

K O L O K V I U M

MODELY VHODNÝCH OBLASTÍ A PŘEDPOKLADŮ REALIZACE ROZVOJE CESTOVNÍHO RUCHU

Vysoká škola hotelová v Praze 8, spol. s r. o.

Praha, 4. 6. 2009

Zpracováno v rámci řešení projektu výzkumu a vývoje v programu
WD – Výzkum pro řešení regionálních disparit MMR ČR

WD-37-07-2

**Výzkum domácího a příjezdového zahraničního cestovního ruchu
ve vztahu k zmírnění společensko-ekonomických disparit**

Projekt je financován ze státního rozpočtu České republiky
z kapitoly Ministerstva pro místní rozvoj České republiky.

Obsah

Předmluva	4
Úvodní slovo	5
Představení původních modelů zpracovaných v rámci řešení projektu „Výzkum domácího a příjezdového zahraničního cestovního ruchu ve vztahu k zmírnění společensko-ekonomických disparit“	6
1. Zobrazení modelů	6
2. Realizace modelů v praxi v roce 2008	9
3. Hlavní úkoly v roce 2009	9
Skúsenosti Slovenska s multiplikačným efektom pri riešení regionálnych disparít na príklade rozvoja regiónu Liptov prostredníctvom malého a stredného podnikania	11
Charakteristika zvoleného regiónu pred realizáciou investičného projektu v cestovnom ruchu	11
Aplikácia Modelu opatrení pre rozvoj domáceho a príjazdového zahraničného cestovného ruchu vo vhodnej oblasti	13
Aplikácia Modelu kvantifikácie ekonomického efektu investície do rozvoja cestovného ruchu	16
Výskum vplyvu Aquaparku Tatralandia Resort na malé a stredné podniky	19
Výpočet multiplikačného efektu realizovanej investície v oblasti cestovného ruchu	22
Poznámky k vyjádření /měření/ ekonomických efektů vyvolaných rozvojem cestovního ruchu při odstraňování regionálních disparit	27
Příloha č. 1 – Přehled indikátorů ČSÚ ve vazbě na cestovní ruch	34
Použitá literatura	36



Deset let Vysoké školy hotelové v Praze

Vysoká škola hotelová v Praze (VŠH) je zavedenou soukromou školou s dlouholetou tradicí. Souhlas Ministerstva školství, mládeže a tělovýchovy ČR obdržela v červenci 1999 jako jedna ze tří prvních soukromých vysokých škol, akreditovaných na základě zákona č. 111/1998 Sb., o vysokých školách, a jako první specializovaná vysoká škola zaměřená na oblast hotelnictví, gastronomie a cestovního ruchu v ČR zahájila výuku již od akademického roku 1999/2000. VŠH je členem Asociace hotelů a restaurací České republiky.

VŠH v letošním roce 2009 zahájila oslavy 10. výročí založení. Patří tedy k nejstarším a největším soukromým vysokým školám s kvalitním pedagogickým sborem a výborným materiálním zázemím. Za dobu existence VŠH studium úspěšně ukončilo téměř 3.000 absolventů bakalářského a magisterského studia. V akademickém roce 2008/2009 zde studuje 2.290 studentů ve všech formách studia, z toho 54,6 % v prezenčním a 45,4 % ve studiu kombinovaném.

Od akademického roku 2008/2009 byla rozšířena nabídka studijních oborů na 5 bakalářských, 3 magisterské a MBA studium se specializací na hotelnictví, gastronomii a cestovní ruch. Bakalářské a magisterské obory v prezenční a kombinované formě studia pokrývají celé spektrum služeb, které jsou klíčové pro cestovní ruch – od hotelnictví a gastronomie, managementu destinací, volnočasových aktivit, marketingových komunikací až k dopravním službám i v současné době aktuálnímu managementu prosperity, rizik, auditu a krize.

Vedení VŠH neustále pečuje o zvyšování kvality výuky, její obhacování o nejnovější odborné poznatky a trendy a propojování teorie s praxí. Přes 80 % výuky je zajištěno interními učiteli, vybrané specializované předměty přednášejí přední odborníci z praxe a jiných vysokých škol.

Úvodní slovo

Vážení čtenáři,

setkáváme se dnes na kolokviu, které je věnováno tématu „Modely vhodných oblastí a předpokladů realizace rozvoje cestovního ruchu“, a to v relativně krátké době po specializovaném semináři naší školy na téma udržitelného rozvoje cestovního ruchu ve vztahu k řešení regionálních disparit, který jsme uskutečnili při příležitosti mezinárodních veletrhů cestovního ruchu GO a REGIONTOUR 2009 15. ledna t. r. v Brně. Jde o prezentaci původních modelů zpracovaných řešitelským týmem Výzkumného centra Vysoké školy hotelové v Praze složeného ze zástupců dalších tří vysokých škol – Univerzity Hradec Králové, Masarykovy univerzity v Brně a Univerzity Mateje Bela v Banské Bystrici. Konečným cílem je jejich praktické využití při řešení společensko-ekonomických disparit v nejméně postižených oblastech České republiky v rámci výzkumného projektu Ministerstva pro místní rozvoj České republiky řešeného naší vysokou školou WD-37-07-2 Výzkum domácího a příjezdového zahraničního cestovního ruchu ve vztahu k zmírnění společensko-ekonomických disparit.

Na dnešním kolokviu a v této tiskovině jsou jednak představeny tři zpracované modely, ale souběžně zástupci vybraných oblastí a garanti řešitelského týmu ve vhodných oblastech k řešení společensko-ekonomických disparit i pomocí domácího a příjezdového zahraničního cestovního ruchu v České republice představí ve svých vystoupeních již dosud realizované postupy využití těchto modelů v praxi. Jde o oblasti Klášterecko, Českokrumlovsko – mikroregion Lipensko, Mikulovsko – destinace Pasohlávky, oblast Králicko – Králický Sněžník, Lázně Běláhrad a zkušenosti s obdobnou problematikou na příkladu regionu Liptov ve Slovenské republice.

Věřím, že naše vysoká škola, která v letošním roce slaví desetileté jubileum svého založení jako první specializovaná vysoká škola v České republice na gastronomii, hotelnictví a cestovní ruch i tímto počinem v oblasti výzkumu přispěje k aplikaci teoretických poznatků v praxi.

*doc. Ing. Miroslav Čertík, CSc.
jednatel Vysoké školy hotelové v Praze 8, spol. s r. o.*

Ing. Antonín Franke, CSc.

Představení původních modelů zpracovaných v rámci řešení projektu „Výzkum domácího a příjezdového zahraničního cestovního ruchu ve vztahu k zmírnění společensko-ekonomických disparit“

Úvod

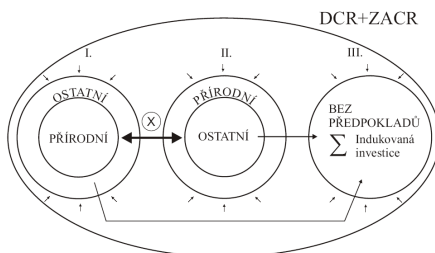
V období od 2. pololetí roku 2007 do konce roku 2008 byly v souladu se stanoveným harmonogramem aktivit zpracovány řešitelským týmem VŠH projektu WD-37-07-2 tři původní na sebe navazující modely k vzorovému řešení kvalifikovaných postupů při zmírňování společensko-ekonomických disparit ve vybraných vhodných oblastech,¹ a to:

1. Model základních druhů vhodných oblastí pro řešení společensko-ekonomických disparit
2. Model předpokladů k rozvoji cestovního ruchu ve vhodných oblastech
3. Model kvantifikace ekonomického efektu z investic do rozvoje ubytovacích a ostatních komplementárních služeb cestovního ruchu

1. Zobrazení modelů

V těsné spolupráci garantů z řešitelského týmu s veřejnou správou a podnikatelskou sférou v uvedených vytypovaných oblastech k řešení disparit byly na základě dále zobrazených modelů zahájeny práce na získání podkladů k jejich naplnění a následné analýze formou zpracování *pilotních projektů*.

Model č. 1 – Model základních druhů vhodných oblastí



Zdroj: FRANKE, A. – vlastní schéma

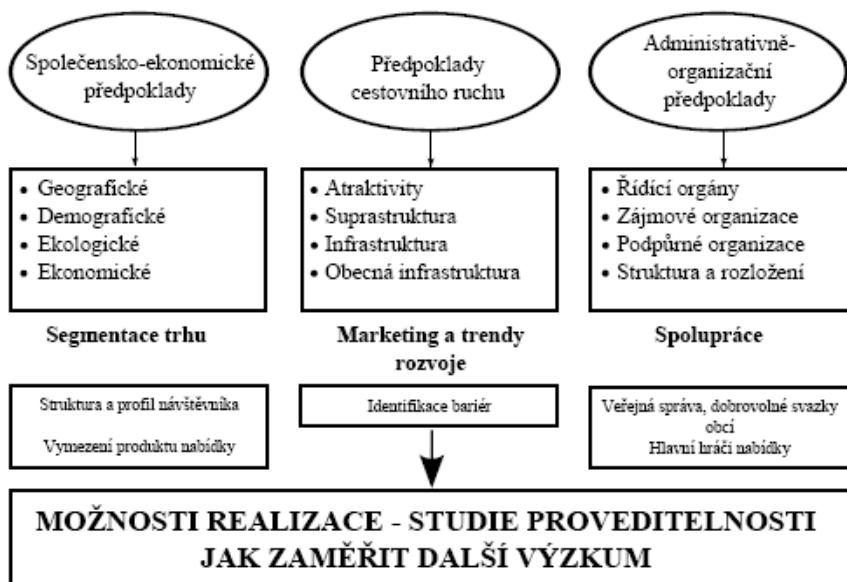
¹ Oblasti s převažujícími kulturně-historickými předpoklady – Kláštersko, Českokrumlovsko, oblasti s převažujícími přírodními předpoklady – Mikulovsko, Králicko, Lipensko.

Oblast I. disponuje převažujícími přírodními předpoklady pro rozvoj cestovního ruchu doplněnými ostatními předpoklady. Taková oblast má předpoklady pro rozvinutou, dlouhodobější – z hlediska počtu dnů – návštěvnost jak v domácím tak příjezdovém zahraničním cestovním ruchu podle kvality a konkurenceschopnosti těchto předpokladů na domácím, resp. zahraničním trhu cestovního ruchu.

Oblast II. je v opačném gardu k oblasti I. Nedisponuje sice přírodními předpoklady, ale kvalitními ostatními předpoklady, kterými se stává na trhu cestovního ruchu zajímavou a tak konkurenceschopnou. Tyto předpoklady však mohou pouze v omezené míře vyvolávat dlouhodobější pobyt a to především návštěvníků specializovaných na určitý druh cestovního ruchu.

Oblast III. je bez obou druhů předpokladů, ale lze v ní vybudovat některé ostatní předpoklady. Podle jejich kvality a komplexnosti služeb tak mohou stimulovat poptávku návštěvníků jak v domácím tak i zahraničním cestovním ruchu (např. formou cílené a propagací podporované diverzifikace z oblastí I., zřejmě však s kratší dobou návštěvnosti, resp. pobytu).

