

EKONOMICKÁ UNIVERZITA V BRATISLAVE

OBCHODNÁ FAKULTA

Evidenčné číslo: 102004/I/2023/36122163738333700



**DOPAD PANDÉMIE KORONAVÍRUSU NA REGIÓN
LIPTOVA**

Diplomová práca

EKONOMICKÁ UNIVERZITA V BRATISLAVE

OBCHODNÁ FAKULTA

**DOPAD PANDÉMIE KORONAVÍRUSU NA REGIÓN
LIPTOVA**

Diplomová práca

Študijný program: manažment cestovného ruchu

Študijný odbor: ekonómia a manažment

Školiace pracovisko: katedra cestovného ruchu

Vedúci záverečnej práce: Ing. Jozef Gáll, PhD.

Bratislava 2023

Bc. Viktória Tóthová

ZADANIE

Čestné vyhlásenie

Čestne vyhlasujem, že som diplomovú prácu na tému Dopad pandémie koronavírusu na región Liptova vypracovala samostatne s pomocou školiteľa a v zozname použitej literatúry som uviedla všetky použité zdroje.

Dátum: 22. 4. 2023

.....

(podpis študenta)

Pod'akovanie

Touto cestou by som sa rada pod'akovala vedúcemu diplomovej práce Ing. Jozefovi Gállovi, PhD. za cenné rady, odbornú pomoc a trpezlivosť pri písaní záverečnej práce.

Srdečná vďaka patrí aj celej mojej rodine za nekonečnú podporu počas štúdia, i počas písania diplomovej práce.

ABSTRAKT

TÓTHOVÁ, Viktória: Dopad pandémie koronavírusu na región Liptova – Ekonomická univerzita v Bratislave. Obchodná fakulta; Katedra cestovného ruchu. Vedúci záverečnej práce: Ing. Jozef Gáll, PhD. – Bratislava: OF EU, 2023, str. 78

Cieľom záverečnej práce je analyzovať dopad pandémie Covid-19 na cestovný ruch v liptovskom regióne a následne sformulovať opatrenia, ktoré by napomohli zmierniť negatívne vplyvy koronakrízy. Práca je rozdelená do piatich kapitol. Prvá kapitola je zameraná na súčasný stav riešenej problematiky, kde svoju pozornosť venujeme predovšetkým najznámejším pandemiám, s ktorými svet bojoval a zároveň samotnej pandémie koronavírusu. V druhej kapitole sme vytýčili hlavný cieľ, na ktorého naplnenie je potrebné identifikovať čiastkové, teda parciálne ciele. V tretej kapitole sa sústreďujeme na metodiku práce a metodiku skúmania, teda na nástroje, pomocou ktorých sme získavali a vyhodnocovali zozbierané údaje. Štvrtá kapitola je venovaná výsledkovej časti, teda výsledkom dát, ktoré sme zhromažďovali prostredníctvom dotazníkového prieskumu. Ten sme realizovali v spolupráci so spoločnosťami poskytujúcimi služby účastníkom cestovného ruchu, aby nám poskytli čo najvernejšie a najautentickejšie informácie ohľadne dopadu pandémie koronavírusu na ich podnikateľskú činnosť. V tejto kapitole sa zároveň nachádzajú kľúčové výsledky štruktúrovaného rozhovoru a ich interpretácia, pričom rozhovor bol realizovaný s tromi rôznymi spoločnosťami podnikajúcimi v oblasti cestovného ruchu. Posledná, teda piata kapitola sa zaoberá diskusiou a odporúčaniami, ku ktorým sme dospeli počas písania diplomovej práce.

Kľúčové slová: Pandémia, Vírus Covid-19, Región Liptov, Cestovný ruch

ABSTRACT

TÓTHOVÁ, Viktória: The impact of the coronavirus pandemic on the Liptov region. – University of Economics in Bratislava. Faculty of Commerce; Department of Tourism. Thesis supervisor: Ing. Jozef Gáll, PhD. – Bratislava: OF EU, 2023, p. 78

The aim of the final thesis is to analyze the impact of the Covid-19 pandemic on tourism in the Liptov region and subsequently to formulate measures that would help mitigate the negative effects of the corona crisis. The work is divided into five chapters. The first chapter is focused on the current state of the issue, where we focus primarily on the most famous pandemics that the world has fought with and at the same time on the coronavirus pandemic itself. In the second chapter, we set out the main goal, for the fulfillment of which it is necessary to identify partial goals. In the third chapter, we focus on the work methodology and the research methodology, that is, on the tools with which we obtained and evaluated the collected data. The fourth chapter is devoted to the results part, i.e. the results of the data we collected through a questionnaire survey. We implemented this in cooperation with companies providing services to participants in the tourism industry, so that they could provide us with the most faithful and authentic information about the impact of the coronavirus pandemic on their business activities. This chapter also contains the key results of the structured interview and their interpretation, while the interview was conducted with three different companies operating in the field of tourism. The last, i.e. the fifth, chapter deals with the discussion and recommendations we arrived at during the writing of the diploma thesis.

Keywords: Pandemic, Covid-19 virus, Liptov Region, Tourism

Zoznam skratiek a značiek

CDC – Centres for Disease Control and Prevention

COVID-19 – infekčné ochorenie spôsobené vírusom SARS-CoV-2

CR – cestovný ruch

FO – fyzické osoby

OLANO – politická strana Obyčajní ľudia a nezávislé osobnosti

PO – právnické osoby

UNWTO – World Tourism Organization, Svetová organizácia cestovného ruchu

UNESCO – United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization –
Organizácia Spojených národov pre vzdelávanie, vedu a kultúru

WHO – Svetová zdravotná organizácia

Zoznam grafov, tabuliek a obrázkov

Grafy

Graf č. 1: Celkový počet návštevníkov na území SR za obdobie rokov 2017-2021

Graf č. 2: Celkový počet prenocovaní v rozmedzí rokov 2017-2021

Graf č. 3: Vývoj tržieb cestovného ruchu v období 2017-2021

Graf č. 4: Trend počtu návštevníkov Liptova v rozmedzí rokov 2006 - 2019

Graf č. 5: Podiel na celkovom počte úmrtí v dôsledku bubonického moru v Londýne od roku 1603 do roku 1680

Graf č. 6: Denný prírastok nových prípadov Covid-19 na mil. ľudí v krajinách V4

Graf č. 7: Typ subjektu poskytujúceho služby pre účastníkov CR

Graf č. 8: Ekonomické dopady pandémie COVID-19 na podniky v regióne Liptov

Graf. č. 9: Kritickosť jednotlivých vln pandémie COVID-19

Graf č. 10: Opatrenia zavedené spoločnosťami v súvislosti s nástupom a pretrvávaním pandémie COVID-19

Graf č. 11: Dostatočnosť prisľúbenej pomoci zo strany vlády

Graf č. 12: Ľahkosť žiadosti o vládnu pomoc

Graf č. 13: Nedočkanie sa vládnej pomoci

Graf č. 14: Možnosti pomoci zo strany štátu využité spoločnosťami v čase krízy

Graf č. 15: Možnosti zavedené spoločnosti v oblasti pracovného prostredia

Graf č. 16: Percentuálny pokles návštevnosti v spoločnostiach počas pandémie COVID-19

Graf č. 17: Percentuálny pokles tržieb počas pandémie COVID-19

Graf č. 18: Zvyšovanie/znižovanie cien vplyvom pandémie COVID-19

Graf č. 19: Miera pripravenosti na krízovú situáciu

Obrázky

Obrázok č. 1: Celkový počet úmrtí na španielsku chrípku v období rokov 1918-1920

Obrázok č. 2: 6 krajín s najvyššou mierou úmrtnosti v období júla 2009 – septembra 2009

Obrázok č. 3: Vývoj ochorenia HIV/AIDS za rok 2021

Obsah

ÚVOD	12
1 SÚČASNÝ STAV RIEŠENEJ PROBLEMATIKY	13
1.1 Základné vymedzenie cestovného ruchu	13
1.2 Cestovný ruch na Slovensku	15
1.3 Región cestovného ruchu Liptov	19
1.3.1 <i>Štatistiky regiónu Liptov</i>	21
1.4 Historicky najväčšie pandémie sveta	24
1.4.1 <i>Veľký londýnsky mor (bubonický mor)</i>	24
1.4.2 <i>Španielska chrípka</i>	25
1.4.3 <i>Pandémia chrípok</i>	27
1.4.4 <i>HIV/AIDS</i>	28
1.5 Ochorenie Covid-19	30
1.5.1 <i>Vznik a šírenie koronavírusu</i>	30
1.5.2 <i>Koronavírus na Slovensku</i>	32
1.5.3 <i>Koronavírus v číslach</i>	33
2 CIEĽ PRÁCE	35
2.1 Hlavný cieľ	35
2.2 Čiastkové ciele	35
3 METODIKA PRÁCE A METODIKA SKÚMANIA	37
4 VÝSLEDKY PRÁCE	39
4.1 Výsledky prieskumu a ich interpretácia	39
4.2 Výsledky štruktúrovaného rozhovoru a ich interpretácia	52
5. DISKUSIA A NÁVRH ODPORÚČANÍ	56
ZÁVER	60
Zoznam použitej literatúry	61
Prílohy	65

ÚVOD

V marci v roku 2020 pocítil svet tvrdú ranu menom pandémie Covid-19, ktorá znamenala v tom čase veľmi neistý výhľad pre rôzne odvetvia. Medzi takéto odvetvia, ktoré boli postihnuté pandémiou Covid-19 možno zaradiť aj cestovný ruch, v ktorom akoby zastal čas. Bolo to jedno z najťažších období, ktorým svet čelil a je stále otázne, dokedy bude svet s touto koronakrízou bojovať, nakoľko vírus naďalej tvrdo udiera v mnohých krajinách.

Cestovný ruch na Slovensku sa na začiatku pandémie znížil o nemalé percento, čo bolo zapríčinené predovšetkým opatreniami, ktoré vláda zaviedla, aby obmedzila pohyb ľudí a aby sa zároveň predišlo šíreniu vírusu. (SITA, 2020) Tieto opatrenia však znamenali pre mnohé podnikateľské subjekty ťažký boj o „prežitie“, nakoľko práve podniky v cestovnom ruchu boli jednými z najzraniteľnejších a vo veľkej miere postihnutými absenciou cestovania. Jedným z opatrení bolo úplné zatvorenie hraníc, čo mnohých ľudí naviedlo spoznať bližšie svoju krajinu a preto sa rozhodli cestovať po Slovensku. Avšak vírus bol natoľko silný, že prinútil vládu zaviesť opatrenia, ktoré sa týkali zatvorenia jednotlivých okresov. Táto éra znamenala pre podniky v cestovnom ruchu veľký prepád tržieb, ale i zvýšenie nezamestnanosti, nakoľko pre mnohých podnikateľov bolo nemožné udržať si svojich zamestnancov. Väčšie podniky boli v istej miere schopné prežiť ťažké pandemické obdobie, no mnohé malé a stredné podniky svoj boj s koronakrízou prehrali. (Hogenová, 2020)

Aktuálnosť témy bola podkladom pre návrh diplomovej práce, ktorej hlavným cieľom je analyzovať dopad pandémie Covid-19 na cestovný ruch v regióne cestovného ruchu Liptov a následne sformulovať opatrenia, ktoré by napomohli zmierniť negatívne vplyvy koronakrízy. V práci sa venujeme aj najznámejším pandemiám, ktoré v značnej miere ovplyvnili cestovný ruch, ale i samotnému koronavírusu, reflektujúc na minulé, súčasné i budúce obdobie.

Praktická časť záverečnej práce pozostáva z dotazníkového prieskumu, ktorý sme zamerali na spoločnosti, ktorých podnikateľská činnosť súvisí s poskytovaním služieb pre účastníkov v cestovnom ruchu v regióne Liptov, a ktoré boli negatívne poznačené pandémiou koronavírusu a tiež zo štruktúrovaného rozhovoru, ktorý sme realizovali v spolupráci s tromi subjektmi cestovného ruchu.

1 SÚČASNÝ STAV RIEŠENEJ PROBLEMATIKY

Súčasná situácia spojená s vírusom Covid-19 zostáva vo svete naďalej diskutabilnou témou, nakoľko sa svetu definitívne nepodarilo premôcť pandémiu ani po takmer troch rokoch od jej vzniku. Aj keď je z histórie známe, že mnoho povestných pandémií počas plynutia života jednoducho „zmizlo“, nevieme s určitosťou povedať, že to tak bude aj s týmto typom vírusu. Vedenie Pfizeru sa prikláňa k teórii, že vírus spôsobujúci ochorenie Covid-19 sa stane endemickým, čo znamená, že sa bude naďalej šíriť medzi ľuďmi a bude sa vracieť každým rokom v podobe sezónneho prechladnutia. (Urbánek, 2021) Preto svetu nezostáva nič iné ako sa pomaly pozviechať z koronakrízy a „naštartovať“ odvetvia, ktoré utrpeli počas vírusového obdobia najväčšie škody. S určitosťou sem patrí odvetvie cestovného ruchu, ktorý nepochybne pocítil úder pandémie v najväčšej miere.

1.1 Základné vymedzenie cestovného ruchu

Vymedzení pojmu „cestovný ruch“ je veľké množstvo a jeho čaro spočíva v tom, že každý autor vníma spomínané odvetvie rôznymi pohľadmi. Aj na základe tejto skutočnosti vzniklo počas éry cestovania mnoho definícií cestovného ruchu.

Cestovný ruch môžeme chápať ako odvetvie, ktoré tvoria služby a aktivity v určitom prostredí (príroda, mesto, vidiek a iné), ktoré uspokojujú potreby ľudí (relax, šport, kultúra, poznatky, zážitky a iné) a súvisia s premiestňovaním a cestovaním mimo trvalého bydliska. Dôvodom cestovania je oddych alebo aj služobná cesta (Novacká a kol., 2010)

Jeden z autorov uvádza, že cestovný ruch je zložitá, vnútorne mnohopočetná a bohato štruktúrovaná sociálno-ekonomická kategória, to znamená, že sa jedná o súhrn ekonomických a sociálnych aktivít s uspokojovaním ľudských potrieb (Nejdl, 2011).

Existuje jedna všeobecná definícia, s ktorou prišla Svetová organizácia cestovného ruchu (UNWTO), ktorá označila cestovný ruch ako činnosť osoby cestujúcej na prechodnú dobu do miesta ležiaceho mimo jeho bežného prostredia (miesto bydliska), a to na dobu kratšiu, ako je stanovená, pričom hlavný účel cesty je iný ako výkon zárobkovej činnosti v navštívenom mieste. (Hesková a kol., 2011)

Cestovný ruch sa stal jedným z najdôležitejších odvetví, ktoré priamo ovplyvňuje svetovú ekonomiku a za obdobie jeho formovania sa považuje koniec 19. storočia (Ševčík, n.d.) Faktom však zostáva, že história cestovania siaha ďalej ako od spomínaného obdobia, ktoré bolo charakteristické predovšetkým mohutnou urbanizáciou, masívnymi zmenami v spoločnosti, zrušením otroctva či existenciou priemyselnej revolúcie.

Cestovný ruch sa začal rozmáhať už v staroveku, predovšetkým počas vzniku Rímskej ríše, kedy bolo nevyhnutné vybudovať infraštruktúru na zabezpečenie dopravy. Medzi prvé črty cestovného ruchu môžeme dozaista zaradiť aj obdobie starovekého Grécka, ktoré bolo charakteristické predovšetkým usporadúvaním Olympijských hier, ktoré boli žiadanou udalosťou medzi občanmi. To vyvolalo v obyvateľstve klasického Grécka túžbu vydať sa na cesty.

Plynutím života a nástupom nových období sa zmenil aj charakter cestovného ruchu. Do popredia vstúpili predovšetkým križiacke výpravy a rozmohol sa takzvaný náboženský cestovný ruch, pričom väčšina ciest smerovala do Svätej Zeme.

Neustálym vznikom nových možností a túžbou spoznávať svet zažil cestovný ruch najväčší rozvoj v období novoveku, ktoré bolo typické masívnou migráciou medzi jednotlivými krajinami. Účelov bolo mnoho, ale medzi hlavné zámery patrili rôzne obchodné cesty či túha o vzdelanie mimo svojich krajín.

Avšak súčasný vek patrí medzi frapantné obdobie, ktoré zažilo rozmach v oblasti priemyslu a technologického pokroku. Práve tieto skutočnosti znamenali obrovskú dynamiku v rozvoji cestovného ruchu. Vývojom parného stroja, či rôznych dopravných prostriedkov ako sú automobily či lietadlá zažil novovek to, čomu dnes hovoríme „turistický boom“.

Súčasnosť cestovného ruchu je podmienená predovšetkým implementáciou rôznych digitálnych a technologických inovácií, čo zabezpečuje, že sa odvetvie stáva neoddeliteľnou súčasťou svetového hospodárstva, pričom priamo ovplyvňuje výšku HDP, eliminuje nezamestnanosť, nakoľko sa v odvetví vytvára nespočetné množstvo pracovných miest alebo skrátka zabezpečuje rast hospodárstva.

1.2 Cestovný ruch na Slovensku

Slovensko je malou krajinou v srdci Európy, ktorá vie svojim turistom ponúknuť nespočetné množstvo prírodných a kultúrnych krás. Práve na základe tejto skutočnosti je krajinou, ktorá môže osloviť nejedného potenciálneho turistu.

Charakteristickou črtou krajiny, ktorá je súčasťou Európskej únie, je badateľný kontrast medzi jednotlivými regiónmi. Slovensko sa administratívne člení na osem krajov, avšak regiónov má 21.

Čaro jednotlivých regiónov spočíva v rôznych tradíciách, kultúrach či jedlách. Medzi turisticky najnavštevovanejšie regióny patria Liptov, Spiš a Bratislava. (Hospodárske noviny, 2017) Spomínané regióny disponujú veľkým množstvom prírodných a kultúrnych pamiatok ako sú jaskyne, vodopády, plesá, ale i hrady, zámky, skanzeny, či ľudové architektúry. Veľkým lákadlom týchto regiónov sú napríklad Vysoké a Nízke Tatry, ktoré ponúkajú turistom nekonečné možnosti od aktívneho využitia voľného času po oddych a relax. (Slovakia Travel, 2022)

Pomocou nasledujúcich grafov bolo našim cieľom prezentovať vplyv pandémie COVID-19 na jednotlivé ukazovatele cestovného ruchu. Ako príklad sme si zvolili nasledujúce ukazovatele:

- Celkový počet návštevníkov, ktorý sme zamerali na celé územie Slovenskej republiky za obdobie rokov 2017 až 2021 (ilustrácia pomocou grafu č. 1)
- Celkový počet prenocovaní, pričom vývoj ukazovateľa skúmame opäť v časovom rozmedzí rokov 2017 až 2021 (ilustrácia pomocou grafu č. 2)
- Vývoj tržieb cestovného ruchu, ktorý sme opätovne analyzovali v spomínanom časovom období (ilustrácia pomocou grafu č. 3)

Graf č. 1: Celkový počet návštevníkov na území SR za obdobie rokov 2017-2021

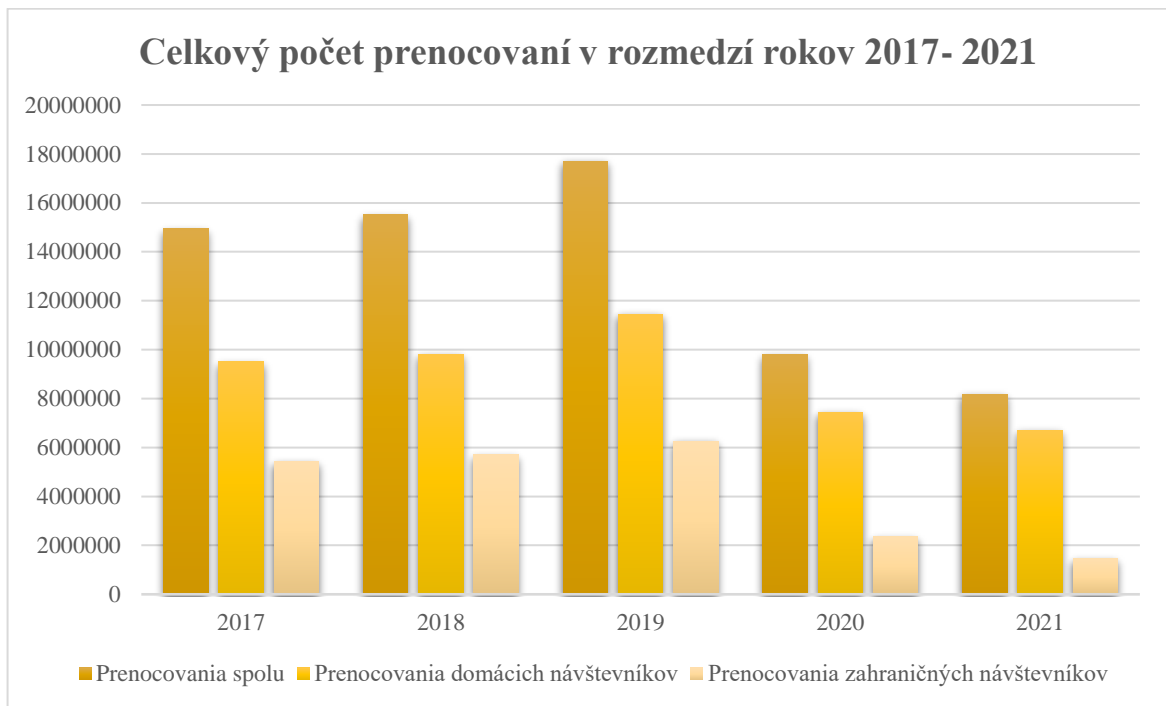


Zdroj: Vlastné spracovanie (2023)

Na základe štatistiky z Datacube sme zozbierali dáta, ktoré sme spracovali v grafe č. 1 a týkajú sa počtu návštevníkov, ktorých sme zároveň rozdelili medzi domácich a zahraničných návštevníkov. Údaje sme porovnávali v časovom období rokov 2017 až 2021.

Z grafu je zrejmé, že najúspešnejším rokom pre cestovný ruch na Slovensku bol rok 2019, čiže obdobie pred pandemiou. Avšak, nástupom koronakrízy sa počet návštevníkom rapídne znížil, čo malo za následok mnoho negatívnych dopadov na turizmus (pokles tržieb, počtu prenocovaní, počtu návštevníkov a pod.). V roku 2019 bol celkový počet návštevníkov 6 432 934, zatiaľ čo domácich návštevníkov bolo 3 957 840 a zahraničných 2 475 094. Rok 2020 bol pre cestovný ruch tzv. hluchým obdobím, predovšetkým prvá polovica roka. Celkový počet návštevníkov Slovenska predstavoval 3 210 007 ľudí, pričom tuzemských návštevníkov bolo 2 355 996 a zahraničných 854 001. Za dôvod poklesu zahraničných turistov môžeme považovať hlavne uzatvorenie hraníc. Ešte väčší prepád sme zaznamenali v roku 2021, kedy celková návštevnosť krajiny bola na úrovni 2 724 584 ľudí. Ako dôvod môžeme uviesť stály nárast pozitívnych prípadov.

