

**EKONOMICKÁ UNIVERZITA V BRATISLAVE**  
**FAKULTA HOSPODÁRSKEJ INFORMATIKY**

Evidenčné číslo: 103005/B/2020/421000161840

**SEZÓNNY POHĽAD PRI ANALÝZE TRŽIEB**  
**ZA VLASTNÉ VÝKONY A TOVAR**  
**V OBCHODE, HOTELOCH A REŠTAURÁCIÁCH**  
**NA SLOVENSKU V ROKOCH 2008 – 2018**

Bakalárska práca

**EKONOMICKÁ UNIVERZITA V BRATISLAVE**  
**FAKULTA HOSPODÁRSKEJ INFORMATIKY**

**SEZÓNNY POHĽAD PRI ANALÝZE TRŽIEB**  
**ZA VLASTNÉ VÝKONY A TOVAR**  
**V OBCHODE, HOTELOCH A REŠTAURÁCIÁCH**  
**NA SLOVENSKU V ROKOCH 2008 – 2018**

Bakalárska práca

**Študijný program:** Manažérske rozhodovanie

**Študijný odbor:** Ekológia a manažment

**Školiace pracovisko:** Katedra štatistiky

**Vedúci záverečnej práce:** Ing. Ján Bolgáč

Bratislava, 2020

Michal Ondrejka

## ZADANIE ZÁVEREČNEJ PRÁCE

**Meno a priezvisko študenta:** Michal Ondrejka  
**Študijný program:** manažérske rozhodovanie (Jednoodborové štúdium, bakalársky I. st., denná forma)  
**Študijný odbor:** ekonómia a manažment  
**Typ záverečnej práce:** Bakalárska záverečná práca  
**Jazyk záverečnej práce:** slovenský  
**Sekundárny jazyk:** anglický

**Názov:** Sezónny pohľad pri analýze tržieb za vlastné výkony a tovar v obchode, hoteloch a reštauráciách na Slovensku v rokoch 2008 – 2018

**Anotácia:** V práci budeme sledovať sezónny vplyv tržieb za vlastné výkony a tovar v obchode, hoteloch a reštauráciách na Slovensku v rokoch 2008 – 2018. Ide o sféru veľkoobchodu a maloobchodu, ubytovania, činnosti reštaurácií a pohostinstiev. Sezónny pohľad sa bude skúmať na základe štvrtročných údajov tržieb.

**Vedúci:** Ing. Ján Bolgáč  
**Katedra:** KŠ FHI - Katedra štatistiky FHI  
**Vedúci katedry:** doc. Ing. Mária Vojtková, PhD.  
**Dátum zadania:** 25.03.2019

**Dátum schválenia:** 25.03.2019

doc. Ing. Mária Vojtková, PhD.  
vedúci katedry

## Čestné vyhlásenie

Čestne vyhlasujem, že záverečnú prácu s názvom: Sezónny pohľad pri analýze tržieb za vlastné výkony a tovar v obchode, hoteloch a reštauráciách na Slovensku v rokoch 2008 – 2018 som vypracoval samostatne, na základe konzultácií a štúdia odbornej literatúry, ktorú som uviedol v zozname použitej literatúry.

Dátum:

.....

(podpis študenta)

## **Pod'akovanie**

Týmto by som chcel poďakovať vedúcemu mojej bakalárskej práce, pánovi Ing. Jánovi Bolgáčovi, za ochotu, cenné rady a pripomienky pri písaní záverečnej práce.

## **Abstrakt**

ONDREJKA, Michal: Sezónny pohľad pri analýze tržieb za vlastné výkony a tovar v obchode, hoteloch a reštauráciách na Slovensku v rokoch 2008 – 2018 – Ekonomická univerzita v Bratislave. Fakulta hospodárskej informatiky, Katedra štatistiky – Vedúci záverečnej práce: Ing. Ján Bolgáč – Bratislava: FHI EU, 2020, 58 s.

Témou bakalárskej práce je sezónny pohľad pri analýze tržieb za vlastné výkony a tovar v obchode, hoteloch a reštauráciách na Slovensku v rokoch 2008 – 2018. Všetky použité údaje sú poskytnuté zo Štatistického úradu Slovenskej republiky. Práca obsahuje tri kapitoly. Obsahom je 23 tabuliek a 20 grafov. Prvá kapitola obsahuje charakteristiky skúmanej problematiky. V druhej kapitole sa nachádzajú ciele a metodika práce, ktorá je použitá v záverečnej práci. Tretia kapitola je zameraná na praktickú časť, kde priamo analyzujeme tržby a skúmame vplyv sezónnosti v sledovanom období.

**Kľúčové slová:** sezónnosť, sezónne indexy, časový rad, tržby, cestovný ruch, veľkoobchod, maloobchod, ubytovacie zariadenie, reštaurácia.

## **Abstract**

ONDREJKA, Michal: Seasonality in the analysis of the receipts of own output and goods in retail trade, hotels and restaurants in Slovakia in 2008 – 2018 – University of Economics in Bratislava. Faculty of Business Informatics; Department of Statistics – Thesis supervisor: Ing. Ján Bolgáč – Bratislava FHI EU, 2020, 58 p.

The topic of the bachelor thesis is seasonality in the analysis of the receipts of own output and goods in retail trade, hotels and restaurants in Slovakia in 2008 – 2018. All data used are provided by the Statistical Office of the Slovak Republic. The thesis is organised into three chapters. It contains 23 tables and 20 graphs. The first chapter contains the characteristics of the researched issues. The second chapter contains the objectives and methodology of the work, which is used in the final work. The third chapter is focused on the practical part, where we directly analyze sales and examine the impact of seasonality in the period under review.

**Key words:** Seasonal, Seasonal indexes, Timeseries, Sales, Tourism, Whosale, Retail, Accomodation facilities, Restaurant

## Zoznam tabuliek

Tabuľka 1 - Rozdelenie ubytovacích jednotiek.....	15
Tabuľka 2- Rozdelenie ubytovacích zariadení do kategórií a tried podľa Odborovej normy 735412 .....	16
Tabuľka 3 - Tržby vo veľkoobchode a maloobchode a oprava motorých vozidiel a motocyklov (2008 – 2018).....	28
Tabuľka 4 - Elementárne charakteristiky časových radov – Veľkoobchod a maloobchod a oprava motorových vozidiel a motocyklov .....	29
Tabuľka 5 - Porovnanie tržieb vo veľkoobchode a maloobchode.....	29
Tabuľka 6 - Sezónne korigované indexy – veľkoobchod a maloobchod a oprava motorových vozidiel a motocyklov .....	32
Tabuľka 7 - Tržby vo veľkoobchode okrem motorých vozidiel a motocyklov .....	33
Tabuľka 8 - Elementárne charakteristiky časových radov – Veľkoobchod okrem motorových vozidiel a motocyklov .....	34
Tabuľka 9 - Porovnanie tržieb vo veľkoobchode .....	34
Tabuľka 10 - Sezónne korigované indexy – Veľkoobchod, okrem motorových vozidiel a motocyklov.....	37
Tabuľka 11 - Tržby v maloobchode (2008-2018).....	38
Tabuľka 12 - Elementárne charakteristiky časových radov – Maloobchod okrem motorových vozidiel a motocyklov .....	39
Tabuľka 13 - Porovnanie tržieb v maloobchode.....	39
Tabuľka 14 - Sezónne korigované indexy – Maloobchod okrem motorových vozidiel a motocyklov.....	42
Tabuľka 15 - Tržby v ubytovacích zariadeniach (2008 – 2018) .....	43
Tabuľka 16 - Elementárne charakteristiky – Ubytovacie zariadenia.....	44
Tabuľka 17 - Porovnanie tržieb v ubytovacích zariadeniach.....	44
Tabuľka 18 - Sezónne korigované indexy – Ubytovacie zariadenia .....	47
Tabuľka 19 - Tržby v reštauráciách a pohostinstvách (2008 – 2018).....	48
Tabuľka 20 - Elementárne charakteristiky časových radov – Reštaurácie a pohostinstvá.....	49
Tabuľka 21 - Porovnanie tržieb - Reštaurácie a pohostinstvá .....	49
Tabuľka 22 - Sezónne korigované indexy – Reštaurácie a pohostinstvá.....	52



<b>Tabuľka 23 - Sezónne indexy v jednotlivých sekciách 4.6 Obchod a stravovacie služby na Slovensku v rokoch 2008 – 2018.....</b>	<b>55</b>
---	-----------

## **Zoznam grafov**

<b>Graf 1: Vývoj tržieb -Veľkoobchod a maloobchod (2008 – 2018).....</b>	<b>30</b>
<b>Graf 2: Sezónnosť tržieb – Veľkoobchod a maloobchod .....</b>	<b>31</b>
<b>Graf 3: Sezónny očistený časový rad – Veľkoobchod a maloobchod .....</b>	<b>31</b>
<b>Graf 4: Sezónne korigované indexy – Veľkoobchod a maloobchod .....</b>	<b>32</b>
<b>Graf 5: Vývoj tržieb vo veľkoobchode (2008 – 2018).....</b>	<b>35</b>
<b>Graf 6: Sezónnosť tržieb - Veľkoobchod .....</b>	<b>36</b>
<b>Graf 7: Sezónne očistený rad – Veľkoobchod .....</b>	<b>36</b>
<b>Graf 8: Sezónne korigované index - Veľkoobchod .....</b>	<b>37</b>
<b>Graf 9: Vývoj tržieb v maloobchode (2008 – 2018) .....</b>	<b>40</b>
<b>Graf 10: Sezónnosť - Maloobchod .....</b>	<b>41</b>
<b>Graf 11: Sezónne očistený rad – Maloobchod.....</b>	<b>41</b>
<b>Graf 12: Sezónne korigované indexy - Maloobchod.....</b>	<b>42</b>
<b>Graf 13: Vývoj tržieb v ubytovacích zariadeniach (2008 – 2018) .....</b>	<b>45</b>
<b>Graf 14: Sezónnosť v ubytovacích zariadeniach .....</b>	<b>46</b>
<b>Graf 15: Sezónne očistený rad – Ubytovacie zariadenia .....</b>	<b>46</b>
<b>Graf 16: Sezónne korigované indexy – Ubytovacie zariadenia .....</b>	<b>47</b>
<b>Graf 17: Vývoj tržieb v reštauráciách a pohostinstvách (2008 – 2018) .....</b>	<b>50</b>
<b>Graf 18: Sezónnosť tržieb v reštauráciách a pohostinstvách .....</b>	<b>51</b>
<b>Graf 19: Sezónne očistený časový rad - Reštaurácie a pohostinstvá.....</b>	<b>51</b>
<b>Graf 20: Sezónne korigované indexy – Reštaurácie a pohostinstvá.....</b>	<b>52</b>

# **OBSAH**

<b>Zoznam tabuliek .....</b>	<b>8</b>
<b>Zoznam grafov .....</b>	<b>9</b>
<b>ÚVOD.....</b>	<b>11</b>
<b>1 TEORETICKÉ VYCHODISKÁ SKÚMANEJ PROBLEMATIKY .....</b>	<b>12</b>
1.1 Cestovný ruch.....	12
1.2 Ubytovacie služby.....	13
1.3 Ubytovacie zariadenia.....	14
1.3.1 Rozdelenie ubytovacích zariadení podľa kategórií a tried.....	16
1.4 Veľkoobchod a maloobchod.....	17
1.4.1 Základné druhy maloobchodov .....	19
1.4.2 Základné funkcie veľkoobchodu .....	20
1.5 Sezónnosť.....	21
1.6 Časový rad .....	23
1.6.1 Základné druhy časových radov.....	23
1.6.2 Rozklad časového radu .....	24
1.7 Detekovanie sezónnosti a jej odstránenie v časových radoch.....	24
<b>2 CIEĽ A METODIKA PRÁCE.....</b>	<b>25</b>
2.1 Cieľ práce.....	25
2.2 Metodika práce .....	25
<b>3 VÝSLEDKY .....</b>	<b>28</b>
3.1 Analýza tržieb vo veľkoobchode, maloobchode a oprava motorových vozidiel a motocyklov .....	28
3.1.2 Sezónnosť tržieb v sekcii veľkoobchod, maloobchod a oprava motorových vozidiel a motocyklov.....	31
3.2 Analýza tržieb vo veľkoobchode okrem motorových vozidiel a motocyklov.....	33
3.2.1 Sezónnosť tržieb vo veľkoobchode.....	36
3.3 Analýza tržieb v maloobchode okrem motorových vozidiel a motocyklov .....	38
3.3.1 Sezónnosť tržieb v maloobchode .....	41
3.4. Analýza tržieb v ubytovacích zariadeniach .....	43
3.4.1 Sezónnosť v ubytovacích zariadeniach .....	46
3.5 Analýza tržieb v reštauráciách a pohostinstvách .....	48
3.5.1 Sezónnosť v reštauráciách a pohostinstvách .....	51
<b>ZÁVER .....</b>	<b>54</b>
<b>Zoznam použitej literatúry .....</b>	<b>57</b>

# ÚVOD

Monitorovanie sezónnosti je pre podniky veľmi dôležité. Na základe dôkladnej analýzy sa dokážu pripraviť na rôzne situácie v danom období. Z týchto zistení tak podniky môžu zvoliť vhodnú stratégiu aby dokázali čo najviac minimalizovať svoje náklady za účelom dosiahnutia zisku. Skúmanie vplyvu sezónnosti sa dá uskutočniť len na základe množstva údajov z minulosti. Najčastejšie ide o mesačné, štvrťročné alebo ročné údaje.

V bakalárskej práci na základe údajov zo Štatistického úradu Slovenskej republiky skúmame sezónnosť a analyzujeme tržby za vlastné výkony a tovar v obchode, hoteloch a reštauráciách na Slovensku v sledovanom období rokov 2008 – 2018. Bakalárska práca pozostáva z troch kapitol.

V prvej kapitole sa bližšie budeme venovať pojmom, ktoré sú predmetom skúmania bakalárskej práce. Objasníme si pojmy ako veľkoobchod, maloobchod, cestovný ruch, ubytovacie zariadenia a ich služby. Na záver prvej kapitoly si vysvetlíme problematiku sezónnosti a časových radov a priblížime si ich využitie v praxi.

V druhej kapitole si definujeme ciele a metodiky bakalárskej práce. Cieľom bakalárskej práce je na základe matematicko – štatistických metód analyzovať sezónnosť tržieb vo veľkoobchode, maloobchode, ubytovacích zariadeniach a reštauráciách v sledovanom období.

V poslednej, tretej kapitole sa budeme venovať praktickej časti, Na začiatok ako vstupné údaje použijeme štvrťročné údaje tržieb za vlastné výkony a tovar v obchode, hoteloch a reštauráciách, ktoré získame z databázy Štatistického úradu DATACUBE. Z týchto údajov vypočítame niekoľko základných elementárnych charakteristík štatistiky. Ďalej sa pozrieme na vývoj tržieb vo veľkoobchode, maloobchode, ubytovacích zariadeniach a reštauráciách. Nakoniec si na základe grafov ukážeme výskyt sezónnosti v sledovanom období a budeme sa snažiť na základe metódy kľzavých priemerov túto sezónnosť odstrániť.

# 1 TEORETICKÉ VYCHODISKÁ SKÚMANEJ PROBLEMATIKY

V prvej časti mojej bakalárskej práce sa budeme bližšie venovať teoretickým východiskám, s ktorými sa na začiatok musíme oboznámiť. Charakterizujeme si pojmy ako cestovný ruch, ubytovacie zariadenia alebo služby a opíšeme si základné rozdelenie ubytovacích zariadení. Ďalej sa budeme venovať problematike veľkoobchodu, maloobchodu a na záver si viac priblížime časové rady a sezónnosť.

## 1.1 Cestovný ruch

Cestovný ruch patrí vo všeobecnosti medzi navyiac a najrýchlejšie rozvíjajúce sa odvetvie hospodárstva, ktoré tvorí významnú časť vo väčšine krajín. Je to odvetvie, ktoré zahŕňa niekoľko činností, ako napríklad cestovanie vo voľnom čase na rôzne miesta mimo svojho obvyklého pobytu, s ktorým sú spojené aj ďalšie služby, najmä ubytovanie a stravovanie. Vo všeobecnosti môžeme cestovný ruch definovať ako presun ľudí z miesta na miesto z rôznych príčin. Môže ísť napríklad o štúdium v zahraničí alebo poznávanie nových krajín. Nezaradujeme sem napríklad oblasť služobných ciest, kde hlavným zmyslom cesty nie je zábava ale práca. Je tak veľmi ťažké presne zdefinovať, aké obdobie musí človek stráviť mimo svojho obvyklého bydliska, aby bol považovaný za turistu. Môžeme tak povedať, že medzi cestovným ruchom a cestovaním existuje silná spojitosť.

Veľký rozvoj zaznamenal najmä v posledných dvoch desaťročiach, za čo môže množstvo faktorov. Jedným z hlavných faktorov rozvoja cestovného ruchu na Slovensku môžeme považovať takzvané „otvorenie hraníc“, čiže Schengenský priestor. Vysvetlenie tohto pojmu je pomerne jednoduché. Ide o priestor, v ktorom osoby môžu voľne prekračovať hranice bez akejkoľvek hraničnej kontroly. Do tohto priestoru radíme najmä krajiny Európskej únie. V praxi to znamená, že na Slovensko sa jednoducho bez problémov dostane oveľa viac turistov, ako tomu bolo v minulosti. Medzi ďalšie faktory rozvoja cestovného ruchu vo všeobecnosti môžeme zaradiť technologický pokrok v oblasti dopravy, nízke náklady na cestovanie alebo rozvoj informačných a komunikačných technológií.

Keďže cestovný ruch definujeme ako zdržanie sa mimo trvalého bydliska a to najmä vo voľnom čase, môžeme povedať, že cestovný ruch tvorí súbor aktivít vykonávaných v určitom prostredí, ktoré uspokojujú potreby ľudí.