Model č. 2 – Model předpokladů k rozvoji cestovního ruchu ve vhodných oblastech

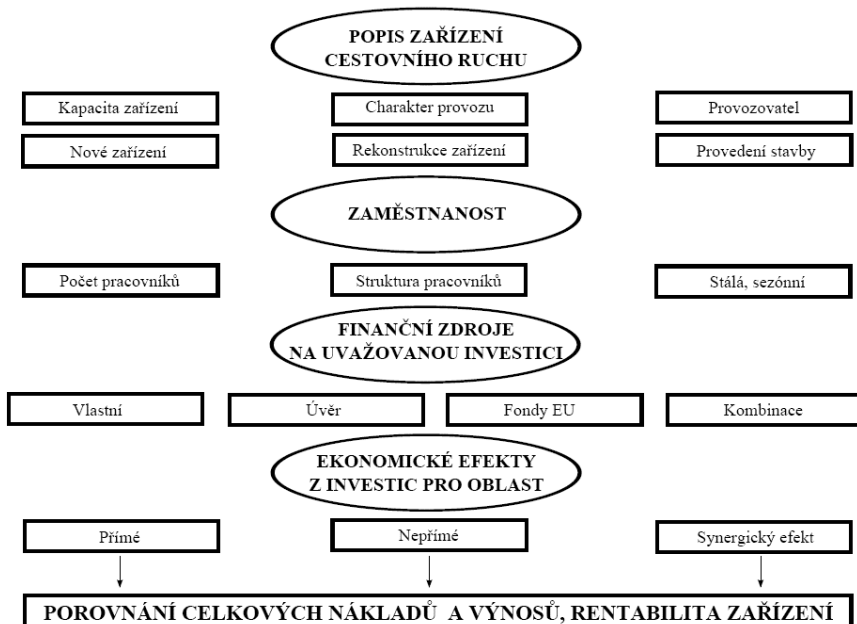


Zdroj: Franke, A., Nejd, K., Studnička, P. – vlastní schéma

K získání některých potřebných podkladů se v Příloze č. 1 uvádí dostupný *přehled indikátorů ČSÚ s uvedením periodicity, a regionální úrovně* – ubytovací zařízení cestovního ruchu, ubytovací kapacity cestovního ruchu, hosté a návštěvnost,

lázeňství a ekonomický význam cestovního ruchu. Zejména na nižších stupních veřejné správy je třeba počítat s dalšími doplňujícími vlastními průzkumy.

Model č. 3 – Model kvantifikace ekonomického efektu z investic do rozvoje ubytovacích a ostatních komplementárních služeb cestovního ruchu v dané oblasti, místě



Zdroj: Franke, A., Nejd, K., Studnička, P. – vlastní schéma

Porovnání celkových nákladů a výnosů a předpokládané rentability navrženého zařízení je však třeba posuzovat nejen ve vztahu k novému, či rekonstruovanému zařízení jako takovému, ale podle jeho druhu i z širšího hlediska dopadů na destinaci, ve které se nachází, jako jsou např. daňové příjmy pro obec, další synergické efekty zejména ve vztahu k zaměstnanosti, rozvoji a prosperitě komplementárních služeb – maloobchodních, zásobovacích, dopravních a sociologickému významu, např. k společensko-kulturnímu rozvoji místního obyvatelstva.

Stále více do popředí přistupuje k těmto otázkám i environmentální problematika a v této souvislosti řešení udržitelného rozvoje cestovního ruchu. Proto řešitelský tým výzkumného projektu WD-37-07-2 na doporučení zadavatele Ministerstva pro místní rozvoj České republiky uskutečnil na VŠH již před rokem Kulatý stůl k problematice inovací v odvětví cestovního ruchu ve vztahu k řešení regionálních

disparit a v letošním roce v lednu při příležitosti veletrhů cestovního ruchu GO a REGIONTOUR 2009 v Brně Seminář k udržitelnému rozvoji cestovního ruchu ve vztahu k řešení regionálních disparit. K uvedeným akcím vydala VŠH účastníkům specializované příručky, které jsou k informaci i na webových stránkách VŠH.

2. Realizace modelů v praxi v roce 2008

Na základě modelu č. 1 zpracovaného v roce 2007 byl použit ve stanovených oblastech model č. 2 a to při postupném zpracování pilotních projektů. Dosavadní výsledky byly zveřejněny v říjnu 2008 ve zvláštním čísle 3 recenzovaného časopisu VŠH Czech Hospitality and Tourism Papers – Hotelnictví, lázeňství, turismus a jsou rovněž k dispozici na webových stránkách VŠH.

Doc. Ing. Jana Piteková, Ph.D z Ekonomické fakulty Univerzity Mateja Bela v Banské Bystrici, která je členkou řešitelského týmu projektu WD-37-07-2, použila tyto modely ve Slovenské republice při řešení regionálních disparit v regionu Liptov. Uvedené výsledky lze charakterizovat i jako významný vzorový příklad možností využití realizace modelů v praxi.

O dalším využívání modelů v praxi v České republice seznamují zástupci veřejné správy a podnikatelské sféry na zpracovaných pilotních projektech ve vhodných oblastech.

3. Hlavní úkoly v roce 2009

Základním úkolem řešitelského týmu projektu WD-37-07-2 v letošním roce je v souladu se stanoveným harmonogramem *zkušební využití modelu č. 3 ve vazbě na již použité modely č. 1 a č. 2* na vybraných příkladech předpokládaných investic ve stanovených oblastech vhodných k řešení společensko-ekonomických disparit i rozvojem domácího a příjezdového zahraničního cestovního ruchu. Jde např. v oblasti Klášterecko o výstavbu ubytovacího zařízení hotelového typu ve vztahu k lázním Evženie, v oblasti Českokrumlovsko – Lipno o výstavbu ubytovacího zařízení hotelového typu v příhraniční oblasti s možností rozšíření letní a zimní sezóny, v oblasti Mikulovsko o postupné využití existujících léčivých pramenů v obci Pasohlávky ve vztahu k Mušovské vodní nádrži a předpokládanému dálničnímu spojení Brno – Vídeň a v oblasti Králického Sněžníku o problematiku využití unikátního konglomerátu ochrany přírodních předpokladů s přeshraniční spoluprací. Na příkladu Lázní Bělohrad budou prezentovány možnosti uvedení teoretických závěrů v praxi do lázeňství.

Průběh výsledků ve vztahu k řešení projektu WD-37-07-2 v letošním roce bude souhrnně uveden v již čtvrtém zvláštním čísle recenzovaného časopisu VŠH pro

vědu a informace Czech Hospitality and Tourism Papers – Hotelnictví, lázeňství, turismus, které vyjde ve 4. čtvrtletí 2009.

Závěr

Dosavadní průběh řešení výzkumného projektu MMR ČR WD-37-07-2 potvrzuje zájem jak sféry výzkumu, tak praxe k řešení problematiky společensko-ekonomických disparit i rozvojem domácího a příjezdového zahraničního cestovního ruchu. Svědčí o tom i úzká aktivní spolupráce členů řešitelského týmu se zástupci praxe ve vytypovaných vhodných oblastech. Je třeba vyslovit poděkování všem, kteří se na tomto projektu aktivně podílejí a přispívají tak k užšímu propojení výzkumných řešení na konkrétních příkladech v praxi.

Doc. Ing. Jana Piteková, Ph.D.

Skúsenosti Slovenska s multiplikačným efektom pri riešení regionálnych disparít na príklade rozvoja regiónu Liptov prostredníctvom malého a stredného podnikania

Úvod

Zmyslom výskumného projektu WD-37-07-2 Výskum domáceho a príjazdového zahraničného cestovného ruchu vo vzťahu k zmierneniu spoločensko-ekonomických disparít je okrem iného poukázať na to, že cestovný ruch môže byť významným faktorom regionálneho rozvoja. Predmetom analýzy má byť región, pre ktorý sú typické isté spoločensko-ekonomické disparity a porovnanie východiskového stavu s predpokladanou, v našom prípade pôjde už o realizovanú zmenu vyvolanú aktivitami v oblasti cestovného ruchu. Cieľom výskumnej úlohy je analyzovať vplyv investície v cestovnom ruchu na rozvoj malých a stredných podnikov v regióne prostredníctvom multiplikačného efektu.

V prvej časti charakterizujeme skúmaný región s ohľadom na východiskovú situáciu spoločensko-ekonomických disparít. Využijeme výsledky výskumu Sociologického ústavu Slovenskej akadémie vied ako aj model vymedzenia základných druhov oblastí pre riešenie spoločensko-ekonomických disparít (Franke, 2008, s. 11). V analytickej časti príspevku využijeme Model opatrení pre rozvoj domáceho a príjazdového zahraničného cestovného ruchu vo vhodnej oblasti ako aj Model kvantifikácie ekonomického efektu investície do rozvoja cestovného ruchu (Franke, 2009, s. 85 – 86). V závere pomocou multiplikačného efektu kvantifikujeme prínos realizovanej investície v oblasti cestovného ruchu na celkový rozvoj regiónu. Ako skúmaný región sme vybrali Liptov, realizovanou investíciou je Aquapark Tatrallandia Resort v Liptovskom Mikuláši a kľúčovým indikátorom je rozvoj malého a stredného podnikania.

Charakteristika zvoleného regiónu pred realizáciou investičného projektu v cestovnom ruchu

Z realizovaných analýz Sociologického ústavu Slovenskej akadémie vied v roku 2004 vyplýva, že pre Slovensko sú charakteristické výrazné regionálne disparity, pričom evidentné rozdiely sú medzi západnými a východnými okresmi ako i medzi urbánnymi a rurálnymi oblasťami SR. Regionálne disparity závisia od viacerých faktorov. Ide predovšetkým o ekonomické, krajinné-ekologické, environmentálne, infraštruktúrne, sociálne, urbanizačné, sídelné i ľudského potenciálu. Vytvárajú širokodimenzionálnu mozaiku rôznych pohľadov, ktoré v syntéze dávajú

komplexnejší obraz podobností i rozdielov regiónov s priemetom až do typologickej podoby regionálnej diferenciácie Slovenska (Pitéková, 2008, 86 - 87).

