

TRENDY V PODNIKÁNÍ BUSINESS TRENDS

Obsah – Content

Petr Janeček

Editorial2

PODNIKOVÁ EKONOMIKA A MANAGEMENT / BUSINESS ADMINISTRATION AND MANAGEMENT

Milena Otavová, Pavel Semerád, Matěj Maják, Jana Gläserová

Taxation of non-profit organizations and tax assignments in the Visegrad countries3

Jarmila Ircingová, Jan Tluchoř, Mikuláš Gangur

Srovnání přístupů ke správě a strategii rozvoje nemovitostí ve vlastnictví obcí16

MARKETING A OBCHOD / MARKETING AND TRADE

Kateryna Martiushenko, Eduard Palovchyk

The influence of gender stereotypes on parents' decision-making processes while buying toys23

Petr Janeček, Michael Satýnek

Změny v mezinárodním turismu z pohledu platební bilance32

Kateřina Chvátalová

MICE v době (po)koronavirové: Přejížděný stav nebo trvalá redefinice oborů?43

Zveřejněné příspěvky byly recenzovány. Příspěvky neprocházejí jazykovou redakcí.

Contributions in the journal have been reviewed but not edited.

Klíčová slova – Keywords:

Podniková ekonomika – Business Economics

Management – Management

Marketing – Marketing

Finance a účetnictví – Finance and Accounting

Editorial

Vážení čtenáři,

v rukou právě držíte třetí číslo našeho vědeckého časopisu Trendy v podnikání. Toto číslo nabízí celkem pět příspěvků z různých oblastí správy budov ve vlastnictví veřejného sektoru, finančního managementu, turismu a produktového marketingu. Jedná se opět o články s různorodým zaměřením a také různými pohledy na problematiku podnikové ekonomiky a veřejné ekonomie.

Autoři Otavová, Semerád, Maják a Glaserová se zabývají tématem zdanění nevládního neziskového sektoru ve státech Visegrádské čtyřky. Autoři se specificky zabývají možností daňové asignace, která není v České republice zatím využívána oproti ostatním státům Visegrádské čtyřky. Cílem jejich článku je ověření zda daňová asignace má výhody pro financování neziskového sektoru.

Správa a strategie rozvoje majetku obcí, resp. správy budov ve vlastnictví obcí je tématem výzkumu autorského kolektivu Ircingová, Tluchoř a Gangur. Strategické řízení a plánování v oblasti rozvoje majetku obcí je znatelné u větších obcí. Autoři přišli na zajímavou souvislost mezi investičními výdaji na budovy a počtem obyvatel v obci. Výsledky naznačují, že realizace investic nemusí vždy okamžitě reagovat na změnu počtu obyvatel v obci. Autoři dokazují, že investice do budov souvisí s počtem obyvatel, naopak investiční výdaje v oblasti pozemků nemají zásadní závislost ani na počtu obyvatel, ani na velikosti katastru.

Vliv genderových stereotypů na rodiče při rozhodovacím procesu nákupu hraček zkoumali Martiushenko a Palovchik. Tento článek reflektuje v současnosti velmi aktuální diskuzi mezi genderovou rovností a stereotypizací genderu, a to konkrétně v případě výchovy a formování dětí. Autoři přišli na to, že vliv na rozhodování rodičů má věk dětí, jejich preference a genderové faktory. Mimo tyto faktory má vliv na rozhodnutí i edukativní schopnost hračky v podobě kreativní a inovativní hodnoty hračky. Autoři také potvrdili, že genderové stereotypy mají vliv na rozhodování rodičů, ale u dětí je situace zcela jiná dle věku a ovlivnění rodiči.

Poslední dva příspěvky se zabývají oblastí turismu. První od autorského kolektivu Janeček a Satýnek hodnotí mezinárodní turismus z pohledu platební bilance. Autoři identifikovali významné propady v bilanci turismu v důsledku pandemie covid-19 a protipandemických opatření. Dále autoři konstatují, že význam bilance turismu v celkovém pohledu platební bilance dlouhodobě slábne. Příjezdový turismus v České republice roste pomaleji, než je tomu v případě výjezdového turismu a některé tradiční zdrojové země se stávají spíše příjmovými pro tuzemské účastníky turismu. Jako příklad lze uvést Německo. Naopak zajímavé je, že některé země, které byly příjmové, se staly zeměmi zdrojovými, např. Slovensko.

Dopad pandemie onemocnění covid-19 souvisí významně i se současným stavem a vývojem turistického sektoru profesního cestování. Sektor MICE je velmi citlivý jak na ekonomické i mimoekonomické vlivy jako je např. počasí, hygienická situace či bezpečnost v destinacích. Na příkladu Prahy a dalších kongresových destinací ilustruje současný stav MICE sektoru autorka Chvátalová. Autorka předpokládá oživení oboru v horizontu let 2024-2026 ovšem se zásadními změnami, které budou především v oblasti hygienických, bezpečnostních a legislativních opatření. Online eventy budou i nadále zůstat početné, ale jejich význam bude postupně slábnout.

Doufáme, že představované trendy v jednotlivých odvětvích nastanou co nejdříve a život a ekonomiky se navrátí do podobných kolejí, jako tomu bylo před pandemií onemocnění covid-19. Jediné, co ovšem víme s jistotou je, že vědecký časopis Fakulty ekonomické bude přinášet i nadále kvalitní vědecké úvahy a inspiraci pro oblast výzkumu i praxe.

Za redakční radu
Petr Janeček

TAXATION OF NON-PROFIT ORGANIZATIONS AND TAX ASSIGNMENTS IN THE VISEGRAD COUNTRIES

Milena Otavová¹, Pavel Semerád², Matěj Maják³, Jana Gläserová⁴

¹ Ing. Milena Otavová, Ph.D., Department of Accounting and Taxes, Mendel University in Brno, milena.otavova@mendelu.cz. ORCID 0000-0003-2481-479X

² Ing. et Ing. Pavel Semerád, Ph.D., MBA, Department of Accounting and Taxes, Mendel University in Brno, Zemedelska 1, Brno, pavel.semerad@atlas.cz. ORCID 0000-0002-0901-6776

³ Ing. Matěj Maják, Mendel University in Brno, Zemedelska 1, Brno, xmajak@node.mendelu.cz

⁴ Dr. Ing. Jana Gläserová, Department of Accounting and Taxes, Mendel University in Brno, Zemedelska 1, Brno, jana.glaserova@mendelu.cz. ORCID 0000-0001-5038-8347

Abstract: The tax regime and the subsequent funding of non-governmental non-profit organizations through the institution of tax assignments in the Visegrad countries is the main topic of this paper. The issue of taxation is discussed with the aim of proposing changes and recommendations and reducing administrative costs of non-profit organizations in the Czech Republic. In the area of financing, the issue of tax assignments as one of the options of state financial support for the non-profit sector is explored. They are not introduced in the Czech Republic, however, in the other countries of the Visegrad countries this institution is already incorporated into their tax systems. The aim of the paper is to confirm or possibly refute the benefits of the concept of tax assignments for the current Czech tax system. The impacts of the introduction of tax assignments are identified on the basis of comparison of tax models. Analysis of statistical data was used to explore whether tax assignments affected the amount of transfers to non-governmental organizations and whether tax assignments could be an additional source of funding for non-profit organizations in the Czech Republic.

Keywords: Donations, income tax, Non-profit organization, taxation, tax assignments, gifts

JEL Classification: H24, H25, H61

INTRODUCTION

In most countries of the world, society is divided into three sectors. These are the public, private and non-profit sectors which co-exist and complement each other. The private sector includes all companies and organizations founded to make a profit. Their role is to provide services and sell goods; and from these activities they generate a profit. Private companies do not consider whether the services provided or the goods sold benefit the entire society. Whether the services or goods are of public benefit is the focus of the second sector (public sector). The goal of the public sector is not to generate a profit but to provide a public good. Public goods are financed from government revenues, and the main source of government revenues is taxes. The public sector is not regulated by the market but it is regulated by the state.

The third sector, also referred to as the non-profit sector, develops alongside the private and the public sector. It supplies goods and services that are not provided by the private or public sectors. These are predominantly the goods and services that should be provided by the public sector. As the name of the sector implies, the non-profit sector was not created for profit.

The non-profit sector is an important part of the political and economic environment of all developed countries. This sector has the desire to help others as the main incentive to do business, it is not motivated by return on investment. Therefore, in the non-profit sector, potential profits are used as part of the main activity of the non-profit organization. Non-profit organizations are involved in publicly beneficial areas such as social services, disability assistance, environmental protection, culture, and cultural heritage protection (e.g. Pejcal and Dostál, 2017). An important area of activity of the non-profit sector is also sport.

The paper deals with non-governmental non-profit organizations and discusses the current system of taxation of non-profit organizations. The part of the paper dealing with the taxation of non-profit organizations in the Czech Republic gives special consideration to the differentiation of taxpayers with a narrow or a broad tax base as they differ in the object of the tax under the Act No. 586/1992 Coll. On Income Tax. The object of the tax of the taxpayer with a broad tax base is all income except for income from investment grants, whereas the object of the tax of the taxpayer with a narrow tax base is mainly income that exceeds expenses. After comparing the tax regimes of non-profit organizations in the Visegrad countries with corporate income tax, some recommendations and changes to the taxation of the non-profit sector in the Czech Republic are proposed. The comparison is based on a model example and on the recalculation of tax liability under the tax laws of individual countries of the Visegrad countries. For many years, lawmakers have been playing with the idea of introducing tax assignments in the Czech Republic as a complementary source of funding for non-profit organizations. In 2001, a parliamentary proposal for the determination of a portion of income tax payable by natural persons for charitable purposes was submitted. The proposal intended to assign up to 7% of the income tax payable, but was not adopted. Four years later, there was another effort to reintroduce tax assignments into legislation of the Czech Republic, but the bill was rejected again. According to the proposers, this law would bring a new source of funding to non-profit organizations. They claim that if one-third of employees and self-employed people decided to assign 1% of their income tax, non-governmental non-profit organizations would receive almost 300 million CZK per year. (Pohlová, 2005)

The Czech Republic is the last country of the Visegrad countries which still has not allowed to assign a portion of the income tax payable to non-profit organizations. In Hungary, a law was passed which allows to assign part of the tax payable to a non-profit organization. This has been possible since 1996. In Poland, this law was introduced in 2003, and in Slovakia, taxpayers have been allowed to assign part of their tax since 2002. In Hungary and also Poland, the Tax Assignment Act allows only individuals to provide part of their tax payable to non-profit organizations. In Slovakia, the Act on Tax Assignments allows both natural and legal persons to remit part of their tax paid to a selected non-profit organization. In the Czech Republic, repeated efforts have been made to adopt the Tax Assignment Act, but they have been so far unsuccessful.

Škarabelová (2005) stated that tax assignments are a non-systemic, foreign element in the tax system that may complicate the already relatively complex tax system of the Czech Republic. Many opponents of tax assignments are convinced of the disadvantages of the above-mentioned mechanism of funding the non-profit sector. One of the disadvantages reported is that tax assignments undermine the characteristics of the paid tax. Tax is defined as a mandatory, non-refundable, statutory payment to the state budget. This is a non-purpose and non-equivalent payment. (Kubátová, 2010)

Tax assignments just undermine the characteristic of tax, which is considered to be of no purpose and no equivalent. The characteristic of tax, i.e. serving no specific purpose, is undermined by the fact that taxpayers themselves decide about the use of their tax. Taxpayers choose a non-profit organization that will receive a portion of their tax. The downside of this is that the state loses control over the use of public finances as taxpayers themselves decide about part of public finances. Tax non-equivalence means that taxpayers are not entitled to claim consideration for tax payment.

Tax assignments also affect this quality of taxes. By being able to influence the purpose of taxes, taxpayers can also indirectly affect the equivalence of taxes. A typical example is tax assignments made by parents for schools where their children study. In return, their children receive better study aids, a better learning environment, foreign lecturers, etc. Another disadvantage of tax assignment is the disproportion of income from tax assignments. Large non-profit organizations are able to pay for a massive advertisement campaign and thus reach out to a large number of people to provide them with a portion of their paid tax. On the other hand, the smallest non-governmental non-profit organizations often receive negligible or even no income from tax assignments.

BBCCzech - BBC (2004) can see a negative effect in horizontal justice. This means that if we have two taxpayers and one of them uses tax assignments, then he contributes a smaller amount to the public

budget than the taxpayer who does not assign his tax and thus is less involved in financing public goods. In our opinion, the issue of horizontal justice could be argued, since non-profit organizations are also producers of public goods, which undermines this injustice.

The indisputable advantage of introducing tax assignments is the support for a moral obligation to pay taxes. Tax morale is enhanced by the fact that taxpayers themselves can determine who will receive a portion of their paid tax and at the same time taxpayers must not fail to pay taxes due to the appropriate tax authority. (Semerád and Semerádová, 2017) Another advantage is that tax assignments raise people's awareness of the non-profit sector and that taxpayers themselves can be involved in public affairs through this funding. As Otavová (2014) states, tax assignments undoubtedly bring a number of positives, such as a free decision of citizens about how to use their paid tax. Bárta (2004) positively perceives the increase in communication between non-profit organizations and the public after introducing tax assignments. Thus, tax assignments also serve as a tool for communication between the public and the non-profit sector.

Despite many opponents of tax assignments in the Czech Republic, the paper answers the question whether it is appropriate to introduce tax assignments. The answer to this question is based on the calculation of the impact of the introduction of tax assignments on the state, the taxpayer and the non-profit organization.

1. RESEARCH METHODOLOGY

The paper deals with taxation and financing of non-profit organizations. To obtain information about the state of the non-profit sector in the Czech Republic as well as in the other countries of the Visegrad countries, different kinds of information sources were studied. All sources are listed in the references. In addition to the literature sources produced mostly by authors from the Visegrad countries, Internet sources were searched. These were mainly used to obtain data from the statistical offices of the Visegrad countries. An important source was the data provided via email by Ms Edit Pék and her team from the Hungarian Statistical Office and used for examining the issue of financing the non-profit sector in Hungary, and also an email communication with Mr Piotr Olczyk from the Polish Statistical Office, who provided important information and data necessary for exploring the area of financing the non-profit sector in Poland.

The description method was used to characterize the issue of taxation and financing of the non-profit sector in the Visegrad countries. Within the scope of the study of taxation of non-profit organizations, the income tax of these organizations was considered. In this part, there was a comparison of taxation systems based on a model example. Particular account was taken of the distinction between a taxpayer with a broad or a narrow tax base, the object of the tax, and deductible items from the tax base. On the basis of an analysis of the results of a model example of taxation of a non-profit organization, some recommendations were formulated for changes in the taxation system of the Czech Republic.

The paper also discusses the issue of tax assignments, since the Czech Republic is the last country of the Visegrad countries that still has not introduced tax assignments as an additional source of financing for non-profit organizations. There is an effort to find the best model of introducing tax assignments for the Czech Republic, following the trend set in Poland, Hungary and Slovakia. The paper examines the relationship between tax assignments and individual donations, or possibly government subsidies. The data used for this study came mainly from the STADAT, GUS, STATdat and DATAcube databases. The data collected helped to propose conditions for the introduction of the mechanism of tax assignments also in the Czech Republic. On the basis of the data obtained from individual countries, a prediction and comparison of impacts was made. The comparison of impacts was carried out with regard to individual pre-selected scenarios of introducing tax assignments in the Czech Republic. It was shown which of the three scenarios would be suitable for the introduction of tax assignments in the Czech Republic. Using the method of synthesis, the proposed changes in the area of taxation and financing of the non-profit sector in the Czech Republic were evaluated with respect to the data from the countries of the Visegrad countries.

2. RESULTS

2.1 Taxation of non-governmental non-profit organizations in the Visegrad countries

Non-governmental non-profit organizations of the Visegrad countries, under the corporate tax law of each Member State, are unconditionally subject to the corporate tax regardless of whether or not they are engaged in business activities in a particular tax period.

Although the mechanism of calculations in individual countries of the Visegrad countries is very similar, each country has its specifics. These specifics have a significant effect on the resulting tax liability in individual states (Mazanec and Bielikova, 2018). A model example was used to compare the mechanisms of calculation and tax obligations in individual states, while the pros and cons of legislative differences between individual states were emphasized.

The Czech Republic is the only country of the Visegrad countries that distinguishes between taxpayers with a narrow tax base and taxpayers with a broad tax base (Otavová, 2015). This distinction between taxpayers is perceived as problematic for the taxation of the non-profit sector in the Czech Republic. Taxpayers with a narrow tax base are burdened with excessive administrative costs in determining their tax liability. Excessive administrative costs arise as a result of the necessity of keying the costs of individual activities. In practice, it often means that taxpayers with a narrow tax base usually have a higher tax liability than taxpayers with a broad tax base. This is often caused by the fact that taxpayers with a narrow tax base do not have an opportunity to deduct losses from their tax base. A loss-making activity of these taxpayers is not the object of the tax.

Another weakness of Czech legislation in comparison with the legislation of the V4 countries lies in the taxation of the main activity. In the V4 countries, the main activity, the activity for which the non-profit organization was set up, is exempt from tax. This seems logical because the possible profit from the main activity of the non-profit organization is not distributed among partners, employees of the non-profit organization, but is used to support the main activity (Carvalho, Ferreira and Silva, 2019).

In Table 1 we present a model example regarding the calculation of tax liability under legislation of individual V4 countries.

Model example:

A non-profit organization within the scope of its responsibility is doing its core business (CB), which is not a commercial activity, and some entrepreneurial activities. The core business is divided into three parts CB1, CB2, and CB3. For its tax period, the non-profit organization in CB1 records revenues of 5,250,000 CZK and costs related to this activity of 3,150,000 CZK. CB2 is loss-making. Revenues from CB2 amount to 3,300,000 CZK and costs related to this activity are 3,700,000 CZK. CB3 is also loss-making, the non-profit organization records in CB3 revenues of 150,000 CZK and costs of 180,000 CZK, of which 40,000 CZK is entertainment expenses.

In the tax period, the non-profit organization received a subsidy of 300,000 CZK, which was used in full. It also records advertising revenues of 200,000 CZK. The costs of advertising amount to 25,000 CZK. The non-profit organization received financial donations for its operation worth 500,000 CZK. In the tax period, the donations were used in full. The organization carries out a secondary business (SB). The revenues from the secondary business are 1,760,000 CZK and costs of the secondary business are 710,000 CZK.

Table 1: The calculation of tax liability under legislation of individual V4 countries (in thousands of CZK)

	Czech Republic – broad tax base	Czech Republic – narrow tax base	Slovak Republic	Poland	Hungary
	Profit	Profit	Profit	Profit	Profit
Core Business 1	2,100.00	2,100.00	2,100.00	2,100.00	2,100.00
Core Business 2	-400.00	-400.00	-400.00	-400.00	-400.00
Core Business 3	-30.00	-30.00	-30.00	-30.00	-30.00
Subsidies	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Donations	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Advertising	175.00	175.00	175.00	175.00	175.00
Secondary Business	1,050.00	1,050.00	1,050.00	1,050.00	1,050.00
Total	2,895.00	2,895.00	2,895.00	2,895.00	2,895.00
Tax base (TB)	2,935.00	3,325.00	1,050.00	1,225.00	1,225.00
TB reduction	880.50	997.50	-	-	-
TB after reduction	2,055.00	2,327.50	-	-	-
Income tax	390.36	442.225	220.5	183.75	110.25

Source: Own compilation

The countries of the Visegrad countries, except the Czech Republic, have a very similar system of taxation of the non-governmental non-profit sector. A big advantage of the tax legislation of these countries of the Visegrad countries is the determination of the object of the tax. The object of the tax does not deny the basic purpose for which non-governmental non-profit organizations were established, as is the case in the Czech Republic. This means that the core business for which the non-profit organization was established is not the object of the tax, even if the core business revenue exceeds the expenses. Thanks to this, non-governmental non-profit organizations in Poland, Hungary and Slovakia pay mostly lower taxes than those in the Czech Republic. Secondary business activities have the same mechanism of taxation in the whole Visegrad countries. Tax systems of Slovakia, Poland and Hungary have advantages but also disadvantages.

The advantage of Slovak income tax legislation is that the Slovak Republic is the only country where since 2018 an exemption has been granted for advertising revenues of up to €20,000, which are used for charitable purposes. This exemption significantly affects the tax liability of non-governmental non-profit organizations which earn advertising revenues used for charitable activities. With regard to this new exemption and also the introduction tax assignments, we can say that the Slovak government is trying to support the non-profit sector more strongly. The disadvantage of the Slovak Republic in comparison with the other countries of the Visegrad countries is a high tax rate which reaches up to 21%. If the tax rate in Slovakia was the same as the lowest rate in Hungary, i.e. 9%, the tax in the model example would be the lowest, only 94.5 thousand CZK. This suggests that the main shortcoming in Slovak legislation of the taxation of the non-profit sector is just a high tax rate.

Poland is the only country to distinguish between small and large taxpayers. Small taxpayers have a lower tax rate than the large ones, namely 15%. Small taxpayers are those with less than €1.2 million in revenue. Thanks to this distinction, non-governmental non-profit organizations with revenues below the set limit of €1.2 million, have the second lowest tax rate within the Visegrad countries.

A big advantage of Hungary is that since the year 2017 it has had the lowest tax rate for corporate taxpayers, which is only 9%. In addition to the low tax rate, Hungarian legislation exempts non-profit organizations from paying if their business income does not reach 10 million HUF for the tax period and at the same time does not exceed 10% of all income. Such exemption for non-profit organizations is not granted by any other country of the Visegrad countries except for Hungary. The benefits of this

exemption can be enjoyed by those non-governmental non-profit organizations which carry out a small-scale business activity.

The lowest tax liability, as shown in the model example, is in Hungary, the differences between Poland, Hungary and Slovakia are due to relatively large differences in the tax rates. If we focused on the tax base, then the lowest is in Slovakia. As Table 1 shows, the taxation of non-profit organization in the Czech Republic is significantly higher than in the other countries of the Visegrad countries.

In connection with this topic, it is also appropriate to take a stand on the issue of an administratively demanding process, which concerns accounting and subsequent taxation of non-governmental non-profit organizations (NGOs) in the Czech Republic, applying taxation with a narrow tax base. Here, doing accounting in compliance with the requirements of the law consists in the division of income and subsequent keying of incurred expenses. This ultimately means that it should be known into which activity each expenditure falls and from what source it is paid. Allocation of costs in practice of non-profit organizations is very problematic because in some cases these activities cannot be easily matched or are accompanied by various operating costs that relate to more activities and must be correctly distributed. In an effort to comply with all legal requirements, there is a great demand for the analytical function of accounting, i.e. it is required to have very detailed analytical records or to keep cost centre accounting. This clearly shows that non-profit organizations with a narrow tax base have higher administrative costs than other entities. It is therefore possible to propose a single taxation mechanism for all non-profit organizations, identical with that of taxpayers with a broad tax base, where all incomes except investment subsidies are subject to tax. It can be argued here that this method of taxation is significantly more advantageous, as the loss incurred in the main activity can be compensated and consequently the tax base will be lower compared to that after adjustment of the narrow tax base. The transition to a broad tax base would certainly mean significant savings for non-profits in terms of administrative costs. However, it is also appropriate here to consider the impact on public budgets in terms of tax revenues. It is also necessary to focus on the effectiveness of collecting corporate income tax from non-profit organizations. Stejskal (2014) in his study, which covers the years 2008 to 2012, states that only about 60% of all non-profit organizations file a tax return and only 5% of them are liable to tax. Table 2 shows similar data for non-profit organizations that now have a narrow tax base for the years 2013 and 2014.

Table 2: Development of corporate income tax revenues from non-profit organizations

Year	Number of non-profits with a narrow tax base	Number of non-profits filing a tax return	Total tax in thousands of CZK	Tax per a non-profit (average) in CZK	Tax per a tax return filed (average) in CZK
2013	87,729	21,684	174,177	1,985	8,033
2014	93,029	22,644	156,256	1,680	6,900

Source: Authors' own work based on Finanční správa ČR (2016), Nadace Neziskovky.cz (2018)

These figures clearly show the inefficiency of tax collection on the part of the state, but also on the part of the taxpayer, which results in high administrative costs. With regard to the tax collection itself, these are very small amounts. As for average values, these amounts are almost negligible. Alarming is the average value of the tax paid per the number of NGOs registered for tax with a narrow tax base, because it is less than 2,000 CZK. It can therefore be argued whether this tax is effective. It is necessary to consider administrative costs on the part of taxpayers and costs on the part of tax authority. At the same time, it would be advisable to consider whether it is appropriate to maintain a narrow tax base regime in the taxation of non-profit organizations, which makes the accounting and taxation of the group of taxpayers complicated, in some cases even difficult to implement. The question is whether it would be preferable to simplify the recording of income and at the same time lower the administrative burden of these activities, mainly for associations. At the same time, it would be advisable to limit the number of tax returns filed by non-profit entities (for example, by setting a limit on turnover) when ultimately a zero-tax liability is reported, which would mean savings in terms of the administrative costs of financial authority.

2.2 Tax assignments in the countries of the Visegrad countries

Hungary was the first V4 country to introduce tax assignments, specifically in the year 1996. The Czech Republic is the only country in this group where tax assignments are not introduced (Hladká and Hyánek, 2016). The following table shows the form of tax assignments in these countries, including tax reliefs on donations. Significant influence can be seen in the relationship between tax assignments and tax reliefs. The overall impact is then dependent on the overall tax system applicable in the country. As Šíroký (2018) states, there are differences in the methods of construction of tax bases, the system of deductible items from the tax base, and other provisions significantly affecting the calculation of the final tax (see Table 3).

Table 3: Income tax and tax assignments

Country	Personal income tax rate	Tax relief on donations for individuals	Corporate income tax rate	Tax assignments for individuals	Tax assignments for corporations
Hungary	Flat tax of 15%	No	9%	1%	No
Poland	Progressive sliding scale tax of 18% and 32%	6% of the tax base at the maximum	19%	1%	No
Slovakia	Progressive sliding scale tax of 19% and 25%	No	21%	2%	2%
Czech Republic	Flat rate of 15%, i.e. 20.1% of the super gross salary	15% of the tax base at the maximum	19%	No	No

Source: Authors' own work based on IBFD editors' team (2019a), IBFD editors' team (2019b)

In the countries studied, with the exception of Poland, it is not possible to apply tax relief on donations. Only in Slovakia legal entities are allowed to assign part of their tax and the percentage of tax assignments for natural persons (2%) is higher than in the other countries (Blaščák, 2016; Otavová, 2017).