K základným znakom cestovného ruchu patrí:

- dočasný pobyt mimo miesta trvalého bydliska,
- uspokojovanie špecifických potrieb ľudí,
- cestovanie vo voľnom čase.

## 1.2 Ubytovacie služby

Poskytnúť človeku služby spojené s ubytovaním je predpokladom rozvoja pobytového cestovného ruchu. Ide najmä o činnosti poskytnúť ubytovanie väčšej skupine ľudí mimo ich trvalého bydliska. Tieto činnosti zahrňujú celý proces od informácií o ubytovaní, cez rezerváciu, ubytovanie, poskytnutie služieb, až po jeho odchod z ubytovacieho zariadenia. Medzi takéto činnosti zaraďujeme aj stravovanie. Zabezpečiť kvalitné stravovanie je dôležitou súčasťou každého ubytovacieho zariadenia. Ide najmä o poskytovanie jedla a nápojov prostredníctvom reštaurácií a barov konečnému zákazníkovi, ktorý je ubytovaný na danom mieste.

Ubytovacie služby sa musia organizovať a riadiť ako finálny produkt, ktorý sa dotýka všetkých úsekov v ubytovacom zariadení, no najmä zamestnancov, pretože tí sú v priamom kontakte s hosťom. Služby môžu byť ovplyvňované rôznymi faktormi ako napríklad kvalita, kategória, trieda, klientela alebo geografická poloha.

V ubytovacích zariadeniach rozdeľujeme služby, ktoré sú bezplatné a naopak platené, za ktoré si hosť musí priplatiť. Ako príklad uvediem niektoré z nich:

### Platené

- sprostredkovanie telekomunikačných služieb (telefonovanie, internet),
- zapožičanie dopravného prostriedku (auto, motocykel),
- preprava batožiny mimo ubytovacieho zariadenia,

### Neplatené

- ranná tlač,
- úschova batožiny,
- požičiavanie spoločenských hier,
- podávanie informácií.

### 1.3 Ubytovacie zariadenia

Vyhláška ministerstva hospodárstva hovorí, že: „Ubytovacím zariadením sa rozumie priestor, miesto alebo budova, v ktorom je poskytované ubytovanie verejnosti nepretržite za určitý poplatok a ním spojené ubytovacie služby. Ubytovacie zariadenie je aj sezónne ubytovacie zariadenie poskytujúce ubytovanie a s ním spojené služby najviac deväť mesiacov v roku.“ (Vyhláška MH SR č. 277/2008 Z. z., § 2)

Vyhláška veľmi vysoký význam pre rozvoj cestovného ruchu. Vyjadruje základnú štruktúru ubytovacích zariadení, vytvára podmienky pre stav a rozvoj infraštruktúry cestovného ruchu, poskytuje informácie o rozsahu a kvalite poskytovaných služieb. Je taktiež veľmi dôležitá pri kontrole, či je ubytovacie zariadenie oprávnené zaradené do určitej triedy, že či suma, ktorú má ubytujúci zaplatiť zodpovedá obsahu a kvalite poskytovaných služieb. (Patúš 2005)

Ubytovacie zariadenie môžeme vo všeobecnosti špecifikovať ako:

- a) Hotely, motely, chaty, stany, kempingy ale aj lôžkové alebo ležadlové vozne vo vlakoch.
- b) Celoročné – Sezónne zariadenia
  - celoročné zariadenia možno navštevovať počas celého roka, za každého ročného obdobia bez ohľadu na počasie, či iné faktory,
  - sezónne zariadenia možno navštevovať len za určitých podmienok a po splnení určitých faktorov, napr. táboriská pri vode. Po tomto type ubytovania je zvýšený dopyt najmä počas letných mesiacov, resp. v teplých ročných obdobiach.
- c) Ubytovacie zariadenia hotelového alebo parahotelového typu:
  - pri hotelovom type ide o hotely, motely, botely,
  - pri parahotelovom type ide o ubytovacie zariadenie, ktoré neposkytuje celkový komplex alebo ich ubytovacia kapacita je menšia ako desať lôžok.

Základom ubytovacích zariadení sú ubytovacie jednotky. Z pravidla ide o izby alebo súbor miestností, ktoré spĺňajú základné potreby na prechodné ubytovanie. Tieto ubytovacie jednotky sú väčšinou tvorené z hygienických a obývacích priestorov.

Ubytovacie jednotky rozdeľujeme nasledovne:

**Tabuľka 1 - Rozdelenie ubytovacích jednotiek**

<b>Druh izby</b>	<b>Charakteristika izby</b>
Jednolôžková izba	Izba určená na ubytovanie pre jednu osobu
Dvojlôžková izba	Izba určená na ubytovanie pre dve osoby na manželskej posteli alebo dvoch spojených lôžkach.
Dvojlôžková izba (twin)	Izba určená na ubytovanie pre dve osoby na oddelených lôžkach
Viacposteľová izba	Izby určená na ubytovanie pre tri a viac osôb
Rodinná izba	Izba určená na ubytovanie pre tri a viac osôb, z čoho najmenej dve postele sú určené pre dospelé osoby
Spálňa (nocľaháreň)	Izby určená na ubytovanie pre osoby, ktoré nepatria do tej istej skupiny
Junior suite	Izba s možnosťou na prenocovanie s osobitným priestorom na sedenie
Suite	Ubytovanie poskytované v oddelených a vzájomne prepojených izbách. (napr.: spálňa a obývacia izba)
Apartmán	Ubytovanie s osobitnou izbou na prenocovanie a izbou na denný pobyt ako aj kuchynským kútom
Štúdio	Ubytovanie v izbe s kuchynským kútom
Spojené izby	Izby na prenocovanie, ktoré sú navzájom prepojené
Duplex	Ubytovanie na viacerých vnútorne prepojených poschodiach

Zdroj: Vlastné spracovanie

### 1.3.1 Rozdelenie ubytovacích zariadení podľa kategórií a tried

Medzi základné rozdelenie ubytovacích zariadení do kategórií a tried, - podľa Odborovej normy 735412 patria:

**Tabuľka 2- Rozdelenie ubytovacích zariadení do kategórií a tried podľa Odborovej normy 735412**

<b>Kategórie</b>	<b>Triedy</b>				
Hotel	*	**	***	****	*****
Hotel Garni	*	**	***		
Motel	*	**	***	****	
Botel	*	**	***	****	
Penzión	*	**			
Turistická ubytovňa	*	**			
Chatová osada	*	**	***		
Kemping	*	**	***	****	
Kultúrnohistorické objekty					
Pozemok					
Obytná miestnosť	*	**	***		
Rekreačné objekty v osobnom vlastníctve	*	**	***		

Zdroj: Vlastné spracovanie – Podľa § 3 Vyhlášky MH SR 277/2008 Z. z.

V praktickej časti našej bakalárskej práce sa budeme venovať určitým zariadenia a analyzovať ich sezónnosť, preto je dôležité si uvedené typy ubytovacích zariadení bližšie špecifikovať:

**Hotel** je ubytovacie zariadenie, ktorého súčasťou je najmenej 10 izieb pre hostí. Súčasťou hotela môže byť aj takzvaný **dependace hotela**, ktorý charakterizujeme ako vedľajšiu budovu nie vzdialenú viac ako 300 metrov od hotela, bez recepcie poskytujúci však plný rozsah služieb prislúchajúci príslušnej triede.

**Hotel garni** môžeme špecifikovať veľmi podobne ako hotel. Rovnako ide o ubytovacie zariadenie, ktorého súčasťou je najmenej 10 izieb. Vo všeobecnosti však platí, že v tomto type ubytovania je obmedzený rozsah stravovania (spravidla iba raňajky).

**Motel** podobne ako hotel obsahuje najmenej 10 izieb pre hostí (netýka sa motela\*). Slúži predovšetkým na krátkodobé ubytovanie, spravidla ide o prechodné ubytovanie pre turistov, ktorým je umožnené parkovanie v blízkosti motela.



**Botel** je ubytovacie zariadenie poskytované priamo v trvale zakotvenej lodi. Ide teda o kajutu, ktorá väčšinou obsahuje jedno až dve lôžka s možnosťou prístelky.

**Penzión** je jednoduché ubytovacie zariadenie s minimálne piatimi izbami. Počet lôžok na jednej izbe je maximálne štyri. Zabezpečenie stravy v penzióne býva aspoň podávanie raňajok, nie je však vylúčená aj celodenné strava za príplatok.

**Turistická ubytovňa** je ubytovacie zariadenie poskytujúce krátkodobé ubytovanie pre väčší počet hostí s väčším počtom lôžok. V každej miestnosti nájdeme stôl so stoličkami, priestor na odloženie oblečenia a nádobu s odpadkami. K dispozícii sú hygienické zariadenia s tečúcou vodou, umývadlom a WC. Spravidla na 25 osôb prislúchajú 2 umývadlá, 1 pre mužov a 1 pre ženy a 2 WC.

**Chatová osada** je množina ubytovacích objektov, ako napríklad chaty, zruby bungalovy. Pokiaľ ide o dependance hotela, motela alebo penziónu prevádzkovateľ je povinný zabezpečiť plný rozsah služieb v závislosti od triedy. V jednom ubytovacom objekte nájdeme maximálne štyri lôžka na spanie.

**Kemping** je ubytovacie zariadenie pozostávajúce s objektov, ktoré si človek prinesie sám alebo si ich prenajme priamo na mieste (stany, prívěsy, karavany, maringotky a podobne). V kempoch býva pravidlom, že sociálne a hygienické zariadenia sú zabezpečené pre všetkých ľudí spoločne.

**Kultúrohistorické objekty** sú ubytovacie zariadenia, ktoré majú nejaký kultúrny alebo historický význam. Ide napríklad o hrady a zámky.

**Rekreačné objekty** sú chaty, zruby a chalupy, ktoré primárne slúžia na rekreačné účely.

## 1.4 Veľkoobchod a maloobchod

V tejto časti si vysvetlíme pojmy veľkoobchod a maloobchod, s ktorými budeme neskôr ďalej pracovať a preto je dôležité ich bližšie spoznať. Už z názvu môžeme povedať, že v prípade maloobchodu ide o obchod, v ktorom sa uskutočňuje predaj v malých množstvách, naopak v prípade veľkoobchodu ide o obchod vo veľkom, resp. vo veľkých množstvách.

Na začiatok je dôležité si určiť rozdiel medzi veľkoobchodom a maloobchodom.

Veľkoobchod, tak ako už z názvu vyplýva poskytuje produkty vo veľkých množstvách, zvyčajne na ďalší predaj inými obchodníkmi. Dôležité je však povedať, že veľkoobchodník môže predávať svoj tovar aj priamo konečnému spotrebiteľovi. Vyznačuje sa masovým predajom a nízkou cenou, čo znamená, že zisk primárne dosahuje predajom veľkého množstva tovarov. Zvyčajne sa veľkoobchod nazýva aj „distribútor“, pretože vo väčšine prípadov predáva tovar iným predajcom. Veľkoobchodné spoločnosti majú väčšinou svoju vlastnú logistiku a obchodné oddelenie alebo využívajú služby externých partnerov.

Maloobchod, inak nazývaný aj maloobchodný spôsob predaja, slúži výhradne konečnému spotrebiteľovi. Je to najbežnejšia forma predaja konečnému spotrebiteľovi. Ide o predaj v každodenných obchodoch alebo na trhoch. Spravidla je cena v maloobchode vždy väčšia oproti veľkoobchodu. Vysvetlenie je jednoduché. Maloobchod (odoberateľ) nakúpi svoj tovar od veľkoobchodu (dodávateľ) za veľkoobchodnú cenu. Aby maloobchod dosahoval zisk, k tejto veľkoobchodnej cene si pripočíta obchodnú maržu, s ktorou potom ponúka svoj tovar na predaj konečnému spotrebiteľovi.

#### *Sekcia G – Veľkoobchod a maloobchod, oprava motorových vozidiel a motocyklov:*

Táto sekcia zahŕňa veľkoobchodný a maloobchodný predaj (bez transformácie) akéhokoľvek druhu tovaru a poskytovanie služieb súvisiacich s predajom tovaru. Veľkoobchod a maloobchod sú poslednými etapami v distribúcii tovaru. Patria sem aj opravy motorových vozidiel a motocyklov. (Nace, 2020)

- Veľkoobchod a maloobchod a oprava motorových vozidiel a motocyklov: táto divízia zahŕňa všetky činnosti, okrem výroby a prenájmu súvisiace s motorovými vozidlami a motocyklami, zahŕňajú sa sem aj nákladné automobily a kamióny, napríklad veľkoobchodný a maloobchodný predaj nových a ojazdených vozidiel, opravy a údržba vozidiel a podobne. Táto divízia zahŕňa aj činnosti ako umývanie a leštenie vozidiel, naopak vylučuje maloobchodný predaj pohonných látok a mazadiel alebo chladiacich výrobkov alebo prenajímanie motorových vozidiel a motocyklov (Nace, 2020)
- Veľkoobchod okrem motorových vozidiel a motocyklov: táto divízia zahŕňa veľkoobchod na vlastný účet, za odmenu alebo na základe zmluvy súvisiacej s tuzemským veľkoobchodným predajom ako aj s medzinárodným veľkoobchodným predajom. Vylučuje – veľkoobchodný predaj motorových vozidiel, karavanov a motocyklov, predaj príslušenstiev pre motorové vozidlá, prenajímanie a lízing

tovaru, balenie pevného tovaru a plnenie kvapalného alebo plynného obchodovaného tovaru do fliaš vrátane miešania a filtrácie pre tretie strany. (Nace, 2020)

- Maloobchod okrem motorových vozidiel a motocyklov: táto divízia zahŕňa nákup a následný predaj (predaj bez transformácie) nového alebo použitého tovaru určeného predovšetkým najširšej verejnosti pre osobnú alebo domácu spotrebu. Tovar predávaný v tejto časti je obmedzený na tovar obvykle nazývaný ako spotrebný tovar alebo maloobchodný tovar. Tovar, ktorý obvykle nevstupuje do maloobchodného predaja, ako napr. obilniny, rudy, priemyselné stroje atď. sem nepatrí. Táto divízia zahŕňa aj jednotky primárne zapojené do predaja širokej verejnosti, od výstavných sprostredkovateľov, výrobky ako sú napr. osobné počítače, kancelárske potreby, farbivo a rezivo, aj keď tieto výrobky nemusia byť určené pre osoby alebo domácnosti. Vylučuje – predaj farmárskych výrobkov prostredníctvom farmárov, výrobu a predaj tovarov, predaj motorových vozidiel, motocyklov a ich dielov, obchod s obilninami, zrnom, rudami, surovou ropou, priemyselnými chemikáliami, železom, oceľou a priemyselnými strojmi a zariadeniami. (Nace, 2020)

### 1.4.1 Základné druhy maloobchodov

Podľa Kotlera možno rozdeliť maloobchod na niekoľko druhov:

OBCHODNÝ DOM: Ponúka rozličné druhy tovaru, najmä odevy a potreby pre domácnosti. Obchodný dom možno rozdeliť na niekoľko osobitných oddelení, ktoré vedie špecializovaný manažér. Prvýkrát sa takýto koncept „nákupu pod jednou strechou“ objavil v Spojených štátoch amerických.

SUPERMARKET: Ponúka široký sortiment potravín, drogerie a iných potrieb vhodných do domácnosti. Vyznačuje sa nízkymi nákladmi s nízkym ziskovým rozpätím a samoobslužným predajom.

MIESTNY OBCHOD: Ide o obchody najmä v blízkosti bytových jednotiek, ktoré ponúkajú vysokoobrátkový tovar a pomerne dlhé otváracie hodiny. V praxi môže ísť o malé súkromné obchodíky/večierky.

SUPERSTORE, KOMBINOVANÝ OBCHOD, HYPERMARKET:

V prípade „superstoru“ ide o väčší obchod ako bežný supermarket, ktorý ponúka aj nepotravinársky tovar a niektoré vybrané služby.

*Kombinovaný obchod* - je veľmi podobný supermarketu, to znamená, že ponúka rozličné druhy potravín ale aj lieky a drogistický tovar.

*Hypermarket* - Hypermarkety sú kombináciou supermarketov a obchodov s lacným tovarom, tzn., že ich predajný sortiment zahŕňa predaj bežného tovaru ale aj nábytku odevov a rôznych zariadení pre domácnosť. Sú špecifické svojou predajnou plochou, ktorá sa pohybuje od 3 do 15 tisíc m<sup>2</sup>.

OBCHODY S LACNÝM TOVAROM: tovar v týchto obchodoch je predávaný za nízke ceny. V týchto obchodoch je potreba predat' vyššie množstvo tovarov, aby podnik dosahoval zisk.

ŠPECIALIZOVANÝ OBCHOD: Obchod, ktorý sa špecializuje na daný sortiment s možnosťou širokého výberu v rámci daného sortimentu. Hovoríme napríklad o obchodoch s nábytkom, obuvou, knihami alebo športovými potrebami.

#### **1.4.2 Základné funkcie veľkoobchodu**

„Veľkoobchod obsahuje všetky činnosti súvisiace s predajom výrobkov a služieb zákazníkom, ktorí nakupujú na ďalší predaj alebo na podnikateľské účely“ (Kotler, Armstrong 1992). Medzi hlavné dôvody, prečo maloobchody využívajú služby veľkoobchodov, je nedostatok peňažných prostriedkov na vybudovanie vlastnej predajnej siete, ďalej je to predpoklad, že veľkoobchodník bude ako špecialista vykonávať obchodnú činnosť lepšie, ako by to dokázala samotná firma. Vo všeobecnosti by mal veľkoobchod spĺňať tieto základne funkcie:

PREDAJ A PROPAGÁCIA: Veľkoobchodníci majú veľké množstvo kontaktov, vďaka čomu poskytujú výrobcom dosiahnuť veľké množstvo malých zákazníkov.