Typológia regiónov Slovenskej republiky je postavená na sumárnej syntetickej charakteristike okresov vo všetkých vyššie uvedených sledovaných problémových oblastiach. Ide teda o komplexné zhodnotenie disponibilít každého okresu a ich typologické zaradenie podľa príbuznosti k iným okresom vytvárajúcim príslušný regionálny typ. Výsledkom aplikácie typologickej analýzy bolo vymedzenie ôsmich typov regiónov, ktoré môžeme považovať za relevantné z hľadiska sprehľadnenia sociálno-priestorovej situácie Slovenska. V záujme zjednodušenia a zosťuženia danej problematiky môžeme povedať, že regióny typu 1 sú charakteristické výrazne pozitívnou situáciou v sledovaných oblastiach a v ďalších typoch – od 2 až po 8 postupne dochádza k prevahe slabých stránok. Medzi typ 8 sú zaradené okresy, ktoré z aspektu systémovej regionálnej politiky nevyhnutne potrebujú zvýšenú pozornosť a pomoc. Do jednotlivých typov sú zaradené nasledovné okresy:

<i>Typ</i>	<i>Okresy</i>
1	Bratislava, Košice, Banská Bystrica, Zvolen
2	Pezinok, Piešťany, Trnava, Prievidza, Púchov, Trenčín, Nitra, Žilina
3	Malacky, Senec, Dunajská Streda, Hlohovec, Senica, Skalica, Bánovce nad Bebravou, Ilava, Myjava, Nové Mesto nad Váhom, Topoľčany, Liptovský Mikuláš, Turčianske Teplice
4	Poprad, Martin, Považská Bystrica, Prešov, Banská Štiavnica, Ružomberok, Žiar nad Hronom, Humenné, Dolný Kubín, Spišská Nová Ves, Kysucké Nové Mesto, Michalovce
5	Bytča, Čadca, Námestovo, Tvrdošín, Stará Ľubovňa
6	Galanta, Partizánske, Komárno, Levice, Nové Zámky, Šaľa, Zlaté Moravce, Brezno, Lučenec, Žarnovica
7	Detva, Krupina, Poltár, Bardejov, Levoča, Medzilaborce, Snina, Stropkov, Svidník, Sobrance
8	Revúca, Rimavská Sobota, Veľký Krtíš, Kežmarok, Sabinov, Vranov nad Topľou, Gelnica, Košice-okolie, Rožňava, Trebišov

Zdroj: Regionálny rozvoj Slovenska – východiská a súčasný stav

Z uvedeného vyplýva, že okres Liptovský Mikuláš a susedné okresy Poprad a Ružomberok spadajú do typov 3 a 4. To znamená, že sa nejedná o najrozvinutejšie, ale ani o najzaostalejšie regióny v rámci Slovenska.

Franke (2008, s. 11)² vymedzil základné druhy oblastí pre riešenie spoločensko-ekonomických disparít. Oblasť 1 disponuje prírodnými predpokladmi pre rozvoj cestovného ruchu a je doplnená ostatnými predpokladmi. Do tejto oblasti môžeme

² Blíže viz. Model č. 1, str. 6

zaradiť slovenský región Liptov, ktorého administratívnym centrom je Liptovský Mikuláš. Napriek atraktívnej primárnej ponuke cestovného ruchu v danom regióne sa neprejavoval jeho multiplikačný efekt. Cestovný ruch napomôže riešeniu regionálnych disparít len vtedy, ak výsledkom jeho pôsobenia je rast malých a stredných podnikov, ktoré na jednej strane vytvárajú dodatočné pracovné miesta a na strane druhej tvoria zdravé konkurenčné prostredie v mikroregióne. Tento zámer bol kľúčovým prvkom výstavby Aquaparku Tatralandia Resort. Prírodzene, aquapark vytvoril dodatočné pracovné miesta a významným spôsobom rozšíril ponuku služieb cestovného ruchu v regióne. Pre riešenie regionálnych disparít je to však málo. Hybnou silou rozvoja regiónu je práve multiplikačný efekt, ktorý prinesie dodatočná jednotka investície, v našom prípade sa jedná o výstavbu aquaparku.

Aplikácia Modelu opatrení pre rozvoj domáceho a prízjazdového zahraničného cestovného ruchu vo vhodnej oblasti³

S ohľadom na rozsah skúmanej problematiky sa sústreďíme na vybrané predpoklady a opatrenia, ktoré sa stali rozhodujúcim faktorom pre realizáciu investície v cestovnom ruchu. Demografické, ekologické a ekonomické predpoklady sú dôkladne analyzované v publikácii Sociologického ústavu Slovenskej akadémie vied – Regionálny rozvoj Slovenska – východiská a súčasný stav, ktorá je dostupná na internete. Z uvedených troch predpokladov najviac negatívne boli hodnotené ekonomické predpoklady týkajúce sa tvorby produktu v regióne. Naopak, geografické predpoklady regiónu Liptov pôsobia priaznivo na rozvoj cestovného ruchu. Patrí medzi ne najmä reliéf, vodstvo, podnebie, rastlinstvo, živočíšstvo a kultúrno-správne predpoklady. Prírodné podmienky svojím spôsobom determinujú Liptov ako región s existujúcim potenciálom pre rozvoj cestovného ruchu.

Predpoklady cestovného ruchu v regióne Liptov charakterizujeme prostredníctvom ponuky cestovného ruchu. Ponuku cestovného ruchu tvorí súbor prvkov, ktoré v rôznej kombinácii tvoria statky cestovného ruchu. Subjekt (účastník) cestovného ruchu získava spotrebou statkov úžitkový efekt, zážitok, kým podniky a inštitúcie cestovného ruchu, regióny a štát získavajú hodnotový efekt (tržby, výnosy, zisk). V ponuke cestovného ruchu sú rôznou mierou zastúpené prvky primárnej ponuky a sekundárnej ponuky. Z časového hľadiska môže ísť o stálu (trvalú) ponuku, ktorá sa viaže na obdobie celého roka a sezónnu ponuku, ktorá je podmienená výskytom sezónnych udalostí vyvolávajúcich dopyt. Sezónnosť je pre cestovný ruch typická vlastnosť, vyplývajúca najmä zo striedania ročných období, ktoré výrazne ovplyvňujú variabilitu primárnej ponuky.

³ Blíže viz. Model č. 2, str. 7

Podľa Gúčika (2000, s. 51) sa primárna ponuka spája s prírodným a kultúrno-historickým potenciálom regiónu pre cestovný ruch. Primárna ponuka môže byť daná prírodnými podmienkami alebo vytvorená činnosťou človeka (antropogénna ponuka), ktorú tvoria kultúrno-historické podmienky a organizované podujatia.

Objekty primárnej ponuky v cestovnom ruchu členíme na:

a) *Primárnu ponuku danú prírodou, ktorá na Liptove zahŕňa:*

- chránené územia (národné parky, chránené krajinné oblasti ap.) – TANAP, NAPANT
- jaskyne – Demänovská ľadová jaskyňa, Jaskyňa Slobody, Važecká jaskyňa
- minerálne a termálne pramene – Liptovský Ján, Bešeňová, Liptovský Trnovec
- náučné chodníky – prakticky na celom území TANAP-u a NAPANT-u
- prírodné a umelé vodné plochy – Liptovská Mara, Vrbické pleso, Bešeňovská priehrada
- vodné toky – Váh, Belá

b) *Primárnu antropogénnu ponuku, ktorá na Liptove zahŕňa:*

- hrady, zámky, kaštiele – Likavský hrad, hrad Liptov, Hrádok,
- iné architektonické pamiatky – Vikolíneec, skanzen Pribylina,
- pamätníky, pamätné objekty – Tatrin, vojenský cintorín Háj-Nicovô,
- archeologické náleziská – nálezisko z keltskej doby – Havránok,
- kultúrno-osvetové zariadenia (divadlá, galérie, kiná, múzeá, zoo-záhrady, knižnice),

c) *Organizované podujatia. Na Liptove k nim patria:*

- kultúrne podujatia – Folklórne slávnosti Východná,
- športové a turistické podujatia – vodnoslalomové preteky, lyžiarske preteky,
- výstavy, veľtrhy, jarmoky- Mikulášsky jarmok, Hornoliptovský jarmok v Lipt. Hrádku.

Ak cieľom účasti v cestovnom ruchu je oddych, poznávanie, zdravie, kultúrne a športové vyžitie, spoločenská komunikácia ap. vo vhodnom prostredí s prírodným a kultúrno-historickým potenciálom primárnej ponuky, potom sekundárna ponuka je prostriedkom na dosiahnutie tohto cieľa, lebo vytvára podmienky pre využívanie primárnej ponuky a prispôsobuje sa jej. Sekundárnu ponuku tvorí infraštruktúra cestovného ruchu, všeobecná infraštruktúra a inštitúcie cestovného ruchu v cieľových miestach. Infraštruktúra CR z vecného hľadiska predstavuje súbor zariadení a ich služieb, nevyhnutných na to, aby sa účastníci CR mohli v cieľovom mieste ubytovať, stravovať a vykonávať najrôznejšie rekreačné a kultúrne aktivity. V literatúre sa súbor ubytovacích a stravovacích zariadení označuje zvyčajne za

supraštruktúru cestovného ruchu a ostatné zariadenia, typické pre cestovný ruch, za infraštruktúru cestovného ruchu (Gúčík, 2000, s. 53).

Prednosti ponuky cestovného ruchu v liptovskom regióne:

- dobré možnosti pre horskú a podhorskú turistiku všetkých druhov a náročnosti,
- dobré možnosti zjazdového a bežeckého lyžovania,
- dobré možnosti pre vodné športy, ponuka termálnych bazénov,
- pomerne dostatok folklórnych podujatí, zachovaná pôvodná ľudová architektúra,
- dobrá ponuka prírodných krás vrátane jaskýň.

Nedostatky cestovného ruchu v liptovskom regióne:

- slabá ponuka doplnkových služieb v cestovnom ruchu (animácia, doprovod hostí, ...)
- nedostatok atraktívnych ponúk na trávenie voľného času počas večerov,
- nedostatok kvalitných doplnkových ponúk pre voľný čas aj počas nepriaznivého počasia (napr. ihriská, tenisové kurty, atď.).

Čo sa týka supraštruktúry cestovného ruchu, v okrese Liptovský Mikuláš je pomerne veľa malých a stredných podnikov v oblasti cestovného ruchu zameraných na poskytovanie ubytovacích, stravovacích či pohostinských služieb. Ich prínos okrem uspokojovania potrieb účastníkov cestovného ruchu spočíva najmä vo vytváraní pracovných miest a v príleve zdrojov do regiónu. Mestský úrad v Liptovskom Mikuláši v roku 2007 evidoval v prímestskej časti Liptovská Ondrášová 1 hotel, štyri penzióny a 97 ubytovaní v súkromí. Určenie presného počtu lôžok v obci nie je možný, pretože niektorí poskytovatelia ubytovania v súkromí v snahe ušetriť na poplatkoch a odvodoch uvádzajú nižší počet lôžok ako v skutočnosti ponúkajú. V obci Liptovský Trnovec prevažujú podniky poskytujúce ubytovanie načierno a odhadovaný počet podnikov poskytujúcich ubytovanie sa pohybuje akolo 150.

Administratívno-organizačné predpoklady v regióne Liptov sú v podstate porovnateľné s ostatnými regiónmi vhodnými pre rozvoj cestovného ruchu na Slovensku. Medzi najvážnejšie nedostatky v tejto oblasti patrí chýbajúca legislatíva cestovného ruchu – zákon o cestovnom ruchu, resp. o združeniach cestovného ruchu, ktorý by sprehľadnil a formalizoval najmä finančné toky medzi spolupracujúcimi subjektami. V regióne Liptov pôsobí relatívne veľa subjektov, ale ich spolupráca je len na báze dobrovoľnosti. V každom prípade môžeme pozitívne hodnotiť spoluprácu týchto subjektov pri rozhodovaní o potrebe výstavby veľkého investičného projektu v oblasti cestovného ruchu. Vysporiadanie pozemkov, výstavba potrebnej mestskej infraštruktúry, rozsiahle územné konania a vydanie stavebných povolení by nebolo v tak krátkom čase reálne a možné bez spolupráce zainteresovaných subjektov. Na druhej strane sa výstavbou aquaparku

prejavila pozitívna spätná väzba. V snahe zintenzívniť a sprehľadniť spoluprácu jednotlivých subjektov cestovného ruchu bol v roku 2008 vystorený klaster cestovného ruchu Liptov. Ide o prvý klaster tohto druhu na Slovensku.