In 2001, there was an effort in the Czech Republic to introduce tax assignments by putting forward a bill on tax assignments. In Hungary at that time, a similar law had been effective for 5 years. And just in 2001, the Act on Tax Assignments came into force in Slovakia. In Poland, the Act on Tax Assignments did not come into force until 2003. The Act on Tax Assignments of 2001 and subsequent proposals were not accepted in the Czech Republic because of concerns about their negative impact on the state budget. Another reason was concerns about taxpayers' attitudes and their unwillingness to give a portion of their tax payable to non-profit organizations. And finally, there were fears about attitudes of non-profit organizations and their unwillingness to apply for tax assignments.

If we consider the so far proposed percentage of tax assignments in Czech legislation while considering the criticism of the proposals of individual laws on tax assignments, we conclude that there are four options of the impact of the introduction of tax assignments (see Table 4).

Table 4: Comparison of options A, B, C

Option	Tax assignments (%)	Subsidies	Tax relief for donors
A	1%	No change	No change
B	1%	Reduction	No change
C	1%	No change	Abolition (reduction)

Source: Own compilation

The fourth option (Option D) means reduction in subsidies and in tax reliefs. This option is excluded as it is totally inappropriate because tax assignments are introduced in order to supplement sources of funding and not to completely replace them.

Option A

Option A represents an ideal combination of funding for non-profit organizations. This combination is beneficial for non-profit organizations because after the introduction of tax assignments, there is neither reduction in government subsidies nor reduction (abolition) in tax reliefs for donors. However, of all possible combinations this one is the least favourable for the state. The reason is that the state has to spend a lot of money on the introduction of tax assignments, which will entail high administrative costs. After the introduction of tax assignments, the state will lose part of the personal income tax and at the same time the state will not change the amounts of subsidies. On the basis of the ratio of natural persons' assignments in Slovakia in the first 10 years after the introduction of tax assignments, we can estimate the impact of the introduction of tax assignments on the state budget of the Czech Republic.

Table 5: Estimated tax assignments in the Czech Republic (in millions of CZK)

Year	Individual Income Tax	Maximum tax assignments	Estimated tax assignments	Achieved from the maximum (%)
2007	143,391	1,434	-	-
2008	132,929	1,329	465	35
2009	116,607	1,166	408	35
2010	119,830	1,198	527	44
2011	122,312	1,223	538	44
2012	123,049	1,230	541	44
2013	128,815	1,288	618	48
2014	131,995	1,320	634	48
2015	138,623	1,386	665	48
2016	156,241	1,562	859	55
2017	176,858	1,769	973	55

Source: Finanční správa ČR (2019b)

As Table 5 shows, every year the state would lose a significant amount of money, by which the personal income tax revenue would be reduced. The illustrative situation assumes that the state would pass the Act on Tax Assignations in 2007, and in the year 2008 natural persons would assign the tax payable for the first time. Natural persons could assign income from employment and entrepreneurial activity. It would be possible to assign 1% of the tax payable, as stated in the draft of the Tax Assignment Act, which was not approved in the Czech Republic.

The question is whether the Czech Republic is willing to lose an amount of money. Since in Option A there is no reduction in subsidies, no abolition of tax reliefs and at the same time there is the introduction of tax assignments, it can be assumed that this option is unacceptable for the state. This is mainly because today's politicians strive for a balanced budget and the value of tax assignments would be lacking.

Option B

This option would be neutral for the state. The state would reduce subsidies to non-profit organizations by just the amount of tax assignments. This would compensate for the loss of part of the personal income tax revenue. In this situation the state could bear the administrative costs associated with tax assignments or further reduce subsidies by administrative costs. If the state reduced subsidies for non-profit organizations by the administrative costs associated with tax assignments, the state would be in the same situation as before the introduction of tax assignments, but the situation would be worse for non-profit organizations. This option would not be a good solution.

However, in Poland and Slovakia, we can see a constant increase in state support for non-profit organizations even after the introduction of tax assignments. This means that neither of the countries accepted Option B while introducing tax assignments (Table 6).

Table 6: Comparison of subsidies in the Slovak Republic and Poland

Year	Sum of subsidies in €	
	Poland	Slovakia
2013	62,164,166.50	59,244,000.00
2014	67,039,670.20	66,339,000.00
2015	69,626,613.70	82,852,000.00
2016	60,709,818.10	75,904,000.00

Source: Štatistický úrad Slovenskej republiky (2019a), Główny Urząd Statystyczny (2017a)

As far as non-profit organizations are concerned, Option B is disadvantageous for them. This is because their income would not change or could be even lower. What they would receive through tax assignments they would lose on state subsidies. Such a situation may be dangerous for some non-profit organizations due to disproportion. Small organizations mostly receive negligible amounts through tax assignments, compared with large non-profit organizations. This is a typical problem in Poland where out of the total assigned amount of approximately 511 million PLN, one organization, namely Fundacja Dzieciom "Zdążyć z Pomocą", received 136 million PLN (26% of the total assigned amount). Disproportion also occurs in Slovakia but it is not so great. In 2016, the Pontis Foundation received the majority of funds from tax assignments, i.e. €2 million of the total amount of approximately €60 million, which is 3.3% of the total. Taxpayers in Option B (just like in Option A) can assign 1% of their tax payable to non-profit organizations. In Option A and Option B, there is no reduction or abolition of donor tax relief.

Option C

In Option C, there is reduction in tax relief for taxpayers who donate to non-profit organizations. In the Czech Republic there has been an effort to introduce tax assignments for natural persons, so we will further assume that tax relief for donors (natural persons only) has been abolished. The value of donations provided by individuals to non-profit organizations is very difficult to determine. The amount in Table 7 is the amount of the non-taxable portion of the tax, which is not logically equal to the value of donations to non-profit organizations. In the Czech Republic, under the Income Tax Act, it is possible to deduct a maximum of 15% of the tax base.

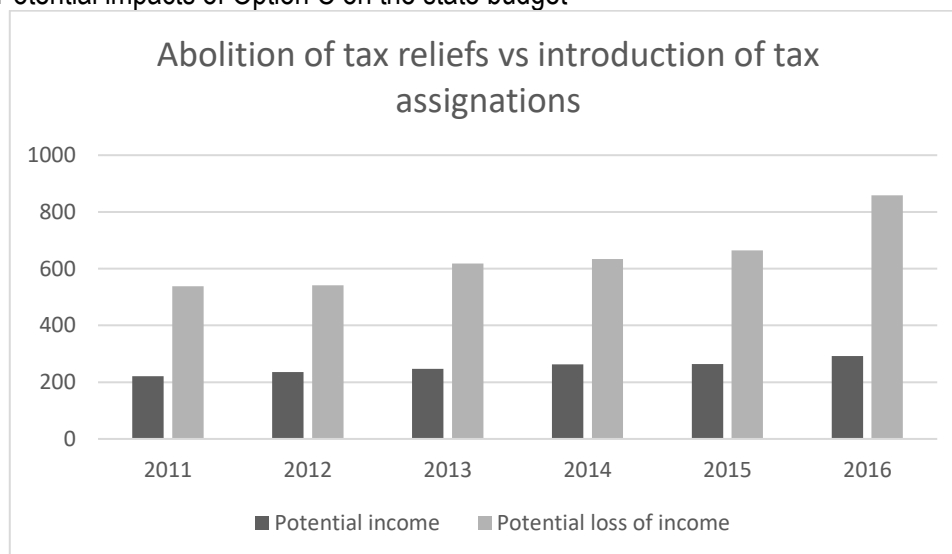
Table 7: Development of the non-taxable part of the tax base in millions of CZK

Year	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Non-taxable part of tax base	1,472	1,572	1,650	1,750	1,760	1,944
Potential income	221	236	248	263	264	292

Source: Finanční správa ČR (2019a)

Table 7 shows the development of the non-taxable part of the tax from 2011 to 2016. It also shows the potential income that the state would receive in individual years provided it abolished tax relief for donors, individuals. As evident from the table above, both values increase each year. If we compare the income that the state would receive after the abolition of tax reliefs for donors with the tax income which the state would lose after the introduction of tax assignments, the result is that the additional income will cover very little of the additional loss of tax revenues from tax assignments.

Figure 1: Potential impacts of Option C on the state budget



Source: Own compilation

Option C seems more acceptable than Option A because the loss from the introduction of tax assignments will at least partially be covered by the additional income from the abolition of tax reliefs for donors.

Table 8: The value of donations per capita in €

Year	Donations per capita Czech Republic	Donations per capita Slovak Republic	Donations per capita Hungary	Donations per capita Poland
2013	6.15	17.73	10.06	1.50
2014	6.51	22.85	9.97	1.60
2015	6.54	25.14	10.65	1.76
2016	7.21	21.91	12.23	1.82

Source: Authors' own work based on data from the Štatistický úrad Slovenskej republiky (2019b), Nadace Via (2018) Główny Urząd Statystyczny(2017b) and Központi Statisztikai Hivatal (2019)

Non-profit organizations are concerned about this approach. Their concerns come from the fact that taxpayers will lose motivation to donate. This situation can happen if taxpayers completely meet their philanthropic needs by assigning 1% of their tax payable. However, it is difficult to prove whether this will happen. On the basis of the situation in the countries of the Visegrad countries, we can say that this situation did not occur. As shown in Table 8, the value of donations per capita did not decrease in any country with increasing tax assignments. This refutes the fact that if people give tax assignments to non-profit organization, they lose interest in giving them donations.

If we compare all three options (A, B, and C), it is hard to reach an unambiguous conclusion and choose just one option that is ideal for the Czech Republic. Each option negatively affects any of the subjects, be it the state, the non-profit organization or the taxpayer. The best option is, of course, Option C, which is supported by the development of the countries of the Visegrad countries that introduced the option of tax assignments.

DISCUSSION AND CONCLUSION

The paper presents the results of research into the taxation and financing of non-profit organizations in the countries of the Visegrad countries.

On the basis of analysis carried out, it is possible to propose a change in the taxation of non-profit organizations, specifically for taxpayers with a narrow tax base. For the taxation of non-governmental non-profit organizations in the Czech Republic, it is possible to recommend taxation of all incomes, which would ultimately mean possible compensation for loss-making activities and consequently reduction

in the overall tax base. Therefore, it is appropriate to introduce the status of a taxpayer with a broad tax base for all non-profit organizations. This would solve the issue of high tax burden on many non-profit organizations and also reduce the administrative burden. Individual non-profit organizations are burdened with high administration in determining the tax base, for example in the cost-benefit analysis of individual activities. This would reduce the administrative burden of determining the tax base of non-profit organizations and make tax collection more effective.

In the area of taxation, it is possible to propose the introduction of taxation according to the purpose and not according to the activity the non-profit organization carries out. If a non-profit organization carries out the activity for which it was established and whose purpose is, therefore, not to make a profit, this activity should be tax exempt. This method of taxation is introduced in all the other states of the Visegrad countries. Using the activity-based taxation denies the basic purpose of non-profit organizations – non-profit organizations are not established to do business.

In the Czech Republic, it is also possible to recommend the introduction of tax assignments. The Czech Republic has been experiencing economic growth for several years in row, unemployment is at historical lows and it is the lowest in the European Union. In such a period, people are optimistic about their financial plans and are more willing to support not only the non-profit sector. The introduction of tax assignments could improve the relationship between people and the non-profit sector and also provide additional funds for non-profit organizations.

It can be assumed that about 50% of natural persons in the Czech Republic would take the opportunity to assign, similarly as, e.g., in Slovakia. By introducing tax assignments, the state would lose part of the income tax from individuals. In addition, tax relief on donations could be abolished, which could mean lower motivation to donate to non-profit organizations. This study has shown that there is no cause for concern because these concerns did not arise in practice in the countries where tax assignments are introduced. At the same time, it was proved that even after the introduction of tax assignments the value of state subsidies provided is still increasing.

If tax assignments should be introduced in the Czech Republic, it can be recommended to introduce them only for natural persons in the amount of 1% of the tax paid. With regard to the assumption that approximately 50% of natural persons will assign, it is possible to calculate the expected assignments for the Czech Republic. On the basis of data related to the collection of personal income tax for the year 2018 and the assumption that 50% of taxpayers will assign, the amount would be 50% of 1% of the collection of personal income tax, i.e. approximately 1.008 mil. CZK ($0.5 * 201,517 \text{ million CZK} * 0.01$). At the same time the possibility of tax deductions on gifts by natural persons would probably be abolished. If state subsidies for the non-profit sector were not reduced, the funding of non-profit organizations would be strengthened.

In Poland and Slovakia, there is a considerable disproportion in the distribution of funds assigned to non-profit organizations. In Hungary, however, there is no such significant disproportion. The question is whether there would be distribution disproportion also in the Czech Republic after introducing tax assignments. There are a number of tools to prevent disproportions in the distribution of tax revenues. For example, taxpayers could assign taxes to a non-profit organization that is based in the region or the district where the taxpayer resides. There is also an instrument of imposing a ceiling on funds from tax assignments. If any instrument were to be introduced to reduce disproportions of tax assignments, it would be possible for taxpayers to assign taxes to non-profit organizations that have their registered office where the taxpayer resides. This instrument would promote an even distribution of funds across the country.

Despite the fact that it was considered in the Czech Republic to adopt a mechanism of 1% tax assignment, the Czech Republic may be inspired by the operation of tax assignments for natural persons in the Visegrad countries. In the Czech Republic, it would be possible to propose tax assignments for natural persons of 1%, and subsequently, following the example of Slovakia, to introduce the possibility of increasing tax assignments from 1% to 2%, if the taxpayer carries out voluntary work. It is difficult to find

out whether this mechanism will encourage people to engage in volunteering but it will certainly encourage those taxpayers who are already volunteering.

The paper quantified the impacts of the introduction of tax assignments in the Czech Republic. They were quantified from the perspective of taxpayers, non-profit organizations and the state. None of the options presented was ideal for all groups at the same time. From the viewpoint of the function of tax assignments (improvement of the relationship of citizens and non-profit organizations, additional source of financing) the best model for the Czech Republic appears to be Option C. On the basis of the findings from the other countries of the V4, it is most unlikely that people would lose willingness to donate funds to non-profit organizations after abolishing tax reliefs for donors (European Center for Not-for-Profit Law, 2016). In Hungary and Slovakia, despite the abolition of tax reliefs, donations increase every year. Subsidies should be maintained in the set regime. Small organizations that do not have the funds to reach out to people for tax assignments are often dependent on the subsidies from the state and reducing subsidies would bring these organizations to an end.

At the same time, it should be mentioned that tax assignments are a tax redistribution, not philanthropy, which is at a good level in the Czech Republic. In the case of tax assignments, the state loses part of its decision-making power and, at the same time, the introduction of tax assignments has a negative impact on public budgets. Tax assignments would only be a small part of the overall model of funding the non-profit sector. At the same time, tax assignments would become part of the tax system, which would become more complex and there would definitely be an increase in administrative costs. The introduction of tax assignments would certainly depend on their specific form and also the will of the state to support private donations, and the value of subsidies provided. It should be noted that forms of support to the non-profit sector are a political decision related to the objectives pursued.

REFERENCES

- Bárta, J. (2004). Daňové asignace – přínos či riziko? Grantis, 5. Retrieved September 30, 2021, from <http://zpravodajstvi.ecn.cz/txt_kom_full.stm?x=184745>.
- BBC Czech – BBC. (2004). "Chceme je?". Retrieved September 30, 2021, from: <http://www.bbc.co.uk/czech/domesticnews/story/2004/02/printable/040207_radiofejeton.shtml>.
- Blaščák, F. (2016). Percentage Tax Designation System: Country report: Slovakia. Retrieved September 30, 2021, from <<http://taxdesignation.org/slovakia>>.
- Carvalho, A. O., Ferreira, M. R. & Silva, P. A. (2019). Partners in a caring society – a nonprofit organization case study. Journal of Scientific Papers Economics & Sociology. 12 (2): 129-146.
- European Center for Not-for-Profit Law. (2016). Case studies from Hungary, Poland and Slovakia on practical issues of implementation of the percentage mechanism. Retrieved September 30, 2021, from <<https://ecnl.org/publications/experiences-implementation-percentage-designation-mechanism>>.
- Finanční správa ČR (2016). Poskytnuté informace dle zákona č. 106/1999 Sb., (30/2016). Retrieved September 30, 2021, from <<http://www.financnisprava.cz/cs/financni-sprava/generalni-financni-reditelstvi/uredni-deska-gfr/poskytnute-info-dle-zakona-106-1999sb/2016>>.
- Finanční správa ČR. (2019a). Daňová statistika 2011 – 2016. Retrieved September 30, 2021, from <<https://www.financnisprava.cz/cs/dane/analyzy-a-statistiky/danova-statistika>>.
- Finanční správa ČR. (2019b). Vývoj inkasa vybraných daní v ČR v letech 1993 – 2018. Retrieved September 30, 2021, from <<https://www.financnisprava.cz/cs/dane/analyzy-a-statistiky/udaje-z-vyberu-dani>>.
- Główny Urząd Statystyczny, (2017a). Organizacje pożytku publicznego i 1%. Retrieved September 30, 2021, from <<https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/gospodarka-spoleczna-wolontariat/gospodarka-spoleczna-trzeci-sektor/organizacje-pozytku-publicznego-i-1,4,3.html>>.
- Główny Urząd Statystyczny. (2017b). Działalność organizacji non-profit w 2015 r.: zarządzanie i współpraca. Retrieved September 30, 2021, from <<https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/gospodarka-spoleczna-wolontariat/gospodarka-spoleczna-trzeci-sektor/organizacje-pozytku-publicznego-i-1,4,3.html>>.

- spoleczna-wolontariat/gospodarka-spoleczna-trzeci-sektor/dzialalnosc-organizacji-non-profit-w-2015-r-zarzadzanie-i-wspolpraca,12,3.html>.
- Hladká, M. & Hyánek, V. (2016). Usefulness of Tax Assignment for the Czech Tax System: The Direction of Debates on Introducing. In D. Špalková & L. Matějová. Current Trends in Public Sector Research. Proceedings of the 20th International Conference. Brno: Masarykova univerzita, s. 122-130.
- IBFD editors' team. (2019a). Global Corporate Tax Handbook 2019. IBFD Tax Knowledge Centre.
- IBFD editors' team. (2019b). Global Individual Tax Handbook 2019. IBFD Tax Knowledge Centre.
- Központi Statisztikai Hivatal (2019). Number, distribution and donations of donor organisations. Retrieved September 30, 2021, from <http://www.ksh.hu/docs/eng/xstadat/xstadat_annual/i_qpg007.html>.
- Kubátová, K. (2010). Daňová teorie a politika. Praha: Wolters Kluwer ČR.
- Mazanec, J. & Bieliková, A. (2018). The Application of Nonparametric Methods in Nonprofit Sector. In: Tsounis N. & Vlachvei A. (eds) Advances in Panel Data Analysis in Applied Economic Research. ICOAE 2017. Springer Proceedings in Business and Economics. Springer, Cham. From <https://doi.org/10.1007/978-3-319-70055-7_20>.
- Nadace Neziskovky.cz. (2018). Aktualizovaná statistika počtu NNO v letech 1990-2017. Retrieved September 30, 2021, from <<http://www.neziskovky.cz/clanek/1079/0/hledej/aktualizovana-statistika-poctu-nno-v-letech-1990-2016/>>.
- Nadace Via. (2018). Vývoj soukromého dárcovství v České republice v letech 2006 až 2016. Retrieved September 30, 2021, from <https://www.nadacevia.cz/wp-content/uploads/2018/11/Nadace-Via_statistiky-soukromeho-darcovstvi-2016.pdf>.
- Otavová, M. (2015). Taxation of Non-Profit Organizations in the Selected European Countries: The Proposal of the Changes for the Czech Republic. Acta Universitatis Agriculturae et Silviculturae Mendelianae Brunensis, 63: 985-993.
- Otavová, M. (2017). Influence of the Introduction of Tax Assignations on the Amount of Donations and Subsidies. Acta Universitatis Agriculturae et Silviculturae Mendelianae Brunensis, 65: 319-326.
- Otavová, M. Solilová, V. & Grášgruber, M. (2014). Would be appropriate to introduce a tax assignation in the Czech Republic?. Procedia Economics and Finance 12: 498-507.
- Pejcal, J., Dostál, J. (2017). Nongovernmental Nonprofit Organisations in Social Services: Theories Versus the Real Situation in the Czech Republic. Scientific papers of the University of Pardubice. Series D, Faculty of Economics and Administration. 40: 177-187.
- Pohlová, S. (2005). Fórum dárců: Více než polovina občanů ČR chce uzákonit daňové asignace. Retrieved September 30, 2021, from <<https://ekolist.cz/cz/zpravodajstvi/zpravy/vice-nez-polovina-obcanu-cr-chce-uzakonit-danove-asignace>>.
- Semerád, P., Semerádová, L. (2017). Nezdánitelné části základu daně z ekonomického pohledu. in Dny práva 2016 – Days of Law 2016. ed. P. Mrkývka, D. Czudek and J. Valdhans, 277-286, Brno: Masarykova univerzita, 2017).
- Široký, J. (2018). Daně v Evropské unii, Praha: Leges.
- Škarabelová, S. (2005). Daňová asignace jako nový prvek daňové politiky ČR. In Theoretical and practical aspects of public finance, 152-159. Prague: University of Economics.
- Stejskal, J. (2014). Jak nestátní neziskové organizace přispívají do státního rozpočtu?. Retrieved September 30, 2021, from <<https://www.dauc.cz/dokument/?modul=li&cislo=47468>>.
- Štatistický úrad Slovenskej republiky. (2019a). Dary a príspevky v nezábobkových organizáciách podľa právnych foriem [ns2002rs]. Retrieved September 30, 2021, from, <http://datacube.statistics.sk/#!/view/sk/VBD_SLOVSTAT/ns2002rs/v_ns2002rs_00_00_00_sk>.
- Štatistický úrad Slovenskej republiky. (2019b). Dary a príspevky v nezábobkových organizáciách podľa ekonomických činností (SK NACE Rev. 2). Retrieved September 30, 2021, from, <http://datacube.statistics.sk/#!/view/sk/VBD_SLOVSTAT/ns2001rs/v_ns2001rs_00_00_00_sk>.

SROVNÁNÍ PŘÍSTUPŮ KE SPRÁVĚ A STRATEGII ROZVOJE NEMOVITOSTÍ VE VLASTNICTVÍ OBCÍ COMPARISON OF APPROACHES TO THE MANAGEMENT AND DEVELOPMENT OF MUNICIPAL REAL ESTATE

Jarmila Ircingová¹, Jan Tluchoř², Mikuláš Gangur³

¹ Ing. Jarmila Ircingová, Ph.D., Fakulta ekonomická, Západočeská univerzita v Plzni, jircingo@kpm.zcu.cz, ORCID 0000-0002-8324-8081

² Ing. Jan Tluchoř, Ph.D., Fakulta ekonomická, Západočeská univerzita v Plzni, jtluchor@kmo.zcu.cz, ORCID 0000-0003-0779-1792.

³ doc. RNDr. Mikuláš Gangur, Ph.D., Fakulta ekonomická, Západočeská univerzita v Plzni, gangur@kem.zcu.cz, ORCID 0000-0002-7731-9146

Abstract: The paper deals with the comparison of approaches to the real estate management in selected municipalities of the Czech Republic. Individual municipalities can choose different ways of property management from ad hoc management by the mayor to outsourcing of administration to an external organization, depending on the size of the municipality, the size of the property or the habits in the state. The aim of the paper is to compare the similarities and the differences of property management in selected municipalities. In the next part, the paper focuses on the method of strategic planning and implementation of municipal strategies in the real estate use. The authors base the paper on the analysis of strategic documents of municipalities or higher self-governing units, which contain a plan for the use and the development of real estate in municipal ownership.

Keywords: municipalities; real estate management; strategy

JEL Classification: M19, H82

ÚVOD

Představitelé místní samosprávy si stále více uvědomují, že je nutné rozvoj obce plánovat a řídit v delším časovém horizontu. Z tohoto důvodu se začínají zabývat strategickými plány a jejich implementací do různých oblastí fungování obce. Strategie by se měla promítat rovněž do správy majetku obce, a to včetně nemovitostí. Tento příspěvek se zaměřuje právě na strategie a přístupy obcí z hlediska správy a rozvoje nemovitého majetku v jejich vlastnictví. Vychází z dílčích výzkumů, které provedl řešitelský tým projektu zaměřeného na problematiku nemovitostí ve vlastnictví obcí. Tento projekt je realizován na Fakultě ekonomické ZČU ve spolupráci s Fakultou aplikovaných věd ZČU již několik let. Při rešerši dostupných zdrojů i osobních návštěvách vybraných obcí bylo zjištěno, že přístup jednotlivých místních samospráv ke správě majetku a plánování jejího rozvoje se výrazně odlišuje. Řešitelský tým považuje tuto oblast za velmi důležitou, proto se část výzkumu, jehož dílčí výstupy prezentuje tento článek, zaměřila na přístupy ke správě a strategiím rozvoje nemovitostí a na základě vyhodnocení většího vzorku obcí napříč Českou republikou.

1. SPRÁVA A STRATEGIE ROZVOJE NEMOVITOSTÍ VE VLASTNICTVÍ OBCÍ - TEORETICKÁ VÝCHODISKA

Města a obce všech velikostí řeší hospodaření se svým majetkem, a to jak movitým, tak nemovitým. Autoři tohoto příspěvku se soustředí na problematiku hospodaření obcí s nemovitým majetkem a také strategií, která se týká jeho rozvoje. Podle Občanského zákoníku §498 odst. 1 představují „nemovité věci pozemky a podzemní stavby se samostatným účelovým určením, jakož i věcná práva k nim, a práva, která

za nemovitě věci prohlásí zákon. Stanoví-li zákon, že určitá věc není součástí pozemku, a nelze-li takovou věc přenést z místa na místo bez porušení její podstaty, je i tato věc nemovitá“.