NÁKUP A TVORBA SORTIMENTU: Výber a tvorba sortimentu tovaru, o ktorý majú zákazníci záujem. Týmto spôsobom ušetrí zákazník množstvo času a práce.

SKLADOVANIE: Veľkoobchodníci dokážu vo veľkom skladovať tovar, čím dokážu znižovať náklady a riziko u zákazníkov.

DOPRAVA: Veľkoobchodníci disponujú vlastnou logistikou a zabezpečujú svojim zákazníkom dodávky tovaru od výrobcu.

FINANCOVANIE: Poskytovanie obchodných úverov svojim zákazníkom.

PREBERANIE RIZIKA: Veľkoobchodníci preberajú tovar do svojho vlastníctva a nesú náklady za krádež, znehodnotenie a poškodenie tovaru.

INFORMÁCIE O TRHU: Informácie o dianí na trhu, o aktuálnych cenách, o aktivitách konkurentov alebo o nových výrobkoch a podobne.

PORADENSKÉ SLUŽBY: Pomoc pre maloobchodníkov zlepšovať sa pomocou rôznych školení ich predavačov.

## **1.5 Sezónnosť**

Monitorovanie sezónnosti je pre podniky veľmi dôležité. Na základe týchto monitorovaní podniky dopredu vedia predpokladať vývoj tržieb. Podniky sa potom na základe predikcií dokážu vyvarovať zvýšeným nákladom počas sezóny a predísť tak neočakávaným situáciám. Na základe týchto predikcií môžu podniky zvoliť vhodnú stratégiu počas ale aj mimo sezóny, aby zabezpečili neustály rast tržieb. Sledovanie sezónnosti je možné iba na základe veľkého množstva údajov z minulosti, ktorých spracovanie prinesie potrebné výsledky. Na spracovanie dát sa vo veľkej miere využívajú štatistické metódy. (Beránek a kol. 2013)

Sezónnosť môžeme definovať ako sezónnu zložku časového radu. „Vyjadruje pravidelné (periodické, cyklické) výkyvy údajov od trendu s periódou jeden rok, ktoré sa každoročne opakujú v určitom mesiaci alebo štvrtroku.“ (Rublíková 2007, s. 25).

Najčastejšie sa sezónna zložka sleduje v časových radoch mesačných a štvrtročných údajov. O sezónnej periodicite môžeme hovoriť aj v prípade denných údajov, ak sa sledujú výkyvy od trendu v jednotlivých dňoch týždňa pričom počet sezón ( $s$ ) je 7 dní. (Rublíková 2007)

Ak hovoríme napríklad o sezónnosti v cestovnom ruchu ide najmä o pôsobenie prírodných činiteľov. Medzi najčastejšie prírodné činitele vplyvajúce na sezónnosť v cestovnom ruchu je striedanie ročných období a klimatické vplyvy. Medzi ďalšie činitele môžeme zaradiť taktiež činitele sociálneho charakteru. Hovoríme najmä o čerpaní dovolení, sviatkoch, víkendoch alebo školských prázdninách.

Na sezónnosť v cestovnom ruchu sú rôzne názory, napríklad: „Sezónnosť v cestovnom ruchu má vplyv na hospodársku činnosť podnikov a cieľových miest cestovného ruchu. Na zmiernenie sezónnosti cestovného ruchu sa využívajú rôzne marketingové nástroje, ako je

cenová politika, produktová politika, nástroje marketingovej komunikácie a administratívne opatrenia.“ (Gúčik 2011, s. 102)

Podnikatelia by mali sezónnosť vo svojom podniku poznať v predstihu. Predpovedanie neočakávaných výkyvov počas sledovaného obdobia mu môže pomôcť k zvyšovaniu zisku. Podnikatelia môžu sezónnosť využiť pri zostavovaní svojho ročného plánu, v ktorom sa môže snažiť znižovať svoje náklady, čo môže znamenať zvyšovanie zisku. Podnikateľ môže na základe predošlých rokov odhadom dopredu predpovedať napríklad, aký pokles tržieb môže nastať v určitom období roka a pripraviť sa tak na to vopred.

Ak by sa na poznanie sezónnosti neprihliadalo vo všeobecnosti to môže viesť k stratám, naopak pri jej poznaní sa v ekonomike dokážeme vyvarovať zbytočným chybám, čo prispieva k obmedzeniu jej vplyvu na ekonomické výsledky (Sládek, 2003).

Sezónnosť významne vplýva na výšku tržieb. Počas roka tržby majú kolísavý charakter, na základe toho vytvárajú rôzne krivky, pomocou ktorých môžeme bližšie zistiť, kedy sú tržby na svojom maxime (vrchol) a naopak, kedy dosahujú minimum (dno). Vyššie spomínaný (Sládek, 2007) sa týmto krivkám venuje podrobnejšie a rozlišuje:

- sezónnosť s jedným vrcholom, ktorý pripadá na letné mesiace, (týka sa to ubytovacích zariadení, ktoré sú prevádzkované najmä pri vodných tokoch a nádržiach alebo v blízkosti kúpalísk. Sú otvorené prevažne iba v letných mesiacoch, v zimných mesiacoch bývajú zvyčajne mimo prevádzky),

- sezónnosť s jedným vrcholom, v letných mesiacoch, (týka sa najmä ubytovacích zariadení v miestach, ktoré sú vyhľadávané ako výletné lokality),

- sezónnosť, ktorú charakterizujú dva vrcholy, (prvý vrchol tržieb je dosahovaný v letnom období a druhý naopak v zimnom, takáto sezónnosť je typická pre miesta, kde je možnosť či už letnej alebo zimnej turistiky alebo športu, napríklad lyžiarske strediská),

- sezónnosť charakterizovaná najnižšími tržbami, (môže ísť o ubytovacie zariadenia súvisiace s obchodným cestovným ruchom, ktoré nie sú využívané v tak veľkej miere).

Sezónnosť možno definovať aj ako systematický, alebo nie výhradne symetrický vývin počas roka.

## 1.6 Časový rad

S pojmom časový rad sa môžeme stretnúť v rôznych oblastiach. O časovom rade môžeme hovoriť vtedy ak sa stretávame s údajmi, ktoré sú usporiadané chronologicky, to je v časovej postupnosti v smere z minulosti do prítomnosti. Časové rady sociálnych a ekonomických ukazovateľov sú napr. miera nezamestnanosti, miera zisku, úroková miera a podobne. Pomocou časového radu dokáže spomínané ukazovatele lepšie pochopiť, interpretovať alebo odhadnúť ich budúci vývoj.

Časový rad premennej  $Y$  je chronologická postupnosť vecne, priestorovo a časovo porovnateľných hodnôt  $Y_t$  pre  $t = 1, 2, \dots, T$ . Počet hodnôt  $Y_1, Y_2, \dots, Y_n$  nazývame dĺžkou časového radu  $N$ . (Rublíková 2007)

### 1.6.1 Základné druhy časových radov

Podľa periodicity sledovania rozlišujeme dlhodobé a krátkodobé časové rady.

**Dlhodobé časové rady**, sú periodické výkyvy s dĺžkou väčšou ako jeden rok. **Krátkodobé časové rady** tvoria údaje získané za obdobie kratšie ako jeden rok, t. j. polročne alebo štvrťročne, mesačné, denné, hodinové. Krátkodobé časové rady preto obsahujú tzv. sezónne výkyvy, t. j. pravidelne sa opakujúce výkyvy v rámci sledovaného obdobia (Pacáková a kol., 2009).

Podľa rozhodného časového hľadiska zisťovania rozlišujeme časové rady na intervalové a okamihové časové rady.

Ak každá hodnota v časovom rade vznikla postupne, od začiatku až po koniec nejakého sledovaného obdobia, ide o **intervalový** časový rad. Napríklad pri sledovaní jedného roka, polroka alebo mesiaca. Opačom intervalového časového radu je **okamihový** časový rad. Hodnota sa tomto type časového radu vzťahuje na časový okamih jej zisťovania a udáva, počet, veľkosť alebo úroveň daného okamihu.

Podľa druhu sledovaných ukazovateľov rozlišujeme časové rady na **primárne** (prvotné) a **sekundárne** (odvodené). **Primárne** časové rady sú priamo merateľné, to znamená, že vieme určiť presný počet skúmaného javu. Ako príklad môžeme uviesť počet dokončených bytových jednotiek za jeden rok. Rozdiel dvoch primárnych absolútnych

ukazovateľov, ako napríklad ročný zisk alebo pridaná hodnota je **sekundárny** (odvodený) časový rad.

### 1.6.2 Rozklad časového radu

Model časového radu je kompozíciou určitých faktorov (zložiek), ktoré spoločne vytvárajú hodnotu premennej. Pri skúmaní časového radu musíme tieto zložky podrobne preskúmať a rozčleniť. Na základe toho dokážeme vývoj časového radu a jeho nevhodné zložky jednoduchšie a presnejšie preskúmať. Ak hodnoty časového radu dlhodobo klesajú alebo rastú, hovoríme o trendovej (**modelovej, deterministickej**) **zložke (*Tr*)**. Trendová zložka reprezentuje stabilné dlhodobo pôsobiace výkyvy, čo znamená pokles alebo rast okolo svojej typickej úrovne. V prípade **sezónnej zložky (*S*)** hovoríme o kratších časových intervaloch (krátkodobých časových radoch). Sezónna zložka je periodickou zmenou v časovom rade, kde ide o pravidelné odchýlky radu okolo trendu, ktoré sú spôsobené rôznymi vplyvmi, t. j. napr. obdobie dovolení, prázdnin, striedanie ročných období a podobne. Ak ide o výkyvy hodnôt časového radu s viacročnou periódou, ktoré sú dôsledkom cyklických vplyvov, hovoríme o **cyklickej zložke (*C*)** časového radu, ide napríklad o zmeny v ekonomike. Nepravidelné výkyvy hodnôt radu okolo trendu spôsobené nepredvídateľnými vplyvmi nazývame **náhodná zložka (*E*)**.

### 1.7 Detekovanie sezónnosti a jej odstránenie v časových radoch

Pri každej identifikácii sezónnosti je dôležité jeho grafické zobrazenie. Vďaka nemu môžeme zistiť, či sa v časovom rade vôbec sezónna zložka nachádza. Zistenie prítomnosti môžeme jednoducho vykonať pohľadom na graf, často krát je sezónnosť zrejماً hneď z neho. Vo všeobecnosti však na zisťovanie sezónnej zložky v časovom rade slúžia rôzne metódy. Ak sa prítomnosť potvrdí, musíme ďalej použiť metódy na jej očistenie.

Cieľom očisťovania časového radu je zbaviť ho sezónnej zložky, tak aby v danom modeli ostala len trendová zložka. Po jeho očistení tak môžeme posúdiť jeho vývojovú tendenciu. V praxi sa používa niekoľko metód, no v našej práci budeme využívať metódu kĺzavých priemerov. Ak teda v časovom rade zistíme prítomnú zložku, potom dĺžka kĺzavej časti je identická s počtom sezón v roku ( $K = 4$  pri štvrťročných údajoch v časovom rade). Vypočítaný kĺzavý priemer je v prípade párneho  $K$  umiestnený medzi dvoma obdobiami časového radu. Na základe vypočítaných hodnôt dokážeme ďalej vypočítať centrováný kĺzavý priemer, ktorý nadväzuje na kĺzavé priemery.



## 2 CIEĽ A METODIKA PRÁCE

### 2.1 Cieľ práce

Cieľom mojej záverečnej práce je na základe výsledkov skúmania tržieb v obchode, hoteloch a reštauráciách i na základe výsledkov prepočtov a matematicko-štatistických metód analyzovať a hodnotiť sezónnosť tržieb v sledovanom období od roku 2008 do roku 2018. Výsledkom bakalárskej práce bude prehľadná analýza vývoja tržieb v sledovanom období 2008 – 2018 pre každé odvetvie. Predmetom skúmania je analýza a sezónnosť tržieb. Objektom skúmania sú tržby za vlastné výkony a tovar v obchode, hoteloch a reštauráciách.

### 2.2 Metodika práce

V záverečnej práci sme si určili za cieľ dôkladne analyzovať vplyv sezónnosti na tržby za vlastné výkony a tovar v obchode, hoteloch a reštauráciách. V práci ďalej budeme využívať niekoľko základných elementárnych charakteristík štatistiky. Pri výpočtoch vychádzame s jednotlivých číselných dát, ktoré sme získali z databázy Štatistického úradu DATACUBE. Na základe týchto dát budeme analyzovať vplyv sezónnosti na vývoj tržieb v sledovanom období 2008 – 2018. Na začiatok si ukážeme ako sa tržby v jednotlivých odvetviach vyvíjali a k tomu použijeme niekoľko elementárnych charakteristík, ktoré si bližšie priblížime. K porovnávaniu vývoju tržieb budeme potrebovať nasledovné vzťahy:

- **Absolútny prírastok (úbytok)**

$$d_t = y_t - y_{t-1} \quad (1)$$

Pomocou tohto vzťahu vypočítame, o koľko vzrástla alebo klesla hodnota premennej  $Y$  v čase  $t$  oproti hodnote z predchádzajúceho obdobia.

- **Koeficient rastu (poklesu)**

$$k_t = \frac{y_t}{y_{t-1}} \quad (2)$$

Pomocou tohto vzťahu dokážeme určiť, koľkonásobne bola hodnota premennej  $Y$  v čase  $t$  väčšia alebo menšia ako hodnota z predchádzajúceho obdobia.

- **Tempo rastu**

$$Tm_t = k_t * 100 \quad (3)$$

Ak chceme zistiť, na koľko percent vzrástla alebo poklesla hodnota premennej  $Y$  v čase  $t$  oproti hodnote z prechádzajúceho obdobia.

- **Koeficient prírastku**

$$k_{d_t} = \frac{d_t}{y_{t-1}} \quad (4)$$

Prostredníctvom tohto ukazovateľa vypočítame, koľkonásobne bol prírastok premennej  $Y$  v čase  $t$  menší alebo väčší oproti predchádzajúcemu obdobiu.

- **Tempo prírastku (úbytku)**

$$Tm_{d_t} = k_{d_t} * 100 \quad (5)$$

Ak chceme zistiť, o koľko percent vzrástla alebo poklesla hodnota premennej  $Y$  v čase  $t$  oproti hodnote z predchádzajúceho obdobia.

- **Bázický index**

$$i_t = \frac{y_t}{y_0} \quad (6)$$

Tento index charakterizuje vývoj premennej  $Y$  v čase  $t$  (sledovanom období) vzhľadom na základné obdobie  $Y_0$ .

- **Priemerný koeficient rastu**

$$\bar{k} = \sqrt[n-1]{\frac{y_n}{y_1}} \quad (7)$$

Priemerný koeficient rastu vypočítame podobne ako geometrický priemer. Vyjadruje, koľkonásobne priemerne vzrástla alebo poklesla hodnota premennej  $Y$  za jeden časový úsek počas sledovaného obdobia.

- **Priemerný absolútny prírastok (úbytok)**

$$\bar{d} = \frac{\sum d_t}{n-1} \quad (8)$$

Priemerný absolútny prírastok (úbytok) vyjadruje o koľko v priemere rástla alebo poklesla hodnota premennej  $Y$  počas sledovaného obdobia.

Ďalej si ukážeme vplyv sezónnosti na tržby v jednotlivých odvetviach. Použijeme metódu kľzavých priemerov, na základe čoho časový rad očistíme od náhodných výkyvov. Nakoniec zistíme ako sezónne činitele v každom štvrtroku vplývali na výšky tržieb v určitých odvetviach, ktoré sú predmetom nášho skúmania.

- **Centrovaný kľzavý priemer**

$$CKP_t(K) = \frac{KP_{t-0,5}(K) + KP_{t+0,5}(K)}{2} \quad (9)$$

- **Sezónne očistený časový rad**

$$y^* = \frac{y_t}{\bar{s}_t(kor)} \quad (10)$$

### 3 VÝSLEDKY

V poslednej časti záverečnej práce sa budeme venovať sezónnemu pohľadu pri analýze tržieb za vlastné výkony a tovar v obchode, hoteloch a reštauráciách na Slovensku v rokoch 2008 – 2018. Taktiež pre dané odvetia vyčíslíme a porovnáme rôzne ukazovatele štatistiky.

#### 3.1 Analýza tržieb vo veľkoobchode, maloobchode a oprava motorových vozidiel a motocyklov

Ako prvé budeme analyzovať sezónnosť tržieb v sekcii veľkoobchod, maloobchod a oprava motorových vozidiel a motocyklov. V nasledujúcej tabuľke sa nachádzajú štvrťročné údaje tržieb za obdobie rokov 2008 až 2018:

**Tabuľka 3 - Tržby vo veľkoobchode a maloobchode a oprava motorových vozidiel a motocyklov (2008 – 2018)**

Rok	Q1	Q2	Q3	Q4	Spolu
2008	1 246 237 469 €	1 399 452 168 €	1 221 625 307 €	1 260 757 950 €	5 128 072 894 €
2009	881 863 076 €	1 142 154 713 €	957 949 536 €	962 314 521 €	3 944 281 846 €
2010	775 470 440 €	939 743 174 €	948 808 566 €	1 105 718 246 €	3 769 740 426 €
2011	799 052 695 €	932 332 291 €	942 872 666 €	1 106 896 944 €	3 781 154 596 €
2012	912 672 833 €	981 489 134 €	1 000 545 589 €	1 066 897 927 €	3 961 605 483 €
2013	909 282 285 €	1 114 360 565 €	1 018 862 184 €	1 223 497 682 €	4 266 002 716 €
2014	1 006 589 704 €	1 113 584 945 €	1 066 302 766 €	1 198 311 834 €	4 384 789 249 €
2015	1 089 815 466 €	1 252 756 693 €	1 213 205 190 €	1 400 618 693 €	4 956 396 042 €
2016	1 287 627 564 €	1 507 922 640 €	1 332 544 612 €	1 522 458 450 €	5 650 553 266 €
2017	1 459 652 551 €	1 666 678 940 €	1 516 538 144 €	1 778 198 094 €	6 421 067 729 €
2018	1 624 829 452 €	1 828 523 065 €	1 581 168 832 €	1 806 254 606 €	6 840 775 955 €

Zdroj: Vlastné spracovanie

Z údajov v tabuľke 3 ďalej vypočítame nasledovné ukazovatele: absolútny prírastok pomocou vzťahu (1), koeficient rastu pomocou vzťahu (2), tempo rastu pomocou vzťahu (3), koeficient prírastku pomocou vzťahu (4), tempo prírastku pomocou vzťahu (5), základné indexy pomocou vzťahu (6), priemerný koeficient rastu pomocou vzťahu (7) a priemerný absolútny prírastok pomocou vzťahu (8).