Graf č. 2: Celkový počet prenocovaní v rozmedzí rokov 2017-2021



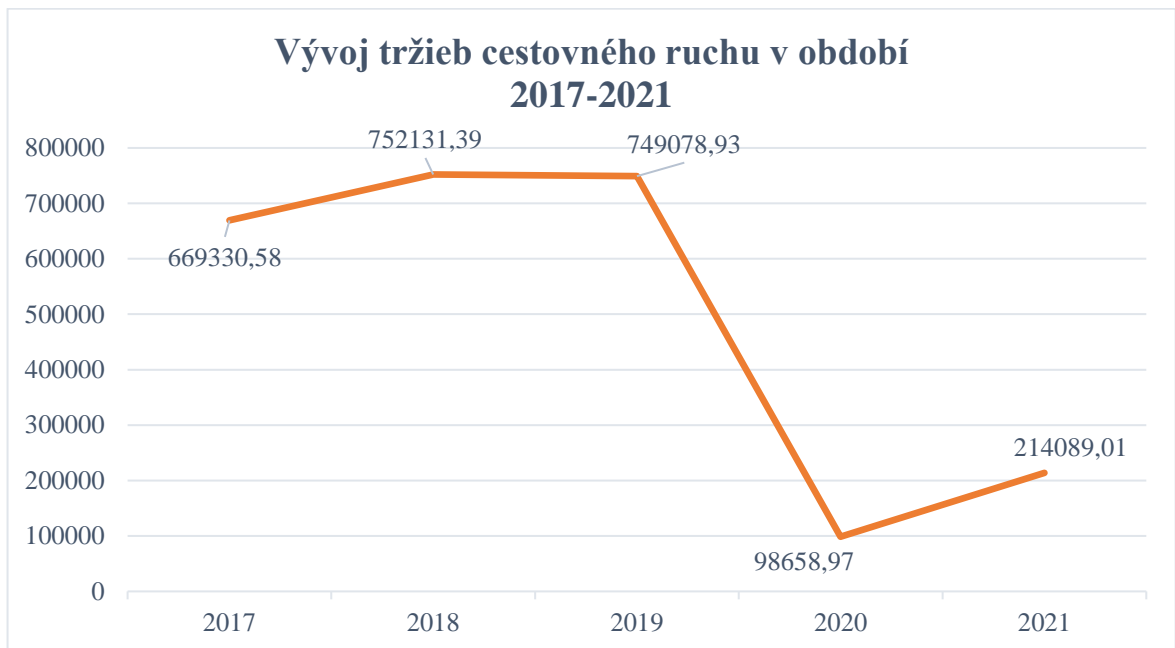
Zdroj: Vlastné spracovanie (2023)

Aj ubytovacie zariadenia pocítili tvrdú ranu koronavírusu, ktorá zapríčinila pokles počtu prenocovaní na území Slovenska, na čo poukazuje graf č. 2.

V roku 2019 sa ubytovalo vo všetkých ubytovacích zariadeniach 17 703 695 turistov, z toho 11 452 830 bolo domácich a 7 443 029 bolo zahraničných. V roku 2020 sa táto hodnota znížilo o takmer polovicu a pre ubytovanie na Slovensku sa rozhodlo 9 790 597 ľudí, z čoho 7 443 029 boli tuzemskí návštevníci a 2 347 568 boli zahraniční turisti. Rok 2021 bol rovnako ako pri ukazovateli návštevnosti krajiny slabší ako predošlý rok. V slovenských ubytovacích zariadeniach sa ubytovalo o viac ako milión turistov menej ako rok predtým. V počte prenocovaní bol spomínaný rok najkritickejším, pretože úroveň prenocovania v tomto roku dosiahla 8 169 505 turistov ročne.

Zavedením očkovania a príchodom letnej sezóny sa situácia začala pomaly zlepšovať, čo znamenalo pre domácich turistov, že sa cestovanie za hranice stalo jednoduchším a bezpečnejším. Skutočnosť, že je covid na ústupe využilo mnoho Slovákov a opäť začalo cestovať do obľúbených letovísk a destinácií.

Graf č. 3: Vývoj tržieb cestovného ruchu v období 2017-2021



Zdroj: Vlastné spracovanie (2023)

Aj na príklade ukazovateľa tržieb, ktorý ilustruje graf 3, je možné zanalyzovať negatívny dopad koronakrízy na odvetvie cestovného ruchu. Zatiaľ čo za posledné desaťročie vykazovali tržby cestovného ruchu pozitívny vývoj, nástupom vírusového ochorenia sa tieto tržby prepadli o neuveriteľných 650 419, 96 €, teda z hodnoty 749 078,93 na 98 658,97 €. Tržby začali opäť vzrastať v roku 2021, kedy sa pomaly začali uvoľňovať všetky reštrikcie a cestovný ruch na Slovensku dostal „zelenú“. Hodnota tržieb k roku 2021 predstavovala výšku 214 089,01 €, čo predstavuje vzrast o 116%.

1.3 Región cestovného ruchu Liptov

Liptov patrí bezpochyby medzi najnavštevovanejšie regióny Slovenska. Hospodárske noviny uviedli, že najviac navštevovanými regiónmi Slovenska sú Liptov, Vysoké Tatry a Bratislava (2017). Podľa Oblasťnej organizácie cestovného ruchu REGIÓN LIPTOV sú dôvodom predovšetkým výborné prírodné podmienky, ktoré ulahodia nejednému vášnivému turistovi, aktívnemu cyklistovi, nadšencom zimných športov alebo jednoducho ľuďom, ktorí vyhľadávajú nedotknutú prírodu a čerstvý vzduch. Bohatstvom tohto regiónu sú aj unikátne dedinky, zachovalá ľudová architektúra, ale aj termálne a minerálne pramene, ktoré majú vysoko liečivé účinky. Vábidlom sú aj múzeá typické pre región, festival s liptovskou tematikou alebo drevené kostolíky. Okrem turistických atrakcií majú turisti v obľube ochutnávku jedál či nákup surovín charakteristických pre danú oblasť.

Veľkou výhodou regiónu je aj jeho poloha, pretože sa nachádza v okresoch veľkých miest ako sú Ružomberok a Liptovský Mikuláš. Mestá sú vysoko vybavené infraštruktúrou a supraštruktúrou cestovného ruchu, ktoré tvoria kľúčový aspekt fungovania cestovného ruchu. V regióne sa zároveň nachádzajú 2 turistické informačné centrá, ktorých hlavná úloha spočíva v poskytnutí všetkých potrebných informácií o trávení voľného času.

Najnavštevovanejšími turistickými lokalitami podľa Visit Liptov sú:

1. JASNÁ Nízke Tatry a MALINÓ BRDO ski & bike – ide o najväčšie lyžiarske strediská Liptova, ktoré sú navštevované aj mimo zimnej sezóny, pretože ponúkajú nádherné výhľady a sú celoročne dostupné pre turistov. Obľúbeným východiskovým bodom na Malinô Brdo je Hrabovo, ktoré disponuje vodnou plochou ideálnou na rekreáciu a šport, nachádza sa tu mnoho cyklistických chodníkov, usporadúvajú sa športové preteky a okrem iného sa v rekreačnej oblasti nachádza areál, ktorý je plný detských atrakcií, čím sa Hrabovo stáva ideálnym miestom pre rodiny s deťmi.
2. TATRALANDIA, Bešeňová a kúpele Lúčky – ide o najväčšie termálne kúpaliská a parky, ktoré sú navštevované počas celého roka a sú ideálnym miestom na trávenie voľného času.

3. Demänovská jaskyňa Slobody, Demänovská ľadová jaskyňa, Važecká jaskyňa a Stanišovská jaskyňa – jaskyne sú verejne prístupné a zaraďujú sa medzi jedny najkrajšie v Európe
4. Vlkolíncec – ide o osadu, ktorá je najnavštevovanejšou na Slovensku a je zapísaná do Zoznamu svetového dedičstva UNESCO.

Z hľadiska druhov cestovného ruchu môžeme povedať, že Liptov zahŕňa také typy aktivít a možností trávenia voľného času, ktoré sú príznačné pre všetky druhy cestovného ruchu. Vo všeobecnosti hovoríme o niekoľkých druhoch, pričom ku každému z nich sme priradili niekoľko možností, ktoré ponúkajú jednotlivé typy cestovného ruchu:

- *Športový* – jeho podstatou je vykonávanie akejkoľvek športovej aktivity, pričom najvyhľadávanejšou aktivitou je cyklistika, nakoľko je región často označovaný aj ako cykloregión, pretože disponuje neuveriteľnými 850 kilometrami značených trás. Okrem cyklistiky je rajom pre milovníkov zimných športov, pešej turistiky, či pre milovníkom ferrát.
- *Dobrodružný* – druh CR, ktorý spadá pod kategóriu športového cestovného ruchu, je však obohatený túžbou turistov niečo zdolať, objaviť alebo zažiť extrémne športy. Zaraďujeme sem napr. lezenie po skalách, rôzne typy ferrát, prelet nad Tatrami s možnosťou pilotovania a podobne.
- *Rekreačný* – do skupiny rekreačného cestovného ruchu možno zaradiť rôzne aktivity, ktoré môžu byť aktívne alebo pasívne. Hlavným cieľom rekreačného CR je však načerpanie nových síl a energie, ktoré možno nadobudnúť napr. prechádzkami v prírode, trávením času s rodinou na chate, bádáním regiónu z pohľadu pamiatok, či vykonávaním rôznych športových činností. Ideálnym miestom pre takýto typ rekreácie je Vodná nádrž Liptovská Mara, ktorá ponúka možnosť kempingu, športového vyžitia, prechádzok v okolí nádrže či blízkych lesoch, trávením času na vodnej ploche formou plavby loďou alebo motorového člna a mnoho iných aktivít.

- *Kultúrny* – hlavnou prioritou kultúrneho CR je zvýšiť kultúrny a spoločensko-odborný rozhľad, pričom v mnohých prípadoch dochádza ku kombinácii s inými druhmi CR, ako sú napr. rekreačný, kúpeľný či kongresový cestovný ruch (Gúčik a kol., 2006)
- *Kúpeľno – liečebný* – tento druh cestovného ruchu je veľkým lákadlom turistov v rôznych vekových kategóriách, pretože sa na Liptove nachádza množstvo minerálnych liečivých prameňov ako sú napr. kúpele Lúčky alebo liečivá voda v Liptovskom Jáne, ale i mnoho umelo vytvorených vodných parkov ako sú Bešeňová či Tatralandia. Tento druh cestovného ruchu vyhľadávajú prevažne seniori a ľudia so zdravotnými problémami a to za cieľom rehabilitácií a eliminácie zdravotných ťažkostí.
- *Obchodný (kongresový)* – cieľom obchodného CR je usporadúvanie rôznych obchodných konferencií a kongresov, uskutočnenie pracovných ciest, firemných podujatí, seminárov a školení, či prezentácia veľtrhov. Liptov nie je primárne zameraný na tento druh cestovného ruchu, avšak mnoho zamestnávateľov realizuje podobné podujatia práve na miestach, ktoré sa nachádzajú v lone prírody.

S prihliadnutím na cestovný ruch v liptovskom regióne môžeme konštatovať, že spomínaný región disponuje takými predispozíciami, ktoré sú ideálnymi na výlet, krátkodobú alebo dlhodobú dovolenku. Práve široká škála možností, dostupnosť miest a výborné podmienky na rekreáciu robia Liptov jedným z najnavštevovanejších regiónov Slovenska. Avšak aj spomínaný región zažil príchodom pandémie krízu v oblasti cestovného ruchu.

1.3.1 *Štatistiky regiónu Liptov*

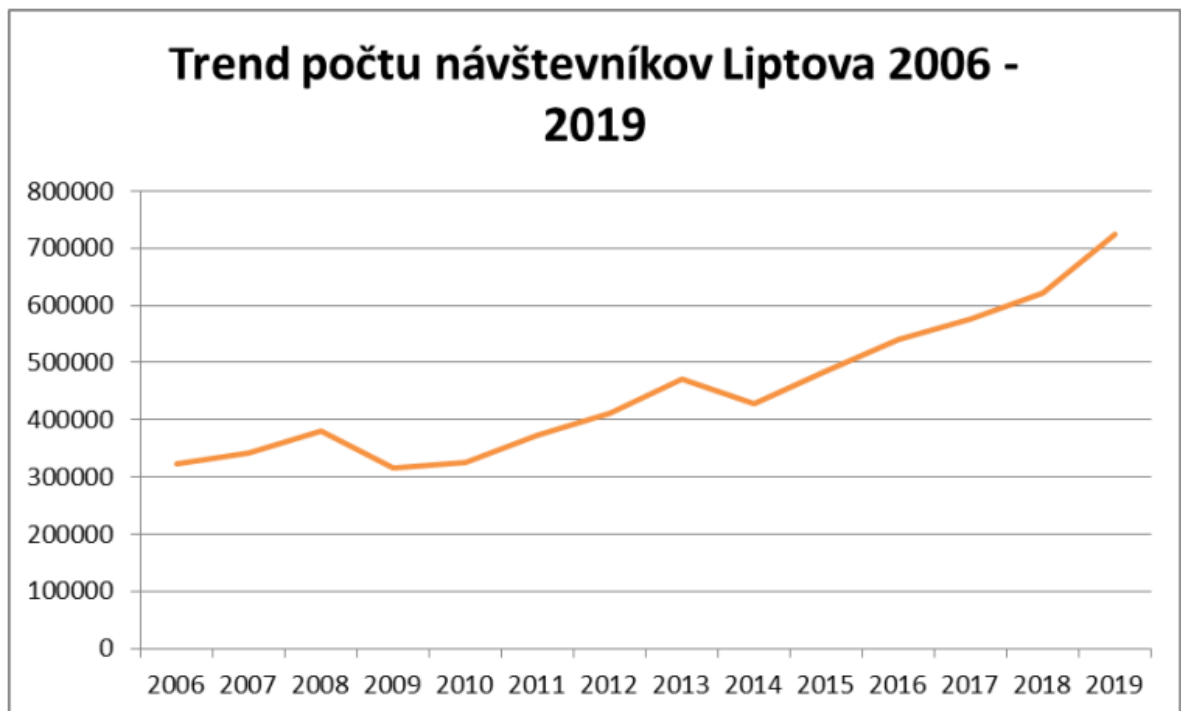
Región Liptov možno považovať za jeden z najdynamickejšie sa rozvíjajúcich, čo sa odzrkadľuje aj na mnohých ukazovateľoch cestovného ruchu. Zatiaľ čo v roku 2018 vykázal

región celkovo 622 096 návštevníkov, rok 2019 priniesol regiónu vzrast návštevníkov o 16,48%, čo predstavuje 724 647 ľudí.

Aj v počte prenocovaní bol rok 2019 najsilnejším, nakoľko dosiahol úroveň 2 002 947. V porovnaní s predošlým rokom je táto hodnota vyššia o 283 579 prenocovaní, čo predstavuje vzrast o 16,49%. Ak berieme do úvahy priemer počtu návštevníkov a prenocovaní na území celého Slovenska, tak táto hodnota rastu týchto dvoch ukazovateľov v regióne Liptov je vyššia ako celoslovenský priemer.

Čo sa týka priemernej dĺžky pobytu, tá je na úrovni 2,8 dní. Liptov je totižto skvelým miestom na trávenie víkendu, predĺženého víkendu, ale aj dlho dobejšej dovolenky. V porovnaní s rokom 2018 bol ročný rast tržieb za ubytovanie na úrovni 19,18% a celkové tržby v regióne predstavovali sumu 56 142 185 eur. (Visitliptov, 2020)

Graf č. 4: Trend počtu návštevníkov Liptova v rozmedzí rokov 2006 - 2019



Zdroj: Visit Liptov (2020)

Graf č. 4 znázorňuje vývoj celkového počtu návštevníkov v regióne Liptov, pričom tento ukazovateľ sme porovnávali v rozmedzí rokov 2006 až 2019. Na základe grafu možno konštatovať, že Liptov vykazoval takmer v každom roku vzrastajúcu tendenciu návštevnosti,

no najväčší turistický boom zažil v poslednou období a to teda od roku 2015 až po rok 2019. Za najsilnejšie obdobie možno považovať práve rok 2019, kedy región zažil vynikajúcu letnú sezónu. Najsilnejšími mesiacmi boli máj, obdobie leta a október.

Za dôvod tak vysokej návštevnosti možno pokladať predovšetkým vynikajúcu polohu a prírodné podmienky, atraktívnu ponuku, ako i produkt Liptova, či výrazné aktivity v oblasti marketingovej komunikácie. Veľkým plusom je aj možnosť využitia rekreačných poukazov, čo si obľúbilo mnoho Slovákov a tým prišli na čaro trávenia dovolenkového obdobia na Slovensku.

1. 4 Historicky najväčšie pandémie sveta

Odborníci v oblasti vedy a výskumu sa už roky zamýšľajú nad presnou definíciou pojmu pandémie. Niektorí z nich dokonca využívajú vo svojej praxi skôr termín epidémia. Podľa WHO sa pandémie, epidémia a endemické choroby definujú rozdielne na základe rýchlosti, ktorou sa choroba šíri. Hlavný rozdiel medzi pandemiou a epidémiou je teda v miere, v ktorej sa ochorenie šíri. Pandémia postihuje širokú oblasť (viacero krajín), zatiaľ čo epidémia len konkrétnu geografickú oblasť. (Columbia, 2021)

Medzi najväčších „vrahov“ v histórii ľudstva patrili dozaista choroby ako cholera, mor alebo kiahne. Tie počas svojej existencie zabili nespočetné množstvo ľudí. Do kategórie najväčších pandémieí sveta však po novom zaradujeme aj Covid-19, ktorý v súčasnosti vykazuje vysokú úmrtnosť.

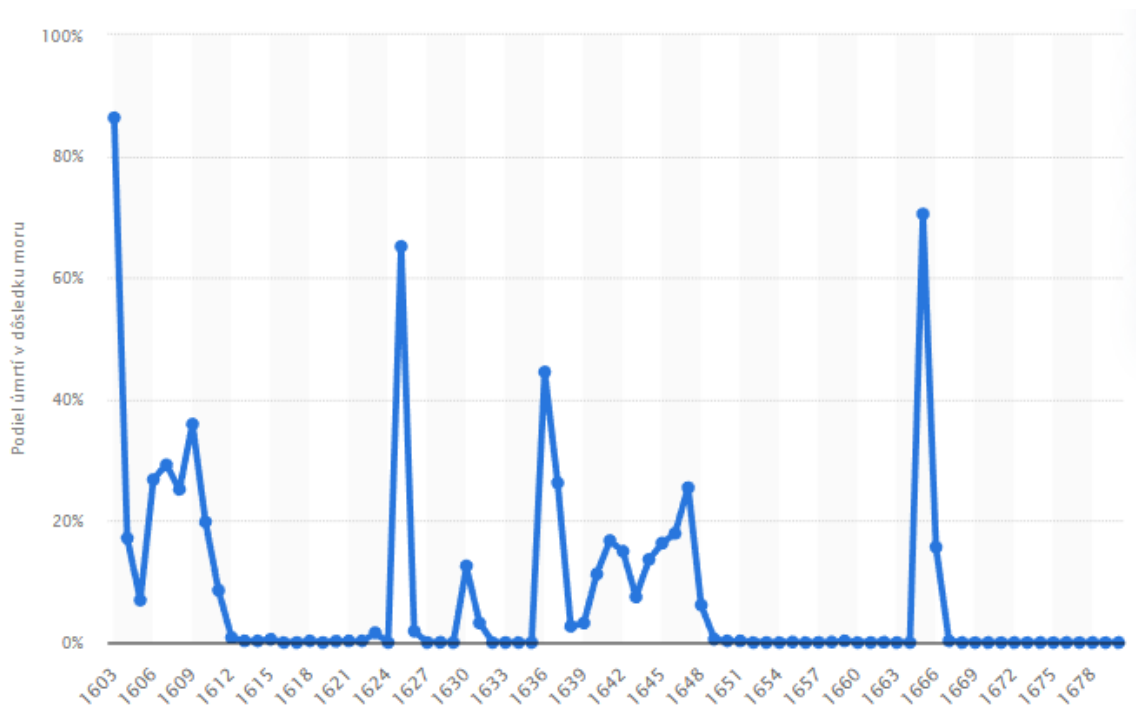
1. 4. 1 *Veľký londýnsky mor (bubonický mor)*

Za jednu z najväčších epidémií sveta možno považovať mor, ktorý sa šíril Londýnom v období 17. storočia. Choroba sa prvýkrát objavila už v 14. storočí, ale svoj vrchol dosiahla v roku 1665, keď pohltila celý Londýn a vyžiadala si cez 100 000 obetí, čo v tom čase činilo približne štvrtinu populácie mesta.

Až do roku 1666, kedy sa mor podarilo eliminovať, bolo potrebné vybudovať masové hroby pre ľudí, i pre zvieratá. Práve tie sa považovali za zdroj nákazy a preto bolo nevyhnutné zabiť tisíce zvierat. Mor sa však počas plynutia života nevytratil z povrchu zemského a doteraz sa vyskytuje v mnohých vidieckych oblastiach. Medzi najtypickejšie časti možno zaradiť západ USA, krajiny v Afrike alebo Ázii. Mor, alebo často nazývaný aj bubonický mor, sa prejavuje predovšetkým vysokými horúčkami, bolesťami hlavy, zimnicou a slabosťou. Dobrou správou je, že mor je v súčasnosti možné liečiť prostredníctvom antibiotík. (Health, 2022)

Veľký londýnsky mor mal okrem enormného počtu úmrtí aj negatívny vplyv na oblasť ekonomiky. Medzi primárne ekonomické dopady možno zaradiť zvýšenie cien, ktoré bolo zapríčinené zvýšeným dopytom po základných surovinách a tiež oslabená obchodná aktivita, ktorá bola spôsobená predovšetkým vzrastom nezamestnanosti obyvateľstva.

Graf č. 5: Podiel na celkovom počte úmrtí v dôsledku bubonického moru v Londýne od roku 1603 do roku 1680



Zdroj: Statista.com (2023)

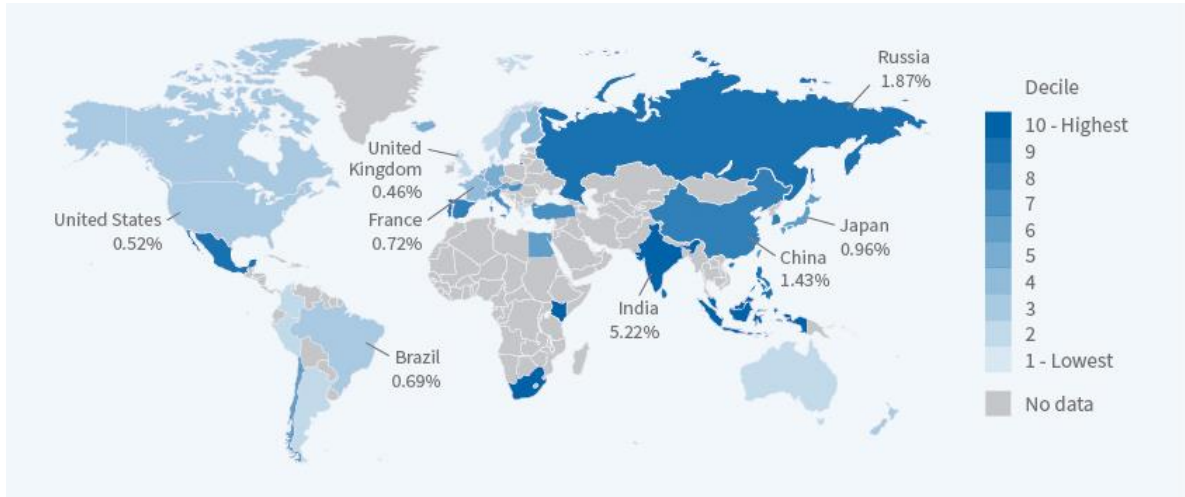
Podľa dostupných dát sa odhaduje, že medzi rokmi 1603 – 1680 spôsobil Veľký londýnsky mor menej ako jedno percento všetkých úmrtí v Londýne, avšak v období vypuknutia epidémií v rôznych časových rozmedziach bol mor zodpovedný za viac ako polovicu všetkých úmrtí v Londýne. Odhaduje sa, že v roku 1603 spôsobil spomínaný mor približne 86% úmrtí. Za najkritickejšie obdobie spojené s opätovným vypuknutím moru sa považoval rok 1665, kedy si epidémia vyžiadala približne 70 tisíc ľudských životov. Ako vidíme v grafe, londýnsky mor sa šírila v štyroch väčších vlnách a to v rozmedzí rokov 1603-1612, 1624-1627, 1636-1648 a 1663-1669.