Aplikácia Modelu kvantifikácie ekonomického efektu investície do rozvoja cestovného ruchu⁴

Popis zariadenia cestovného ruchu

Aquapark Tatralandia Resort vystupuje navonok ako súčasť podniku cestovného ruchu Tatralandia Holiday Resort (THR). Tento podnik cestovného ruchu pozostáva okrem Aquaparku Tatralandia Resort z Holiday Village Tatralandia a z Western City Šiklův Mlýn Tatralandia. Pri Tatralandii pôsobí cestovná kancelária Tatralandia Resort.

Tatralandia sa nachádza 2 km severozápadne od mesta Liptovský Mikuláš na severnom brehu priehrady Liptovská Mara v katastrálnom území Ráztoky. Z Liptovského Mikuláša je dostupná po cestnej komunikácii druhej triedy č. 584, ktorá spája Liptov s Oravou. Jej poloha je výhodná nielen z regionálneho hľadiska, keďže sa nachádza v strednej časti Liptova, ale i z hľadiska celoslovenského, či stredoeurópskeho. Lokalizácia bezprostredne pri severnom diaľničnom ťahu a hlavnom ťahu na trase Liptov – Poľsko, blízkosť popradského letiska (cca 50 km) a relatívna blízkosť hraničných prechodov s Poľskom, ale i s Českou republikou zaručujú Tatralandii dobrú dostupnosť tak pre domácu, ako aj pre zahraničnú potenciálnu klientelu.

Výstavba Tatralandie sa začala položením základného kameňa dňa 14. 11. 2002. Prevádzka bola spustená 5. 7. 2003, avšak v tom čase bola ukončená len výstavba samotného aquaparku. Úspešná návratnosť pôvodnej investície Aquaparku Tatralandia vo výške vyše 500 miliónov SKK (16,7 mil. €) podnietila spoločnosť Tatra Development Group, aby do rozvoja aquaparku vložila ďalší kapitál. Výstavba celého komplexu Tatralandie pokračovala vo viacerých etapách. V rámci druhej etapy vyrástli ďalšie nové bazény, tobogany a šmykačky, ktoré si vyžiadali investície v hodnote 210 mil. SKK (7 mil. €). Investície do ostatných častí ako Holiday Village, Western City, CK Tatralandia predstavovali sumu 290 miliónov SKK (9 700 €). Plánovaná návratnosť investícií je 12 rokov. Aquapark Tatralandia plánuje v najbližšom období investovať do jeho rozšírenia ďalších 650 miliónov SKK (21 mil. €). Do roku 2010 by plánované investície do Aquaparku mali presiahnuť 2 mld. SKK, t.j. cca 66,4 mil. €. Investície do strediska každoročne prispievajú k zvyšovaniu atraktívnosti tohto podniku CR (interné zdroje CK Tatralandia).

⁴ Blíže viz. Model č. 3, str. 8

Aquapark Tatralandia Resort predstavuje komplex bazénov, vodných atrakcií, toboganov, sún, kúpeľov, iných atrakcií a podnikov stravovania, ktorý je so svojou rozlohou (7 ha) a rozlohou vodnej plochy (2622 m²). Počas letnej sezóny je okamžitá kapacita aquaparku 4.000 osôb a počas zimnej sezóny 1.000 osôb.

Celoročnú prevádzku aquaparku umožňuje zdroj termálnej vody, ktorý vyvierá z hĺbky viac ako 2500 m a teplota vody dosahuje 60,7°C. Na Liptove sa nachádza viac termálnych prameňov a kúpalísk (Bešeňová, Lipt. Ján), avšak termálna voda v Aquaparku Tatralandia má medzi nimi osobitné postavenie. Obsahuje pozostatky vôd z mora, ktoré bolo na území dnešnej Liptovskej kotliny pred 40 miliónmi rokov. Aj preto pôsobí minerálna voda aquaparku pozitívne najmä na pohybové a dýchacie ústrojenstvo.

Zamestnanosť

Ďalšou oblasťou, ktorú výstavba Aquaparku Tatralandie ovplyvnila priamo aj nepriamo, je zamestnanosť regiónu. V areáli Aquaparku Tatralandie pracuje na plný úväzok 220 zamestnancov v letnom a 160 v zimnom období. Okrem toho Aquapark Tatralandia zamestnáva v letnej sezóne 80 zamestnancov na dohodu o vykonaní práce. V prípade údajov za Holiday Village, Western City, cestovnú kanceláriu Tatralandia, bufety, reštaurácie, zamestnancov bezpečnostnej služby ap. môžeme hovoriť o ďalších 210 pracovných miestach. Cestovný ruch sa stáva jedným z hlavných zamestnávatel'ov regiónu a tento trend sa javí ako dlhodobý. Pri vychádzaní z uvedených prepočtov môžeme konštatovať, že Tatralandia prispela k znižovaniu nezamestnanosti v regióne vytvorením 450 – 610 pracovných miest, či už priamo, alebo sekundárne. Vysvetlenie a výpočet multiplikátora zamestnanosti bude predmetom ďalšieho výskumu.

Finančné zdroje na uvažovanú investíciu

Nakoľko daná investícia je zväčšej miery zrealizovaná, nie je potrebné zaoberať sa tzv. hľadáním zdrojov. Sme radi, že sa nám podarilo získať vyššie uvedené finančné údaje o realizovanej investícii. Podľa vlastných zistení sa jedná o kombináciu zahraničných a domácich zdrojov s dominantnou pozíciou ruského kapitálu. Vzhľadom na to, že sa jedná o nezverejňované a pre bežných ľudí neprehľadné a nejasné finančné toky, našu pozornosť sústreďujeme predovšetkým na skúmanie ekonomických efektov z danej investície.

Ekonomické efekty z investície pre oblasť

Výstavba podniku cestovného ruchu Aquapark Tatralandia Resort vplýva na daný región vo viacerých oblastiach, ale jej prínos má najmä hospodársky a sociálny charakter. Tatralandia vyvolala veľký záujem domácich, ale najmä zahraničných návštevníkov o termálne pramene na Liptove, čo sa pozitívne prejavuje na rýchlo sa rozvíjajúcom cestovnom ruchu v regióne. Zvýšený počet návštevníkov regiónu

podnietil budovanie nových obchodných prevádzok, podnikov cestovného ruchu, supraštruktúry a všeobecnej infraštruktúry cestovného ruchu regiónu.

Priamym prínosom Tatralandie pre ekonomiku regiónu sú najmä jej priame platby, či už do samosprávy (daň z nehnuteľnosti, daň za ubytovanie ap.), štátnych podnikov a štátneho rozpočtu (daň za využívanie geotermálneho vrtu, spotrebná daň, platby za energie, vodné, stočné ap.), ale i do súkromného sektora (za prenájom služieb, stavebný materiál ap.).

Ubytovacie zariadenia odvádzajú samospráve tzv. daň z ubytovania za každú osobu a noc. Len v meste Liptovský Mikuláš bolo na dani z ubytovania do mestskej pokladne v roku 2006 odvedených 3.119 tis. Sk, čo predstavuje 115 % plánovaných príjmov z dane z ubytovania. V roku 2005 bol tento príjem len 1.523 tis. Sk. Nárast príjmu z dane z ubytovania za rok 2006 oproti roku 2005 je viac ako dvojnásobný (Výsledok hospodárenia mesta Lipt. Mikuláš za rok 2006). Keďže počet ubytovacích zariadení sa za tieto dva roky zvýšil o približne 20 %, môžeme tento nárast dane z ubytovania pripísať aj väčšiemu počtu návštevníkov a prenocovaní.

Väčší počet návštevníkov sa neprejavuje len v priamych platbách. Výstavba Tatralandie mala na región Liptova aj sekundárny dopad. Návštevníci využívajú stravovacie služby, nakupujú potraviny, pohonné hmoty do automobilov ap. Vysoký dopyt po službách a športovo-rekreačnom vyžití zo strany návštevníkov má za následok ďalšiu výstavbu a tvorbu pracovných príležitostí. Od roku 2003 boli v Liptovskom Mikuláši a v okolí Tatralandie vybudované dve motokárové haly, bowling, tenisová hala, či squashové centrum. V Liptovskom Mikuláši je šesť prevádzok obchodných reťazcov, pričom mnohé z nich patria k prevádzkam s najväčším obratom na Slovensku.

Výstavba Tatralandie mala dopad na jej okolie aj z hľadiska atraktivity pre ďalšie investície. Keďže sa počíta s rozširovaním Tatralandie a s rozvojom cestovného ruchu v jej okolí, je v danej lokalite zvýšený záujem o stavebné a iné pozemky. Ich trhová cena sa oproti roku 2003 zvýšila od päť do desaťnásobku pôvodnej ceny.

Jednoznačne môžeme potvrdiť, že zvýšený počet návštevníkov podnietil výstavbu nových zariadení cestovného ruchu, či už ubytovacích, stravovacích, alebo zariadení občianskej vybavenosti. Nárast počtu poskytovateľov ubytovacích služieb v meste Liptovský Mikuláš za roky 2001 až 2007 bol 209 prevádzok. V roku 2002 bol počet ubytovacích zariadení 140, v roku 2003 to bolo 175, v roku 2004 bol počet poskytovateľov ubytovania 216. V roku 2005 nasledoval nárast na 281 prevádzok a v roku 2006 to bolo až 335 prevádzok na území mesta Liptovský Mikuláš.

Je potrebné zdôrazniť, že uvedené údaje zahŕňajú fyzické aj právnické osoby a že ide o legálnych poskytovateľov ubytovacích služieb, ktorí svoje prevádzky oficiálne nahlásili. Presný počet, ani odhad počtu tzv. „čiernych“ poskytovateľov ubytovania nie je známy, možno však predpokladať, že ich podiel na trhu nie je zanedbateľný.

Výskum vplyvu Aquaparku Tatralandia Resort na malé a stredné podniky

Pre zhodnotenie vplyvu výstavby Aquaparku Tatralandia Resort na rozvoj malých a stredných podnikov v mikroregióne sme sa v spolupráci so študentkou Zuzanou Ratkošovou rozhodli urobiť analýzu predovšetkým pomocou primárneho výskumu, a to dotazníkovým prieskumom medzi miestnymi podnikateľmi. Keďže región Liptov sa vyznačuje veľkým množstvom malých a stredných podnikov, sústredili sme sa len na podniky zamerané na poskytovanie ubytovacích služieb v okruhu 3 km od podniku Aquapark Tatralandia Resort. Respondentmi výskumu boli teda majitelia jednotlivých ubytovacích zariadení v obci Liptovský Trnovec a mestskej časti Liptovská Ondrášová.

Cieľmi výskumu bolo:

- zistiť počet nových ubytovacích zariadení od vzniku Aquaparku Tatralandia Resort,
- skúmať vplyv Aquaparku Tatralandia Resort na rozvoj týchto ubytovacích zariadení,

Pri zbere informácií sme použili metódu opytovania na základe dotazníka ako formu získavania primárnych informácií. Analýza sekundárnych údajov pozostávala zo štúdia interných materiálov mesta Lipt. Mikuláš a obce Lipt. Trnovec a z interných údajov Aquaparku Tatralandia. Výskum trval jeden mesiac, a to v období od 19. 2. do 16. 3. 2008. V prípade výskumu bol dopytovanou jednotkou jednotlivý majiteľ penziónu alebo iného ubytovacieho zariadenia.

