny	30,4
skôr negatívny	11,1
negatívny	1,1
Spolu	100,0

Zdroj: Vlastné spracovanie na základe výsledkov primárneho prieskumu, 2014.

Možnosť skôr pozitívny zvolilo až 50,7 % respondentov. Zároveň 30,4 % respondentov hodnotí imidž Slovenska ako neutrálny. Výrazné percento respondentov (11,1 %) sa prikláňa k názoru, že imidž Slovenska ako cieľového miesta cestovného ruchu je skôr negatívny. Kriticky sa vyjadrilo aj 1,1 % slovenských respondentov.

V prípade nerozlišovania medzi zahraničnými respondentmi, ktorí Slovensko navštívili alebo nenavštívili z výsledkov vyplýva, že takmer jedna štvrtina (24,9 %) hodnotí imidž Slovenska ako pozitívny, polovica respondentov (50,6 %) považuje imidž Slovenska ako cestovného cieľa za skôr pozitívny (tabuľka 13).

Tabuľka 13 Vnímaný imidž Slovenska ako cieľového miesta cestovného ruchu z pohľadu zahraničných návštevníkov

Imidž Slovenska ako cestovného cieľa/ Návšteva Slovenska	Podiel respondentov v %		
	Navštívili	Nenavštívili	Všetci respondenti
Pozitívny	27,0	12,0	24,9
Skôr pozitívny	51,4	41,0	50,6
Neutrálny	18,0	42,7	20,7
Skôr negatívny	2,9	4,3	3,3
Negatívny	0,7	0,0	0,6
Spolu	100,0	100,0	100,0

Zdroj: Vlastné spracovanie na základe výsledkov primárneho prieskumu, 2014.

Pätina zahraničných respondentov (20,7 %) uviedla, že celkový imidž Slovenska ako cestovného cieľa je neutrálny. Kriticky hodnotili imidž Slovenska ako cestovného cieľa len necelé 4 % respondentov, pričom 3,3 % z nich ho považuje za skôr negatívny a 0,6 % za negatívny.

Z hľadiska významu predchádzajúcej návštevy a hodnotenia imidžu Slovenska ako cieľového miesta cestovného ruchu je možné zaznamenať rozdiely vo vnímaní. Až 51,4 % zahraničných respondentov, ktorí Slovensko navštívili, hodnotia jeho imidž ako skôr pozitívny. Za pozitívny ho považuje až 27 % respondentov, nasleduje hodnotenie neutrálny (18 %). Len 2,9 % zahraničných respondentov, ktorí Slovensko navštívili považuje jeho imidž za skôr negatívny a menej ako 1 % za negatívny.

V hodnoteniach respondentov, ktorí Slovensko nenavštívili, prevláda neutrálne hodnotenie imidžu Slovenska ako cieľového miesta cestovného ruchu (42,7 %). Porovnateľné percento respondentov (41 %) považuje imidž Slovenska ako cieľového miesta cestovného ruchu za skôr pozitívny a možnosť „pozitívny“ zvolilo 12 % respondentov. Kriticky hodnotí imidž Slovenska ako cestovného cieľa 4,3 % zahraničných respondentov, ktorí zvolili možnosť „skôr negatívny“. Z výsledkov vyplýva význam predchádzajúcej návštevy vo vzťahu k pozitívnemu hodnoteniu imidžu Slovenska ako cieľového miesta cestovného ruchu. Prieskum potvrdil prevládajúci neutrálny imidž Slovenska ako cieľového miesta cestovného ruchu z pohľadu potenciálnych návštevníkov, ktorí Slovensko ešte nenavštívili.

3.3. Tvorba vysielaného imidžu Slovenska ako cieľového miesta cestovného ruchu v nadväznosti na jeho vnímaný imidž

Domnievame sa, že dôležitou úlohou národnej marketingovej agentúry (SACR) pri tvorbe pozitívneho imidžu štátu ako cieľového miesta cestovného ruchu je preskúmať a pochopiť vnímanie Slovenska domácimi a zahraničnými návštevníkmi a priblížiť vysielaný imidž vnímanému. Konštatujeme, že medzi vnímaným a vysielaným imidžom dochádza k neustálej interakcii a následnej úprave imidžu cieľového miesta, či už z pohľadu dopytu alebo ponuky cestovného ruchu.

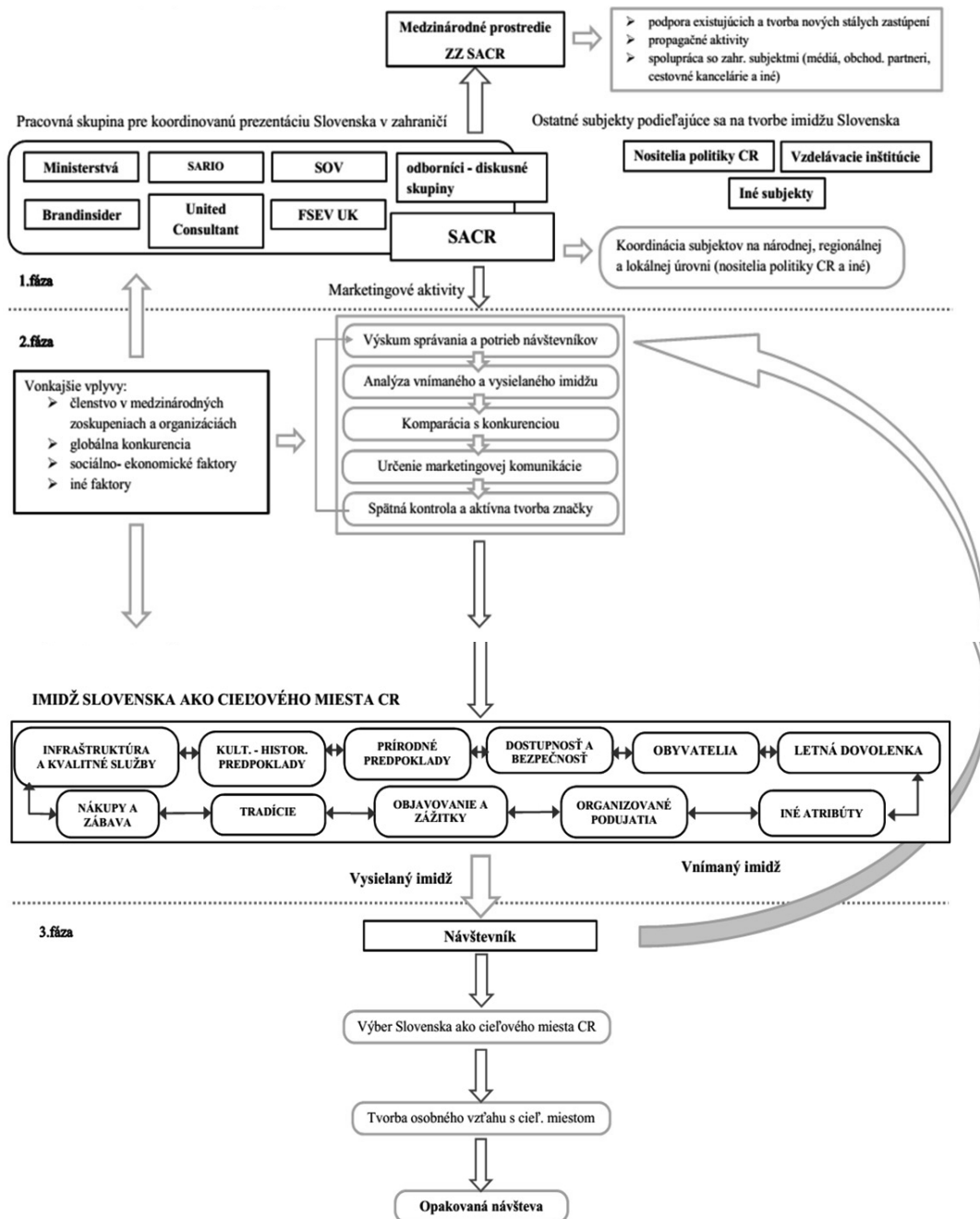
Na základe realizovaného prieskumu sekundárnych a primárnych zdrojov údajov navrhujeme deskriptívny model tvorby vysielaného imidžu Slovenska ako cieľového miesta cestovného ruchu (schéma 1).

Navrhovaný deskriptívny model vychádza z dominantných atribútov imidžu Slovenska, ktoré sme získali s využitím faktorovej analýzy.

Predpokladáme, že tvorba pozitívneho imidžu súvisí s príslušnou fázou životného cyklu Slovenska ako cieľového miesta cestovného ruchu, pôsobenia a aktivít Slovenskej agentúry pre cestovný ruch ako národnej marketingovej organizácie cestovného ruchu a iných faktorov, predovšetkým politických (členstvo v medzinárodných zoskupeniach a organizáciách), sociálno-ekonomických, ekologických, kultúrnych, vplyvu nositeľov verejnej mienky, médií, globálnej konkurencie na trhu medzinárodného cestovného ruchu a ďalších faktorov.

Tvorbu pozitívneho imidžu Slovenska ako cieľového miesta cestovného ruchu je možné ovplyvniť marketingovými a ostatnými aktivitami. V prvom prípade je nositeľom a tým aj zodpovedným subjektom za realizáciu aktivít národná marketingová agentúra SACR, v druhom prípade MDVRR SR v úzkej spolupráci s ostatnými subjektmi prostredníctvom Pracovnej skupiny pre koordinovanú prezentáciu Slovenska v zahraničí.

Schéma 1 Deskriptívny model tvorby vysielaného imidžu Slovenska ako cieľového miesta cestovného ruchu



Zdroj: Vlastné spracovanie, 2014.

Imidž Slovenska ako cieľového miesta cestovného ruchu nie je výlučným produktom marketingu. Z uvedeného dôvodu je prioritne potrebná kooperácia subjektov na národnej úrovni, ktorá ovplyvní aj nižšie úrovne (regionálnu a lokálnu). Cieľovým marketingovým aktivitám zameraným na tvorbu vysielaného imidžu Slovenska ako cieľového miesta cestovného ruchu musia predchádzať systematické zmeny v cestovnom ruchu na Slovensku. Za zodpovedné subjekty vo vzťahu k verejnej infraštruktúre považujeme všetky stupne verejnej správy. Ide predovšetkým o zlepšenie kvality služieb, dopravnú dostupnosť a vybavenosť cieľových miest na Slovensku.

Tvorbu imidžu Slovenska ako cieľového miesta cestovného ruchu je možné realizovať v troch postupných fázach. V prvej fáze považujeme za potrebné zlepšenie kooperácie medzi subjektmi zainteresovanými na tvorbe vysielaného imidžu Slovenska ako cieľového miesta cestovného ruchu. Druhá fáza tvorby vysielaného imidžu Slovenska ako cieľového miesta cestovného ruchu kladie dôraz na aktivity SACR. Tretia fáza tvorby vysielaného imidžu Slovenska ako cieľového miesta cestovného ruchu kladie dôraz na tvorbu osobného vzťahu s návštevníkom v cestovnom ruchu.

Záver

Rozdiely vo vnímaní Slovenska ako cieľového miesta cestovného ruchu sa potvrdili aj v našom prieskume. Z porovnania charakteristických prvkov imidžu Slovenska ako cieľového miesta cestovného ruchu vyplýva, že rozdielny význam prikladajú domáci a zahraniční návštevníci folklórnym tradíciám a remeslám. Zatiaľ čo domáci respondenti ich považujú za najtypickejšie pre obraz Slovenska, zahraniční respondenti ich umiestňujú až na desiate miesto a za najtypickejšie považujú možnosti vysokohorskej turistiky.

Poukázali sme na význam predchádzajúcej návštevy pri hodnotení imidžu Slovenska ako cieľového miesta cestovného ruchu. Pozitívnejšie hodnotenie imidžu Slovenska sa potvrdilo u návštevníkov, ktorí Slovensko navštívili opakovane. Zahraniční návštevníci, ktorí Slovensko nenavštívili, hodnotia jeho imidž ako neutrálny (42,7 %) prípadne skôr pozitívny (41 %), naopak tí návštevníci, ktorí Slovensko v minulosti navštívili, sa prikláňajú k možnosti skôr pozitívny (51,4 %) a pozitívny (18 %).

Opakovaná návšteva Slovenska vedie k pozitívnemu hodnoteniu jeho imidžu. Úlohou národnej marketingovej agentúry by preto mala byť snaha o tvorbu lojálnych návštevníkov, ktorí sa budú opakovane vracaať na Slovensko.

Kľúčové slová: Cieľové miesto cestovného ruchu. Imidž. Návštevník v cestovnom ruchu. Vnímanie.

Zoznam použitej literatúry

1. BALOGLU, S., BRINBERG, D. 1997. Affective images of tourism destinations. In *Journal of Travel Research*, roč. 35, 1997, č. 4. ISSN 0047-2875, s. 11-15.
2. BALOGLU, S., McCLEARY, K. W. 1999. US international pleasure travellers' image of four Mediterranean destinations: a comparison. In *Journal of Travel Research*, roč. 38, 1999, č. 2. ISSN 0047-2875. s. 44- 152.

3. BEERLI, A., MARTIN, J. D. 2004. Tourists' characteristics and the perceived image of tourist destinations: a quantitative analysis – a case study of Lanzarote, Spain. In *Tourism Management*, roč. 25, 2004, č.5. ISSN 0261- 5177, s. 623-636.
4. CROMPTON, J. L. 1979. An assessment of the image of Mexico as a vacation destination and the influence of geographical location upon that image. In *Journal of Travel Research*, roč. 17, 1979, č. 4. ISSN 0047-2875, s. 18-23.
5. FERNER, F. K., 1993. *Marketing cestovného ruchu v praxi*. Bratislava : Slovenské pedagogické nakladateľstvo, 1993. 154 s. ISBN 80-08-01978-6.
6. GALLARZA, M. G. , GIL , S. I., CALDERON , G. H . 2002. Destination image: Towards a conceptual framework. In *Annals of Tourism Research*, roč. 29, 2002, č.1. ISSN 0160-7383, s. 56 – 78.
7. GÚČIK, M. a kol. 2004. *Krátky slovník cestovného ruchu*. Banská Bystrica: Slovensko -švajčiarske združenie pre rozvoj cestovného ruchu, 2004. 174 s. ISBN 80-88945-73.
8. GUNN, C. 1988. *Vacationscape: Designing Tourist Regions*, 2. vydanie. Austin : Bureau of Business Research, University of Texas, 1988. 238 s. ISBN 0-442-22679-9.
9. HUNT, J. D. 1975. Image as a factor in Tourist Development. In *Journal of Travel Research*, 1975, roč. 13. ISSN 0047-2875. s. 1-7.
10. JENKINS, O. H., McARTHUR, S. 1996: Marketing protected areas. In *Australian Parks Recreation*, roč. 32, 1996, č. 4. ISSN 0311-8223, s. 10–15.
11. KAISER, H., RICE, J. 1974. Little Jiffy Mark IV. In *Educational and Psychological Measurement*, roč. 34, 1974. ISSN 0013-1644 , s. 111-117.
12. KONECNIK, M., RUZZIER, M. 2006. The Influence of Previous Visitation on Customer's Evaluation of a Tourism Destination. In *Managing Global Transitions*, roč. 4, č. 2. 2013. ISSN 1581-6311, s. 145-165.
13. MARÁKOVÁ, V. 2011. Imidž v cestovnom ruchu. In GÚČIK, M. a kol. 2011. *Marketing cestovného ruchu*. Knižnica cestovného ruchu 17. Banská Bystrica : DALI - BB, 2011. ISBN 978-80-89090-85-3. s. 168-176.
14. *Marketingová stratégia Slovenskej agentúry pre cestovný ruch na roky 2014-2020*. Slovenská agentúra pre cestovný ruch. [online]. [cit. 2014-20-03], Dostupné na internete: <<http://www.sacr.sk/odborna-verejnost/analyzy-a-statistiky/marketingova-strategia/>>.
15. PHELPS, A. 1986. Holiday destination image-the problem of assessment: an example developed in Menorca. In *Tourism Management*, roč. 7, 1986, č. 3. ISSN 0261-5177, s. 168-180.
16. RITCHIE, B. J. R., CROUCH, G. I. 2011. *The Competitive Destination. A Sustainable Tourism Perspective*. Oxfordshire : CABI Publishing, 2011. 272 s. ISBN 978-0-85199-664-6.
17. SHUKLA, P., BROWN, J., HARPER, D. 2006. Image association and European capital of culture: Empirical insights through the case study of Liverpool. In *Tourism Review*, roč. 61, 2006, č. 4. ISSN 1660-5373, s. 6 – 12.
18. STRAŠÍK, A., POMPUROVÁ K. 2007. Skúmanie imidžu Slovenska ako krajiny cestovného ruchu. In *Ekonomická revue cestovného ruchu*, roč. 40, 2007, č. 3. ISSN 01398660, s. 161-172.
19. ŠTATISTICKÝ ÚRAD SR. 2013. *Počet obyvateľov Slovenskej republiky k 31.12.2012*. [online]. [cit. 2014-01-02]. Dostupné na internete: <<http://www.portal.statistics.sk>>.

20. WHITE, C. J. 2004. Destination image: to see or not to see? In *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, roč. 16, 2004, č. 5. ISSN 0959- 6119, s. 309-314.

Adresa autoriek: doc. Ing. Vanda Maráková, PhD., Mgr. Ivana Šimočková, Ekonomická fakulta UMB, Tajovského 10, 975 90 Banská Bystrica; e-mail: vanda.marakova@umb.sk, ivana.simockova@umb.sk

Vedecký príspevok/ Scientific Article

Recenzované/Review: 14. 1. 2014

Rozvoj cestovného ruchu v lokalitách kultúrneho dedičstva UNESCO

Tourism Development in the UNESCO World Heritage Sites

Vanda Maráková, Terézia Repáňová

The article deals with the issue of World Heritage Sites that had been successful at converting socio-economic opportunity from designation into advantage. The authors focus on the importance of the implementation of marketing strategies in the framework of the tourism planning processes of UNESCO World Heritage Sites. The aim of the article is to identify the importance of World Heritage Sites, its classification. We explore on its utilization in tourism as well as on socio-economic aspects of tourism development in selected localities in the Slovak Republic.