**Tabuľka 4 - Elementárne charakteristiky časových radov – Veľkoobchod  
a maloobchod a oprava motorových vozidiel a motocyklov**

Rok	Tržby	Absolútny prírastok	Koeficient rastu	Relatívny prírastok	Tempo rastu	Tempo prírastku	Bázický index
2008	5 128 072 894	X	X	X	X	X	1
2009	3 944 281 846	-1 183 791 048	0,7692	-0,2308	76,92	-23,08	0,7692
2010	3 769 740 426	-174 541 420	0,9557	-0,0443	95,57	-4,43	0,7351
2011	3 781 154 596	11 414 170	1,0030	0,0030	100,30	0,30	0,7373
2012	3 961 605 483	180 450 887	1,0477	0,0477	104,77	4,77	0,7725
2013	4 266 002 716	304 397 233	1,0768	0,0768	107,68	7,68	0,8319
2014	4 384 789 249	118 786 533	1,0278	0,0278	102,78	2,78	0,8551
2015	4 956 396 042	571 606 793	1,1304	0,1304	113,04	13,04	0,9665
2016	5 650 553 266	694 157 224	1,1401	0,1401	114,01	14,01	1,1019
2017	6 421 067 729	770 514 463	1,1364	0,1364	113,64	13,64	1,2521
2018	6 840 775 955	419 708 226	1,0654	0,0654	106,54	6,54	1,3340

Zdroj: Vlastné spracovanie

**Tabuľka 5 - Porovnanie tržieb vo veľkoobchode a maloobchode**

<b>Najvyššie tržby</b>		6 840 775 955	2018
<b>Najnižšie tržby</b>		3 769 740 426	2010
<b>Najväčší nárast</b>	<b>- absolútny</b>	770 514 463	2017
	<b>- relatívny</b>	1,1401	2016
<b>Najväčší pokles</b>	<b>- absolútny</b>	-1 183 791 048	2009
	<b>- relatívny</b>	0,7692	2009
<b>Priemerný koeficient rastu</b>		1,0292	
<b>Priemerný absolútny prírastok</b>		171 270 306	

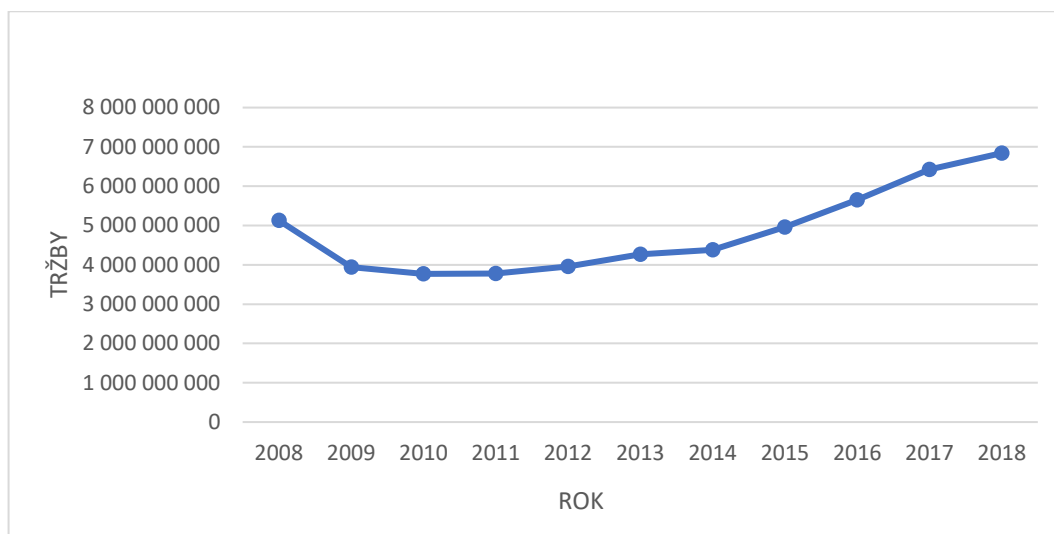
Zdroj: Vlastné spracovanie

Ako je z tabuľky zrejmé, najvyššie tržby boli dosiahnuté v roku 2018 a to vo výške 6 840 775 955,- €, naopak najnižšie v roku 2010 vo výške 3 769 740 426,- €.

Zatiaľ čo v roku 2016 bola výška tržieb na úrovni 5 650 553 266,- € v roku 2017 to bolo už na úrovni 6 421 067 729,- €, čo predstavuje medziročný nárast o 770 514 463,- €. K najväčšiemu relatívnemu nárastu tržieb prišlo v roku 2016 a to 1,1401 násobok tržieb oproti roku 2015. Najväčší medziročný pokles bol zaznamenaný v roku 2009. Zatiaľ čo v roku 2008

boli tržby vo výške 5 128 072 894,- € v roku 2009 predstavovali už len 3 944 281 846,- €, čo je medziročne pokles o 1 183 791 048,- €. V roku 2009 boli tržby len 0,7692 násobkom tržieb z roku 2008. V období rokov 2008 až 2018 vzrástli tržby v sektore veľkoobchod, maloobchod a oprava motorových vozidiel a motocyklov priemerne o 171 270 306,- €. Priemerný koeficient rastu bol na úrovni 1,0292 čo znamená, že v tomto období tržby rástli priemerne o 2,92 % ročne.

**Graf 1: Vývoj tržieb -Veľkoobchod a maloobchod (2008 – 2018)**

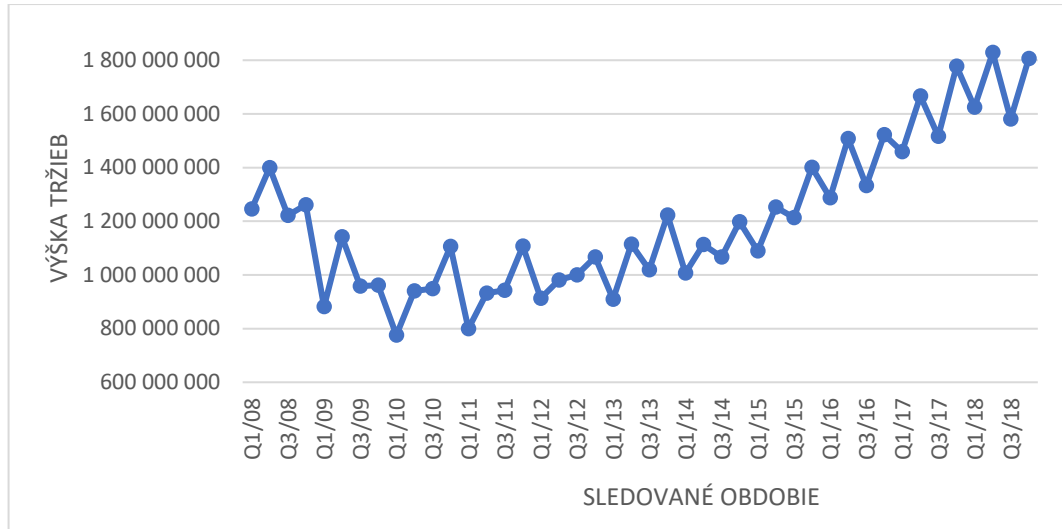


Zdroj: Vlastné spracovanie

Pri pohľade na graf 1 zistíme, že tržby v odvetví veľkoobchod, maloobchod a oprava motorových vozidiel a motocyklov mali po roku 2008 klesajúci trend, ktorý si zachovali približne do roku 2011. Môžeme povedať, že takýto negatívny trend bol spôsobený začínajúcou celosvetovou hospodárskou krízou, ktorá dostala Slovenskú ekonomiku do recesie, čo sa dorazilo aj na tržbách v obchode.

### 3.1.2 Sezónnosť tržieb v sekcii veľkoobchod, maloobchod a oprava motorových vozidiel a motocyklov

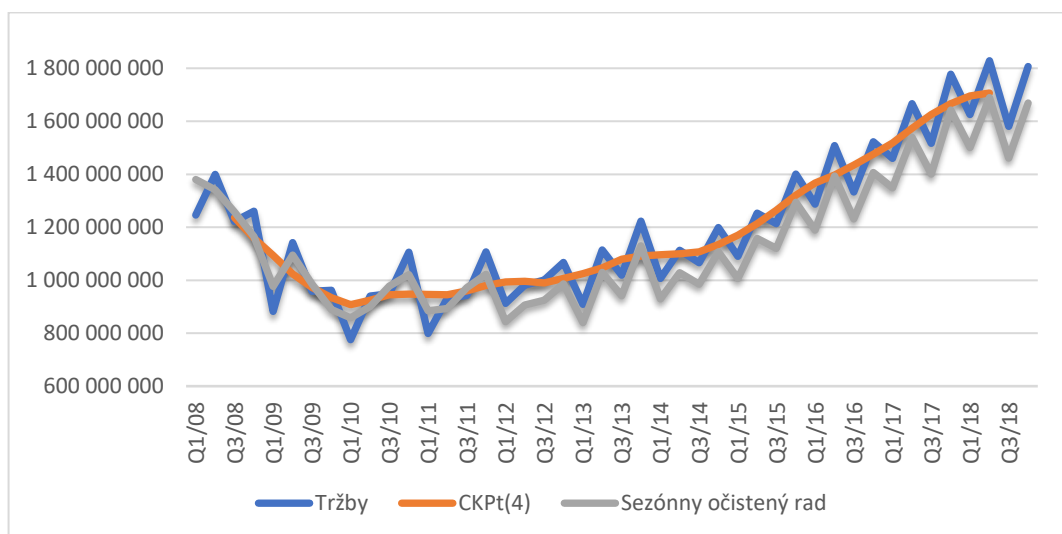
**Graf 2: Sezónnosť tržieb – Veľkoobchod a maloobchod**



Zdroj: Vlastné spracovanie

Podľa grafu 2 sme dospeli k záveru, že porovnaním tržieb v sledovanom období tržby podliehajú sezónnosti. Z grafu 3 môžeme vidieť jasné kolísanie tržieb s poklesom a neskôr opätovným nárastom tržieb. Aby sme dosiahli sezónne očistený časový rad a vylúčili tak náhodné výkyvy, použijeme trendovo-cyklickú zložku a pomocou centrovaných klzavých priemerov rad očistíme a odstránime tak toto náhodné kolísanie.

**Graf 3: Sezónny očistený časový rad – Veľkoobchod a maloobchod**



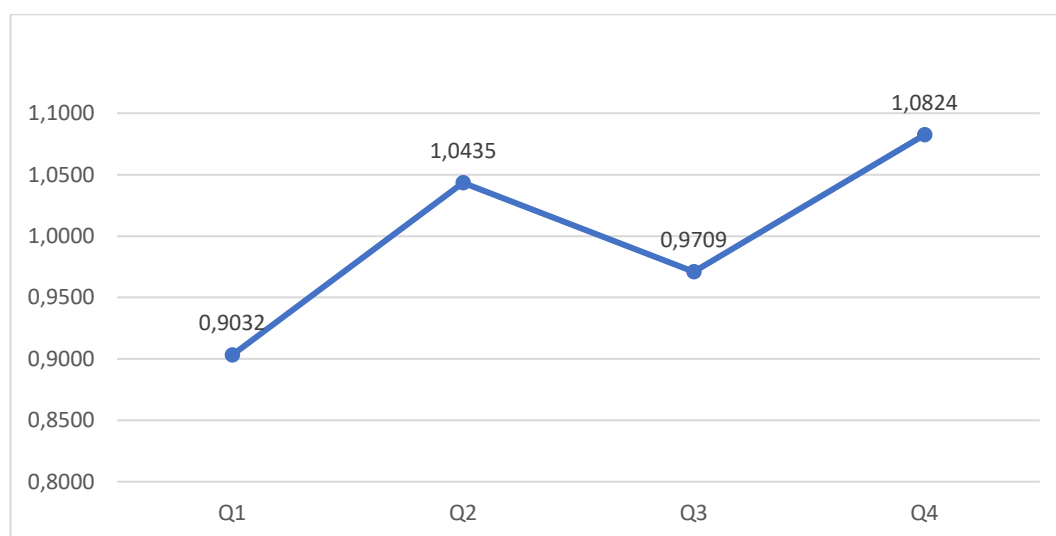
Zdroj: Vlastné spracovanie

**Tabuľka 6 - Sezónne korigované indexy – veľkoobchod a maloobchod a oprava motorových vozidiel a motocyklov**

ROK	I.Q	II.Q	III.Q	IV.Q	Súčet
2008	X	X	98,7993	108,8021	X
2009	80,6355	111,6066	98,4763	103,0127	X
2010	85,4299	101,6477	100,3624	116,7103	X
2011	84,4900	98,6448	98,2680	112,9673	X
2012	91,8929	98,6024	101,0675	106,0363	X
2013	88,7052	106,4412	94,4559	112,1723	X
2014	91,7949	101,2953	96,3584	105,6340	X
2015	93,1339	103,2086	95,9947	106,0715	X
2016	94,1757	107,9085	92,9158	103,1833	X
2017	96,1352	105,9353	93,2730	106,6839	X
2018	95,8544	107,1388	X	X	X
$S_t$ (v %)	90,22	104,24	97,00	108,13	399,59
$S_t$ (kor) (v%)	90,32	104,35	97,10	108,24	400,00
$S_t$ (kor)	0,9032	1,0435	0,9709	1,0824	4,0000

Zdroj: Vlastné spracovanie

**Graf 4: Sezónne korigované indexy – Veľkoobchod a maloobchod**



Zdroj: Vlastné spracovanie

V prvom štvrťroku každého sledovaného roka bola výška tržieb v priemere o 9,68 % pod dlhodobým trendom. V druhých štvrťrokoch sledovaného obdobia to bolo v priemere o 4,35 % nad dlhodobým trendom. Naopak v tretích štvrťrokoch sa výška tržieb nachádzala



v priemere 2,90 % pod dlhodobým trendom. V štvrtých štvrtrokoch to však bolo v priemere až 8,24 % nad dlhodobým trendom.

### 3.2 Analýza tržieb vo veľkoobchode okrem motorových vozidiel a motocyklov

Ďalším odvetvím, v ktorom budeme analyzovať tržby je veľkoobchod s výnimkou motorových vozidiel a motocyklov. V nasledujúcej tabuľke sú uvedené štvrťročné údaje o tržbách vo veľkoobchode v sledovanom období v rokoch 2008 až 2018.

**Tabuľka 7 - Tržby vo veľkoobchode okrem motorových vozidiel a motocyklov**

	Q1	Q2	Q3	Q4	Spolu
<b>2008</b>	7 096 087 831 €	8 009 219 511 €	8 074 085 939 €	7 853 758 813 €	<b>31 033 152 094 €</b>
<b>2009</b>	5 311 965 962 €	5 645 397 252 €	5 756 974 313 €	5 989 134 529 €	<b>22 703 472 056 €</b>
<b>2010</b>	5 432 624 003 €	5 900 851 122 €	5 852 831 523 €	6 113 998 029 €	<b>23 300 304 677 €</b>
<b>2011</b>	5 334 643 435 €	5 846 683 846 €	5 838 428 622 €	6 096 503 243 €	<b>23 116 259 146 €</b>
<b>2012</b>	5 700 665 236 €	6 064 793 537 €	5 989 573 386 €	6 171 733 877 €	<b>23 926 766 036 €</b>
<b>2013</b>	5 714 745 589 €	6 189 715 652 €	6 151 054 882 €	6 443 569 918 €	<b>24 499 086 041 €</b>
<b>2014</b>	6 168 795 940 €	6 607 036 827 €	6 577 383 293 €	6 859 581 198 €	<b>26 212 797 258 €</b>
<b>2015</b>	6 193 130 462 €	6 867 638 020 €	6 982 389 334 €	7 019 965 180 €	<b>27 063 122 996 €</b>
<b>2016</b>	6 236 499 423 €	7 149 729 083 €	6 934 637 335 €	7 310 352 324 €	<b>27 631 218 165 €</b>
<b>2017</b>	6 626 319 927 €	7 334 692 365 €	7 283 373 436 €	7 783 337 641 €	<b>29 027 723 369 €</b>
<b>2018</b>	7 084 852 277 €	8 000 784 906 €	7 716 575 675 €	8 481 522 387 €	<b>31 283 735 245 €</b>

Zdroj: Vlastné spracovanie

Z údajov v tabuľke 7 ďalej vypočítame nasledovné ukazovatele: absolútny prírastok pomocou vzťahu (1), koeficient rastu pomocou vzťahu (2), tempo rastu pomocou vzťahu (3), koeficient prírastku pomocou vzťahu (4), tempo prírastku pomocou vzťahu (5), základné indexy pomocou vzťahu (6), priemerný koeficient rastu pomocou vzťahu (7) a priemerný absolútny prírastok pomocou vzťahu (8).