Rozsah a struktura nemovitého majetku ve vlastnictví obce se mohou výrazně odlišovat, přičemž nemusí záviset pouze na její velikosti. Mezi typické obecní nemovitosti lze zpravidla zařadit bytové i nebytové prostory, školský nebo další nemovitosti sloužící veřejnosti, ale také pozemky, místní pozemní komunikace, další infrastruktura i veřejná zeleň a prostranství. Obec může majetek nabýt na základě smlouvy (bezúplatně i úplatně), zákona nebo jiným způsobem (dědictvím, rozhodnutím příslušného orgánu nebo soudu).

Správa nemovitostí představuje jednu z hlavních součástí Facility managementu a představuje soubor činností, které zajišťují bezproblémový chod nemovitosti a odstraňují překážky, které by zabraňovaly v užívání nemovitosti jako takové. Podle autorů Lowry (2017) nebo Roper a Payant (2014) si správu nemovitosti zajišťuje vlastník nemovitosti samostatně nebo s použitím externí společnosti. Toto platí i nemovitosti ve vlastnictví měst a obcí. Mezi hlavní činnosti správy nemovitostí patří následující skupiny činností:

- technické (např. revize a opravy, havárie, úklidové služby, ostraha),
- ekonomické (např. vedení účetnictví, výběry plateb, bankovníctví, rozpočty),
- další činnosti, které mohou být i nadstandardního charakteru (právní a inženýrské služby).

Podle autorů Pekové, Pilného a Jetmara (2008) lze majetek územní samosprávy, tudíž i nemovitosti v majetku obcí, rozdělit dle účelu jejich použití na majetek pro veřejně prospěšné účely, výkon samosprávy nebo podnikání (včetně jeho vložení do společností zřizovaných obcí). Obec může majetek nakupovat, pronajímat a prodávat, vkládat do podniků a organizací nebo jím ručit.

Kromě operativní správy vlastněných nemovitostí se obec musí soustředit také na jejich efektivní využívání a rozvoj, který je nutné řešit ze strategického hlediska v dlouhodobém časovém horizontu. Strategie dle autorů Davida (2019) nebo Fotr a kol. (2012) představuje dlouhodobý plán k dosažení určitého cíle nebo cílů. Jedná se o formalizovaný dokument s informacemi, jak bude uvedeného cíle dosaženo. V současné době už se strategické dokumenty připravují i v oblasti veřejné správy. Strategie mohou být i ve veřejné správě různého zaměření, nicméně musí obsahovat tři základní části – analytickou, strategickou a implementační dle příručky pro zastupitele obce. Přehledně strategické přístupy ke správě nemovitostí na obecní úrovni popisuje Trojanek (2015), nad tímto tématem se na příkladu polských obcí zamýšlí také Kotlińska (2013).

V praxi hospodaření místní samosprávy s majetkem je možné sledovat různé strategie a postupy. Existují obce, které se spíše snaží snižovat objem svého majetku, jiné obce naopak svého majetku využívají ke zvýšení příjmů nebo zvýšení atraktivity obce. Dle Wrighta a Nemece (2003) nesmí obce při hospodaření s majetkem zapomínat na nutnost zabezpečování veřejných služeb, jejichž řízení spočívá v bilancování tří klasických předpokladů kvalitního fungování veřejné správy (3E) - účelnost, efektivnost a hospodárnost. V současné době se dle Krbové (2018) do strategického řízení i hospodaření obce stále více promítají rovněž moderní manažerské přístupy jako řízení znalostí, kreativita nebo procesní management.

V evropském prostoru může nacházet různé přístupy ke správě nemovitostí. Shahab, Hartmann, a Jonkman (2021) zkoumali rozdíly strategických přístupů k řešení problematiky bydlení u vybraných belgických, nizozemských a německých obcí, přičemž zjistili, že strategické přístupy zkoumaných obcí se značně odlišují a nelze přístup ke správě nemovitostí pouze rozdělit na aktivní a pasivní, přičemž však nelze rozdíly v přístupu přisoudit různým institucionální struktúram, tedy ve strategii obcí ve vztahu k bydlení nezáviselo na zemi, již byla součástí. To v podstatě potvrzuje i publikace Lausberga a Wojewnik-Filipkowské (2017), která ovšem situaci zkoumala pouze na dvou příkladech.

Z hlediska rozvoje nemovitostí lze u obcí v České republice najít strategie v samostatném dokumentu nebo jako součást komplexního strategického dokumentu obce, případně spolku obcí nebo vyšší samosprávné jednotky. V roce 2020 autorský tým projektu TAČR s názvem „Optimalizace využívání nemovitostí v majetku obcí“ ve spolupráci se studenty prováděl výzkum strategie vybraných obcí s ohledem na hospodaření a správu nemovitostí ve vlastnictví obce. Hlavní závěry z tohoto výzkumu jsou

vedeny v následující části příspěvku. Cílem výzkumu bylo zjistit, jakým způsobem české obce přistupují ke správě a strategii rozvoje nemovitostí.

2. METODIKA

Hlavní výzkumnou otázkou bylo zjištění potenciálních vztahů mezi strategickým plánováním obcí (vyjádřené strategickým dokumentem a jeho aspekty), charakteristikami obce (katastr, počet obyvatel) a investičními rozpočtovými výdaji (budovy, pozemky).

V první polovině 2020 byl proveden sběr sekundárních dat pro celkem 367 českých obcí ze 13 krajů (mimo hlavní město Praha). Do výběru byly zařazeny všechny obce s rozšířenou působností (ORP) - celkem 205 a v jednotlivých krajích byly vybrány další obce, přičemž byl brán v potaz především počet obyvatel a statut obce. Autorský tým a tým projektu pracuje s předpokladem, že správa nemovitostí - především budov - probíhá "profesionálněji" ve větších obcích, malé obce nedisponují většinou dostatečným úřednickým aparátem a většinou ani širší škálou majetku, jakkoli si jsou autoři, v kontextu České republiky vědomi několika výjimek. Souhrnně se jednalo spíše o obce s větším počtem obyvatel, resp. obce významnější, co do naplňovaných funkcí. Průměrně tak byly zjištěny informace o 28 obcích z kraje. V Libereckém a Karlovarském kraji bylo prozkoumáno vždy 15 obcí, v ostatních krajích 30-32 obcí. Průměrný počet obyvatel ve zkoumaných obcích byl 15 192 obyvatel v roce 2019 dle Českého statistického úřadu (ČSÚ). Medián počtu obyvatel byl nicméně 7047 taktéž k roku 2019. Získávání dat probíhalo formou desk research z volně dostupných zdrojů, je tedy možné, že nebyly nalezeny všechny existující dokumenty, ale pouze ty volně dostupné na internetu. Nelze také vyloučit, že i přes dostupnost na internetu nebyl dokument objeven.

Celkem bylo pro každou obec zjišťováno 27 proměnných. Sesbírána byla data ohledně velikosti katastru, počtu obyvatel (v několika obdobích, 2017-2019), včetně dopočítání intenzity vývoje obyvatel, zodpovědného subjektu za správu nemovitostí v obci, existenci strategického dokumentu, případně jeho součástí, investice do rozvoje budov a pozemků v majetku obce (dle rozpočtu obce) a další. V případě, že obec disponovala strategickým dokumentem obecného rázu (např. strategie rozvoje) byla provedena jeho obsahová (tematická) analýza. Cílem bylo prozkoumat existenci průzkumu potřeb obyvatel při tvorbě dokumentu a dále pak zjistit, jestli jsou mezi prioritami strategické části dokumentu: oblast kvality života, oblast správy nemovitostí, revitalizace, plány na nabývání nemovitostí a uvedení nákladovosti cílů. Dále byla vyhledávána existence specifického dokumentu, který by řešil koncepci správy nemovitostí samostatně.

Hlavní výzkumná otázka byla operacionalizována do dílčích hypotéz, které zkoumaly závislost mezi vybranými zjištěnými proměnnými. Pro vyhodnocení dat byla využita běžná popisná statistika a pro ověření hypotéz různé typy vhodných statistických testů v závislosti na typu proměnné a rozdělení získaných dat (lineární regrese, Mann-Whitney test, a další).

3. HLAVNÍ VÝSTUPY A JEJICH DISKUSE

Z 367 sledovaných obcí jich v době sběru dat (první polovina roku 2020) 352 disponovalo platným strategickým dokumentem obecného charakteru, v tab. 1 je zřetelné rozlišení dle krajů. Je pravděpodobné, že u mnohých dalších mohl být např. ve fázi přípravy. Jedním z principů správy a rozvoje nemovitostí v obci by mělo být jejich využívání v souladu s potřebami obyvatel, případně návštěvníků obce. Analýzou bylo zjištěno, že pouze ve 130 strategických dokumentech byl realizován průzkum potřeb obyvatel.

Z hlediska obsahu strategických částí dokumentů bylo zjištěno, že:

- oblast kvality života přímo řeší 141 obcí;
- témata spojená se správou nemovitostí má ve svých cílech/prioritách uvedeno 262 obcí;
- revitalizaci nemovitostí prioritizuje 291 obcí;
- nabývání/získávání nemovitostí do svého majetku strategicky řeší 141 obcí;
- nákladovost jednotlivých priorit/cílů/záměrů ve svých strategických dokumentech uvádí 176 obcí.

Pouze u 28 sledovaných obcí můžeme hovořit o specifickém strategickém dokumentu, který se týká oblasti nemovitostí. Většinou se jedná o koncepcie spojené s bytovou politikou, resp. sociálním bydlením. V jednom případě jde o dokument strategicky řešící brownfieldy na území obce. Pouze u jedné obce byla nalezena strategie řízení nemovitého majetku.

Tab. 1 Podíl obcí se zpracovaným strategickým dokumentem, s prioritou v oblasti revitalizace nemovitostí a s prioritou v oblasti správy nemovitostí ve strategickém dokumentu dle krajů

Kraj	Zpracovaný strategický dokument		Priorita revitalizace nemovitostí ve strategickém dokumentu		Priorita v oblasti správy nemovitostí ve strategickém dokumentu	
	ANO	NE	ANO	NE	ANO	NE
Jihočeský	31	0	24	7	25	6
Jihomoravský	30	0	15	15	13	17
Karlovarský	14	1	3	12	11	4
Královehradecký	32	0	28	4	30	2
Liberecký	14	1	13	2	14	1
Moravskoslezský	22	8	30	0	30	0
Olomoucký	31	0	31	0	31	0
Pardubický	31	0	26	5	20	11
Plzeňský	30	0	19	11	18	12
Středočeský	29	1	26	4	20	10
Ústecký	26	4	26	4	21	9
Vysočina	31	0	31	0	16	15
Zlínský	31	0	19	12	13	18
Celkem	352	15	291	76	262	105

Zdroj: Vlastní výzkum, 2020

Z dat v tab. 1 lze také odvodit, ve kterých krajích dávají obce důraz na oblasti revitalizací nemovitostí a ve kterých se naopak priority v oblasti revitalizací vyskytují méně často. Je důležité poznamenat, že údaj ve strategickém dokumentu nemusí odpovídat reálné aktivitě obcí, ani z tohoto údaje není možné bez další analýzy vyvozovat, jestli je stav nemovitostí ve výborném stavu, tj. není třeba revitalizovat, nebo mají obce zásadnější priority, než je revitalizace nemovitostí, i přesto, že stav nemovitostí nemusí být dobrý. Z krajského porovnání lze ale konstatovat, že se nejvíce oblastí nemovitostí koncepčně zabývají sledované obce v Olomouckém a Moravskoslezském kraji a na Vysočině. V případě Olomouckého a Moravskoslezského kraje všechny obce plánují získávání nemovitostí v rámci daného strategického dokumentu, a zároveň také všechny obce v těchto krajích uvádějí i nákladovost jednotlivých priorit strategického dokumentu.

Pouze u 20 obcí z výběrového souboru systematicky spravuje nemovitosti (nebo jejich klíčovou část - např. bytový fond) jiný subjekt, než je samotný obecní/městský úřad a jeho některý odbor. Z hlediska právní formy se většinou jedná o společnost ručeným omezením a v menší míře o příspěvkovou organizaci obce. Pouze ve třech případech se jedná o obec s větším počtem než 15 000 obyvatel a ve 13 případech jde o obce s méně než 10 000 obyvatel, kterých bylo ve sledovaném souboru 218. Je pravděpodobné, že i u dalších obcí je správa některých nemovitostí v majetku obce přenesena na další subjekty.

Obce, které spravují nemovitosti především ve vlastní režii a jejich správu vyčleňují do specifických odborů s různými názvy, velmi často je to odbor specificky řešící správu nemovitostí či majetku. U 21 obcí ve výběru spadá správa nemovitostí přímo na starostu obce (jedná se většinou o obce s počtem obyvatel menším než 1500).

Ze zkoumaných vztahů mezi jednotlivými proměnnými vyplývá pro oblast strategického plánování, že:

- realizace výzkumu potřeb obyvatelstva v rámci strategického dokumentu souvisí s počtem obyvatel v roce 2019 (Mann-Whitney test; $p = 0.008$);
- existence priority strategického dokumentu v oblasti kvality života souvisí s počtem obyvatel v roce 2019 (Mann-Whitney test; $p = 0.003$);
- existence priority strategického dokumentu v oblasti správy nemovitostí souvisí s počtem obyvatel v roce 2019 (Mann-Whitney test; $p = 0.002$);
- existence priority strategického dokumentu v oblasti získávání/nabývání nemovitostí souvisí s počtem obyvatel v roce 2019 (Mann-Whitney test; $p = 0.044$);
- existence specifického dokumentu spojeného s koncepcí hospodaření s nemovitostmi souvisí s počtem obyvatel v roce 2019 (Mann-Whitney test; $p = 0.000$).

Zřetelně se tedy projevuje vztah mezi velikostí obce a "kvalitou" strategického dokumentu. Na druhou stranu u menších obcí existuje možnost, že potřeby obyvatel jsou sdělovány vedení obce jinými způsoby bez potřeby realizaci dotazníkového šetření apod.

Ze zkoumaných vztahů mezi jednotlivými proměnnými vyplývá pro oblast rozpočtových investičních výdajů, že:

- investiční výdaje na budovy souvisí s počtem obyvatel v letech 2017 a 2018, koeficient pro rok 2019 je nevýznamný ve srovnání s vlivem počtu obyvatel ze zbývajících dvou let (vícerozměrná lineární regrese; $R^2 = 0.82$; 2017: $b = -27.13^{***}$; 2018: $b = 31.40^{***}$; 2019: $b = -3.50$); Při použití jednoduché lineární regrese pro každý rok jednotlivě investiční výdaje na budovy souvisí s počtem obyvatel ve všech letech (2017: $R^2 = 0.789$, $b = 0.6937^{***}$; 2018: $R^2 = 0.791$, $b = 0.6966^{***}$; 2019: $R^2 = 0.792$, $b = 0.6986^{***}$);
- investiční výdaje na pozemky souvisí s ohledem na význam koeficientu s velikostí katastru obce, nicméně s ohledem na index R^2 se nejedná o kvalitní model a uvedenou souvislost nelze potvrdit, ani vyvrátit (jednoduchá lineární regrese; $R^2 = 0.20$, $b = 0.22^{***}$);
- investiční výdaje na pozemky souvisí s počtem obyvatel, pro rok 2019 je souvislost indikována pouze na hladině významnosti 0.09. Nicméně modely lineární regrese ve všech případech nejsou příliš kvalitní a uvedenou souvislost proto nelze potvrdit, ani vyvrátit (u vícerozměrné lineární regrese; $R^2 = 0.54$; 2017: $b = -46.87^{***}$; 2018: $b = 54.36^{***}$; 2019: $b = -6.86^*$; jednoduchá lineární regrese; ve všech případech nevypovídající model 2017: $R^2 = 0.518$, $b = 0.4994^{***}$; 2018: $R^2 = 0.522$, $b = 0.5023^{***}$; 2019: $R^2 = 0.523$, $b = 0.5043^{***}$).

Ve výše uvedeném značí * různé hladiny významnosti: * 10% hladina významnosti, ** 5% hladina významnosti, *** 1% hladina významnosti.

Souvislost mezi investičními výdaji na budovy a počtem obyvatel byla ještě podrobněji zkoumána. Pokud zkoumáme souvislost v jednotlivých letech, nacházíme ve všech sledovaných letech (2017, 2018, 2019) významný pozitivní trend závislosti. Pokud zkoumáme závislost investice na počtech ze všech let najednou, stává se koeficient pro rok 2019 nevýznamným, tj. počty z obou zbývajících let více ovlivňují investice a význam počtu z roku 2019 potlačí. Stejně tak může být zajímavé porovnat koeficienty z let 2017 a 2018. V roce 2017 je koeficient kladný a značí pozitivní trend, v roce 2018 je koeficient záporný a značí tak negativní trend, tj. investice do budov pokračují bez ohledu na možný pokles počtu obyvatel. Jedním z možných vysvětlení může být potřeba dokončit zahájené investice.

Lze tedy konstatovat, že investiční výdaje do budov souvisí s počtem obyvatel. Naopak investiční výdaje v oblasti pozemků nemají zásadní závislost ani na počtu obyvatel, ani na velikosti katastru, zde tedy pravděpodobně probíhají investice dle potřeby a aktuálních priorit, spíše se tedy nejedná o průběžné obecní investice.

Je výzvou pro další výzkum prozkoumat vztah mezi objemem dlouhodobého majetku a výší investic do něj, mezi plánovanými příjmy obce a investičními výdaji. Zjištěné závislosti jsou statisticky významné, ale nemusí nutně znamenat reálnou kauzalitu. Vnímáme potřebu dalšího výzkumu v této oblasti. Podobně by bylo vhodné identifikovat (kategorizovat) strategii obce ve vztahu k obecnímu majetku (minimalizace objemu, majetek jako zdroj příjmů atd.), a poté posoudit v komparaci vliv této strategie na objem dlouhodobého majetku a investice do něho. To jsou samozřejmě také limity provedeného výzkumu. Autoři

jsou si také vědomí toho, že strategické dokumenty nemusí věrně zobrazovat aktuální přístup ke správě nemovitostí.

ZÁVĚR

Z hlediska přístupů ke správě nemovitostí vyplynulo z výzkumu, že místní samospráva v České republice si zpravidla tuto činnost zajišťují samostatně. U větších obcí mají vytvořený samostatný odbor pro správu majetku, u menších obcí lze předpokládat, že bude převažovat správa majetku přímo zástupcem vedení obce.

Předchozí kapitola také ukázala na limity výzkumu spočívající v omezeném rozsahu proměnných, kdy nebylo možné prozkoumat všechny potenciálně v úvahu připadající vztahy. Výzvami pro další výzkum je pokusit se kategorizovat strategické přístupy obcí ke správě nemovitostí a posoudit jejich vliv na správu nemovitostí a investice do nich. Další výzvou je prozkoumání vztahů mezi objemem dlouhodobého majetku a investicí do něho. V článku dále není řešen vliv situace na centrální úrovni a dopady do rozpočtu obcí.

Výzvou pro obce v dalších letech bude také situace na trhu s byty, na kterou obce reagují odlišně (i v kontextu dřívějších rozhodnutí o rozsahu "privatizace" bytového fondu). To bude mít dopady do zkoumané problematiky. Inspiraci v různých přístupech ke správě nemovitostí lze hledat v sousedních i vzdálenějších zemích, resp. jejich jednotlivých obcích a regionech. Například při pohledu do sousedního Bavorska je zřetelné, že strategické plánování na úrovni obcí je spíše přeneseno do úrovně plánovacích dokumentů (plány zástavby, územní a regulační plány) a strategické rozvojové studie (koncepty) bývají realizovány spíše na větších územích. Zároveň starší německá studie ukazuje, že poměrně značná část německých obcí (ca. 40 %) realizuje správu svého bytového fondu alespoň částečně s využitím samostatného subjektu, který může být společný pro více obcí (BMVBS, 2010).

Poděkování

Tento příspěvek vznikl v rámci projektu TAČR s názvem "Optimalizace využívání nemovitostí v majetku obcí" s číslem TL02000373. Na realizaci projektu se kromě autorů příspěvků podílejí níže uvedení kolegové ze Západočeské univerzity v Plzni: doc. Ing. Jan Pašek, Ph.D. (hlavní řešitel), doc. Ing. Daniela Bošová, Ph.D., Ing. Petr Janeček, Ph.D., Doc. RNDr. Jiří Ježek, Ph.D., JUDr. Ing. David Martinčík, Ph.D., Ing. Veronika Sojková, Ph.D., Ing. Olga Šlechtová Sojková

ZDROJE

- Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung (BMVBS) (ed.). (2010). Strategien der Kommunen für ihre kommunalen Wohnungsbestände – Ergebnisse einer Kommunalbefragung (Forschungen Heft 145), Berlin. Dostupné z: https://www.bbsr.bund.de/BBSR/DE/veroeffentlichungen/ministerien/bmvbs/forschungen/2010/Heft145_DL.pdf.
- David, F. (2019). *Strategic Management*. London: Pearson.
- Fotr, J., Vacík, E., a kol. (2012). *Tvorba strategie a strategické plánování*. Praha: Grada Publishing.
- Kotlínska, J. (2018). Local development and sale of municipal real estate. *Barometr Regionalny. Analizy i Prognozy*. 16 (1), 53-65.
- Krbová, J. (2018). *Moderní management ve veřejné správě*. Praha: Wolters Kluwer.
- Lausberg, C. & Wojewnik-Filipkowska, A. (2017). Decision-making in the European Municipal Real Estate Management – A Case Study Approach. *World of Real Estate Journal (Swiat Nieruchomosci)*, 102, 23-30.
- Lowry, D. (2017). *The Complete Guide to Facility Management*. Broken Arrow: Lowry Digital.
- Roper, K., Payant, R. (2014) *The Facility Management Handbook*. AMACON, 2014.
- Občanský zákoník č. 89/2012 Sb.
- Peková, J., Pilný, J., & Jetmar, M. (2008). *Veřejná správa a finance veřejného sektoru*. Praha: ASPI.

Shahab, S., Hartmann, T. & Jonkman, A. (2021) Strategies of municipal land policies: housing development in Germany, Belgium, and Netherlands. *European Planning Studies*, 29(6), 1132-1150, DOI: 10.1080/09654313.2020.1817867

Ministerstvo vnitra České republiky (2020). *Strategické řízení a plánování obce (Studijní příručka pro zastupitele obcí)*. Dostupné z: <https://www.mvcr.cz/clanek/vystupy-strategickeho-ramce-rozvoje-verejne-spravy.aspx?q=Y2hudW09Ng%3D%3D>.

Trojanek, M. (2015). Strategic municipal real estate management. *Journal of International Studies*, 8(2), pp. 9-17. DOI: 10.14254/2071-8330.2015/8-2/1

Wright, G., & Nemec, J. (2003). *Management veřejné správy*. Praha: Ekopress.

THE INFLUENCE OF GENDER STEREOTYPES ON PARENTS' DECISION-MAKING PROCESSES WHILE BUYING TOYS

Kateryna Martiushenko¹, Eduard Palovchyk²

¹ Bc. Kateryna Martiushenko, Faculty of Management, Prague University of Economics and Business, mark11@vse.cz

² Bc. Eduard Palovchyk, Faculty of Management, Prague University of Economics and Business, pale00@vse.cz

Abstract: This paper examines the influence of gender factors and stereotypes in the toy industry by investigating the opinions of parents on Creatable World's gender-neutral doll. It aims to explore the factors influencing the decisions parents make when choosing toys for their children. The paper uses a mixed research method, combining individual semi-structured in-depth interviews as a qualitative method, and a structured questionnaire as a quantitative method. The qualitative study serves as preliminary research for the quantitative method. It helps to outline the main aspects and factors influencing parents' purchasing decisions and children's toy preferences. The quantitative element of the study examines the connection between aspects and factors discovered and is aimed to investigate existing patterns. The results indicate that gender impacts both parents' purchasing decisions and their perception of children's toys.

Keywords: gender stereotypes, toy industry, parents' decision-making, gender-neutral toys

JEL Classification: M30

INTRODUCTION

A child lives in a society where it is influenced by different biases and stereotypes, which surround it. One of those stereotypes is gender stereotypes. From a young age, a child absorbs a great deal of information, including the behaviour and choices of its family or friends and information from the media. According to Kollmayer et al. (2018) toy is one of the first things which causes stereotyped thinking among children and their thinking stereotypical right from the start. Blakemore & Centers (2005) claim that toys play an important role in children's lives, they can strengthen children's stereotypical thinking, put "roles" in their heads, which they are assumed to "play" in the future. As Cherney & Dempsey (2010) write, that toys have an impact on their socialization, educational pathways, and stimulates the development of certain cognitive skills.

This paper deals with a very particular form of gender stereotyping within the toy market. We aim to investigate the factors which have an impact on decision-making process of parents when they buy toys for their children, with a specific emphasis on the gender factor. The paper considers gender stereotype as a strong factor, and it covers the differences between toys for girls and boys and how toys impact gender stereotyping from a young age. External causalities in this research include gender predisposition (Campenni, 1999), age (Martin et al., 1995), and social biases enforced on children by the society around them (Boe & Woods, 2018; Wood et al., 2002). Because toys are one of the tools which impact children, they need to help children develop their individuality, personal traits and to contribute to their future placement in society. Hence, the research motivation is to understand better the parents' choice of toy which can contribute the most to their children's development.

The research results could contribute to understanding of parents' decision-making while purchasing toys, and the factors influencing it. The research also aims to deepen knowledge of gender stereotyping. Our findings could also benefit toy producers to improve their products and to make them more suitable for children's needs and contribute to children's development in general and as individuals. and the non-profit organization.

1. THEORETICAL BACKGROUND

Toys play an important role in children's development. According to Weisgram (2016), some part of a childhood child spends in a play, which is the result of child's environment and culture. As Leaper & Friedman (2007) believe, play is an important socializer of beliefs about gender. Children can differentiate men and women in their social surroundings at the age of two (Zosuls et al., 2009). Around the age of three, children are able to categorize themselves and others based on gender. Eisen et al. (2021) provides evidence that at this age children start to link different characteristics and behaviours to males and females, and they can identify some features, objects, and activities and assign those defining characteristics to gender groups.