1. 4. 2 Španielska chrípka

Vtáčia chrípka, ako ju zvykli mnohí nazývať kvôli vírusu, ktorý mal vtáčí pôvod, sa šírila v rokoch 1918 až 1919. Podľa odhadov sa spomínaným ochorením nakazilo približne 500 miliónov ľudí, čo v tom období činilo jednu tretinu svetovej populácie. Úmrtnosť spojená so španielskou chrípkou sa pohybuje na úrovni približne 50 miliónov, pričom za

ohnisko nákazy sa považovali USA. Charakteristickým príznakom chrípkou nakazeného človeka bolo vážne poškodenie pľúc. (Health, 2022)

Obrázok č. 1: Celkový počet úmrtí na španielsku chrípku v období rokov 1918-1920



Zdroj: nberg.com (2020)

Španielska chrípka, ktorá nesie tento názov vďaka tomu, že španielska tlač informovala ako prvá o tomto ochorení, sa šírila v troch vlnách, rovnako ako COVID-19. Najkritickejšia bola vlna, ktorá trvala od septembra roku 1918 do januára 1919, pretože sa považovala za najsmrteľnejšiu. V porovnaní s koronavírusom postihoval mor predovšetkým mladých dospelých ľudí, bez závažnejších ochorení, zatiaľ čo COVID-19 bol infekčnejším medzi staršou generáciou, ktorá vykazovala už existujúce ochorenia.

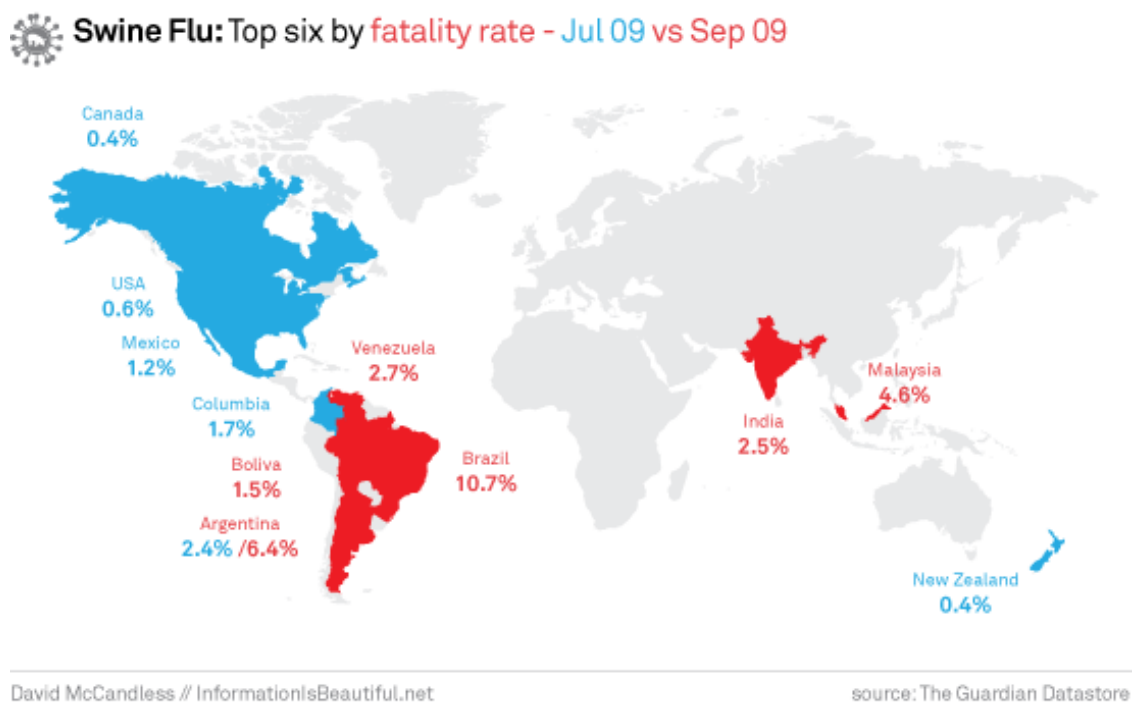
Ochorenie postihlo viac ako 40 krajín, pričom ako vidíme aj na obrázku, najpostihnutejšou krajinou bola India, ktorá vykázala úmrtnosť na úrovni 5,2%, čo predstavovalo 16,7 milióna ľudí. Silno zasiahnutými krajinami boli aj Rusko s mierou úmrtnosti na úrovni 1,87% alebo Čína, ktorej miera úmrtnosti dosiahla hodnotu 1,43%. Medzi morom postihnuté krajiny však možno zaradiť aj Spojené štáty americké, v ktorých španielska chrípka zabila približne 550 000 ľudí alebo samotné Španielsko, ktoré prišlo o 300 000 obyvateľov. Ťažko zasiahnutými oblasťami boli aj ostrovné krajiny v teritóriu Indického a Tichého oceánu. Aj keď niektoré krajiny nemajú k dispozícii dáta týkajúce sa šírenia ochorenia, dozaista možno konštatovať, že sa chrípka šírila celosvetovo.

Vedci z celého sveta predpokladajú, že COVID-19 v porovnaní so španielskou chrípkou nikdy nedosiahne tak vysokú úmrtnosť, nakoľko súčasná medicína prešla počas existencie veľkými pokrokmi a úroveň zdravotníctva a zdravotnej starostlivosti je ďaleko kvalitnejšia ako v minulosti.

1. 4. 3 Pandémie chrípok

Jednou z chrípkových pandémieí bola tzv. hongkonská chrípka, ktorá vypukla v Číne v roku 1968. Za svoju existenciu zabila približne milión ľudí po svete a opäť boli najviac postihnutou krajinou Spojené štáty americké, v ktorých chrípka zobrala život sto tisíc ľuďom. Vedci predpokladajú, že za vznikom tejto epidémie stojí tzv. ázijská chrípka z roku 1957. S novým variantom chrípky sa však musel svet vysporiadať aj v roku 2009, kedy sa v USA objavila tzv. prasacia chrípka. Tá postihla predovšetkým deti a dospelých v strednom veku, ktorých imunita bola v porovnaní s ľuďmi, ktorí boli podobnému vírusu už vystavení, slabšia. Za ukončenie pandémie sa považuje druhá polovica roka 2010, avšak spomínané ochorenie koluje medzi ľuďmi dodnes a spôsobuje rôzne choroby, potrebu hospitalizácie, ale i úmrtia. (Health, 2022)

Obrázok č. 2: 6 krajín s najvyššou mierou úmrtnosti v období júla 2009 – septembra 2009








Zdroj: Information is beautiful

Pomocou obrázka č. 2 možno skonštatovať, že prasacia chrípka postihla v najväčšej miere predovšetkým krajiny Severnej a Južnej Ameriky, Kanadu, Indiu alebo ostrovné oblasti v Tichom oceáne, pričom za štáty s najkritickejším stavom ochorenia možno považovať Brazíliu, Argentínu, Venezuelu, Malajziu, Indiu a Bolíviu. USA sa nachádza na prvej priečke v súvislosti s celkovým počtom potvrdených prípadov, avšak miera úmrtnosti v tejto krajine je zanedbateľná, ak berieme do úvahy veľkosť populácie krajiny. Najvyššiu mieru úmrtnosti dosiahla Brazília (10,7%), čo je približne 10x viac ako celosvetový priemer.

1. 4. 4 HIV/AIDS

Za históriu AIDSu sa považuje rok 1920, kedy bola infekcia prvýkrát pozorovaná v Amerike, avšak vedci predpokladajú, že sa vyvinulo z vírusu šimpanza v západnej Afrike.. Ochorenie sa prenáša prostredníctvom istých telesných tekutín, no liek na vyliečenie z infekcie žiaľ nejestvuje. I keď existujú rôzne liečebné postupy, ktoré napomáhajú spomaliť vývoj ochorenia, od jeho existencie podľahlo ochoreniu už približne 35 miliónov ľudí. (History, 2020)

Obrázok č. 3: Vývoj ochorenia HIV/AIDS za rok 2021

	People living with HIV in 2021	People acquiring HIV in 2021	People dying from HIV-related causes in 2021
 Total	38.4 million [33.9–43.8 million]	1.5 million [1.1–2.0 million]	650 000 [510 000–860 000]
 Adults (15+ years)	36.7 million [32.3–41.9 million]	1.3 million [990 000–1.8 million]	560 000 [430 000–740 000]
 Women (15+ years)	19.7 million [17.6–22.4 million]	640 000 [480 000–870 000]	240 000 [180 000–320 000]
 Men (15+ years)	16.9 million [14.6–19.7 million]	680 000 [500 000–920 000]	320 000 [250 000–430 000]
 Children (<15 years)	1.7 million [1.3–2.1 million]	160 000 [110 000–230 000]	98 000 [67 000–140 000]

Zdroj: World Health Organization (2022)

Podľa Svetovej zdravotníckej organizácie sa od vypuknutia epidémie HIV nakazilo vírusom približne 84,2 milióna ľudí po celom svete, pričom niečo menej ako polovica tomuto ochoreniu podľahla. Podľa dát z roku 2021 žilo na svete zhruba 38,4 milióna ľudí infikovaných spomínaným ochorením. V tom istom roku sa však nakazilo HIV ďalších 1,5 milióna. Najpostihnutejšími krajinami sú predovšetkým tie subsaharské, hlavne východná a južná časť Afriky, ale i centrálna a západná časť a tiež krajiny nachádzajúce sa v Ázii a v oblasti Tichého oceána. Výnimkou nie sú ani krajiny európskeho kontinentu alebo latinská Amerika. Čo sa týka rodového rozdelenia, s vírusom žije približne 19,7 milióna žien a takmer o 3 milióny menej mužov, teda 16,9 miliónov. Z celkového počtu ľudí žijúcich s HIV v roku 2021 predstavovalo 4,43% detskú populáciu, čiže 1,7 milióna detí žilo v spomínanom roku s ochorením HIV. V tomto roku zároveň zomrelo na ochorenie zhruba 650 000 obyvateľov po celom svete, z toho 98 000 úmrtí bolo medzi deťmi.

1.5 Ochorenie Covid-19

Koronavírus, ktorý poznáme aj pod pojmom SARS-CoV-2 je celoplošne definovaný ako vírus spôsobujúci infekčné respiračné ochorenie Covid-19. Keďže ide o pomerne nový typ vírusu, v momente jeho vzniku sa svetu zmocnil strach. Kvôli nedostatku informácií, vysokej infekčnosti a v mnohých krajinách i vysokej mortalite sa akoby izolovala celá planéta. Vo väčšine prípadov sa ľudia nakazení vírusom pasovali s miernymi až stredne závažnými príznakmi. Avšak u ľudí, ktorí trpeli rôznymi zdravotnými ťažkosťami ako sú rakovina, cukrovka, kardiovaskulárne ochorenia alebo chronické respiračné ochorenia, sa potvrdenie ochorenia Covid-19 stalo veľkým strašiacom, pretože vírus výrazne zhoršoval ich zdravotný stav. Vypuknutím pandémie sa predpokladalo, že postihne predovšetkým staršiu generáciu, no časom sa zistilo, že vírus napáda i mladé ľudské organizmy, bez ohľadu na vek či zdravotný stav. Hlavnou prioritou každého z nás bola ochrana nášho zdravia a zdravia našich blízkych.

Plynutím času a zvýšeným skúmaním príčiny a možností šírenia vírusu vydala Svetová zdravotná organizácia (WHO) odporúčania, ktoré mali napomôcť pri eliminácii šírenia ochorenia. Medzi najdôležitejšie prevencie patrilo dodržiavanie vzdialenosti najmenej jedného metra od ostatných, pravidelné nosenie ochranných rúšok a respirátorov a dôkladná dezinfekcia rúk a povrchov v domácnosti. Ochorenie sa šírilo predovšetkým prostredníctvom kašľa a kýchania, teda prostredníctvom úst a nosa. Po vykonaní testu a obdržaní pozitívneho výsledku mal nakazený pacient povinnosť dodržať povinnú karanténu, ktorá sa v priebehu pandémie menila aj na základe mutácií, ktoré vznikli z pôvodného koronavírusu. Dôležitým faktom však naďalej ostáva, že pokiaľ človek vykazuje niektoré z príznakov ochorenia aj v súčasnosti, najlepším možným spôsobom je dodržiavanie vyššie uvedených odporúčaní a v prípade pocitu nákazy zostať v izolácii. (WHO, 2020)

1.5.1 *Vznik a šírenie koronavírusu*

Je ťažké s istotou určiť pôvod vírusu, avšak za prvý prípad výskytu ochorenia Covid-19 sa považoval obyvateľ hlavného mesta čínskej provincie Wu-Chan. Wu-Chan je mesto známe veľkými trhmi, kde sa zhlučuje obrovský počet ľudí, ktorí nakupujú rôzne typy surovín. Práve miestny trh, ktorý sa častokrát označuje aj ako „wet market“, teda „mokry

trh“, je miestom predaja živých zvierat, predovšetkým morských plodov. Tím WHO predpokladal, že sa vírus začal šíriť práve prostredníctvom zvierat, ktoré predajcovia predávali na týchto trhoch (Nature, 2021).

Začiatkom roka 2020 Čína konfrontovala WHO ohľadom pribúdajúcich prípadov týkajúcich sa (v tom čase) ešte neznámeho ochorenia. Na základe skutočnosti, že sa vírus začal šíriť v čínskej provincii Hubei, úradníci WHO označili za pôvodcu ohniska Čínu. Situácia sa začala vymykať spod kontroly, keď krajina začala zaznamenávať enormné čísla v počte potvrdených prípadov a úmrtí. To dohnalo mnoho príslušných orgánov k zavedeniu striktných pravidiel, medzi ktoré patrili napr. zvýšené kontroly na letiskách, stanicích hromadnej dopravy či iných miestach s vysokým percentom pohybu osôb. Vo februári roku 2020 bola postavená prvá poľná nemocnica určená pre pacientov postihnutých ochorením a aby sa zabránilo ďalšiemu šíreniu, bolo pozastavených mnoho letov z a do Číny. Netrvalo to však dlho a vírus sa rozmohol aj do okolitých krajín ako Japonsko, Thajsko a Kórea. Keďže bol rok 2019 jedným z najprosperujúcejších v oblasti cestovného ruchu, nie je sa čomu čudovať, že sa ochorenie veľmi ľahko dostalo aj mimo ázijský kontinent a za krátke obdobie potvrdila svoje prvé prípady aj USA. Ochorenie sa pomaly šíri aj na európsky kontinent a medzi najviac postihnuté krajiny možno zaradiť Taliansko, Španielsko, Francúzsko a Veľkú Britániu.

Vírus SARS-CoV-2 sa oficiálne vyhlasuje za pandémiu 11. marca 2020, kedy svet zaznamenal viac ako 118 000 prípadov v 114 krajinách a 4291 úmrtí. V apríli roku 2020 sa zároveň ohniskom koronavírusu stáva USA a to na základe faktu, že behom štyroch mesiacov potvrdila krajina takmer 20 000 úmrtí a viac ako 500 000 potvrdených prípadov. (CDC, 2022) Na základe tohto faktu došlo k prísnyim opatreniam, ktoré zaviedla väčšina krajín. Vírusom najviac postihnuté krajiny prijali odporúčania zatvoriť verejné priestranstvá, deti na školách prechádzajú na online výučbu, mnoho zamestnancov prechádza na prácu z domu (ak to náplň práce dovoľuje), zavádzajú sa nové opatrenia týkajúce sa nákupov v potravinách, zatvárajú sa hranice, rušia sa lety a mnoho iného. Každým dňom sa situácia zhoršuje a svet začína sfarbovať bordová farba, ktorá značí na mape nákazy ochorením Covid-19 krajiny, ktoré sú týmto vírusom postihnuté. Zlepšenie prišlo v období leta, kedy sa počet nakazených ľudí výrazne znížil oproti obdobiu zimy a jari. To malo za následok uvoľnenie niektorých z reštrikcií. Avšak „vydýchnutie“ od vírusu netrvalo dlho a na svet udiera ďalšia, teda druhá vlna koronavírusu.

1. 5. 2 *Koronavírus na Slovensku*

Obdobie, kedy sa začal koronavírus šíriť aj mimo ázijský kontinent, bolo charakteristické intenzívnym cestovaním. Bola zima a obľúbenou aktivitou mnohých ľudí boli lyžovačky mimo našej krajiny, ale i dovolenky v teplých krajinách. Na základe týchto skutočností bolo iba otázkou času, kedy sa vírus dostane aj na Slovensko. Mnohí z nás si pamätajú časy, keď svoje prvé prípady začali ohlasovať i susedné krajiny. Kvôli nedostatku informácií a vysokej infekčnosti sme v strachu o naše zdravie čakali, kedy udrie koronavírus aj na našom území. Stalo sa tak 6. marca 2020, kedy Slováci nemali ani tušenia, čo Covid-19 narobí s ich každodennými životmi.

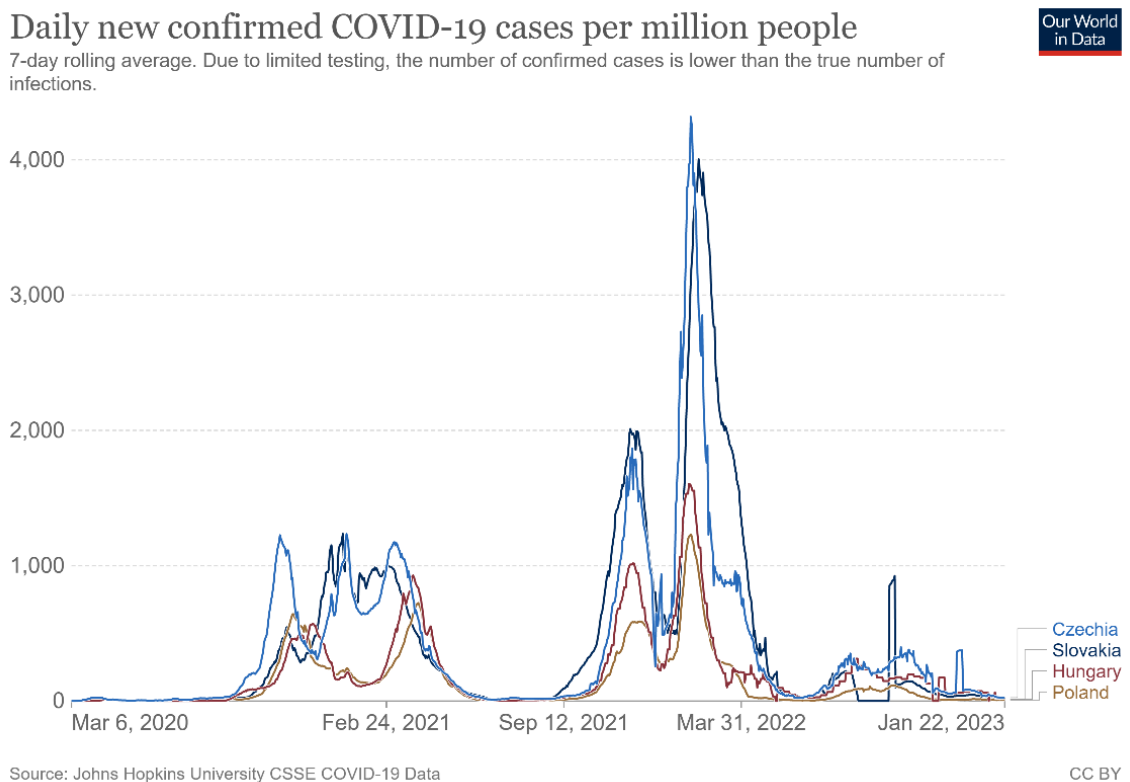
Mesiac, v ktorom udrel vírus aj na Slovensko, bol charakteristický predovšetkým aktuálnosťou témy týkajúcej sa parlamentných volieb, ktoré sa konali ani nie dva týždne pred vyhlásením prvého pozitívne testovaného prípadu. Na čele pozície premiéra stál vtedy ešte člen strany Smer - Peter Pellegrini, ktorý v súčasnosti figuruje pod stranou Hlas. Jeho premiérsky post prebral člen strany OĽANO – Igor Matovič, ktorý sa zároveň stal hlavným informátorom ohľadom situácie koronakrízy. Vláda v spolupráci s krízovým štábom zriadeným pre riešenie krízovej situácie spojenej s ochorením Covid-19 zaviedla 12. marca 2020 prvé prísne reštrikcie. Medzi prvé striktné opatrenia patrilo zatvorenie škôlok, škôl a voľnočasových zariadení. Žiaci základných a stredných škôl, ale i univerzitní študenti boli prinútení prejsť na dištančné vzdelávanie. Okrem toho bola pozastavená medzinárodná preprava, uzavreli sa tri slovenské letiská a ľudia vracajúci sa zo zahraničia museli bezodkladne podstúpiť k dňu ich návratu do krajiny 14-dňovú karanténu, ktorá bola pôvodne zriadená štátom vo vopred určených zariadeniach. To sa však nestretlo s pochopením a preto štát povolil absolvovanie karantény v domácej izolácii. Situácia sa každým pribúdajúcim prípadom zhoršovala a preto bol v druhej polovici mesiaca vyhlásený núdzový stav. Blížiacimi sa veľkonočnými sviatkami sa predpokladal zvýšený pohyb obyvateľstva a preto bol zavedený zákaz vychádzania, ktorý bol známy predovšetkým zákazom prechádzania medzi okresmi. Existovalo však niekoľko výnimiek, napr. cesta do a z práce, nákup nevyhnutných potrieb, návšteva zdravotníckeho zariadenia, cesta za vykonaním testu na Covid-19 a pod. Situácia sa však naďalej zhoršovala a preto hygienici nariadili povinnosť nosenia ochranných rúšok. Problém však nastal v momente, kedy prišlo k zisteniu, že štát nemá dostatočné množstvo ochranným pomôcok a preto boli občania nútení zaobstarať si rúška vo vlastnej réžii. (SME, 2022)

1. 5. 3 Koronavírus v číslach

Od vypuknutia epidémie sa k 23. januáru 2023 nakazilo vírusom 673,384,853 ľudí z celého sveta, pričom 6,746,948 ochoreniu, žiaľ, podľahlo. Skvelou správou však zostáva, že z celkového počtu doposiaľ potvrdených prípadov sa vyliečilo 645,266,521 pacientov. Koronavírus postihol doposiaľ 229 krajín a do prvej päťky krajín, ktoré evidujú najviac potvrdených prípadov patria USA, India, Francúzsko, Nemecko a Brazília. V počte celkových úmrtí vedú opäť krajiny ako USA, Brazília a India a priečku piatich krajín s najväčšou úmrtnosťou na ochorenie uzatvárajú krajiny Rusko a Mexiko. (Worldometers, 2023).