Key words: *Marketing strategies. UNESCO World Heritage Sites. Visitors management.*

JEL Classification: *L₈₃*

Úvod

Slovenská republika má bohatý kultúrno – historický potenciál, ktorý tvoria najmä kultúrno – historické pamiatky. Veľký význam majú práve tie kultúrno-historické pamiatky, ktoré boli zapísané do Zoznamu svetového kultúrneho a prírodného dedičstva UNESCO. Prijatie medzinárodného Dohovoru o ochrane svetového kultúrneho a prírodného dedičstva na generálnej konferencii UNESCO v Paríži na jeseň roku 1972, bolo príležitosťou pre zosúladenie cestovného ruchu a kultúrneho dedičstva. V tom istom roku bolo doň zapísaných prvých dvanásť lokalít. Každý štát, ktorý ratifikoval dohovor, môže navrhnúť na zápis do zoznamu svoje kultúrne pamiatky a prírodné lokality, ktoré spĺňajú stanovené kritériá (Orieška, 2001, s. 110).

Pamiatky, zapísané do Zoznamu svetového dedičstva UNESCO, predstavujú faktor atraktívnosti cieľových miest. Dôvodom zápisu pamiatok do zoznamu je ich ochrana, prezentovanie a zachovanie pre nasledujúce generácie. Ako uvádza organizácia UNWTO (In Kruczek, 2010), počet návštevníkov, ktorí sa zúčastňujú kultúrneho cestovného ruchu sa podieľa 37 % na svetovom cestovnom ruchu.

Do septembra roku 2012 pristúpilo k dohovoru 190 štátov, ktoré sa zaviazali chrániť spolu 981 lokalít, z toho 759 lokalít svetového kultúrneho dedičstva, 193 lokalít svetového prírodného dedičstva a 29 lokalít svetového zmiešaného dedičstva, ktoré sa nachádzajú na území 160 štátov (UNESCO, 2013). V Slovenskej republike zaradil Výbor svetového dedičstva UNESCO do Zoznamu svetového dedičstva UNESCO historické mesto Banskú Štiavnicu a technické pamiatky okolia, Levoču a Spišský hrad s pridruženými kultúrnymi

pamiatkami, pamiatkovú rezerváciu ľudovej architektúry Vlkolíneč, historické jadro mesta Bardejov a osem drevených kostolov v slovenskej časti Karpatského oblúka (rímsko-katolícke kostoly v Hervartove a Tvrdošíne, evanjelické artikulárne kostoly v Kežmarku, Leštínach a Hronseku, kostoly východného obradu v Bodružali, Ladomírovej a Ruskej Bystrej). Z prírodných lokalít boli do Zoznamu svetového dedičstva UNESCO zapísané jaskyne Slovenského krasu a Aggtelekského krasu (Dobšinská ľadová jaskyňa, Domica, Gombasecká jaskyňa, Jasovská jaskyňa, Ochtinská aragonitová jaskyňa) a karpatské bukové pralesy (UNESCO, 2013).

1. Význam svetového dedičstva UNESCO pre jeho zachovanie a využívanie v cestovnom ruchu

Potreba založenia medzinárodnej organizácie, ktorá by pomáhala chrániť prírodné a kultúrne dedičstvo svetového významu vznikla po prvej svetovej vojne. Organizácia UNESCO (The United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization) bola založená v Londýne dňa 4. novembra 1945 za účasti dvadsiatich štátov. V súčasnosti má táto medzištátna organizácia 193 členov.

Cieľom organizácie je okrem iného podporovať ochranu a zachovanie prírodného a kultúrneho dedičstva s výnimočnou hodnotou, ktoré sa nachádza na celom svete. Tento cieľ je zahrnutý v medzinárodnom Dohovore o ochrane svetového kultúrneho a prírodného dedičstva (Convention Concerning the Protection of the World Cultural and Natural Heritage). Dohovor bol prijatý 16. novembra 1972 v Paríži a platnosť nadobudol 17. decembra 1975. Slovenská republika pristúpila k dohovoru 31. marca 1993 ako 134. štát (b.a., 2011). Cieľom dohovoru je zachovať kultúrne pamiatky a prírodné lokality celosvetového významu pre nasledujúce generácie. Dohovor je unikátny medzinárodný právny dokument, ktorý spája princíp ochrany kultúrneho dedičstva s ochranou prírody.

Na základe Dohovoru o ochrane svetového kultúrneho a prírodného dedičstva bol vytvorený Zoznam svetového dedičstva UNESCO, do ktorého sa zapisujú pamiatky s výnimočnou celosvetovou hodnotou. V roku 1978 bolo do Zoznamu svetového dedičstva zapísaných prvých dvanásť lokalít (UNESCO, 2013). Do zoznamu môžu byť zapísané prírodné a kultúrne dedičstvá tých krajín, ktoré podpísali Dohovor o ochrane svetového dedičstva, ktorým sa zaviazali chrániť a uchovávať prírodné a kultúrne svetové dedičstvo. Niektoré krajiny už boli požiadané, aby znížili počet zapisovaných lokalít z dôvodu nerovnováhy. Ako však uvádzajú Tunbridge a Ashworth (In Smith, 2006, s. 107) návrh lokalít na zápis do zoznamu sa často používa ako nástroj politik jednotlivých krajín na „zdôraznenie ich moci a rozmachu“.

Do Zoznamu svetového dedičstva UNESCO sa zapisujú pôvodné výnimočné diela univerzálnej hodnoty jedinečné svojou architektúrou, stavebnou technológiou, mestského alebo krajinného charakteru, ktoré reprezentujú vieru, kultúrnu tradíciu či spolupôsobenie človeka a prírody. Objekty navrhnuté na zápis posudzujú odborníci (ICOMOS), ktorí návrh porovnávajú s objektmi zapísanými, navrhnutými alebo nenavrhnutými objektmi podobného charakteru. Pri výbere zohľadňujú aj možné ohrozenie a schopnosť ochrániť objekt v budúcnosti.

Okrem Zoznamu svetového dedičstva UNESCO bol vytvorený aj Zoznam svetového dedičstva v ohrození. Do neho sú zapísané tie lokality, ktoré uznajú dané štáty alebo aj jednotlivci, či mimovládne organizácie za ohrozené. Tento stav môže byť vyvolaný rôznymi živelnými pohromami a musí bezprostredne ohrozovať hodnotu danej lokality.

Podľa Klindu (2000, s. 37) sa zápisom lokalít do zoznamu a ich slávnostným vyhlásením, starostlivosť o ne len začína. Ako zo strany obcí, štátnych orgánov, odborných inštitúcií, tak aj občianskych združení a podnikateľských subjektov. Súčasný stav pamiatok svetového dedičstva UNESCO je rôzny a závisí najmä od typu vlastníctva. S tým súvisí miera a spôsob využívania pamiatky ako aj jej financovanie.

V zapísaných lokalitách rastie zvyčajne počet návštevníkov. Cestovný ruch sa uznáva ako pozitívny jav, ktorý podporuje zachovanie svetového dedičstva. Práve snaha o dosiahnutie spolupôsobenia medzi očakávaniami zo strany návštevníkov na jednej strane a miestnym obyvateľstvom na druhej strane predstavuje veľa výziev a možností. Okrem toho v prípade trvalo udržateľného rozvoja cestovný ruch prispieva napríklad k zachovaniu kultúrneho dedičstva, k výraznejšiemu uvedomeniu si hodnoty jednotlivých kultúrnych statkov, vytvoreniu a zachovaniu pracovných miest a rozšíreniu finančných zdrojov obcí a regiónov (Stadtfeld, 1996, s. 4).

Lokality svetového dedičstva sú po zápise do zoznamu svetového dedičstva riadené a neustále kontrolované na národnej úrovni, aby sa zachovala ich výnimočná univerzálna hodnota. Rozvoj cestovného ruchu predstavuje výzvu pre mnohé lokality svetového dedičstva, ktoré sa stali významným cieľovým miestom cestovného ruchu.

2. Cieľ a materiál

Cieľom state je identifikovať význam a klasifikáciu svetového dedičstva UNESCO, využívanie svetového dedičstva v cestovnom ruchu a rozvoj cestovného ruchu vo vybraných lokalitách svetového dedičstva UNESCO v Slovenskej republike.

V Slovenskej republike sa nachádza päť lokalít kultúrneho a dve lokality prírodného dedičstva UNESCO. Vzhľadom na tému state sa zaoberáme návštevnosťou mesta Bardejov a mesta Banská Štiavnica. Chceli sme zistiť, ako sa návštevnosť v priebehu niekoľkých rokov od zápisu vyvíjala. Nakoľko absentujú údaje návštevnosti z rokov pred zápisom, nemohli sme porovnávať tieto dve časové obdobia.

Počet návštevníkov hodnotíme na základe dostupných štatistických údajov o počte ubytovaných hostí v ubytovacích zariadeniach miest Banská Štiavnica a Bardejov. Ďalej skúmame návštevnosť hlavných atraktivít – v Banskej Štiavnici návštevnosť Slovenského banského múzea, v Bardejove Šarišského múzea a Baziliky sv. Egídia.

3. Výsledky a diskusia

Zameriame sa na určenie významu svetového dedičstva UNESCO a na rozvoj cestovného ruchu vo vybraných lokalitách v Slovenskej republike. Zhodnotíme návštevnosť ubytovacích zariadení a atraktivít v cestovnom ruchu a vyhodnotíme používanie a vhodnosť marketingových stratégií.

3.1. Rozvoj cestovného ruchu v lokalitách kultúrneho dedičstva UNESCO

Počet návštevníkov *Banskej Štiavnice* sme skúmali na základe štatistík hlavných atraktivít, ktoré spravuje Slovenské banské múzeum (tabuľka 1). Do stálych expozícií patrí Banské múzeum v prírode, Starý zámok, Nový zámok, Berggericht – mineralogická expozícia, Galéria Jozefa Kollára, Kammerhof – baníctvo na Slovensku, štôľňa Glanzenberg a štôľňa Michal.

Tabuľka 1 Počet návštevníkov v expozíciách Slovenského banského múzea

Ukazovateľ/Rok	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
expozície a výstavy	-	104 085	101 138	103 983	87 795	85 310	87 781	96 143
len expozície	-	100 347	99 802	100 632	83 221	80 924	82 471	87 484

Zdroj: Slovenské banské múzeum, 2013.

Legenda: „-“, údaj nie je dostupný

Počet návštevníkov jednotlivých expozícií a výstav Slovenského banského múzea bol v rokoch 2006 až 2008 vždy nad hranicou 100 tis. návštevníkov ročne. Odchýlky boli spôsobené ponukou výstav, propagáciou, ako aj počasím. Viac ako 30 % počtu všetkých návštevníkov navštívi expozíciu Banského múzea v prírode.

V roku 2009 počet návštevníkov poklesol oproti predchádzajúcemu roku o 15,6 %. Pokles bol spôsobený hospodárskou krízou, ako aj prechodom slovenskej koruny na euro. Pritom vzrástol počet detí a mládeže o 29 % ako výsledok cielenej propagácie na viac ako 1000 základných a stredných školách na Slovensku.

V roku 2010 pokračoval klesajúci trend v počte návštevníkov expozícií a výstav Slovenského banského múzea, keď oproti predchádzajúcemu roku klesol o 2,8 %. Tento pokles však nie je až taký závažný (15,6 %) ako v porovnaní s rokom 2009. Rok 2012 prekvapil rast počtu návštevníkov expozícií a výstav až o 9,5 %.

Vývoj návštevnosti v lokalite svetového dedičstva UNESCO je možné odvodiť aj od počtu ubytovaných hostí v ubytovacích zariadeniach na území mesta Banská Štiavnica (tabuľka 2).

Tabuľka 2 Počet ubytovaných hostí a počet prenocovaní v ubytovacích zariadeniach v meste Banská Štiavnica

Ukazovateľ/Rok	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Počet hostí spolu	12 618	12 840	-	13 321	10 492	12 419	13 752	17 267
v tom:								
domáci	8 187	8 933	-	8 179	7 633	8 580	9 205	11 506
zahraniční	4 431	3 907	-	5 142	2 859	3 839	4 547	5 761

Počet prenocovaní hostí spolu	31 427	35 692	-	31 118	23 056	26 556	27 131	36 295
v tom:								
domáci	19 050	23 730	-	16 923	14 579	16 403	15 694	22 793
Zahraniční	12 377	11 962	-	14 195	8 477	10 153	11 437	13 502
Priemerný počet prenocovaní	2,49	2,78	-	2,34	2,2	2,14	1,97	2,10
z toho:								
domáci hostia	2,33	2,66	-	2,07	1,91	1,91	1,7	2,0
zahraniční hostia	2,79	3,06	-	2,76	2,97	2,64	2,5	2,3

Zdroj: Štatistický úrad, Banská Bystrica, 2013.

Legenda: „-“, - údaj nie je dostupný

Tak ako v prípade návštevnosti stálych expozícií, počet ubytovaných hostí v ubytovacích zariadeniach klesol v roku 2009 oproti roku 2008 o 21,2 %. Výraznejší pokles sa zaznamenal v prípade zahraničných hostí, a to až o 44,3 % oproti minulému roku. Naopak, počet domácich ubytovaných hostí klesal miernejšie o 6,7 %. Počet prenocovaní domácich hostí sa znížil o 13,8 % a počet prenocovaní zahraničných hostí o 40,3 %. Je zaujímavé, že priemerný počet prenocovaní zahraničných hostí sa oproti roku 2008 zvýšil. V roku 2010 počet hostí, ako aj počet prenocovaní oproti roku 2009 rástol. Priemerný počet prenocovaní domácich hostí ostal nezmenený a priemerný počet prenocovaní zahraničných hostí bol najnižší za posledných šesť rokov. Rok 2012 prekvapivo zaznamenal viac ako 33 % rast v počte prenocovaní oproti predchádzajúcemu roku. Môžeme konštatovať, že trend počtu ubytovaných hostí kopíruje trend návštevnosti hlavných atrakcií. Hospodárska kríza a tendencia znižovania výdavkov sa prejavila aj v lokalite svetového dedičstva UNESCO Banská Štiavnica.

V *Bardejove* sme skúmali počet návštevníkov stálych expozícií Šarišského múzea v Bardejove (Historická expozícia, Expozícia Ikony, Prírodovedná expozícia, Národopisná expozícia a Skanzen – múzeum ľudovej architektúry) a počet návštevníkov Baziliky sv. Egídia (tabuľka 3).

Tabuľka 3 Počet návštevníkov expozícií Šarišského múzea a Baziliky sv. Egídia v Bardejove

Ukazovateľ/Rok	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
expozície	52 245	50 903	53 086	50 368	48 522	54 334	50 747	53 623
Bazilika sv. Egídia	-	53 763	45 088	55 851	37 246	-	27 059	28 149

Zdroj: Rímskokatolícky farský úrad Bardejov, 2013; Šarišské múzeum, 2013.

Legenda: „-“, - údaj nie je dostupný

V roku 2010 navštívilo expozície Šarišského múzea 54 334 návštevníkov, čo je zatiaľ najvyšší počet od roku 2005. Bazilika sv. Egídia zaznamenala najvyšší počet návštevníkov v roku 2008, a to 55 851. V roku 2012 navštívilo baziliku 28 149 ľudí, čo je o 50 % menej ako v roku 2008.

Skúmali sme aj počet hostí v ubytovacích zariadeniach v lokalite Bardejov (tabuľka 4). Najväčší počet ubytovaných hostí od roku 2005 bol zaznamenaný v roku 2006, a to 41 629, ktorí na území mesta strávili 265 527 prenocovaní. Z uvedeného počtu hostí tvorili domáci 64 % a zahraniční 36 %.

Tabuľka 4 Počet ubytovaných hostí a počet prenocovaní v ubytovacích zariadeniach v meste Bardejov 2005 - 2008

Ukazovateľ/Rok	2005	2006	2007	2008
Počet ubytovaných hostí spolu	37 827	41 629	39 931	38 441
v tom:				
domáci	23 431	26 633	26 019	25 473
zahraniční	14 396	14 996	13 912	12 968
Počet prenocovaní ubytovaných hostí spolu	247 713	265 527	259 820	274 541
v tom:				
domáci	163 804	179 296	177 581	202 334
zahraniční	83 909	86 231	82 239	72 207
Priemerný počet prenocovaní	6,55	6,38	4,45	7,14
z toho:				
domáci hostia	6,99	6,73	6,83	7,94
zahraniční hostia	5,83	5,75	5,91	5,57

Zdroj: Štatistický úrad, 2013.

V roku 2009 počet hostí v ubytovacích zariadeniach poklesol oproti predchádzajúcemu roku o 14,2 %. Takmer o 23 % poklesol počet zahraničných hostí a o 9,8 % domácich hostí. Náhlý pokles v roku 2009 oproti predchádzajúcemu roku v počte ubytovaných hostí je taký ako v prípade Banskej Štiavnice (tabuľka 5). Na rozdiel od Banskej Štiavnice, klesajúci trend počtu ubytovaných hostí v Bardejove pokračuje, i keď priemerný počet prenocovaní rastie. Je zaujímavé, že počet návštevníkov Šarišského múzea sa v roku 2010 oproti roku 2009 zvýšil o 12 %, zatiaľ čo počet ubytovaných hostí za rovnaké obdobie poklesol o 4 %.

Tabuľka 5 Počet ubytovaných hostí a počet prenocovaní v ubytovacích zariadeniach v meste Bardejov 2009 - 2012

Ukazovateľ/Rok	2009	2010	2011	2012
Počet ubytovaných hostí spolu	32 981	31 704	30 490	35 314
v tom:				
domáci	22 979	23 300	-	27 964
zahraniční	10 002	8 404	-	7 350

Počet prenocovaní ubytovaných hostí spolu	230 259	231 065	-	224 847
v tom:				
domáci	178 660	193 764	-	203 705
Zahraniční	51 599	37 301	-	21 142
Priemerný počet prenocovaní z toho:	6,98	7,29	-	6,37
domáci hostia	7,77	8,31	8,5	7,3
zahraniční hostia	5,16	4,43	3,3	2,9

Zdroj: Štatistický úrad, 2013.