1.1 Factors influencing toy choice

Many toys contribute to children's development and offer educational opportunities, where only a small part involves children's feelings, senses, their fantasies, and motivate them to relate with others (Trawick-Smith et al., 2011). However, there also are some factors, which influence either a child's or parental preferences when purchasing the toys. According to Wood et al. (2002) one of them are child's preferences. Kollmayer et al. (2018) also state that parents have a distinguishable influence on children's toy preferences. The parents can reinforce children's toy choice based on their own preferences or on the influence of social biases. Likewise, Bussey & Bandura (1999) write, "parents are very important in child's socialization, including their gender socialization". As some authors, like Boe & Woods (2018) point out, parents play a key role in children's acquisition of gendered stereotypes since childhood, even before they start going to school. Children tend to choose toys that are stereotypically linked to their gender (Cherney & Dempsey, 2010). As Blakemore & Centers (2005) point out, "stereotypically toys for girls relate to attractiveness, nurturance, care, and beauty, whereas toys for boys relay to technology, competition, aggression, construction, and action".

Moreover, Martin et al. (1995) assumed that toy preferences can also differ depending on the age of the child. Infants are eager to discover everything around them, including different colours, shapes, textures, sounds, etc. Toys for infants should be simple, safe, and stimulating, following, so children can experience and learn all the senses, which are new for them. On the other hand, for children in preschool, toys should be different to motivate them to learn further, because they already recognize or know different letters and numbers. Boe & Woods (2018) state that those toys should be much more complex (electronic gadgets included) than those for toddlers.

1.2 Gender stereotypes vs. predisposition and their role in toy choice

The other decisive factor while choosing toy is gender factor (Boe & Woods, 2018; Campenni, 1999). Nowadays many toys are stereotyped and highly gendered. Why toys for boys mostly are blasters, cars and Legos, and toys for girls are dolls, kitchen utensils or a cleaning set? Why „blue“ toys are for boys and „pink“ toys are specifically for girls? All those stereotypes surround children from their birth. These differences can be seen in the retail stores, where there are separate sections for girls and for boys, or in the online stores, where the toys are categorized similarly. As Skočajić et al. (2020) write, gender is a principal psychological construct that affects many areas of children's lives including their behaviour, interests, academic performance, sense of self, and cognitive development. At the same time, according to Eisen et al. (2021) gender stereotypes are strongly influenced by children's and adults' behaviour, interests, attitudes, and activities.

This issue is important and relevant for toymakers to attract customers and for children's parents to satisfy their child and to help it develop. It is almost impossible to define the line for toymakers between making products children love and telling kids how they should play, behave or even think. These days most toy producers create toys suitable for both genders. For example, the Hot wheels brand, mainly aimed for boys, tries to broaden their customer segments by adapting the features of their products to the preferences of girls. On one hand, this removes stereotypical thinking, which is contained in their products, by offering the same product, cars, for the opposite gender. On the other hand, by improving

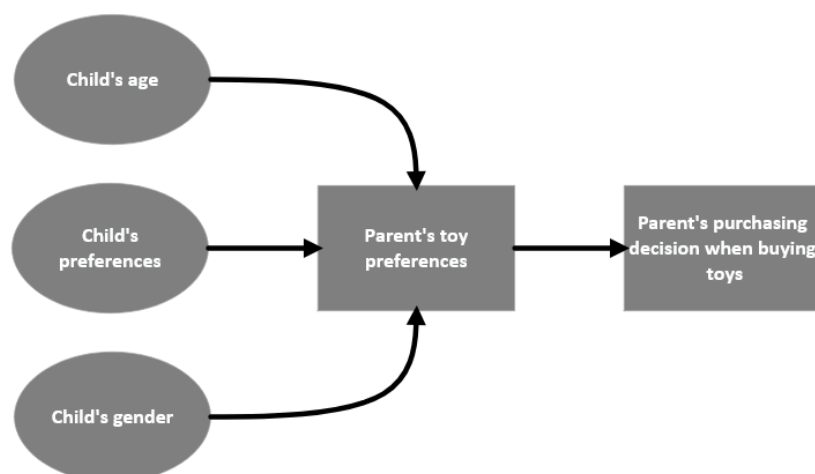
features like colour, form and design of their toys using more girlish features (like pink colour and creating thematic “Barby cars”), the brand only contributes to gender stereotypes.

Moreover, the campaigns of “No Gender December” Medhora (2014) assume that gender differences in children’s toys can later lead to gender inequality, which limits them to do only what is expected from them depending on their sex. Some researchers suggest that the preferences of toys are genetically implied in child’s gender, it is influenced by the so-called gender predisposition (Boe & Woods, 2018; Dinella et al., 2017). Psychologists also suppose that by allowing children to be who they want to be, following the naturally rooted preferences will arise, even without an impact on culture. Miller et al. (2009) also confirm that depending on gender, the preferred characteristics of the toys will differ respectively, as in the case of gender stereotypes. Nevertheless, the existence of gender stereotypes in the toy industry is hard not to acknowledge. Therefore, gender-neutral toys have become popular on the market.

2. DATA AND METHODS

We used the mixed research method to fulfil the goal of the research. The research consists of two studies, which use qualitative, individual semi-structured in-depth interviews, and quantitative, a structured questionnaire, research methods. The research approach follows from information gathered during the literature review as shown in the Fig. 1. At early ages, children are mostly influenced by the toys parents buy for them. Hence, parents are perceived as main decision-makers in the toy purchasing process. Toy choice can be influenced by variables like children’s age, gender (parent’s gender stereotypes), and gender predispositions, which are reflected in children’s toy preferences. We believe that these variables also have an impact on the parents’ decision to purchase a specific toy.

Fig. 1 Research approach



Source: Authors

RQ1: Which chosen variables influence parents’ decision-making when purchasing toys for their children?

RQ2: How do gender stereotypes and gender predispositions impact parents’ decisions?

RQ3: What is parents’ opinion on gender-neutral toys on the example of “Creatable World” doll?

Answering these questions could contribute to better understanding of parent’ decision-making and the factors influencing it.

2.1 Qualitative study

The qualitative study aims to determine main factors which influence parents’ preferences and following decision-making process. Our goal was to find out more about the toys children play with and parent’s opinion on gender-neutral toys on example of the “Creatable World” doll. Semi-structured in-depth interviews were used for the collection of data. Individual interviews served as preliminary research for the second quantitative part of this research. The interviews were conducted in a friendly atmosphere

to avoid anxiety bias, and to enable participants to answer questions based on their emotions and experience. This allows us to better understand the respondents by uncovering topics through improvisation and provides more flexibility.

The respondent sample consisted of 5 people. Participants were chosen from different countries to find out more about stereotypes in diverse cultures. In the research took part parents with a child or children aged under 12. This limitation was due to the previous research, which states that children usually stop playing with toys during their pre-teen or early teenage years. Since the „pre-teen“ age can be defined as a range of 9-12 years old due to the same research, the upper limit of 12 years was made (Martin et al., 1995). The creators of the „Creatable world“ mention that their doll is for children starting from 6 years old because of the smaller elements. However, it was decided not to determine a lower age limit to find out more information and opinions from respondents to „Creatable world“ doll.

Due to the current pandemic situation, interviews were conducted using various video-call applications (Skype, MS Teams). The interview structure allowed to uncover hidden thoughts of the respondents regarding the parents' toy choice, when buying toys for children. The paper-pencil technique was used to collect the data from individuals resulting in more „in-depth“ findings. This method highlights the main and the most interesting thoughts discovered from the interviews. The interviews were also recorded using a Dictaphone. The respondents were informed of audio recording of the interview in the beginning of it. We used the content analysis to analyse qualitative data. This method was chosen because of its advantages, which are unobtrusive data collection, transparency, replicability, and flexibility (Bengtsson, 2016; Erlingsson & Brysiewicz, 2017). The main purpose of this analysis was to simplify the data by summarizing and structuring them.

2.2 Quantitative study

This study generalizes the information obtained during the qualitative part of this research and examines respondents' perception of their children's opinion on this toy and willingness to play with it. A structured questionnaire was chosen for this part of the research. The questionnaire consists of 23 questions in a structured manner, which allows us to obtain relatively accurate data. The questionnaire is designed to find out more about the factors, which influence respondents' toy choices, and their opinion and suggestions for improvement of the „Creatable World“ doll. This idea refers to the funnel approach, where general questions are asked first and specific questions later. The questionnaire starts off with simple questions to ease the participant into the survey, followed by basic information questions and then moving into classification and identification. It allows a researcher to minimise response error to easing participants without information overload (Goertzen, 2017).

We used 7-point Likert scale to give respondents a choice where 1 means strong disagreement and 7 - strong agreement. This technique ensured that the respondents had a range of options. However, there were some limitations in this method as well. For example, short-term feelings and the mood of participants is something that is always difficult to avoid. Temporary feelings may have divert opinions of participants while answering the survey (Almeida et al., 2017). Additionally, characteristics of every individual are distinct; different personalities and beliefs might have interfered with honest answers and could have diverted the results.

The respondent sample consisted of more than 100 respondents, and used a judgmental sampling technique, because only parents with child/children under 12 took part in the research. The respondents were considered individuals, not depending on whether they represent one family or not. The participants belonged to different age groups, they were citizens of different countries, and had different socio-cultural backgrounds. The aim of having a diverse sample was to find out more about stereotypes in diverse cultures.

We created the questionnaire using the Qualtrics online service. This software was also used to perform the primary analysis of the collected data and to derive some of the first conclusions. The questionnaire was shared using the „snowball“ technique. At the beginning, the questionnaire was shared with people, who met the requirements regarding the respondent sample. Later, after filling in the questionnaire, the respondents were asked to either recommend someone from their surroundings, who met the criteria

(has children in a certain age interval) or to pass on the questionnaire to them by themselves. The questionnaire was also shared using the SurveySwap platform. This method of data collection allowed us to attain the desired number of respondents and ensured the most diverse sample possible in the current circumstances. The respondents received the link for the questionnaire and were asked to follow all the instructions and to answer quickly and honestly.

The coding for the first question with nominal scale was ascribed a value of 1 to every male response and 0 to female responses. Similarly, the coding proceeded in other questions with nominal scale. The 7-points Likert scale allowed us to enter these numbers directly into the grid. If the answers were in a different form, they were converted into a numerical scale. We mostly used nominal and ratio scales and a mix of descriptive and inferential statistics to analyse the data. The statistical analysis methods varied from basic calculations (averages, modus, medians etc.) through to more sophisticated analyses (correlations, regressions etc.). For data analysis, we used Excel and SPSS software.

Descriptive statistics (mean, median, skewness, standard deviation and variance) describe the data set and illuminate the details of the sample. This was the first set of statistics covered, before moving on to inferential statistics. Inferential statistics aimed to make inferences about the population and to make predictions about what could be found in the full population. These could include predictions about differences between groups and relationships between variables. Statistical techniques like T-Test, ANOVA, Correlation, Regression were used in this phase. This analysis allowed us to understand the sample better and to answer the research questions.

3. RESULTS

3.1 Qualitative study

Answering the first research question, we found out that children in a family try to find the way to play together, and it does not matter with which toys they play. They can play together with dolls, cars, and “all gender” toys, or play with intellectual toys or those that encourage creativity, like Lego and puzzles. However, parents who have girls, mentioned that their daughters prefer role-play as doctors, teachers, mothers, and cooks. They enjoy playing with kitchen sets and medical staff. When girls choose the toy, they prefer brighter or lighter colours like yellow, pink and pastels. Parents with boys mentioned that their children prefer to play with cars, building blocks, guns, and swords etc. The toys they like and prefer to play with are mostly blue and black.

Choice of the toys depends mostly on child's age. If child is younger than 3-4 and cannot make the decision, parents provide them with 2-3 options of toys to allow children to choose. It can be derived that children's preferences are especially important for parents, usually they buy toys, which children like and want. Parents can also choose toys for children themselves. For parents, their toy's quality, educational, innovative, and creative value are important. Their priority is how the toy contributes to their child's development and its engagement-attractiveness level.

Regarding gender stereotypes and their impact on both children's and parents' preferences, most of the parents admitted that their children play with toys meant for their gender. Nevertheless, in two cases, parents mentioned that their children sometimes play with toys which are primarily meant for the opposite sex. Parents outlined that their children seemed to enjoy the play, i.e., gender factor is not that important for children, but more of the parents themselves. According to parents, older children are able even to evaluate whether this toy is for girl or for boy. *“Boys and girls are different, and they have different preferences, they like different things. So, it is logic that there exist different toys for different genders, it evolved historically”* (Respondent 1, personal communication, 2021a).

Parents agreed that “Creatable world” gender-neutral doll serves as an important “message” to children and helps them to declare their personality and it is an opportunity for children to learn and to play together as in a society. Some psychologists also say that through the play children can discuss some topics or situations they worry about (Trawick-Smith et al., 2011). Gender-neutral toys can help a child to “show” itself to the world and be “real”. Parents liked the idea that those toys look natural, like a real person, because in real life all people look different, and they have unique personalities. *“I am glad that this toy is*

not “telling” children who they should be and what they should do. Children can “create” and “build” their own character and its own path” (Respondent 3, personal communication, 2021).

3.2 Quantitative study

The questionnaire was distributed to 121 participants and 103 of them completed it (a response rate of 85%). In terms of gender, the sample was distributed as follows: 46 respondents were male (44,7%) and 57 were female (55,3%). The age of the respondents varied between 21 and 55, the average age – 31. Most of the respondents had one child (55%). Other respondents had 2 children (30%), 3 and more children (15%). The children's age was split into 4 age categories: “under 3 years old” (42%), “between 4 and 6 years old” (26%), “between 7 and 9 years old” (26%), “between 10 and 12 years old” (14%). The number of the children in specific age intervals could differ, because of uncertainty of the total number of children.

Common factors influencing parents' purchasing decisions

We found that mostly children chose their toys (mean=5,11). In other cases parents chose toys for children based on their own preferences (mean=4,31) or the variety of toys in the store (mean=4,62). The most crucial factors influencing parents' toy choice were “Child's age”, “Child's preferences” and “Educational value” of the toy. Those factors also appeared in parent's answer regarding the “Creatable world” doll. Fewer parents chose “Own preferences and opinion” and “Child's gender” as important criteria for them. The reason could be that this question asked parents directly about those criteria, so they could have been influenced by this question.

Influence of gender stereotypes and predispositions on parents' purchasing decisions

As follows from the results, boys appeared to play more with construction, soldiers and video games than girls. Girls preferred categories like dolls, make-up, kitchen, and cleaning sets. Regarding the gender-neutral toys or activities, it appeared that girls play with board games and puzzles, some figurines, do arts and crafts and read books more than boys, who prefer physical play and activities more. To sum up, overall descriptive statistics confirmed that boys play more with “male” toys; girls play more with “female” toys and are also more likely to play with gender-neutral toys.

From the correlation analysis it also appears, that parents' gender has an influence on the evaluation of the Creatable World doll by parents with a p-value equal to <0,001 and a 0,351 correlation, meaning that males were more likely to select it. Female children, who often play with the gender-neutral toys, were more likely to play with male toys (p-value <0,001 and the 0,727 correlation) and were more likely to prefer the Creatable World doll to their parents' opinion. The correlation analysis also pointed out that the gender of the respondents influences the selection of the “Child's gender” as a decisive criterion when considering buying a toy with the -0,244 correlation and p-value of 0,013.

The first regression analysis (RA) considered a respondent's gender as an independent variable (IV) and the variance of choice of the “Child's gender” as a dependent variable (DV). The existent effect on the likeliness to choose “Child's gender” depending on the respondent's gender confirmed, with the p-value of 0,013 and influence of about 6%. The second RA took child's gender as the IV and the evaluation of the Creatable World doll by the child as a DV. This RA confirmed the impact of the child's gender on the parent's perception of the child's likelihood of loving the Creatable World doll, with the 7,7% influence with the p-value of 0,005. It was also confirmed in the next RA that the children's gender (IV) has an impact on the selection on the gender-neutral toys to play with (DV). In fact, female children were confirmed as more likely to play with gender-neutral toys, as follows from the correlation rate of 0,774. The percentage of impact was 59,9% and the p-value of <0,001.

Using the t-test analysis we again confirm that the gender of parents (IV) has an influence on their evaluation of the Creatable world doll (DV). The average mean of how much parents like the doll was higher in case of female respondents with the mean of 5,46, when male respondents' mean equalled to 4,62. The p-value for this relationship equalled <0,001 with the mean difference of 0,84. The t-test also

confirmed the causal effect between the respondent's, parent's, gender (IV) and the frequency of selection of the "Child's gender" (DV) as an important factor when choosing the toy.

According to the results of the following t-test, the gender of the children (IV) also had an influence on how their parents perceive their children's likeliness to play with the Creatable World doll (DV). The mean for male respondents was 4,64 and the mean for female respondents was 5,46. The p-value for this effect was equal to 0,005.

The last t-test analysis also confirmed that parents with children in the age intervals of 3-6 years old and 10-12 years old were more likely to evaluate the Creatable World doll as more attractive for their children. The test also showed that parents of females had a more positive opinion about the Creatable World doll than those of males, at a mean difference of 1,67 and 1,90, and the p-value of <0,001 and 0,026 respectively. The t-test also confirmed that parents of females in the age interval of 3-6 years old perceived the doll more positively, than parents of males (1,33 mean difference and p-value <0,001). They also had higher evaluation of the Creatable World product than other parents, whose children were in other age intervals.

A chi-square test was then carried out to ultimately confirm or deny the previously tested hypothesis about the causal effect between the parent's gender and the frequency of choosing the "Child's gender" as a criterion in the decision-making purchasing process. Even though the overall frequency of the occurrence of "Child's gender" as a decisive criterion was lower in comparison with other factors, the following is confirmed. Whilst the gender of the parent does not have any significant effect on the selection of other individual criteria, the "Child's gender" proves to be impacted by the gender of the parent with the p-value equal 0,15 (2-sided) and 0,12 (1-sided) respectively. This value confirms that the correlation exists between parents' gender and importance of the child's gender for them during the toy purchasing process. In fact, men were a little more likely to choose "Child's gender" in this question. However, even though the causal effect exists, the significance of the influence is rather low.

Parents' opinion on gender-neutral toy ("Creatable World" doll example)

Parents favoured the idea of "Creatable world" (mean=5,34), while a smaller number of them (mean=4,86) were more likely to buy this doll for their child. Moreover, some parents thought that doll didn't have enough creative and educational value (mean=5,06). Another reason was a lack of information about this doll (mean=5,30). Regarding child's preferences and interest in this doll, parents supposed their children will like it and will play with it (mean=5,09). The overall descriptive statistics of the categories "Parent's toy choice CW doll" (5,08 at 7-point scale) and "Child's toy choice CW doll" (5,08 at 7-point scale) confirmed this fact.

The parents were also more likely to evaluate Creatable World doll positively, if they thought that the children would like the doll, which could be represented by the p-value of <0,001 and the correlation of 0,724. Moreover, depending on the child's gender, the parents' opinion about how much their children would like the Creatable World doll varied with the 0,278 correlation and the p-value of 0,005. Female children were more likely to evaluate Creatable World doll positively from the parents' point of view. Finally, female children, whose age was in the interval from 3 to 6 years were more likely than males to like the Creatable World doll in their parents' opinion (p-value of <0,001; 0,342 correlation). The parents of female children in this age were also more likely to be fond of the toy (correlation of 0,343; the p-value of <0,001).

The RA confirmed that female children in the age intervals (IV) of 3-6 years old and 10-12 years old were more likely to enjoy playing with the Creatable World doll (DV), in their parents' opinion. Moreover, female children who played with the gender-neutral toys (IV), were perceived by their parents that they would like Creatable World doll (DV) more, than male children from the dataset. The impact on the child's evaluation of the Creatable World doll was around 10,7%, the correlation equalled 0,327 and the p-value - <0,001. The parents were then confirmed to like the Creatable World doll much more (DV) if they think that their children would like to play with it (IV). This fact confirms that the children's preferences have considerable influence on the parents' decision-making. Lastly, the RA confirmed that the children's gender (IV) has

an impact on how parents perceive the likelihood of their child to like the Creadable World doll (DV). With the correlation coefficient of 0,278, the relatively low influence rate of 7,7% and the p-value of <0,001, it was confirmed that the parents of females think that their child would like the Creadable World doll more than the parents of male children.

CONCLUSION

The aim of the research was to investigate parents' decision-making process, while buying toys for their children, and to investigate the causal effect between the different factors influencing parental decision-making. We aimed to find insights into how parents are influenced by the gender factor, meaning both gender of their children and themselves. The additional emphasize of the research was to explore the parents' opinion on the gender-neutral toys using an example of „Creadable World“ doll.

We confirmed that chosen variables have an impact on parental decision-making. Children's age, their preferences and gender factor proved to have a decisive influence on parents' toy preferences and opinions.

Most of the respondents are highly influenced by them in their decision-making and purchasing process. Moreover, educational value of the toy appeared to play an important role as well. We found that parents are mostly motivated by the creative and innovative value of the toy. The key criteria are if this toy leads to communicativeness, helps children to create their own “self” and allow them to be who they want to be. Even though the frequency of the “Child's gender” factor occurrence was lower, the influence of gender could be derived from the toys with which respondents' children are playing (and which are segregated by gender factor). So, it is possible to conclude that gender is of key importance, either from the point of view of the gender predispositions or gender stereotypes in parents' decision-making processes while buying toys. We also confirm that gender stereotypes influence parents' decision-making, but not the toy preferences of children. Nevertheless, this is true only to some age, while children are not yet influenced by the gender stereotypes imposed on them by their parents. Older children prove to be influenced by the gender factor in their toy preferences. As follows from the quantitative study, the gender factor is overly complicated to investigate.

The research aimed to deepen understanding of gender stereotyping. The research results also contribute to understanding of parents' decision-making process, when purchasing toys, and the factors influencing it. The findings could benefit toy producers to better target children's needs and bring understanding of gender stereotypes to individual parents.

Future research

We assume, it would be beneficial to include a larger respondent sample, which will be diversified in terms of gender, age, and other demographical factors. It should also be expanded in terms of impact of cultural or other factors, which could influence the parents' decision-making process. The other interesting option to conduct research is to use practical methods to make much more valuable conclusions. The research could consist of an experiment, including a larger respondent sample of children, who represent different ages and genders equally. There are other options to enrich the results of the future research, such as, go into field, to observe the respondents, to simulate the purchasing situation, etc.

Acknowledgement

This study was supported by the Internal Grant Agency project of the Prague University of Economics and Business, grant number IGS F6/05/2021.

REFERENCES

Almeida, F., Faria, D., & Queirós, A. (2017). Strengths and Limitations of Qualitative and Quantitative Research Methods. *European Journal of Education Studies*, 3, 369–387.
<https://doi.org/10.5281/zenodo.887089>

- Bengtsson, M. (2016). How to plan and perform a qualitative study using content analysis. *NursingPlus Open*, 2. <https://doi.org/10.1016/j.npls.2016.01.001>
- Blakemore, J., & Centers, R. (2005). Characteristics of Boys' and Girls' Toys. *Psychology Faculty Publications*, 53. <https://doi.org/10.1007/s11199-005-7729-0>
- Boe, J. L., & Woods, R. J. (2018). Parents' Influence on Infants' Gender-Typed Toy Preferences. *Sex Roles*, 79(5–6), 358–373. <https://doi.org/10.1007/s11199-017-0858-4>
- Bussey, K., & Bandura, A. (1999). Social Cognitive Theory of Gender Development and Differentiation. *Psychological Review*, 106, 676–713. <https://doi.org/10.1037/0033-295X.106.4.676>
- Campenni, C. E. (1999). *Gender Stereotyping of Children's Toys: A Comparison of Parents and Nonparents*. <https://doi.org/10.1023/A:1018886518834>
- Cherney, I., & Dempsey, J. (2010). Young children's classification, stereotyping and play behaviour for gender neutral and ambiguous toys. *Educational Psychology*, 30, 651–669. <https://doi.org/10.1080/01443410.2010.498416>
- Dinella, L. M., Weisgram, E. S., & Fulcher, M. (2017). Children's gender-typed toy interests: Does propulsion matter? *Archives of Sexual Behavior*, 46(5), 1295–1305. <https://doi.org/10.1007/s10508-016-0901-5>
- Eisen, S., Matthews, S. E., & Jirout, J. (2021). Parents' and children's gendered beliefs about toys and screen media. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 74, 101276. <https://doi.org/10.1016/j.appdev.2021.101276>
- Erlingsson, C., & Brysiewicz, P. (2017). A hands-on guide to doing content analysis. *African Journal of Emergency Medicine*, 7(3), 93–99. <https://doi.org/10.1016/j.afjem.2017.08.001>
- Goertzen, M. (2017). *Introduction to Quantitative Research and Data*. Undefined. <https://www.semanticscholar.org/paper/Introduction-to-Quantitative-Research-and-Data-Goertzen/1886c4fcd59baaa995a1d8a3c069f65c866f4859>
- Kollmayer, M., Schultes, M.-T., Schober, B., Hodosi, T., & Spiel, C. (2018). Parents' Judgments about the Desirability of Toys for Their Children: Associations with Gender Role Attitudes, Gender-typing of Toys, and Demographics. *Sex Roles*, 79(5), 329–341. <https://doi.org/10.1007/s11199-017-0882-4>
- Leaper, C., & Friedman, C. K. (2007). *The Socialization of Gender*. In *Handbook of socialization: Theory and research* (pp. 561–587). The Guilford Press.
- Martin, C. L., Eisenbud, L., & Rose, H. (1995). Children's Gender-Based Reasoning about Toys. *Child Development*, 66(5), 1453–1471. <https://doi.org/10.2307/1131657>
- Medhora, S. (2014, December 2). No Gender December: Abbott criticises bid to end gender stereotypes in toys. *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/world/2014/dec/02/no-gender-december-abbott-criticises-bid-to-end-gender-stereotypes-in-toys>
- Miller, C., Lurye, L., Zosuls, K., & Ruble, D. (2009). Accessibility of Gender Stereotype Domains: Developmental and Gender Differences in Children. *Sex Roles*, 60, 870–881. <https://doi.org/10.1007/s11199-009-9584-x>
- Skočajić, M. M., Radosavljević, J. G., Okičić, M. G., Janković, I. O., & Žeželj, I. L. (2020). Boys Just Don't! Gender Stereotyping and Sanctioning of Counter-Stereotypical Behavior in Preschoolers. *Sex Roles*, 82(3), 163–172. <https://doi.org/10.1007/s11199-019-01051-x>
- Trawick-Smith, J., Russell, H., & Swaminathan, S. (2011). Measuring the effects of toys on the problem-solving, creative and social behaviours of preschool children. *Early Child Development and Care*, 181, 909–927. <https://doi.org/10.1080/03004430.2010.503892>
- Weisgram, E. (2016). The Cognitive Construction of Gender Stereotypes: Evidence for the Dual Pathways Model of Gender Differentiation. *Sex Roles*, 75. <https://doi.org/10.1007/s11199-016-0624-z>
- Wood, E., Desmarais, S., & Gugula, S. (2002). The Impact of Parenting Experience on Gender Stereotyped Toy Play of Children. *Sex Roles*, 47(1), 39–49. <https://doi.org/10.1023/A:1020679619728>
- Zosuls, K. M., Ruble, D. N., Tamis-LeMonda, C. S., Shrout, P. E., Bornstein, M. H., & Greulich, F. K. (2009). The acquisition of gender labels in infancy: Implications for gender-typed play. *Developmental Psychology*, 45(3), 688–701. <https://doi.org/10.1037/a0014053>

ZMĚNY V MEZINÁRODNÍM TURISMUS Z POHLEDU PLATEBNÍ BILANCE CHANGES IN INTERNATIONAL TOURISM FROM THE VIEW OF THE BALANCE OF PAYMENTS

Petr Janeček¹, Michael Satýnek²

¹ Ing. Petr Janeček, Ph.D., Západočeská univerzita v Plzni, Fakulta ekonomická, janecp00@kmo.zcu.cz, ORCID 0000-0003-3437-8012

² Ing. Michael Satýnek, Západočeská univerzita v Plzni, Fakulta ekonomická, msatýnek@kmo.zcu.cz, ORCID 0000-0002-6585-1143

Abstract: From a global perspective, international tourism has a great importance for national economies. In addition, for the most visited countries, international tourism is a major contributor to GDP. This article focuses specifically on changes in international tourism from the view of the balance of payments. At first, the theoretical part will introduce the field of international tourism and its impact on the economy of the state and then in the context of the balance of payments of the state. Subsequently, in the analytical part, the aim will be to analyse the development of tourism and its impact on the trade and services balance. For example, in the Czech Republic, the results show a large number of tourist arrivals, but also large departures of Czechs abroad, which reduces the overall balance. In the end and among other things, the impact of the covid-19 pandemic on tourism and the balance of payments will be evaluated.