**Tabuľka 8 - Elementárne charakteristiky časových radov – Veľkoobchod okrem motorových vozidiel a motocyklov**

Rok	Tržby	Absolútny prírastok	Koeficient rastu	Relatívny prírastok	Tempo rastu	Tempo prírastku	Bázický index
2008	31 033 152 094	X	X	X	X	X	1
2009	22 703 472 056	-8 329 680 038	0,7316	-0,2684	73,16	-26,84	0,7316
2010	23 300 304 677	596 832 621	1,0263	0,0263	102,63	2,63	0,7508
2011	23 116 259 146	-184 045 531	0,9921	-0,0079	99,21	-0,79	0,7449
2012	23 926 766 036	810 506 890	1,0351	0,0351	103,51	3,51	0,7710
2013	24 499 086 041	572 320 005	1,0239	0,0239	102,39	2,39	0,7894
2014	26 212 797 258	1 713 711 217	1,0700	0,0700	107,00	7,00	0,8447
2015	27 063 122 996	850 325 738	1,0324	0,0324	103,24	3,24	0,8721
2016	27 631 218 165	568 095 169	1,0210	0,0210	102,10	2,10	0,8904
2017	29 027 723 369	1 396 505 204	1,0505	0,0505	105,05	5,05	0,9354
2018	31 283 735 245	2 256 011 876	1,0777	0,0777	107,77	7,77	1,0081

Zdroj: Vlastné spracovanie

**Tabuľka 9 - Porovnanie tržieb vo veľkoobchode**

<b>Najvyššie tržby</b>		31 283 735 245	2018
<b>Najnižšie tržby</b>		22 703 472 056	2009
<b>Najväčší nárast</b>	<b>- absolútny</b>	2 256 011 876	2018
	<b>- relatívny</b>	1,0777	2018
<b>Najväčší pokles</b>	<b>- absolútny</b>	-8 329 680 038	2009
	<b>- relatívny</b>	0,7316	2009

<b>Priemerný koeficient rastu</b>	1,0008
<b>Priemerný absolútny prírastok</b>	25 058 315

Zdroj: Vlastné spracovanie

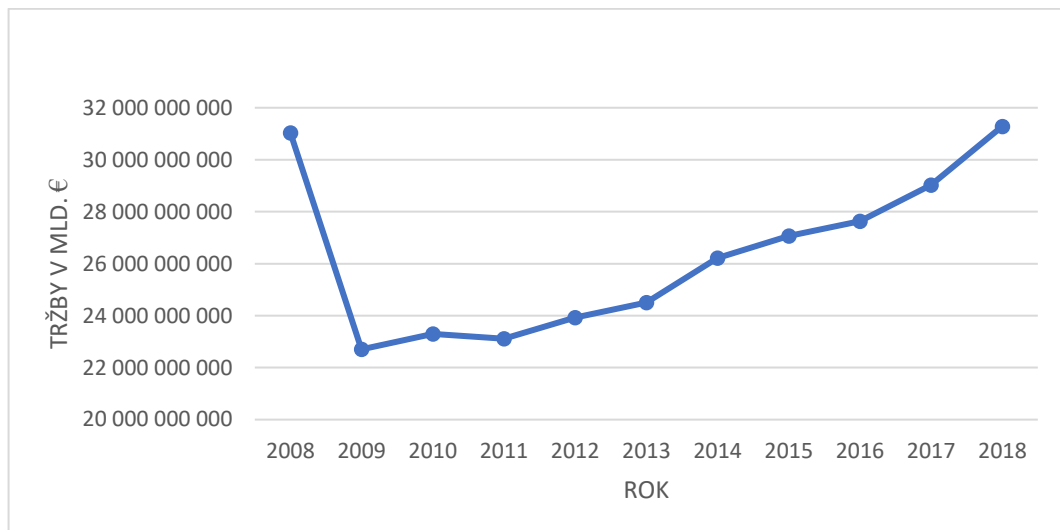
Vo veľkoobchode bol v sledovanom období najvyššie tržby dosiahnuté v roku 2018 vo výške 31 283 735 245,-€ a naopak najnižšie boli v roku 2009 vo výške 22 703 472 056.

Najväčší vzrast tržieb bol podľa štatistík zaznamenaný v roku 2018. Zatiaľ čo v roku 2017 boli tržby vo výške 29 027 723 369,- € v roku 2018 zaznamenali vzrast o 7,77 %, čo je v absolútnom vyjadrení 2 256 011 876,- €. Ide teda o 1,0777 násobok tržieb

z predchádzajúceho roka. V roku 2009 bol aj v tomto prípade zaznamenaný najväčší pokles tržieb a to o 8 329 680 038,- €, čo predstavuje iba 0,7316 násobok tržieb z predchádzajúceho roka.

Tržby vo veľkoobchode počas sledovaného obdobia v priemere rástli o 25 058 315,- €, čo predstavuje v priemere nárast o 0,8 % ročne.

**Graf 5: Vývoj tržieb vo veľkoobchode (2008 – 2018)**

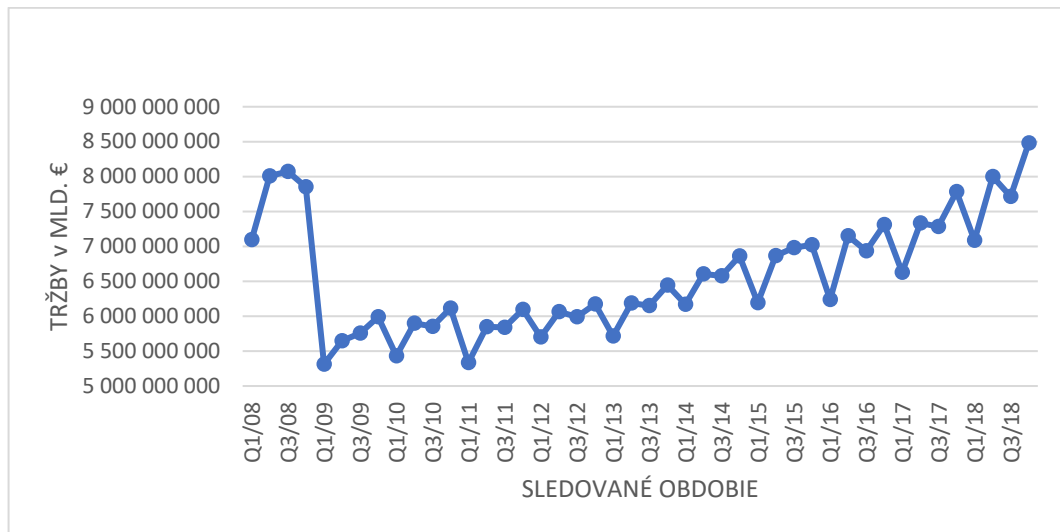


Zdroj: Vlastné spracovanie

Podľa grafu 5, kde je znázornený vývoj tržieb v sledovanom období rokov môžeme vidieť že výrazne klesajúci trend mali tržby po roku 2008. Medziročne v tom období klesli tržby až o vyše osem miliárd. Môžeme povedať, že za takýto výrazný pokles môže najmä hospodárska kríza, po ktorej Slovenská ekonomika spomalila a dostávala sa do postupnej recesie. Ostatné roky však môžeme povedať, že vo veľkoobchode vládol pozitívny trend a s každým ďalším rokom tržby rástli.

### 3.2.1 Sezónnosť tržieb vo veľkoobchode

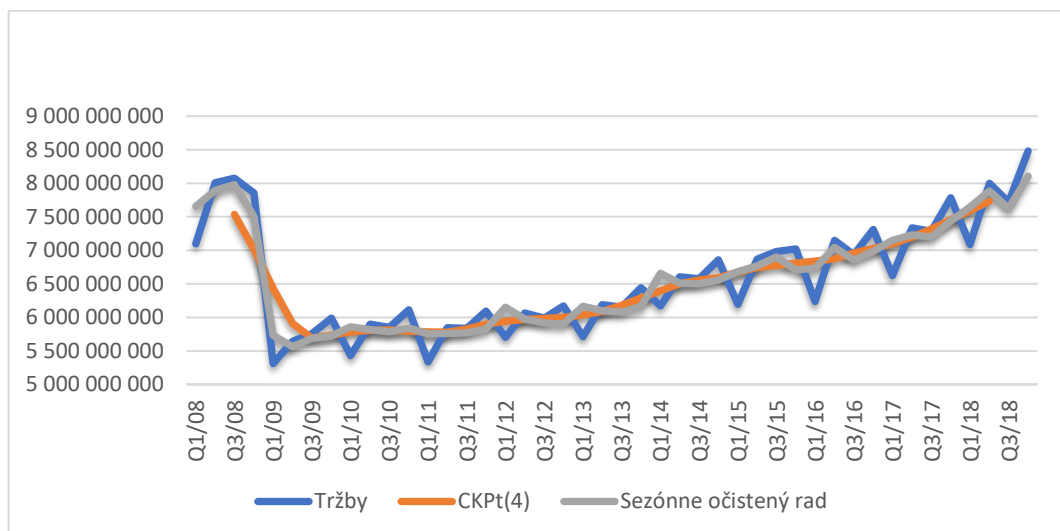
Graf 6: Sezónnosť tržieb - Veľkoobchod



Zdroj: Vlastné spracovanie

Z grafu 6 môžeme vidieť pravidelný vývoj v sledovanom období v rokoch 2008 až 2018, s vrcholom v roku 2008 a výrazne negatívnym trendom od roku 2009, ktorý neskôr v ďalších rokoch zaznamenával pozitívne rastúci trend.

Graf 7: Sezónne očistený rad – Veľkoobchod



Zdroj: Vlastné spracovanie

Na grafe 7 môžeme vidieť sezónne očistený časový rad veľkoobchodu. Z grafu je zrejmé, že najnižšie dosiahnutá hodnota bola v prvom štvrtroku 2009. V obdobiach

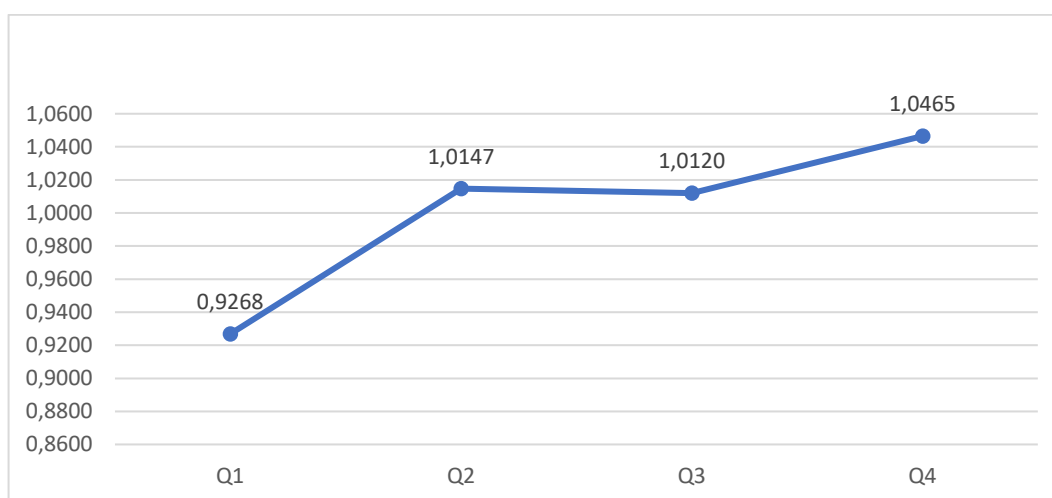
2008 – 2009, nie je vývoj pravidelný. Takýto negatívny trend bol zrejme spôsobený hospodárskou krízou a slabnúcou ekonomikou na Slovensku.

**Tabuľka 10 - Sezónne korigované indexy – Veľkoobchod, okrem motorových vozidiel a motocyklov**

ROK	I.Q	II.Q	III.Q	IV.Q	Súčet
2008	X	X	107,1505	111,9283	X
2009	82,5909	95,5398	101,1602	104,3773	X
2010	93,9595	101,5730	100,6882	105,5264	X
2011	92,2113	101,1318	100,2337	103,3685	X
2012	95,9064	101,5489	100,1023	102,8481	X
2013	94,6679	101,6242	99,5070	102,4342	X
2014	96,4491	101,6280	100,3225	104,0614	X
2015	92,7802	101,8071	103,1189	103,0547	X
2016	91,1612	104,0489	99,6853	104,0119	X
2017	93,3930	101,9018	99,5779	104,4067	X
2018	93,3171	103,4540	X	X	X
$S_t$ (v %)	92,64	101,43	101,15	104,60	399,83
$S_t$ (kor) (v%)	92,68	101,47	101,20	104,65	400,00
$S_t$ (kor)	0,9268	1,0147	1,0120	1,0465	4,0000

Zdroj: Vlastné spracovanie

**Graf 8: Sezónne korigované index - Veľkoobchod**



Zdroj: Vlastné spracovanie

Vyjadrením korigovaných sezónnych indexov sme prišli na to, že vplyvom sezónnych činiteľov v období rokov 2008 až 2018 bola v prvom štvrtroku každého sledovaného roka výška tržieb v priemere o 7,32% pod dlhodobým trendom. V druhých štvrtrokoch sledovaného obdobia sezónne výkyvy pravidelne navýšili tržby v priemere iba o 1,47% nad dlhodobým trendom. Taktiež v tretích štvrtrokoch sa výška tržieb nachádzala v priemere o 1,20% nad dlhodobým trendom. Najväčšie tržby vplyvom sezónnosti však boli dosiahnuté v štvrtých štvrtrokoch a to v priemere až o 4,65% nad dlhodobým trendom.

### 3.3 Analýza tržieb v maloobchode okrem motorových vozidiel a motocyklov

Po veľkoobchode sa v ďalšej časti budeme venovať tržbám v maloobchode s výnimkou motorových vozidiel a motocyklov. V nasledujúcej tabuľke sú uvedené tržby v maloobchode v jednotlivých rokoch sledovaného obdobia 2008 až 2018.

**Tabuľka 11 - Tržby v maloobchode (2008-2018)**

	Q1	Q2	Q3	Q4	Spolu
<b>2008</b>	4 445 329 616 €	4 904 544 646 €	5 089 573 956 €	5 368 090 918 €	<b>19 807 539 136 €</b>
<b>2009</b>	3 960 060 689 €	4 283 215 515 €	4 450 066 708 €	4 747 867 868 €	<b>17 441 210 780 €</b>
<b>2010</b>	3 874 863 628 €	4 228 169 789 €	4 471 484 258 €	4 719 556 507 €	<b>17 294 074 182 €</b>
<b>2011</b>	3 986 845 341 €	4 315 449 255 €	4 472 218 606 €	4 752 718 979 €	<b>17 527 232 181 €</b>
<b>2012</b>	4 162 795 264 €	4 403 565 870 €	4 556 585 143 €	4 803 934 808 €	<b>17 926 881 085 €</b>
<b>2013</b>	4 230 071 306 €	4 548 897 025 €	4 643 510 565 €	4 841 193 679 €	<b>18 263 672 575 €</b>
<b>2014</b>	4 414 501 594 €	4 684 295 959 €	4 734 664 170 €	5 046 688 912 €	<b>18 880 150 635 €</b>
<b>2015</b>	4 412 122 947 €	4 748 864 040 €	4 824 840 220 €	5 151 969 980 €	<b>19 137 797 187 €</b>
<b>2016</b>	4 396 767 715 €	4 831 478 261 €	4 798 052 922 €	5 276 339 680 €	<b>19 302 638 578 €</b>
<b>2017</b>	4 720 384 083 €	5 272 718 249 €	5 180 275 690 €	5 747 872 424 €	<b>20 921 250 446 €</b>
<b>2018</b>	5 072 505 557 €	5 569 275 117 €	5 521 777 560 €	6 068 851 750 €	<b>22 232 409 984 €</b>

Zdroj: Vlastné spracovanie

Z údajov v tabuľke 11 ďalej vypočítame nasledovné ukazovatele: absolútny prírastok pomocou vzťahu (1), koeficient rastu pomocou vzťahu (2), tempo rastu pomocou vzťahu (3), koeficient prírastku pomocou vzťahu (4), tempo prírastku pomocou vzťahu (5), základné

indexy pomocou vzťahu (6), priemerný koeficient rastu pomocou vzťahu (7) a priemerný absolútny prírastok pomocou vzťahu (8).