Legenda: „-, -“ - údaj nie je dostupný

Môžeme konštatovať, že návštevnosť sledovaných lokalít, či už jednotlivých pamiatok alebo počtu ubytovaných hostí je stabilná, t. j. ani prudko nerastie ani neklesá. Pre uvedené lokality sme preto navrhli rastové marketingové stratégie. Ich cieľom je zvýšiť podiel daných lokalít na trhu, a to ponukou nových produktov.

3.2. Uplatňovanie marketingových stratégií v lokalitách kultúrneho dedičstva UNESCO

Na rozdiel od situácie na Slovensku, v zahraničí existuje niekoľko lokalít, ktoré sa snažia o to, aby znížili počet návštevníkov, a tak vytvorili trvalo udržateľné prostredie pre rozvoj cestovného ruchu. Ide najmä o lokality ohrozené masovým cestovným ruchom (napr. Zámok a záhrady vo Versailles, Stonehenge). Manažment lokalít cieľavedome riadi počet návštevníkov rôznymi nástrojmi, najmä z dôvodu eliminácie koncentrácie dopytu v krátkom časovom období.

Jedným z nástrojov cieľavedomého riadenia návštevnosti je uplatnenie demarketingu. Demarketing predstavuje nástroj riadenia návštevnosti, nielen z kvantitatívneho, ale aj kvalitatívneho hľadiska v lokalitách svetového dedičstva UNESCO. Upriamuje pozornosť na „správneho návštevníka“.

Pri aplikácii demarketingu odporúčajú Fullerton, McGettigan a Stephen (2010) využiť päť stratégií. Prvou je vzdelávanie potenciálnych návštevníkov, čo možno realizovať prostredníctvom vzdelávacích propagačných materiálov, vlastnou skúsenosťou alebo prostredníctvom vyškolených sprievodcov pri vstupe do pamiatky. Cieľom vzdelávania je upozorniť návštevníkov na potrebu ochrany pamiatok resp. lokalít, ako aj dôsledné uplatňovanie praktík trvalej udržateľnosti. Druhou stratégiou je marketing orientovaný na „žiadané“ trhy. Ide o oslovenie „vedomých“ návštevníkov, zvyšovanie podielu cieľových skupín, ktoré oceňujú výnimočnosť navštívenej pamiatky resp. lokality. Treťou stratégiou je publicita alternatívnych cieľových miest, čo umožňuje rozptýliť turistické prúdy na širšie geografické územie a znížiť nežiaduce environmentálne vplyvy na lokalitu UNESCO. Uplatnenie tejto stratégie vyžaduje spoluprácu zainteresovaných lokalít svetového dedičstva a je možné ju aplikovať v štátoch s relatívne vysokou hustotou takýchto lokalít (v Európe je to napr. Francúzsko alebo Spojené kráľovstvo, kde sa niekoľko pamiatok resp. lokalít svetového dedičstva nachádza v relatívnej blízkosti). Štvrtá stratégia vychádza z obmedzenia vstupu

počas sezóny. Ide o časové obmedzenie vstupu návštevníkov, pričom počas mimosezóny sa kladie dôraz na regeneráciu a údržbu lokality. Piata stratégia spočíva v obmedzení vstupu do ohrozených oblastí. Príkladom môže byť vstup do zámku, kde prístup do určitých ohrozených častí expozície môže byť obmedzený. Príklady uplatňovania demarketingových stratégií uvádzame v tabuľke 6.

Tabuľka 6 Príklady stratégií demarketingu

Stratégia	Lokalita	Popis
Vzdelávanie potenciálnych návštevníkov	Kakadu Národný park (NP), Austrália	Zákony vyžadujú od NP podporu návštevnosti spolu s podporou ochrany NP.
Marketing na žiadúcich trhoch	NP Gros Morne, Kanada	Marketing sa zameriava na prilákanie návštevníkov s posolstvom ekologickej integrity.
Publicita alternatívnych lokalít	Historické centrum Benátky	Obrovské množstvo turistov lákajú do iných lokalít a miest.
Obmedzenie vstupu počas hlavnej sezóny	Palác Blenheim, Spojené kráľovstvo	V mesiacoch február až november je otvorené len v istých hodinách, zatvorené je v pondelky a utorok.
Obmedzenie priestoru	Stonehenge, Spojené kráľovstvo	Návštevníci sa tam môžu zdržiavať len počas plánovaných podujatí s cestovnou kanceláriou.

Zdroj: Sadiki, F.A., 2012.

Výber optimálnej stratégie súvisí aj s očakávaniami lokality v súvislosti so zápisom do zoznamu kultúrneho dedičstva UNESCO. V tejto súvislosti Sadiki (2012) uvádza štyri zásadné pohľadové body, ktoré vedú manažmenty lokalít k zápisu: (1) ocenenie svojho postavenia, vyjadrenie výnimočnosti svojej ponuky, (2) upriamenie pozornosti na ochranu dedičstva, (3) zápis do zoznamu UNESCO predstavuje najmä zatraktívnenie marketingových atribútov ako je značka v kultúrnom cestovnom ruchu, (4) zápis ako katalyzátor ďalšieho ekonomického rozvoja lokality a odštartovanie nadväzných iniciatív, ktorých dôsledkom budú významné socio - ekonomické účinky.

Záver

Pokiaľ na Slovensku prevládajú snahy o rast návštevnosti uplatňovaním marketingových stratégií, v krajinách s rozvinutým cestovným ruchom, kde pamiatky UNESCO musia čeliť masovému záujmu návštevníkov, manažmenty lokalít uplatňujú rôzne stratégie riadenia návštevnosti v čase a priestore a tým cieľavedome usmerňujú turistické prúdy. Nie je možné vymedziť univerzálne účinnú marketingovú stratégiu pre lokality UNESCO. Súvisí to najmä s očakávaniami socio-ekonomických účinkov zápisu z pohľadu manažmentu konkrétnych lokalít, ako aj od ich fázy životného cyklu. Pokiaľ navrhované stratégie rozvoja cestovného

ruchu v lokalitách UNESCO na Slovensku sú najmä rastové a sledujú kvantitatívny rast počtu návštevníkov, v krajinách s rozvinutým cestovným ruchom prevažujú snahy o cieľavedomé usmerňovanie masového dopytu riadeným demarketingom.

Kľúčové slová: Marketingová stratégia. Riadenie návštevnosti. Svetové dedičstvo UNESCO

Zoznam použitej literatúry

1. b.a., 2011. *Pamiatkový úrad*. [online]. [cit. 2012-01-27]. Dostupné na internete: <www.pamiatky.sk/pamiatky>.
2. FULLERTON, L. – MC GETTIGAN, K. –STEPHEN, S. 2010. Integrating Management and Marketing Strategies at Heritage Sites. In *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, roč. 4, 2010, č. 2. ISSN 1750-6182, s. 108-117.
3. KLINDA, J. 2000. *Svetové kultúrne a prírodné dedičstvo*. Bratislava : Ministerstvo životného prostredia Slovenskej republiky, 2000. ISBN 80-88833-23-X.
4. KRUCZEK, Z. 2010. Between Attraction and Tourist Trap. In *Ekonomická revue cestovného ruchu*, roč. 43, 2010, č. 3. ISSN 0139-8660, s. 144 - 151.
5. ORIEŠKA, J. 2001. Ku vzťahu kultúry a cestovného ruchu. In : *Ekonomická revue cestovného ruchu*, roč. 34, 2001, č. 2. ISSN 0139-8660, s. 106 – 112.
6. Rebanks Consulting Ltd and Trends Business Research Ltd. 2009. *World Heritage Status. Is there opportunity for economic gain?* [online]. [cit. 2013-12-15]. Dostupné na internete: <<http://www.lakeswhs.co.uk>>.
7. RÍMSKOKATOLÍCKY FARSKÝ ÚRAD, Bardejov. 2013. [online]. [cit. 2013-11-30]. Dostupné na internete: <<http://www.bardejov.rimkat.sk>>
8. SADIKI, F. A. 2012. *Sustainable Tourism Marketing Strategies at UNESCO World Heritage Sites*. University of Nevada, Las Vegas. [online]. [cit. 2013-12 -20].Dostupné na internete: <<http://www.digitalscholarship.unlv.edu>>.
9. SLOVENSKÉ BANSKÉ MÚZEUM. 2013. [online]. [cit. 2013-11-30]. Dostupné na internete: <<http://www.muzeumb.sk>>.
10. SMITH, M. K. 2006. *Issues in Cultural Tourism Studies*. London : Routledge, 2006. ISBN 978-0-415-25638-4.
11. STADTFELD, F. 1996. Kultúrne dedičstvo a cestovný ruch. In *Ekonomická revue cestovného ruchu*, roč. 29, 1996, č. 1. ISSN 0139-8660, s. 3 – 12.
12. ŠARIŠSKÉ MÚZEUM. 2013. [online]. [cit. 2013-11-30]. Dostupné na internete: <<http://www.muzeumbardejov.sk>>.
13. ŠSTATISTICKÝ ÚRAD. 2013. [online]. [cit. 2013-11-30]. Dostupné na internete: <<http://www.statistics.sk>>.
14. UNESCO, 2013. *Zoznam kultúrnych a prírodných pamiatok UNESCO*. 2011. [cit. 2013-12-20]. Dostupné na internete: <<http://whc.unesco.org>>.

Adresa autoriek: doc. Ing. Vanda Maráková, PhD., Ing. Terézia Repánová, PhD., Ekonomická fakulta, Univerzity Mateja Bela, Tajovského 10, 975 90 Banská Bystrica; e-mail: vanda.marakova@umb.sk; terezia.repanova@gmail.com

**Možnosti spolupráce veřejnosti a veřejné správy
při rozvoji životní úrovně ve městě Znojmo**
*Possibilities of Cooperation Between Public and Public Administration
in Developing the Standard of Living of City Znojmo*

Jitka Veselá, Věra Plhoňová

Partnership of public sector, entrepreneurs and citizens is important aspect in the development of the place. The aim of the paper is to present the results of research carried out in cooperation with the Municipality of Znojmo focused on the topic of increasing of the standard of living of the city and current state of the solution of the problem areas with regard to the development of the city. It has long been faced with the problem of high unemployment, indebtedness and high level of traffic load (due to the absence of bypass). In the summer months the city realizes revenues from tourism and agricultural activities. However, in the city there are missing larger companies which could provide enough job opportunities for citizens and, of course, the incomes to the municipal budget, with which the management of the city can finance the development of the city.

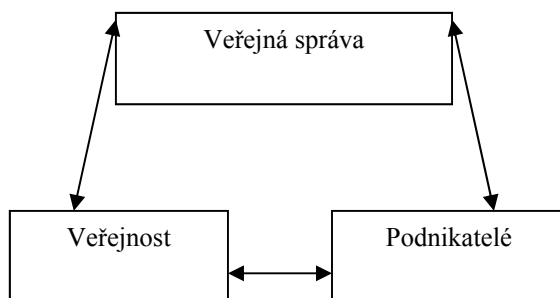
Key words: *Marketing research. Partnership. Standards of living. Town Znojmo.*

JEL Classification: M_{31} , M_{38} , R_{58} .

Úvod

Hlavním posláním uzemní samosprávy je zabezpečení udržitelného rozvoje území a kvalitních podmínek pro život obyvatel. Každé pozoruhodné město má nějakou přednost danou svým umístěním. Takové strategické umístění však již ke vzniku velkého města nestačí. Nejživější města jsou přitažlivá pro příslušníky tvořivé třídy – spisovatele, znalce technologií, umělce, filmové tvůrce, vydavatele, vývojáře videoher a módní návrháře, jejichž představitost a vynalézavost pohánějí „tvůrčí“ ekonomiku. (Hamel, 2008) Z vývoje v jednotlivých územích, který má různou úroveň a kvalitu je zřejmé, že ne všude se tento záměr daří. Z výzkumů vyplývá, že mezi nejčastější důvody patří nedostatek profesionálů a vizionářů na pozicích, které rozhodují o dění na území, prosazování politických, stranických či subjektivních zájmů, očekávání a spoléhání se na pomoc států Evropské unie, chybějící snaha a schopnosti využívat postupy strategického (marketingového) plánování, nedostatečná spoluúčast a zainteresovanost významných subjektů na rozvoji území, která je často důsledkem nedostatečné kvality vztahů a komunikace mezi představiteli území a významnými subjekty působícími na daném území – velkými podniky, zájmovými skupinami právnických či fyzických osob, obyvateli apod. (Váňová, 2006 in Foret, Váňová, 2009).

Město Znojmo leží na území Jihomoravského kraje nedaleko hranic s Rakouskem. Jak vyplývá ze statistik Českého statistického úřadu (www.czso.cz), i přesto, že Jihomoravský kraj má značný ekonomický potenciál, řadí se znojemský okres a i město Znojmo stále mezi ekonomicky slabé regiony a hospodářská činnost je reprezentována především zemědělskou činností. I přes snahu zastupitelů města se stále nedaří do města nalákat investory, kteří by napomohli rozvoji města a při zohlednění faktu, že některé činnosti jsou výrazně sezónního charakteru, není divu, že se město neustále potýká s vysokou nezaměstnaností, která k 31. březnu 2012 dosáhla 14,8 %. I o městě lze říci, co tvrdí Drucker (2004) o podnicích: „dobře řízený závod je svým způsobem nudný. Neděje se v něm nic vzrušujícího, krize byly předvídaný a přeměněny v rutinní záležitost“. Rozvoji města napomohl vstup velkých obchodních řetězců, vznik, případně rozvoj, podniků. Růst životní úrovně je jedním z cílů vedení města a toto téma je z jeho pohledu velice aktuální a diskutované. Mezi další aktivity, na které by měla být soustředěna pozornost lze zařadit zvyšování rozpočtových zdrojů a atraktivitu obce, zlepšování demografické struktury, podporu místního podnikání (především malého a středního), dále přilákání nových investic a tím i zvýšení počtu pracovních příležitostí, zlepšení životního prostředí a v neposlední řadě zlepšení sociálních služeb (Hasprová, Jáčová, Syrovátková, 2009). Foret (2006) dále uvádí, že předpokladem dalšího rozvoje místa je nezbytná spolupráce, partnerství veřejné správy, veřejnosti a podnikatelů (obrázek 1); přičemž veřejnost je reprezentována nejen místními obyvateli, ale také občanskými iniciativami, politickými subjekty, nevládními organizacemi, místními sdělovacími prostředky, akademickými a výzkumnými pracovišti apod. Veřejná správa místní rozvoj řídí a je za něj zodpovědná a snahou podnikatelů je využít dané místo pro uskutečňování svých podnikatelských aktivit, což ovšem odporuje představě veřejnosti o rozvoji místa (Foret, 2010).



Obrázek 1 Spolupráce a komunikace při rozvoji města
Pramen: Foret, 2006

Ani vytvoření komunikační strategie nezajišťuje, že zúčastnění pochopí předávaná data správně. Důvodem je, že často neposlouchají dostatečně otevřeně (Lane, 2012). Studie zabývající se samosprávami ukazují, že tyto mají tendence zaměřit se na činnosti prezentaci podstatné pro kontrolní komise. Avšak v globálním světě etiky podnikání je podstatou věcí jistota směřující k nejrůznějším zainteresovaným subjektům (Benn, 2011). Na ty by se svými činnostmi měly městské úřady soustředit především.

1. Cíl, materiál a metodika

Cílem statě je prezentovat výsledky výzkumu provedeného ve spolupráci s Městským úřadem ve Znojmě se zaměřením na hodnocení kvality života ve Znojmě. Výzkum se uskutečnil na jaře roku 2012. Nástrojem sběru dat byla technika osobního rozhovoru. Dotazovanými byli obyvatelé Znojma a jeho příměstských částí a počet respondentů činil 496, z čehož bylo 215 mužů a 271 žen. Vzorek respondentů byl vybrán kvótním výběrem s ohledem na demografické rozložení obyvatel ve městě (dle pohlaví a věku) dle platných statistik Českého statistického úřadu. Získaná data byla následně statisticky zpracována. Kromě absolutních a relativních četností byla i pomocí χ -kvadrátu testována vzájemná závislost jednotlivých otázek a odpovědí všech respondentů. Data získaná výzkumem jsou doplněna o empirická data autorů a sekundární data získaná z webové prezentace města, Českého statistického úřadu a místního tisku. Tabulky sumarizující odpovědi respondentů z důvodů objemnosti dat uvádějí pouze nejčastější odpovědi.

2. Výsledky a diskuze

Dříve, než byl výzkum realizován, bylo nutné analyzovat situaci ve městě z několika hledisek. Pro tyto účely autorky použily nejen analýzu města, ale i jeho okolí – tedy možný potenciál v konkurenčním srovnání a také analýzu vlivů, které nespádají do působnosti města a město se s nimi musí vypořádat. Výsledky těchto analýz pak byly shrnuty do analýzy SWOT, která je naznačena níže (obrázek 2).

Výsledky analýz se shodují s obyvateli zastávaným názorem. Respondenti měli uvést tři největší přednosti města Znojma a jako jeho největší přednost označili historii a malebnost města (20 % respondentů).

Tabulka 1 Tři nejčastěji uváděné přednosti města Znojma

Přednosti Znojma	Absolutní četnost	Podíl v %
Malebnost města a jeho historie	303	20
Vinařství	260	18
Výhodná poloha města	175	12

Pramen: Vlastní výsledky, 2012.

Znojemský region je převážně zemědělskou oblastí a vinařství představuje jeho nedílnou součást. Přestože průmyslová produkce nepředstavuje pro region takové ekonomické zázemí, jako je tomu v jiných srovnatelných městech Jihomoravského kraje (např. Břeclav), existují i oblasti, v nichž lze určitý potenciál k růstu a rozvoji města a regionu spatřit.