Zostavenie dotazníka

Dotazník bol zostavený z 13 uzatvorených a 1 otvorenej otázky. Po zostavení dotazníka a pred jeho distribúciou respondentom sme uskutočnili pilotné testovanie, ktorým sme zisťovali, či sú otázky jasne formulované a či respondent bude po ich prečítaní vedieť jednoznačne odpovedať. Na základe poskytnutých pripomienok sme dotazník upravili tak, aby bol zrozumiteľný.

Dotazníky sme sa pokúsili distribuovať elektronickou poštou, avšak návratnosť vyplnených dotazníkov bola veľmi nízka a trvala dlhšie časové obdobie. Zvolili sme teda osobný rozhovor s účastníkmi prieskumu. V tomto prípade dotazník slúžil ako podklad pre štandardizovaný rozhovor. Celkovo bolo distribuovaných 80 dotazníkov, z ktorých sa nám vrátilo 63 vyplnených, čo predstavuje 79 %

návratnosť. Najjednoduchšie sme získali informácie od majiteľov penziónov, zložitejšie bolo získať informácie od majiteľov ubytovaní v súkromí z dôvodu ich nezastihnuteľnosti doma. Získané výsledky sme spracovali a znázornili graficky. Vo výskumnej úlohe prezentujeme len tie otázky, ktoré priamo súvisia s vplyvom výstavby aquaparku na rozvoj podnikania v regióne.

Vyhodnotenie získaných údajov z dotazníka

1. Od ktorého roku poskytujete ubytovacie služby?

Pri otázke o začatí podnikania nebolo potrebné rozlišovať jednotlivé ubytovacie zariadenia podľa typov, nakoľko nás zaujímala konečná vypovedacia hodnota všetkých ubytovacích zariadení. Z grafického zobrazenia je zrejmé, že najväčší „boom“ vo výstavbe nových ubytovacích zariadení nastal v roku 2004 a 2005. V tomto prípade je možné poznamenať, že výstavba Aquaparku Tatralandia mala vplyv na výstavbu nových ubytovacích zariadení. Zo získaných údajov možno zhodnotiť, že majitelia ubytovaní v súkromí podnikajúci pred začatím výstavby Aquaparku Tatralandia rozšírili svoju lôžkovú kapacitu a zvýšili kvalitu ubytovacích služieb.

2. Aký objem finančných investícií bol potrebný pri začatí vašej podnikateľskej činnosti.

Z vyplnených dotazníkov sme zistili, že najväčší objem finančných prostriedkov si vyžiadala výstavba penziónov, ktoré majú aj najväčšiu ubytovaciu kapacitu. Naopak najmenej finančných prostriedkov si vyžiadalo ubytovanie v súkromí, kde sa investície vynaložili najmä do prestavby už existujúcich priestorov. Z vyplnených dotazníkov sa priemerná suma na výstavbu penziónu pohybovala okolo 12 miliónov slovenských korún. Pri ubytovaní v súkromí sa táto suma pohybovala v rozmedzí od 0,5 mil. SKK až po 1 milión SKK.

3. Pociťili ste vplyv výstavby Aquaparku Tatralandia Resort ako prínos pre vaše podnikanie?

Na posúdenie vplyvu výstavby Aquaparku Tatralandia všetci oslovení jednoznačne potvrdili, že výstavbu Aquaparku Tatralandie pokladajú za veľký prínos pre ich podnikanie. V mnohých prípadoch bol práve ATR dôvodom výstavby nových ubytovacích zariadení.

4. Má počet návštevníkov vášho podniku rastúcu tendenciu spojenú s postupným rozširovaním Aquaparku Tatralandia ?

Pri otázke zameranej na zistenie, či s postupným rozširovaním Aquaparku Tatralandia pociťujú majitelia aj zvýšený nárast zákazníkov, odpovede neboli také jednoznačné. 68 % oslovených deklarovalo, že každý rok sa počet návštevníkov v ich ubytovacom zariadení zvyšuje. Naopak 13 % uviedlo, že s postupným rozširovaním podniku Aquapark Tatralandia sa podstatne zvýšila aj konkurencia

v regióne, a tým sa počet zákazníkov v ich ubytovacom zariadení znížil. Medzi najväčších konkurentov pokladajú práve súčasť podniku Tatralandie Holiday Resort, a to poskytovateľa ubytovacích služieb Holiday Village s celkovou kapacitou 700 miest. Jedna pätina respondentov nevedelo na otázku jednoznačne odpovedať.

5. Aké sú hlavné nedostatky cestovného ruchu v regióne Liptovský Mikuláš?

Všetci podnikatelia mali možnosť vyjadriť svoj názor na nedostatky cestovného ruchu v regióne Liptovský Mikuláš. Majitelia jednotlivých ubytovacích zariadení uviedli ako nedostatok najmä nedostatočnú propagáciu v zahraničí, nedostatok reklamných a propagačných materiálov, ktoré by reprezentovali celý región a propagovali ho ako celok. Ďalším problémom bola ešte stále nízka kvalita ubytovacích služieb. Presné výsledky sú zobrazené v nasledovnom grafe.

6. Čo by ste navrhli pre ich zlepšenie?

Podnikatelia mali možnosť uviesť konkrétne riešenia na existujúce nedostatky v cestovnom ruchu. Respondenti poukázali najmä na fakt, že by sa mala zlepšiť spolupráca medzi samosprávou a podnikmi cestovného ruchu. Ďalšou prekážkou, ktorú by bolo potrebné odstrániť, je ešte stále slabo rozvinutá infraštruktúra. Oblasťou, ktorá by taktiež potrebovala zlepšenie, je zvýšenie propagácie najmä v zahraničí.

Vyhodnotením výsledkov prieskumu môžeme potvrdiť, že od otvorenia Aquaparku Tatralandie Resort sa zaznamenal nárast počtu návštevníkov a počtu malých a stredných podnikov poskytujúcich služby cestovného ruchu. V mnohých prípadoch bol práve Aquapark Tatralandia Resort dôvodom výstavby nových ubytovacích zariadení. Jediné negatívum postupného rozširovania Aquaparku Tatralandia Resort pre malé a stredné podniky predstavuje narastajúca konkurencia v mikroregióne, pretože s postupným rozširovaním Aquaparku Tatralandia Resort sa zvýšili aj možnosti ubytovania. Dotazovaní respondenti uviedli ako najväčšieho konkurenta práve súčasť podniku Tatralandia Holiday Resort, a to poskytovateľa ubytovacích služieb Holiday Village.

V dotazníku sme sa zamerali aj na problémy malopodnikateľského sektora. Vyhodnotením názorov podnikateľov sme zistili, že kľúčovým problémom rozvoja malých a stredných podnikov je nedostatok finančných zdrojov. Väčšina oslovených pri začatí svojej podnikateľskej činnosti využila možnosť financovania podniku cudzími zdrojmi, a to formou úveru. Medzi ďalšie problémy respondenti zaradili vysoké finančné zaťaženie a častú zmenu legislatívy. Výskumom sme dospeli k záveru, že medzi hlavné nedostatky cestovného ruchu v mikroregióne patrí nedostatočná kvalita služieb cestovného ruchu a nízka propagácia v zahraničí.

Výpočet multiplikačného efektu realizovanej investície v oblasti cestovného ruchu

Ekonomická teória vysvetľuje, že zvýšenie investícií vyvolá rast hrubého domáceho produktu. Rast celkového produktu je však vyšší ako je samotný nárast vložených investícií. Tomuto znásobeniu účinku investícií na zmenu produktu hovoríme multiplikátor. Konečný efekt vloženia určitého objemu investícií do ekonomiky predstavuje zmenu v príjme viacnásobne väčšiu, ako bol pôvodný objem investícií. Pojem multiplikátor odpovedá na otázku, prečo určitý relatívne menší objem investícií zvýši národný dôchodok o väčšiu sumu než je výška prvotnej investície. Všeobecne povedané: *multiplikátor* je číslo, ktorým musíme násobiť zmenu v ekonomickej premennej, aby sme dostali úplnú zmenu druhej ekonomickej premennej.

Multiplikačný efekt sa dá vysvetliť reťazcom opakovaných výdavkov, ktoré vyvolala pôvodná investícia. Veľkosť tohto účinku je potom závislá od toho, aký veľký je hraničný sklon k spotrebe (MPC), resp. hraničný sklon k úsporám (MPS). Vzorec multiplikátora môžeme odvodiť nasledovným spôsobom:

$$k = \frac{\Delta Y}{\Delta I}$$

k – multiplikátor
 ΔY – zmena dôchodku
 ΔI – zmena investícií

Investičný multiplikátor je pomer zmeny v rovnovážnej produkcii k zmene v investíciách, po ktorých je dopyt a ktoré spôsobili zmenu v objeme produkcie. Multiplikátor je väčší ako 1, pretože akákoľvek zmena v investičných výdavkoch vyvolá ďalšie zmeny v kvantite spotrebných tovarov, po ktorých je dopyt.

Základné komponenty agregátnych výdavkov predstavuje osobná spotreba, domáce investície, vládne nákupy tovarov a služieb a ich čistý export. Dvojsektorový, zjednodušený model ekonomiky, považuje len existenciu sektoru domácností a podnikov. V tomto modeli neexistuje sektor vláda a teda ani dane a vládne výdaje, neexistuje ani sektor zahraničia a teda ani čistý export. Z uvedeného vyplýva, že celkové výdaje sa skladajú len zo spotrebných výdajov domácností a zo súkromných investičných výdajov. Z tohto predpokladu tiež vyplýva, že v jednoduchom modeli dôchodok je identický s disponibilným dôchodkom, teda $Y = YD$.

Spotrebné výdaje predstavujú súhrn výdavkov domácností za konečné statky a služby. Najdôležitejším faktorom ovplyvňujúcim spotrebu v domácnostiach je dôchodok (príjem) Y . Všeobecne možno konštatovať, že čím vyšší je použiteľný osobný dôchodok domácností, tým vyššie sú aj ich výdavky na spotrebu. Popri

príjme, ktorý predstavuje hlavný faktor ovplyvňujúci spotrebu, poznáme aj ďalšie faktory, ktoré ovplyvňujú spotrebu a sporivosť. Najdôležitejšie z nich sú očakávania príjmov v budúcnosti, zásoby tovarov a bohatstva, dane, hladina cien, veľkosť domácnosti a veková štruktúra.

V dvojsektorovom modeli ekonomiky dochádza k zmene produktu pod vplyvom zmeny plánovaných spotrebných a investičných výdavkov. Časťou celkových plánovaných výdavkov sú hrubé súkromné domáce investičné výdaje, ktoré sú tvorené výdajmi na nákup fixného kapitálu. Hodnota multiplikátora je odvodená od disponibilného dôchodku domácností, od ich spotrebiteľského správania a ich sklonu k spotrebe.