Čo sa týka Slovenska, k 23. januáru 2023 evidujeme celkovo 1 860 448 pozitívne testovaných osôb, ktorým boli vykonané laboratórne testy. Z tohto počtu podľahlo ochoreniu 20 911 občanov, pričom najväčšie percento úmrtnosti sme zaznamenali v januári roku 2021. Podľa dát boli najrizikovejšími krajinami predovšetkým prešovský, bratislavský a žilinský kraj. Najvyšší počet pozitívne testovaných osôb evidujú mestá Bratislava, Košice a Žilina. Počet zaočkovaných osôb aspoň jednou dávkou činí 2 839 014.

Graf č. 6: Denný prírastok nových prípadov Covid-19 na mil. ľudí v krajinách V4



Zdroj: Our World In Data (2023)

Na porovnanie situácie týkajúcej sa koronakrízy sme si vybrali ako príklad krajiny Vyšehradskej štvorky a to Poľsko, Česko, Maďarsko a Slovensko. Zamerali sme sa na sledovanie denného prírastku nových prípadov Covid-19 na mil. ľudí. Tento ukazovateľ sme porovnávali od marca 2020, teda od vypuknutia pandémie na Slovensku, do januára 2023.

Vďaka grafu môžeme konštatovať, že najkritickejším obdobím bolo predovšetkým jesenné a zimné obdobie, čiže fáza od septembra roku 2021, po apríl roku 2022. Jedným z najhlavnejších dôvodov enormného zvýšenia pozitívnych prípadov bolo úplné uvoľnenie opatrení a tiež fakt, že zima je obdobím chrípok, prechladnutí a zníženej imunity. Tieto faktory vyvolali reakciu, ktorá spôsobila zvýšenie denného prírastku nových prípadov. Ďalej možno konštatovať, že z krajín V4 boli najpostihnutejšími práve Slovensko a Česko. Napríklad práve v tom najkritickejšom období atakoval denný prírastok nových prípadov na Slovensku hodnotu 4000 ľudí, zatiaľ čo v susednom Česku táto hodnota presiahla číslo 4000. Situácia sa postupne zlepšovala od marca roku 2022. Koncom roka 2022, teda nástupom zimného obdobia, sa aj napriek zvýšenému počtu pozitívnych prípadov zdala byť situácia pod kontrolou.

Za jeden z dôvodov zníženia pozitívnych prípadov môžeme považovať aj zavedenie očkovania, ktoré sa na našom území spustilo v decembri 2020. To prebiehalo v rôznych vlnách, v závislosti od typu zamestnania, veku, chorôb a pod. Medzi prvými zaočkovanými boli zdravotníci, seniori, učitelia a iní zamestnanci kritických infraštruktúr, osoby s rôznymi závažnými a stredne závažnými ochoreniami a neskôr nasledovali aj osoby 45+ a 18+. Do apríla roku 2022 bolo zaočkovaných prvou dávkou približne 2 800 000 ľudí, avšak plne zaočkovaných bolo o zhruba 50 000 ľudí menej.

Stále však platí, že sa Slovensko dlhodobo nachádzalo na chvoste, čo sa týka dôvery v očkovanie. To zapríčinilo aj fakt, že počas prvej vlny očkovania vykazovala krajina nízke percento zaočkovanosti. Cieľom krajiny bolo predísť prostredníctvom vakcíny šíreniu infekcie a na to, aby tento cieľ splnila, bolo potrebné, aby sa zaočkovalo 3,3 milióna obyvateľstva. To znamená, že aby sme sa efektívne vyhlí nákaze, je potrebné, aby sa zaočkovalo približne 65% ľudí.

2 CIEĽ PRÁCE

2.1 Hlavný cieľ

Teoretickým cieľom diplomovej práce je definícia pojmu cestovný ruch, analýza cestovného ruchu na Slovensku, ako aj samostatného regiónu Liptova, sumarizácia najväčších pandémieí sveta, ktoré negatívne poznačili vývoj cestovného ruchu, ale i zmapovanie situácie spojenej s vypuknutím a trvaním pandémie Covid-19.

V záverečnej práci sme sa venovali predovšetkým poukázaniu dopadu pandémie koronavírusu na región Liptova. Na základe tejto problematiky sme si vytýčili hlavný cieľ, ktorým je analýza dopadu pandémie Covid-19 na cestovný ruch v liptovskom regióne a následná formulácia opatrení, ktoré by napomohli zmierniť negatívne vplyvy koronakrízy.

2.2 Čiastkové ciele

Na splnenie hlavného cieľa je nevyhnuté vytýčenie niekoľkých parciálnych, teda čiastkových cieľov, ktorými sú:

- ❖ Charakterizovať terminologický pojem cestovný ruch.
- ❖ Analyzovať stav cestovného ruchu na Slovensku a v regióne Liptov.
- ❖ Zmapovať vývoj pandémie koronavírusu vo svete a na Slovensku.
- ❖ Zistiť a vyhodnotiť názory respondentov na situáciu spojenú s dopadom pandémie koronavírusu na ich podnikanie v regióne Liptov.
- ❖ Prostredníctvom získaných dát z dotazníkového prieskumu a štruktúrovaného rozhovoru predstaviť vlastný postoj a navrhnúť podporné riešenia a odporúčania.

Prostredníctvom stanovených cieľov sme si navrhli nasledovné výskumné otázky:

- Výskumná otázka č. 1 – Aké najčastejšie ekonomické dopady zaznamenali respondenti vo svojich spoločnostiach vplyvom pandémie Covid-19?
- Výskumná otázka č. 2 – Ako hodnotia respondenti mieru pripravenosti na pandemickú situáciu v oblasti krízového manažmentu?
- Výskumná otázka č. 3 – Aké zmeny v oblasti spotrebiteľského správania a profilu cestovateľa zaznamenali respondenti počas trvania pandémie Covid-19?

3 METODIKA PRÁCE A METODIKA SKÚMANIA

Ako sme už spomenuli v predchádzajúcej kapitole, hlavným cieľom záverečnej práce je analýza dopadu pandémie Covid-19 na cestovný ruch v liptovskom regióne a následná formulácia opatrení, ktoré by napomohli zmierniť negatívne vplyvy koronakrízy. Počas písania práce bolo nevyhnutné získať materiál v podobe primárnych a sekundárnych zdrojov, vďaka ktorým sme získali potrebné informácie na spracovanie diplomovej práce.

Dôležitým postupom pri písaní každej záverečnej práce je zhromažďovanie, hodnotenie a následné interpretovanie získaných dát. Tieto postupy sú súčasťou dvoch na seba naväzujúcich metód a to teda analýzy a syntézy, ktoré sme využili predovšetkým v teoretickej časti diplomovej práce. Okrem iného sme v práci použili aj metódu komparácie, teda metódu porovnávania dvoch alebo viacerých prvkov. Tá bola využitá hlavne v grafickom porovnaní jednotlivých ukazovateľov cestovného ruchu (počet návštevníkov, počet prenocovaní, vývoj tržieb,..) za určité časové obdobie.

V praktickej časti diplomovej práce sme pracovali s metódou dopytovania, pričom hlavným nástrojom získavania údajov bol dotazník, ktorý sme zhotovili prostredníctvom online formulára Google. Odpovede od respondentov sme zhromažďovali v prvej polovici marca 2023, pričom dotazník bol distribuovaný elektronickou formou na základe emailovej komunikácie. Vybranú zložku respondentov predstavovali spoločnosti, ktoré svoju podnikateľskú činnosť vykonávajú v regióne Liptov a ktoré sa zároveň zaraďujú medzi spoločnosti poskytujúce služby pre účastníkov cestovného ruchu. Online formulár pozostával z 11 otázok, pričom 10 otázok sme charakterizovali ako hlavné otázky a jedna otázka bola zameraná na základné údaje o respondentoch. Otázky boli cielené na zhodnotenie dopadu pandémie koronavírusu na podnikateľskú činnosť spoločností v regióne Liptov. Väčšina otázok bola zostavená tak, aby mal respondent možnosť výberu jednej alebo viacerých odpovedí z ponúknutých alternatív. Formulár však obsahoval aj otázky, pri ktorých mal respondent možnosť ohodnotiť mieru skúmanej problematiky pomocou lineárnej stupnice, ktorá bola zostavená ako päťbodová intervalová škála.

Prieskumná vzorka pozostávala z 220-tich spoločností, pričom oslovených respondentov bolo 440. Správne vyplnený dotazník vrátila polovica skúmaných spoločností, takže finálny počet je na úrovni 220 respondentov.

V rámci praktickej časti sme zároveň realizovali aj štruktúrovaný rozhovor, ktorý pozostával z 11 otázok, pričom predložené otázky boli zamerané na hlbšiu analýzu dopadu pandémie Covid-19 na tri vybrané spoločnosti, ktorými boli ubytovacie zariadenie, stravovacie zariadenie a športovo-rekreačné zariadenie. Všetky uvedené subjekty žiadali o zachovanie anonymných odpovedí.

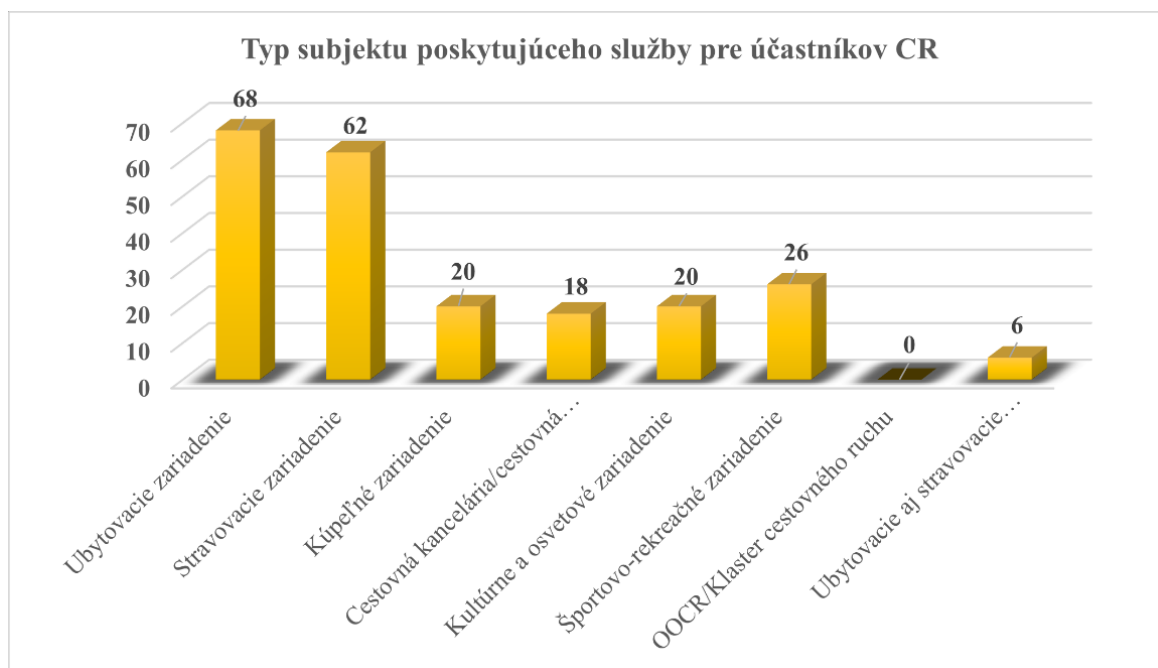
4 VÝSLEDKY PRÁCE

4.1 Výsledky prieskumu a ich interpretácia

Prostredníctvom prieskumu realizovaného formou dotazníka bolo našim cieľom zistiť, ako vplývala pandémia koronavírusu na spoločnosti v regióne Liptova. Dotazníkové otázky boli navrhnuté tak, aby sme prostredníctvom odpovedí mohli zanalyzovať dopad pandémie na spomínaný región. Vzorka pre náš výskum pozostávala z 220 respondentov a všetky zozbierané dáta boli vyhodnotené a spracované prostredníctvom programu MS Excel.

V prvej otázke sme zisťovali, pod aký typ subjektu poskytujúceho služby pre účastníkov cestovného ruchu sa zaraďuje skúmaná inštitúcia.

Graf č. 7: Typ subjektu poskytujúceho služby pre účastníkov CR



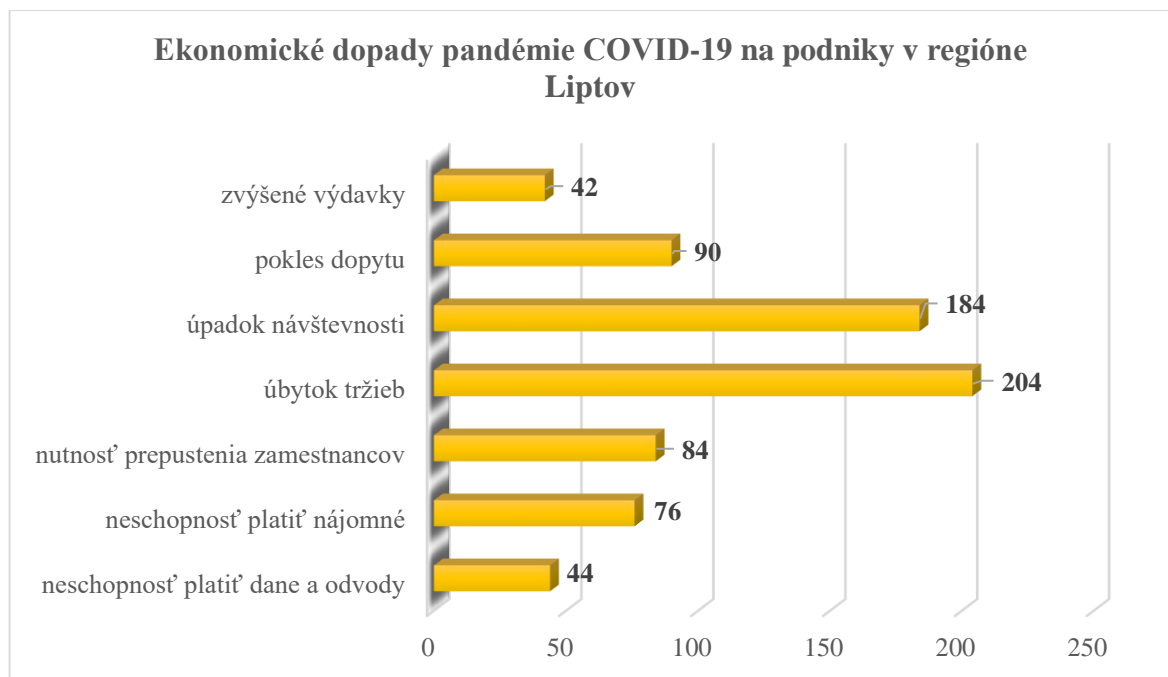
Zdroj: Vlastné spracovanie v MS Excel (2023)

Podľa ilustrácie grafu č. 7 možno konštatovať, že našu výskumnú vzorku tvorila široká škála inštitúcií podnikajúcich v oblasti cestovného ruchu. Najväčší počet respondentov tvorila skupina ubytovacích zariadení, nakoľko sa prieskumu zúčastnilo 68

subjektov, čo predstavovalo 30,9%. Druhou najpočetnejšou skupinou respondentov boli stravovacie zariadenia v počte 62 subjektov, čo tvorí 28,2%. Nasledovali športovo rekreačné zariadenia na úrovni 26 respondentov, čo činí 11,8%. Rovnaké percento respondentov tvorili inštitúcie zaradené do skupiny kultúrnych a osvetových zariadení (9,1%) a tiež kúpeľné zariadenia (9,1%). Prieskumu sa zúčastnilo zároveň 18 cestovných kancelárií a agentúr, čo predstavuje 8,2% a 6 subjektov uviedlo, že sa zaraďuje medzi ubytovacie aj stravovacie zariadenie, čomu prislúcha 2,7%.

V nasledujúcej otázke sme sa pýtali na ekonomické dopady pandémie COVID-19, ktoré zaznamenali jednotlivé inštitúcie vo svojej podnikateľskej činnosti. Respondenti mali možnosť označiť viacero odpovedí.

Graf č. 8: Ekonomické dopady pandémie COVID-19 na podniky v regióne Liptov



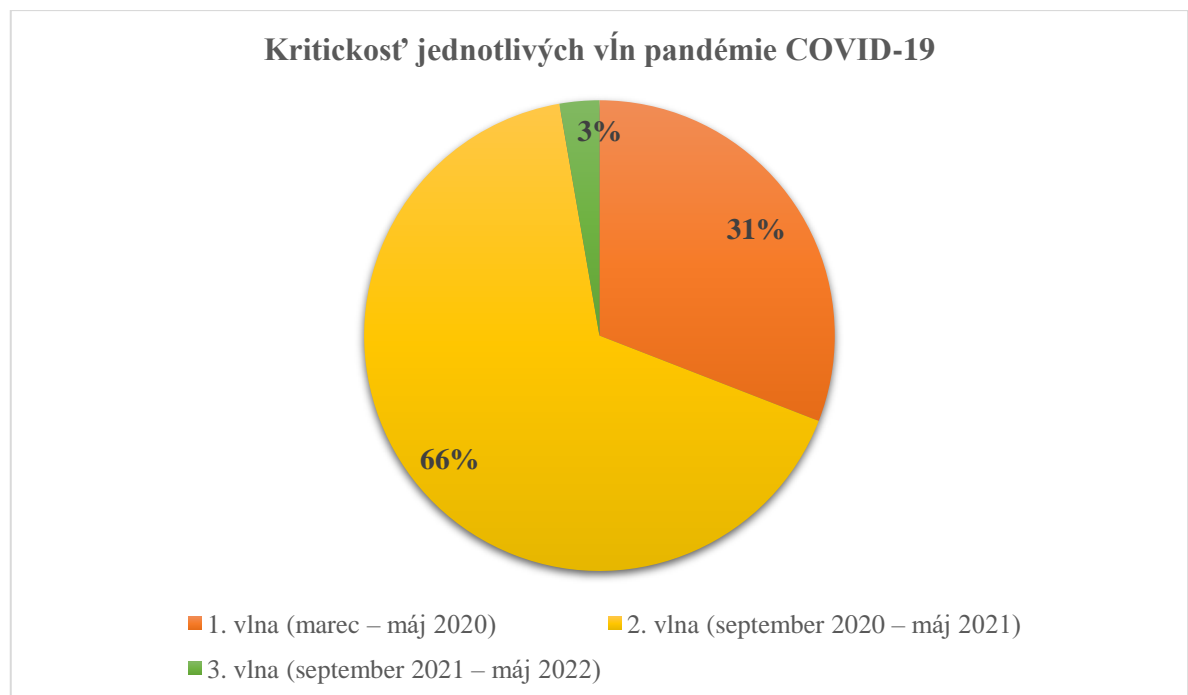
Zdroj: Vlastné spracovanie v MS Excel (2023)

Na základe výsledkov z grafu č. 8 sme zistili, že najväčším ekonomickým dopadom postihujúcim spoločnosti na Liptove bol úbytok tržieb, čo uviedlo ako jednu z možností až neuveriteľných 204 spoločností, čo predstavuje 92,73%. Druhým najčastejšie uvádzaným ekonomickým dopadom bol úpadok návštevnosti, ktorý zvolilo 184 subjektov, teda 83,64%. Oba ukazovatele zaznamenali tak vysoké hodnoty na základe skutočnosti, že väčšina

prevádzok cestovného ruchu zostala počas najkritickejších období pandémie zatvorených, prípadne v stave s obmedzenou prevádzkou. 90 subjektov, teda 40,91% zvolilo ako jeden z ekonomických dopadov aj pokles dopytu, čo bolo okrem iného spôsobené aj zvýšenou neistotou ľudí a strachom o vlastné zdravie. Kvôli zatvoreným prevádzkam a poklesu tržieb bolo až 84 respondentov (38,18%) nútených prepustiť zamestnancov a 76 spoločností, teda 34,55% nebolo schopných platiť nájomné. 44 inštitúcií zároveň nebolo schopných platiť ani dane a odvody, čo predstavuje 20% z celkového počtu prieskumnej vzorky a 42 spoločností zaregistrovalo zvýšenie výdavkov počas vypuknutia a trvania pandémie.

Pomocou nasledujúcej výskumnej otázky bolo našou snahou prezistiť, ktorá z vln pandémie COVID-19 bola pre uvedené subjekty najkritickejšia.

Graf. č. 9: Kritickosť jednotlivých vln pandémie COVID-19



Zdroj: Vlastné spracovanie v MS Excel (2023)

Ilustrácia grafu č. 9 znázorňuje, ktorá z vln pandémie bola pre skúmané spoločnosti najkritickejšia. Ako je už známe, COVID-19 sa šíril územím Slovenska v 3 vlnách a to:

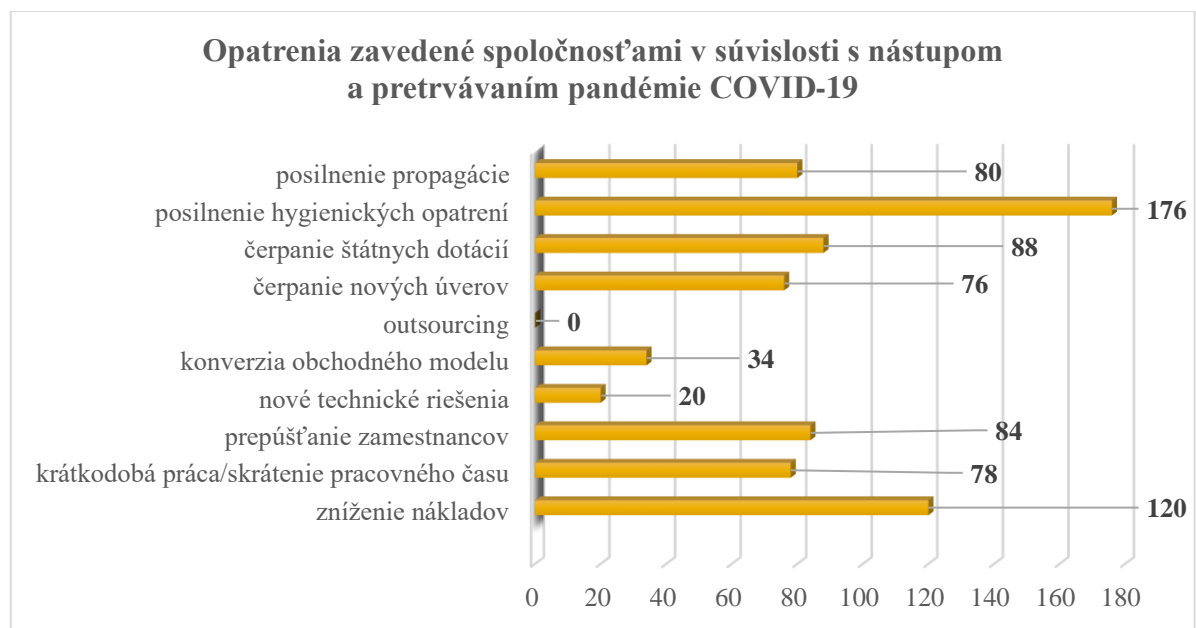
- 1. vlna (marec – máj 2020)
- 2. vlna (september 2020 – máj 2021)

- 3. vlna (september 2021 – máj 2022)

66% inštitúcií uviedlo, že za najkritickejšiu vlnu považujú druhú, čo bolo spôsobené predovšetkým sprísnenými opatreniami, tvrdými lockdownami, resp. uzavretou krajinou a tiež už prehĺbenou ekonomickou recesiou. 31% opýtaných zvolilo za najkritickejšiu vlnu prvú, ktorá bola charakteristická rýchlym nástupom a nedostatočnou pripravenosťou na podobnú krízovú situáciu. 3% respondentov uviedli ako najviac kritickú 3. vlnu.