Silné stránky	Slabé stránky
Poloha města – blízkost rakouských hranic Blízkost Národního parku Podyjí Množství kulturních památek a chráněných území Síť značených cyklostezek Rozvinuté vinařství a vinařská turistika Významné kulturní akce – Vinobraní, hudební festivaly Množství kulturních, sportovních a společenských institucí Městská plovárna, lázně a zimní stadion Široká nabídka vzdělávacích institucí (MŠ, SŠ, VŠ) Spolupráce a podpora radnice v oblasti vysokoškolského vzdělávání Kvalitní sociální péče Zapojení do IDS JMK Spolupráce s partnerskými městy Projekt otevřená radnice – informovanost Titul historické město roku 2010	Chybějící obchvat Nízká kvalita pozemních komunikací – silnic i chodníků Vysoká míra nezaměstnanosti Vysoká zadluženost města Odchod absolventů SŠ a VŠ z města Neexistence průmyslové zóny Chybějící nabídka služeb cestovního ruchu v zimním období a při nepříznivém počasí Image města narušená vysokým výskytem poskytovatelů erotických služeb Velké množství fotovoltaických elektráren v okolí města
Příležitosti	Hrozby
Využití prostředků z fondů EU Příchod nových investorů a vybudování průmyslové zóny Pracovní příležitosti na rakouské straně Rozvoj vysokého školství ve Znojmě Vytvoření partnerství měst Jižní Moravy	Normy EU omezující zemědělskou produkci Uvalení spotřební daně na víno Výrazná sezónnost služeb cestovního ruchu Rostoucí konkurence mezi regiony ČR

Obrázek 2 Analýza SWOT

Pramen: Vlastní výsledky, 2012

V současnosti je to zejména cestovní ruch a snahu vinařských společností (především Znovín Znojmo jako největší vinařské společnosti na sledovaném území), které v posledních letech aktivně rozvíjí vinařskou turistiku a s ní i zvyšuje příjmy ze své produkce. Ve městě a jeho okolí jsou rovněž pořádány společenské, gastronomické a sportovní akce (putování se Znovínem na jaře po vinicích a na podzim po sklepích, Znovín Cup apod.). Nejvýznamnější akcí tohoto druhu je potom Znojemské historické vinobraní, které každoročně na sklonku léta do města přiláká velké množství turistů. Ekonomické výsledky této akce jsou dle oficiálních stránek města (www.znojmocity.cz) poměrně příznivé, příjmy činí přibližně čtvrt milionu korun.

Třetí nejčastěji zvolenou možností byla výhodná poloha města. Znojmo leží několik málo kilometrů od rakouských hranic, což považují jeho obyvatelé za pozitivní skutečnost. Přeshraniční ruch je poměrně čilý. Nemalý počet obyvatel nachází pracovní uplatnění v blízkém Rakousku. Rovněž dochází i k turistice spojené s nákupy a to oběma směry. Podle devizového kurzu vzhledem k poslednímu vývoji (intervence ČNB na devizovém trhu) (www.ekonomika.iden.cz) lze předpokládat nárůst aktivní turistiky ze strany rakouských občanů a obyvatel, který je způsoben poklesem hodnoty české měny. Lze reálně očekávat vyšší poptávky po zboží i službách, což může přinést vyšší příjmy formou daňových odvodů do státní pokladny a tedy i městu. Na druhou stranu lze očekávat pokles koupěschopnosti obyvatel města a

regionu. S polohou města však souvisí i možnost kulturního vyžití, stejně tak jako pořádek a čistota, množství zeleně a parků. Výrazný je pak fakt existence Národního parku Podyjí, který se nachází v těsné blízkosti centra města a poskytuje možnosti jak pěší tak i cykloturistiky.

Shoda analýzy a mínění obyvatel nastala i v případě jmenování tří nejaktuálnějších problémů města (tabulka 2).

Tabulka 2 Aktuální problémy města

Problémy Znojma	Absolutní četnost	Podíl v %
Nedostatek pracovních příležitostí	330	22
Nízké mzdy	266	18
Vysoká zadluženost města	146	10

Pramen. Vlastní výsledky, 2012.

Nejvýznamnější a nejvíce diskutovaný problém, se kterým se město potýká řadu let a stále se nedaří ho vyřešit či eliminovat, je nedostatek pracovních příležitostí. Tento problém je způsoben absencí velkého investora (či nízkým zprůměrněním oblasti) a také sezónností činností – zde se jedná nejen o sezónnost v oblasti zemědělské výroby, ale také sezónnost cestovního ruchu a v oblasti stavebnictví. Dalším faktorem, který působí na výši nezaměstnanosti ve městě je nízká úroveň mezd. Tento faktor i obyvatelé města vnímají jako negativní. Jistou roli zde sehrává také stát se svojí politikou sociálních podpor a podpory v nezaměstnanosti. Lidé nejsou dostatečně motivováni k tomu, aby si hledali práci, pokud mzda, která jim je potenciálním zaměstnavatelem nabídnuta, je téměř shodná s vyplacenými sociálními dávkami. Problémy spojené s vysokou mírou nezaměstnanosti by však byly úspěšněji řešeny příchodem investorů a vybudováním nových pracovních míst.

V posledních několika letech proběhla (především v historickém centru města) řada rekonstrukcí významných budov a náměstí. Tyto rekonstrukce byly z části financovány dotacemi z evropských fondů a zčásti z rozpočtu města. Tím se dostal městský rozpočet do tzv. červených čísel. Obyvatelé města byli o schodku rozpočtu informováni prostřednictvím místního tisku a webových stránek města. To se negativně odrazilo na mínění obyvatel o hospodaření minulých radních, a proto se i tento fakt objevil mezi aktuálně řešenými problémy Znojma.

V tomto případě by bylo vhodné, aby město průběžně a viditelně informovalo spoluobčany o připravovaných rekonstrukcích, o způsobech jejich financování a vlivu na rozpočet města stejně tak jako o důvodech, pro které je nutné tyto změny provádět (udržitelnost rozvoje, udržitelnost a zvyšování konkurenceschopnosti města, ochrana životního prostředí, zvyšování životního standardu apod.).

Město se neustále potýká s nedostatkem parkovacích míst, a co je horší, s vysokým stupněm dopravní zátěže. Přehruštěná doprava, kterou lze zaznamenat zejména na hlavních cestách, které však procházejí územím celého města a dokonce i oblastmi přímo sousedícími s historickým jádrem, se výrazně odráží na kvalitě ovzduší. Obyvatelé města jsou rovněž vystaveni i vyšším hladinám hluku a blízkosti silnic jsou obecně nebezpečné. Problém dopravního zatížení má své řešení. Toto ale již přibližně dvě desetky let naráží na spory s vlastníky pozemků, přes které by měl vést obchvat – silnice I/38. Jedná se o spory, které jsou řešeny legislativní prostředky. Mimo oblast chápání však zůstává, že se jedná o pouhé

pozemky v zahrádkářských koloniích sloužících zejména k rekreačním a odpočinkovým aktivitám, přesto nedochází k naplňování veřejného zájmu zlepšení kvality života ve městě jako po stránce ekologické, tak pohodlí souvisejícího s transportem ve městě.

Respondentům byla položena otázka, jaké tři věci by změnili, kdyby se ocitli na místě starosty města Znojma (tabulka 3).

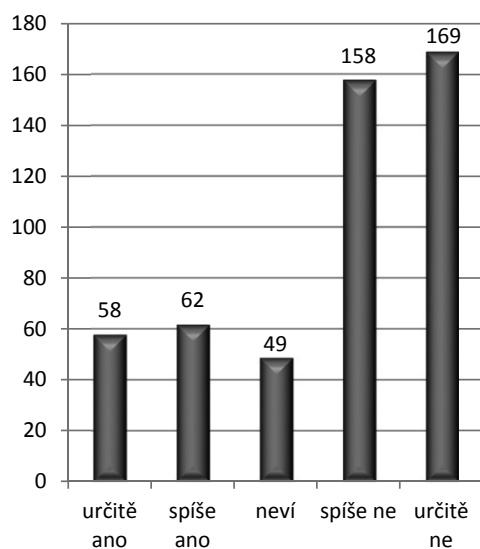
Tabulka 3 Šest nejčastěji navrhovaných věcí občany v hypotetické roli starosty

Které tři věci by obyvatelé udělali na místě starosty	Absolutní četnost	Podíl v %
Snížení nezaměstnanosti	298	20,03
Snížení zadluženosti města	149	10,01
Podpora místním firmám a podnikatelům	124	8,33
Vybudování obchvatu	120	8,06
Zvýšení počtu parkovacích míst	97	6,52
Podpora novým investorům a podnikatelům	92	6,18

Pramen: Vlastní výsledky

Výsledky nebyly překvapivé a v podstatě korespondovali s tím, co obyvatelé označovali za nejaktuálnější problémy. Největší počet odpovědí se objevil u možnosti snížení nezaměstnanosti. Tuto možnost zvolilo 298 ze 496 respondentů, tedy více než 60 %. Druhou nejčastější variantou bylo snížení zadluženosti města (149 odpovědí), dále podpora místním firmám a podnikatelům (124 odpovědí), vybudování obchvatu (120 odpovědí), řešení otázky parkovacích míst a podpora novým investorům a podnikatelům (více než 90 odpovědí).

I přes tyto problémy jsou obyvatelé Znojma ve svém městě spokojeni a žijí zde rádi. Když jim byla položena otázka, která se snažila zmapovat problém využití příležitosti odstěhování z města (graf 1), tak celých 66 % odpovědělo, že by se z města neodstěhovalo. Pouze jedna čtvrtina by byla ochotná město spíše opustit či opustit.



Graf 1 Možnost odstěhovat se z města
Pramen: Vlastní výsledky, 2012.

Snahou vedení města je kontinuální boj s uvedenými problémy a hledání cest k jejich řešení. Proto i v letošním roce (2014) proběhl další výzkum zaměřený tímto směrem, jehož cílem bylo zjistit, zda kroky, které již v této oblasti radnice provedla, byly úspěšné či nikoli. Bohužel, palčivé problémy stále přetrvávají, jak vyplynulo z aktuálních výsledků. Mezi jednotlivými výzkumy je jen krátká doba, během které se v současnosti prováděné aktivity radnice prozatím výrazně neprojeví.

Výsledky výzkumu a jejich propojení s činností radnice, pomocí které se snaží eliminovat negativní dopady. Nejdůležitější oblastí dle autorek výzkumu je rozvoj konkurenceschopnosti obyvatel a místních podniků. Pokud budou podniknuty kroky pro zvýšení konkurenceschopnosti obyvatel a podnikatelů, potom je u první skupiny možné docílit toho, že bude lépe uplatnitelná na trhu práce a to povede ke snižování nezaměstnanosti ve městě. Pro druhou skupinu to znamená, že nejenže se posílí jejich konkurenceschopnost na trhu, ale také bude tento stav doprovázen pozitivním vývojem makroekonomických ukazatelů města, neboť zvyšující se příjmy z jejich činnosti přinesou nejen více peněz do městského rozpočtu, ale také napomohou rozvoji města a jeho životní úrovni.

V tomto ohledu již radnice podnikla jisté kroky a to v podobě projektu Kolumbus, jehož hlavním cílem je právě zvyšování konkurenceschopnosti podniků a obyvatel města Znojma. Radní v době, kdy se začal projekt realizovat, byli přibližně v polovině funkčního období. Pro nezaměstnané a také studenty nabízí možnost vykonat zkoušku z cizího jazyka (anglického a německého) za zvýhodněných podmínek a studentům je úspěšně složená zkouška následně také proplácena. Dále v rámci projektu odpovědná osoba vyhledává volné pracovní pozice nejen ve městě, ale i v blízkém okolí včetně Rakouska. Pro mladé lidi/ absolventy jsou také vyhledávány podniky, ve kterých by mohli vykonávat praxi a tím získat na trhu tolik ceněné pracovní zkušenosti.

Pro podnikatele je podpora rozdělena do tří kategorií: možnosti využít tzv. podnikatelský inkubátor, spolupráce s okresní hospodářskou komorou v oblasti poradenství, vyhledávání a navazování kontaktů doma i v zahraničí a naposled usnadňování byrokracie a podmínek podnikání.

Tento projekt navazuje na výsledky výzkumu, který byl pro město realizován. Pravděpodobně uběhla krátká doba na to, aby se plně projevíly pozitivní dopady navrhovaných opatření na ekonomiku města, palčivé problémy stále ještě nejsou vyřešeny a obyvatelé je stále vnímají jako zásadní pro vývoj životní úrovně města.

Spolupráce radnice, občanů a místních podniků se jeví jako vhodná pro zlepšování životní úrovně ve městě a zlepšení stavu městského rozpočtu, který byl také předmětem kritiky. Přesto je nutné zmínit, že situace hospodaření města se od roku 2010, kdy deficit veřejných financí dosáhl 90 milionů korun, výrazně zlepšila. V roce 2011 byl tento deficit „pouhých“ 21 milionů, naopak v roce 2012 hospodaření radnice skončilo s kladným výsledkem 40 milionů. V loňském roce nebyla dosažena kladná čísla, přesto hospodaření skončilo se záporným výsledkem hospodaření 3 miliony.

Město v rámci zvyšování životní úrovně navazuje spolupráci ve třech směrech: první je spolupráce s místní vysokou školou, druhá je spolupráce s občany a podnikateli v projektu Kolumbus a třetí je spolupráce s partnerskými městy.

V rámci spolupráce s partnerskými městy jsou pořádány Dny partnerských měst, kde se prezentují jednotliví partneři. Pro město má tato spolupráce dvojí význam – první vyplývá

ze samotné podstaty partnerství a druhý je ekonomický přínos v době konání akce. Mezi partnery města patří slovenská, italská, polská, německá, rakouská či chorvatská města.

Do budoucna vedení města hodlá i nadále posilovat tyto tři možnosti spolupráce a v rámci svých dlouhodobých cílů se zaměřit na oblast školství (především rozvoj předškolního vzdělávání), rozvoj sociálních služeb (v rámci podpory seniorů a handicapovaných), na komunitní rozvoj a s tím spjatý rozvoj bydlení a revitalizaci nejen historického jádra a v neposlední řadě na vyřešení neuspokojivé dopravní situace ve městě.

Závěr

Stat' shrnuje nejdůležitější aspekty výzkumu provedeného ve spolupráci s městským zastupitelstvem města Znojma. Výzkum byl pilotním projektem, který uskutečnila radnice se Soukromou vysokou školou ekonomickou Znojmo. Jednalo se o projekt, jehož cílem bylo zjištění veřejného mínění obyvatel týkající se životní úrovně města. Výsledky posloužily radním jako podklad pro další jednání právě v této oblasti. První krok již byl učiněn a vedení města v materiálu vydávaném radnicí (radniční listy) navrhlo způsob řešení nezaměstnanosti ve městě na základě výsledku výzkumu (jelikož se jednalo dle obyvatel o nejaktuálnější problém města). Protože je město částečně závislé na příjmech z cestovního ruchu, mělo by využít svůj potenciál a pokusit se prosadit v této oblasti (v roce 2010 získalo titul Historické město roku, bohužel s ním však aktivně nepracuje). Spolupráce radnice a školy zaměřená rozvoj města bude nadále pokračovat a na tento výzkum navážou další, které pomohou zlepšovat situaci města.

Klíčová slova: Marketingový výzkum. Životní úroveň. Město Znojmo. Partnerství.

Grantová podpora: Stat' byla vytvořena ve spolupráci s Výzkumným a poradenským centrem SVŠE Znojmo a za přispění Města Znojmo v rámci projektů Hodnocení spokojenosti s dosavadní prací radnice a Hodnocení kvality života ve Znojmě VSG2014K01.

Seznam použité literatury

1. BENN, S., BOLTON, D. 2011. *Key Concepts in Corporate Social Responsibility*. London : Sage, 2011. 246 s. ISBN 978-84787-928-8.
2. Česká národní banka chce oslabit korunu. *Idnes: Idnes/Ekonomika* [online]. 2013. Praha : Idnes, 2013, [cit. 2013-12-02]. Dostupné na internetu: <http://ekonomika.idnes.cz/cnb-spousti-devizove-intervence-do6-ekonomika.aspx?c=A131107_130920_ekonomika_spi>
3. *Český statistický úřad* [on-line]. [cit. 2012-7-24]. Dostupné na internetu: <<http://www.czso.cz>>.
4. DRUCKER, P. F. 2004. *To nejdůležitější z Druckera v jednom svazku*. Praha : Management Press, 2004. 300 s. ISBN 80-7261-06-X.
5. FORET, M. 2006. *Marketingová komunikace*. Brno : Computer Press, 2006. 443 s. ISBN 80-251-1041-9.
6. FORET, M. 2010. *Marketing pro začátečníky*. Brno : Computer Press, 2010. 178 s. ISBN 978-80-251-3234-0.

7. HASPROVÁ, O., JÁČOVÁ, H., SYROVÁTKOVÁ, J. 2009. *Ekonomické činnosti obcí jako faktor regionálních rozdílů*. Liberec : Technická univerzita v Liberci, 2009. 153 s. ISBN 978-80-7372-555-6.
8. HAMEL, G., BREEN, B. 2008. *Budoucnost managementu*. Praha : Management Press, 2008. 244 s. ISBN 978-80-7261-188-1.
9. *Oficiální stránky města Znojma*. [on-line]. [cit. 2012-7-24]. Dostupné na internetu: <www.znojmocity.cz>.
10. FORET, M., VÁŇOVÁ, A. 2010. Partnerství pro místní rozvoj – Partnerstvo pre miestny rozvoj. In : *Nové trendy – nové nápady 2009*. Znojmo : Soukromá vysoká škola ekonomická Znojmo. 2010. ISBN 978-80-87314-04-3.

Kontaktní adresa: Ing. Jitka Veselá, Ing. Věra Plhoňová, Ph.D., Soukromá vysoká škola ekonomická Znojmo, Loucká 656/21, 669 02 Znojmo; e-mail: vesela@svse.cz, plhonova@svse.cz

Konkurencieschopnosť a atraktivnosť územných jednotiek – problémy identifikácie a hodnotenia *Competitiveness and Attractiveness of Territorial Units – Problems of Identification and Evaluation*

Marek Obrębalski

The article presents some practical problems of identification and evaluation of attractiveness and competitiveness of territorial units. Contemporary these units are specific products „sold” for a specified price closely associated with its quality. Both factors and symptoms of attractiveness and competitiveness don't have an objective nature and, in addition, are variable in time. So, public authorities take marketing actions aimed at achieving the optimal competitive position and sustainable competitive advantages.