**Tabuľka 12 - Elementárne charakteristiky časových radov – Maloobchod okrem motorových vozidiel a motocyklov**

Rok	Tržby	Absolútny prírastok	Koeficient rastu	Relatívny prírastok	Tempo rastu	Tempo prírastku	Bázický index
2008	19 807 539 136	X	X	X	X	X	1
2009	17 441 210 780	-2 366 328 356	0,8805	-0,1195	88,05	-11,95	0,88053
2010	17 294 074 182	-147 136 598	0,9916	-0,0084	99,16	-0,84	0,87311
2011	17 527 232 181	233 157 999	1,0135	0,0135	101,35	1,35	0,88488
2012	17 926 881 085	399 648 904	1,0228	0,0228	102,28	2,28	0,90505
2013	18 263 672 575	336 791 490	1,0188	0,0188	101,88	1,88	0,92206
2014	18 880 150 635	616 478 060	1,0338	0,0338	103,38	3,38	0,95318
2015	19 137 797 187	257 646 552	1,0136	0,0136	101,36	1,36	0,96619
2016	19 302 638 578	164 841 391	1,0086	0,0086	100,86	0,86	0,97451
2017	20 921 250 446	1 618 611 868	1,0839	0,0839	108,39	8,39	1,05623
2018	22 232 409 984	1 311 159 538	1,0627	0,0627	106,27	6,27	1,12242

Zdroj: Vlastné spracovanie

**Tabuľka 13 - Porovnanie tržieb v maloobchode**

<b>Najvyššie tržby</b>		22 232 409 984	2018
<b>Najnižšie tržby</b>		17 294 074 182	2010
<b>Najväčší nárast</b>	<b>- absolútny</b>	1 618 611 868	2017
	<b>- relatívny</b>	1,0839	2017
<b>Najvyšší pokles</b>	<b>- absolútny</b>	-2 366 328 356	2009
	<b>- relatívny</b>	0,8805	2009

<b>Priemerný koeficient rastu</b>	1,0116
<b>Priemerný absolútny prírastok</b>	242 487 085

Zdroj: Vlastné spracovanie

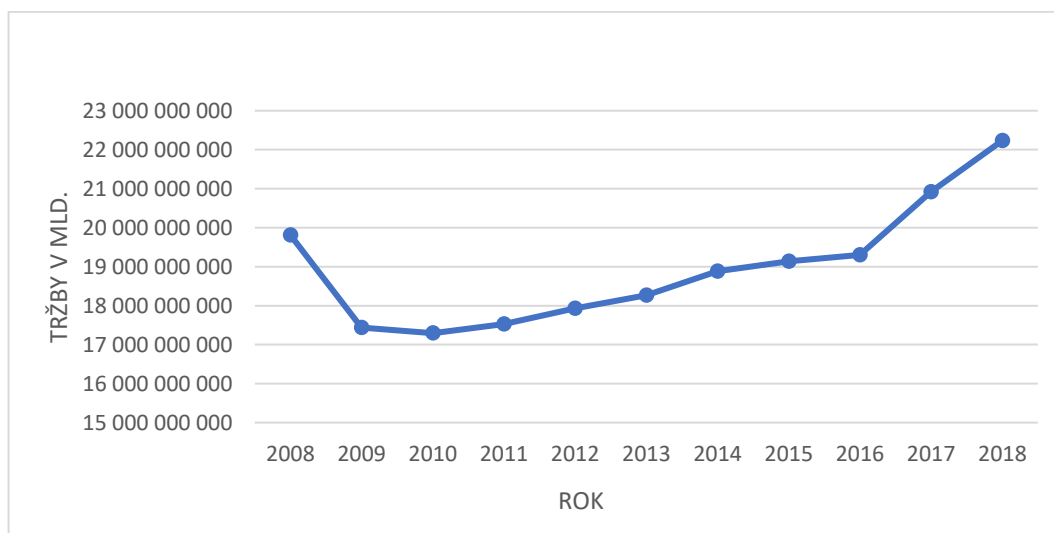
Z tabuliek 12 a 13 môžeme povedať že najvyššie tržby v maloobchode boli v poslednom roku sledovaného obdobia, teda v roku 2018 a to vo výške 22 242 409 984,- €. Naopak najnižšie tržby boli zaznamenané v roku 2010 a to vo výške 17 294 074 182,- €.

čo je s porovnaním veľkoobchodu a rok neskôr. Môžeme teda povedať, že na rozdiel od veľkoobchodu, tržby v maloobchode klesali dlhšie obdobie.

Tržby v maloobchode vzrástli najviac v roku 2017 a to o 1 618 611 868,- € oproti predchádzajúcemu roku 2016. Ide teda o 1,0839 násobný nárast tržieb. Naopak najväčší pokles zaznamenali v roku 2009 a to o 2 366 32 356,- €, čo predstavuje nárast tržieb len 0,8805 násobok tržieb oproti roku 2008.

V sledovanom období 2008 – 2018 tržby priemerne rástli o 242 487 085,- € čo predstavuje v priemere nárast o 1,16 % ročne.

**Graf 9: Vývoj tržieb v maloobchode (2008 – 2018)**



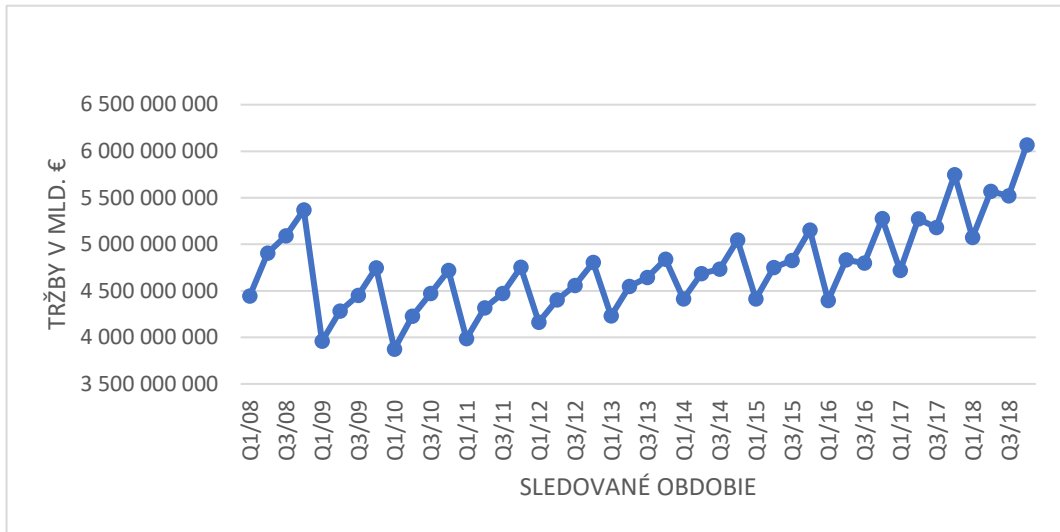
Zdroj: Vlastné spracovanie

Z grafu 9 môžeme vidieť, že tak ako aj v predchádzajúcich odvetviach tržby v maloobchode za sledované obdobie výrazne klesali po roku 2008. V prípade maloobchodu bol pokles tržieb do roku 2010, kedy boli tržby na úrovni 17 294 074 182,-€. V ďalších rokoch bol zaznamenaný pozitívny rastúci trend. O výrazný nárast tržieb ide najmä v období rokov 2016 až 2018.



### 3.3.1 Sezónnosť tržieb v maloobchode

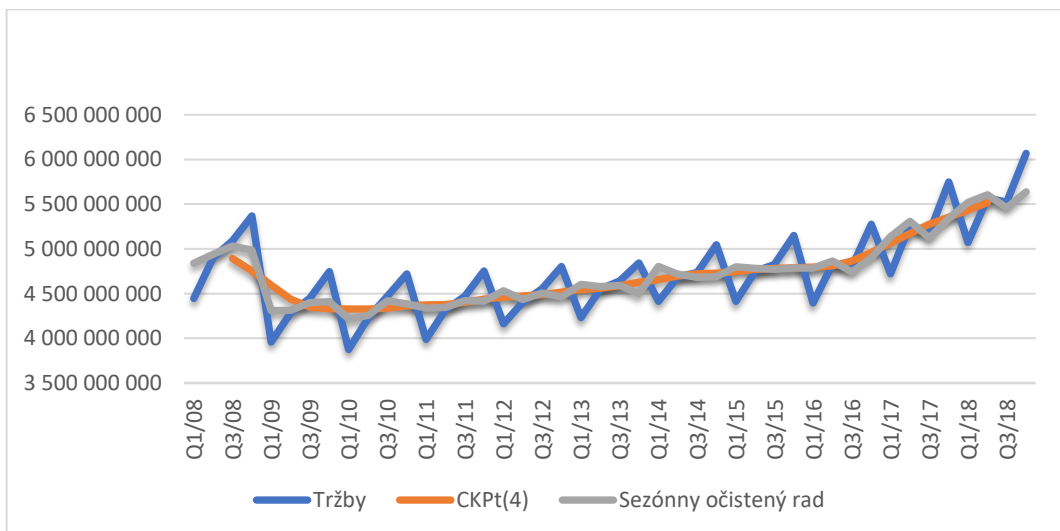
**Graf 10: Sezónnosť - Maloobchod**



Zdroj: Vlastné spracovanie

Na grafe 10 je znázornená sezónnosť v maloobchode v sledovanom období rokov 2008 až 2018. Azda najvýraznejšia zmena je medzi štvrtým štvrtrokom 2008 a prvým štvrtrokom 2009, kde tržby poklesli o 2 366 328 356,- €.

**Graf 11: Sezónne očistený rad – Maloobchod**



Zdroj: Vlastné spracovanie

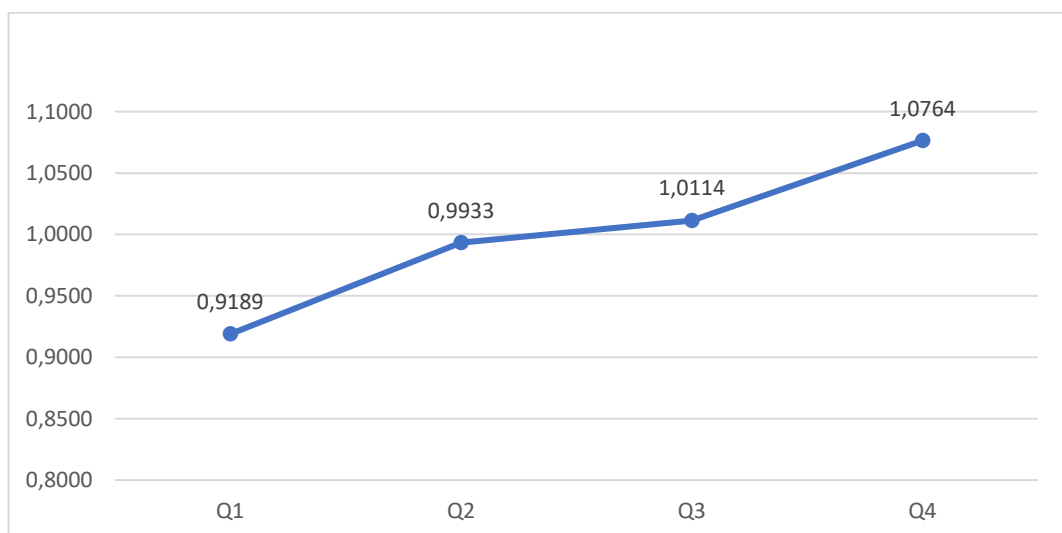
Z grafu 11 môžeme vidieť že pomocou centrovanej klzavých priemerov sa rad pekne vyrovnal. V prvých obdobiach a posledných obdobiach môžeme vidieť, že vývoj nie je pravidelný ani po sezónnom očistení a vyskytujú sa medzi nimi väčšie výkyvy.

**Tabuľka 14 - Sezónne korigované indexy – Maloobchod okrem motorových vozidiel  
a motocyklov**

ROK	I.Q	II.Q	III.Q	IV.Q	Súčet
2008	X	X	104,0552	112,9435	X
2009	86,1764	96,5160	102,3085	109,5968	X
2010	89,5318	97,7147	103,0886	108,1866	X
2011	91,1607	98,5788	101,5536	107,1202	X
2012	93,3703	98,3967	101,4800	106,3593	X
2013	93,0558	99,7289	101,1885	104,5851	X
2014	94,7873	99,7858	100,3162	106,7514	X
2015	92,9483	99,5300	100,8847	107,5357	X
2016	91,6391	100,4442	98,6014	106,3410	X
2017	93,2025	101,9598	98,2168	107,3283	X
2018	93,3275	100,9296	X	X	X
S <sub>t</sub> (v %)	91,92	99,36	101,17	107,67	400,12
S <sub>t</sub> (kor) (v%)	91,89	99,33	101,14	107,64	400,00
S <sub>t</sub> (kor)	0,9189	0,9933	1,0114	1,0764	4,0000

Zdroj: Vlastné spracovanie

**Graf 12: Sezónne korigované indexy - Maloobchod**



Zdroj: Vlastné spracovanie

Vyjadrením korigovaných sezónnych indexov sme prišli na to, že vplyvom sezónnych činiteľov v sledovanom období bola v prvých štvrtrokoch každého roka výška tržieb v priemere o 8,11 % pod dlhodobým trendom. Situácia sa mierne zlepšovala v druhých štvrtrokoch každého roka, keď tržby boli v priemere o 0,77 % pod dlhodobým trendom. V tretích a štvrtých štvrtrokoch každého roka boli tržby nad dlhodobým trendom. V tretích štvrtrokoch to bolo o 1,14 % a v štvrtých až o 7,64 %.

### 3.4. Analýza tržieb v ubytovacích zariadeniach

V predposlednej kategórii sa bližšie pozrieme na tržby ubytovacích zariadení v sledovanom období. V nasledujúcej tabuľke sú uvedené výšky tržieb v ubytovacích zariadeniach za roky 2008 až 2018.

**Tabuľka 15 - Tržby v ubytovacích zariadeniach (2008 – 2018)**

	Q1	Q2	Q3	Q4	Spolu
<b>2008</b>	98 791 675 €	100 430 990 €	99 967 935 €	89 547 301 €	<b>388 737 901 €</b>
<b>2009</b>	77 547 365 €	78 222 649 €	80 619 654 €	78 741 258 €	<b>315 130 926 €</b>
<b>2010</b>	69 685 611 €	73 032 664 €	81 415 395 €	78 621 158 €	<b>302 754 828 €</b>
<b>2011</b>	69 460 830 €	75 885 232 €	81 544 083 €	78 660 351 €	<b>305 550 496 €</b>
<b>2012</b>	73 191 187 €	76 863 957 €	84 066 562 €	79 976 384 €	<b>314 098 090 €</b>
<b>2013</b>	74 635 150 €	79 314 429 €	87 485 888 €	83 138 215 €	<b>324 573 682 €</b>
<b>2014</b>	80 322 233 €	82 573 748 €	92 981 962 €	89 713 634 €	<b>345 591 577 €</b>
<b>2015</b>	80 172 691 €	86 887 132 €	100 103 854 €	93 692 415 €	<b>360 856 092 €</b>
<b>2016</b>	91 767 711 €	99 169 812 €	116 824 485 €	103 904 327 €	<b>411 666 335 €</b>
<b>2017</b>	100 748 368 €	103 284 641 €	116 451 123 €	107 620 691 €	<b>428 104 823 €</b>
<b>2018</b>	117 739 536 €	121 416 078 €	131 417 331 €	110 779 810 €	<b>481 352 755 €</b>

Zdroj: Vlastné spracovanie

Z údajov v tabuľke 15 ďalej vypočítame nasledovné ukazovatele: absolútny prírastok pomocou vzťahu (1), koeficient rastu pomocou vzťahu (2), tempo rastu pomocou vzťahu (3), koeficient prírastku pomocou vzťahu (4), tempo prírastku pomocou vzťahu (5), bázičné indexy pomocou vzťahu (6), priemerný koeficient rastu pomocou vzťahu (7) a priemerný absolútny prírastok pomocou vzťahu (8).

**Tabuľka 16 - Elementárne charakteristiky – Ubytovacie zariadenia**

Rok	Tržby	Absolútny prírastok	Koeficient rastu	Relatívny prírastok	Tempo rastu	Tempo prírastku	Bázický index
2008	338 737 901	X	X	X	X	X	1
2009	315 130 926	-23 606 975	0,9303	-0,0697	93,03	-6,97	0,9303
2010	302 754 828	-12 376 098	0,9607	-0,0393	96,07	-3,93	0,8938
2011	305 550 496	2 795 668	1,0092	0,0092	100,92	0,92	0,9020
2012	314 098 090	8 547 594	1,0280	0,0280	102,80	2,80	0,9273
2013	324 573 682	10 475 592	1,0334	0,0334	103,34	3,34	0,9582
2014	345 591 577	21 017 895	1,0648	0,0648	106,48	6,48	1,0202
2015	360 856 092	15 264 515	1,0442	0,0442	104,42	4,42	1,0653
2016	411 666 335	50 810 243	1,1408	0,1408	114,08	14,08	1,2153
2017	428 104 823	16 438 488	1,0399	0,0399	103,99	3,99	1,2638
2018	481 352 755	53 247 932	1,1244	0,1244	112,44	12,44	1,4210

Zdroj: Vlastné spracovanie

**Tabuľka 17 - Porovnanie tržieb v ubytovacích zariadeniach**

<b>Najvyššie tržby</b>		481 352 755	2018
<b>Najnižšie tržby</b>		302 754 828	2010
<b>Najväčší nárast</b>	<b>- absolútny</b>	53 247 932	2018
	<b>- relatívny</b>	1,1244	2018
<b>Najväčší pokles</b>	<b>- absolútny</b>	-23 606 975	2009
	<b>- relatívny</b>	0,9303	2009

<b>Priemerný koeficient rastu</b>	1,0358
<b>Priemerný absolútny prírastok</b>	14 261 485

Zdroj: Vlastné spracovanie

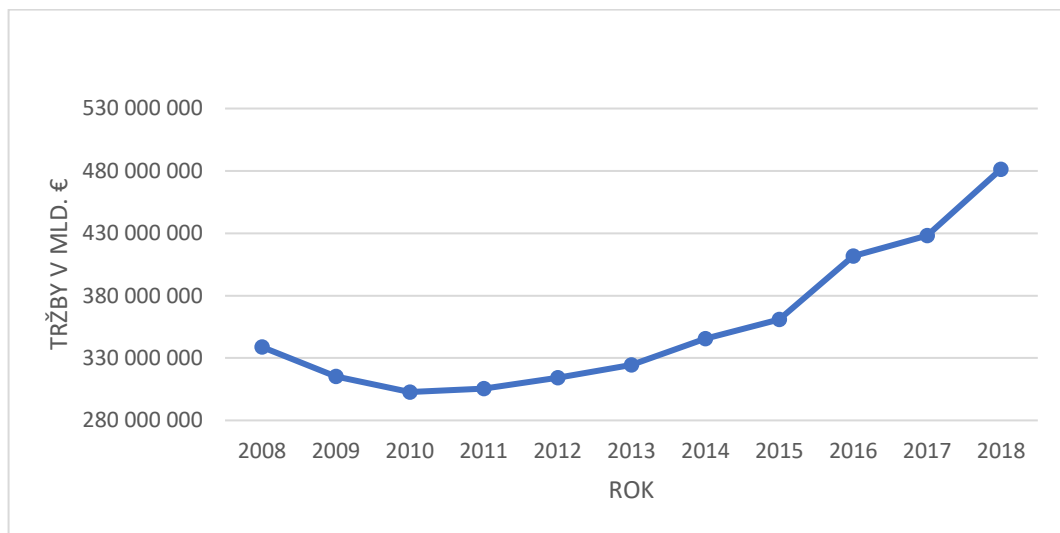
Tak ako je z tabuliek 16 a 17 zrejmé, v kategórii ubytovacích zariadení boli najvyššie tržby dosiahnuté v roku 2018 a to vo výške 481 352 755,- €. V tom istom roku bol zaznamenaný aj najväčší medziročný nárast tržieb v sume 53 247 932,- €, čo je 1,1244 násobok tržieb oproti predchádzajúcemu roku 2017.