Keywords: international tourism, balance of payments

JEL Classification: L83

ÚVOD

Turismus není ekonomicky ani statisticky uzavřený kvůli tomu, že přesahuje do řady dalších ekonomických i neekonomických činností a oborů. Ekonomická a statistická neuzavřenost a heterogennost turismu způsobuje nelehké sledování jeho ekonomických i neekonomických efektů a vlivů, což je jistě také jednou z příčin jeho nedostatečného politického a ekonomického docenění (Palatková & Zichová, 2011). Mezinárodní turismus tvořil v globálním pohledu hlavní část výkonů a v posledních letech se stal hlavním hnacím motorem ekonomiky turismu. V některých státech se stal kvůli výnosům jedním z hlavních přispěvovatelů k HDP. Jedná se především o státy tradičně významně navštěvované, jako jsou přímořské státy jako Španělsko, Itálie, Chorvatsko apod. Ještě více závislé na turismu jsou malé ostrovní státy, které nemají jiných velkých variant v ekonomickém rozvoji, než je právě rozvoj turismu. Problematice rozvoje mezinárodního turismu a jeho dopadu na ekonomiku Ukrajiny se věnovali Moskvichova et al. (2021). Ve své studii zdůrazňují neustále rostoucí význam turismu v mezinárodní ekonomické aktivitě a v této souvislosti uvádějí, že turismus přímo ovlivňuje například oblast obchodu či dopravy a komunikace. Na trhu turismu probíhají procesy globalizace, které mají vliv například na změny technologií, dopravní infrastrukturu v kontextu její modernizace či na podnikatelskou činnost a její internacionalizaci. V souvislosti s pandemií COVID-19 se ukázalo, že zaměření pouze na mezinárodní turismus není dlouhodobě výhodné, nicméně je důležité poznamenat, že příjmy za mezinárodního turismu, resp. příjezdového turismu jsou proporcionálně vyšší než příjmy z domácího turismu. Tento fakt je dán zřejmě i rozlohou a geografickou členitostí reliéfu České republiky, stejně tak i historickým a kulturním potenciálem, který dokáže velmi dobře nalákat zahraniční návštěvníky, ale pro tuzemské účastníky turismu jsou zahraniční předpoklady zajímavější. Z toho důvodu je a bude příjezdový turismus velmi důležitou a většinovou součástí výkonů turismu. Mezinárodní pohyb služeb

turismu je zaznamenávám v platební bilanci, resp. obchodní bilanci, kterou tento článek analyzuje a ukazuje její vývoj.

1. LITERÁRNÍ REŠERŠE

Zdrojů, které se věnují problematice mezinárodního turismu a jeho významu pro ekonomiky zemí je velké množství, protože se jedná o velmi komplexní a široké téma. Navzdory tomu, je potřeba zaměřit se specificky na problematiku platební bilance a bilance turismu. Tomuto tématu se již nevěnuje mnoho autorů v úzkém pohledu. Většina článků se zabývá vlivem turismu na celkový ekonomický růst, kde se s platební bilancí přirozeně pracuje. Jen několik článků řeší úzký pohled na turismus, bilanci turismu a její vliv na celkovou platební bilanci. Z toho důvodu je v tomto článku prvně věnována pozornost vlivu a významu mezinárodního turismu pro ekonomiku a následně specificky zaměřeno na platební bilanci a bilanci turismu.

1.1 Mezinárodní turismus a jeho vliv na ekonomiku státu

Brida, Matesanz Gómez, a Segarra (2020) využili obchodní bilance a dalších ekonomických ukazatelů k hodnocení států dle jejich turistických výkonů mezi lety 1995-2016. Klastř vysokého turistického výkonu obsahoval státy: Rakousko, Belgie, Bulharsko, Švýcarsko, Kypr, Českou republiku, Španělsko, Estonsko, Francii, Řecko, Chorvatsko, Irsko, Island, Itálii, Jamajku, Lucembursko, Maltu, Mauricius, Malajsii, Nizozemsko, Norsko, Porto Rico, Portugalsko a Slovinsko. Tyto státy se vyznačují buď vysokým ekonomickým růstem a vysokými výkony v turismu (hodnoceno vůči průměru), nebo nízkým ekonomickým růstem ale vysokými výkony v turismu. Těmito metodami lze tedy určit i výsledky různých politických rozhodnutí.

Turismus ovlivňuje platební bilanci přímo jako neviditelný export. Mezinárodní turismus ovlivňuje i další odvětví ekonomiky a mezinárodních obchodních transakcí, např. ekonomický růst, podnikatelství růst cen a příjmů (Nissan et al., 2011). Jako příklad lze uvést studii Sánchez Lópeze (2021), který zkoumal vliv mezinárodního turismu na potravinářské odvětví a výrobu tabáku v Mexiku. Prokázal vliv turismu na tato odvětví a poukázal na potřebu rozvoje dalších produktů v oblasti turismu ve vztahu k vybraným odvětvím. Turismus může mít vliv i na měkké charakteristiky úspěšnosti národních ekonomik. Moskvichova et al. (2021) se zaměřili konkrétně na Ukrajinu, pro kterou provedli analýzu mezinárodních turistických toků pro období mezi roky 2010 a 2019. Na základě analýzy bylo zjištěno, že se Ukrajina potýká jak s prudkým poklesem zahraničních návštěvníků, tak i se zpomalením rozvoje turismu, což způsobuje například nepříliš uspokojivý stav rozvoje infrastruktury a turistické dopravy, vysoké ceny či nízká inovační aktivita podniků působících na trhu turismu. Na základě provedené analýzy autoři uvádějí, že mezinárodní turismus je potřeba vnímat jako aktivního politického aktéra, který je schopný působit jednak na navazování mezinárodní důvěry a spolupráce, ale také jako faktor pro udržení politické stability.

Účinkům turismu na hospodářský růst a emise CO₂ a jejich následnému srovnání mezi rozvinutými a rozvíjejícími se ekonomikami se ve své studii věnovali Paramati, Alam, a Chen (2017). Za využití robustních panelových ekonometrických dat a technik byl zjištěn významný pozitivní dopad turismu na ekonomický růst rozvinutých i rozvíjejících se ekonomik, kdy tato skutečnost potvrzuje hypotézu, že je ekonomický růst řízen turismem. K výsledkům svého zkoumání autoři dále dodávají, že příjezdový turismus má pozitivní dopady na ekonomiku celkově, a to z důvodu jeho významného podílu například na tvorbě pracovních míst nebo na zvyšování příjmů. Příjmy z příjezdového turismu mají pozitivní a významný dopad na příjmy u 156 rozvinutých i rozvojových zemí. Gnanon (2020) toto ověřil na datech z let 1995-2015 a zjistil, že zvýšení příjmů z mezinárodního turismu prospěje mnohem více vyspělým ekonomikám než ekonomikám méně vyspělým. Analýze vývoje příjmů z cestovního ruchu na světové úrovni v kontextu geografických oblastí a hlavních turisticky zajímavých oblastí se věnuje (Popescu, 2014). Výsledkem analýzy je zjištění, že globálně se příjmy z turismu, konkrétně za období mezi lety 1980 a 2012, zvýšily více než desetkrát. Na základě všech zjištěných výsledků analýzy o mezinárodním turismu lze konstatovat, že se jedná o oblast činností, které vysoce přispívají k rozvoji světové ekonomiky. Příjmy z mezinárodního turismu v období 1996-2016 u dvaceti zemí s nejvyššími příjmy z turismu zkoumali Yalçinkaya, Daştan, a Karabulut (2018). Bylo zjištěno, že příjmy z mezinárodního turismu mají pozitivní

vliv na hospodářský růst, konkrétně na jeho zajištění. Zároveň mají příjmy z mezinárodního turismu významný vliv na získání udržitelnosti v analyzovaných zemích za dané časové období.

1.2 Turismus a platební bilance států

Platební bilance je účetní záznam, který indikuje ekonomickou a finanční situaci země v porovnání s ostatními. Zaměřuje se na popis ekonomických vztahů mezi rezidenty a nerezidenty. Zahrnuje také transakce spojené s obchodem, službami a mezinárodním turismem. Turismus je součástí položky bilance služeb, která tvoří velkou část obchodní bilance. Dlouhou dobu byl turismus a příjmy ze zahraničního turismu považován za hlavní benefit. Pro mnoho rozvojových nebo rozvíjejících zebí byly příjmy z tvrdých měn velmi zásadní pro jejich ekonomiky a turismu byl tudíž vítaným zdrojem zahraniční měny, který vykrýval nezbytný import do zemí. U rozvinutých zemí je význam turismu o něco nižší s ohledem na strukturu zahraničního obchodu. V 60. letech 20. století dokonce Francie a Spojené království uvalily na výjezdový turismus restriktce, aby podpořily platební bilanci státu (Vanhove, 2018). V některých zemích (např. Turecko) tvoří turismus největší část v položce služby (Çelik et al., 2013). Studie zaměřené na vliv turismu na platební bilanci, resp. studie zaměřující se na bilanci turismu nejsou velmi časté. Nicméně lze rozdělit tyto studie na dva druhy. Ty, které se zabývají pohledem na elasticitu poptávky a ty, které řeší vliv směnných kurzů.

Významný je také pohled na mezinárodní turismus bilanci služeb ve spojitosti se změnami směnného kurzu. Dopady fluktuace směnného kurzu na poptávku po turismu byly předmětem zájmu posledních několik dekád. Isik, Radulescu, a Fedajev (2019) zkoumali, jak depreciace Eura ovlivňuje turistickou bilanci Španělska a Turecka na rozdíl od apreciacie. Zjistili pozitivní vliv na španělskou obchodní bilanci při depreciaci, zatímco při apreciaci nedocházelo ke zhoršení. Autoři z tohoto vyvozují závěr, že Evropská centrální banka by měla řídit směnný kurz Eura tak, aby atraktivníla všechny turistické destinace (především středozemské) turistům. Dodávají, že práce se směnným kurzem ovšem nemůže být samostatně významně úspěšná, ale je potřeba podpořit zájem o destinace pomocí marketingové komunikace, která hraje především v turismu významnou roli při rozhodování. Stejný princip výzkumu provedli Dogru, Isik, a Sirakaya-Turk (2019), kteří zkoumali vzájemné bilance turismu a obchodu ve vztahu apreciacie a depreciace dolaru. Bilance turismu se okamžitě zlepšovala, pokud došlo k depreciaci dolaru, což podporuje i Marshall-Lernerovo pravidlo J-křivky (Marshall, 1924). Depreciace způsobuje zdražení importu a tím snížení poptávky po importu, ale na druhé straně zlevňuje export a poptávka po exportu roste. Výsledky studie naznačují symetrické výsledky u USA a UK; USA a Kanady, ale asymetrické výsledky u USA a Mexika. Může to být způsobeno větší citlivostí na fluktuaci směnných kurzů než na změnu příjmů. Zaměření na turismus tedy může pomoci řídit obchodní bilanci států. Problematické reálného směnného kurzu a obchodní bilance v turismu USA se věnovali Cheng, Kim, a Thompson (2013). V této studii autoři zkoumali účinky reálného směnného kurzu a příjmu na příjmy z vývozu a výdaje z dovozu z turismu v USA za období mezi lety 1973 a 2010. Zjištěno bylo, že američtí turisté, kteří míří do zahraničí, reagují na příjem. Oproti tomu zahraniční turisté přijíždějící do USA, na příjem nereagují.

Méně rozvinuté země v oblasti technologií mohou využít pro růst ekonomické prosperity právě turismus, který je navíc odvětvím intenzivně závislé na lidském kapitálu, který je v těchto zemích dostatečný a levný. Na příkladu Pákistánu zkoumal Rasheed et al. (2019) vliv turismu na deficit platební bilance. Zjistil, že existuje statistická negativní závislost mezi turistickými příjmy a deficitem platební bilance v dlouhém období. Růst turismu zapříčiňuje snižování deficitu, proto je doporučováno jeho rozvoj v takových zemích, jako je Pákistán. Stejně tak je významný vliv má turismus na snižování deficitu platební bilance v Turecku. Çelik et al. (2013) zjistili, že 1% nárůst příjmů z turismu vede k poklesu deficitu platební bilance o 0,569 bodu. Turismus tvoří v Turecku druhý největší příjmový zdroj platební bilance a mezi lety 1984-2012 snížil deficit platební bilance o 14 %. (Çelik et al., 2013) Turismus je pro Turecko významné odvětví ekonomiky, které se podílí na tvorbě HDP a zaměstnanosti (Gül, 2015) Ventisette (2019) zaměřila svou pozornost na mezinárodní dopravu, kterou využívají turisté při návštěvě Itálie a jejím vlivu na platební bilanci. Loh (2014) využil dat ze statistik platební bilance vydávaných Mezinárodním měnovým fondem k tomu, aby zjistil význam zdravotně orientovaného turismu v mezinárodním pohledu. Výsledky ukazují, že mezi lety

2003-2009 rostl jak import, tak export zdravotně orientovaného turismu především u zemí s velkým objemem těchto služeb, ale ne u těch, které mají malý objem zdravotních služeb. Turismus má také schopnost rychlého obnovení při různých šocích. Na příkladu obchodní války mezi USA a Čínou od roku 2018 zjistili tento fakt Jin, Bao, a Qu (2021)

2. METODY

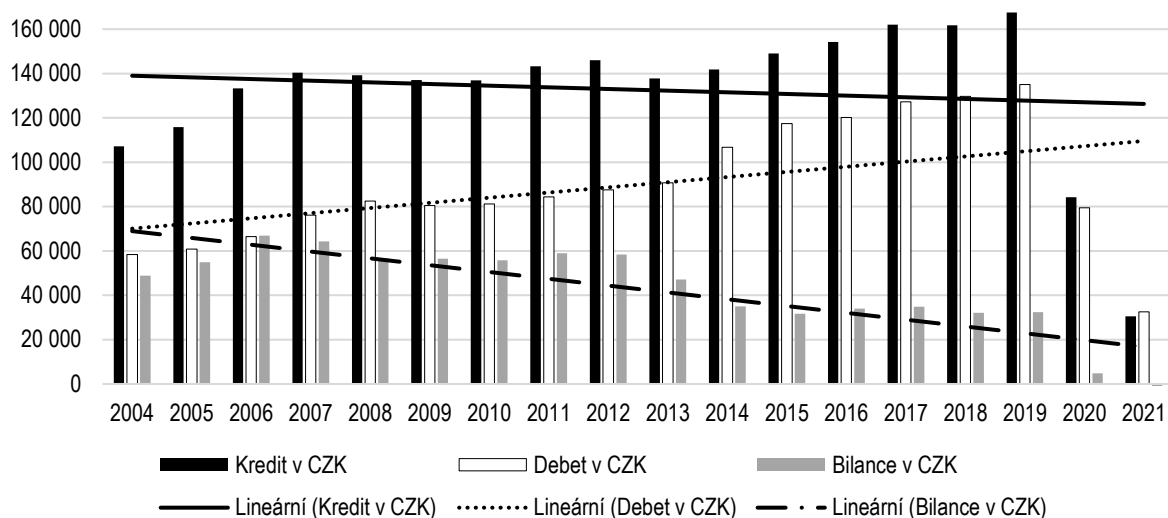
Cílem článku je analyzovat vývoj bilance turismu a jeho vlivu na obchodní bilanci a bilanci služeb z celkového pohledu ale také z pohledu největších zdrojových zemí pro český turismus. Při zkoumání vlivu turismu na platební bilanci lze vyjít z porovnání příjmů a výdajů (aktiv a pasiv nebo kreditu a debetu) ze zahraničního turismu. Devizové příjmy jsou představovány příjmy tuzemských producentů služeb a zboží za jednotlivé typy položek, pro případ tohoto článku to bude turismus. Představují tedy příjmy za aktivní/příjezdový turismus. Devizové výdaje turismu jsou představovány výdaji tuzemců za produkty v zahraničí. Jedná se tedy o pasivní/výjezdový turismus (Janeček, 2014; Palatková, 2014; Palatková & Zichová, 2011). Z bilance turismu tedy lze posoudit, zda se jedná o zemi vysílací nebo přijímací. Bude využito především dat Platební bilance v podrobném členění. Použití statistik turismu a dalších tradičních ekonomických statistik je doporučováno jako důležitý nástroj pro hodnocení významu turismu pro ekonomický rozvoj států (Brida et al., 2020). Turismus je představován ve statistikách a výkonech pomocí různých proměnných. Velmi často se používá počet příjezdů do destinace, ať už se jedná o stát nebo menší území, počet přenocování, délka přenocování, nebo útraty návštěvníků. Tato studie bude vycházet z úhrnů útrat zahraničních návštěvníků v České republice a úhrnů útrat rezidentů v zahraničí. Data byla čerpána z účtů platební bilance, resp. bilance služeb a bilance turismu. Pro analýzu byla využita data z České národní banky z Platební bilance, resp. běžného účtu se zaměřením na položky služby a cestovní ruch v letech 2004-2021. Pro roky 2020 a 2021 jsou uveřejněna pouze předběžná data s tím, že rok 2021 obsahoval pouze data za první tři čtvrtletí. V analýzách bude tento fakt zohledněn. Bylo využito databáze Bistat České národní banky a jejich sestav platební bilance v podrobném členění (ČNB, b.r.-b) a běžný účet v geografickém členění (ČNB, b.r.-a).

Analyzována byla položka turismus v historickém vývoji, jak z pohledu aktiv, pasiv i celkové bilance. Dále byly srovnávány položky turismus, služby a běžný účet z bilančního hlediska. Detailněji byl analyzován podíl turismus na tvorbě aktiv a pasiv na běžném účtu a položce služby. Pomocí bilance položky turismus byly zjišťovány příjmové a vysílající země vůči České republice. Na základě analýzy 35 států, jejichž rezidenti měli nejvyšší návštěvnosti v hromadných ubytovacích zařízeních za rok 2019, bylo vybráno 10 států jako vysílajících a 8 států jako příjmových vůči České republice.

3. VÝSLEDKY

Turismus má ve sledovaném období stále klesající saldo, kdy více plateb probíhá za tuzemské služby a produkty oproti zahraničním, ačkoliv absolutní rozdíl kontinuálně klesá. V roce 2019 byly evidovány nejvyšší příjmy z turismu z pohledu platební bilance, ale velmi vysoký byl i úhrn na debetní straně. Znamená to, že sice do České republiky přijíždělo velké množství turistů, kteří zde platili za služby a zboží, ale významně cestovali i Češi do zahraničí. Na obrázku číslo 1 jsou znázorněny i lineární trendy vývoje kreditní, debetní strany i salda. Je zřejmé, že křivka kreditní strany má klesající sklon oproti rostoucí křivce debetní strany, což znamená, že křivka bilance musí klesat rychleji, tedy má vyšší sklon.

Obr. 1: Celkové výsledky turismu v letech 2004-2021



Zdroj: Vlastní zpracování dle ČNB, 2022

Tabulka číslo 1 zachycuje absolutní hodnoty bilance na běžném účtu, položce služby a turismus za roky 2008-2021. V letech 2008-2013 byl běžný účet v záporu, oproti tomu položky služby a turismus měly kladné výsledky. Turismus má v celém sledovaném období kladných hodnot, které se pohybují v rozmezí 58 936 mil. korun. Je zde vidět ale znatelný pokles od roku 2014 (35 060 mld. Kč) až do roku 2019 (32 434 mld. Kč). Rok 2019 byl v objemech turismu výjimečný, i když konečné saldo bylo na spodní úrovni šestiletého průměru. Největší rozdíl byl realizován v roce 2020, tedy první rok pandemie, kdy skončila bilance turismu na hodnotě 4 767 mil. Kč. Zajímavý je také pohled na samotnou položku turismu, která se dělí na pracovní cesty a cesty soukromé. V absolutních číslech kreditní a debetní strany převažují jasně cesty soukromé, ale při srovnání bilance, je situace téměř vyrovnaná nebo 60:40. V porovnání bilance přispívají oba typy turismu na celkové bilanci. Pracovní cesty v období 2010-2014 přispívaly nejméně. V roce 2020 ovšem tvořily největší podíl turismu (93,34 %).

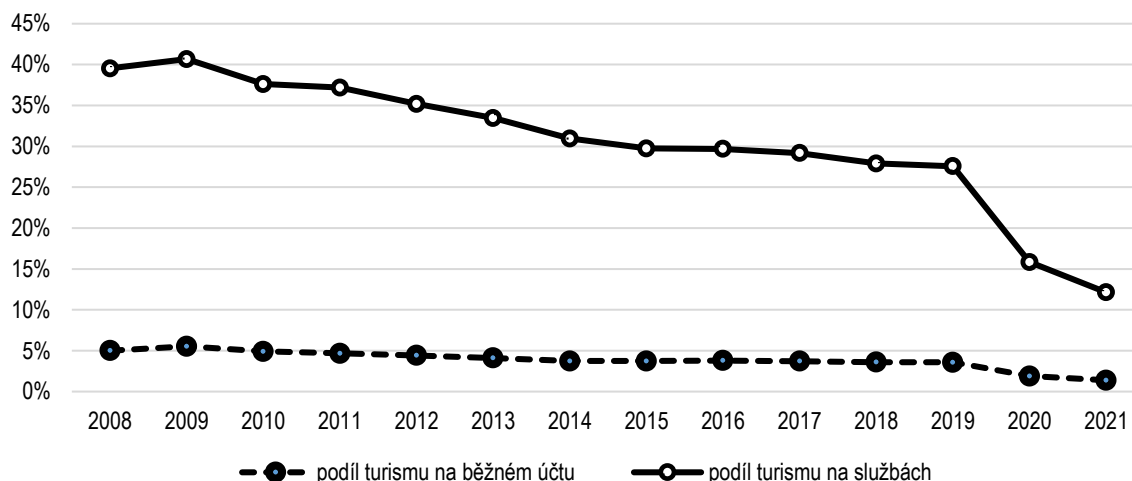
Tab. 1: Bilance běžného účtu a dalších položek 2008-2021

Bilance	v mil. CZK						
Položka	Běžný účet	Služby	Turismus	%podíl pracovních cest na turismu	Pracovní cesty	%podíl soukromých cest na turismu	Soukromé cesty
2008	-75 254,7	89 274,3	56 623,2	49,70%	28 142,9	50,30%	28 480,3
2009	-89 203,0	81 916,9	56 500,9	41,35%	23 363,8	58,65%	33 137,2
2010	-141 776,5	78 475,7	55 763,9	39,11%	21 811,2	60,89%	33 952,7
2011	-84 800,8	81 281,7	58 936,6	35,83%	21 118,7	64,17%	37 817,9
2012	-63 313,0	77 626,3	58 377,0	38,36%	22 391,0	61,64%	35 986,0
2013	-21 784,4	70 359,3	47 072,2	33,37%	15 706,6	66,63%	31 365,6
2014	7 882,7	55 650,8	35 060,5	31,63%	11 089,7	68,37%	23 970,8
2015	20 746,1	86 617,5	31 613,2	41,57%	13 140,1	58,43%	18 473,1
2016	85 177,0	106 562,0	33 963,3	40,70%	13 822,6	59,30%	20 140,8
2017	79 089,5	124 624,6	34 863,3	41,24%	14 379,0	58,76%	20 484,3
2018	24 100,0	119 967,3	32 065,4	43,22%	13 857,6	56,78%	18 207,7
2019	19 155,2	105 952,0	32 434,2	43,82%	14 211,9	56,18%	18 222,3
2020	203 509,4	104 619,9	4 767,1	93,34%	4 449,6	6,66%	317,5
2021	15 213,4	85 837,5	-2 826,8	33,38%	943,6	133,38%	-3 770,5

Zdroj: Vlastní zpracování dle ČNB, 2022

Turismus se podílí významně na položce služby, i když jeho význam je v čase stále nižší. Od roku 2009 stále klesá cca v rozmezí 1,5-2 %. V roce 2019 byl tento pokles opět významnější (10 %). Významněji méně se podílí turismus na tvorbě příjmů na položce běžného účtu. Zde se jedná o cca 5% podíl v letech 2008-2010, ale pak docházelo ke snižování až na 4,1 % v roce 2013. Na konci roku 2019 byl tento pokles až na úroveň 3,58 %. V roce 2020 tento podíl klesl na pouhých 1,9 %.