Naším cieľom je vypočítať multiplikátor, ktorý vyjadruje vplyv investície do Aquaparku Tatralandia Resort na produkt v regióne. Prírastok produktu je tvorený statkami, ktoré vznikli v dôsledku zvýšenia autonómnych výdavkov tzv. prvotných investícií Aquaparku Tatralandia Resort. Na tento vytvorený produkt nadväzujú indukované (odvodené) spotrebné výdavky domácností. V modeli predpokladáme 100 % sklon k spotrebe ($MPC = 1$).

Pri výpočte investičného multiplikátora na príklade Aquaparku Tatralandia Resort za obdobie rokov 2004 – 2006 v prípade dvojsektorovej ekonomiky sme využili prvotné investície ATR (I_p), od ktorých sa odvíja objem indukovaných investícií v mikroregióne. Zmenu produktu sme zistili na základe prepočtu indukovaných investičných výdavkov, ktoré v tomto prípade predstavujú investície domácností vynaložené na výstavbu nových ubytovacích zariadení v mikroregióne a tiež investície vložené do doplnkových služieb a rozšírenia Aquaparku Tatralandia Resort (údaj zahŕňa investície vložené do ATR, Holiday Village, CK Tatralandia, Western City).

V prípade spotrebných výdavkov sme brali do úvahy príjmy majiteľov ubytovacích zariadení z ich podnikateľskej činnosti a tiež príjmy zamestnancov Tatralandie Holiday Resort. V prípade zisťovania príjmu zamestnancov nebolo možné získať presné informácie o objeme vyplatených hrubých miezd podnikom Tatralandia Holiday Resort, a preto sme pri jeho výpočte vychádzali z minimálnej mzdy charakteristickej pre jednotlivé roky 2004 – 2006. Pokúsili sme sa tiež vypočítať multiplikátor v prípade priemerných miezd v oblasti hotelierstva a cestovného ruchu. Pri prepočte spotrebných výdavkov sme brali do úvahy 100 % sklon k spotrebe, čo znamená, že domácnosti celý svoj príjem použijú na spotrebu. Vypočítali sme dva druhy investičného multiplikátora. Prvý (k_1) poukazuje na vplyv prvotných investícií ATR na rozvoj malých a stredných podnikov v mikroregióne. Druhý multiplikátor (k_2) vyjadruje vplyv prvotných investícií na rast produktu v regióne Liptov.

Po spracovaní potrebných údajov získaných z dotazníkového prieskumu a interných údajov Aquaparku Tatalandie sme dospeli k nasledovným výsledkom:

Tabuľka 1 – Objem investičných a spotrebných výdavkov v mikroregióne

prvotné investície ATR (ΔI_p)	= 500.000.000 Sk
investície vložené do rozšírenia ATR (I)	= 210.000.000 Sk
investície vložené do ostatných častí podniku Tatalandia Holiday Resort (Holiday Village, CK, Šikulov mlyn) (I)	= 290.000.000 Sk
investičné výdavky ubytovacích zariadení za obdobie 2004-2006 (I)	\cong 156.000.000 Sk
spotrebné výdavky ubytovacích zariadení za obdobie 2004-2006 (C)	\cong 121.040.000 Sk
spotrebné výdavky zamestnancov Tatalandia Holiday Resort za obdobie 2004-2006 (minimálna mzda) (C_{\min})	\cong 92.016.000 Sk
spotrebné výdavky zamestnancov Tatalandia Holiday Resort za obdobie 2004-2006 (priemerná mzda) (C_{ϕ})	\cong 124.056.000 Sk

Prameň: vlastné spracovanie

$$k = \frac{\Delta Y}{\Delta I_p} \quad \text{kde:} \quad k - \text{koeficient investičného multiplikátora}$$

ΔY – zmena produktu

ΔI_p – zmena prvotných investícií

$$\Delta Y = \Delta C + \Delta I \quad \text{kde: } \Delta C - \text{prírastok spotreby v dôsledku prvotnej investície}$$

$$\Delta I - \text{prírastok indukovaných investícií (vrátane } I_p)$$

Po dosadení do vzorca sme dospeli k nasledovným výsledkom:

1. výpočet investičného multiplikátora s ohľadom na rozvoj MSP v mikroregióne

$$k_1 = \frac{\Delta Y}{\Delta I} = \frac{I + C}{\Delta I_p} = \frac{(500 + 156) + 121,04}{500} = 1,56$$

2a) výpočet investičného multiplikátora s ohľadom na rast produktu v regióne (THR + ubytovacie zariadenia) za predpokladu minimálnych miezd

$$k_{2\min} = \frac{\Delta Y}{\Delta I} = \frac{I + C}{\Delta I_p} = \frac{(500 + 210 + 290 + 156) + (121,04 + 92,016)}{500} = 2,74$$

2b) výpočet investičného multiplikátora s ohľadom na rast produktu v regióne (THR + ubytovacie zariadenia) za predpokladu priemerných miezd

$$k_{20} = \frac{\Delta Y}{\Delta I} = \frac{I + C}{\Delta I_p} = \frac{(500 + 210 + 290 + 156) + (121,04 + 124,056)}{500} = 2,8$$

Koeficient k_1 má hodnotu 1,56 a vyjadruje, že 1 Sk vloženaj prvotnej investície do Aquaparku Tatralandia Resort vyvolá 1,56-násobný prírastok produktu malých a stredných podnikov v mikroregióne. V prípade multiplikátora k_{2min} a k_{20} , kedy sa hodnota koeficientu pohybuje okolo 2,8 môžeme potvrdiť, že každá 1 Sk vydaná na investície do cestovného ruchu implikuje 2,8-násobný prírastok produktu v regióne Liptov. Z výpočtu uvedeného multiplikátora vyplýva, ako prírastok prvotných investícií zvýšil celkový produkt v mikroregióne, a to v podstatne vyššej miere ako predstavovala prvotná investícia. Preto môžeme konštatovať, že výstavba Aquaparku Tatralandia Resort mala veľký vplyv na rozvoj MSP v mikroregióne ako aj na ďalší rozvoj regiónu a cestovného ruchu.

Multiplikátor vlastne odhaľuje silu a význam investičných výdavkov s dôrazom na dôchodkotvorný efekt. Investície majú aj akceleračný účinok, to znamená, že prírastok produkcie implikuje ďalší rast investícií. Tento efekt v konečnom dôsledku vytvára predpoklad pre ďalší rozvoj malých a stredných podnikov v regióne. Nasledovný obrázok graficky znázorňuje, ako cestovný ruch pôsobí na rozvoj ďalších odvetví a vytvára tak multiplikačný efekt. Cestovný ruch vytvára pracovné príležitosti pre obyvateľov, zvyšuje príjmy a príliv devíz, stimuluje kapitálové investície a vytvára príležitosti pre rozvoj malých a stredných podnikov.

Záver

Na základe realizovaného výskumu a iných informačných zdrojov sme dospeli k záveru, že otvorenie Aquaparku Tatralandia Resort prispelo k výraznému zvýšeniu počtu návštevníkov a počtu malých a stredných podnikov poskytujúcich služby cestovného ruchu. Výpočtom investičného multiplikátora sme potvrdili skutočnosť, ako investície vložené do tohto podniku cestovného ruchu vyvolali nárast indukovaných spotrebných a investičných výdavkov v mikroregióne. Hodnota vypočítaného investičného multiplikátora vyjadruje, že 1 Sk vloženaj prvotnej investície do Aquaparku Tatralandia Resort implikuje 1,56-násobný prírastok produktu v mikroregióne a 2,8-násobný prírastok produktu v regióne Liptov. Napriek tomu, že predmetom primárneho výskumu bol mikroregión a pri výpočte multiplikátora sme uplatnili metódu abstrakcie a skúmali sme len v podmienkach dvojsektorovej ekonomiky (nebrali sme do úvahy napr. výdavky zahraničných návštevníkov), hodnota multiplikátora je vyššia ako je bežný priemer multiplikátorov v iných odvetviach.

Z uvedeného výskumu môžeme vyvodit' nasledujúce zistenia:

- realizácia tak rozsiahlej investície ako je výstavba Tatralandie Holiday Resort je možná v oblasti prvého typu, t. z. s atraktívnou primárnou a relatívne dobre vybudovanou sekundárnou ponukou cestovného ruchu
- vypočítaný multiplikačný efekt je relatívne vysoký, ale predpokladáme, že skutočný multiplikačný efekt je ešte vyšší – po započítaní spotrebných výdavkov zahraničných klientov a spotrebných výdavkov z príjmov tzv. šedej ekonomiky
- multiplikačný efekt je vysoký aj vďaka celoročnému využitiu investície (eliminácia negatívnych dôsledkov sezónnosti)
- výsledok multiplikačného efektu je dôkazom toho, že cestovný ruch je schopný účinne napomáhať zmierneniu spoločensko-ekonomických disparít (tento model je aplikovateľný aj na kapitálovo menej náročné investície).

Doc. Ing. Josef Vlček, CSc.

Poznámky k vyjádření /měření/ ekonomických efektů vyvolaných rozvojem cestovního ruchu při odstraňování regionálních disparit

Regionální (územní) disparita je označení pro odlišnou intenzitu (úroveň) určitých ekonomických jevů mezi regiony (lokalitami) v ČR. Úroveň disparity lze vyjádřit (změřit) všemi indikátory, které prokazují zaostalost daného regionu.

V obecné rovině je situace v každém regionu ovlivněna, vedle celkové makroekonomické situace, třemi skupinami faktorů:

- a) ekonomickými faktory – výkonností regionu (produkt, důchody); existujícím kapitálem; objemem investic; disponibilními lidskými zdroji (zaměstnanost, nezaměstnanost); fungováním lokálního trhu (objem tržeb); poptávkou po daném produktu (návštěvnost); nabídkou služeb CR; konkurenční výhodou daného regionu; apod.
- b) geografickými faktory – poloha; přírodní podmínky; kvalita životního prostředí; osídlení, regionální infrastruktura;
- c) sociokulturními faktory – schopnosti a postoje lidí ve smyslu hodnotových hierarchií a tradic (včetně tradic výrobních); předpoklady pro společenskou komunikaci a spolupráci (sociální kapitál);

Při pokusu změřit výše uvedené proměnné (ukazatele) vznikají potíže. Většina ekonomických veličin je oficiálně sledována ČSÚ jen v „nadregionální“ úrovni (např. vytvořený produkt, poptávka v cestovním ruchu) a podle struktury OKEČ. Problémově zaměřené studie jsou výsledkem výzkumu různých institucí a zájmových skupin. Jejich obsahové zaměření a metodický přístup není koordinován. Z hlediska výzkumu cestovního ruchu mají jen informativní přínos.

Dobře dostupné jsou informace o potenciálu cestovního ruchu – údaje o ubytovacích zařízeních, organizacích cestovního ruchu, o infrastruktuře (dopravní, cestovního ruchu), environmentální úrovni lokalit apod. Tyto kvantitativní charakteristiky představují významné východisko pro analýzu rozvoje cestovního ruchu, protože umožňují sledovat růst potenciálu cestovního ruchu a jeho využití. Nelze je ale použít jako základní indikátor, který prokazuje překonávání regionální disparity.

Sociokulturní faktory poskytují řadu údajů o obyvatelstvu a jsou zkoumány obvykle z hlediska životního způsobu. Regionální specifika jsou v těchto informacích standardně zdůrazňována. Výstupy jsou k dispozici především

v kvalitativní rovině. Při analýzách cestovního ruchu mají největší význam při hledání konkurenčních výhod jednotlivých lokalit.