Najnižšie tržby v tejto kategórii boli zaznamenané v roku 2010. Tržby v tomto roku dosiahli len 302 754 828,- €. Najväčší pokles tržieb v sledovanom období predstavoval

23 606 975 a to v roku 2009, čo je iba 0,9303 násobok tržieb z predchádzajúceho roku 2008. Pre porovnanie tržby z roku 2018 predstavujú 1,4210 násobok tržieb z roku 2008.

V sledovanom období tržby priemerne rástli o 14 261 485, čo predstavujú priemerný nárast o 3,58 %.

**Graf 13: Vývoj tržieb v ubytovacích zariadeniach (2008 – 2018)**

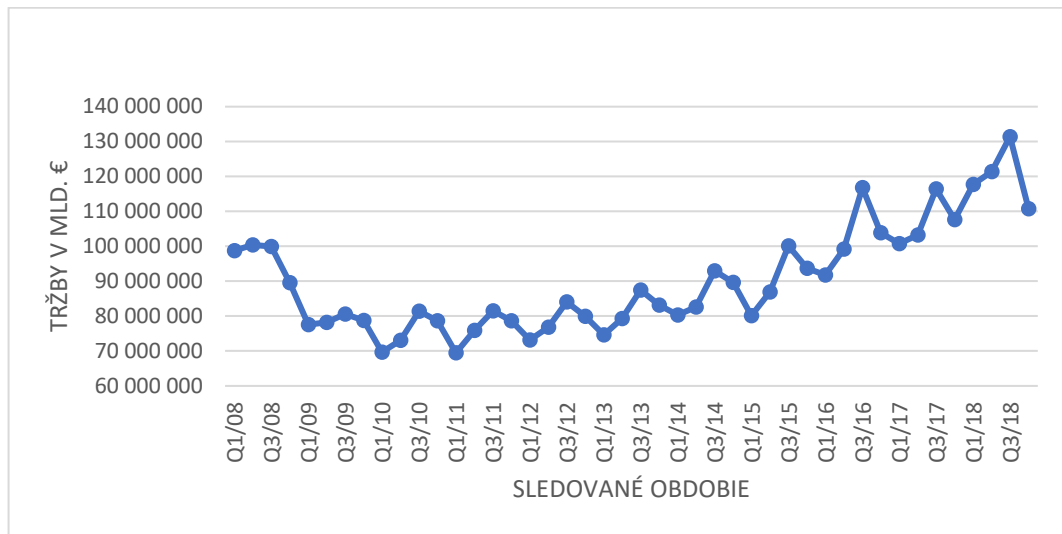


Zdroj: Vlastné spracovanie

Pri pohľade na graf 13 môžeme povedať, že tržby v ubytovacích zariadeniach majú prevažne pozitívne rastúci trend. Tržby klesali len v rokoch 2008, 2009 a 2010. Od posledného spomínaného roku má krivka grafu ďalej už len rastúci charakter. Za takto pozitívny trend zrejme môže neustále rastúci turizmus na Slovensku.

### 3.4.1 Sezónnosť v ubytovacích zariadeniach

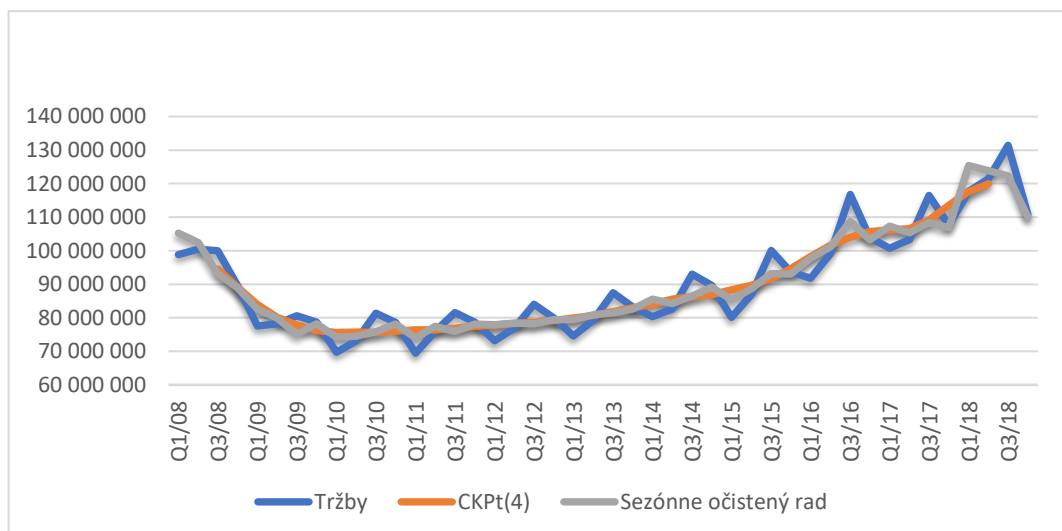
Graf 14: Sezónnosť v ubytovacích zariadeniach



Zdroj: Vlastné spracovanie

Z grafu 14 je zrejmé, že v prvých štvrtrokoch každého roka mali tržby nižší charakter s porovnaním ostatných štvrtrokov. Logickým vysvetlením je ročné obdobie. V lete kedy je väčší záujem o ubytovanie a služby s tým spojené tržby rásli. Naopak v zimných a jarných mesiacoch tržby zaznamenávali pokles.

Graf 15: Sezónne očistený rad – Ubytovacie zariadenia



Zdroj: Vlastné spracovanie

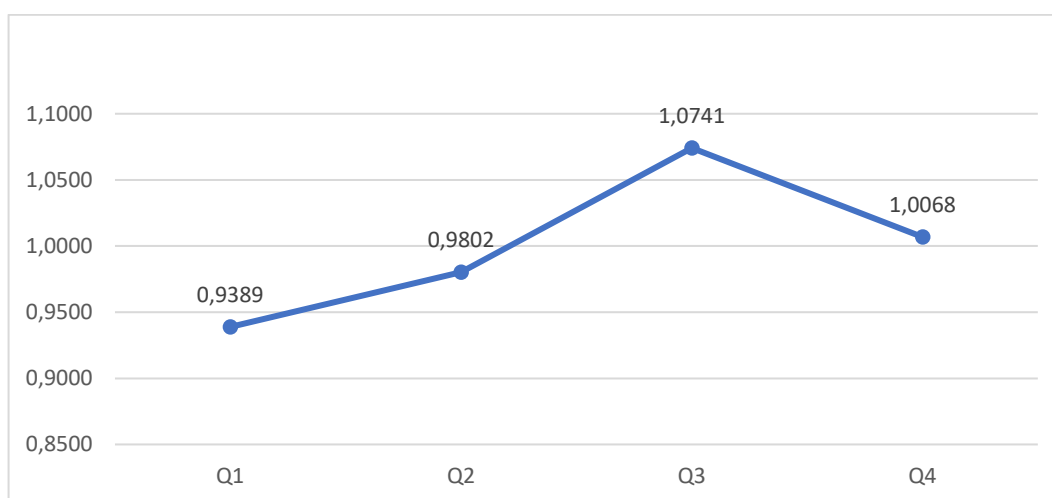
Po použití metody klzavých priemerov, môžeme povedať, že časový rad sa podarilo očistiť. Ku koncu sledovaného obdobia však ani táto metóda nestačila a po očistení sa v časovom rade neustále vyskytovali väčšie výkyvy.

**Tabuľka 18 - Sezónne korigované indexy – Ubytovacie zariadenia**

ROK	I.Q	II.Q	III.Q	IV.Q	Súčet
2008	X	X	105,7538	100,5050	X
2009	92,4253	97,6154	103,6242	103,3777	X
2010	92,1533	96,4717	107,6061	103,4638	X
2011	90,9629	99,3487	106,1027	101,5725	X
2012	93,9792	98,0908	106,8122	100,9907	X
2013	93,3808	98,2244	106,8800	100,1996	X
2014	95,5455	96,4917	107,6439	103,2382	X
2015	90,7659	96,8461	109,2081	98,9903	X
2016	93,3799	97,5696	112,2889	98,3234	X
2017	94,9169	96,9248	106,6890	94,7862	X
2018	100,0526	101,2279	X	X	X
S <sub>t</sub> (v %)	93,76	97,88	107,26	100,54	399,44
S <sub>t</sub> (kor) (v%)	93,89	98,02	107,41	100,68	400,00
S <sub>t</sub> (kor)	0,9389	0,9802	1,0741	1,0068	4,0000

Zdroj: Vlastné spracovanie

**Graf 16: Sezónne korigované indexy – Ubytovacie zariadenia**



Zdroj: Vlastné spracovanie

Vyjadrením korigovaných sezónnych indexov sme prišli na to, že vplyvom sezónnych činiteľov v sledovanom období bola výška tržieb v prvých štvrtrokoch každého roka v priemere o 6,11 % pod dlhodobým trendom. V ďalších štvrtrokoch sa situácia postupne zlepšovala. V druhých štvrtrokoch každého roka bola výška tržieb v priemere o 1,98 % pod dlhodobým trendom. Naopak v tretích a štvrtých štvrtrokoch boli tieto hodnoty v priemere nad dlhodobým trendom. V tretích štvrtrokoch to bolo v priemere o 7,41 % a v štvrtých štvrtrokoch o 0,68 %.

### 3.5 Analýza tržieb v reštauráciách a pohostinstvách

Posledným sektorom, v ktorom sa budeme zaoberať analýzou tržieb sú reštaurácie a pohostinstvá. V nasledujúcej tabuľke sú uvedené výšky tržieb v sledovanom období 2008 – 2018.

**Tabuľka 19 - Tržby v reštauráciách a pohostinstvách (2008 – 2018)**

	Q1	Q2	Q3	Q4	Spolu
<b>2008</b>	279 490 075 €	285 783 642 €	289 761 203 €	274 979 785 €	<b>1 130 014 705 €</b>
<b>2009</b>	216 311 399 €	209 586 935 €	214 788 737 €	216 798 197 €	<b>857 485 268 €</b>
<b>2010</b>	189 878 676 €	185 038 447 €	204 818 241 €	210 221 486 €	<b>789 956 850 €</b>
<b>2011</b>	192 501 975 €	189 985 974 €	206 035 269 €	210 866 283 €	<b>799 389 501 €</b>
<b>2012</b>	197 785 641 €	194 419 878 €	212 574 664 €	215 314 420 €	<b>820 094 603 €</b>
<b>2013</b>	203 184 658 €	203 276 324 €	219 521 900 €	220 295 552 €	<b>846 278 434 €</b>
<b>2014</b>	208 857 446 €	213 542 267 €	220 569 044 €	221 682 106 €	<b>864 650 863 €</b>
<b>2015</b>	218 107 671 €	227 807 156 €	240 777 852 €	235 269 707 €	<b>921 962 386 €</b>
<b>2016</b>	228 407 163 €	240 237 553 €	251 290 002 €	252 217 634 €	<b>972 152 352 €</b>
<b>2017</b>	252 881 231 €	269 311 356 €	268 696 847 €	276 538 462 €	<b>1 067 427 896 €</b>
<b>2018</b>	275 225 988 €	298 549 258 €	304 974 009 €	294 823 511 €	<b>1 173 572 766 €</b>

Zdroj: Vlastné spracovanie

Z údajov v tabuľke 19 ďalej vypočítame nasledovné ukazovatele: absolútny prírastok pomocou vzťahu (1), koeficient rastu pomocou vzťahu (2), tempo rastu pomocou vzťahu (3), koeficient prírastku pomocou vzťahu (4), tempo prírastku pomocou vzťahu (5), základné indexy pomocou vzťahu (6), priemerný koeficient rastu pomocou vzťahu (7) a priemerný absolútny prírastok pomocou vzťahu (8).



**Tabuľka 20 - Elementárne charakteristiky časových radov – Reštaurácie a pohostinstvá**

Rok	Tržby	Absolútny prírastok	Koeficient rastu	Relatívny prírastok	Tempo rastu	Tempo prírastku	Bázický index
2008	1 130 014 705	X	X	X	X	X	1
2009	857 485 268	-272 529 437	0,7588	-0,2412	75,88	-24,12	0,7588
2010	789 956 850	-67 528 418	0,9212	-0,0788	92,12	-7,88	0,6991
2011	799 389 501	9 432 651	1,0119	0,0119	101,19	1,19	0,7074
2012	820 094 603	20 705 102	1,0259	0,0259	102,59	2,59	0,7257
2013	846 278 434	26 183 831	1,0319	0,0319	103,19	3,19	0,7489
2014	864 650 863	18 372 429	1,0217	0,0217	102,17	2,17	0,7652
2015	921 962 386	57 311 523	1,0663	0,0663	106,63	6,63	0,8159
2016	972 152 352	50 189 966	1,0544	0,0544	105,44	5,44	0,8603
2017	1 067 427 896	95 275 544	1,0980	0,0980	109,80	9,80	0,9446
2018	1 173 572 766	106 144 870	1,0994	0,0994	109,94	9,94	1,0385

Zdroj: Vlastné spracovanie

**Tabuľka 21 - Porovnanie tržieb - Reštaurácie a pohostinstvá**

<b>Najvyššie tržby</b>		1 173 572 766	2018
<b>Najnižšie tržby</b>		789 956 850	2010
<b>Najväčší nárast</b>	<b>- absolútny</b>	106 144 870	2018
	<b>- relatívny</b>	1,0994	2018
<b>Najväčší pokles</b>	<b>- absolútny</b>	-272 529 437	2009
	<b>- relatívny</b>	0,7588	2009

<b>Priemerný koeficient rastu</b>	1,0038
<b>Priemerný absolútny prírastok</b>	4 355 806

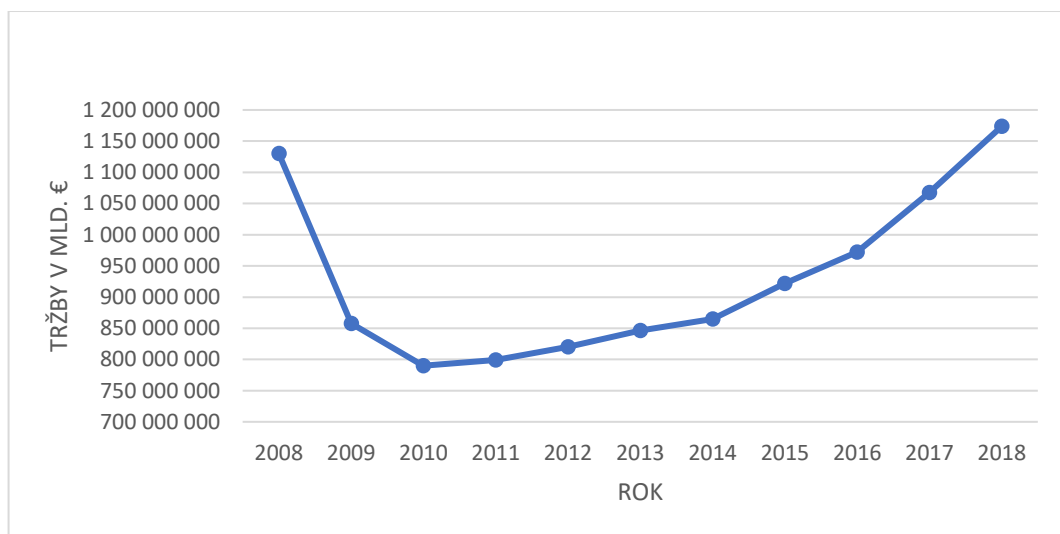
Zdroj: Vlastné spracovanie

Reštaurácie a pohostinstvá dosiahli v sledovanom období najvyššie tržby v roku 2018 a to 1 173 572 766,- €. V tom istom roku reštaurácie a pohostinstvá zaznamenali aj najväčší medziročný nárast tržieb. Zatiaľ čo v roku 2017 boli tržby na úrovni 1 067 427 896, v roku 2018 zaznamenali nárast o 106 144 870,- €, čo je 1,0994 násobok oproti predchádzajúcemu roku.

Naopak najnižšie tržby boli zaznamenané v roku 2010 vo výške 789 956 850,- €. Najväčší medziročný pokles však zaznamenali o rok skôr. Tržby v roku 2009 klesli až o 272 529 437,- €, čo predstavovalo iba 0,7588 násobok tržieb z roku 2008.

Tak ako môžeme vidieť v tabuľke 21 tržby v reštauráciách a pohostinstvách medziročne priemerne rástli o 4 355 806,- €. V percentuálnom vyjadrení ide v priemere o 0,38 % ročný nárast.