V nasledujúcej otázke nás zaujímalo, aké opatrenia zaviedli jednotlivé inštitúcie nástupom a pretrváváním pandémie COVID-19. Respondenti mali možnosť zvolenia viacerých odpovedí. Výsledky dopadli nasledovne:

Graf č. 10: Opatrenia zavedené spoločnosťami v súvislosti s nástupom a pretrváváním pandémie COVID-19



Zdroj: Vlastné spracovanie v MS Excel (2023)

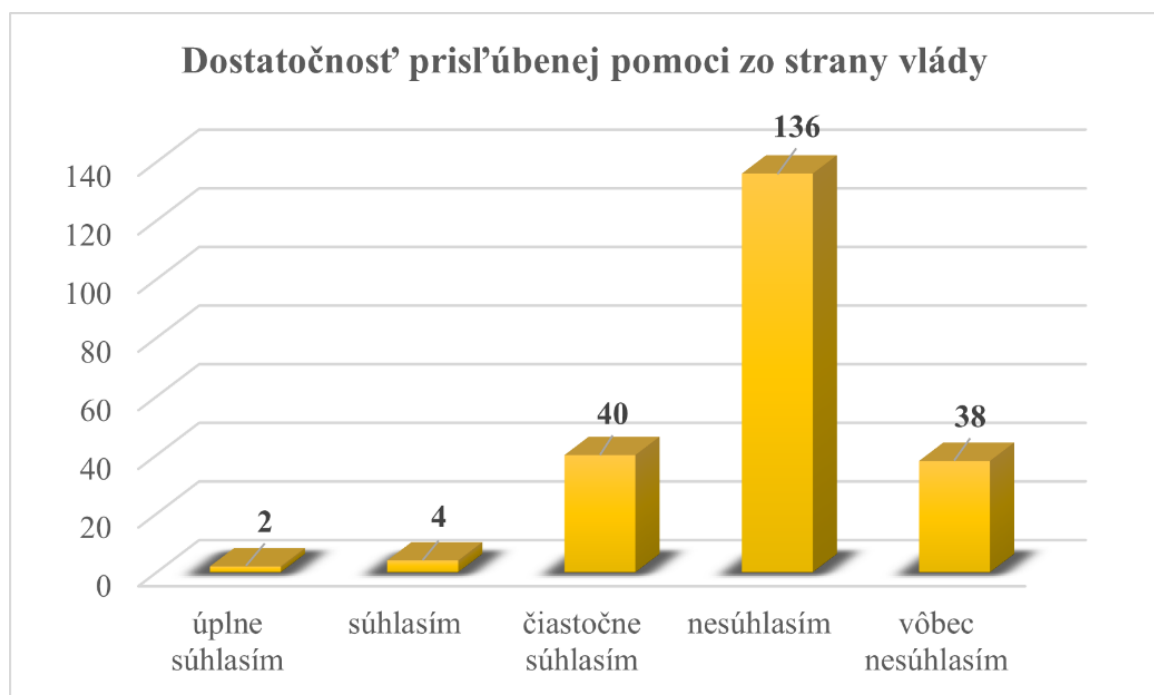
Na základe výsledkov znázornených pomocou grafu č. 10 možno konštatovať, že za najpodstatnejšie opatrenie zavedené počas obdobia koronakrízy považovali firmy posilnenie hygienických opatrení, ktoré zaviedlo 176 podnikov, čo predstavuje 80%. Prostredníctvom grafu tiež možno určiť ako druhé najpotrebnejšie opatrenie zníženie nákladov, ktoré zaviedlo

120 inštitúcií (54,55%). 40% respondentov bolo nútených čerpať štátne dotácie a 38,18% muselo pristúpiť na prepúšťanie svojich zamestnancov. Za jedno z pomocných opatrení vnímali spoločnosti aj posilnenie propagácie, pričom k tejto možnosti sa priklonilo 80 skúmaných subjektov, čo činí 36,36%. 78 opýtaných (35,45%) zároveň zaviedlo skrátenie pracovného času, resp. krátkodobú prácu a 76 subjektov (34,55%) muselo čerpať nové úvery, aby ustáli ťažké obdobie spojené s trvaním pandémie. Konverziu obchodného modelu, teda laicky povedané, zmenu stratégie podnikania aplikovalo vo svojej podnikateľskej činnosti 34 respondentov (15,45%) a 20 inštitúcií prišlo s novými technickými riešeniami, čo predstavuje (9,09%). Outsourcing nezaviedla ani jedna spoločnosť ako jedno z opatrení v boji proti pandémie COVID-19.

V piatej výskumnej otázke mali respondenti možnosť ohodnotiť tri rôzne výroky, ktoré sa týkali vládnej pomoci pre podniky podnikajúce v oblasti cestovného ruchu. Výroky zneli:

- *pomoc, ktorú prisľúbila vláda bola/je dostatočná*
- *o pomoc, ktorú prisľúbila vláda bolo/je ľahké požiadať*
- *pomoci som sa nedočkal/sa nedočkám*

Graf č. 11: Dostatočnosť prisľúbenej pomoci zo strany vlády



Zdroj: Vlastné spracovanie v MS Excel (2023)

Prostredníctvom výsledkov zobrazených v grafe č. 11 možno potvrdiť, že približne 4/5 respondentov vnímajú dostatočnosť prisľúbenej vládnej pomoci negatívne. 136 spoločností, čo predstavuje 61,82%, nesúhlasí s uvedeným výrokom a 38 spoločností (17,27%) s vyslovených výrokom vôbec nesúhlasí. 40 oslovených inštitúcií zastáva názor, že čiastočne súhlasí s tým, že vládna pomoc poskytnutá spoločnostiam bola/je dostačujúca. So spomínaným výrokom súhlasia 4 subjekty a úplne súhlasia 2 respondenti zo skúmanej vzorky.

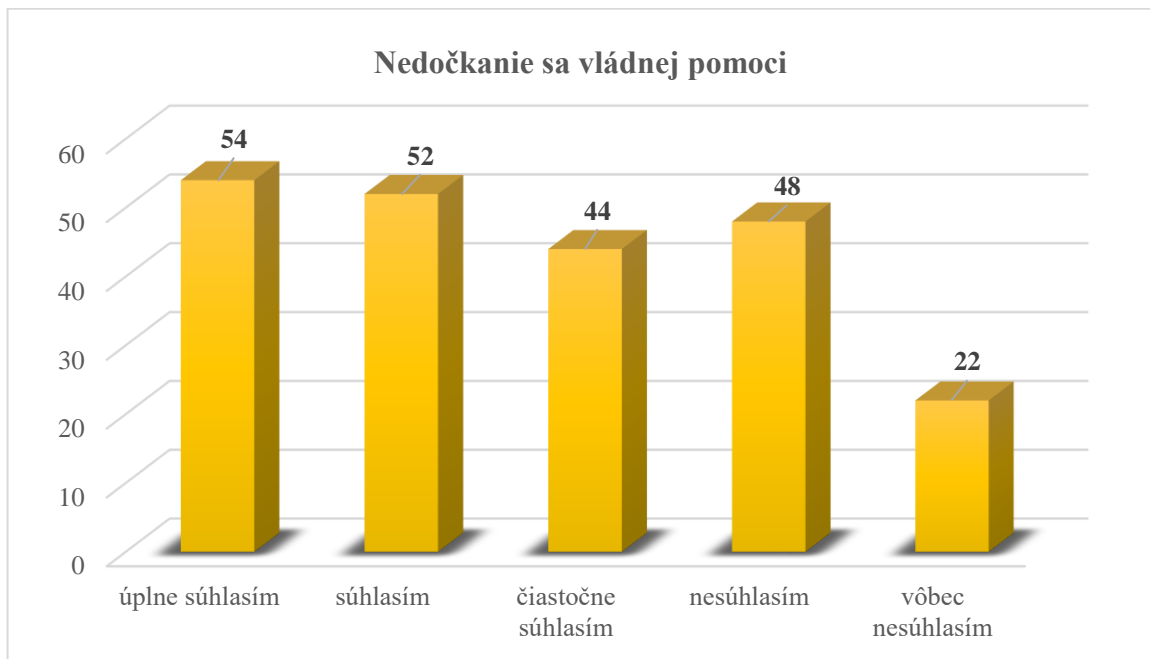
Graf č. 12: Ľahkosť žiadosti o vládnú pomoc



Zdroj: Vlastné spracovanie v MS Excel (2023)

Prostredníctvom priloženého grafu možno skonštatovať, že viac ako polovica skúmaných spoločností čiastočne súhlasila s výrokom, že o pomoc, ktorú prisľúbila vláda bolo, respektíve je ľahké požiadať (112 spoločností, 50,91%). Nasledovala možnosť nesúhlasu, ktorú zvolilo 70 spoločností, čo predstavuje 31,82%. S výrokom vôbec nesúhlasilo 10,91% opýtaných, teda 24 inštitúcií. Najmenšie zastúpenie odpovedí mali možnosti „súhlasím“ (12 subjektov) a „úplne súhlasím“, čo si zvolili 2 spoločnosti.

Graf č. 13: Nedočkanie sa vládnej pomoci



Zdroj: Vlastné spracovanie v MS Excel (2023)

V grafe č.13 možno spozorovať opätovne rôznorodé odpovede respondentov. Najväčší počet spoločností sa priklonilo k možnosti úplného súhlasu, čo znamená, že až 24,55%, teda takmer $\frac{1}{4}$ respondentov sa nedočkala žiadnej pomoci zo strany vlády. 52 subjektov sa priklonilo k názoru, že súhlasí so skúmaným výrokom. Čiastočne súhlasilo s výrokom 44 inštitúcií a ďalších 48 sa priklonilo k nesúhlasu. Zvyšných 22 respondentov zvolilo možnosť absolútneho nesúhlasu, čo značí, že približne 70 spoločností zo skúmanej vzorky sa dočkalo pomoci zo strany štátu.

V ďalšej otázke nás zaujímalo, aké možnosti pomoci zo strany štátu využili jednotlivé spoločnosti v čase krízy. Na výber mali z 5 možností, pričom v prípade nevyžitia žiadnej pomoci, prípadne využitia inej formy pomoci, mali respondenti možnosť vyjadriť svoj vlastný názor pomocou možnosti „iné“. Okrem iného mohli inštitúcie zvoliť viacero odpovedí.

Graf č. 14: Možnosti pomoci zo strany štátu využité spoločnosťami v čase krízy



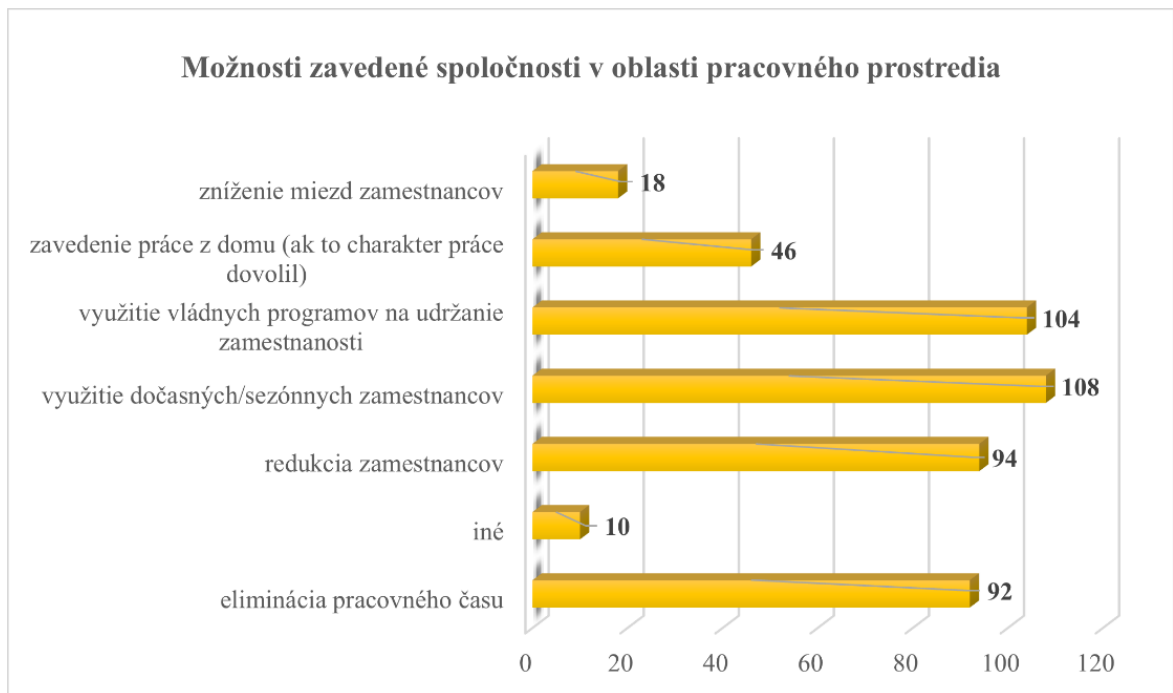
Zdroj: Vlastné spracovanie v MS Excel (2023)

Najväčší počet respondentov zvolilo možnosť odkladu úhrady preddavkov na daň z príjmov FO a PO, čo tvorilo až 61,82% subjektov. Mnoho spoločností využilo aj možnosť prolongácie lehoty platenia odvodov na poistenca (43,64%) a tiež možnosť prolongácie lehoty na podanie daňového priznania, čomu sa priklonilo 72 spoločností, teda 32,73%. 42 spoločností zvolilo aj možnosť odpočtu daňovej straty a 12 inštitúcií si odročilo daňové exekúcie. Zvyšných 28 spoločností (12,73%) vyjadrilo vlastný názor prostredníctvom možnosti iné:

- 20 subjektov nevyužilo žiadnu formu pomoci zo strany vlády
- 2 spoločnosti využili možnosť preplatenia nepatrnej časti mzdy zamestnancov
- 2 inštitúcie zvolili možnosť dotácie na zamestnancov
- 2 skúmané subjekty zvolili formu kompenzácie časti tržieb a
- 2 podniky požiadali o príspevok na nájom

V nasledujúcej otázke sme sa pýtali na možnosti, ktoré zaviedli spoločnosti počas trvania pandémie v oblasti pracovného prostredia. Opäť mali respondenti možnosť výberu zo 6 hlavných možností a možnosti „iné“, kde mohli vyjadriť vlastné opatrenia zavedené v ich spoločnostiach. V otázke mohli zvoliť viacero možností.

Graf č. 15: Možnosti zavedené spoločnosti v oblasti pracovného prostredia

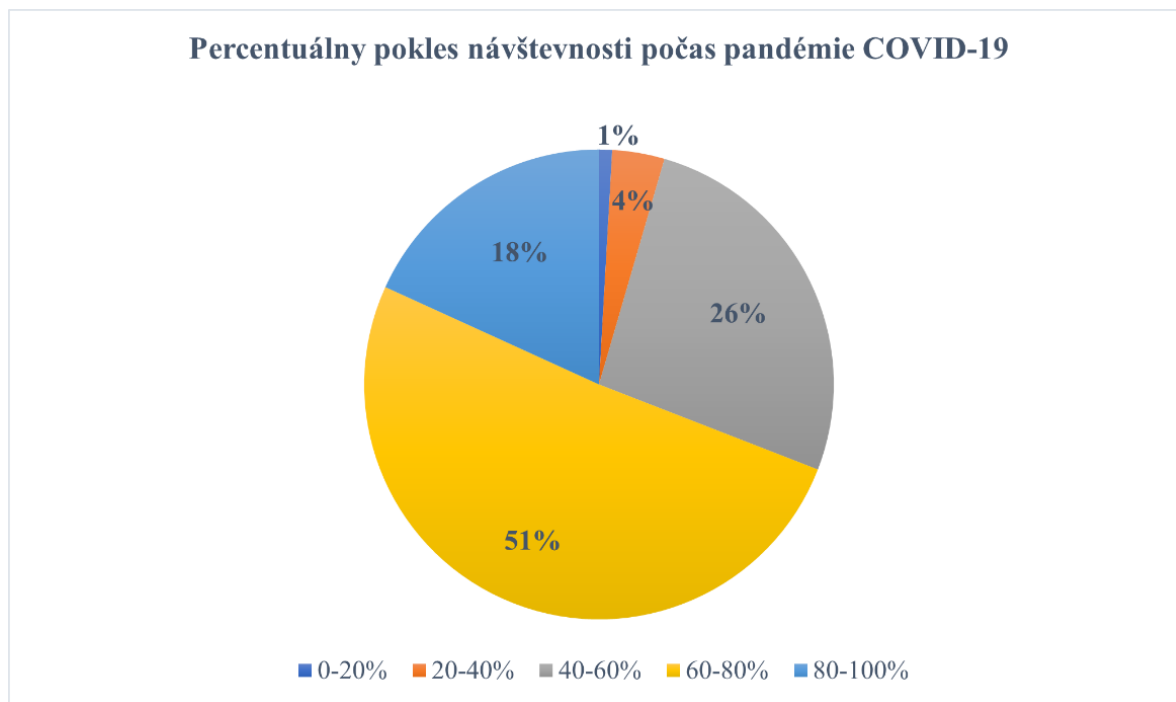


Zdroj: Vlastné spracovanie V MS Excel (2023)

Pomocou grafu č. 15 možno určiť za najzavádzanejšiu možnosť v oblasti pracovného prostredia v období trvania pandémie COVID-19 využitie dočasných/sezónnych zamestnancov. Dočasné pridelenie zamestnancov využilo 108 spoločností, čo predstavuje 49,09%. Len o niečo menej spoločností zároveň využilo vládne programy, ktoré slúžili na udržanie zamestnancov. Túto možnosť zvolilo 104 inštitúcií (47,27%). 98 subjektov bolo nútených počas trvania krízy redukovať stav svojich zamestnancov (42,72%) a ďalších 92 eliminovať pracovný čas (41,82%). Prácu z domu (pokiaľ to charakter práce dovolil) zaviedlo 46 spoločností (20,91%) a 18 spoločností bolo zároveň nútených znížiť svojim zamestnancom mzdy, čo predstavuje 8,18%. Zvyšných 10 skúmaných subjektov zvolilo možnosť „iné“, pričom ani jedna z nich nezaviedla žiadne z uvedených možností v oblasti pracovného prostredia, nakoľko ide o menšie rodinné podniky, ktoré nedisponujú žiadnymi zamestnancami.

Cieľom otázky č. 8 bolo zistiť približný percentuálny pokles návštevnosti v jednotlivých spoločnostiach počas pandémie COVID-19.

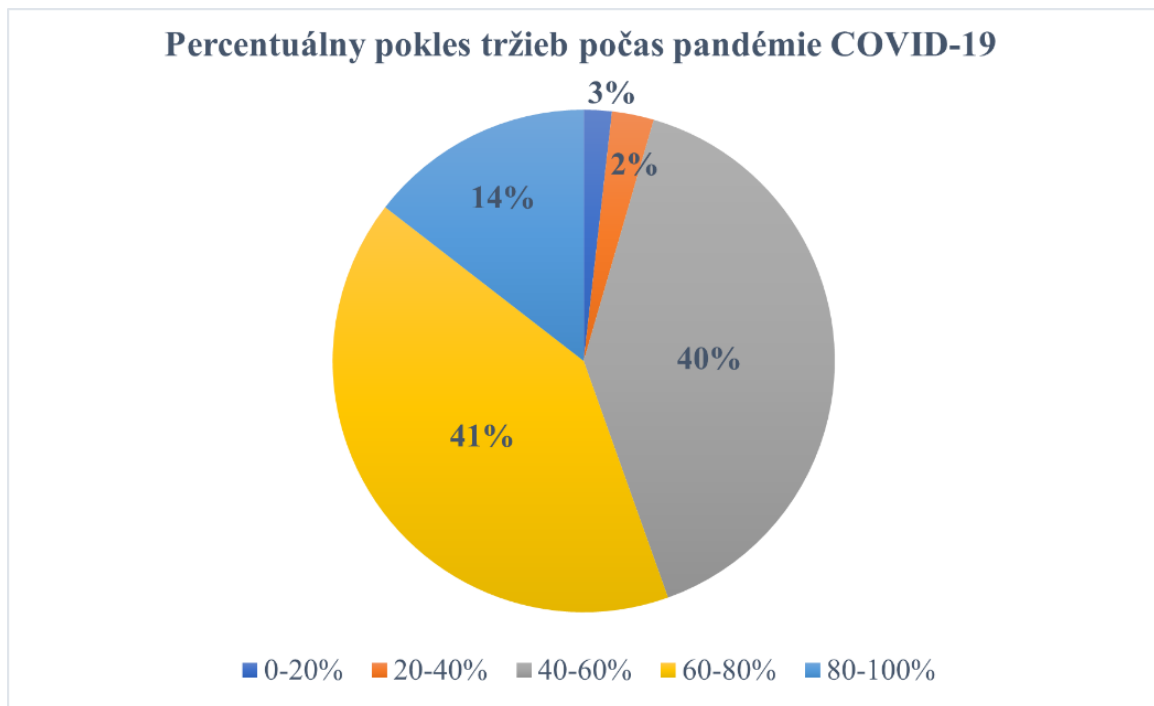
Graf č. 16: Percentuálny pokles návštevnosti počas pandémie COVID-19



Zdroj: Vlastné spracovanie v MS Excel (2023)

Podľa grafu je zrejmé, že až 51% respondentov zaznamenalo počas obdobia koronakrízy percentuálny pokles v rozmedzí 60-80%. 26% spoločností uviedlo, že návštevnosť v ich zariadeniach klesla o 40 až 60%, pričom najvyššiu mieru poklesu návštevnosti a to teda v rozmedzí 80 až 100% zaznamenalo 18% inštitúcií. 4% vykázali pokles na úrovni 20-40% a 1% spoločností uviedlo, že nezaznamenali enormný pokles návštevnosti, keďže pokles návštevnosti sa pohyboval v rozmedzí medzi 0 až 20%.

Graf č. 17: Percentuálny pokles tržieb počas pandémie COVID-19

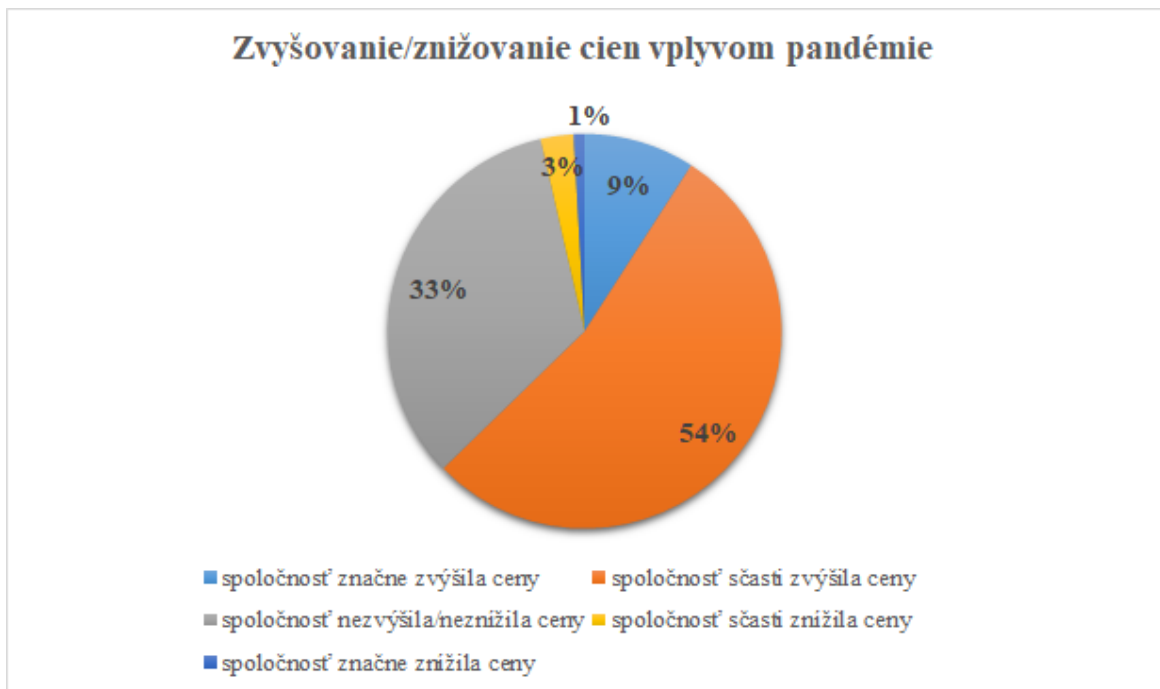


Zdroj: Vlastné spracovanie v MS Excel (2023)

Podľa ilustrácie grafu č. 17 možno konštatovať, že najvyššie percento spoločností zaznamenalo pokles tržieb na úrovni 60 až 80%, no takmer identické hodnoty vykázali aj spoločnosti, ktorým tržby poklesli o 40 až 60%. 14% skúmaných subjektov uviedlo, že ich tržby zažili počas obdobia pandémie pokles na úrovni 80 až 100%. Najväčšiu skupinu respondentov označujúcich možnosť poklesu tržieb o 80-100% tvorili predovšetkým cestovné kancelárie a cestovné agentúry. 2% inštitúcií zaznamenali pokles o 20 až 40% a zvyšné tri percentá zaznamenali len minimálny pokles v rozmedzí 0-20%.