Key words: *Attractiveness. Competitive position. Competitiveness. Place marketing. Territorial unit.*

JEL Classification: R₁₁.

Úvod

Záujem o formulovanie rôznych hodnotení atraktívnosti a konkurencieschopnosti aj priestorovo rôznych územných jednotiek v poslednom čase výrazne vzrástol. Niekedy sa dokonca hovorí o akejsi renesancii v tomto zmysle. Záujem je z viacerých dôvodov, a to predovšetkým trhovo-orientovanej transformácie miestnej a regionálnej ekonomiky, rastúceho významu strategického plánovania územného rozvoja a nutnosti marketingových aktivít zo strany miestnych orgánov v konkurenčnom prostredí. V praxi sa objavujú rôzne názory a s nimi spojené pochybnosti. Niekedy sa mylne domnievame, že tieto dva pojmy znamenajú to isté. Je známe, že atraktívne znamená zaujímavé, najlepšie vyzerajúce, fascinujúce, estetické, obľúbené a uznávané. Zmyslom atraktívnosti je vyvolať dojem, štýl, prisúdiť istú vlastnosť územnej jednotke. Inými slovami aj konkurenčné alebo konkurencieschopné. Konkurencieschopnosť je potenciál, možnosť a schopnosť účastníka trhu (vrátane lokality či regiónu) zúčastniť sa hospodárskej súťaže, t. j. byť konkurencieschopným z hľadiska ďalších subjektov na trhu.

1. Cieľ a materiál skúmania

Cieľom state je predstaviť praktické problémy identifikácie a hodnotenia atraktívnosti a konkurencieschopnosti územných jednotiek a pokúsiť sa objasniť pochybnosti v tomto smere.

Vychádzame pritom zo štúdiá sekundárnych zdrojov poľských a zahraničných autorov.

2. Územná jednotka ako produkt

Strategický prístup k rozvoju územných jednotiek (vrátane miest a regiónov) je dôležitý najmä v trhovom hospodárstve. Stále viac sa preto vníma orientácia na trh v oblasti strategického plánovania (Obrębalski, 2012). Marketing je v podstate racionálnou reakciou na zmeny na trhu.

Význam marketingu v posledných rokoch výrazne vzrástol. Potreba marketingového prístupu orgánov vrátane miestnej samosprávy je determinovaná rozličnými faktormi. Osobitný význam má neustále rastúca konkurencia územných jednotiek (regiónov, miest a obcí). To zahŕňa, okrem iného, možnosti trávenia voľného času a jeho využitia na rekreačné aktivity. Aj rastúce požiadavky miestnych komunít, týkajúce sa životnej úrovne, kladú požiadavky na marketingový prístup orgánov verejnej správy vrátane regionálnej a miestnej samosprávy.

Osobitným prvkom marketingovej orientácie v strategickom plánovaní je trhové vnímanie produktu. Ide o hmotný alebo nehmotný prvok širšej priestorovo-funkčnej štruktúry existencie územnej jednotky, ktorá sa stáva predmetom trhovej výmeny. Produktom je konkrétne miesto, lokalita, služba alebo ich súbor, jednotlivé územné celky alebo ich časti, ako aj myšlienka (stratégia) týkajúca sa napr. rozvoja priestoru, jeho obnovy alebo funkčných zmien.

Marketing je zameraný predovšetkým na zákazníkov, t. j. existujúcich a potenciálnych používateľov priestoru v súlade so zásadou, že len ten, kto za výhodných podmienok poskytuje to, čo očakávajú zákazníci, môže očakávať a dosiahnuť úspech.

3. Atraktivnosť a konkurencieschopnosť územných jednotiek

Konkurencieschopnosť sa v praxi definuje ako schopnosť dosiahnuť úspech v hospodárskej súťaži. V oblasti miestneho rozvoja sa regionálna konkurencieschopnosť chápe ako schopnosť jednotlivých miest a regiónov prispôbiť sa meniacim podmienkam, pokiaľ ide o udržanie alebo zlepšenie pozície v prebiehajúcej hospodárskej súťaži. Konkurencieschopnosť územnej jednotky je inými slovami schopnosť trvalo udržateľného rozvoja prostredníctvom jej vysokej trhovej citlivosti.

K najčastejšie vnímaným determinantom konkurencieschopnosti územných jednotiek zaraďujeme:

- široko vnímané prostredie pre rozvoj podnikania (vrátane investičnej činnosti),
- stav a rozsah rozvoja infraštruktúry (technickej a sociálnej),
- hodnoty trhu práce,
- podmienky pre rozvoj inovačných procesov,
- stav, rozsah a výsledky činnosti subjektov podnikateľského prostredia,
- široko poňaté životné podmienky obyvateľov.

Faktory konkurencieschopnosti nemajú žiadnu objektívnu a konštantnú hodnotu z hľadiska času. Pritom tieto faktory nepredstavujú uzavretý systém.

Je všeobecne známe, že každý ekonomický subjekt, osoba alebo inštitúcia, hľadá pre svoje aktivity také miesta (lokality), ktoré budú najlepšie uspokojovať jeho potreby. Atraktivnosť jednotlivých územných celkov (vrátane regiónov), je relatívnou kategóriou.

Stupeň vhodnosti rôznych lokalít pre určitú činnosť je veľmi rôznorodá. Špecifické znaky pozemkov majú rôznu hodnotu pre jednotlivých užívateľov v závislosti od charakteru ich podnikateľskej činnosti. Úžitková hodnota pozemkov nepredstavuje teda objektívnu hodnotu.

V praxi sa atraktivnosť a konkurencieschopnosť územných jednotiek posudzuje identifikáciou a posúdením externalít. Sú to materiálne a nemateriálne statky, ktoré získava určitý subjekt (užívateľ) z vonkajšieho prostredia bez náhrady na strane nákladov na ich produkciu. Vonkajšie vplyvy majú podobu výhod alebo nevýhod. Jedným z kritérií hodnotenia konkrétneho miesta (územnej jednotky) je preto porovnanie externých výhod a nevýhod. To znamená, že atraktívne miesta sa v istom okamihu môžu stať menej atraktívnymi, napr. tam, kde budú prevažovať vonkajšie nevýhody.

V praxi neexistuje lokalita (územná jednotka), ktorá by spĺňala požiadavky všetkých súčasných a potenciálnych užívateľov. Každá územná jednotka má svoje výhody i nevýhody.

4. Problém merania atraktívnosti a konkurencieschopnosti územných jednotiek

V snahe zistiť, odmerať a vyhodnotiť rôzne znaky atraktívnosti a konkurencieschopnosti územných jednotiek a ich hierarchie, sa stretneme s mnohými ťažkosťami a dilemami. Osobitné ťažkosti sa v tejto súvislosti vyskytujú v prípade kvantifikovaných prístupov. Determinanty (ich meradlá) atraktívnosti a konkurencieschopnosti územných jednotiek je možné z hľadiska ich kvantifikácie rozdeliť do piatich hlavných skupín, a to (Obrębalski, 2006, s. 27):

- a) meradlá vo fyzických jednotkách (počet zamestnancov, počet lôžok, počet podnikateľov ap.),
- b) finančné meradlá (výnosy, náklady, zisk, hodnota investícií, ceny tovarov a služieb ap.),
- c) technické meradlá ako je intenzita hluku, úroveň znečistenia vody, zloženie liečivých vôd,
- d) nemerateľné, ale identifikovateľné meradlá, ktoré môžu jasne a objektívne odlíšiť situácie lepšie a horšie, napríklad z hľadiska zdravia obyvateľstva,
- e) nemerateľné, ale identifikovateľné meradlá na základe subjektívnych pocitov (napr. estetické a krajínotvorné hodnoty).

Možnosť merania rôznych faktorov atraktívnosti a konkurencieschopnosti územných jednotiek je preto jasne odlišiteľná. Vo všeobecnosti to vnímame, a preto si metodika empirického výskumu v tejto oblasti zaslúži pozornosť (Obrębalski, 2001).

Osobitným prínosom sú lineárne metódy. Ich úlohou je určiť poradie objektov (napr. regiónov, miest, obcí ap.) alebo ich zoskupení podľa zvoleného kritéria. Ich uplatňovanie preto vedie k vytvoreniu poradia ako výrazu globálnej alebo špecifickej atraktívnosti a konkurencieschopnosti územných jednotiek (Obrębalski, 1998, 2004).

5. „Predaj“ územných celkov

Región alebo mesto je možné aj „predať“ mnohými spôsobmi rôznym skupinám existujúcich a potenciálnych zákazníkov, a to aj opakovane tomu istému zákazníkovi za určenú cenu (Ashworth, Voogd, 1999).

Cena je jedným z marketingových nástrojov interakcie so zákazníkom, ktoré sú úzko spojené so znakmi produktu, a to najmä s jeho kvalitou. Hlavným cieľom cenovej politiky každého produktu, resp. regiónu či mesta je maximalizovať zisky dosiahnuteľné v dôsledku

jeho predaja. To nie je prejav chamtivosti predajcu (vrátane regionálnych alebo mestských orgánov), ale normálnej situácie na trhu.

Najdôležitejšou úlohou teritoriálneho marketingu je dosiahnutie optimálneho konkurenčného postavenia na danom trhu, napr. cestovného ruchu, v podmienkach sociálno-ekonomického systému. Môže sa to prejavíť vo vyššej kvalite produktov, nižšej cene a lepšej obsluhu alebo komplexnejšom uspokojovaní potrieb zákazníka (Berg, Klink, 1994).

Integrovaný súbor nástrojov a marketingových aktivít, ktorých cieľom je zvýšiť konkurencieschopnosť samostatného, vybaveného priestoru sa v literatúre označuje ako miesto predaja (marketing priestoru, marketing lokality). Je to umenie „predaja miest“ (Kotler, Haider, Rein, 1993; Ward, 1998). Úspešnosť marketingu územia závisí rovnako od strategických výhod (zdrojov, potenciálu, atraktívnosti) danej lokality, ako aj od prevádzkových činností (realizácie, zručnosti v oblasti hospodárskej súťaže, konkurencieschopnosti) .

Zvýšenie konkurenčného postavenia danej územnej jednotky je v praxi spojená s nevyhnutným rozvojom a dôsledným uskutočňovaním konkurenčnej stratégie (Gorynia, 2009). Táto koncepcia systémovej činnosti na základe všadeprítomnej hospodárskej súťaže je založená na:

- formulovaní sústavy perspektívnych rozvojových cieľov a ich modifikácií v závislosti od meniacich sa vnútorných a vonkajších podmienok,
- určení potrebných ľudských zdrojov, majetku, finančných a prírodných zdrojov na dosiahnutie vytýčených cieľov,
- určení opatrení (nástrojov, prevádzkových pravidiel) na zabezpečenie plnenia perspektívnych cieľov rozvoja.

Vzťah medzi atraktívnosťou a konkurencieschopnosťou umiestnenia a postavenia na trhu je znázornený na obrázku 1.

Atraktívnosť (strategické možnosti)	vysoká	sklamanie	rozvoj
	nízka	prehra	riziko
		nízka	vysoká
Konkurencieschopnosť (potenciálne možnosti)			

Obrázok 1 Hodnotenie vzťahov medzi atraktívnosťou a konkurencieschopnosťou

Zdroj : Vlastné spracovanie podľa Kotler, Haider, Rein, 1993, s. 177.

V závislosti od vzťahu medzi atraktívnosťou a konkurencieschopnosťou, t. j. medzi strategickými a potenciálnymi možnosťami sa získajú štyri základné pozície:

- prehra (losers), sú to miesta s malými strategickými hodnotami (atraktívnosti) a možnosťami konkurovať (implementácie),
- rozvoj (expanders), ide o miesta s vysokou atraktívnosťou (rozvojovým potenciálom) a prevádzkovými možnosťami,

- sklamanie (frustrators), sú miesta, v ktorých sú nevyužívané prevádzkové možnosti konkurencie bez významných strategických výhod (atraktívnosti),
- riziko (gblers), miesta s nedostatkom strategických výhod (nízka atraktívnosť), ale vďaka konkurencieschopnosti môžu dosiahnuť úspech.

Realizácia konkurenčnej stratégie umožňuje prechod územnej jednotky od „vstupnej“ konkurenčnej pozície (ex ante) charakterizovanej svojou atraktívnosťou (strategickými možnosťami) cez priebežnú (on going) k očakávanému konkurenčnému postaveniu (ex post) definovanému vo vízii a budúcich rozvojových cieľoch.

Záver

Jednoznačné určenie atraktívnosti a konkurencieschopnosti územných jednotiek s rôznou priestorovou škálou je spojené s mnohými ťažkosťami. Niekedy sa objavujú aj myšlienky, či je to vôbec možné. Vyplyva to najmä z nedostatku objektívnej a všeobecne prijateľnej identifikácie a posúdenia, čo je atraktívne a konkurencieschopné. Každý z nás posudzuje tieto veci individuálne a subjektívne podľa vlastných kritérií. Tieto dve kategórie, atraktívnosť a konkurencieschopnosť skrývajú v sebe kontroverzie, ktoré spôsobujú mnoho problémov týkajúcich sa ich identifikácie a hodnotenia, že sa stali predmetom rastúceho záujmu verejnej správy (vrátane miestnych samospráv). Sú teda nielen produktom súčasnej marketingovej módy, ale aj prejavom vývoja potrieb zodpovedajúcich prístupu v podmienkach mnohoaspektového rozvoja trhu.

Kľúčové slová: Atraktívnosť. Konkurencieschopnosť. Konkurenčná výhoda. Teritoriálny marketing. Územná jednotka.

Zoznam použitej literatúry

1. ASHWORTH, G. J., VOOGD, H. 1994. Marketing and Place Promotion. In *Place Promotion, the Use of Publicity and Marketing to Sell Towns and Regions*. Gold, J. R., Ward, S. W. (Eds). Chichester : John Wiley & Sons, 1994, s. 39 - 52.
2. BERG, L., KLINK, H. 1994. *Regional competition, city marketing and strategic urban networks*. University of Reading, Faculty of Urban and Regional Studies : CeSAER, 1994.
3. GORYNIA, M. 2009. Teoretyczne aspekty konkurencyjności. In *Kompendium wiedzy o konkurencyjności*. Red. M. Gorynia, M. Łązniewska. Warszawa : PWN, 2009.
4. KOTLER, Ph., HAIDER, D., REIN, I. 1993. *Marketing Places. Attracting investment, industry and tourism to cities, states and nations*. New York : Maxwell Macmillan Int., 1993.
5. OBREBALSKI, M. 1998. Konkurencyjność i atrakcyjność elementów przestrzeni. In *Marketingowa strategia rozwoju przestrzeni*. Red. M. Obrębalski. Wrocław : Akademia Ekonomiczna, 1998, s. 32-43.
6. OBREBALSKI, M. 2001. Problemy informacyjne oceny konkurencyjności miast. In *Konkurencyjność miast i regionów*. Red. Z. Szymła. Kraków : Akademia Ekonomiczna, 2001, s. 251-256.
7. OBREBALSKI, M. 2004. Jakość życia w miastach Europy – problemy pomiaru i oceny. In *Przemiany demograficzne i jakość życia ludności miast*. Red. J. Ślodeczyk i D. Rajchel. Opole : Uniwersytet Opolski, 2004, s. 181-198.

8. OBREBALSKI, M. 2006. Mierniki rozwoju regionalnego. In *Metody oceny rozwoju regionalnego*. Red. D. Strahl. Wrocław : Akademia Ekonomiczna, 2006, s. 26-36.
9. OBREBALSKI, M. 2012. Marketingowa orientacja w zarządzaniu strategicznym miejską przestrzenią. In *Zarządzanie publiczne i polityka regionalna w krajach Środkowej i Wschodniej Europy*. Tarnopol : Narodowy Uniwersytet Ekonomiczny, 2012, s. 134-138.
10. WARD, S. V. 1998. Selling places: the marketing and promotion of towns and cities. New York : Routledge, 1998.

Adresa autora: dr. Marek Obrębalski, Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu, Wydział Ekonomii, Zarządzania i Turystyki w Jeleniej Górze, ul. Nowowiejska 3, 58-500 Jelenia Góra (Polska); e-mail:marekobrebalski@ue.wroc.pl

Preklad z polského jazyka: Marian Gúčik

Z VEDECKÉHO ŽIVOTA / FROM SCIENTIFIC LIFE

Konferencia o vzdelávaní mládeže s cieľom uľahčenia jej vstupu na trh práce

*Conference on the Education of Youth in Order
to Facilitate Its Entry into the Labor Market*

Polstoročné výročie založenia prvej katedry cestovného ruchu a spoločného stravovania na Slovensku, ako základnej vedecko-pedagogickej bunky zameranej na výskum a vysokoškolskú edukáciu absolventov pre potreby praxe, nás podnietilo k organizovaniu medzinárodnej vedeckej konferencie venovanej príprave a uplatneniu absolventov s vysokoškolským vzdelaním na trhu práce. Na katedre cestovného ruchu a spoločného stravovania to nie je ojedinelá konferencia venovaná tejto problematike. Počas existencie katedry sme sa tejto problematike venovali viackrát.