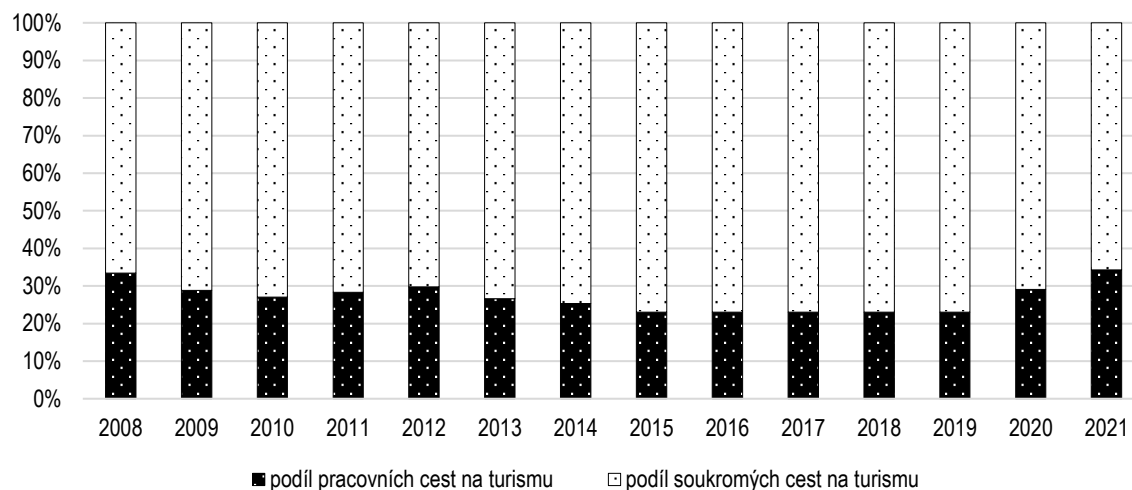
Obr. 2: Podíl příjmů z turismu na položkách Platební bilance v letech 2008-2021



Zdroj: Vlastní zpracování dle ČNB, 2022

Příjmovou část položky turismus tvoří především soukromé cesty. Poměr pracovních cest se pohybuje v rozmezí od 23 % do 33,38 %. V období 2008-2020 nedocházelo k významným rozdílům v tomto poměru.

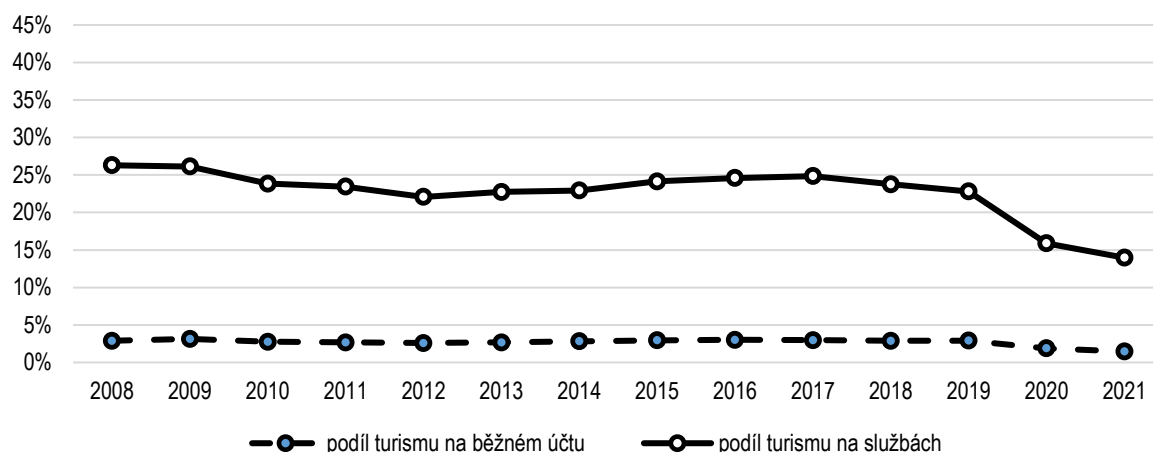
Obr. 3: Složení položky příjmy z turismu v letech 2008-2021



Zdroj: Vlastní zpracování dle ČNB, 2022

Turismus tvořil podíl na výdajích max 26,29 % na položce služby, ale spíše se pohyboval v rozmezí kolem 22-25 %. Na běžném účtu je poměr významně nižší. Nejvyšší podíl byl v roce 2009 3,14 %, nejnižší naopak v roce 2020 1,88 %.

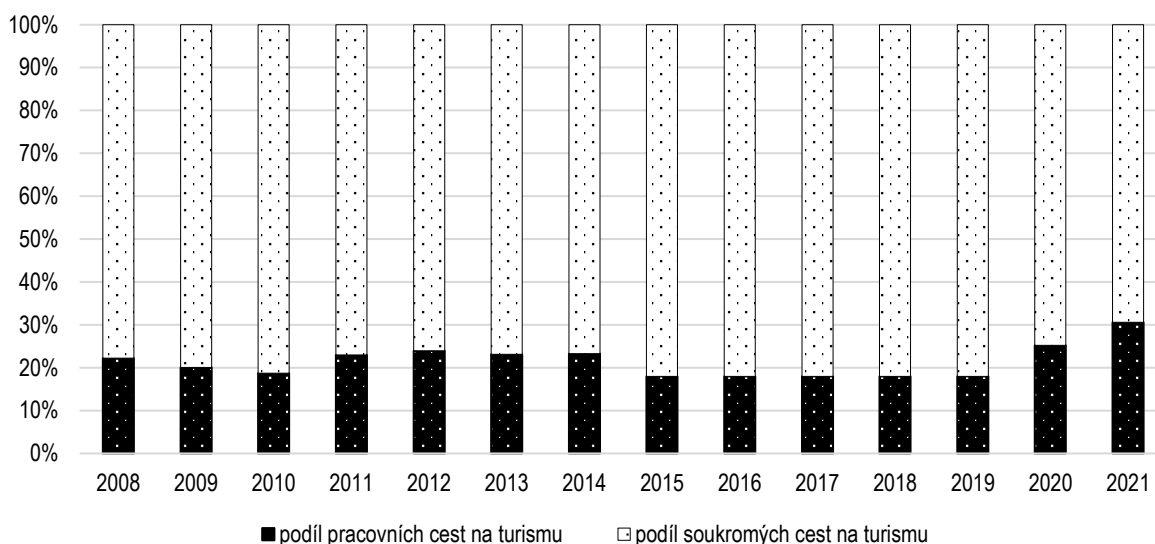
Obr. 4: Podíl výdajů z turismu na položkách běžný účet a turismus v letech 2008-2021



Zdroj: Vlastní zpracování dle ČNB, 2022

Pracovní cesty tvořily během let 2008-2019 maximálně 23,97% podíl. V roce 2020 tento podíl vzrostl na 25,23 %. Je zde znatelné, že české firmy, resp. pracovníci, realizují poměrově několikrát méně cest, než je tomu v případě soukromých cest.

Obr. 5: Složení položky výdaje z turismu v letech 2008-2021



Zdroj: Vlastní zpracování dle ČNB, 2022

V další analýze byl využit geografický pohled a členění platební bilance. Využito k tomu bylo 35 států, které měly v roce 2019 největší počty přenocování v hromadných ubytovacích zařízeních. Bilance turismu s těmito státy byla analyzována a ukazuje státy, které jsou pro Českou republiku zdrojové (vysílající) a ty, které jsou naopak příjmové. Tabulka č. 2 ukazuje státy, které jsou zdrojové (Německo, Ukrajina, Rusko, Nizozemsko, Čína, Itálie, Izrael, Dánsko, Švédsko a Spojené království). Vybráno bylo pouze 10 států s nejvyšším celkovým součtem bilance od roku 2004 do současnosti (seřazeno sestupně).

Největším zdrojovým trhem je pro Českou republiku Německo, ačkoliv je vidět, že od roku 2017 se bilance dostává do záporných hodnot. Je to způsobeno především rostoucími výdaji, které vzrostly meziročně 2016/2017 o 2 831 mil. Kč. V roce 2020 došlo k velkým změnám kvůli pandemii covid-19. Největší rozdíly jsou vidět právě u trhu německého, ruského, čínského a nizozemského. Zajímavé je, že bilance Ukrajiny poklesla, ale pouze o malý podíl ve srovnání s ostatními státy. V roce 2021 už to vypadá, že pokles bude větší, ale stále bude nejvíce zdrojovou zemí

Tab. 2: Bilance turismu mezi největšími zdrojovými trhy v letech 2004-2021

v mil. CZK	DE	UA	RU	NL	CN	IT	IL	DK	SE	GB
2004	25 605,70	2 674,90	5 922,30	1 445,60	511	1 960,10	674,4	1 422,80	1 023,50	670,2
2005	27 193,90	4 838,60	6 710,00	1 649,10	610,2	1 963,80	661,4	1 548,30	1 166,40	597,2
2006	32 004,00	5 250,90	7 495,60	1 660,30	730,4	2 394,90	759,5	1 773,70	1 362,00	790
2007	31 202,60	7 725,90	7 812,20	1 754,40	774,4	2 022,20	766,3	1 792,50	1 352,70	153,1
2008	30 298,50	13 540,60	6 423,50	2 283,50	364	1 717,90	1 177,30	1 859,20	792,4	3 094,90
2009	26 124,10	14 158,80	7 750,80	1 387,10	1 268,10	2 532,90	1 136,90	1 012,60	1 686,90	3 609,10
2010	27 403,80	9 375,80	7 811,40	1 438,10	1 424,20	2 202,00	838	1 597,90	1 324,20	18,2
2011	28 960,00	8 943,30	8 849,90	1 432,60	1 105,00	2 396,00	883,4	1 703,60	1 257,90	-296,7
2012	28 393,60	10 819,50	8 751,00	1 450,30	1 754,00	2 453,50	868,8	1 679,60	1 279,60	-956,4
2013	27 724,70	6 460,20	8 426,40	1 556,50	1 335,60	2 419,10	1 074,60	1 646,90	1 194,20	1 284,90
2014	24 238,20	5 854,50	8 375,70	1 609,50	1 665,10	1 195,20	1 110,40	1 685,20	1 216,20	131,8
2015	3 441,80	6 991,20	13 040,60	2 476,40	2 363,20	1 490,30	2 967,80	1 243,80	1 329,70	1 933,20
2016	2 980,30	8 103,00	12 061,00	2 455,50	2 742,80	1 136,40	3 400,60	1 347,30	1 478,00	2 257,80
2017	-24,5	10 309,30	15 165,30	2 578,50	3 498,80	1 090,00	3 478,90	1 287,80	1 638,10	1 518,10
2018	-2 625,60	12 254,70	14 199,20	2 502,20	4 173,70	873,7	3 095,00	1 163,00	1 562,10	1 551,00
2019	-3 218,70	15 141,50	13 631,10	2 263,60	4 382,90	422,6	3 242,40	1 141,70	1 559,40	1 466,70
2020	-6 912,10	13 686,50	5 375,90	898	849,6	154,8	592,8	369,8	280,4	-1 138,20
2021	-5 294,30	6 089,50	889,8	-11,1	162,7	-403,2	141,9	-107,7	52,6	-896,7

Zdroj: Vlastní zpracování dle ČNB, 2022

Mezi země, kde je záporná bilance turismu a jsou pro Českou republiku tedy zeměmi příjmovými, patří Rakousko, Chorvatsko, Polsko, Řecko, Slovensko, Bulharsko, Švýcarsko a Turecko. Jedná se o typické a někdy tradiční dovolenkové země pro segment tuzemského turistu. Sousední země jsou zastoupeny kromě Německa, u kterého stále převládají příjezdy z Německa do České republiky. V roce 2020 došlo opět k velkým rozdílům ve výkonech.

Tab. 3: Balance turismu mezi největšími příjmovými trhy v letech 2004-2021

v mil. CZK	AT	HR	PL	GR	SK	BG	CH	TR
2004	-780,6	-2 474,20	-410,8	-384,8	2 148,80	-451,3	238,9	36,1
2005	-1 046,40	-2 646,70	-466	-476,9	461,5	-438,5	391,6	1
2006	-858,1	-2 841,60	-216,5	-455,8	1 710,60	-474,2	476,7	40,3
2007	-1 740,30	-3 235,10	-716,1	-688,9	1 086,70	-606,3	336,6	-51,8
2008	-3 219,00	-2 552,60	-2 610,90	-1 048,70	746	-928,5	-287,2	-328
2009	-3 483,30	-5 503,70	-2 984,30	-2 180,30	-2 695,30	-451,2	207,4	-362,1
2010	-2 877,30	-3 027,20	-1 865,90	-612,6	-114,7	-684,4	205,6	107,6
2011	-2 645,50	-3 101,50	-1 665,50	-689,2	702,7	-642,5	142,8	121,1
2012	-2 825,20	-3 065,30	-1 862,40	-802,3	-209,5	-540,2	144,8	127,5
2013	-3 859,80	-2 617,50	-2 188,40	-1 431,00	1 604,60	-612,5	-3 589,70	-484,4
2014	-6 476,90	-3 859,50	-3 269,80	-1 135,00	-2 782,50	-929,1	-302,3	-105,4
2015	-9 804,20	-4 586,50	-6 192,20	-1 770,00	-4 255,10	-1 068,20	-108,6	158
2016	-9 878,30	-4 704,20	-5 972,60	-1 893,40	-3 936,90	-1 069,10	-25,8	199,4
2017	-10 583,00	-5 126,50	-6 601,80	-2 073,60	-4 841,60	-1 232,90	-140,8	55,5
2018	-11 183,80	-5 187,00	-6 587,50	-2 171,50	-4 433,30	-1 279,10	-58,7	-120,7
2019	-11 611,80	-5 444,20	-7 963,30	-2 178,10	-3 569,70	-1 250,80	-334,1	-335,7
2020	-8 274,20	-2 527,80	-2 267,40	-638,4	-957,9	-309,8	-188,4	-46,4
2021	-3 172,60	-1 918,50	-490,1	-1 147,00	2 526,60	157,5	-134	43,1

Zdroj: Vlastní zpracování dle ČNB, 2022

Záporné saldo se snižovalo směrem k nule. Největší změny jsou zaznamenány v případě Polska, Rakouska, Chorvatska Slovenska a Řecka. Zajímavé je, že největší snížení záporného salda bylo zaznamenáno u Polska, Rakouska a Slovenska. Jedná se o sousední země, které by dle trendů globálního turismu neměly být tolik zasaženy absencí cest oproti vzdálenějším destinacím. Dle dosavadních dat za rok 2021 to vypadá na další snížení záporné bilance pro Rakousko, Polsko, Slovensko (dokonce kladné saldo), Bulharsko a Turecko. U Chorvatska se neprojevuje tak velký propad jako u ostatních států. Je nutno podotknout, že Chorvatsko je velmi tradiční zemí pro trávení letní dovolené, kdy se dá říci, že pandemie polevila a Češi mohli cestu absolvovat. Naproti tomu sousední destinace jsou cílem Čechů i v době jara, zimy a podzimu, tedy v době, kdy byly realizovány tvrdé lockdowny a další opatření. Nejlepších výsledků dosáhlo Řecko, z jejich pohledu totiž záporné saldo vzrostlo, což znamená, že Češi utráceli za tamní služby a zboží více než Řekové v Čechách.

ZÁVĚR

Analýza platební bilance se zaměřením na položku turismus ukazuje stále klesající význam turismu pro běžný účet, který se pohybuje pod úrovní 5 %. Významněji se turismus projevuje na položce služby, ovšem zde je vidět větší kontinuální pokles. Zásadně se změnila situace s nastupující pandemií covid-19, kdy došlo k téměř zastavení cestování, a to se projevilo i do mezinárodních plateb za turismus. Některé charakteristiky se snížily až dvojnásobně. Z pohledu geografického členění jsou dle platební bilance identifikovat země vysílající a příjmové. Z tradičních vysílajících zemí jako je Německo, Ukrajina či Rusko se příjmy z turismu markantně snížily. U Německa, jakožto nejdůležitějšího zdrojového trhu pro český turismus, docházelo k poklesu bilance turismu dlouhodobě, ale v případě nástupu pandemie covid-19 jsou propady ještě významnější. Od roku 2017 je Německo dokonce zemí příjmovou, v roce 2020 skončila bilance turismu - 6 912 mil. Kč. Zajímavé je, že státy, jako je Chorvatsko nebo Řecko, nebyly tolik ovlivněny pandemií jako např. Rakousko, Slovensko či Polsko. Jak přehled literatury uvádí, tak turismus má možnost ovlivňovat platební bilanci několika způsoby. Je nutné podotknout, že k tomu je zapotřebí

celý komplex opatření, které mohou být ekonomického, marketingového a jiného charakteru. Turismus a vliv na platební bilanci je velmi citlivý na výkyvy z externího prostředí, jako např. pandemie covid-19, která měla významný dopad na výkony v turismu.

Poděkování

Tento příspěvek byl podpořen prostředky z grantu SGS-2021-020 Změny v ekonomice a marketingu turismu.

ZDROJE

- Brida, J. G., Matesanz Gómez, D., & Segarra, V. (2020). On the empirical relationship between tourism and economic growth. *Tourism Management*, 81, 104131. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2020.104131>
- Çelik, A. K., Özcan, S., Topcuoğlu, A., & Yildirim, K. E. (2013). Effects of the tourism industry on the balance of payments deficit. *Anatolia*, 24(1), 86–90. <https://doi.org/10.1080/13032917.2013.772529>
- ČNB. (b.r.-a). *Běžný účet v geografickém členění*. Získáno 6. únor 2022, z https://www.cnb.cz/analytics/saw.dll?Dashboard&PortalPath=%2Fshared%2FUNIBOP_WEB%2F_portal%2FBISTAT&Page=BOP&P1=dashboard&Action=Navigate&ViewState=1m731rhf9ksdgonv4npc266k66&P16=NavRuleDefault&NavFromViewID=d%3Adashboard~p%3Atdppn6rbilu6v8m0
- ČNB. (b.r.-b). *Platební bilance v podrobném členění*. Získáno 6. únor 2022, z https://www.cnb.cz/analytics/saw.dll?Dashboard&PortalPath=%2Fshared%2FUNIBOP_WEB%2F_portal%2FBISTAT&Page=DBOP&P1=dashboard&Action=Navigate&ViewState=9f43cbmd9k1gqu4riem2p3oa7q&P16=NavRuleDefault&NavFromViewID=d%3Adashboard~p%3Atdppn6rbilu6v8m0
- Dogru, T., Isik, C., & Sirakaya-Turk, E. (2019). The balance of trade and exchange rates: Theory and contemporary evidence from tourism. *Tourism Management*, 74, 12–23. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2019.01.014>
- Gnangnon, S. K. (2020). Impact of international tourism receipts on public revenue in developed and developing countries. *Tourism Review*, 75(5), 809–826. <https://doi.org/10.1108/TR-07-2018-0090>
- Gül, H. (2015). Effects of foreign demand increase in the tourism industry: A CGE approach to Turkey. *Anatolia*, 26(4), 598–611. <https://doi.org/10.1080/13032917.2015.1044016>
- Cheng, K. M., Kim, H., & Thompson, H. (2013). The real exchange rate and the balance of trade in US tourism. *International Review of Economics & Finance*, 25, 122–128. <https://doi.org/10.1016/j.iref.2012.06.007>
- Işik, C., Radulescu, M., & Fedajev, A. (2019). *The effects of exchange rate depreciations and appreciations on the tourism trade balance: The case of Spain*. 10, 17.
- Janeček, P. (2014). POSTAVENÍ CESTOVNÍHO RUCHU Z POHLEDU PLATEBNÍ BILANCE. *Hradecké ekonomické dny 2014*, 368–374.
- Jin, X. (Cathy), Bao, J., & Qu, M. (2021). Can tourism be a policy tool to moderate trade balance? *Annals of Tourism Research*, 86, 102946. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102946>
- Loh, C.-P. A. (2014). Health tourism on the rise? Evidence from the Balance of Payments Statistics. *The European Journal of Health Economics*, 15(7), 759–766. <https://doi.org/10.1007/s10198-013-0521-0>
- Marshall, A. (1924). Money, Credit and Commerce. Pp. 369. London: Macmillan and Company. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 111(1), 383–383. <https://doi.org/10.1177/000271622411100148>
- Moskvichova, O., Hryhoruk, I., Marchenko, Y., & Veretilnyk, Y. (2021). Global Development of International Tourism and Impact on the Economy of Ukraine. *European Journal of Sustainable Development*, 10(4), 108. <https://doi.org/10.14207/ejsd.2021.v10n4p108>
- Nissan, E., Galindo, M.-A., & Méndez, M. T. (2011). Relationship between tourism and economic growth. *The Service Industries Journal*, 31(10), 1567–1572. <https://doi.org/10.1080/02642069.2010.485636>
- Palatková, M. (2014). *Mezinárodní turismus: Analýza pozice turismu ve světové ekonomice, změny mezinárodního turismu v důsledku globálních změn, evropská integrace a mezinárodní turismus*. Grada.

- Palatková, M., & Zichová, J. (2011). *Ekonomika turismu: Turismus České republiky: vymezení a fungování trhu turismu, přístupy k hodnocení významu a vlivu turismu, charakteristika turismu České republiky*. Grada.
- Paramati, S. R., Alam, Md. S., & Chen, C.-F. (2017). The Effects of Tourism on Economic Growth and CO2 Emissions: A Comparison between Developed and Developing Economies. *Journal of Travel Research*, 56(6), 712–724. <https://doi.org/10.1177/0047287516667848>
- Popescu, A. (2014). *CONSIDERATIONS ON THE TRENDS OF INTERNATIONAL TOURIST*. 14(4), 14.
- Rasheed, R., Meo, M. S., Awan, R. U., & Ahmed, F. (2019). The impact of tourism on deficit in balance of payments of Pakistan: An application of bounds testing approach to cointegration. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 24(4), 325–332. <https://doi.org/10.1080/10941665.2018.1564345>
- Sánchez López, F. (2021). The Influence of International Tourism on the Food, Drinks, and Tobacco Industry: Empirical Evidence from Mexico. *Tourism Planning & Development*, 1–20. <https://doi.org/10.1080/21568316.2021.1894600>
- Vanhove, N. (2018). *The economics of tourism destinations: Theory and practice* (Third edition). Routledge, Taylor & Francis Group.
- Ventisette, E. (2019). Means of transport of foreign tourists in Italy and the tourism balance of payments. *Tourism and hospitality management*, 25(2), 247–267. <https://doi.org/10.20867/thm.25.2.1>
- Yalçinkaya, Ö., Daştan, M., & Karabulut, K. (2018). The Effects of International Tourism Receipts on Economic Growth: Evidence from the First 20 Highest Income Earning Countries from Tourism in the World (1996-2016). *Montenegrin Journal of Economics*, 14(3), 55–71. <https://doi.org/10.14254/1800-5845/2018.14-3.4>

MICE V DOBĚ (PO)KORONAVIROVÉ: PŘECHODNÝ STAV NEBO TRVALÁ REDEFINICE OBORU?

MICE BUSINESS IN THE (POST)COVID TIMES: STATE OF TRANSITION OR A COMPLETE REDEFINITION OF THIS INDUSTRY?

Kateřina Chvátalová¹

¹ Mgr. Kateřina Chvátalová, Vysoká škola ekonomická v Praze, Fakulta mezinárodních vztahů, chvk02@vse.cz

Abstract: This article aims to describe and analyze the situation in the MICE part of the tourist business. MICE is struggling because of the coronavirus pandemic leaving many suppliers and parts of the industry on the verge of survival. MICE is a complex ecosystem that was able to generate significant economic benefits to business destinations before 2020. For instance Prague, one of the top 10 world most popular congress destinations in 2019, experienced an enormous decline in 2020 due to the COVID-19 pandemic. Compared to year 2019, 78.9% fewer congresses, conferences and other MICE events took place in the Czech capital city (Muška, 2021). The industry is trying to restart itself, but it is necessary to define the possibilities of implementing large-scale mass business events, new hygienic rules and conditions, legal description of the situation and support at the governmental as well as supranational level. The description of the current state and the reflection of the measures taken so far and the possibilities of implementing actions during the pandemic will answer the question of whether it is possible to return to MICE in pre-coronavirus state or if it is necessary to redefine the industry as such.