Skutečnost, že iniciátorem zmírnění disparit je cestovní ruch, přináší metodologické problémy vyplývající z podstaty tohoto fenoménu. Nabídku služeb cestovního ruchu v regionu (destinaci) zajišťuje řada subjektů a jejich podíl na produkci a tím i na uspokojení potřeb zákazníka je proměnlivý, věcně i v čase. Produkt cestovního ruchu destinace je „produkován“ na dílčích trzích a „vyrábějí“ jej poskytovatelé následujících dílčích produktů (služeb) a organizátoři jeho rámce:

- dopravy,
- ubytování,
- stravování,
- atraktivit (historických, kulturních, sportovních),
- upomínkových předmětů,
- místní státní správa svojí organizační činností,
- cestovní kanceláře jako koordinátoři většiny aktivit.

Rozvoj cestovního ruchu v daném regionu je vázán na primární zdroje, které představují původní pohnutku k návštěvě a na sekundární faktory, jež vytvářejí pro návštěvníky doplňkové příležitosti, většinou nákupního typu. Primární objekty – přírodní a historické atraktivity vznikly bez vazby na cestovní ruch, zatímco sekundární nabídka (umělé atrakce, hotely, restaurace, obchody) byla vytvořena pro potřeby návštěvníků. Atraktivity jsou hlavním faktorem stimulačním vnější poptávku, ale účastníci cestovního ruchu většinou věnují daleko více času a prostředků sekundární nabídce, která si tak přisvojuje rozhodující část efektů, vyvolaných primárním zdrojem.

Využití primárních zdrojů většinou řídí územní veřejná správa, případně státní instituce, které také pečují o jejich údržbu a pokud výnosy nepokryjí náklady, poskytují dotace. Příliv návštěvníků v lokalitách násobně zvyšuje odbyt, ale i ceny zboží a služeb, oproti běžným (referenčním) regionům.

Základním východiskem při identifikaci a měření efektů, vyvolaných rozvojem cestovního ruchu při odstraňování regionálních disparit, je skutečnost, že daný region nevyužívá plně svůj ekonomický potenciál. Produkčně se nachází pod potenciálním produktem. Znamená to, že v regionu jsou:

- nevyužitá kapacita,
- nezaměstnané pracovní síly.

Produkcí (výkonnost) regionu musíme rozdělit do dvou částí, které umožní odlišit stav před a po rozvoji cestovního ruchu. Další komplikaci přináší samotný produkt cestovního ruchu, protože řada efektů bude rozptýlena mimo region a je tak obtížně zjištělná. V modelu bude existovat:

- sektor cestovního ruchu, zařadíme sem všechny producenty služeb cestovního ruchu. Problém bude tvořit stravování, ale zde lze provést kvalifikovaný odhad.
- lokální sektor budou tvořit všechny ostatní místní firmy.

Zvolený postup umožní odhadnout i multiplikační efekt v lokálním sektoru, který vyvolá růst důchodů získaných z rozvoje cestovního ruchu. Pokud bude vyvolaný růst důchodů v celém regionu větší než přírůstek důchodů v sektoru cestovního ruchu, potom bude možné označit rozvoj cestovního ruchu za faktor, který vedl k zmírnění regionální disparity.

Celkový důchod (příjem) v regionu (Y_R) je tak tvořen v sektoru cestovního ruchu (Y_{CR}) a v lokálním sektoru (Y_L).

$$Y_R = Y_{CR} + Y_L$$

Další vývoj příjmů v regionu závisí na tom, jak velká část důchodů v regionu zůstane. Vyplývá to ze skutečnosti, že někteří investoři do rozvoje místního cestovního ruchu sídlí mimo region a své výnosy pravděpodobně budou také investovat jinde. Region je pro ně jednou z investičních příležitostí. Stejný pohyb lze předpokládat i u části mezd, protože při poskytování některých služeb cestovního ruchu je často využívána levná zahraniční pracovní síla (při ubytování, např. uklízečky). Znamená to, že do spotřebního výdajového proudu v regionu vstoupí jen část příjmů získaných v sektoru cestovního ruchu. Únik důchodů mimo region způsobí, že z každé koruny získané v cestovním ruchu zůstane jen $(1 - e)$ a z té je tvořena indukovaná spotřeba: $c(1 - e)$. Výraz $c(1 - e)$ označujeme za mezní sklon ke spotřebě z důchodu.

c = podíl dodatečného důchodu, který obyvatelé regionu vynaloží na spotřebu (důchod se standardně rozdělí na spotřebu a úspory)

e = ta část důchodu, která je vyvedena z regionu (má hodnotu $0 - 1$)

Jaký přínos má multiplikační efekt příjmů z cestovního ruchu pro místní ekonomiku si ukážeme formou příkladu. Pro jednoduchost předpokládejme, že v regionu se nevybírají daně, přírůstek příjmů z cestovního ruchu je 1.000 Kč, $c = 0,8$ a $e = 0,5$. Důchod v regionu se zvýšil o 1.000 Kč, ale řetězec vyvolaných spotřebních výdajů v regionu (důchodotvorný proces) zahájilo jen 400 Kč, protože $c(1 - e)Y = 0,8(1 - 0,5) 1.000 = 400$. Příjem z cestovního ruchu (1.000 Kč) se rozdělil:

- 500 Kč uniklo z regionu $/Y(1 - e) = 1000(1 - 0,5)/$
- 400 Kč tvoří spotřební výdaje
- 100 Kč úspory

V dalším výdajovém kole obyvatelé regionu těchto 400 Kč vynaloží na nákup ekonomických statků. Znamená to, že tento výdaj se přemění v důchod a jeho

příjemci (místní výrobci nakupovaných statků) jej standardně rozdělí na spotřební výdaje ($cY = 0,8 * 400 = 320$) a zbytek uspoří. Toto rozdělování dodatečného důchodu bude pokračovat tak dlouho, dokud se řetězec spotřeby a následných důchodů nevyčerpá.

Vzhledem k tomu, že celkový přírůstek důchodu je určitým násobkem příjmu z cestovního ruchu, který zůstal v regionu, můžeme pro jeho výpočet použít Keynesův multiplikátor.

$$\text{Vyvolaný přírůstek důchodu} = \frac{1}{1 - c} * \Delta \text{ příjmu} = \frac{1}{1 - 0,8} * 400 = 2.000 \text{ Kč}$$

Příjem z cestovního ruchu (1.000 Kč) tak zvýší celkový důchod v regionu o 2.000 Kč.⁵ Pokud by v regionu zůstal celý příjem z cestovního ruchu ($e = 0$), potom by se důchod zvýšil o 4.000 Kč. ($1/1-0,8 * 800$).

Při identifikaci důchodových toků vznikají problémy, které vyplývají z povahy investic, které je třeba vynaložit na „odstartování“ rozvoje cestovního ruchu a z podstaty tohoto fenoménu. Ze zkušeností víme, že investice vynaložená na rozvoj cestovního ruchu, pochází nejen ze soukromých, ale i z veřejných zdrojů. V zásadě jde o realizaci investičního projektu do oblastí cestovního ruchu. Investoři přitom posuzují míru výnosu z investice (kapitálu) a přihlížejí k tomu, že pořízené kapitálové statky jsou využívány ve výrobním procesu po delší časové období.⁶

Postup soukromého investora je podřízen maximalizaci zisku a investice do rozvoje cestovního ruchu je pro něho jednou z možných variant umístění kapitálu. Pro jednoduchost předpokládejme, že zdrojem investice jsou osobní úspory podnikatele. Pro investora (firmu) má výnos ve stávajícím roce větší význam, než výnosy očekávané v pozdějších letech. Zároveň musí předpokládat, že vlivem celkové makroekonomické situace se roční výnosy i úroková sazba budou měnit. Investor musí zjistit, jaká je současná hodnota celého toku budoucích výnosů z dané investiční příležitosti (PV). Ze všech možných příležitostí pro investování zvolí investor tu, která bude spojena s nejvyšší současnou hodnotou očekávaného toku budoucích výnosů. PV se vypočte na základě diskontování toku budoucích výnosů úrokovou mírou.

⁵ Pro přesnější zjištění vlivu cestovního ruchu na regionální ekonomiku by bylo třeba zohlednit i skutečnost, že v této oblasti podnikání je poměrně rozvinutá stínová ekonomika a práce na černo. Znamenalo by to očistit důchod od tohoto vlivu: Y_{CR} vynásobit koeficientem $(1 + \text{únik do stínové ekonomiky v procentech})$.

⁶ Podíl soukromých a veřejných investic musí být takový, aby nedošlo k vzniku „tourist bubble“, což je v podstatě lokalita s navštěvovanou atraktivitou (výsledek soukromých investic), která je obklopena nevábným prostředím, s přidruženými sociálními problémy. Například v ČR je to Jáchymov, kde luxusně vyhlížející Radium Palace doplňují zchátralé domky se zabedněnými okny. Je zřejmé, že zde selhává místní samospráva.

$$PV = \frac{N_1}{1 + i_r} + \frac{N_2}{(1 + i_r)^2} + \dots + \frac{N_n}{(1 + i_r)^n}$$

N_i = čistý roční výnos z dané investice v i -tém roce jeho životnosti
 i_r = roční úroková sazba

Rozhodnutí zastupitelstva obce (destinace), podílet se investičně na rozvoji cestovního ruchu v dané lokalitě, je spojeno s významným problémem volby. Jestliže se obec rozhodne pro takovou investici, musí omezit jiné výdaje, které se tak stávají alternativním (oportunitním) nákladem této investice (druhou nejlepší volbou). Oportunitním nákladem tohoto výdaje je vždy největší hodnota jeho užití, ať spočívá ve spotřebě nebo v jakékoli podobě výroby. Zastupitelstvo bude porovnávat výnos z investice do cestovního ruchu s hodnotou ušlých příležitostí, s tím, co mohlo být.

Vedení obce (lokality) musí přihlížet i k tomu, že rozvoj cestovního ruchu v daném regionu generuje nejen zjistitelné efekty, ale i výstupy (přínosy), které jsou obtížně měřitelné. Bude zkoumat nejen finanční efektivitu investičního projektu (stejně jako soukromý investor), ale i socioekonomický rozvoj lokality, tj. vliv rozvoje cestovního ruchu na blahobyt společnosti. Pokud je v regionu nerozvinutý cestovní ruch, potom je mezní hodnota jeho přínosu velká. Jestliže cestovní ruch je v regionu rozvinutý, budou mít dodatečné investice do tohoto segmentu, jen malý přínos.

Cestovní ruch lze označit za tzv. statek s prahem. Znamená to, že do určité úrovně má „nulový“ vliv na okolí a od určitého stupně rozvoje přináší nejen pozitivní, ale i negativní dopady. Je proto nutné respektovat názor obyvatelstva.