Pri príležitosti 15. výročia založenia katedry v roku 1979, krátko po vzniku Fakulty ekonomiky služieb a cestovného ruchu Vysoké školy ekonomickej so sídlom v Banskej Bystrici, sme sa zamerali na prezentovanie *výsledkov pedagogickej a vedeckovýskumnej práce a ich konfrontovaní s potrebami praxe*. Aj konferencia pri príležitosti 20. výročia vzniku katedry v roku 1984 sa *zamýšľala nad dosiahnutými výsledkami s prípravou vysokoškolsky vzdelaných absolventov a skúsenosťami, ktoré bolo možné uplatniť pri ďalšom skvalitňovaní ich prípravy* pre cestovný ruch a spoločné stravovanie. Založila sa Sekcia absolventov, ktorej úlohou bolo udržiavať kontakty absolventov s katedrou, získavať ich pre aktívnu spoluprácu a pravidelne organizovanie odborných konferencií. Medzinárodná konferencia k 30. výročiu založenia katedry sa konala už v nových spoločensko-ekonomických podmienkach v apríli 1994 na tému *Kvalitní pracovníci*

– *kvalitný cestovný ruch*. Jednoznačným výsledkom rokovania bolo, že kvalitu v cestovnom ruchu treba spájať s kvalitou prípravy absolventov všetkých stupňov škôl. Na prahu nového milénia, pri príležitosti 35. výročia založenia katedry, sa v apríli 1999 konala konferencia na tému *Profesionálna príprava odborníkov pre cestovný ruch v 21. storočí*. Dôraz sa kládol na prípravu a zvyšovanie kvalifikácie absolventov všetkých typov škôl v podmienkach prehlbujúcej sa globalizácie a reštrukturalizácie slovenského cestovného ruchu.

Na tohtoročnej medzinárodnej vedeckej konferencii sme sa vrátili k problematike *vysokoškolskej edukácie mládeže v cestovnom ruchu a uľahčení jej vstupu na trh práce*. Nabáda nás k tomu Európska komisia, ktorá pod vplyvom globálnej hospodárskej a finančnej krízy, ktorá sa prejavila už v roku 2008 a pripravila veľa ľudí o prácu a spôsobila pritom vysoké zadlženie, vypracovala Stratégiu Európskej únie na druhú dekádu 21. storočia. Európska komisia za konečný cieľ stratégie stanovila zabezpečiť vysokú mieru zamestnanosti, produktivity a sociálnej súdržnosti. Európska komisia, ktorá pokladá cestovný ruch za jeden z faktorov zamestnanosti a rozvoja regiónov, predpokladá zlepšenie výsledkov systémov vzdelávania a uľahčenia vstupu mladých ľudí na trh práce a podporu konkurencieschopnosti podnikania v tomto sektore hospodárstva vrátane vytvárania priaznivého prostredia pre podnikanie v cestovnom ruchu a vytvorenie spoločensky zodpovedného modelu cestovného ruchu.

Záštitu nad tohtoročnou konferenciou na tému *Vzdelávanie mládeže v cestovnom ruchu a uľahčenie jej vstupu na trh práce*, ktorá sa konala v dňoch 3. a 4. apríla 2014 v Banskej Bystrici, prijal štátny tajomník Ministerstva dopravy, výstavby a regionálneho rozvoja SR pán Ing. František Palko, rektorka Univerzity Mateja Bela Dr.h.c. profesorka PhDr. Beata

Kosová, CSc. a dekan Ekonomickej fakulty Univerzity Mateja Bela Ing. Vladimír Hiadlovský, PhD.

Organizátori konferencie kládli dôraz na prezentovanie výsledkov vedeckého bádania pracovníkov na poli edukácie a výskumu cestovného ruchu s dôrazom na zvyšovanie kvality vysokoškolského vzdelávania absolventov pre potreby praxe cestovného ruchu, mobilít študentov a zlepšenia situácie pri ich vstupe na trh práce. Referáty domácich a zahraničných autorov (českých, poľských, slovinských, gruzínskych, španielskych, švajčiarskych, nemeckých) sú publikované v Zborníku vedeckých prác Folia Turistica 4 (CD, UMB v Banskej Bystrici – Ekonomická fakulta, 2014. 590 s. ISBN 978-80-557-0697-9).

Z rokovania konferencie vyplynuli viaceré závery.

Vysokoškolské vzdelávanie pre cestovný ruch zabezpečujú verejné a súkromné vysoké školy. Základným trendom vysokoškolského vzdelávania je rast ponuky vzdelávacích programov, rast počtu študentov, predlžovanie doby prípravy pre vstup do praxe, internacionalizácia vzdelávania (podľa EÚ ide o *mládež v pohybe*) a modernizácia vzdelávacieho procesu. Cieľom pritom je nielen zvýšenie kvality štúdia, ktoré reflektuje potreby praxe, ale aj dosiahnutie medzinárodnej dimenzie v príprave vysokoškolsky vzdelaných absolventov.

Vysoké školy zavádzajú systém kvality vzdelávania tak, aby zodpovedali súčasnými a perspektívnym potrebám spoločenskej praxe a zavádzajú interné systémy kvality. Takúto požiadavku kladie na vysoké školy EÚ, ktorá požaduje vysokoškolské vzdelávanie kompatibilné v európskom priestore, t. j. vedomosti, zručnosti a spôsobilosti, ktoré musí preukázať absolvent/ka, aby mohol/a získať príslušný diplom.

To znamená, že vyššia úroveň vzdelania by mala prispieť k vyššej

zamestnateľnosti absolventov/iek, čo spolu s efektívnejším využívaním zdrojov zlepši konkurencieschopnosť podnikov, cieľových miest a štátov na trhu cestovného ruchu. Nevyhnutné pritom je aj zlepšovanie podnikateľského prostredia v cestovnom ruchu a odstránenie prekážok, ktoré pôsobia demotivujúco na samostatnú zárobkovú činnosť, zvýšenie konkurencieschopnosti cestovného ruchu, vytváranie nových pracovných miest, zlepšenie situácie pri zamestnávaní mladých ľudí a tak reagovanie na podnety, ktoré prináša globalizácia.

Vysoké školy udržiavajú so svojimi absolventmi kontakty a sledujú mieru ich nezamestnanosti, resp. ich uplatnenie sa na trhu práce. Stále častejšie však absolventi vysokých škôl pracujú na postoch vyžadujúcich stredoškolské vzdelanie. Jednou z príčin sú disparity medzi trhom edukácie a trhom práce. Pritom v cestovnom ruchu existujú najmä mikro, malé a stredné podniky, ktoré kumuláciou pracovných funkcií, zavádzaním nových technológií a pracovných postupov znižujú svoje náklady, a tým aj počty zamestnancov. Značná časť absolventov cestovného ruchu nachádza uplatnenie v iných odboroch.

Prieskumy zamestnávateľov v cestovnom ruchu naznačujú, že absolventi prichádzajú nedostatočne pripravení po praktickej stránke a požadujú dôslednejšie prepojenie teoretickej prípravy s praxou vrátane obsahu, foriem a metód výučby. Pozitívnou skúsenosťou je duálne vzdelávanie, ktoré má svoje opodstatnenie najmä v stredoškolskej edukácii. Na vysokých školách je možnosť jeho uplatnenia v prvom, bakalárskom stupni štúdia, kde sa požiadavky praxe integrujú do obsahu a organizácie študijných programov. Pritom treba zdôrazniť, že závisí predovšetkým od študenta, do akej miery už počas štúdia využije príležitosti praxe, ktoré mu ponúka vysoká škola s cieľom rozvíjať jeho spôsobilosti pre budúcu schopnosť zamestnať sa.

Na vysokých školách často absentuje priame zapojenie zamestnávateľov do tvorby študijných programov a realizácie odbornej praxe. Možným riešením je zapojenie zamestnávateľov do fakultných rád kvality, ktoré okrem iného hodnotia kvalitu edukácie a jej zosúladenie s potrebami praxe. V súčasnosti je trh práce otvorený, preto časť absolventov odchádza do zahraničia. Najmä na Slovensku sa nevytvárajú dostatočné možnosti na uplatnenie mladých ľudí, čo pokladáme za zlyhanie hospodárskej politiky štátu v tejto oblasti.

Morálna amortizácia vedomostí dnešných absolventov vysokých škôl sa v dôsledku technického pokroku odhaduje na sedem rokov. V dôsledku toho sa rýchlo menia technológie a pracovné postupy. S predlžovaním priemernej dĺžky života sa predpokladá, že počas aktívneho života človek zmení štyri i viackrát nielen zamestnanie, ale aj odbor činnosti. To je jedna z hlavných príčin potreby celoživotného dopĺňania odborných vedomostí. Jednou z možností doplnenia si odborných vedomostí najmä mladých ľudí je príprava na sprievodcovskú činnosť.

Na kvalitu vzdelávania majú vplyv najmä vládne orgány, ktoré formulujú vzdelávaciu a vedecko-výskumnú politiku a mobilizujú verejné zdroje na ich financovanie. Časté zmeny štátnej politiky vzdelávania a vedenia ministerstiev spôsobujú nestabilitu a zlé financovanie školstva, vedy a výskumu z verejných zdrojov. Kvalita vysokoškolského štúdia sa formuje roky, potrebuje stabilitu, odborníkov, investície a nie v poslednom rade aj kvalitného študenta, ktorý prichádza zo strednej školy dostatočne vybavený aj z hľadiska znalosti a zručností cudzích jazykov.

Neoddeliteľnou súčasťou vysokých škôl je ich vedecko-výskumná a na ňu nadväzujúca publikačná činnosť, a to nielen ako podmienka pre získanie akreditácie študijných programov, ale najmä zabezpečenie transferu najnovších poznatkov do edukačného procesu

a tak rozvíjanie a obohacovanie študijných programov. Zameranie vedecko-výskumnej činnosti na vysokých školách je determinované ich profilom a zdrojmi financovania.

Významné v tejto súvislosti je aj formovanie spoločensky zodpovedného modelu správania sa subjektov zainteresovaných na rozvoji cestovného ruchu, kde sa za dôležitú pokladá nielen ekonomická, ale aj sociálna a ekologická zodpovednosť podnikov, cieľových miest i štátu ako krajiny cestovného ruchu. V cieľových miestach cestovného ruchu je potrebné dôsledné uplatňovanie princípov spoločenskej zodpovednosti nielen v podnikoch, či v rodinnom podnikaní, ale aj v manažérskych organizáciách cestovného ruchu, osobitne v rozvíjaní rôznych foriem vrátane mestského a vidieckeho cestovného ruchu. Nevyhnutná je v tejto súvislosti väčšia osвета o manažérskych modeloch, ktoré implementujú spoločenskú zodpovednosť vrátane vzdelávania o ochrane a bezpečnosti v cestovnom ruchu, zvyšovania povedomia o prístupe k zdravotne znevýhodneným osobám, dodržiavania etického kódexu na ochranu detí pred sexuálnym zneužívaním. Prejavom spoločenskej zodpovednosti musí byť aj budovanie značky a imidžu štátu na medzinárodnom trhu cestovného ruchu.

Cestovný ruch sa pokladá na hybnú silu svetovej ekonomiky, preto predpokladá efektívne využívanie dostupných prírodných a kultúrno-historických zdrojov ako súčasti tvorby produktov a ich atraktívnosti na trhu cestovného ruchu, uplatňovanie moderných metód v riadení podnikov, výdavkov domácností na voľnočasové aktivity vrátane cestovného ruchu, skúmanie zmien v motivácii a správaní sa návštevníkov ako aj determinantov ich spokojnosti, marketingovej komunikácie, v rozvoji agroturistiky, ako dodatočného zdroja príjmov rodinných fariem, zdrojov jej financovania a rentability, verejného záujmu ako faktora inovácií v rozvoji regiónov ap.

Konferencia potvrdila aktuálnosť výberu témy a zhodu názorov domácich i zahraničných účastníkov konferencie na základné otázky prezentovanej problematiky. Dôkazom toho je 68 referátov, v ktorých autori prezentovali výsledky svojej bádateľskej činnosti. Obohacujúca bola aj neformálna výmena názorov a nadviazanie nových kontaktov ako záruky budúcej spolupráce vo vedeckom výskume i praktickej realizácii jeho výsledkov. Za rozhodujúce pokladáme, aby sa zabezpečil transfer poznatkov o príprave absolventov pre prax v cestovnom ruchu s cieľom uľahčiť im vstup na trh práce.

Marian Gúčík

**Determinanty flexibilizácie práce –
medzinárodná vedecká konferencia**
*Determinants of Labor Flexibilization -
International Scientific Conference*

Medzinárodná vedecká konferencia s názvom *Determinanty využívania flexibilizácie práce v SR z pohľadu rodiny a ich implementácia do sociálneho systému* sa konala 25. marca 2014 na Ekonomickej fakulte UMB. Konferencia bola jednou z aktivít projektu riešeného v rokoch 2012 – 2014 na Ekonomickej fakulte UMB pod vedením profesorky Gabriely Korimovej. Projekt finančne podporila Vedecká grantová agentúra Ministerstva školstva, vedy, výskumu a športu SR VEGA.

Záštitu nad konferenciou prevzala podpredsedníčka Národnej rady SR Erika Jurinová. Ekonomickú fakultu zastupoval na konferencii prodekan pre rozvoj Ladislava Klement. Na konferencii sa zúčastnila zástupkyňa Odboru rodovej rovnosti a rovnosti príležitostí Ministerstva práce, sociálnych vecí a rodiny SR Mária Jacková.

Konferenciu podporilo Regionálne európske informačné centrum Banská Bystrica (REIC BB), člen európskej informačnej siete Europe Direct, zastúpené riaditeľom Petrom

Pisárom a mesto Banská Bystrica, ktoré na konferencii zastupovala vedúca Odboru sociálnych vecí Mestského úradu Banská Bystrica Mária Filipová, ktorá na konferencii vystupovala zároveň ako expertka Krajského kontaktného miesta (KKM) Inštitútu rodovej rovnosti Banskobystrického kraja.

Na konferencii sa okrem domácich zúčastnili aj hostia z Česka, Francúzska, Maďarska, Poľska a Talianska. V úvode konferencie sa účastníkom prihovorila podpredsedníčka NR SR Erika Jurinová, ktorá vyzdvihla význam skúmanej problematiky. Nasledovali príhovory prodekana Ekonomickej fakulty UMB Ladislava Klementa a Petra Pisára, ktorý hovoril o význame problematiky flexibilizácie práce na európskej úrovni. Flexibilizáciu pracovných trhov predstavil ako jeden z kľúčových cieľov na národnej i medzinárodnej úrovni v rámci Európskej stratégie zamestnanosti a hovoril o iniciatívach Európskej únie v prospech podpory rozvoja flexibility práce prospešnej pre jednotlivca z hľadiska ochrany pred chudobou a sociálnym vylúčením, kvality pracovných podmienok i stability a istoty pracovnoprávných vzťahov a zároveň prospešnej pre ekonomiku i spoločnosť ako nástroja podpory zamestnanosti a zamestnateľnosti pracovnej sily, podpory adaptability i stability na trhu práce a podpory ekonomického rozvoja.

Tematicky sa referáty, ktoré odzneli na konferencii zameriavali na pozitíva a negatíva flexibilizácie práce jej ekonomické a mimoekonomické aspekty, programy Európskej únie na podporu flexibilizácie práce, riešenie flexibilizácie práce v európskych krajinách, európske politiky, perspektívy, potenciál, výzvy v oblasti flexibilizácie práce na Slovensku a vo svete ako aj príklady dobrej praxe.

Odbornú časť konferencie otvorila Gabriela Korimová, ktorá predstavila projekt, jeho ciele a zámery. Ďalej sa venovala základným teoretickým východiskám

flexibilizácie práce, jej makroekonomickému a mikroekonomickému významu a dôsledkom.

Členovia projektového tímu Erika Lapinová a Samuel Koróny prezentovali výsledky primárneho prieskumu venovaného zisťovaniu preferencií, potrieb a očakávaní od pozitívne flexibilných foriem práce a pracovného času na strane ponuky práce a prezentovali metodické východiská spracovania a analýzy údajov.

Mária Jacková z Odboru rodovej rovnosti a rovnosti príležitostí Ministerstva práce, sociálnych vecí a rodiny SR venovala pozornosť flexibilitě práce v súvislosti so zosúlad'ovaním pracovného a rodinného života z genderového aspektu.

Magdalena Kotýnková z Vysokej školy ekonomickej v Prahe hovorila o trendoch na súčasných trhoch práce, nielen v Česku, ale aj v postindustriálnych krajinách, pričom zdôraznila rozdiely flexibilizácie práce na primárnom a sekundárnom trhu práce.

Alžběta Müllerová z Research Center Economics na Université Paris Ouest Nanterre La Défens vo Francúzsku venovala pozornosť problematike flexibilizácie práce v intenciách inštitucionálneho usporiadania systému, osobitne politickým, socioekonomickým a kultúrnym súvislostiam po prechode k trhovej ekonomike po roku 1989. Predstavila aktuálne trendy rodinných a sociálnych politík v európskych krajinách, ktoré sa flexibilizácie práce bezprostredne dotýkajú.

Serena Novero z talianskej Università Cattolica del Sacro Cuore v Milane hovorila o flexibilitě práce, ktorú si vyžadujú zmeny charakteru práce, osobitne proces digitalizácie práce a konkretizovala požiadavky aj dopady tohto procesu na flexibilitu práce.

Jolanta Borek z poľskej Kazimierz Pulaski University of Technology and Humanities in Radom venovala pozornosť flexibilitě poľského trhu práce, osobitne z hľadiska zamestnávania a sociálneho zabezpečenia osôb so zdravotným postihnutím a ich rodín. Mikołaj

Olszewski predstavil teleprácu ako konkrétnu formu pozitívnej flexibilizácie a organizácie práce, využiteľnú pri zamestnávaní osôb so zdravotným postihnutím.

Z poľskej Akademii J. Długosza v Częstochowej prijali pozvanie na konferenciu Paulina Ucieklak-Jeż a Marek Kulesza. Vo svojom spoločnom príspevku sa venovali nielen ekonomickým, ale aj mimoekonomickým dopadom flexibilizácie práce na rodiny. Medzi poľskými hosťami bol aj Radosław Brudnicki z varšavskej Univerzity Kardynała Stefana Wyszyńskiego.

Mária Filipová, vedúca Odboru sociálnych vecí MsÚ Banská Bystrica a expertka Krajského kontaktného miesta Inštitútu rodovej rovnosti Banskobystrického kraja hovorila o význame flexibilných foriem práce pre znižovanie dlhodobej nezamestnanosti, podporu udržania základných funkcií rodiny, podporu vytvárania rovnakých príležitostí, komfortnejšie pracovné prostredie a znižovanie diskriminácie žien, ktoré sa starajú o deti alebo domácnosť. KKM zastupovali na konferencii aj manažérka Mária Behanovská a Janka Žilová. Mária Behanovská hovorila o pracovnej mobilite, jej význame a vplyve na jednotlivcov, ich rodiny, na ekonomiku a spoločnosť.