Keywords: Covid-19 pandemic, MICE, Tourism, Business Events

JEL Classification: L83

ÚVOD

Již dva roky se nachází svět v situaci ohrožení koronavirovým onemocněním. Jedná se o atmosféru celospolečensky napjatou, omezenou a deprimovanou. Koronavirus ovlivňuje osobní, pracovní, politický i ekonomický život. Obory, které jsou obecně považovány za „zbytné“, tedy i všechny odnože turismu, trpí nejvíce, i přes to, že jsou pro ekonomiky některých států jedním z důležitých zdrojů růstu. Stejně tomu je i v případě MICE turismu. Důležitost segmentu MICE z ekonomického hlediska zdůrazňují i Huiwen He et al. (2020), stejně jako Getz (2008). Laická veřejnost si může jen obtížně představit, kolik přidružených dodavatelských segmentů je do ekosystému turismu zapojeno. Při pohledu pouze na mezinárodní MICE turismus (jedná se o typ turismu, který se zabývá tzv. *business events* – meetingy, incentivami, konferencemi, kongresy, výstavami a dalšími profesionálně organizovanými akcemi), lze najít namátkou tyto velmi citelně postižené přidružené dodavatelské segmenty a subjekty: letecká, autobusová a vlaková doprava, dodavatelé technických řešení (zejména audiovizuální technika), tlumočníci, překladatelé a průvodci, gastronomie s důrazem na luxusnější restaurace a cateringové společnosti, dodavatelé potravinářských surovin, potravin a nápojů, číšníci, kuchaři, hostesky, someliéři, půjčovny nábytku a vybavení pro pořádání eventů, hotely, kongresová a konferenční centra, historické budovy pronajímající prostory za účelem realizace eventů, ostatní místa a objekty (event venues) nabízející své prostory (kluby, moderní centra umění, divadla), incomingové cestovní kanceláře, odborníci na destinační management: DMC's (*Destination Management Companies*), DMO's (*Destination Management Organizations*), PCO's (*Professional Congress Organizations*), marketingové a PR agentury poskytující know-how v oblasti brandingů a propagace destinací, organizátoři mezinárodních výstav, veletrhů, festivalů a jiných masových akcí, dodavatelé květinových výzdob a jiných dekorací, umělci vystupující na akcích, profesionální speakeri a moderátoři, muzea, galerie apod., prádelny, dodavatelé hygienických,

sanitárních a kosmetických potřeb, bezpečnostní agentury a mnoho jiných profesí. Tento jistě ne zcela vyčerpávající přehled zasažených dodavatelů pomůže porozumět rozměru zásahu pandemie napříč profesemi a obory blízkými MICE segmentu.

Možnostmi překonání covidové krize v MICE odvětví se zabírají Hidalgo et al. (2022) s důrazem na možnosti obnovy v zasaženém španělském hotelnictví, situaci v japonském cestovním ruchu se věnuje Yagasaki (2021). Krizovému managementu v souvislosti s covidem věnovali svůj článek (Wut et al., 2021).

Je nutné si uvědomit, že již od března roku 2020 jsou všichni výše zmínění nuceni bojovat o udržení podniků ve velmi ztížených podmínkách (vládní omezení, protiepidemická opatření, masivní přesuny zaměstnanců směrem do jiných odvětví atd.). Naprostá většina business akcí a akcí kongresového či incentivního typu byla zrušena, nebo přenesena do virtuálního či hybridního prostředí. Ani na začátku roku 2022 nelze konstatovat, že by v odvětví zavládl přetrvávající optimismus. Již existuje zkušenost, vakcíny, očkovací certifikáty, plošné testování, ale onemocnění covid stále překvapuje novými mutacemi způsobujícími další covidové vlny.

Tím nejobtíznějším v obnově těžce zasaženého odvětví bude znovuzískání chuti cestovat, osobně se zúčastnit velké akce beze strachu, návrat do světa živých eventů a útlum akcí výlučně virtuálních.

Je potřeba se do hloubky zamyslet a analyzovat motivaci, která za organizací akcí MICE typu stojí, stejně tak jako pochopení touhy hostů se těchto akcí účastnit:

- Mezinárodní MICE akce se konají zpravidla na různých místech, často i na odlišných kontinentech. V tomto případě je motivací nejen samotný pracovní účel konferencí, kongresů, školení apod., ale též psychologická práce s dvojí přirozenou lidskou potřebou: objevovat nová místa a potkávat se s novými i staršími kontakty. Z uvedeného je zjevné, že virtuální akce tyto dvě potřeby nemohou nahradit, protože lidé jsou společenší a toužící objevovat (Chvátalová, 2020).
- Stejně tak incentivní akce pracují s motivačním základem, zde ještě silně podpořeným aspektem účasti „za odměnu“. Na akce incentivního typu většinou jezdí nejlepší zaměstnanci, noví zaměstnanci, kolegové z jedné firmy, kteří se dosud ale neznají osobně apod. Je to tedy prestižní moment v kariéře, ocenění účastníka organizované firmou či institucí. Zaměstnavatelé tímto motivují také ostatní zaměstnance, kteří ještě na tuto odměnu nedosáhli. To vše za společného sdílení zážitků, PR na sociálních sítích atd. Virtuální incentivní akce sice může existovat, ale plnohodnotný zážitek to není (Preston, 2012).

Cíl a výzkumné otázky

S těmito pochybami souvisí přirozeně i mnoho otázek z oblasti ekonomické obnovy a nového rozvoje MICE oboru:

1. Vráť se obor do svých rekordních příjmů před rokem 2020? (Muška, 2021)
2. Má smysl investovat do nové MICE infrastruktury typu velké konferenční hotely, kongresová centra, meetingové prostory atd. (Mario, 2022)?
3. Podaří se rehabilitovat MICE na mezinárodní úrovni ve formě příjezdového i výjezdového profesního turismu?
4. Vráť se firmám a asociacím ochota a potřeba organizovat osobní/živé korporátní akce, symposia, školení atd. alespoň na domácím trhu v rámci profesních akcí na národní úrovni?
5. Lze nastavit univerzálně platná hygienická pravidla a opatření tak, aby jejich dodržováním bylo možné garantovat bezpečnost všech účastníků živých akcí?

Cílem tohoto článku je vytvořit rámec fungování MICE sektoru po pandemii COVID-19. Jedná se o velmi komplexní problematiku. Z tohoto důvodu je jisté, že úplné a obecně platné odpovědi nelze najít, proto se autorka článku rozhodla využít především příkladu Prahy, která je TOP světová MICE destinace a zažila velmi silný propad výkonů v této oblasti.

1. METODIKA

V článku autorka pracuje především s metodou desk research za účelem deskripce současného stavu v MICE sektoru z pohledu ekonomických ztrát a nových opatření spjatých s pandemií koronaviru.

Studium pramenů pro článek pochází také z oficiálních dokumentů organizací spojených jak s oborem, tak se stanovisky klíčových hráčů MICE odvětví. Inspirací bylo také studium publikací významných odborníků v oboru, jako jsou například Davidson (2019), Davidson et al. (2006), kteří se zaměřují na MICE a business events, a Anholt (2007), který zkoumá branding a management destinací.

Vzhledem k významnému propadu ekonomických ukazatelů v MICE oboru důsledkem epidemie koronaviru je nezbytné provést historicko-deskriptivní komparaci. Pro srovnání byla vybrána období rekordních let 2016 – 2019 a naopak období poklesu provázející roky 2020, 2021 i začátek roku 2022.

V další části byla provedena komparativní analýza na základě studia zahraničních i tuzemských případových studií. Analýza a komparace case studies ze Španělska, Itálie a České republiky významně pomohly v definování opatření a funkčních řešení, které jsou nezbytné pro exekuci velkých business MICE eventů i v době pandemie. Mnoho poznatků přinesl i hloubkový rozhovor s paní Petrou Lazarovou (Senior Event Manager společnosti Senator Meetings and Incentives) a odborná komunikace s paní Hanou Krejbichovou (Marketing a PR Manager Prague Convention Bureau).

Článek je ukončen syntézou poznatků a popisem trendů v oboru MICE tak, jak je lze stanovit na začátku roku 2022 spolu s odpověďmi na hlavní zkoumané otázky uvedené v cíli práce.

2. VÝVOJ ODVĚTVÍ MICE V OBDOBÍ 2020-2021

Rozsah ekonomického vlivu MICE odvětví v globálním měřítku i v měřítku České republiky je velký, jak plyne z údajů z „předcovidových“ let 2016–2019, která znamenala dosavadní vrchol. MICE segment (business events) globálně podle webu Event Industry Council (2021) měl v roce 2017 následující přímé dopady:

Počet účastníků dosáhl 1,5 miliardy ve více než 180 zemích. Tyto akce generovaly více než 1,07 bilionu dolarů přímých výdajů a představovaly celosvětově 10,3 milionu přímých pracovních míst. 621,4 miliard dolarů představuje přímý HDP. V průměru byly náklady na účastníka business akce 704 dolarů.

„1,5 bilionu dolarů celkového HDP podporovaného globálními business events by sektor zařadilo jako 13. největší ekonomiku na světě, což by bylo více než ekonomiky zemí jako Austrálie, Španělsko, Mexiko, Indonésie a Saúdská Arábie“ (Event Industry Council, 2018).

V České republice je nejzasazenějším turistickým MICE cílem jednoznačně Praha, která již delší dobu patří nejen mezi evropskou, ale dokonce i celosvětovou MICE špičku mezi městy (Prague city tourism, 2019). V době před pandemií se Praze dařilo nejlépe v historii: „Kongresový průmysl přináší Praze celou řadu pozitiv. Ročně přijede do Prahy více než 700 tis. účastníků na více než 5 000 mítinků. Průměrná denní útrata kongresového delegáta je téměř trojnásobná než u běžného turistu, a to 6 500 – 8 000 Kč za den. Kongresový průmysl má vysokou přidanou hodnotu návazných služeb. Obecně platí, že kongresový delegát čerpá větší objem služeb než běžný turista (jedná se o služby spojené s organizací kongresu). Zároveň bývá většinou ubytován v hotelech 4–5* třídy a celkově čerpané služby jsou vyššího standardu. Kongresový průmysl má i významné neekonomické dopady, neboť umožňuje transfer know-how do/z České republiky. Často se také tyto akce pořádají mimo hlavní turistickou sezonu.“

Praha patřila před krizí dokonce do TOP 10 světových kongresových měst, zatímco celá ČR je až ve třetí desítce žebříčku (Magistrát hlavního města Prahy, b.r.): „Podle žebříčku, který každoročně sestavuje nejvýznamnější Mezinárodní kongresová asociace ICCA, je Praha 8. nejoblíbenějším městem pro pořádání kongresů. V roce 2017 se jich zde uskutečnilo celkem 151 a Praha v TOP10 předstihla portugalský Lisabon a jihokorejský Soul.“ (ICCA, 2020a) Tabulka č. 1 ukazuje top 20 měst a států v MICE turismu za rok 2019.

Tab. 1: ICCA statistiky za rok 2019. Top 20 kongresových států a měst

Města			Země		
1	Paris	237	1	U.S.A.	934
2	Lisbon	190	2	Germany	714
3	Berlin	176	3	France	595
4	Barcelona	156	4	Spain	578
5	Madrid	154	5	United Kingdom	567
6	Vienna	149	6	Italy	550
7	Singapore	148	7	China-P.R.	539
8	London	143	8	Japan	527
9	Prague	138	9	Netherlands	356
10	Tokyo	131	10	Portugal	342
11	Buenos Aires	127	11	Canada	336
12	Copenhagen	125	12	Australia	272
13	Bangkok	124	13	Republic of Korea	248
14	Amsterdam	120	14	Belgium	237
15	Seoul	114	15	Sweden	237
16	Dublin	109	16	Austria	231
17	Athens	107	17	Switzerland	221
18	Rome	102	18	Argentina	214
19	Taipei	101	19	Poland	213
20	Sydney, NSW	93	20	Brazil	209

Zdroj: (ICCA, 2020a)

Tabulka č. 1 ukazuje na velmi významný fakt: v roce 2019 byla Praha jediným zástupcem ze zemí střední Evropy původně patřících do východního bloku. Schopnost porazit Budapešť, Varšavu, Krakov, Bratislavu a další úspěšná města je pro pražský MICE segment zásadní zprávou, která by měla jednoznačně podpořit obnovu a další rozkvět MICE.

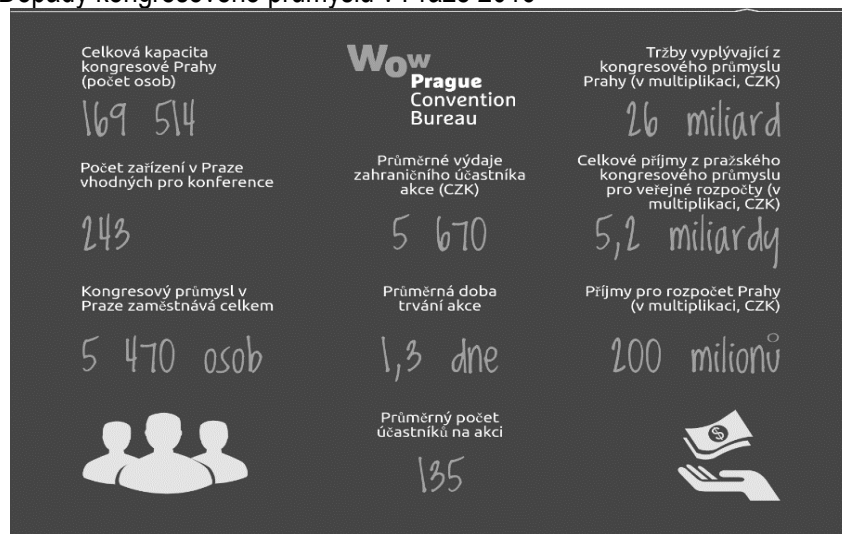
Péče o rozvoj MICE odvětví má také ekonomické motivy. To lze demonstrovat například na ekonomickém vlivu MICE odvětví v Praze (AITOM, b.r.): „Na základě analýzy KPMG představoval v roce 2016 výkon turismu Prahy, jehož klíčovou součástí tvoří také kongresový business, zhruba 33 až 34 miliardy korun, což je přibližně jedna třetina výkonu celé České republiky. Současně je to také 6 až 7 % ekonomické výkonnosti hlavního města, což řadí cestovní ruch mezi jedno z nejvýznamnějších ekonomických odvětví v Praze.“

Rozvoj MICE v Praze lze dokumentovat také na množství nových či rekonstruovaných staveb, které lze využít pro realizaci business events. Namátkou lze uvést hotel Stages, O2 Universum konferenční a kongresové centrum, Forum Karlín pro společenské i pracovní eventy a další.

Srovnání tak úspěšného období s dobou pandemie onemocnění covid-19 není pozitivní. Dle tiskové zprávy Prague Convention Bureau z 2. června 2021 (Muška, 2021) představuje meziroční srovnání 2019/2020 kvůli pandemii koronaviru propad o 78.9 % v počtu realizovaných kongresů, konferencí a dalších akcí. Tento údaj lze ještě lépe pochopit při srovnání delegátů (účastníků MICE akcí). V roce 2019 to bylo 715 000 delegátů versus 180 000 delegátů v roce 2020.

Tisková zpráva též vyzdvihuje zásadní rozdíl ve složení tohoto obecnstva v roce 2020: z počtu 180 000 účastníků jsou z většiny čeští klienti. Mezinárodní rozměr a dopad do odvětví tedy významně oslabil. Mezinárodní akce ustoupily do pozadí, jejich realizace byla možná pouze v prvním kvartálu roku 2020, tzn. ještě před vyhlášením tvrdých restriktivních opatření v souvislosti s nástupem vlny pandemie onemocnění covid-19.

Obr. 1: KPMG Dopady kongresového průmyslu v Praze 2016

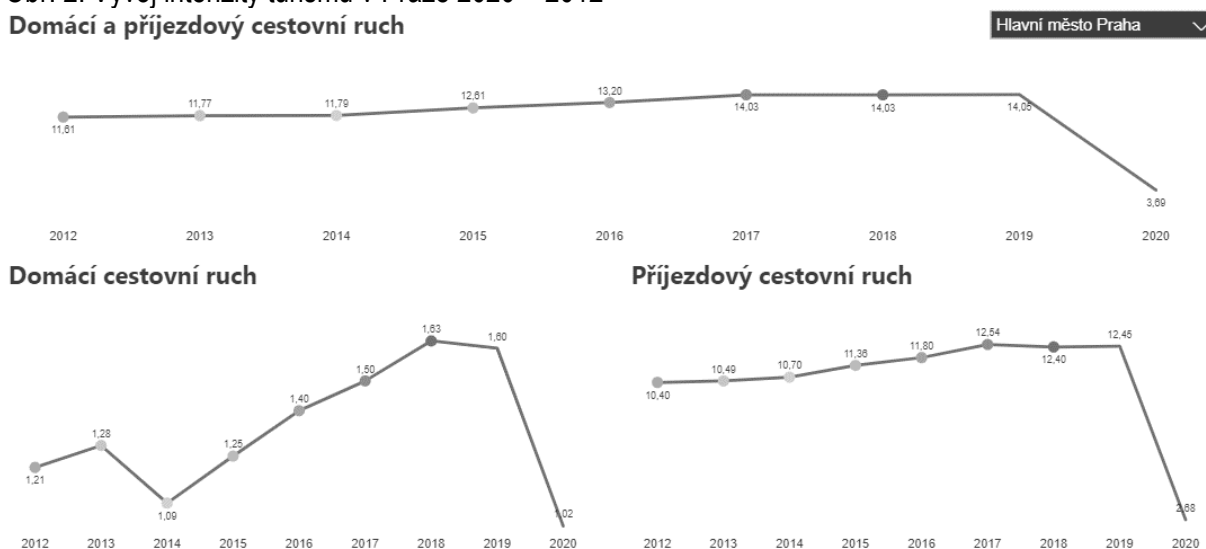


Zdroj: (KPMG, 2017)

Prague Convention Bureau dále zmiňuje, že realizované MICE akce navíc byly citelně zkráceny, v průměru z 2,65 dne na 1,32 dne, což znamená další ekonomické ztráty. Praha tak reflektuje v tomto negativním trendu celosvětový vývoj, který dle ICCA (International Congress and Convention Association) reprezentuje podíl 91 % asociačních kongresů a konferencí, které byly nějakým způsobem zásadně ovlivněny koronavirem během roku 2020 (ICCA, 2020b). Situaci lze dokumentovat i následujícím obrázkem, kde je zobrazena intenzita turismu v Praze v období 2012 – 2020 (Kupčíková, 2022).

Obr. 2: Vývoj intenzity turismu v Praze 2020 – 2012

Domácí a příjezdový cestovní ruch



Zdroj: (Kupčíková, 2022)

Je nutné si uvědomit, že MICE segment se může plně obnovit a nadále se rozvíjet pouze za předpokladu, že jeho zdrojem bude vedle domácí klientely také ta mezinárodní. Organizace *Strategic Alliance of the National Convention Bureaux of Europe* zaštiťující evropské národní zástupce (*convention bureaux*) k tomu ve své prezentaci z roku 2021 dodává: „Návštěvnost se obnoví do roku 2024, nicméně zotavení a obnova výdajů za kongresy a eventy se neočekává dříve než v roce 2026“ (Tourism Economics & Strategic Alliance of the National Convention Bureaux of Europe, 2021).

3. POSTOJE EVROPSKÉ UNIE K AKTUÁLNÍMU STAVU TURISMU A MICE

Z podzimu 2021 pochází dokument, který si nechal zpracovat Evropský parlament (odbor TRAN – komise pro dopravu a turismus EP) pod názvem „*Restart dopravy a turismu v EU po pandemii COVID*“ (Cvelbar et al., 2021).

Podle tohoto dokumentu podíl turismu na celkovém HDP v Evropě klesl z 9,5 % v roce 2019 na 4,9 % v roce 2020. Ve srovnání let 2019 a 2020 poklesl počet mezinárodních turistických příjezdů v Evropě o 70 %. Minimálně 3 600 000 pracovních míst v oboru v Evropě zaniklo (jedná se o průběžné číslo v rámci prvního roku pandemie). Městské aglomerace byly mnohem více postiženy než venkovské oblasti, což souvisí s nárůstem domácí poptávky po cestování. Významným bodem studie je poukázání na skutečnost, že nejvíce postiženým podoborem turismu je MICE sektor. Sektor volnočasového cestování zachraňuje především turistická mobilita domácího původu, MICE sektor, a to zejména ve městech, trpí velmi silně. CzechTourism uvádí následující údaje, které reflektují současnou covidovou krizi v oboru: „*Podíl turismu České republiky na hrubé přidané hodnotě české ekonomiky byl v roce 2019 větší než zemědělství, lesnictví a rybářství dohromady. Tvořil 2,9 % hrubého domácího produktu České republiky (165 miliard korun), zaměstnával 239,6 tisíce osob. Podle analýzy CzechTourism poklesla spotřeba turismu v roce 2020 o 161 miliard korun (z 300 mld. v roce 2019) a došlo ke ztrátě téměř poloviny pracovních míst. Podle negativního scénáře, který odpovídá průběhu letošní sezóny, lze v roce 2021 očekávat propad spotřeby turismu oproti roku 2019 o 165 miliard korun.*“ (Machová, 2020)

Pravděpodobně nejznámějším příkladem často prezentovaným veřejnosti je krize dopadající na ubytovací zařízení, zejména městské hotely konferenčního či kongresového typu (Holajová & Liebreich, 2021). Hotely měly velmi nízkou obsazenost, byly donuceny snižovat ceny, propouštět, a především také zavírat své provozy (Ulrych, 2020).

V roce 2021 se i nadále potvrdil trend velmi špatných ekonomických výsledků v MICE segmentu (ICCA, 2021). Při srovnání výsledků za poslední téměř nezasažené čtvrtletí, tj. první čtvrtletí roku 2020, s prvním čtvrtletím roku 2021, je znatelný pokles obsazenosti hotelů o 52 %. Autoři studie Cvelbar Knezovic, L., Rodrigues, M., Teoh, T., Antonucci, B., Cutrufo, N., & Marongiu, L. (2021, str. 17) také zdůrazňují skutečnost, že Evropa se jako kontinent s covidovou krizí v hotelovém segmentu vypořádává hůře než například Čína nebo USA.

Znepokojivé je, že dle prognóz se MICE segment zotaví jako jeden z posledních, přičemž se hovoří až o roku 2024. Toto je potvrzeno i zástupkyní PCB na dotaz, kdy lze očekávat návrat MICE segmentu v Praze do předcovidové doby: „*Nejrychleji se začnou vracet menší akce, jejichž konání je povoleno už nějakou dobu. Jedná se především o korporátní akce, které nezřídka využívají též technologie umožňující virtuální účast dalších delegátů. Větší akce stále ještě podléhají restrikcím. Jejich návrat tak bude záležet především na tempu rozvolnění a dále na délce jejich plánování. Velké asociační kongresy se nezřídka organizují s předstihem i několika let. Lze tedy očekávat, že návrat na předcovidová čísla bude v určitých ohledech pozvolný a v případě velkých asociačních akcí se bavíme i o řádu několika let.*“ (dle osobní komunikace s Hanou Krejbichovou – Marketing & PR Manager v PCB)

Je nutné vzít v potaz, že výše zmíněná studie pro Evropský parlament je koncipována jako resumé situace za rok 2020 s výhledem na roky nadcházející a nemohla předjímat situaci s nástupem nových mutací koronaviru. Restart turismu v původní podobě je tak nejistý, což studie zdůrazňuje i na vzestupu virtuálních a hybridních MICE akcí, které do značné míry nahrazují klasické akce.

Již nyní je však jasné, že zotavení turismu, a zejména MICE typu, se rozhodně neobejde bez koordinované pomoci ze strany národních vlád i Evropské unie (UNWTO, 2021). Epidemie koronaviru mění mnoho věcí, především každodenní návyky a danosti, které by nikoho nenapadlo před rokem 2020 řešit či zpochybňovat. Vzhledem k tomu, že úspěch turismu je založen na pozitivních zkušenostech a kladných recenzích všeho druhu, je zásadní, aby se vlády národní i EU shodly na takových pravidlech a opatřeních, která vnesou do celé situace řád a klid a pomohou vrátit důvěru a radost do (mezinárodního) cestování, a to za jakýmkoliv účelem.

Klíčovými dokumenty jsou bezesporu garance bezpečnosti a hygienického přístupu, potvrzení o bezinfekčnosti, prodělání nemoci či očkování, jasně stanovená pravidla pro organizaci skupinového

turismu a managementu velkých mezinárodních MICE akcí. Je proto naprosto zásadní, aby se Evropská unie stala garantem a koordinátorem opatření, která pozvednou turismus nejen ekonomicky, ale také dodají jasně formulovaná pravidla a nástroje.

Zatímco volnočasový turismus se může odehrávat individuálně, jako poznávání vlastní země nebo jako aktivita organizovaná klientem/klienty samotnými, mezinárodní MICE sektor čelí mnohem větším výzvám, poněvadž z principu organizuje kolektivní pobyty a velké akce pro mezinárodní publikum. Je potřeba definovat, jak má vypadat bezpečná hromadná mezinárodní akce v době pandemie koronaviru tak, aby se předcházelo organizačnímu chaosu, a naopak se postupně vrátila možnost bezpečného setkávání tváří v tvář.

Jak uvádí dokument ETC (European Travel Commission) shrnující druhé čtvrtletí roku 2021, chuť cestovat lze indikovat především u individuálních turistů. Stejně dokument vyzdvihuje zásadní roli vakcinace: „Nedávný průzkum EU ukazuje, že 75 % respondentů věří, že vakcíny proti Covid-19 jsou tím jediným pravým způsobem, jak ukončit pandemii. 49 % respondentů souhlasí s tím, že očkování je velmi důležité pro opětovné cestování“ (European Travel Commission, 2021).

Pro Evropskou komisi je klíčovým nástrojem od 1. července 2021 tzv. Digitální certifikát EU COVID (Evropská Komise, 2021). Tento certifikát platný ve všech 27 státech EU a uznávaný také v nečlenských státech EU jako je Island, Lichtenštejnsko, Norsko a Švýcarsko (Cvelbar et al., 2021) stojí na třech pilířích podporujících bezinfekčnost cestující osoby:

1. Potvrzení o prodělání nemoci;
2. Potvrzení o ukončeném očkování;
3. Potvrzení o negativním testu.

4. CASE STUDY ÚSPĚŠNÝCH MICE AKCE BĚHEM PANDEMIE COVID-19

Kromě jasných pravidel a finanční podpory potřebuje sektor MICE také konkrétní povzbuzení z praxe: tedy příklady velkých eventů, které bezpečně proběhly již během epidemie. Jako případové studie byly vybrány akce, které díky přísným pravidlům a jasně stanoveným postupům dokázaly garantovat hygienickou bezpečnost. Navíc se jedná o typy tří odlišných zástupců MICE sektoru: slavnostní event, medicínský kongres a incentivní akci. V této kapitole jsou představeny případové studie MICE akcí ze zahraničí a tuzemska, které dokládají, jak lze organizovat MICE akci i v omezených podmínkách.