Rozvoj cestovního ruchu je spojen i s vznikem externalit, které nejsou zahrnuty do cen ekonomických statků, s jejichž výrobou či spotřebou jsou spojeny. Externality jsou efekty, které ovlivňují jiné subjekty než samotného svého původce a jejich příjemci nejsou nuceni za ně platit, či nejsou odškodněni za strpění jejich spotřeby. Negativní externality (hluk plynoucí z kulturní akce, nedostatek míst k zaparkování automobilů) znepříjemňují život místnímu obyvatelstvu. Pokud působí trvale (např. špatný stav životního prostředí), lidé se mohou odstěhovat. Většina z nich to obvykle neudělá, protože jim například hrozí ztráta příjmu apod. Spokojenost obyvatel zvyšují pozitivní externality, například snížení emisí z dopravy vyvolané odklonem dopravy z města.

Komplexní společenskou hodnotu (společenský přínos) efektů rozvoje cestovního ruchu zatím nikdo nedokázal vyjádřit. Změření této hodnoty je de facto možné jedině výzkumem veřejného mínění o přínosu cestovního ruchu v dané lokalitě.⁷

Vyjádření společenské hodnoty rozvoje cestovního ruchu v dané destinaci je třeba hledat v komplexním pojetí produktu cestovního ruchu. Když budeme nahlížet na tento produkt jako na komplex služeb (prvků), který je účastníkům cestovního ruchu v dané destinaci poskytován, můžeme se pokusit identifikovat přínos jeho jednotlivých částí. V zásadě jde o poměrování užítka jednotlivých prvků a o stanovení jejich podílu na celku. V této souvislosti vzniká řada metodologických problémů, například:

- Nabídka některých prvků se nezvětšuje plynule, ale ve skocích, daných kapacitou. Výstavba hotelu jednorázově zvětší nabídku ubytování a zároveň vytváří nutnost uhradit relativně vysokou režii.
- Čím méně je prvku k dispozici, například ubytování, tím větší má hodnotu a tím více ovlivňuje hodnotu celého produktu.
- Jak změřit hodnotu atraktivity? Nabízí se metoda cestovních výdajů, kdy cena vstupenky by se měla rovnat hodnotě újmy, kterou jsou subjekty ochotny vynaložit cestováním do příslušné lokality. Jde o součet nákladů na pohonné hmoty, opotřebení vozu, místní jízdné, ale i hodnotu obětovaného volného času apod. Přihlédnout se musí i k metodě tzv. obranných výdajů, kdy se zohlední náklady, které vynaloží majitel atraktivity na odstranění negativních dopadů cestovního ruchu.

Obtížná dostupnost informací, které jsou potřebné pro aplikaci výše uvedených námětů, nás nutí k realistickému přístupu při zjišťování efektů vyvolaných rozvojem cestovního ruchu v daném regionu. Pro splnění cíle projektu WD-37-07-2 – prokázat, že rozvoj cestovního ruchu může být prostředkem pro zmírnění regionálních disparit – je nutné najít indikátory, které jsou dlouhodobě změřitelné, a jejich pomocí popsat výchozí situaci a výsledný stav po změně (po skutečném rozvoji cestovního ruchu).

Údaje o úrovni zvolených indikátorů, které zachytí výkonnost lokality a umožní sledovat přínosy rozvoje cestovního ruchu, je nutné zjistit u všech poskytovatelů služeb cestovního ruchu (terénní výzkum). Získaná data je třeba očistit od vlivu celkové ekonomické situace země, protože cestovní ruch je značně ovlivňován cyklickým vývojem ekonomiky, politickými a vojenskými událostmi apod.

⁷ Pro hodnocení intervencí financovaných státem se používají nástroje socioekonomického hodnocení, které vycházejí z tzv. stínových cen. V ČR si každý analytik určuje stínové ceny sám, případně je přebírá ze zahraničí. Stínové ceny nenahrazují tržní ceny, ale oceňují hodnotu statku pro společnost (zahrnují i nefinanční efekty investic).

Doporučené ukazatele, které je třeba sledovat nejen v segmentu cestovní ruch, ale i v rámci celého sledovaného regionu:

- Hrubá přidaná hodnota (nově vytvořená hodnota, kterou získávají institucionalizované jednotky z používání svých výrobních kapacit – rozdíl mezi celkovou produkcí a mezispotřebou).
- Produktivita práce (produktivita na zaměstnance, hodinová produktivita práce).
- Jednotkové náklady práce (podíl vykonané práce na jednotku produkce).
- Intenzita podnikatelských aktivit (počet soukromých podniků).
- Investiční aktivita (objem investic v regionu, míra investic v odvětvích, tvorba hrubého fixního kapitálu, která vytváří předpoklady pro růst).
- Zaměstnanost a nezaměstnanost.
- Úroveň a dynamika mezd.
- Počet obyvatel (migrace pracovních sil, porodnost).

Jejich využití v analýze nákladů a výnosů umožní získat základní ekonomický pohled, který souhrnně vyjádří vliv rozvoje cestovního ruchu na daný region. Informace o rozvoji infrastruktury cestovního ruchu by měly tyto závěry potvrdit.

Příloha č. 1 – Přehled indikátorů ČSÚ ve vazbě na cestovní ruch

<i>Název indikátoru</i>	<i>Měrná jednotka</i>	<i>Stanovisko ČSÚ</i>
UBYTOVACÍ ZAŘÍZENÍ CESTOVNÍHO RUCHU		
Hromadná ubytovací zařízení	Počet zařízení	Ročně, až do úrovně obce Šetření CR 1-12 a CR 2-04
Hotely a jim podobná zařízení	Počet zařízení	
Penziony	Počet zařízení	
Kempy a ostatní zařízení	Počet zařízení	
UBYTOVACÍ KAPACITY CESTOVNÍHO RUCHU		
Lůžka v HUZ celkem	Počet lůžek	Ročně, až do úrovně obce při zachování ochrany důvěrnosti dat Šetření CR 1-12 a CR 2-04
Hotely a jim podobná zařízení	Počet lůžek	
Penziony	Počet lůžek	
Kempy a ostatní zařízení	Počet lůžek	
HOSTÉ A NÁVŠTĚVNOST		
Hosté celkem v HUZ	Počet hostů v tis.	Měsíčně, až do úrovně obce při zachování ochrany důvěrnosti dat a zabezpečení spolehlivosti dat Šetření CR 1-12 a CR 2-04
Zahraniční hosté v HUZ	Počet hostů v tis.	
Přenocování hostů celkem v HUZ	Počet přenocování v tis.	
Přenocování zahraničních hostů v HUZ	Počet přenocování v tis.	
LÁZEŇSTVÍ		
Ubytovací kapacity v lázeňských zařízeních	Počet lůžek	Ročně, až do úrovně obce při zachování ochrany důvěrnosti dat Šetření CR 1-12 a CR 2-04
Hosté v lázeňských zařízeních	Počet hostů v tis.	
Přenocování hostů v lázeňských zařízeních	Počet přenocování v tis.	Měsíčně, až do úrovně obce při zachování ochrany důvěrnosti dat a zabezpečení spolehlivosti dat Šetření CR 1-12 a CR 2-04
Podíl zahraničních hostů	%	
EKONOMICKÝ VÝZNAM CESTOVNÍHO RUCHU		
Výše HDP v celém sektoru cestovního ruchu	Absolutně v Kč, % podíl	Ročně, podíl CR na HDP pouze za celou ČR, výstup ze Satelitního účtu CR (TSA)
Zaměstnanost v celém sektoru cestovního ruchu	Absolutně v tis. osob, % podíl	Ročně, zaměstnanost CR pouze za celou ČR, výstup ze

		Satelitního účtu CR (TSA)
Poptávka v cestovním ruchu – ČR celkem	Absolutně v Kč	Ročně, výstup ze Satelitního účtu CR (TSA)
Poptávka v cestovním ruchu – domácí	Absolutně v Kč	
Poptávka v cestovním ruchu – zahraniční	Absolutně v Kč	

Pozn.: Výstupy ze šetření CR 1-12 a CR 2-04 publikuje Český statistický úřad standardně do úrovně krajů. Za nižší územní celky se poskytují pouze spolehlivá a nedůvěrná data.

Bližší informace o Satelitním účtu cestovního ruchu České republiky jsou zveřejněny na internetové adrese:

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

Přílohu zpracoval: Ing. Pavel Vančura, vedoucí oddělení cestovního ruchu Českého statistického úřadu, s využitím podkladů z projektu MMR ČR řešeného VŠH WA-037-05-Z06 Návrh systematického výzkumu cestovního ruchu v České republice se zvláštním zřetelem na kraje.

Použitá literatura

- FRANKE, A.: *Porovnaní trendů inovací ve vztahu k odvětví cestovního ruchu v České republice*. In: Zborník z konferencie Cestovný ruch – teória a prax v podmienkach globalizácie, Ekonomická fakulta, Banská Bystrica 2009. ISBN 978-80-8083-744-0
- FRANKE, A.: *Výzkum cestovního ruchu ve vztahu k možnostem zniřňování společensko-ekonomických regionálních disparit*. In: Czech Hospitality and Tourism Papers, VŠH, Praha 2008, s. 4 – 21. ISSN 1801-1535
- GÚČIK, M.: *Základy cestovního ruchu*. Občianske združenie Ekonómia, Ekonomická fakulta UMB, Banská Bystrica 2000, ISBN 80-8055-355-6
- HELÍSEK, M.: *Makroekonomie. Základní kurs*. Melandrium, Praha 2000, 2. vyd., ISBN 80-86175-25-1
- HOLEŠOVÁ, H.: *Malé a stredné podnikanie*. Úrad vlády SR a SOPK, Bratislava 2004, ISBN 80-968789-9-9
- Interné zdroje marketingového oddelenia Tatralandie
- Interné zdroje CK Tatralandia
- Interné zdroje MSÚ Liptovský Mikuláš
- KOVAČKA, M.: *Makroekonomika*. SPN, Bratislava 1992, ISBN 80-08-01490-3
- KUPKOVIČ, M.: *Podnikové hospodárstvo*. Sprint, Bratislava 1999, ISBN 80-88848-39-3
- PITEKOVÁ, J.: *Cestovný ruch ako nástroj zmiernňovania regionálnych disparít*. In: Czech Hospitality and Tourism Papers (zvl. č. 2), VŠH, Praha 2008. 169 s., ISSN 1801-1535
- RATKOŠOVÁ, Z.: *Vplyv Aquaparku Tatralandia resort na rozvoj malých a stredných podnikov v mikroregióne* (diplomová práca). Ekonomická fakulta UMB, Banská Bystrica 2007
- SAMUELSON, P. A.: *Ekonomía I*. BRADLO, Bratislava 1992, ISBN 80-7127-030-X
- URAMOVÁ, M. a kol.: *Makroekonomía*. Ekonomická fakulta UMB, Banská Bystrica 2005, ISBN 80-8055-364-5
- VLČEK, J. a kol.: *Ekonomie a ekonomika*. ASPI, Praha 2005, 559 str., ISBN 80-7357-103-X
- VYSTOUPIL, J., ŠAUER, M., HOLEŠINSKÁ, A.: *Návrh indikátorů a ukazatelů pro potřeby organizace a řízení cestovního ruchu na regionální a krajské úrovni*. In: Czech Hospitality and Tourism Papers (zvl. č. 1), VŠH, Praha 2007, str. 46 –50, ISSN 1801-1535
- WEISS, P., JANKOVIČOVÁ, M.: *Regionalizácia cestovního ruchu v Slovenskej republike*. Ministerstvo hospodárstva Slovenskej republiky, odbor Cestovního ruchu, Bratislava 2005