Ján Košta z Ekonomického ústavu Slovenskej akadémie vied venoval pozornosť významu inštitucionálneho nastavenia – najmä sociálnych politík – a ich vplyve na zamestnanosť vybraných skupín obyvateľstva. Zdôraznil prepojenie sociálnych, rodinných politík a politík zamestnanosti a ich potenciálu pri riešení ekonomických, demografických a ďalších spoločenských problémov. Gabriela Kol'vecková, z Ekonomickej fakulty Univerzity P. J. Šafárika v Košiciach prezentovala možnosti využitia kanonického modelu pri riešení flexibilizácie práce. O pracovnoprávných aspektoch zamestnávania žien hovorila Katarína Svitanová z Právnickej fakulty Univerzity Mateja Bela. Alena Kaščáková

venovala pozornosť neplatenej práci v domácnosti, ktorá predstavuje významnú súčasť mimopracovného života a súvislosť tejto problematiky s flexibilizáciou práce.

Vo výskumnom projekte sme skúmali preferencie a dopyt rodičov maloletých detí po flexibilných formách a zamerali sme sa na sféru pracovného života, rodinného života i sféru služieb pre rodinu poskytovaných verejným i súkromným sektorom. Musíme konštatovať konzervatívnosť slovenského rodiča, jednak v pracovnej sfére (voľba stratégie skrytého rodičovstva, pomerne nízky záujem o flexibilne formy práce) a jednak sfére rodovej deľby v súkromnom živote, v rodine a v starostlivosti o deti (stereotypné vnímanie roly partnerov/manželov v rodine pri výchove detí i starostlivosti o domácnosť). Príčiny uvedeného stavu sú výsledkom:

- inštitucionálneho nastavenia (verejná politika, osobitne sociálne, zamestnanosť, trh práce, podnikové politiky, podniková kultúra),
- rodinnej výchovy, rodinných hodnôt, životného štýlu slovenských rodín,
- spoločenského a občianskeho uvedomenia vo sfére pracovného života i vo sfére rodičovstva, vo sfére poznania a aktívneho uplatňovania práv (ako pracovníkov, občanov, obyvateľov mesta/obce),
- nepriaznivej situácie na trhu práce (nedostatok pracovných miest, nedostatok dôstojnej práce, nízke mzdy a vysoký rodový mzdový rozdiel),
- nezohľadňovania špecifickej situácie žien na trhu práce, hlavne žien s viacnásobným znevýhodnením, rodičov so zodpovednosťou za rodinu a s rodinnými povinnosťami,
- nerešpektovania životných dráh žien a mužov (odôvodnené prerušenie pracovnej kariéry napr. formou plateného voľna na študijné účely, celoživotné vzdelávanie, relaxáciu či prácu dobrovoľníkov, viacmesačná prestávka).

Pozitívnu flexibilizáciu, ktorá má nielen mikrosociálny a mikroekonomický, ale aj makroekonomický a makrosociálny rozmer, je aj nástrojom podpory zosúlad'ovania práce a rodiny, boja proti nezamestnanosti, negatívnym demografickým trendom, boja proti chudobe a sociálnemu vylúčeniu ap. je možné podporiť:

- informovaním, scitlivovaním zainteresovaných i širokej verejnosti a najmä zamestnávateľov v otázkach pozitívnej flexibilizácie práce, pracovných práv i rodičovských práv (z hľadiska adresátov), v otázkach nových moderných trendov riadenia ľudských zdrojov (z hľadiska zamestnávateľov),
- šírením príkladov dobrej praxe,
- vzdelávaním a praktickým tréningom zručnosti (manuály, príručky),
- kaučingom a mentoringom,
- vytvorením medzitru práce so zameraním na využitie flexibilných foriem práce,
- vytvorením inkubátorov tzv. femkubátorov pre rozvoj podnikania so špecifickým zameraním na ženy a flexibilné formy práce a organizáciu práce,
- vytvorením rodovo integrovaného trhu práce a rodovo integrovaných podnikov.

Zmenu v prospech podpory širšieho uplatnenia pozitívne flexibilných foriem práce a organizácie práce je potrebné robiť paralelne na týchto úrovniach a u všetkých zainteresovaných. Uvedomujeme si zároveň, že táto problematika vyžaduje individuálny, adresný prístup, pretože možnosti flexibilizácie, jej formy (pozitívna či negatívna), motívy jej ponúkania či dopytovania sú veľmi rôznorodé. Keďže sa problematika javí v mnohých prípadoch ako kontroverzná, s protichodnými záujmami na strane dopytu aj ponuky, mali by byť obidve strany dostatočne informované, motivované i prakticky zručné, aby boli v procese presadzovania svojich práv a využívania šancí, ktoré flexibilizácia ponúka, rovnocennými partnermi, a aby mali šancu v tomto procese uspieť. Vzorce správania a

iniciatíva adresátov smerujúca “zdola nahor” budú v tomto prípade kľúčové.

Výskumom sme získali cenné informácie o postojoch, hodnotách, preferenciách rodičov k flexibilizácii v súvislosti s prácou, rodinnou situáciou a hodnotovými preferenciami. Tie chceme sprostredkovať zamestnávateľom, Konfederácii odborových zväzov, samospráve, neziskovému sektoru i občianskym aktivistom.

Pre pedagogickú činnosť ponúkame námety ako problematiku zakomponovať do výučby ekonomických predmetov na Ekonomickej fakulte UMB (ekonómia trhu práce, verejné služby, súkromné služby starostlivosti o deti, sociológia práce a rodiny, pracovné právo, neziskový sektor). Pripravili sme témy bakalárskych a diplomových prác venované problematike flexibilizácie práce. Máme pripravené návrhy na výskumné projekty danej problematiky na národnej i medzinárodnej úrovni. Na ďalších vzdelávacích, tréningových i aplikačných projektoch v tejto oblasti chceme spolupracovať aj s praxou.

Erika Ľapinová

Medzinárodná vedecká konferencia o neplatenej práci

*International Scientific Conference about
Unpaid Work*

Keď v roku 2011 získal riešiteľský kolektív zamestnancov Ekonomickej fakulty UMB pod vedením profesorky Márie Uramovej grantovú podporu na výskumný projekt týkajúci sa neplatnej práce, málokto predpokladal, že zvolená problematika bude mať taký široký výskumný potenciál a medzinárodnú podporu. Existencia neplatenej práce v domácnostiach je svojim spôsobom paradoxný fenomén. Väčšina odbornej aj laickej verejnosti ho vníma a eviduje ako súčasť všeobecnej charakteristiky rodinného života. Časť spoločensko-vedne orientovanej komunity dokonca akceptuje prirodzenú a nevyhnutnú mieru jej výskytu

v domácnostiach. Z ekonomického hľadiska sa tento jav vníma ako objem neplatenej práce, ktorá je finančne vyjadriteľná, ale neprechádza oficiálnym trhom, chýba v národnom účtovníctve. Hodnota neplatenej práce pritom predstavuje nezanedbateľnú sumu na HDP.

Neprekvapuje preto, lebo úsilie o jej kvantifikáciu je značné a zároveň zložité, nakoľko vyžaduje interdisciplinárne nahliadnutie. Problematika neplatenej práce je širokospektrálna. Identifikovať ju je možné len na základe zohľadnenia početných faktorov, ktoré oscilujú od historických, kultúrnych, demografických, rodových, sociálnych, psychologických, etických, ekonomických, právnych až po politické determinanty jej pretrvávania v súčasnosti. Inými slovami, existencia jednotlivých foriem neplatenej práce v domácnostiach má ekonomické i mimoekonomické dimenzie. Vzájomné ovplyvňovanie sa naznačených dvoch dimenzií neplatenej práce je evidentné a poskytuje dostatočný výskumný priestor pre čo najširšie pochopenie jej podstaty.

Neplatená práca sa aj z uvedených dôvodov stala zaujímavou výzvou pre výskumný tím odborníkov, ktorí sa snažia komplexne uchopiť vybrané problémové roviny neplatenej práce v podmienkach SR, nakoľko takáto reflexia tu doteraz chýba. V rámci kontinuálne nadväzujúcich výskumných projektov VEGA 11/1141/11 „Trh práce v kontexte špecifik neplatenej práce, meranie jej rozsahu a dopadu na domácnosti, podnikateľskú sféru a ekonomiku“ a VEGA 1/0935/13 „Neplatená práca ako potenciálny zdroj sociálno-ekonomického rozvoja spoločnosti a determinant individuálneho blahobytu“, sústreďujú svoje úsilie na skúmanie a odhaľovanie tak ekonomických, ako aj mimoekonomických aspektov neplatenej práce.

Prvá prezentácia výsledkov vedeckého výskumu v podobe vedeckého seminára s medzinárodnou účasťou, ktorý sa konal na pôde Ekonomickej fakulty UMB v roku 2012, zároveň položila základy tvorivej spolupráce

a podnetného stretávania sa odborníkov, ktorých spája práve záujem o skúmanie neplatennej práce v domácnostiach. Aj na základe jeho úspešného priebehu sa rozhodli partneri z Warminsko-Mazurskej Univerzity v Olsztynie (Poľsko) v dňoch 29. a 30. mája 2014 organizovať medzinárodnú vedeckú konferenciu pod názvom „Neplatená práca“. Konferencia sa konala v meste Gierłoż, neďaleko Olsztynu a jej spoluorganizátorom bola aj Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici v zastúpení Ekonomickej fakulty a Právnickej fakulty.

Vedenie Ekonomickej fakulty UMB reprezentoval dekan fakulty Vladimír Hladlovský, ktorý rokovanie konferencie spolu s dekanom Právnickej fakulty a správy UWM v Olsztynie otvorili.

Cieľom konferencie bola výmena názorov, skúseností a poznatkov, ako aj prezentácia výsledkov výskumu a diskusia o aktuálnych otázkach týkajúcich sa právnych, ekonomických a širších sociálnych aspektov neplatennej práce. Rokovanie prebiehalo v dvoch sekciách, právnej a spoločensko-vednej.

Odborníci z oblasti práva poukázali v súvislosti s problematikou neplatennej práce na skutočne závažné ekonomicko-právne konzekvencie posudzovania a hodnotenia existencie neplatennej práce v domácnostiach. Historický pohľad na neplatenú prácu otrokov v rímskom práve priblížil Michal Turošík a poodhalil genézu výskytu tohto fenoménu v našich kultúrnych dejinách. Neplatenú prácu prostredníctvom noriem medzinárodného práva ozrejmil Rafal Mizerski a upozornil na diferencované interpretácie a dodržiavanie týchto noriem v národných legislatívach. Téma trestnej zodpovednosti za nevyplatené mzdy a odstupné v rámci trestného práva v podmienkach Slovenska sa venovali Duszan Korgo a Anna Schneiderová. Pracovno-právne aspekty existencie neplatennej práce reflektovali viacerí referujúci, okrem iného aj Katarzyna

Jaworska v príspevku „Minimálna mzda za prácu a dôstojnosť práce“. Problematike uzatvárania dohôd o vykonaní dobrovoľnej práce ako príkladu porušenia zmluvy o zamestnanosti sa venovala Agata Ludera-Ruszel. Zaujímavý, ale kontroverzný pohľad na neplatenú prácu ponúkol vo svojom vystúpení Marian Ďurana, ktorý sa venoval vzťahom medzi pracovnou zmluvou, zmluvou o dielo a priateľskou pomocou (výpomocou) a ich právnomu vymedzeniu. Tieto a mnohé ďalšie zorné uhly pohľadu na problematiku neplatennej práce podnietili živú diskusiu, ktorá oscillovala okolo ťažkostí, ktoré sa objavujú v príprave, prijímaní a dodržiavaní platnej legislatívy v rámci pracovného a trestného práva a súvisia s potrebou jednoznačne definovať a vymedziť hranice neplatennej práce, nezaplatenej práce, priateľskej pomoci či dokonca dobrovoľníckej práce. Upozornili tak na širokospektrálne dimenzie skúmanej problematiky.

Spoločensko-vedná sekcia konferencie sa venovala ďalším, predovšetkým ekonomickým a sociálnym aspektom neplatennej práce. Mária Uramová informovala o realizácii výskumných projektov VEGA a ich parciálnych výsledkoch, ktoré sú v podmienkach Slovenskej republiky cenné aj preto, že podobné zistenia zatiaľ na národnej úrovni absentovali. Zároveň prezentovala príspevok pod názvom „Neplatená práca a jej vplyv na sociálno-ekonomický rozvoj“. Na neplatenú prácu a jej význam pri meraní makroekonomickej aktivity poukázal člen riešiteľského tímu z Ekonomickej fakulty UMB Ján Kollár, ktorý spracoval makroekonomickú reflexiu neplatennej práce. Téma merania netrhových činností domácností a tvorbe satelitných účtov, ktoré zachytávajú produkciu domácností v Poľsku sa venovala Marta Tomczuk. Zaujímavý a obsahovo podnetnú prezentáciu ponúkla Ilona Blaszcak-Przybycinska, ktorá sa dlhodobo venuje neplatennej práci z hľadiska jej hodnoty a metód jej oceňovania v podmienkach

Poľska. Sumarizovala doterajšie výsledky meraní neplatennej práce realizovaných v poľských domácnostiach, čo umožnilo uskutočniť komparáciu obdobných zistení v podmienkach Slovenska. V priamej reakcii na toto vystúpenie, ako aj v neformálnej diskusii po ukončení rokovania konferencie, si zástupcovia obidvoch výskumných tímov z Poľska a Slovenska, vymenili skúsenosti týkajúce sa metodiky merania neplatennej práce, precizovali ďalšie metodické postupy a kritériá, ktoré by objektívnejšie kvantifikovali neplatenú prácu.

Na skutočnosť, že výskyt a nezanedbateľný objem neplatennej práce v slovenských domácnostiach podmieňujú vo väčšej miere mimoekonomické ako ekonomické determinanty, upozornila Mariana Považanová, ktorá prezentovala aktuálne výsledky výskumu za riešiteľský tím Ekonomickej fakulty UMB (Miriam Martinkovičová, Miroslava Tuschlová, Alena Kaščáková, Gabriela Nedelová, Ján Kollár). Poukázala na významný vplyv postojov a motívov k neplatennej práci, ktoré zásadným spôsobom ovplyvňujú rozhodovanie sa slovenských domácností o využívaní, prípadne nevyužívaní trhových substitútov neplatennej práce.

Na vzájomnú podmienenosť ekonomicko-právnych aspektov neplatennej práce poukázala Katarzyna Szumowska, ktorá sa venovala problematike hodnotenia práce opatrovateľov, ktorí sa starajú o osoby so zdravotným postihnutím. Upozornila nielen na finančné, ale aj morálne a sociálne podhodnotenie až nedoceňovanie významu týchto foriem starostlivosti a zároveň neadekvátne ukotvenie tohto typu prác v právnom poriadku Poľska. Záver rokovania tejto sekcie patril vystúpeniu Jerzyho Kawu, ktorý sa venoval marketingu moderného dobrovoľníctva, ktorý je v Poľsku veľmi rozšírenou formou vzájomnej pomoci a prejavovania lokálnej solidarity.

Oficiálne rokovanie v sekciách konferencie, ako aj neformálne rozhovory a diskusie medzi účastníkmi po jej ukončení, vytvorili dostatočný priestor na výmenu najaktuálnejších poznatkov týkajúcich sa merania objemu neplatennej práce v obidvoch krajinách, rozdielností v rozpracovaných metodikách jej vykazovania, diferencovaných foriem výskytu jednotlivých druhov neplatennej práce, spoločenskej akceptácie a legislatívnemu vymedzeniu jej podstaty. Uvedené súvislosti prispievajú k posudzovaniu a skvalitneniu pokračujúcich výskumov neplatennej práce v Poľsku i na Slovensku.

Miriam Martinkovičová

Scientia Iuventa 2014

Scientia Iuventa je medzinárodná konferencia doktorandov a mladých vedeckých pracovníkov z oblasti ekonomických vied. Na pôde Ekonomickej fakulty Univerzity Mateja Bela v Banskej Bystrici sa dňa 24. apríla 2014 konala 9. konferencia obohatená o vystúpenia odborníkov z praxe, ktorí sa zároveň podieľali na práci jednotlivých sekcií. Odborným garantom konferencie bola profesorka Viera Marková, prodekan pre vedeckovýskumnú činnosť na Ekonomickej fakulte UMB.

Na plenárnom rokovaní vystúpil Ján Šebo z Ekonomickej fakulty UMB, ktorý sa vo svojom príspevku venoval dôchodkovej problematike a analytik nezávislého think-tanku INESS Radovan Ďurana v príspevku na tému Vlastník neznámy poukázal na problém deficitu a hospodárenia s verejnými financiami v Slovenskej republike. Koordinátorka SAIA Zuzana Grochalová predstavila aktuálne štipendijné programy pre doktorandov.

Ďalej sa už rokovanie konferencie viedlo v troch sekciách pod vedením komisií, v ktorých bol zástupca akademickej obce Ekonomickej fakulty UMB, externý doktorand, ktorý pôsobí v praxi a úspešný

manažér z praxe. V jednotlivých sekciách vystúpilo 27 sťažiacich. Hodnotiaca komisia komplexne posudzovala jednotlivé príspevky z hľadiska spôsobu prezentácie riešených problémov v práci, brala do úvahy priebeh diskusie, vedeckú správnosť a erudovanosť argumentácie. V jednotlivých sekciách boli vyhodnotené tri najlepšie príspevky, ktoré boli odmenené vecnou cenou.