Tab. 2: Case study - Španělsko

Španělsko
<i>Představení nového Volkswagenu ID. 4</i> • realizovaný event pro 330 osob • akce se konala v březnu 2021 v madridském Green Patio <i>Přijata a realizovaná opatření:</i> • vzdálenost mezi sedačkami 2 metry • testování všech účastníků antigenními testy při vstupu na akci • povinné roušky • rozdělení účastníků do skupin po 50 lidech a podskupin po 8 lidech • každý účastník musel nosit náramek s technologií Rfid pro zajištění dohledatelnosti • nebyly servírovány obědy • před zahájením prezentace byla podána pouze káva.

Zdroj: Vlastní zpracování dle (Parini, 2021), 2022

Tab. 3: Case study – Itálie

Itálie
<i>Kardiologický kongres</i> • realizovaný event pro 1500 osob (kardiologů) • akce se konala v říjnu 2020 ve Fortezza da Basso ve Florencii. <i>Přijata a realizovaná opatření:</i> • K realizaci takto velké akce přispěly jasně dané postupy definované společností Firenze Fiera: • měření teploty účastníků • nepřetržité dezinfikování • rozestupy • zajištění lékařského personálu a zdravotních sester na místě • prostor obvykle využívaný pro takový typ kongresu, tedy 10 000 metrů čtverečních, byl zdvojnásoben • dokonalá spolupráce mezi organizátorem (společnost Firenze Fiera) a všemi dodavateli.

Zdroj: Vlastní zpracování dle (Parini, 2021), 2022

Tab. 4: Case study – Česká republika

Česká republika
<i>Americká incentivní akce v Praze v září 2021 realizovaná DMC Senator Meetings & Incentives (Senator Meetings & Incentives, 2021)</i> • realizovaný incentivní program pro 110 osob (sales managers) <i>Přijata a realizovaná opatření:</i> • nepřetržité dezinfikování, covid balíčky k dispozici pro klienty (dezinfekce, roušky) • rozestupy a povinnost nosit roušky dle vládních opatření • zajištění PCR testů (povinných před návratem do US) – mobilní odběr přímo v hotelu • menší skupinky na jednotlivé exkurze a programy • zrušeno room delivery • welcome drink ve venkovních prostorech • prověření dodavatelé, očkování personál • maximální počet hostů o stolů – dle vládního nařízení • omezená možnost doprovodných programů (živá vystoupení jen v omezené míře a s odstupy)

Zdroj: Vlastní zpracování dle osobního rozhovoru s Petrou Lazarovou, Senior Event Manager, 2022

Výše uvedené příklady potvrzují, že i v době pandemie lze úspěšně realizovat hromadné akce MICE. Je ovšem nezbytné dodržovat striktní opatření bezpečnostní, hygienická i preventivní.

Organizace takovýchto akcí je jistě náročnější a komplexnější. Ale není nemožná. Rozestupy, omezení sdružování ve vnitřních prostorech, nepřetržitá dezinfekce a nošení roušek tam, kde je to nezbytné, může být označeno za nekomfortní, ale zároveň nevybočující z každodenní rutiny pracovních dní. Kongresy, konference, meetingy, symposia a jiné akce pracovního typu se s tím vyrovnají jistě lépe než incentivy, které ze své podstaty bývají za odměnu, tedy založené na principu užít si. Jak vidno výše, ale i ty organizovat v pandemii lze.

5. BUDOUCNOST TURISMU A MICE TURISMU V DLOUHODOBÉM HORIZONTU

Poslední část článku se zaměřuje na oblast podpory turismu v rámci kontextu česko – evropských aktuálních vztahů a chystaného českého předsednictví v Radě EU v druhém pololetí roku 2022.

Předsednictví je vhodnou platformou pro zaměření pozornosti k oborům vyžadujícím celoevropskou podporu a společnou koordinovanou pomoc.

Vzhledem k tomu, že Evropská unie klade pro následující období hlavní důraz na podporu rozvoje udržitelného turismu, je velmi důležité propojit v rámci vytyčení priorit českého předsednictví následující aktuální okruhy společensky a ekonomicky velmi silně rezonujících témat:

- Dopad pandemie koronaviru
- Vymezení pravidel pro realizaci akcí v rámci turismu (včetně MICE)
- Udržitelný turismus

Rada EU přijala dne 27. 5. 2021 dokument s názvem „Turismus v Evropě v příštím desetiletí: udržitelný, přizpůsobivý (odolný), digitální, globální a sociální“ (Council of the European Union, 2021), který vymezuje několik aktuálních významných bodů a stanovisek (Dokument představuje resumé přijatých usnesení Radou EU):

- turismus je představen jako významná ekonomicko-společenská činnost s širokým dopadem na regionální rozvoj, která přispívá k uchovávání a podpoře evropských hodnot a kulturního dědictví;*
- v roce 2019, tedy v posledním silném roce v oboru před nástupem koronavirové krize, ekosystém turismu zaměstnával v EU přibližně 20,3 milionu lidí. Tento ekosystém představoval 9,5 % HDP EU. Jako důsledek pandemie již některá pododvětví turismu klesla až o 80 % čisté hodnoty. Krize také zasáhla přibližně 11 milionů pracovních míst v EU (stav 2020);*
- Evropská komise definuje 14 ekosystémů. Turistický ekosystém potřebuje z těchto 14 ekosystémů největší investice;*
- ekosystém turismu je ovlivňován a sám ovlivňuje mnohé další sektory;*
- následky pandemie COVID-19 ovšem také poskytují EU příležitost k posílení spolupráce a koordinace v rámci Evropské agentury turismu;*
- turismus a cestování obecně potřebují transparentní informace a jasná kritéria týkající se podmínek přeshraniční mobility, a to zejména během zdravotních krizí;*
- všechny zúčastněné strany a všichni relevantní aktéři ekosystému turismu na všech úrovních by se měli zavázat k implementaci a urychlení opatření a akcí, které tento ekosystém učiní udržitelnější a sníží jeho dopad na životní prostředí;*
- pandemie COVID-19 může způsobit odlišný přístup spotřebitelů (a budoucích generací) k cestování a turismu. Dodavatelé by tak mohli působit jako hnací síla očekávaných změn a aktivně podporovat udržitelnější chování poptávajících.*

Zásadním poselstvím je jednoznačná reflexe míry postižení oboru koronavirovou pandemií, stejně tak ale výzva k tomu, aby obor využil tuto krizovou situaci i pro něco pozitivního a zvážil nové udržitelnější postupy.

Vláda ČR schválila v roce 2021 dokument Strategie rozvoje cestovního ruchu České republiky 2021-2030, jejíž hlavní vizí je (Ministerstvo pro místní rozvoj, 2021): „Česko je bezpečnou, udržitelnou a sebevědomou destinací, která svou konkurenceschopnost staví nejen na přírodním a kulturním dědictví, tradicích, přívětivých lidech a jedinečných zážitcích v Praze i v regionech, ale i na efektivním využití nových trendů v oblasti řízení, technologií a služeb.“

V rámci celé strategie chybí diferenciacie turismu podle segmentů potenciální klientely, neboť turismus není vždy vnímán zcela jako synonymum pro podnikatelské odvětví turismu: chybí základní členění cílů podle jejich zdrojové oblasti a zacílení. Ve strategii by měly být definovány specificky následující roviny:

1. Prezentace ČR navenek jako plnohodnotné destinace pro pobyt relaxační, pracovní, poznávací, obchodní.
2. Péče o brand země směrem navenek (citovaný pozitivní image je určen spíše pro prezentaci směrem dovnitř státu).

3. Možnost podpory a zviditelnění oboru¹
4. Pandemie covidu jako hybatel (nemůže jít pouze o citovaný restart, mělo by se jednat o vymezení nového přístupu reagujícího na nutné a nevyhnutelné změny).
5. Základním problémem, který se stále opakuje, je, že je příliš obecný, neodlišuje Českou republiku od jiných států EU, což je nanejvýš nutné, a to na marketingové, produktové a dalších úrovních.

Problematicke MICE turismu je věnována pouze 1 strana ze 134, navíc se hovoří pouze o Praze, nikoliv o dalších regionech.

Dokument o obecných prioritách vlády nabízí celkem pět hlavních témat nadcházejícího předsednictví (Úřad vlády ČR, 2021):

1. Evropa propojená vnitřním trhem, moderní a prosperující
2. Evropa silná a bezpečná
3. Evropa zdravá a udržitelná
4. Evropa soudržná a solidární
5. Evropa chytrá a kreativní.

Turismus je v něm velmi obecně a krátce zmíněn v rámci hlavy páté.

Z výše uvedeného vyplývá, že dosavadní příprava předsednictví českou stranou turismus příliš neakcentuje, spíše jej opomíjí.

Vzhledem k trendu udržitelnosti turismu obecně (a MICE nevyjímaje) by bylo vhodné propojit tematiku dopadu koronaviru, transformaci oboru následkem pandemie a vizi „nového MICE“ udržitelného, bezpečného a flexibilního (schopného adaptovat se na nové výzvy, krize a požadavky). Důležitost tohoto trendu reflektuje též UNWTO (World Tourism Organization), která již v roce 2020 vyzývala k tomu, aby se evropský turismus stal celosvětovým leaderem v oblasti udržitelnosti a odpovědnosti inspirované green deal politikou EU. Generální tajemník UNWTO Zurab Pololikashvili k tomuto řekl v lednu 2020 následující: *"Turismus je povinen využít své jedinečné síly k tomu, aby stál v čele reakce na krizovou situaci v oblasti klimatu a zajistil odpovědný růst. UNWTO se zavázala urychlit pokrok směrem k etablování nízkouhlíkového cestovního ruchu a jsem potěšen, že v tomto ohledu jsou UNWTO a Evropská komise na stejné vlně (UNWTO, 2020)."*

Lze předpokládat, že pandemie koronaviru paradoxně pomohla v možnosti implementovat tento trend do MICE segmentu: schopnost a nutnost omezit vlastní potřeby nebyla velmi dlouho prověřena celosvětově tak silně právě jako v posledních dvou covidových letech kvůli množství nařízení, opatření, zákazů, příkazů a povinností. Doba pocovidová bude zejména o schopnosti a ochotě dodržovat dobrovolně nové závazky a postupy i v rámci MICE a turismu obecně.

ZÁVĚR

Článek poukazuje na složitou situaci v oblasti turismu zasaženého pandemií koronaviru s důrazem na segment MICE.

Ekonomický dopad koronavirové pandemie na segment MICE je devastující (jen při srovnání údajů za roky 2019 a 2020 podle ICCA (2020) lze konstatovat o 75% méně realizovaných akcí, a to z 13 252 v roce 2019 na pouhých 3 484 v roce 2020, odhadovaná ztráta představuje cca 9,2 miliardy USD), ale za předpokladu, že se neobjeví nová vlna či neznámá mutace, která by způsobila nové lockdowny a jiná celospolečenská omezení, lze k začátku roku 2022 předpokládat, že nebude ve většině případů pandemií likvidační. Situace ale je nadále vážná a podpora ze strany nadnárodních, vládních, regionálních a jiných sfér představuje nezastupitelný nástroj pro urychlení obnovy celého odvětví.

Stručně byl představen současný stav, dokumenty reflektující postoje a záměry na evropské úrovni i na úrovni české vlády. Lze konstatovat, že zjištění prezentuje velmi nízkou míru zájmu o tento sektor z pozice českých oficiálních orgánů: ať už se jedná o předsednické priority, či o dlouhodobější rámec.

¹ Během nadcházejícího českého předsednictví by bylo zviditelnění velmi vhodné

Návrat ekonomických parametrů a trendů (ve srovnání s dobou předcovidovou) se očekává nejdříve v roce 2024, nicméně je zjevné, že MICE obor nezankl. Investice do oboru pokračují, live hromadné akce prokázaly svou životaschopnost jak v prvním, tak i v druhém roce pandemie koronaviru. Jako pozitivní příslib do budoucna lze označit i nadcházející otevření luxusního MICE hotelu Andaz v Praze v roce 2022 (Johnston, 2022).

Obor tedy projde restartem a jistě i redefinicí: z dříve nepředstavitelných požadavků na hygienu, zdravotní opatření a bezpečnost se stane nová norma.

Tento těžký nový začátek ale může vést i k pozitivním efektům jako je větší udržitelnost, omezení plýtvání, větší důraz na nové technologie a postupy.

To klíčové se ovšem nahradit nedá: osobní kontakt, poznávání nových lidí, networking, možnost sdílet, prožívat a získávat osobní live zkušenost.

Odpovědi na otázky položené v úvodu a cílu článku lze shrnout následovně:

- MICE segment se vrátí ke svým předcovidovým ziskům, ale nejdříve v horizontu let 2024-2026
- Investice do tohoto segmentu jistě smysl mají, neboť akce lze úspěšně realizovat i v době pandemie
- MICE segment se podaří obnovit v podobě incomingu, outgoingu a zejména live events
- Virtuální a hybridní eventy budou realizovány ve vyšší míře než před covidem, ale live events nenahradí
- Hygienická, bezpečnostní a legislativní opatření spjatá s režimem protiepidemických pravidel se stanou novou normou a každodenní meetingovou rutinou a realitou

MICE turismus jako nejzasazenější podobor sektoru turismu potřebuje uznání svého významu ekonomického, marketingového i diplomatického. Vláda by měla podpořit segment MICE v rámci nastupujícího předsednictví více finančními prostředky, silnějším PR a prezentací v médiích. Bez MICE specialistů se totiž neodehraje ani jedno zasedání EU, summit či meeting mezinárodního složení apod. O samotném předsednictví ani nemluvě.

ZDROJE

AITOM. (b.r.). *Kongresy konané v Praze ročně přináší do veřejných rozpočtů až 5,2 miliardy korun*. Získáno 30. leden 2022, z <https://www.pragueconvention.cz/cz/novinky/kongresy-konane-v-praze-rocnep-rinasi-do-verejnych-rozpocet-az-5-2-miliardy-korun>

Anholt, S. (2007). *Competitive identity: The new brand management for nations, cities and regions*. Palgrave Macmillan.

Council of the European Union. (2021). *Tourism in Europe for the next decade: Sustainable, resilient, digital, global and social*. <https://www.consilium.europa.eu/media/49960/st08881-en21.pdf>

Cvelbar, L. K., Rodrigues, M., Teoh, T., Antonucci, B., Cutrufo, N., & Marongiu, L. (2021). *Relaunching transport and tourism in the EU after COVID-19—Part IV: Tourism sector*. 53.

Davidson, R. (2019). *Business events* (Second edition). Routledge.

Davidson, R., Davidson, R., & Rogers, T. (2006). *Marketing destinations and venues for conferences, conventions and business events* (1st ed). Elsevier/Butterworth-Heinemann.

European Travel Commission. (2021). *Quarterly Report—Q2/2021*. https://etc-corporate.org/uploads/2021/07/ETC_Quarterly_Report-Q2_2021.pdf

Event Industry Council. (2018). *2018 Global Economic Significance of Business Events*. <https://insights.eventscouncil.org/Full-Article/2018-global-economic-significance-of-business-events>

Event Industry Council. (2021). *Home*. <https://www.eventscouncil.org/>

Evropská Komise. (2021). *Digitální certifikát EU COVID* [Text]. Evropská komise - European Commission. https://ec.europa.eu/info/live-work-travel-eu/coronavirus-response/safe-covid-19-vaccines-europeans/eu-digital-covid-certificate_cs

Getz, D. (2008). Event tourism: Definition, evolution, and research. *Tourism Management*, 29(3), 403–428. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.07.017>

- He, H., Lin, Z., & Li, H. (2020). Key survival factors in the exhibition industry. *International Journal of Hospitality Management*, 89, 102561. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102561>
- Hidalgo, A., Martín-Barroso, D., Nuñez-Serrano, J. A., Turrión, J., & Velázquez, F. J. (2022). Does hotel management matter to overcoming the COVID-19 crisis? The Spanish case. *Tourism Management*, 88, 104395. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2021.104395>
- Holajová, D., & Liebreich, J. (2021). *Pražské hotely zdraží a nevyplatí ani prémie, ani dividendy* | E15.cz. <https://www.e15.cz/byznys/obchod-a-sluzby/jak-prezit-zimu-prazske-hotely-zdrazi-a-nevyplati-ani-premie-ani-dividendy-1385133>
- Chvátaľová, K. (2020). *Event Management*. AMBIS vysoká škola, a.s.
- ICCA. (2020a). *ICCA announces record number of association meetings in 2019—News Archives ICCA Press Releases ICCA*. <https://www.iccaworld.org/newsarchives/archivedetails.cfm?id=2894936>
- ICCA. (2020b). *ICCA Statistics Study 2020*. https://www.iccaworld.org/cnt/Research/ICCA%20Statistics%20Study%202020_270521_Final.pdf
- ICCA. (2021). *ICCA Association Meetings Outlook*. https://www.iccaworld.org/cnt/Research/2021_ICCA_Association_Meetings_Outlook_.pdf
- Johnston, R. (2022). *First Hyatt hotel in Czechia opening in March in Prague's Cukrovarnický palác*. <https://www.expats.cz/czech-news/article/first-hyatt-hotel-in-czechia-opening-in-march-in-prague-s-former-sugar-palace>
- KPMG. (2017). *Dopady kongresového průmyslu v Praze za rok 2016*. <https://www.pragueconvention.cz/file/2528/dopady-kongresoveho-prumyslu-v-praze-2016.png>
- Kupčíková, T. (2022). *Intenzita cestovního ruchu v Praze 2012 – 2020*. Tourdata. <https://tourdata.cz/regionalni-reporty/intenzita-cestovniho-ruchu-v-praze-2020/>
- Magistrát hlavního města Prahy. (b.r.). *Praha je 8. Nejnavštěvovanější kongresovou destinací světa (Portál hlavního města Prahy)*. Získáno 30. leden 2022, z https://www.praha.eu/jnp/cz/o_meste/magistrat/tiskovy_servis/tiskove_zpravy/praha_je_8_nejnavstevovanejsi.html
- Machová, S. (2020). *Dopady COVID19 2020 – 2021 – Tourdata*. <https://tourdata.cz/data/dopady-covid19-2020-2021/>
- Mario, K. (2022). „Busan HAEVENUE“, the best MICE destination in the post-pandemic era. *Travel Daily*. <https://www.traveldailymedia.com/busan-haeventue-the-best-mice-destination-in-the-post-pandemic-era/>
- Ministerstvo pro místní rozvoj. (2021). *Strategie rozvoje cestovního ruchu České republiky*. 134.
- Muška, R. (2021, červen 3). *TOP kongresová destinace světa zažila 80% propad*. Zpravodajství ze světa pohostinství - HOREKA. <https://www.horekaweb.cz/2021/06/03/top-kongresova-destinace-sveta-zazila-80-propad/>
- Parini, S. (2021). Gli eventi sono sicuri e devono ripartire: Ecco le prove internazionali. *Missionline*. <https://www.missionline.it/mission-mice-post/gli-eventi-sono-sicuri/>
- Prague city tourism (Ed.). (2019). *International Tourism Highlights, 2019 Edition*. Prague city tourism. <https://www.praguecitytourism.cz/file/edee/2020/11/koncepce-2020.pdf>
- Preston, C. (2012). *Event marketing: How to successfully promote events, festivals, conventions, and expositions* (2nd ed). John Wiley & Sons.
- Senator Meetings & Incentives. (2021). *Home*. <http://www.senatormi.eu/>
- Tourism Economics, & Strategic Alliance of the National Convention Bureaux of Europe. (2021). *The Impact of Coronavirus on Europe's Convention Sector 2021*. https://convention-europe.com/wp-content/uploads/2021/05/Impact_corona_European_Convention_sector.pdf
- Ulrych, P. M. (2020, listopad 30). *Pracovní trh v oblasti turismu: To nejhorší teprve přijde*. CELYOTURISMU.CZ. <https://celyoturismu.cz/pracovni-trh-v-oblasti-turismu-to-nejhorsí-teprve-prijde/>
- UNWTO. (2020). *Tourism Can Be Key Part of New EU Green Deal, UNWTO Tells FITUR*. <https://www.unwto.org/tourism-can-be-key-part-of-new-eu-green-deal-unwto-tells-fitur>

UNWTO. (2021). *UNWTO Welcomes EU Support and Urges Europe to Lead the Way in Tourism's Restart*. <https://www.unwto.org/news/unwto-welcomes-eu-support-and-urges-europe-to-lead-the-way-in-tourism-s-restart>

Úřad vlády ČR, V. R. (2021). *SEKTOROVÉ AGENDY PŘEDSEDNICTVÍ ČR V RADĚ EU 2022*. 33.

Wut, T. M., Xu, J. (Bill), & Wong, S. (2021). Crisis management research (1985–2020) in the hospitality and tourism industry: A review and research agenda. *Tourism Management*, 85, 104307. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2021.104307>

Yagasaki, N. (2021). Impact of COVID-19 on the Japanese travel market and the travel market of overseas visitors to Japan, and subsequent recovery. *IATSS Research*, 45(4), 451–458. <https://doi.org/10.1016/j.iatssr.2021.11.008>

**NÁZEV PŘÍSPĚVKU (V PŮVODNÍM JAZYCE PŘÍSPĚVKU, ARIAL
NARROW, 16PT, VELKÉ, TUČNÉ, NA STŘED) / PAPER TITLE (IN
ORIGINAL PAPER LANGUAGE, ARIAL NARROW, FONT SIZE 16PT,
UPPER-CASE, BOLD, CENTRED)
PAPER TITLE (IN ENGLISH, ARIAL NARROW, 16PT, UPPER-CASE,
BOLD, CENTERED)**

jeden volný řádek / one empty line 12pt

**Jméno autora¹ (autorů) (s odkazem, Arial Narrow 14pt, tučné, na střed, bez titulů) /
Author Name(s)¹ (with link/index Arial Narrow font size 14pt, bold, centred, without
academic titles)**

¹ Jméno a příjmení autora s tituly, afiliace, e-mail (Arial Narrow, 11pt, zarovnáno vlevo) / ¹ Name and surname
with academic titles, affiliation, e-mail (Arial Narrow, 11pt, left alignment)

jeden volný řádek / one empty line 12pt

Abstract: (in English, 200 – 250 words, Arial Narrow, 12pt, justified alignment)

jeden volný řádek / one empty line 12pt

Keywords: (recommended 5 keywords)

jeden volný řádek / one empty line 12pt

JEL Classification: (see <https://www.aeaweb.org/econlit/jelCodes.php?view=jel>)

jeden volný řádek / one empty line 12pt

ÚVOD / INTRODUCTION

Text text text (Arial Narrow, 12pt, zarovnání do bloku) / (Arial Narrow, 12pt, justified alignment)

**1. NÁZEV KAPITOLY / CHAPTER TITLE (12 pt, velké, tučné, číslování víceúrovňové, 12pt,
upper-case, bold, multilevel numbering)**

Text text V textu jsou povoleny poznámky pod čarou / footnotes are allowed in the text¹ xxxxx (first
paragraph) xxx
xxx. Saunders, Lewis and Thornhill (2009, p. X) argue: „Xxx xxx xxx xxx.“

Xxxx (new paragraph) xxx xxx xxx xxx xxx xxx xxx xxx xxx xxx (Creswell, 2009) xxx xxx xxx xxx xxx xxx
xxx xxx xxx xxx xxx xxx:

- Xxxx xxx xxx.
 - o Xxxx xxx xxx.

1.1. Název podkapitoly / subchapter title

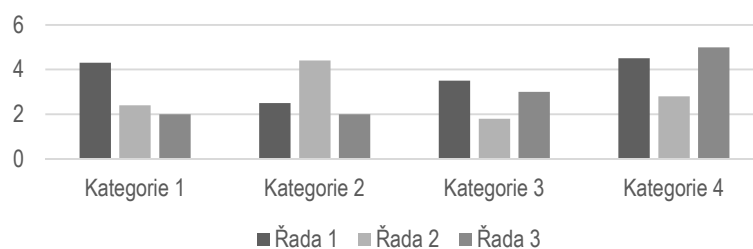
Xxxxx

Tab. 1: Název / Title

Zdroj / Source: Xxx xxx xxx

¹ Poznámka pod čarou / footnote (Arial Narrow, 10pt)

Obr. / Fig. 1 Název / Title



Zdroj / Source: Xxx xxx xxx

Obrázky a tabulky jsou číslovány a v textu na ně musí být odkazy (Tab. 1). Figures (Fig.) and Tables (Tab.) are to be numbered and the references must be in the text (Tab. 1). Grafy a schémata jsou také obrázky (Obr.). / Charts and Graphs are also Figures (Fig.)

Obrázky i grafy musí být zřetelné v černo-bílém tisku. Pictures and graphs must be visible and clear in a black and white print.

Vzorce (rovnice) se označují číslem v kulaté závorce. Formulas (equations) are to be numbered. (1)

ZÁVĚR / CONCLUSION

Xxxxx

ZDROJE / REFERENCES

Odkazy v textu uvádět v závorkách / references in text get in parentheses

Příklady odkazů v textu / Examples of references in text: Kotler, Keller (2007, p. 120) / Kotler a (and) Keller (2007), (Kotler & Keller, 2007)

Prosím, zkontrolujte si, že všechny citované reference jsou také uvedené ve zdrojích. Please ensure that every reference cited in the text is also included in the reference list.

Literatura musí být řazena abecedně / References have to be in alphabetical order

Časopis používá mezinárodně uznávanou citační normu APA v. 6. Citations in the text should follow the referencing style used by the American Psychological Association APA 6th.

Příklady/examples (Arial Narrow, 12pt, left alignment):

Creswell, J., W. (2009). *Research Design. Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. London: SAGE Publications, Inc.

Saunders, M., Lewis, P., & Thornhill, A. (2009). *Research methods for business students*. Essex: Pearson Education Limited.

Slaninková, J., Girgošková, M. (2011). Competency model as a condition for development and performance of human resource in the company. *Trendy v podnikání*. 1(1), 28-34.

Informační technologie. (2013). Český statistický úřad. Retrieved May 12, 2013, from: <http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/informacni_technologie_pm>.

Více informací / more information: Citation Management, Available at:

<https://owl.english.purdue.edu/owl/section/2/10/>

Více příkladů / More examples, Available at:

http://sites.umuc.edu/library/libhow/apa_examples.cfm