Otázka č. 10 bola kladená tak, aby sme prostredníctvom nej mohli zistiť, či boli skúmané subjekty nútené vplyvom pandémie COVID-19 zvýšiť, respektíve znížiť ceny ponúkaných produktov a služieb. Ako sme už spomínali v teoretickej časti, cestovný ruch bol jedným z odvetví, ktoré boli najviac postihnuté krízou spojenou s vírusom SARS-CoV-2. V predchádzajúcich grafoch sme mali možnosť spozorovať percentuálne poklesy návštevností a tržieb, čo negatívne ovplyvnilo chod každého subjektu podnikajúceho v oblasti cestovného ruchu. Na základe tejto skutočnosti nás zaujímalo, či jednotlivé spoločnosti zvýšili, resp. znížili ceny, aby dohnali stratené tržby. Respondenti mali na výber jednu z 5 možností.

Graf č. 18: Zvyšovanie/znižovanie cien vplyvom pandémie COVID-19



Zdroj: Vlastné spracovanie v MS Excel (2023)

Pomocou grafu možno určiť, že najviac spoločností sa priklonilo k možnosti čiastočného zvyšovania cien, čo zvolilo 54% spoločností. Predpokladáme, že túto možnosť zvolilo a zaviedlo najviac spoločností práve v súvislosti so záchranou svojej podnikateľskej činnosti, aby čo najrýchlejšie eliminovali straty spojené s úbytkom tržieb. 33% subjektov nezvýšilo/neznížilo vplyvom prebiehajúcej pandémie ceny poskytovaných produktov a služieb, no ďalších 9% si muselo zvoliť možnosť značného zvyšovania cien, čo opäť súvisí s cieľom eliminácie strát. 3% inštitúcií sčasti znížili ceny a zvyšné 1% subjektov ceny značne znížilo.

V poslednej, teda v 11. dotazníkovej otázke nás zaujímala miera pripravenosti spoločností na krízovú situáciu spojenú s pandemiou COVID-19 v oblasti krízového manažmentu. Otázka bola zostavená tak, aby mal respondent možnosť výberu jednej možnosti z lineárnej stupnice, ktorá pozostávala z 5 stupňov. Stupeň 1 znázorňoval najnižšiu mieru pripravenosti na krízovú situáciu a stupeň 5 označoval najvyššiu mieru pripravenosti na skúmanú problematiku. Výsledky poslednej otázky sú znázornené v grafe č. 19.

Graf č. 19: Miera pripravenosti na krízovú situáciu



Zdroj: Vlastné spracovanie v MS Excel (2023)

Posledný graf výsledkovej časti znázorňuje mieru pripravenosti v oblasti krízového manažmentu, čo považujeme za veľmi dôležitú oblasť každej existujúcej spoločnosti, či už v čase trvania krízy alebo v čase, kedy aktuálne nie je spoločnosť vystavovaná nepríjemnej udalosti. Neoddeliteľnou súčasťou každého podnikateľského subjektu je existencia krízového manažmentu, ktorý slúži na riešenie nepríjemných a nečakaných situácií, ale aj ako prevencia voči krízovým situáciám.

Pomocou grafu možno určiť, že 160 podnikov, čo predstavuje 72,73%, označilo pomocou lineárnej stupnice predovšetkým stupne 1 a 2, čo znamená, že takmer tri štvrtiny skúmaných objektov neboli vôbec alebo neboli dostatočne pripravené na podobné krízové situácie. Najväčšie zastúpenie odpovedí mal stupeň 2, ktorý zvolilo 84 inštitúcií (38,2%) a len o 8 subjektov menej označilo stupeň pripravenosti 1, čo predstavuje 34,5%. 34 spoločností (15,5%) zvolilo ako mieru pripravenosti stupeň 3, čo znamená, že boli čiastočne pripravené na podobné neočakávané situácie. Prekvapujúcim faktom je, že len 26 inštitúcií z 220 uviedlo, že boli dostatočne, respektíve veľmi pripravené na podobné nepríjemné udalosti. 18 spoločností (8,2%) zvolilo za stupeň pripravenosti „4“ a posledný, teda najvyšší stupeň pripravenosti uviedlo 8 spoločností, čo činí 3,6%.

4.2 Výsledky štruktúrovaného rozhovoru a ich interpretácia

Nasledujúca podkapitola pozostáva z kľúčových výsledkov štruktúrovaného rozhovoru a ich interpretácie, ktorý sme realizovali v spolupráci s tromi vybranými spoločnosťami, ktoré poskytujú svoje služby pre účastníkov cestovného ruchu. Otázky boli navrhnuté tak, aby poskytli čo najkomplexnejšie a najvernejšie informácie ohľadom podnikania v cestovnom ruchu v období pandémie Covid-19 a samotný rozhovor je súčasťou príloh diplomovej práce. Štruktúrovaného rozhovoru sa zúčastnili nasledujúce subjekty, ktoré žiadali zostať v anonymite:

- Ubytovacie zariadenie v Uhorskej Vsi
- Stravovacie zariadenie v Liptovskom Mikuláši
- Športovo-rekreačné zariadenie v Ružomberku

Na základe štruktúrovaného rozhovoru (príloha 2) môžeme konštatovať, že všetky tri skúmané spoločnosti boli negatívne poznačené pandemiou Covid-19. Otázky boli mierené prevažne na zmeny, ktoré zaregistrovali jednotlivé subjekty v ich podnikateľskej činnosti vplyvom spomínanej pandémie. Respondenti mali možnosť vyjadriť vlastný názor na otázky týkajúce sa zmien, ktoré zaznamenali nástupom pandémie, ale tiež na kroky, ktoré podstúpili, aby sa čo najefektívnejšie prispôsobili situácii, ktorá nastala v roku 2020. V rozhovore tiež mohli uviesť, ktorá z vln pandémie bola pre ich spoločnosť najkritickejšia a v akej miere ovplyvnili opatrenia vydané vládou SR ich podnikateľskú činnosť. Pomocou subjektívneho odhadu mohli uviesť približný pokles návštevnosti zaznamenaný počas trvania pandémie, ale tiež postoj k zvyšovaniu príjmov počas obdobia koronakrízy. V rozhovore zároveň mohli uviesť, či pandémia Covid-19 zasiahla aj ich pracovnú oblasť, či museli pristúpiť na konverziu obchodného modelu alebo názor na zmenu spotrebiteľského správania. V neposlednom rade mohli vyjadriť svoj postoj k výzvam a príležitostiam, ktoré im pandémia priniesla a aké sú ich predikcie pre trh cestovného ruchu v regióne Liptov.

V otázke č. 1, ktorá reflektovala na zmeny, ktoré pandémia priniesla do bežných, i podnikateľských životov, uvádzali skúmané spoločnosti prevažne pokles tržieb, ktorý bol priamo spojený aj s poklesom návštevnosti. Na základe tejto skutočnosti boli 2 subjekty prinútené pristúpiť na konverziu obchodného modelu, pričom tejto tematike je venovaná samostatná otázka č. 8. Môžeme však konštatovať, že všetky 3 spoločnosti boli negatívne

poznačené nástupom a pretrvávaním pandémie Covid-19, ktorá znamenala v tej dobe neistý pohľad pre mnohých podnikateľov, ale i bežných ľudí.

Otázka č. 2 bola zameraná na kroky, ktoré jednotlivé spoločnosti podstúpili, aby sa čo najefektívnejšie prispôbili situácii ohľadom pandémie. Najčastejšie zavádzaným krokom bolo zavedenie prísnejších hygienických opatrení a tiež konverzia obchodného modelu, pričom 2 skúmané spoločnosti presunuli svoju podnikateľskú činnosť prevažne do oblasti digitálnych platforiem a súčasne sa venovali i posilneniu marketingovej komunikácie. Na základe odpovedí respondentov môžeme konštatovať, že sa spoločnosti snažili zaviesť čo najefektívnejšie kroky v boji proti pandémie, ktorými mohli aspoň sčasti pokryť svoje náklady a zabezpečiť pre svoju spoločnosť aspoň nejakú časť príjmu.

V tretej otázke sme sa pýtali, ktorá z vln pandémie bola pre skúmaných respondentov najkritickejšia a prečo. Všetky tri spoločnosti zastávali názor, že prvá vlna koronavírusu bola pre ich spoločnosti najkritickejšia z dôvodu, že prišla veľmi nečakane a ľudia, resp. spoločnosti, neboli dostatočne pripravení a informovaní o problematike. Prvú vlnu uvádzali ako najkritickejšiu aj z dôvodu úplného zatvorenia prevádzok, pričom pri ďalších dvoch vlnách mohli fungovať aspoň v obmedzenom režime.

Štvrtá otázka reflektovala na opatrenia, ktoré boli vydané príslušnými orgánmi SR a tiež na názor, či boli tieto opatrenia prísnejšie na Slovensku ako v susedných krajinách. Skúmané spoločnosti sa jednohlasne zhodli na názore, že nevedia s presnosťou určiť, či tieto opatrenia boli prísnejšie na Slovensku alebo v okolitých krajinách, no s určitosťou vedia konštatovať, že tieto opatrenia negatívne poznačili chod ich spoločnosti a častokrát im nezostalo nič iné, iba sa prispôbiť opatreniam, aj keď tie neboli vždy úplne logické.

5. otázka bola navrhnutá tak, aby sme prostredníctvom nej zistili približný percentuálny pokles návštevnosti v skúmaných zariadeniach. Ubytovacie zariadenie v Uhorskej Vsi uviedlo, že počas trvania pandémie zaznamenalo 100% pokles návštevnosti a pokiaľ by majitelia apartmánu nemali inú formu príjmu, s veľkou pravdepodobnosťou by ich ubytovacie zariadenie skrachovalo. Stravovacie zariadenie v Liptovskom Mikuláši zaregistrovalo 40 až 60 percentný pokles návštevnosti v ich prevádzke, pričom ich efektívnym krokom k zvýšeniu návštevnosti a príjmom bolo zavedenie okienkového predaja, resp. nákupu výrobkov „so sebou“. Športovo-rekreačné zariadenie v Ružomberku zas uviedlo 80 percentný pokles návštevnosti a zároveň podotklo, že ich veľkou výhodou

bolo, že ich prevádzka je umiestnená v exteriéri, kde v tom čase neplatili tak prísne opatrenia.

V 6. otázke nás zaujímal spôsob, akým sa snažili spoločnosti zvýšiť svoje príjmy počas trvania pandémie Covid-19. Zistili sme, že snahou 2 subjektov bolo čo najrýchlejšie zriadenie webovej stránky, teda eshopu, prostredníctvom ktorého predávali svoje produkty. Stravovacie zariadenie v Liptovskom Mikuláši okrem iného zaviedlo aj rozvoz jedál a iných produktov po meste a jeho okolí a športovo-rekreačné zariadenie v Ružomberku dočasne presunulo svoje pôsobenie do sveta digitálnych platforiem, kde realizovalo online „mini cestovateľské kino“ pre najmenších s tematikou Liptova. Ubytovacie zariadenie v Uhorskej Vsi nemalo možnosť konverzie obchodného modelu a tak pandemický čas využilo na rekonštrukciu apartmánov, čo im v budúcnosti prinesie zníženie nákladov.

V nasledujúcej, teda siedmej otázke, sme sa pýtali, či zasiahla pandémia Covid-19 aj pracovnú oblasť skúmaných spoločností a či boli jednotlivé zariadenia schopné udržať si svojich zamestnancov. V tomto prípade sa odpovede respondentov diametrálne odlišovali. Zatiaľ čo ubytovacie zariadenie v Uhorskej Vsi nedisponovalo v čase pandémie žiadnymi zamestnancami, otázku udržania zamestnancov nemuselo riešiť. Opačným prípadom je však športovo-rekreačné zariadenie v Ružomberku, ktoré muselo dôsledkom pandémie prepustiť svojich sezónnych, aj kmeňových zamestnancov. Vyjadrili sa však, že po ústupe koronakrízy sa títo zamestnanci vrátili do ich spoločnosti. V prípade stravovacieho zariadenia v Liptovskom Mikuláši platilo, že ich hlavnou prioritou bolo predovšetkým udržanie si svojich zamestnancov. Gro svojich zamestnancov premiestnilo do pozície, kedy im nebolo umožnené pracovať kvôli prekážke zo strany zamestnávateľa a zároveň boli umiestnení do tzv. „kurzarbeit“, kedy štát zamestnávateľovi preplácal časť ich mzdy.

Pomocou ôsmej otázky bolo našim cieľom zistiť, či boli skúmané spoločnosti nútené vplyvom pretrvávajúcej pandémie pristúpiť na konverziu obchodného modelu. Ubytovacie zariadenie nemalo možnosť zmeny obchodného modelu, keďže ide o rodinný podnik, ktorý je zameraný na prenájom apartmánov. Stravovacie zariadenie si zriadilo e-shop, prostredníctvom ktorého predávalo miestne výrobky a zároveň tieto výrobky a hotové pokrmy rozvážalo naprieč mestom a do okolitých miest. V dobe koronakrízy znamenalo pre spoločnosť zriadenie eshopu veľkú výzvu, avšak v súčasnosti si nevedia svoje podnikanie bez e-shopu predstaviť. Posledné, teda športovo-rekreačné zariadenie podobne ako stravovacie zriadilo e-shop s regionálnymi výrobkami a výrobkami charakteristickými pre

konkrétny subjekt. Okrem iného, prostredníctvom digitálnych platforiem usporadúvalo pre najmenších vzdelávacie prednášky ohľadom regiónu Liptov.

9. otázka bola zostavená tak, aby sme zistili, či sa podľa respondentov zmenilo spotrebiteľské správanie a profil cestovateľa. Spoločnosti sa zhodli v názore, že množstvo tuzemských turistov si po odznení pandémie vybralo za svoju dovolenkovú destináciu Slovensko. Jednak z dôvodu pomoci miestnym podnikateľom, ale tiež kvôli túžbe tráviť čas vo svojej rodnej krajine, ktorá ponúka nekonečné množstvo možností. Na základe tejto skutočnosti zariadenia zaznamenali vyšší počet domácich, ako zahraničných turistov. Okrem toho spoločnosti zaznamenali zvýšený záujem o nákupy online. Športovo-rekreačné zariadenie v Ružomberku uviedlo, že pred pandemiou registrovali vysoký dopyt po atrakciách a podujatiach v ich zariadení, avšak nástupom a trvaním pandémie Covid-19 sa dopyt zmenil o 100%, nakoľko ich spoločnosť zaznamenala najväčšie tržby práve z predaja produktov prostredníctvom e-shopu a ponúkania služieb prostredníctvom digitálnych platforiem.

V desiatej otázke sme sa pýtali na výzvy a príležitosti, ktorým spoločnosti čelili počas obnovy a rozvoja cestovného ruchu po odznení pandémie. Dve z troch spoločností sa zhodli v názore, že najväčšou výzvou pre ich podnikateľskú činnosť bolo opätovné budovanie a reorganizácia prevádzky, keďže stále boli v neistote, čo prinesie budúcnosť. Veľkou výzvou pre spoločnosti bola aj finančná a časová investícia do posilnenia marketingovej komunikácie, ale tiež skvalitnenie eshopu. Ubytovacie zariadenie uviedlo, že pre nich bolo najväčšou výzvou, či dokážu ustáť citelný odliv turistov do prímorských destinácií. Pre podniky znamenal koniec pandemickej krízy príležitosť priblížiť sa číselným hodnotám, aké zaznamenali pred pandemiou.

Posledná, teda 11. otázka, bola zameraná na súčasné predikcie spoločností pre trh cestovného ruchu v regióne Liptov. Skúmané spoločnosti sa jednohlasne zhodli v názore, že sa Liptov opäť uberá dobrým smerom a aktuálne sa nachádza v bode, v ktorom sa nachádzal aj pred pandemiou. Spoločnosti veria a dúfajú, že vďaka možnostiam, ktoré Liptov ponúka, bude i naďalej obľubovaným regiónom, pričom predpokladajú rastúcu tendenciu rôznych ukazovateľov v oblasti cestovného ruchu. V súčasnosti sa však obávajú situácie, ktorá je spojená s rastom cien energií a tiež zvýšením hladiny inflácie, ktorá môže negatívne ovplyvniť letnú sezónu nielen v regióne Liptov, ale i na celom Slovensku.

5. DISKUSIA A NÁVRH ODPORÚČANÍ

V rámci diskusie venujeme svoju pozornosť i zodpovedaniu výskumných otázok, ktoré sme si stanovili v druhej kapitole – v cieľoch práce. Aby mohol byť splnený hlavný cieľ, bolo potrebné si určiť niekoľko čiastkových cieľov, ktoré sú tiež obsiahnuté v kapitole 2 a súčasne bolo potrebné zodpovedať nasledujúce výskumné otázky:

Výskumná otázka č. 1 – Aké najčastejšie ekonomické dopady zaznamenali respondenti vo svojich spoločnostiach vplyvom pandémie Covid-19?

Odpoveď na prvú výskumnú otázku sme hľadali v grafe č. 8, ktorý bol zameraný na ekonomické dopady pandémie Covid-19 na podniky v regióne Liptov. Otázka č. 2 znela nasledovne: „Z ponuky ekonomických dopadov vyberte tie, ktoré ste zaznamenali vo Vašom podnikaní nástupom pandémie COVID-19.“ Respondenti mali možnosť voľby z ponuky 7 odpovedí a tiež možnosti „iné“, prostredníctvom ktorej mohli uviesť iný ekonomický dopad. Skúmané spoločnosti zároveň mali možnosť výberu viacerých odpovedí. Najčastejším ekonomickým dopadom, ktoré postihlo skúmané subjekty bol úbytok tržieb, čo si ako odpoveď zvolilo 92,73% spoločností. Nasledoval úpadok návštevnosti, ktorý zaznamenalo počas trvania pandémie 83,64% spoločností. Tretím najčastejšie zaregistrovaným ekonomickým dopadom bol pokles dopytu, pričom túto možnosť uviedlo 40,91% respondentov. 38,18% respondentov bolo nútených vplyvom pandémie prepustiť svojich zamestnancov a 34,55% respondentov nebolo schopných platiť nájomné za svoje prevádzky. Poslednými dvoma možnosťami boli neschopnosť platiť dane a odvody, čo si ako možnosť zvolilo 20% opýtaných a zvyšných 19,09% sa priklonilo k možnosti zvýšenia výdavkov.

Výskumná otázka č. 2 – Ako hodnotia respondenti mieru pripravenosti na pandemickú situáciu v oblasti krízového manažmentu?

Výskumnú otázku č. 2 sme hodnotili na základe grafu č. 19, ktorý reflektoval na mieru pripravenosti na krízovú situáciu spojenú s pandemiou Covid-19. V otázke č 11 mali respondenti možnosť hodnotenia otázky na základe lineárnej stupnice, pričom otázka znela nasledovne: „Pomocou lineárnej stupnice ohodnoťte mieru pripravenosti Vašej spoločnosti v oblasti krízového manažmentu na krízovú situáciu spojenú s pandemiou COVID-19.“ Pomocou grafu č. 19 možno skonštatovať, že takmer $\frac{3}{4}$ spoločností neboli vôbec alebo neboli dostatočne pripravené na podobnú krízovú situáciu. Najväčší počet odpovedí sme zaznamenali pri stupni 2, čo predstavovalo nedostatočnú pripravenosť na krízovú situáciu

a túto možnosť si zvolilo 38,2% respondentov. Nasledoval stupeň č. 1, čo značilo, že spoločnosti neboli vôbec pripravené na skúmanú problematiku a k tejto možnosti sa priklonilo 34,5% spoločností. Stupeň č. 3, čo reflektovalo na čiastočnú pripravenosť na podobné neočakávané situácie si zvolilo 15,5%. Stupeň 4, čo predstavuje dostatočnú pripravenosť na podobné krízové situácie, uviedlo 8,2% inštitúcií a zvyšných 3,6% respondentov si zvolilo najvyšší stupeň pripravenosti, teda stupeň 5.

Výskumná otázka č. 3 – Aké zmeny v oblasti spotrebiteľského správania a profilu cestovateľa zaznamenali respondenti počas trvania pandémie Covid-19?

Prostredníctvom štruktúrovaného rozhovoru, ktorý sme realizovali v spolupráci s tromi vybranými spoločnosťami podnikajúcimi v oblasti cestovného ruchu, sme sa pýtali skúmaných spoločností na otázku týkajúcu sa zmeny spotrebiteľského správania a profilu cestovateľa vplyvom pandémie Covid-19. Otázka znela: „*Myslíte si, že sa počas pandémie zmenilo spotrebiteľské správanie a profil cestovateľa? Ak áno, akým spôsobom?*“ Najväčšiu zmenu zaznamenali skúmané spoločnosti v náraste domácich turistov, ktorí si Liptov zvolili ako svoju dovolenkovú destináciu. Za jeden z dôvodov možno považovať pomoc miestnym podnikateľom, ale i nárast záujmu o trávenie času na Slovensku. Ďalšou zmenou, ktorú skúmané spoločnosti zaznamenali v oblasti spotrebiteľského správania, bol zvýšený dopyt po nákupe výrobkov prostredníctvom e-shopov. Zatiaľ čo pred pandemiou ťažilo jedno zo zariadení prevažne z usporadúvania rôznych podujatí a tiež z návštev ich spoločnosti, nástupom pandémie sa toto správanie spotrebiteľov otočilo o 360 stupňov a väčšinu nákladov im pokryl predaj výrobkov prostredníctvom e-shopu.

Pri výskumnej otázke č. 3 môžeme skonštatovať, že sa vplyvom pandémie zmenilo spotrebiteľské správanie, i profil cestovateľa. Na základe odpovedí respondentov usudzujeme, že hlavnými zmenami v oblasti skúmanej problematiky bolo predovšetkým uprednostňovanie výletov a dovoleník na území Slovenska, ale tiež zvýšený dopyt po nákupe produktov online.