V sekcii *Cestovný ruch* bol najlepšie hodnotený príspevok Tomáša Gajdošika s názvom *Kooperácia subjektov v cieľových miestach cestovného ruchu na Slovensku a vo Švajčiarsku*. Druhé miesto získala Katarína Uličná s príspevkom *Komparácia efektívnosti sieťových a nezávislých hotelov použitím analýzy dátových obalov* a tretie miesto Miriama Ševčíková s príspevkom na tému *Ekonomické účinky rozvoja apartmánového bývania v stredisku cestovného ruchu Donovaly*. Všetci traja ocenení sú internými doktorandmi na Ekonomickej fakulte UMB.

Komisia v sekcii *Ekonomika a manažment* ohodnotila ako najlepší príspevok Stanislava Cúta s názvom *Predikovanie finančného úpadku podniku s využitím neurónovej siete MLP*. Eva Frančková s príspevkom *Použitie konsolidovanej účtovnej závierky pre manažérske účtovníctvo*, ktorá je doktorandkou na Fakulte managementu Univerzity Komenského v Bratislave získala druhé miesto a tretie miesto obsadila Zuzana Stroková s príspevkom na tému *Význam treasury aktivít vo finančnom riadení malých a stredných podnikov*. Prvé a tretie miesto získali doktorandi Ekonomickej fakulty UMB.

V sekcii *Verejná ekonomika a služby* bol ocenený ako prvý príspevok *Trhové riziko a druhý pilier. Je možné o riziku vôbec hovoriť?* Pavla Kiselu, ktorý pôsobí na Ekonomickej fakulte Technickej Univerzity v Košiciach. Druhé miesto získal doktorand Ekonomickej fakulty UMB Róbert Chovanculiak s príspevkom *Ekonomický*

pohľad na demokraciu a tretie miesto obsadil František Birčár z Národohospodárskej fakulty Ekonomickej univerzity v Bratislave s príspevkom *Zabezpečovanie verejných služieb na základe viazanosti investícií a merateľnosti výstupov*.

Konferencie sa zúčastnilo 66 autorov zo Slovenska, Českej republiky a Poľska, ktorí publikovali spolu 60 príspevkov. Výstupom z konferencie je recenzovaný zborník v elektronickej podobe na CD v rozsahu 514 strán. Recenzentmi zborníka boli profesori a docenti Ekonomickej fakulty UMB v Banskej Bystrici pôsobiaci na rôznych katedrách.

Konferenciu organizovalo Centrum rozvoja doktorandov Ekonomickej fakulty UMB, ktoré je unikátnym pracoviskom výskumu a vzdelávania doktorandov a mladých vedeckých pracovníkov nielen na domovskej fakulte, ale aj pre iných členov akademickej obce. Poslaním Centra rozvoja doktorandov je prostredníctvom tvorivých aktivít pomáhať zlepšovať kvalitu vedecko-výskumných a pedagogických procesov na fakulte a rozvíjať spoluprácu s hospodárskou praxou. Jedným z cieľom CRD je aj komercializácia výsledkov riešenia dizertačných prác a výsledkov výskumu v snahe prepojiť výsledky bádania doktorandov s potrebami hospodárskej praxe.

Na tomto mieste ďakujeme všetkým, ktorí akýmkoľvek spôsobom prispeli k úspešnému 9. ročníku medzinárodnej konferencie Scientia Iuventa. V súčasnosti už pripravujeme jubilejný desiaty ročník konferencie, ktorá sa bude konať v letnom semestri akademického roka 2014/15 na pôde Ekonomickej fakulty UMB, a na ktorú Vás srdečne pozývame.

**Peter Hronček, Lukáš Smerek,
Katarína Dubcová**

RECENZIE / BOOK REVIEW

Kotler, Ph. – Kotler, M.

Osm stratégií růstu – Jak ovládnout trh.

Brno: Biz Books, 2013. 208 strán.

ISBN 978-80-265-0076-6.

Marketingový guru Philip Kotler a uznávaný poradca v oblasti marketingových stratégií Milton Kotler prichádzajú v dobe ekonomickej neistoty, recesie a stagnácie na trh s publikáciou, ktorá ponúka návod na dosiahnutie udržateľného rastu. Autori predstavujú osem kľúčových stratégií, ktoré môžu podniky použiť v súčasnej dobe superkonkurencie. Zdroje rastu vidia predovšetkým v stratégiách ako je rast trhového podielu, rast založený na nadšených zákazníkoch a zainteresovaných subjektoch, expanzii vybudovaním silnej značky, prosperite vďaka inovácii nových výrobkov, služieb a skúseností, prosperite vďaka expanzii do zahraničia, expanzie fúziami, akvizíciami, strategickými alianciami a joint venture, expanzie dosiahnutím vynikajúcej povesti v oblasti spoločenskej zodpovednosti podniku, expanzie na základe spolupráce s vládou a neziskovými organizáciami.

Úvod publikácie (s.11-26) autori venujú rozsiahlemu vysvetľovaniu spoločensko-ekonomických súvislostí, ktoré predurčujú uplatňovanie ôsmich stratégií rastu. Poukazujú predovšetkým na skutočnosť zásadnej zmeny vo svetovom hospodárstve po roku 2008. Dlhý, ktoré jednotlivé vyspelé štáty nahromadili, budú do roku 2020 zásadnou prekážkou rýchleho hospodárskeho rastu a výraznejšieho znižovania nezamestnanosti. Za druhú zásadnú prekážku rastu pokladajú autori nevypočítateľnosť verejného sektora a kombinácie prijímaných opatrení. Nie je možné s istotou určiť, či verejný sektor bude šetriť, podporovať rast ekonomiky alebo kombinovať tieto opatrenia. V tomto stave väčšina spotrebiteľov prestala veriť predpovediam o vývoji ekonomiky

a výrazne šetrí svoje zdroje na horšie časy. Úspory na strane verejného sektora, podnikov aj spotrebiteľov tak ešte viac spomaľujú rast ekonomiky. Podniky sa ale musia rozhodnúť pre svoje stratégie hneď a nemôžu ich odkladať. Musia preto zvoliť stratégiu znižovania nákladov a pristupovať k celkovej zmene stratégie. Tretím problémom, ktorý musia podniky vyriešiť, je otázka rastu v pomaly rastúcej ekonomike. Ako pomôcku na riešenie ponúkajú charakteristiku deviatich megatrendov, ktoré budú do roku 2023 v rôznej miere ovplyvňovať podniky na celom svete. Autori svojich osem stratégií rastu nazvali ekonómiou rastu, pričom upozorňujú na rozdiel medzi riadeným a neriadeným rastom a zdôrazňujú dve základné charakteristiky rastu, ktorými je ziskovosť a udržateľnosť. Za záruku rýchleho rastu pokladajú osvojenie si všetkých osem stratégií.

Rast vďaka zvýšeniu trhového podielu (s. 27-49). (Zlé podniky konkurenciu ignorujú, priemerné ju kopírujú a špičkové ju nechávajú ďaleko za sebou.) Trhový podiel sa dnes získava najmä vďaka znižovaniu cien. V tejto súvislosti autori odporúčajú pre podnik tri základné prístupy, a to ponechanie cien a poskytnutie iných výhod, poskytnutie zľavy vybraným zákazníkom, zníženie ceny pre všetkých zákazníkov. Na zvýšenie trhového podielu odporúčajú realizovať päť krokov, a to hľadanie ciest, ako zvýšiť výkon, vypracovanie analýzy SWOT, zvýšenie finančnej a marketingovej sily, prehodnotenie marketingového mixu a zavedenie stratégií na rast trhového podielu. Z výskumov vyplynulo, že väčšina podnikov sa zamerala na hlavné a rastúce trhové segmenty a produktové rady pri zvýšení výdavkov na marketing, predovšetkým online marketing

Rast vďaka získaniu nadšených zákazníkov a zainteresovaných subjektov (s. 52-68). Žijeme vo svete absolútnej prevahy ponuky nad dopytom. Súčasný stav pravdepodobne neexistoval nikdy v histórii ľudstva v takej miere

ako dnes. Jediným nedostatkovým tovarom sú zákazníci, konštatujú autori. Mnohé podniky sa tak zamerali na konkurenciu, že zabudli na zákazníka a stalo sa im to osudným. Získanie nových zákazníkov stojí podľa dostupných štúdií 20 – 50 násobok investícií potrebných na udržanie si existujúceho zákazníka. Napriek tomu sa podniky celosvetovo snažia bezhlavo o získavanie nových zákazníkov bez ohľadu na existujúce trhové podiely. V tejto súvislosti treba odpovedať na štyri hlavné otázky. Ktorých zákazníkov a aké potreby chceme uspokojovať, aké sú fázy potrebné na to, aby sa zákazník stal nadšeným priaznivcom verným značke, čo robiť na zvýšenie vplyvu zamestnancov na spokojnosť zákazníkov a čo podniknúť na zlepšenie práce zainteresovaných subjektov. Nadšených zákazníkov môžeme získať rôznymi odporúčanými spôsobmi, ktoré potvrdzujú dominanciu dopytu nad ponukou z teoretického aj praktického hľadiska. Úvahy o zainteresovaných subjektoch sa orientujú na hodnotový reťazec a jeho konzistentnosť z hľadiska štandardu poskytovaných služieb.

Expanzia vybudovaním silnej značky (s. 69-89). Podľa zakladateľa spoločnosti Amazon značka znamená to isté ako povesť pre človeka. Každý podnik je v skutočnosti značkou, aj keď túto skutočnosť navonok nepresadzuje. Ak verejnosť pozitívne vníma imidž podniku a je dobre známy, podarilo sa značku podniku dobre presadiť. V skutočnosti je potrebné odlíšiť integritu, identitu a imidž značky. Plánovanie začína pri integrite značky, ktorá je príslušom hodnoty. Vybudovanie silnej značky pritom zvyšuje rastový potenciál tým, že si podniky účtujú vyššie ceny za výrobky a služby a majú lepšiu pozíciu pri hľadaní distribučných kanálov. Sila značky tak predstavuje potenciál pre rozširovanie pôsobnosti spoločnosti. Značka pomáha prežiť aj v období recesie napr. zavedením lacnejších výrobkov s výhodami. Značku je možné vytvoriť zo všetkého a za každú cenu. Prvkami

značky je meno, logo, slogan a iné náležitosti, napr. farba. Pri rozširovaní produktového portfólia je potrebné prihliadať na skutočnosť, dokedy môžeme značku rozširovať bez toho aby stratila pôvodný význam. Odporúča sa využívať napr. nástroje ako Google Alerts aby podniky zisťovali, čo si o nich zákazníci rozprávajú. Neustále sa treba zaoberať aj hodnotou značky na trhu a vplyvom digitálnych technológií na značku.

Prosperita vďaka inováciám nových výrobkov, služieb a skúseností (s. 91-128). Väčšina inovácií zlyhá, ale podniky ktoré neinovujú, zaniknú. Tak znie základné pravidlo pri uplatňovaní inovácií. Riešenie tak spočíva v počte inovácií a v miere ich úspechu. Inovovať znamená dávať do pomeru aj riziká a zisky. Najlepšie sa s inováciami vyrovnávajú podniky, ktoré zapracovali inovatívnosť priamo do svojich organizačných štruktúr. Podniky by si pri inováciách mali položiť päť základných otázok. Prečo inovovať? Podľa čoho posúdiť úroveň a kvalitu inovácií? Ako do štruktúr podniku vložiť inovatívnosť? Kde získavať inovatívne nápady? Ako dať inováciám formu? Ako môže podnik využiť nástroje kreativity, aby mohol lepšie rásť? Ako získať peniaze na financovanie inovácií? Autori uvádzajú odpovede na položené otázky a nachádzajú ich vo fungovaní úspešných podnikov s globálnou pôsobnosťou. Poukazujú na osobnostné charakteristiky a kvality zamestnancov, ktorí majú potenciál inovovať. Zaoberajú sa konkurenciou a hodnotením externého prostredia ako zdroja inšpirácie vrátane zohľadnenia názorov zákazníkov.

Prosperita vďaka expanzii do zahraničia (s. 129-142). Väčšina podnikov vyrastie na svojom lokálnom trhu a v prípade veľkých štátov pokračuje ďalšou silnou domácou expanziou. Expanzia za hranice štátu je možná vývozom výrobkov alebo priamymi zahraničnými investíciami. Americké spoločnosti sú aj z hľadiska histórie typickým

príkladom expanzie do zahraničia. Predaje v zahraničí často prinášajú väčšiu mieru zisku ako domáce investície. Export ako druhá možnosť je viac typická napr. pre Japonsko a Nemecko. Americkí producenti nie sú tak závislí na lacnej pracovnej sile, nakoľko investujú do technológií a podporuje sa aj získavanie lacných zdrojov energií. Autori kladú tri zásadné otázky: Aké sú dôvody na presun do zahraničia? Kedy vo svete dochádza k najväčšiemu rastu? Aké schopnosti sú potrebné v zahraničnom obchode? V súvislosti s týmito otázkami formulujú ďalšie problémy a čiastkové otázky, ktoré súvisia s praktickým pôsobením na území cudzích štátov. Pri analýzach odporúčajú zohľadniť rôzne ekonomické ukazovatele o raste v jednotlivých častiach sveta a štátoch. Ako príklad sa uvádza aj vytvorenie početnej strednej triedy v Číne s vysokou kúpyschopnosťou.

Expanzia fúziami, akvizíciami, strategickými alianciami a joint venture (s. 143-157). Trh je pódium, na ktorom podniky zákazníkmi predvádzajú to čo má byť zaujímavé. Takto sa podniky usilujú predat' čo najviac. Zrýchlenie tempa rastu je možné lepším využitím kapitálu, fúziami, akvizíciami, strategickými alianciami a joint venture. Autori si kladú kritickú otázku, prečo by podniky mali uvažovať takýmto spôsobom. Jednou z odpovedí je aj príležitosť naučiť sa pri spolupráci s inými podnikmi nové zručnosti, techniky predaja, meniť pohľad na vec, byť viac inovatívny ap. Nie každý prienik do zahraničia musí byť nevyhnutne úspešný z hľadiska miery zisku, ale pridaná hodnota je v schopnosti učiť sa. Existujú priateľské a nepriateľské prevzatia podnikov. M. Porter viac ako 30 rokov uskutočňuje kontinuálny výskum týkajúci sa diverzifikácie podnikov. Až 70 % aktivít tvorili akvizície, 22 % začínajúce podniky a len 8 % joint venture. Z uvedeného vyplýva, že prevzatie etablovaného podniku je výhodné približne len v 50 % prípadov, lebo následne treba zvládnuť reštrukturalizačné

úsilie. Výsledky výskumov M. Portera potvrdila aj poradenská spoločnosť KPMG, ktorá skúmala rast alebo pokles trhovej hodnoty po akvizíciách, pričom hodnoty akcií vo viac ako 50 % prípadov klesli. Autori si v ďalšom texte kladú otázky, ako odhadnúť, či našli pre akvizíciu vhodný podnik a aké problémy môžu nastať?

Expanzia dosiahnutím vynikajúcej povesti v oblasti spoločenskej zodpovednosti podniku (s. 159-172). Mahátma Gándhí svojho času povedal, že zmenou, ktorú hľadáme vo svete, sa musíme stať my sami. Tento výrok platí aj pre kritické posudzovanie fungovania a pôsobenia podnikov na svoje okolie. Podniky sa často zameriavajú len na vývoj nového výrobku alebo služby. V určitej fáze ich však začnú aktívne osloviť charitatívne organizácie a ich bezprostredné okolie. Vo vyspelých štátoch sa podniky zaujímajú o prostredie, v ktorom pôsobia, snažia sa integrovať do spoločenského života a miestneho diania. Autori si kladú viaceré otázky. Ako môže silná spoločenská zodpovednosť prispieť k rastu podniku? Aké sú základné faktory vplyvajúce na povest' podniku? Aké spoločenské oblasti môže podnik podporovať? Ako môže podnik dať najavo svoje hodnoty a spoločenskú zodpovednosť? Ako môže podnik odmerať vplyv spoločenskej zodpovednosti na predaje a rast? Za tri kľúčové aspekty prispievajúce k výkonu podniku autori považujú značku, kvalitné výrobky a dobré služby. Podnik už dnes nie je samostatne fungujúcou jednotkou nezávislou od prostredia, v ktorom pôsobí. Práve naopak. Aktívne sa musí zapájať do miestneho diania a zohľadňovať názory miestnych záujmových skupín. Podnik môže podporovať niekoľko základných aktivít. Záväzky voči spoločnosti pritom moderné podniky chápu ako prirodzenú súčasť podnikania, nie ako reakciu na vynútený tlak spoločnosti.

Expanzia na základe spolupráce s vládou a neziskovými organizáciami (s. 173-189). Východiskom úvah v tejto oblasti je poznanie

o pomere vládných výdavkov a súkromnej spotreby na HDP. Autori upozorňujú, že väčšina vlád vyspelých krajín stále vydáva značnú časť HDP na rôzne investície, programy ap. V tejto súvislosti je potrebné naučiť sa uchádzať o rôzne projekty, subvencie a možnosti podpory, ktoré umožnia podnikom ďalší rast. Príkladom sú veľké investičné projekty stavby železníc, dopravné projekty, projekty zamerané na inovácie ap. Ide tu nielen o národný a regionálny pohľad, ale aj o globálny pohľad na túto problematiku. Existujú aj riziká pri nezdravých verejných financiách, keď sa vláda a jej prístup zmenia na problém namiesto stimulátora ekonomického rastu.

V závere publikácie autori upozorňujú, že žijeme v najrizikovejšej dobe od veľkej

hospodárskej krízy. Podniky, ktoré chcú prežiť, musia rásť a rozvíjať sa. Je to o to ťažšie, že ľudia obmedzujú spotrebu a sporia. Odveký problém spočíva v tom, ako zabrániť nadmerným výdavkom v čase konjunktúry a extrémnym úsporám v čase krízy. Aj na toto nájdeme v publikácii zaujímavé odpovede. Kniha Ph. a M. Kotlerovcov je užitočnou pomôckou pre teoretikov i praktikov ekonómie, manažmentu a marketingu v časoch, keď je potrebné prežiť a rásť. Predstavuje novátorský a pozitívny prístup skúsených autorov k riešeniu rôznych situácií a problémov, prináša užitočné príklady a predovšetkým osem možných stratégií rastu.

Andrej Malachovský