**Graf 17: Vývoj tržieb v reštauráciách a pohostinstvách (2008 – 2018)**

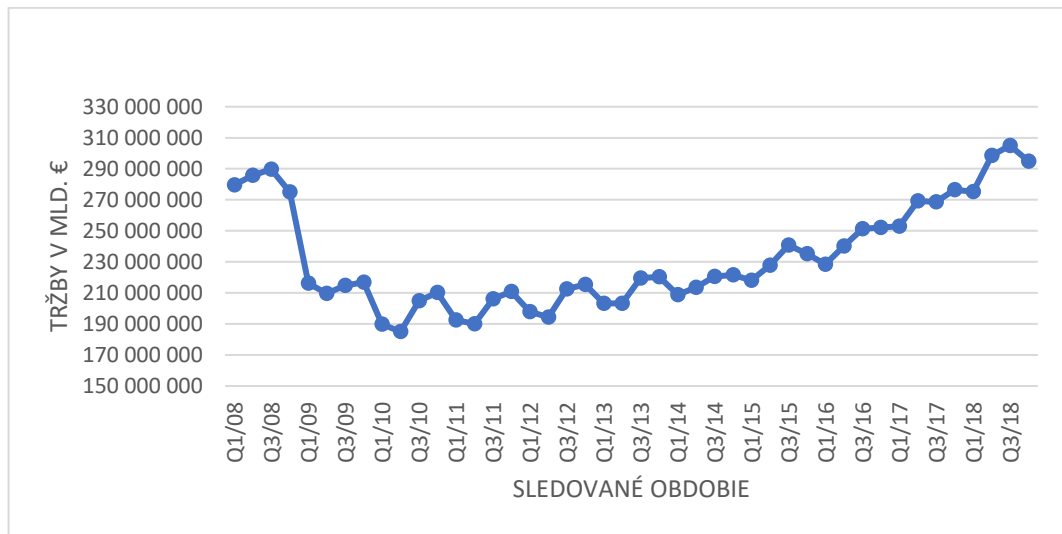


Zdroj: Vlastné spracovanie

Tržby v tomto sektore výrazne klesali od roku 2008 až do roku 2010. Z údajov z tabuľky 20 môžeme povedať, že za tieto 2 roky išlo o pokles vo výške 340 057 855,- €. V ďalších rokoch 2011 – 2018 môžeme zhodnotiť, že tržby zaznamenávali už len pozitívny rastúci trend.

### 3.5.1 Sezónnosť v reštauráciách a pohostinstvách

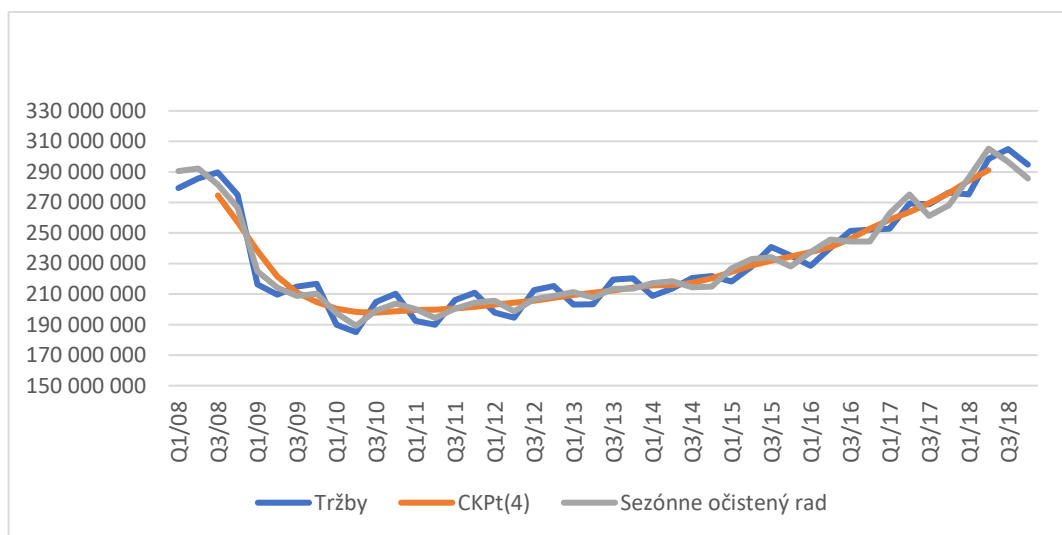
**Graf 18: Sezónnosť tržieb v reštauráciách a pohostinstvách**



Zdroj: Vlastné spracovanie

Tak isto ako aj v predchádzajúcich odvetviach môžeme pri pohľade na graf 18 povedať, že aj v tomto odvetví je prítomná sezónnosť.

**Graf 19: Sezónne očistený časový rad - Reštaurácie a pohostinstvá**



Zdroj: Vlastné spracovanie

Na grafe 19 vidíme sezónneho očistenia môžeme vidieť pravidelný vývoj v rokoch 2008 – 2018, kde najmenšia nadobudnutá hodnota bola v druhom štvrtroku 2010, naopak

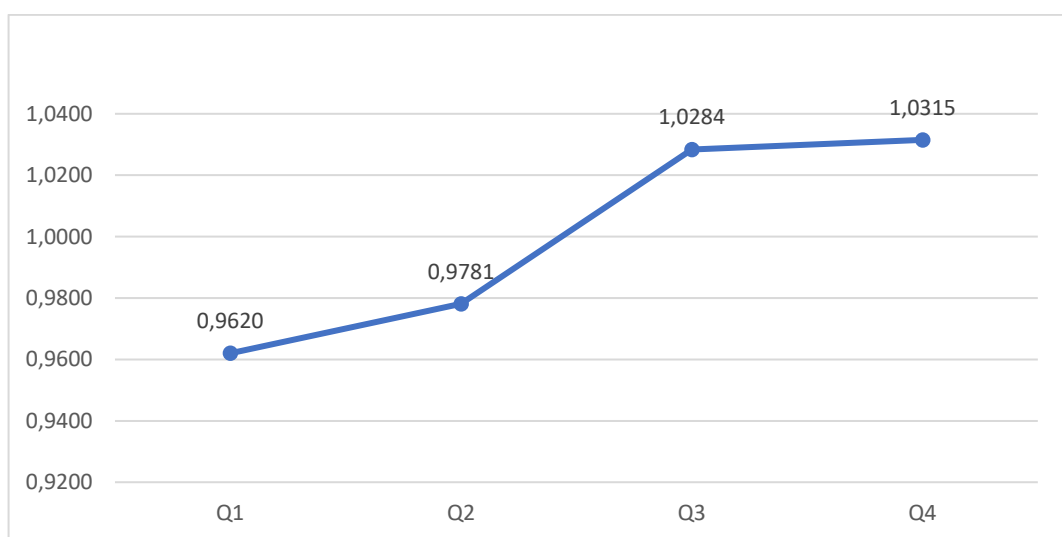
najvyššia dosiahnutá hodnota je v treťom štvrtroku 2018. Na základe grafu môžeme povedať, že metóda klzavých priemerov v tomto prípade nedostatočne očistila časový rad.

**Tabuľka 22 - Sezónne korigované indexy – Reštaurácie a pohostinstvá**

ROK	I.Q	II.Q	III.Q	IV.Q	Súčet
2008	X	X	105,5188	106,9193	X
2009	90,7772	94,5602	101,7632	105,9130	X
2010	94,7594	93,3071	103,5392	105,7646	X
2011	96,4758	95,1039	102,7567	104,5328	X
2012	97,3862	95,0859	103,3428	103,7758	X
2013	97,0059	96,3637	103,4121	102,8116	X
2014	96,8344	98,8670	101,4955	100,6464	X
2015	97,1234	99,5695	103,8829	100,2772	X
2016	96,1767	99,7169	102,1100	99,7733	X
2017	97,7882	102,0827	99,6465	100,1596	X
2018	96,8126	102,5563	X	X	X
S <sub>t</sub> (v %)	96,11	97,72	102,75	103,06	399,64
S <sub>t</sub> (kor) (v%)	96,20	97,81	102,84	103,15	400,00
S <sub>t</sub> (kor)	0,9620	0,9781	1,0284	1,0315	4,0000

Zdroj: Vlastné spracovanie

**Graf 20: Sezónne korigované indexy – Reštaurácie a pohostinstvá**



Zdroj: Vlastné spracovanie

Priemerné sezónne indexy sú nasledovné: v prvých štvrťrokoch 96,20 %, v druhých štvrťrokoch 97,81 %, v tretích štvrťrokoch 102,84 % a v štvrtých štvrťrokoch 103,15 %. To znamená, že v prvých štvrťrokoch každého roka boli tržby v priemere o 3,80 % pod dlhodobým trendom. V druhých štvrťrokoch každého roka boli tržby v priemere o 2,19 % pod dlhodobým trendom. Situácia sa zlepšovala v tretích štvrťrokoch každého roka, kde bol tržby v priemere o 2,84 % nad dlhodobým trendom. Najväčšia odchýlka od dlhodobého trendu bola v štvrtých štvrťrokoch každého roka a to v priemere o 3,15 %.

## ZÁVER

Témou bakalárskej práce bol sezónny pohľad pri analýze tržieb za vlastné výkony a tovar v obchode, hoteloch a reštauráciách na Slovensku v rokoch 2008 – 2018.

Bakalárska práca pozostávala z troch kapitol. Prvá časť sa zaoberala teoretickými východiskami skúmanej problematiky, kde sme si objasnili pojmy ako cestovných ruch, veľkoobchod, maloobchod, ubytovacie zariadenia a ich služby. Taktiež sme si vysvetlili využitie sezónnosti a časových radov v praxi.

V druhej kapitole sme si určili základné ciele a metodiku práce. Cieľom bakalárskej práci bolo zostaviť prehľadnú analýzu tržieb vo veľkoobchode, maloobchode, ubytovacích zariadeniach a reštauráciách. V metodike práci definujeme niekoľko základných vzťahov, ktoré sme ďalej v práci potrebovali.

Posledná, tretia kapitola bola zameraná na praktickú časť. Z údajov, ktoré sme získali z databázy Štatistického úradu Slovenskej republiky sme vypočítali niekoľko základných elementárnych charakteristík štatistiky, ktoré sme si uviedli v metodike práce.

V bakalárskej práci sme mali za úlohu sledovať sezónny pohľad pri analýze tržieb za vlastné výkony a tovar v obchode a reštauráciách na Slovensku v rokoch 2008 – 2018. Sledovali sme sezónnosť tržieb v 5 sekciách Obchodu a stravovacích služieb, pričom každá sekcia má svoje špecifiká v rámci sezónnosti.

Najvyšší sezónny index dosiahli (v tabuľke označené modrou farbou):

- v sekcii 45 Veľkoobchod, maloobchod a oprava motorových vozidiel a motocyklov v 4. štvrťroku 8,24 % nad trendom (1,0824),
- v sekcii 46 Veľkoobchod, okrem motorových vozidiel a motocyklov v 4. štvrťroku 4,65 % nad trendom (1,0465),
- v sekcii 47 Maloobchod, okrem motorových vozidiel a motocyklov v 4. štvrťroku 7,64 % nad trendom (1,0764),
- v sekcii 55 Ubytovanie, v 3. štvrťroku 7,41 % nad trendom (1,0741),
- v sekcii 56 Činnosti reštaurácií a pohostinstiev v 4. štvrťroku 3,15 % (1,0315).

Najnižší sezónny index dosiahli (v tabuľke označené oranžovou farbou):

- v sekcii 45 Veľkoobchod, maloobchod a oprava motorových vozidiel a motocyklov v 1. štvrtroku 9,68 % pod trendom (0,9032),
- v sekcii 46 Veľkoobchod okrem motorových vozidiel a motocyklov v 1. štvrtroku 7,32 % pod trendom (0,9268),
- v sekcii 47 Maloobchod okrem motorových vozidiel a motocyklov v 1. štvrtroku 8,11 % pod trendom (0,9189),
- v sekcii 55 Ubytovanie v 1. štvrtroku 6,11 % pod trendom (0,9389),
- v sekcii 56 Činnosti reštaurácií a pohostinstiev v 1. štvrtroku 3,80% pod trendom (0,9620).

Stručný prehľad sezónnych indexov v jednotlivých sekciách je v nasledujúcej tabuľke.

**Tabuľka 23 - Sezónne indexy v jednotlivých sekciách 4.6 Obchod a stravovacie služby na Slovensku v rokoch 2008 – 2018**

Sekcia	Ukazovateľ	I.Q	II.Q	III.Q	IV.Q	Súčet
45	$S_t$ (kor)	0,9032	1,0435	0,9709	1,0824	4,0000
46	$S_t$ (kor)	0,9268	1,0147	1,0120	1,0465	4,0000
47	$S_t$ (kor)	0,9189	0,9933	1,0114	1,0764	4,0000
55	$S_t$ (kor)	0,9389	0,9802	1,0741	1,0068	4,0000
56	$S_t$ (kor)	0,9620	0,9781	1,0284	1,0315	4,0000

Zdroj: Vlastné spracovanie

Na základe analýzy tržieb v sledovanom období (2008 – 2018) sme dospeli k záveru, že v každej zo skúmaných kategórií došlo k výraznému poklesu tržieb po roku 2008. Podľa analýzy bol tento pokles najväčší v kategóriách veľkoobchod a reštaurácie. Takýto negatívny trend trval prevažne do roku 2010. Po tomto roku začali mať tržby opäť pozitívne rastúci trend.

Za tak extrémny pokles tržieb v rokoch 2008 až 2009 môže najmä celosvetová hospodárska kríza, ktorá sa dotkla aj Slovenskej ekonomiky a zasiahla tak priamo obchody, služby ale aj domácnosti.

Monitorovanie sezónnosti je preto dôležité neustále sledovať a byť pružne pripravený reagovať na očakávané ale aj neočakávané udalosti, ktoré môžu priamo

zasiahnúť podniky, tak ako aj veľká hospodárska kríza v roku 2008. V súčasnosti čelí svet nebezpečnému korona vírusu. Slovensko, tak ako aj iné štáty muselo extrémne spomaliť ekonomiku. Zostali zatvorené viaceré podniky, ubytovacie zariadenia, reštaurácie a služby. Viacerí ekonómovia tak tvrdia, že nás vďaka tomuto ochoreniu čaká najväčšia hospodárska kríza od čias druhej svetovej vojny, takže v budúcnosti možno predpovedať podobný alebo dokonca extrémnejší scenár ako sme mohli pozorovať po roku 2008. Na základe takýchto skúmaní a analyzovaní minulých rokov, by sa preto podniky mali pripravovať aj na takéto scenáre, ktoré ich môžu neočakávane zasiahnúť.



## Zoznam použitej literatúry

- BERÁNEK, Jaromír a kol. 2013. *Ekonomika cestovného ruchu*. Praha: Mag Colstulting. 2013. 296 s. ISBN: 978-80-86724-46-1
- GÚČIK, Marián. 2011. *Cestovný ruch – Politika a ekonómia*. Banská Bystrica: Dali BB. 2011. 188 s. ISBN 978-80-89090-98-3
- HORNER, Susan – SWARBROOKE ,John. 2003. *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*. Praha: Grada Publishing, a.s. 2003. 488 s. ISBN 80-247-0202-9
- JANIČKOVÁ, Jana – MAKOVNÍK, Tomáš – ŠEBOVÁ Ľubica. 2006. *Manažment ubytovacích služieb*. Univerzita Mateja Bela, Ekonomická fakulta v Banskej Bystrici v spolupráci OZ Ekonómovia. 154 s. ISBN 80-8083-188-2
- KOTLER, Philip – AMSTRONG, Gary. 1992. *Marketing*. Bratislava: SPN. 1992. 315 s. ISBN 80-247-0015-6
- NOVACKÁ, Ľudmila. 1994. *Hotelierstvo – Ubytovacie zariadenia a ich služby (Vybrané state)*. Bratislava: SOFA. 1994. 116 s. ISBN 80-85752-09-3
- PACÁKOVÁ, Viera a kol. 2009. *Štatistické metódy pre ekonómov*. Bratislava: Wolters Kluwer (Iura Edition). 2009. 411 s. ISBN 978-80-8078-284-9
- PATÚŠ, Peter – GÚČIK, Marián. 2005. *Manažment ubytovacej prevádzky hotela*. Banská Bystrica: Slovensko-švajčiarske združenie pre rozvoj cestovného ruchu. 2005. 125 s. ISBN 80-88945-81-X
- RUBLÍKOVÁ, Eva. 2007. *Analýza časových radov*. Bratislava: Wolters Kluwer (Iura Edition). 2007. 208 s. ISBN 978-80-8087-139-2
- SLÁDEK, G. 2003. *Podnikanie v pohostinstve a hotelierstve II. Časť*. Bratislava: Epos. 2003. 541 s. ISBN 80-8057-524-X
- SLÁDEK, G. 2007. *Manažment v hotelierstve a pohostinstve*. Bratislava: Epos. 2007. 718 s. ISBN 978-80-8057-718-6
- ŠOLTÉS, Erik a kol. 2015. *Štatistické metódy pre ekonómov – Zbierka príkladov*. Bratislava: Wolter Kluwer. 352 s. ISBN 978-80-8168-234-6

Vyhlášky Ministerstva hospodárstva Slovenskej republiky č. 277/2008 Z. z., ktorou sa ustanovujú klasifikačné znaky na ubytovacie zariadenia pri ich zaradovaní do kategórií a tried. [online] Dostupné na internete: <https://www.zakonypreludi.sk/zz/2008-277>

Štatistický úrad Slovenskej republiky. 2020. Databázy. [online] Dostupné na internete: [http://datacube.statistics.sk/#!/view/sk/VBD\\_SLOVSTAT/ob2008qs/v\\_ob2008qs\\_00\\_00\\_00\\_sk](http://datacube.statistics.sk/#!/view/sk/VBD_SLOVSTAT/ob2008qs/v_ob2008qs_00_00_00_sk)

SK NACE. [online] Dostupné na internete: <http://www.nace.sk/nace/g-sekcia-g-velkoobchod-a-maloobchod-oprava-motorovych-vozidiel-a-motocyklov/>