Pandémia Covid-19 prišla do životov veľmi nečakane, čo sa výrazným spôsobom podpísalo na subjektoch poskytujúcich služby pre účastníkov cestovného ruchu a priniesla so sebou zmeny, ktoré negatívne ovplyvnili chod spoločností. Podľa odpovedí respondentov bolo najkritickejším obdobím prevažne obdobie prvej vlny, ktorá bola charakteristická neistotou ľudí a strachom o vlastné zdravie. Spoločnosti podnikajúce na Liptove, ale i v ostatných regiónoch Slovenska, však riešili aj otázku, ako sa čo najefektívnejšie

vysporiadať s novou, doposiaľ neznámou situáciou a ako zabezpečiť záchranu svojich podnikov. Keďže bolo spomínané obdobie typické zavádzaním rôznych opatrení, mnohé prevádzky sa pohrávali i s myšlienkou úplného zatvorenia svojich prevádzok. Oslovené spoločnosti však pristúpili na rôzne kroky, ktoré im sčasti pomohli prežiť ťažké obdobie. Medzi takéto kroky môžeme zaradiť konverziu obchodného modelu, ktorú podľa prieskumu zaviedlo 15,45% respondentov a tiež dve z troch spoločností, s ktorými sme realizovali štruktúrovaný rozhovor. Najčastejšími zmenami stratégie podnikania bol presun podnikateľskej činnosti do sveta digitálnych platforiem a zriadenie e-shopu, prostredníctvom ktorého sa spoločnosti snažili zvyšovať svoje príjmy.

Spoločnosti vkladali všetok čas a úsilie do záchrany svojich prevádzok, čo sa prejavilo aj v skutočnosti, že 40% respondentov bolo nútených čerpať štátne dotácie a 34,55% pristúpilo na čerpanie nových úverov. V snahe eliminovať svoje náklady boli viaceré spoločnosti dokonca nútené prepustiť svojich zamestnancov, skresáť pracovný čas alebo znížiť mzdy svojim zamestnancom. Mnoho spoločností však využilo pomoc zo strany štátu, ktorý poskytol pomocnú ruku prostredníctvom vládnych programov zameraných na udržanie zamestnancov. Spoločnosti sa však vo väčšej miere priklonili k názoru, že pomoc, ktorú vláda prisľúbila, nebola dostatočná, no čo sa týka dočkania sa pomoci pre jednotlivé spoločnosti, odpovede respondentov boli veľmi rozdielne, čo naznačuje, že časť podnikov sa pomoci dočkala a časť podnikov sa pomoci nedočkala. Skúmané subjekty využívali v najväčšej miere hlavne odklad úhrady preddavkov na daň z príjmov FO a PO, tiež prolongáciu lehoty platenia odvodov na poistenca, ale aj prolongáciu lehoty na podanie daňového priznania.

Vplyvom negatívnych dopadov prehodnocovali spoločnosti aj ceny ponúkaných produktov a služieb. V bežnom živote sa dalo čakať, že sa ceny jednotlivých komodít budú zvyšovať, ale turistov zaujímal aj nárast cien za služby cestovného ruchu. Podľa prieskumu sa väčšina spoločností ubrala cestou, kedy musela spomínané ceny zvýšiť, ale len sčasti. 33% skúmaných subjektov ceny týchto služieb nezvyšovalo a zachovali si rovnaké ceny, ako pred pandémiou.

Dôležitou oblasťou každého podnikania je aj existencia krízového manažmentu, ktorého hlavnou úlohou je pracovať na riešeníach spojených so vznikom krízovej situácie. Na základe výsledkov z dotazníkového prieskumu konštatujeme, že takmer $\frac{3}{4}$ spoločností neboli vôbec alebo neboli dostatočne pripravené na podobnú nečakanú situáciu. Podľa nášho

názoru je v súčasnosti existencia krízového manažmentu veľmi potrebná a to z dôvodu včasnej a dôkladnej prevencie proti neželaným situáciám. Podľa výskumu však môžeme usúdiť, že skúmané spoločnosti nemali prepracovaný systém zaoberajúci sa analýzou vzniku a riešenia podobnej krízy. Zároveň usudzujeme, že ak by podniky zvážili zriadenie alebo posilnenie oblasti krízového manažmentu, tak by bol proces riešenia krízovej situácie menej náročný. Je však veľmi dôležité, aby jednotlivé podniky riešili otázku prevencie a plánovania skôr, ako k takejto situácii príde. Z tohto dôvodu spoločnostiam odporúčame zvýšenie pozornosti v oblasti krízového manažmentu a súbežne s podnikaním pracovať aj na včasnom plánovaní postupov, ak by sa podobná situácia opakovala. Myslíme si však, že pandémie Covid-19 motivovala či už podniky alebo bežných ľudí k tomu, aby pristupovali k podobným neočakávaným situáciám viac ostražito a aby mohli včas zareagovať na vzniknutú problematiku.

Dopady pandémie Covid-19 môžu spoločnosti eliminovať viacerými spôsobmi, niektoré však vyžadujú viac času, úsilia, poznatkov a investícií. Jedným z možných riešení je aj posilnenie propagácie, ktoré môže prebiehať rôznymi spôsobmi. Avšak v dobe, kedy sa výrazne zmenilo spotrebiteľské správanie, vidíme najväčší potenciál v skvalitnení marketingovej propagácie prostredníctvom digitálnych platforiem. Tie sú spolu s vlastnými e-shopmi najväčším lákadlom. Prostredníctvom nich dokážu spoločnosti osloviť novú skupinu potenciálnych zákazníkov a tým zvýšiť svoje príjmy, ktoré klesli počas trvania pandémie Covid-19. Preto odporúčame skúmaným, ale aj ostatným spoločnostiam v regióne Liptov zapracovať nové marketingové stratégie do svojich prevádzok, ktoré môžu priniesť svoje plody v podobe zvýšeného dopytu po ponúkaných produktoch a službách.

V súčasnosti je Slovensko vystavené ďalšej kríze, ktorá môže negatívne ovplyvniť cestovný ruch regiónu Liptov, ako aj ostatných regiónov, a tým je vyššia inflácia a rast cien energií. Jedna zo skúmaných spoločností uviedla, že má obavy o nasledujúcu letnú sezónu, ktorá môže byť vplyvom inflácie a zvýšených cien za energie slabšia, ako tá predošlá. Súčasná predikcia spoločností sú však omnoho pozitívnejšie ako počas trvania pandémie. Subjekty v štruktúrovanom rozhovore uviedli, že aktuálne dosahujú čísla, aké dosahovali pred vypuknutím pandémie a dúfajú, že tento trend bude mať i naďalej rastúcu tendenciu.

ZÁVER

V záverečnej práci sme spracovali tému Dopad pandémie koronavírusu na región Liptova. Skutočnosť, že pandémia negatívne ovplyvnila viaceré podnikateľské subjekty, nás viedla k navrhnutiu témy a stanoveniu hlavného cieľa, ktorým bola analýza dopadu pandémie Covid-19 na cestovný ruch v liptovskom regióne a následná formulácia opatrení, ktoré by napomohli zmierniť negatívne vplyvy koronakrízy.

Diplomová práca je zostavená z teoretickej a praktickej časti. V prvej časti sme sa venovali základnej terminológii cestovného ruchu, analýze cestovného ruchu na Slovensku a v regióne Liptov, taktiež identifikácii najväčších pandémieí sveta a v neposlednom rade samotnému ochoreniu Covid-19. V praktickej časti sme sa venovali spracovaniu výsledkov, ktoré sme získali prostredníctvom dotazníkového prieskumu, pričom prieskumu sa zúčastnilo 220 respondentov a tiež štruktúrovaného rozhovoru, ktorý sme realizovali v spolupráci s tromi vybranými spoločnosťami poskytujúcimi služby pre účastníkov CR.

Pomocou získaných dát prostredníctvom teoretických poznatkov, dotazníkového prieskumu a štruktúrovaného rozhovoru môžeme skonštatovať, že cestovný ruch v regióne Liptov utrpel viaceré negatívne ekonomické dopady, medzi nimi napríklad úbytok tržieb, pokles návštevnosti alebo pokles dopytu po ponúkaných produktoch a službách. Z toho dôvodu boli spoločnosti poskytujúce služby pre účastníkov cestovného ruchu nútené zvyšovať svoje príjmy inou formou alebo pristúpiť na konverziu obchodného modelu. Strata príjmu, zvyšujúce sa výdavky alebo neschopnosť platiť nájom prinútila viaceré subjekty podnikajúce v regióne Liptov zatvoriť svoje prevádzky, eliminovať dĺžku pracovného času alebo prepustiť svojich zamestnancov.

Na základe sumarizácie vyššie spomínaných ekonomických dopadov sme sformulovali odporúčania, ktoré by napomohli podnikom zmierniť negatívne vplyvy pandémie. Skúmaným subjektom by sme odporučili predovšetkým minimalizáciu nákladov, posilnenie oblasti krízového manažmentu a tiež skvalitnenie oblasti marketingovej komunikácie.

Predkladaná záverečná práca poskytuje čitateľovi pohľad na obdobie pred, počas, aj po zmiernení situácie spojennej s pandemiou Covid-19. Všetky získané dáta, ktoré sú uvedené v práci, môžu zároveň napomôcť potenciálnemu čitateľovi pri detailnejšej analýze skúmanej problematiky.

Zoznam použitej literatúry

Knižné zdroje:

1. GÚČIK, M. a kol. (2006) *Cestovný ruch, hotelierstvo, pohostinstvo. Výkladový slovník*. 1. vyd. Bratislava : SPN, 2006, s. 35, ISBN 978-80-89090-98-3
2. HESKOVÁ, M. a kol. (2011) *Cestovní ruch*. 2. upr. vyd. Praha : FORTUNA, 2011, s. 9, ISBN 978-7373-107-6
3. NEJDL, K. (2011) *Management destinace cestovního ruchu*. Vydavatelství Wolters Kluwer ČR, a. s., 2011, s. 11, ISBN 978-80-7357-673-8
4. NOVACKÁ, Ludmila a kol. (2010) *Cestovný ruch, technika služieb, delegát a sprievodca*. Bratislava : Ekonóm, 2010, s. 9, ISBN 978-80-2252-982-2

Internetové zdroje:

5. CDC.GOV (2022) *CDC Museum COVID-19 Timeline* [online]. Dostupné na: <https://www.cdc.gov/museum/timeline/covid19.html>
6. COLUMBIA (2021) *Epidemic, Endemic, Pandemic: What are the Differences?* [online]. Dostupné na: <https://www.publichealth.columbia.edu/news/epidemic-endemic-pandemic-what-are-differences>
7. DATAcube (2022) *Kapacity a výkony ubytovacích zariadení v Slovenskej republike - ročné údaje* [online]. Dostupné na: https://datacube.statistics.sk/#!/view/sk/VBD_SLOVSTAT/cr2001rs/v_cr2001rs_00_00_00_sk
8. DATAcube (2022) *Tržby cestovného ruchu v Slovenskej republike - ročné údaje* [online]. Dostupné na: https://datacube.statistics.sk/#!/view/sk/VBD_SLOVSTAT/cr2004rs/v_cr2004rs_00_00_00_sk
9. DEFINE BUSINESS TERMS. *História cestovného ruchu* [online]. Dostupné na: <https://www.definebusinessterms.com/sk/historia-cestovneho-ruchu/>

10. HEALTH (2022) *6 of the Worst Pandemics in History* [online]. Dostupné na: <https://www.health.com/condition/infectious-diseases/worst-pandemics-in-history>
11. HEALTH.GOV.SK (2020) *COVID-19: Krízový štáb zavádza prísne opatrenia, zatvárajú sa školy, letiská* [online]. Dostupné na: <https://www.health.gov.sk/Clanok?koronavirus-opatrenia-sprisenene>
12. HISTORY (2020) *Pandemics That Changed History* [online]. Dostupné na: <https://www.history.com/topics/middle-ages/pandemics-timeline>
13. HNONLINE.SK (2017) *Vedú v popularite. Tieto regióny Slovenska navštevujú turisti najradšej* [online]. Dostupné na: <https://hnonline.sk/style/cestovanie/1004210-vedu-v-popularite-tieto-regiony-slovenska-navstevuju-turisti-najradsej>
14. HOGENOVÁ, Martina Ing. (2020) *Dopad pandémie COVID-19 na oblasť cestovného ruchu v Slovenskej republike v období marec až august/september 2020* [online]. Dostupné na: [file:///C:/Users/vikto/Downloads/Prehľad%2005%202020%20Dopad%20COVID-19%20na%20oblasť%20cestovneho%20ruchu%20v%20SR%20v%20obdob%20C3%AD%2003%20a%20C5%BE%2008-09%202020%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/vikto/Downloads/Prehľad%2005%202020%20Dopad%20COVID-19%20na%20oblasť%20cestovneho%20ruchu%20v%20SR%20v%20obdob%20C3%AD%2003%20a%20C5%BE%2008-09%202020%20(2).pdf)
15. INFORMATION IS BEAUTIFUL (2023) *Swine Flu Latest: Visualized!* [online]. Dostupné na: <https://informationisbeautiful.net/2009/swine-flu-latest-visualized/>
16. NATURE.COM (2021) *Where did COVID come from? Five mysteries that remain* [online]. Dostupné na: <https://www.nature.com/articles/d41586-021-00502-4>
17. NBER.COM (2020) *Social and Economic Impacts of the 1918 Influenza Epidemic* [online]. Dostupné na: <https://www.nber.org/digest/may20/social-and-economic-impacts-1918-influenza-epidemic>
18. OUR WORLD IN DATA (2023) *COVID-19 Data Explorer* [online]. Dostupné na: <https://ourworldindata.org/coronavirus#explore-the-global-situation>
19. SITA.SK (2020) *Cestovný ruch na Slovensku sa prepadol, spôsobili to najmä opatrenia proti šíreniu Covid-19* [online]. Dostupné na: <https://sita.sk/cestovny-ruch-na-slovensku-sa-prepadol-sposobili-to-najma-opatrenia-proti-sireniu-covid-19/>
20. SLOVAKIATRAVEL.SK (2022) *Slovensko a Slováci: akí sme* [online]. Dostupné na: <https://slovakia.travel/o-slovensku/aki-sme>

21. SLOVAKIATRAVEL.SK (2022) *Na Slovensku nájdeš rôznorodosť* [online]. Dostupné na: <https://slovakia.travel/kam-ist/turisticke-regiony>
22. SME (2022) *Bolo to ako za vojny. Za dva roky pandémie covidu u nás zomreli tisíce ľudí* [online]. Dostupné na: <https://domov.sme.sk/c/23094598/koronavirus-na-slovensku-dva-roky.html>
23. SME INDEX (2021) *Pandémia bude v tomto roku stáť svetový cestovný ruch dva bilióny dolárov* [online]. Dostupné na: <https://index.sme.sk/c/22792999/pandemia-bude-v-tomto-roku-stat-svetovy-cestovny-ruch-dva-biliony-dolarov.html>
24. Statista.com (2023) *Share of total deaths due to bubonic plague in London from 1603 to 1680* [online]. Dostupné na: <https://www.statista.com/statistics/1120137/share-plague-deaths-london/>
25. ŠEVČÍK Michal *Základy rozvoja cestovného ruchu* [online]. Dostupné na: <http://www.tik.sk/projekty/vidiecky-turizmus-a-agroturizmus/ikolo/zaklady-rozvoja-cestovneho-ruchu/>
26. ŠÚ SR (2021) *Cestovný ruch v roku 2019 vytvoril 2,86 % z výkonu slovenskej ekonomiky* [online]. Dostupné na: https://slovak.statistics.sk/wps/portal/ext/products/informationmessages/inf_sprava_detail/35be5f82-1048-4d3d-a2fa-9e97f9a83f22!/ut/p/z1/tVJLU8IwGPwtHnpM89G0JPUWGOUhOAoikIuTQkpr6YM2tuKvN3W8MCM-DuaSZGZ3v91ssMArLDJZxzup4zyTe3Nfi-7TPR2xXq_DAXoTAqPxzfx22L92BgsPL08B7HZ2BaMHfjeYjd0OuB4W3_MfscBik-ICR3idB5WMUJWgOAuRTLQF5pCXqXFTZwpVRSnrowV1pXRiduIFyguZg8wghtwt2SLphBL5yqehLxkJHaeVLzbxFq9_hV7-lLeNA2cWB8MXH5D-gA9dOgFgk4EHiz5czPx7QoCTT8A3GmvjgZ710KF4WceqwYusfZk9nv8x4hDw-KdWTO100e1Pd0ZZ6qjtI8erX8kbavx8OAhuas0zrV41Xv1HryZDHKR2s0ltsCmjQChlruP6XY-Q1gXPAsJMgFKFqISl_VKa7xxpXVSXFljQNI29y_PdXtlVYsFXjCivjPktTIC7SRcrIESXh9Iq4IjiSt4la8ot3qAyKRw!!/dz/d5/L2dBISEvZ0FBIS9nQSEh/
27. TA3 (2021) *Ostane tu s nami covid navždy? Takáto je budúcnosť koronavírusu podľa vedcov* [online]. Dostupné na: <https://www.ta3.com/clanok/218699/ostane-tu-s-nami-covid-navzdy-takato-je-buducnost-koronavirusu-podla-vedcov>

28. URBÁNEK, Vladimír (2021) *Vedení Pfizeru: Covid se stane endemickým onemocněním v r. 2024, plus minus* [online]. Dostupné na: <https://www.kurzy.cz/zpravy/625450-vedeni-pfizeru-covid-se-stane-endemickym-onemocnenim-v-r-2024-plus-minus/>
29. VISITLIPTOV.SK (2020) *Správa o činnosti a hospodárení oblastnej organizácie cestovného ruchu region Liptov za rok 2019* [online]. Dostupné na: <https://www.visitliptov.sk/wp-content/uploads/2020/08/Spr%C3%A1va-o-%C4%8Dinnosti-OCR-REGION-LIPTOV-2019-final.pdf>
30. VISITLIPTOV.SK (2022) *Informácie o regióne Liptov* [online]. Dostupné na: <https://www.visitliptov.sk/o-liptove/informacie-o-regione-liptov/>
31. WHO.INT (2020) *Coronavirus disease (COVID-19)* [online]. Dostupné na: https://www.who.int/health-topics/coronavirus#tab=tab_1
32. World Health Organization (2022) *HIV* [online]. Dostupné na: <https://www.who.int/data/gho/data/themes/hiv-aids>
33. WORLDMETERS.COM (2023) *Covid live* [online]. Dostupné na: <https://www.worldometers.info/coronavirus/>

Prílohy

Príloha 1: Dotazník

Milý respondent/respondentka,

som študentkou Ekonomickej univerzity v Bratislave na Obchodnej fakulte so zameraním na manažment cestovného ruchu. Mojm hlavným cieľom je uskutočnenie prieskumu, ktorý sa bude týkať dopadu pandémie koronavírusu na región Liptova, ktorý negatívne poznačil odvetvie turizmu.

Prostredníctvom online formulára, ktorý realizujem ako súčasť svojej diplomovej práce, sa na Vás obraciam s prosbou o jeho vyplnenie. Dotazník je plne anonymný a jeho výsledky slúžia výhradne na vypracovanie diplomovej práce.

Vopred Vám ďakujem za Váš čas a ochotu pri vyplňaní dotazníka.

1. Uved'te, pod ktoré z nasledovných typov subjektov poskytujúcich služby pre účastníkov cestovného ruchu, respektíve inú inštitúciu sa zaraďujete?

- Ubytovacie zariadenie
- Stravovacie zariadenie
- Kúpeľné zariadenie
- Cestovná kancelária/cestovná agentúra, TIK
- Kultúrne a osvetové zariadenie
- Športovo-rekreačné zariadenie
- OOCR/Klaster cestovného ruchu
- Iné

2. Z ponuky ekonomických dopadov vyberte tie, ktoré ste zaznamenali vo Vašom podnikaní nástupom pandémie COVID-19. (môžete označiť viacero odpovedí)

- neschopnosť platiť dane a odvody
- neschopnosť platiť nájomné
- nutnosť prepustenia zamestnancov
- úbytok tržieb
- úpadok návštevnosti
- pokles dopytu
- zvýšené výdavky
- iné:

3. Ktorá z vln pandémie COVID-19 bola pre Vašu spoločnosť najkritickejšia?

- vlna (marec – máj 2020)
- vlna (september 2020 – máj 2021)
- vlna (september 2021 – máj 2022)

4. Uved'te, aké z nasledujúcich opatrení ste zaviedli nástupom a pretrvávaním pandémie COVID-19 vo Vašej spoločnosti. (môžete označiť viacero odpovedí)

- zníženie nákladov
- krátkodobá práca/skrátenie pracovného času
- prepúšťanie zamestnancov
- nové technické riešenia
- konverzia obchodného modelu
- outsourcing
- čerpanie nových úverov
- čerpanie štátnych dotácií
- posilnenie hygienických opatrení
- posilnenie propagácie

5. Ako hodnotíte opatrenia a pomoc Vám a Vašej spoločnosti zo strany štátu? (ohodnot'te podľa poskytnutej stupnice)

	úplne súhlasím	súhlasím	čiastočne súhlasím	nesúhlasím	vôbec nesúhlasím
pomoc, ktorú prisľúbila vláda bola/je dostatočná	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
o pomoc, ktorú prisľúbila vláda bolo/je ľahké požiadať	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
pomoci som sa nedočkal/sa nedočkám	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

6. Ktorú z možností pomoci zo stranu štátu využila vaša spoločnosť v čase krízy? (môžete označiť viacero odpovedí)

- prolongácia lehoty platenia odvodov na poistenca
- prolongácia lehoty na podanie daňového priznania
- odročenie daňových exekúcií
- odpočet daňovej straty
- odklad úhrady preddavkov na daň z príjmov fyzických a právnických osôb
- pozastavenie úhrady preddavkov na daň z motorových vozidiel
- iné:

7. Ktoré z uvedených možností zaviedla Vaša spoločnosť počas trvania pandémie v oblasti pracovného prostredia? (môžete označiť viacero odpovedí)

- redukcia zamestnancov
- eliminácia pracovného času
- zníženie miezd zamestnancov
- využitie vládnych programov na udržanie zamestnanosti
- využitie dočasných/sezónnych zamestnancov
- zavedenie práce z domu (ak to charakter práce dovolil)
- iné:

8. Približne aký percentuálny pokles návštevnosti ste zaznamenali vo vašej prevádzke v čase pandémie?

- 0-20%
- 20-40%
- 40-60%
- 60-80%
- 80-100%

9. Odhadom uveďte percentuálnu hodnotu poklesu tržieb vo vašej spoločnosti počas trvania koronakrízy.

- 0-20%
- 20-40%
- 40-60%
- 60-80%
- 80-100%

10. Bola vaša spoločnosť nútená vplyvom koronakrízy zvýšiť/znížiť ceny vami ponúkaných produktov a služieb?

- spoločnosť značne zvýšila ceny
- spoločnosť sčasti zvýšila ceny
- spoločnosť nezvýšila/neznížila ceny
- spoločnosť sčasti znížila ceny
- spoločnosť značne znížila ceny

11. Pomocou lineárnej stupnice ohodnoťte mieru pripravenosti Vašej spoločnosti v oblasti krízového manažmentu na krízovú situáciu spojenú s pandémiou COVID-19.

1 2 3 4 5

spoločnosť nebola vôbec pripravená spoločnosť bola veľmi pripravená

Príloha 2: Štruktúrovaný rozhovor

Subjekt č. 1 je ubytovacie zariadenie, ktoré sa klasifikuje ako apartmán a svoje služby poskytuje v mestskej časti Liptovského Mikuláša, v Uhorskej Vsi.

Otázka č. 1: Aké zmeny priniesla pandémia Covid-19 do Vášho podnikania a ako ovplyvnila chod vašej spoločnosti?

(Subjekt č. 1): *„Zmeny, ktoré priniesla pandémia Covid-19 sa týkali predovšetkým poklesu tržieb na úplnú nulu, čo bolo zapríčinené úplným zatvorením nášho ubytovacieho zariadenia na určitý čas. Práve táto zmena ovplyvnila chod našej spoločnosti v najväčšej miere a to predovšetkým negatívnym spôsobom.“*

Otázka č. 2: Aké kroky ste podstúpili, aby ste sa čo najefektívnejšie prispôbili neočakávanej situácii týkajúcej sa príchodu pandémie?

(Subjekt č. 1): *„Jediné na čo sme sa zmohli bolo zavedenie prísnejších hygienických opatrení, ktoré boli štátom nariadené. Keďže sme apartmán zameraný vyslovene na ubytovacie činnosť, jediným riešením bolo len prečkať ťažké obdobie a prispôbiť sa nariadeniam vlády. Počas ťažkého obdobia sme aspoň zrekonštruovali niektoré priestory, keďže toho času bolo habadej...“*

Otázka č. 3: Ktorá z vln pandémie koronavírusu bola pre vašu spoločnosť najkritickejšia a prečo?

(Subjekt č. 1): *„Odhadujeme, že prvá vlna bola pre náš podnik najkritickejšia, pretože sme boli postavení pred úplne novú situáciu, ktorej sme sa nevedeli prispôbiť a nevedeli sme, čo nám prinesie a čo čakať. Počas ďalších vln sme mohli byť za určitých podmienok otvorení a mohli sme ako-tak fungovať.“*

Otázka č. 4: V akej miere ovplyvnili opatrenia vydané príslušnými štátnymi orgánmi vašu spoločnosť a myslíte si, že boli tieto opatrenia prísnejšie na Slovensku ako v okolitých krajinách?

(Subjekt č. 1): *„Osobne si myslíme, že opatrenia vydané slovenskou vládou nás ovplyvnili vo vysokej percentuálnej miere. Nechceme sa prikláňať k názoru, že tieto opatrenia boli prísnejšie na Slovensku, ale určite bolo obdobie, kedy boli tieto opatrenia v ostatných*

krajinách primeranejšie ako u nás. Avšak, v každej krajine sa vírus šírili rôznymi spôsobmi, takže nemožno kvantifikovať ani inak skonštatovať prísnosť opatrení.“

Otázka č. 5: Vedeli by ste percentuálne vyjadriť pokles návštevnosti vo vašej spoločnosti a zhodnotiť vplyv tohto poklesu na vašu podnikateľskú činnosť?

(Subjekt č. 1): „Dozista sme zaznamenali pokles návštevnosti o viac ako 100 percent. Rovnako to bolo aj s tržbami. Keby sme popri podnikaní s ubytovacím zariadením nemali iný príjem, tak by naše zariadenie určite skrachovalo. Dôvodom by bol aj fakt, že sme nespĺňali podmienky, ktoré štát poskytol ako podporu počas ťažkého obdobia.“

Otázka č. 6: Akým spôsobom ste sa snažili zvýšiť príjmy počas doby koronakrízy?

(Subjekt č. 1): „Nariadenie vydané vládou nám nedovolilo vykonávať svoju podnikateľskú činnosť, čo pre naše zariadenie predstavovalo nulový príjem. Niektoré spoločnosti prešli na konverziu obchodného modelu. Avšak v našom prípade to nebolo možné a tak sme v ťažkom covidovom období venovali všetok náš čas na rekonštrukciu apartmánov, čo sme realizovali predovšetkým kvôli tomu, aby nám to v budúcnosti prinieslo zníženie nákladov. Ceny ubytovania sme zároveň vôbec nezvyšovali ani počas, ani po pretrvaní pandémie.“

Otázka č. 7: Zasiahla doba pandémie aj pracovnú oblasť vašej spoločnosti? Boli ste schopní udržať si svojich zamestnancov?

(Subjekt č. 1): „Nemáme žiadnych zamestnancov, všetko si zabezpečujeme sami.“

Otázka č. 8: Museli ste počas trvania pandémie pristúpiť na konverziu obchodného modelu a prispôbiť sa nečakanej situácii týkajúcej sa koronakrízy?

(Subjekt č. 1): „Nie, ako sme aj spomínali pri predchádzajúcich otázkach, naša prevádzka nemala možnosť podstúpiť zmenu obchodného modelu. Od začiatku nášho podnikania venujeme všetok svoj čas vyslovene ubytovávaniu turistov a keďže sme čelili prísny nariadeniam a poklesu dopytu, nezostávalo nám nič iné, iba prečkať ťažké obdobie a dúfať, že sa všetko vráti do normálu.“

Otázka č. 9: Myslíte si, že sa počas pandémie zmenilo spotrebiteľské správanie a profil cestovateľa? Ak áno, akým spôsobom?

(Subjekt č. 1): *„Áno. Všimli sme si to v čase, keď sa postupne začali uvoľňovať reštrikcie a ľudia mohli opäť slobodne cestovať. Zaznamenali sme enormný záujem o ubytovanie, čo bolo podľa slov viacerých turistov zapríčinené tým, že mnoho ľudí našlo čaro v trávení dovolenkového času na Slovensku. A keďže je Liptov miestom nekonečných možností, viacero turistov uprednostnilo dovolenku alebo aj krátky výlet práve do nášho regiónu. Zmenu sme však zaznamenali aj v oblasti ubytovania zahraničných turistov. Tí častokrát uprednostňovali pobyt v apartmánoch, pretože v nich pociťovali autenticitu regiónu. Častokrát sme mali úplne vybookované kapacity zahraničnými turistami, teraz prevládajú predovšetkým tí domáci...“*

Otázka č. 10: Akým výzvam a príležitostiam ste čelili počas obnovy a rozvoja cestovného ruchu po pandémii?

(Subjekt č. 1): *„Najväčšou výzvou bol pre nás fakt, že mnoho turistov bude cestovať mimo hranice Slovenska, keďže im to nebolo dlhú dobu umožnené. Po uvoľnení opatrení bol síce citelný odliv hostí do prímorských destinácií, avšak nie v takej miere, že by nás to vo väčšej miere negatívne ovplyvnilo.“*

Otázka č. 11: Aké sú vaše súčasné predikcie pre trh cestovného ruchu v regióne Liptov?

(Subjekt č. 1): *„Myslíme si, že aktuálne je situácia ohľadom cestovného ruchu v regióne v stave, v ktorom sa nachádzal región aj pred pandémiou. Predpokladáme a veríme, že tento trend bude pokračovať i naďalej...“*

Subjekt č. 2 je stravovacie zariadenie, ktoré sa nachádza v centre mesta Liptovský Mikuláš a je zamerané na ponuku lokálnych jedál a tradičných liptovských výrobkov.

Otázka č. 1: Aké zmeny priniesla pandémia Covid-19 do Vášho podnikania a ako ovplyvnila chod vašej spoločnosti?

(Subjekt č. 2): *„Pandémia nás zasiahla rovnako nečakane ako všetky ostatné prevádzky v cestovnom ruchu, čo sa odzrkadlilo predovšetkým na výške tržieb. Rôzne typy obmedzení*

nás prinútili byť viac flexibilnejší a odolnejší a tak sme počas trvania pandémie zaviedli režim „so sebou“. Svoje služby sme ponúkali prostredníctvom okienkového predaja, čo nám zabezpečilo, že sme si udržali svojich zákazníkov. Našťastie sa nám podarilo zvládnuť ťažké pandemické obdobie bez potreby žiadania o dotácie zo schém podpory.

Otázka č. 2: Aké kroky ste podstúpili, aby ste sa čo najefektívnejšie prispôbili neočakávanej situácii týkajúcej sa príchodu pandémie?

(Subjekt č. 2): „V rámci zachovania pracovných miest sme niektorých našich zamestnancov umiestnili do pozície, ktorá je spojená s prekážkou v práci zo strany zamestnávateľa. Nakoľko nebolo možné našim zamestnancom prideliť prácu a nemohli plnohodnotne pracovať, keďže charakter ich práce nebol prispôsobený práci z domu, počas najväčších reštrikcií zostali doma a gro práce vykonávali majitelia zariadenia. Tí sa snažili v čo najrýchlejšom čase naštartovať eshop s tradičnými liptovskými produktmi. V čase úplného zatvorenia prevádzok sme naše hlavné produkty presunuli do obchodu v Liptovskom Mikuláši, ktorý je súčasťou obchodného konceptu.“

Otázka č. 3: Ktorá z vln pandémie koronavírusu bola pre vašu spoločnosť najkritickejšia a prečo?

(Subjekt č. 2): „Jednoznačne prvá vlna, nakoľko prišla veľmi nečakane a bola charakteristická pre úplné zatvorenie všetkých prevádzok cestovného ruchu.“

Otázka č. 4: V akej miere ovplyvnili opatrenia vydané príslušnými štátnymi orgánmi vašu spoločnosť a myslíte si, že boli tieto opatrenia prísnejšie na Slovensku ako v okolitých krajinách?

(Subjekt č. 2): „Nevieme jednoznačne zhodnotiť, či boli spomínané opatrenia prísnejšie na Slovensku alebo v iných krajinách, ale určite neboli nápomocné pri podnikaní v cestovnom ruchu, keďže to bolo ako na húsenkovej dráhe. My sme hrali predovšetkým s kartami, ktoré nám boli rozdane. To znamená, že sme sa sústredovali len na to, aby sme sa čo najefektívnejšie prispôbili týmto opatreniam a aby neboli príčinou úplného krachu našej prevádzky. Ako sme aj vyššie spomínali, našim cieľom bolo zavedenie čo najflexibilnejších a najefektívnejších riešení.“

Otázka č. 5: Vedeli by ste percentuálne vyjadriť pokles návštevnosti vo vašej spoločnosti a zhodnotiť vplyv tohto poklesu na vašu podnikateľskú činnosť?

(Subjekt č. 2): *„Keď že sme mali našich zamestnancov na tzv. „kurzarbeit“, štát nám preplácal časť ich mzdy a to nám zabezpečilo, že naše fixné mesačné výdavky klesli tak nízko, že sme vedeli vyrobiť dostatočnú sumu na to, aby spoločnosť fungovala aj naďalej. Takže môžeme konštatovať, že sme zaznamenali vyššie percento poklesu návštevnosti, no poklesom fixných nákladov sa to vynulovalo. Percentuálne nevieme úplne vyjadriť pokles návštevnosti, keďže sme uplatnili aj konverziu obchodného modelu, avšak ak sa na to pozrieme vyslovene z hľadiska zatvorenej prevádzky, tak tipujeme rozmedzie 40 až 60 percent.*

Otázka č. 6: Akým spôsobom ste sa snažili zvýšiť príjmy počas doby koronakrízy?

(Subjekt č. 2): *„Naším hlavným cieľom bolo predovšetkým promptné zriadenie webovej stránky, teda eshopu, kde si zákazníci mohli zaobstaráť produkty, ktoré by si za normálnych okolností zaobstarali u nás v kamennej predajni. Keďže to nebolo možné, snažili sme sa nájsť čo najlepšie riešenie pre záchranu našej prevádzky. Vďaka pandémie sme teda zriadili eshop, ktorý v súčasnosti pre náš podnik znamená veľmi veľa. Okrem iného sme stratené príjmy dohánali aj rozvozom jedál a produktov po blízkom okolí.*

Otázka č. 7: Zasiahla doba pandémie aj pracovnú oblasť vašej spoločnosti? Boli ste schopní udržať si svojich zamestnancov?

(Subjekt č. 2): *„Našou prioritou bolo predovšetkým udržanie si svojich zamestnancov. Pandémia síce zasiahla pracovnú oblasť našej spoločnosti, ale spoločnými silami sme si našich zamestnancov dokázali udržať a sme na to patrične hrdí.“*

Otázka č. 8: Museli ste počas trvania pandémie pristúpiť na konverziu obchodného modelu a prispôbiť sa nečakanej situácii týkajúcej sa koronakrízy?

(Subjekt č. 2): *Áno, ako sme spomínali vyššie, snaha prežiť ťažké obdobie nás prinútila zmeniť obchodný model. Zavedenie eshopu a rozvoz produktov pre nás v tej dobe znamenalo obrovskú výzvu, avšak teraz to berieme ako vec, ktorá nás posunula vpred a otvorila nové brány.“*

Otázka č. 9: Myslíte si, že sa počas pandémie zmenilo spotrebiteľské správanie a profil cestovateľa? Ak áno, akým spôsobom?

(Subjekt č. 2): *„Určite áno. Ľudia sa naučili konzumovať jedlá a ostatné pochutiny doma a tiež obmedzili svoje spoločenské kontakty. Pandémia však mala, ako sa hovorí, 2 strany mince. Jednou bolo, že časť turistov sa nemohla dočkať, kedy sa vráti všetko do normálu a budú môcť vehementne cestovať, užívať si prírodné krásy, pamiatky, atmosféru miest, užívať si gastronómiu, socializáciu a pod. A potom je tu tá časť ľudí, ktorá si obľúbila trávenie času doma a našla čaro v úplných maličkostiach. Pandémia znamenala pre mnohých ľudí i stratu zamestnania, či zvýšené výdavky a tak sú ľudia viac šetrní.“*

Otázka č. 10: Akým výzvam a príležitostiam ste čelili počas obnovy a rozvoja cestovného ruchu po pandémie?

(Subjekt č. 2): *„Najväčšou výzvou pre náš podnik bolo znova nakopnúť prevádzku, aby sme dohnali stratené. Avšak pretrvávajúca neistota, čo prinesie ďalšie obdobie, nás limitovala v tom, aby sme sa do niečoho vrhli s plným nasadením. Preto sme na reštart našej prevádzky išli pomalými krokmi, aby sme opäť nepadli na úplné dno. Pre nás najväčšou výzvou, ale predovšetkým príležitosťou, bolo zriadenie eshopu, čo znamenalo aj posilnenie marketingu a propagácie. Naším cieľom bolo priblíženie sa číselným hodnotám, ktoré sme dosahovali pred pandemiou. Už samotné opätovné budovanie a reorganizácia podnikania pre nás bola výzvou, ale myslíme si, že sme to zvládli najlepšie, ako sme mohli.“*

Otázka č. 11: Aké sú vaše súčasné predikcie pre trh cestovného ruchu v regióne Liptov?

(Subjekt č. 2): *„Veríme, že náš milovaný región Liptov zostane i naďalej turistami obľubovaným regiónom. Keďže ponúka širokú škálu možností trávenia času a tiež nezabudnuteľné zážitky a relax, predpokladáme, že dopyt po cestovnom ruchu v regióne bude zaznamenávať v budúcnosti iba rastúcu tendenciu. Aktuálne je však otázne, ako sa vyvinie situácia spojená s vyššou infláciou, čo môže zapríčiniť, že nastávajúca letná sezóna bude oproti predošlým slabšia. Ako sa hovorí, z kaluže do blata.“*

Subjekt č. 3 je športovo-rekreačné zariadenie, ktoré sa nachádza v prímestskej časti mesta Ružomberok.

Otázka č. 1: Aké zmeny priniesla pandémia Covid-19 do Vášho podnikania a ako ovplyvnila chod vašej spoločnosti?

(Subjekt č. 3): *„Tých zmien bolo naozaj veľmi veľa. Od nutnosti prepustenia zamestnancov, cez vysoké percento poklesu návštevnosti, s čím je priamo spojený aj úbytok tržieb, po zvýšené výdavky, zatiaľ čo príjmy klesli o nemalé percento. Pre nás bolo naozaj veľmi ťažké prežiť obdobie troch kritických vln a spomínané obdobie bolo len skúškou, či to ustojíme. Covid-19 bol však aj dobrým učiteľom a ukázal nám, že ak niečo naozaj chceme, spolu to dokážeme... A my sme svoju prevádzku chceli udržať, tak sme do toho dali všetko, i keď s obrovskými stratami, ale koniec koncov sa po pandémie vrátilo všetko do normálu.“*

Otázka č. 2: Aké kroky ste podstúpili, aby ste sa čo najefektívnejšie prispôbili neočakávanej situácii týkajúcej sa príchodu pandémie?

(Subjekt č. 3): *„Najhlavnejším krokom bolo maximálne zabezpečenie prísnych hygienických opatrení, aby sme ochránili svojich zamestnancov, aj zákazníkov. Prísne a dôkladne sme dodržiavali všetky nariadenia vydané vládou SR, avšak mnohé z týchto zariadení nás prinútili zavrieť prevádzku a nájsť efektívnejší spôsob. Svoju činnosť sme presunuli do oblasti digitálnych platforiem, kde sme sa snažili byť v čo najsilnejšej interakcii s ľuďmi a tiež sme vylepšili našu webovú stránku. Počas toho, ako bolo naše zariadenie zatvorené, sme mali veľa času zapracovať na zlepšení marketingovej komunikácie a tak sme sa dostali do väčšieho povedomia. Po covidovom období nám to prinieslo úspech.“*

Otázka č. 3: Ktorá z vln pandémie koronavírusu bola pre vašu spoločnosť najkritickejšia a prečo?

(Subjekt č. 3): *„Pre nás boli prvé 2 vlny najkritickejšie. Prvá vlna kvôli neznalosti problematiky. Nevedeli sme, čo je Covid-19, koľko tu s nami bude, ako dlho budú naše podniky zatvorené, ako dlho budeme bez príjmu a podobne... Druhá vlna bola riziková kvôli prísnyim zákazom, ktoré boli nariadené vládou kvôli vysokej infekčnosti a úmrtnosti. Pri oboch vlnách sme boli v permanentnej neistote, ako náš podnik prežije koronakrízu.“*

Otázka č. 4: V akej miere ovplyvnili opatrenia vydané príslušnými štátnymi orgánmi vašu spoločnosť a myslíte si, že boli tieto opatrenia prísnejšie na Slovensku ako v okolitých krajinách?

(Subjekt č. 3): *„Nevieme zhodnotiť, či boli prísnejšie na Slovensku alebo v okolitých krajinách. Avšak opatrenia vydané štátnymi orgánmi ovplyvnili chod našej spoločnosti viac ako samotný Covid-19. V mnohých prípadoch boli, podľa nášho názoru, tieto opatrenia maximálne zbytočné a nelogické.“*

Otázka č. 5: Vedeli by ste percentuálne vyjadriť pokles návštevnosti vo vašej spoločnosti a zhodnotiť vplyv tohto poklesu na vašu podnikateľskú činnosť?

(Subjekt č. 3): *„V prvých vlnách bol pokles návštevnosti naozaj veľmi citelný, odhadujeme percentuálny pokles okolo 80-tich percent. Začalo to strachom ľudí, ktorí sa radšej izolovali vo svojich domácnostiach, pokračovalo to prísnyimi opatreniami, kedy sme boli prinútení zatvoriť prevádzku a neskôr, keď sme ako tak mohli fungovať, sa zaviedli pre nás nezmyselné opatrenia spojené so zákazom prechádzania medzi okresmi a tiež tvrdý lockdown. Veľkou výhodou bol fakt, že najväčšie gro našich služieb ponúkame v exteriéri, kde platili menej prísne opatrenia ako v interiéri.“*

Otázka č. 6: Akým spôsobom ste sa snažili zvýšiť príjmy počas doby koronakrízy?

(Subjekt č. 3): *„Predovšetkým presunom do sveta digitálnych platforiem. Prostredníctvom nich sme sa snažili posilniť komunikáciu s ľuďmi, predovšetkým s rodičmi detí. Jedného dňa nám blysol nápad, žeby sme mohli spraviť „mini cestovateľské kino“. To bolo zamerané na prezentáciu liptovských krás, predovšetkým v okolí nášho mesta, avšak prispôbené detskému publiku. Stalo sa veľmi obľúbeným a tak sme prostredníctvom našej webstránky (eshopu) ponúkali na predaj rôzne výrobky s tematikou nášho zariadenia, i tematikou Liptova.“*

Otázka č. 7: Zasiahla doba pandémie aj pracovnú oblasť vašej spoločnosti? Boli ste schopní udržať si svojich zamestnancov?

(Subjekt č. 3): *„Od začiatku zriadenia našej prevádzky sme sa na jej chode podieľali len traja členovia, nakoľko sme boli príbuzní a vždy sme ju považovali za rodinný podnik. Avšak pred-pandemické roky, predovšetkým rok 2019, boli natoľko silné, že sme to jednoducho sami nezvládali a tak sme vždy počas jarného a letného obdobia, kedy prekvitala turistická sezóna, zamestnali na dohodu mnoho študentov, ktorí pracovali u nás*

niekoľko sezón. A keďže sme ako jedna veľká rodina, aj brigádnikov sme brali ako svojich a niektorí sa neskôr stali našimi kmeňovými zamestnancami, pretože znamenali pre náš podnik veľký potenciál. Avšak príchodom pandémie sme boli nútení ich prepustiť, lebo sme nespĺňali podmienky stanovené štátom a bolo pre nás veľmi náročné si ich udržať. Po prehraní ťažkých časov sa však k nám vrátili.“

Otázka č. 8: Museli ste počas trvania pandémie pristúpiť na konverziu obchodného modelu a prispôbiť sa nečakanej situácii týkajúcej sa koronakrízy?

(Subjekt č. 3): „Áno, ako sme už spomínali, prešli sme do online sveta, kde sme sa zamerali na ponuku našich regionálnych výrobkov, resp. výrobkov spojených s našim regiónom a tiež na produkty, ktoré boli typické len pre náš podnik. Sčasti nám to pokrylo nejaké náklady, ale len tie najhlavnejšie, ako napr. nájom. Zostávalo nám iba prečkať ťažké obdobie.“

Otázka č. 9: Myslíte si, že sa počas pandémie zmenilo spotrebiteľské správanie a profil cestovateľa? Ak áno, akým spôsobom?

(Subjekt č. 3): „My sme zmeny zaznamenali napríklad vo zvýšení miery nakupovania online. Naš eshop bežal už aj pred pandemiou, ale nevykazoval vysoké tržby, takže sme sa zameriavali predovšetkým na tie atrakcie pre deti a rôzne podujatia, ktoré sme organizovali. Nástupom koronavírusu sa toto správanie zmenilo, doslova otočilo. Atrakcie a podujatia išli bokom, respektíve sme ich presunuli do online sveta a zamerali sme sa na ponuku našich produktov a poskytovanie služieb prostredníctvom online platforiem.“

Otázka č. 10: Akým výzvam a príležitostiam ste čelili počas obnovy a rozvoja cestovného ruchu po pandémii?

(Subjekt č. 3): „Výzvou a zároveň aj príležitosťou bolo posilnenie marketingovej komunikácie na sociálnych sieťach, keďže sme v tom mali minimálne skúsenosti a tiež skvalitnenie eshopu a sprístupnenie nových produktov, po ktorých mohol byť, ale aj nemusel byť dostatočný dopyt. Zároveň bolo veľkou výzvou vrátiť sa do normálu a znova zamerať svoju pozornosť na „reálne cestovanie“ a s ním spojené organizovanie podujatí.“

Otázka č. 11: Aké sú vaše súčasné predikcie pre trh cestovného ruchu v regióne Liptov?

(Subjekt č. 3): *„Osobne si myslíme, že to ide dobrým smerom, i keď aktuálne opäť bojujeme s ďalším problémom a to so zvyšovaním energií. Ak sa to však umúdra, myslíme si, že Liptov bude dosahovať veľmi vysoké čísla, čo sa týka počtu návštevností, prenocovaní a tržieb. Počas pandémie sa veľa ľudí utiahlo do horského prostredia za pokojom a krásami Slovenska, myslíme si, že tento trend bude pokračovať aj nasledujúce roky... aspoň v to veríme.“*