

K O L O K V I U M

KVANTIFIKACE EKONOMICKÉHO EFEKTU Z INVESTIC DO ROZVOJE CESTOVNÍHO RUCHU

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

Praha, 29. 4. 2010

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.

ISBN 978-80-87411-01-8

Obsah

Metodika využití modelu kvantifikace ekonomického efektu z investic do ubytovacích a doplňkových zařízení cestovního ruchu ve vhodných oblastech <i>(Antonín Franke, Petr Studnička)</i>	6
Využití modelu kvantifikace ekonomického efektu z investice v pilotním projektu na příkladu lázeňského hotelu SPA Evženie v Klášterci nad Ohří <i>(Pavel Attl)</i>	10
Využití modelu kvantifikace ekonomického efektu do komplexního rozvoje služeb cestovního ruchu na Lipensku <i>(Karel Nejdrl)</i>	26
Využití modelu kvantifikace ekonomického efektu z investice v pilotním projektu na příkladu supermarketu TIP Lipno <i>(Petr Semeniuk)</i>	43
Využití modelu kvantifikace ekonomického efektu z investice v pilotním projektu na příkladu výstavby lázeňské infrastruktury v Pasohlávkách <i>(Jiří Vystoupil, Martin Šauer)</i>	59
Využitie modelu kvantifikácie ekonomického efektu investície do rozvoja cestovného ruchu na príklade zariadenia cestovného ruchu Tatralandia Liptovský Mikuláš <i>(Jana Píteková)</i>	79

Předmluva

Studijní obor Management destinace cestovního ruchu

Vysoká škola hotelová v Praze (VŠH) je zavedenou soukromou školou s více než desetiletou 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.

Výuka bakalářského studijního oboru Management destinace cestovního ruchu probíhá na VŠH již od akademického roku 2004/2005. Od akademického roku 2010/2011 bude zahájena výuka stejnojmenného studijního oboru i na magisterském (inženýrském) stupni studia. Absolventi bakalářského studia tak budou mít možnost pokračovat v navazujícím magisterském oboru se stejnou specializací. Magisterský studijní obor je akreditován v rámci studijního programu Gastronomie, hotelnictví a turismus a klade důraz především na prohloubení specifických znalostí z oblasti cestovního ruchu, které získali absolventi bakalářského studia, dále na informatiku v cestovním ruchu, marketingové řízení obcí a regionů, udržitelný rozvoj cestovního ruchu a veřejnou správu.

Cílem navazujícího magisterského studijního oboru Management destinace cestovního ruchu je připravit absolventy tohoto studia na výkon středních a vyšších manažerských pozic v podnicích, zabývajících se destinačním managementem, jakož i na výkon funkcí v rámci státní a veřejné správy. Absolventi mohou nalézt uplatnění v organizacích destinačního managementu, v marketingových organizacích cestovního ruchu, v orgánech státní, veřejné a komunální správy a v dalších podnicích cestovního ruchu.

Magisterský studijní obor Management destinace cestovního ruchu je určen jak absolventům stejnojmenného bakalářského oboru, tak dalším absolventům bakalářského studia z jiných oborů a vysokých škol, kteří však musí vykonat v průběhu prvního roku studia 2 – 3 rozdílové zkoušky se zaměřením na management a marketing destinace cestovního ruchu.

Výuka na bakalářském i magisterském stupni studia v oboru Management destinace cestovního ruchu probíhá jak v prezenční, tak kombinované formě studia.

Úvodní slovo

Vážení čtenáři,

po třech zvláštních číslech recenzovaného časopisu *Vysoké školy hotelové v Praze pro vědu a informace Czech Hospitality and Tourism Papers – Hotelnictví, lázeňství, turismus*, které jsme vydali ke kolokviím na naší škole v letech 2008 a 2009 s cílem seznamovat s dosavadními výsledky řešitelského týmu výzkumného projektu MMR ČR WD-37-07-2 pro řešení regionálních disparit složeného z odborníků z Vysoké školy hotelové v Praze, Fakulty informatiky a managementu Univerzity Hradec Králové, Ekonomicko-správní fakulty Masarykovy univerzity v Brně, Ekonomické fakulty Univerzity Mateja Bela v Banské Bystrici, České centrály cestovního ruchu – CzechTourism a Českého statistického úřadu, jsme přistoupili počínaje letošním rokem k vydávání vědeckých příspěvků formou sborníků. Po vydání sborníku k semináři k výzkumu v odvětví v cestovním ruchu v ČR konaného při příležitosti veletrhů cestovního ruchu GO a REGIONTOUR 2010 přistupujeme v rámci prezentace výsledků specializovaného **kolokvia k problematice kvantifikace ekonomického efektu z investic do rozvoje cestovního ruchu** konaného na naší vysoké škole k dalšímu zdokonalení námi vydávaných sborníků.

Kolokvium se uskutečňuje za podpory výzkumného projektu WD-37-07-2 Ministerstva pro místní rozvoj České republiky řešeného na Vysoké škole hotelové v Praze v období 2007 – 2011 pod názvem „Výzkum domácího a příjezdového zahraničního cestovního ruchu ve vztahu k zmírnění společensko-ekonomických disparit“ a ve spolupráci se Společností vědeckých expertů cestovního ruchu (SVECR) v České republice.

Ve sborníku jsou zahrnuty informace o dosavadních výsledcích řešení výzkumného projektu WD-37-07-2 s výkladem k původním třem modelům zpracovaných v rámci tohoto projektu – modely vhodných oblastí, předpokladů realizace rozvoje cestovního ruchu v oblastech a kvantifikace ekonomického efektu z investic do rozvoje služeb cestovního ruchu včetně teoreticko-metodologického postupu zpracování na příkladech pilotních projektů výstavby lázeňského hotelu SPA Evženie v Klášterci nad Ohří, rozvoje komplexních služeb cestovního ruchu na Lipensku na příkladu supermarketu TIP Lipno a wellness hotelu Frymburk, výstavby lázeňské infrastruktury v Pasohlávkách na Jižní Moravě a výstavby a provozu zařízení cestovního ruchu Tatrlandia v Liptovském Mikuláši.

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

Ing. Antonín Franke, CSc., Ing. Petr Studnička

Metodika využití modelu kvantifikace ekonomického efektu z investic do ubytovacích a doplňkových zařízení cestovního ruchu ve vhodných oblastech

***Abstrakt:** Cestovní ruch působí pozitivně na regionální rozvoj především v oblastech s vhodnou primární nabídkou (atraktivitami). Prostřednictvím investic v cestovním ruchu může docházet ke zmírňování společensko-ekonomických disparit. V rámci řešení projektu WD-37-07-2 byl zpracován Model kvantifikace ekonomického efektu z investic do ubytovacích a doplňkových zařízení cestovního ruchu, který byl využit v pilotních projektech ve zkoumaných oblastech Klášterecko, Lipensko, Mikulovsko a Vysoké Tatry. Zvláštní pozornost byla soustředěna na upřesňování finančních zdrojů na uvažované nové investice vyplývající z možných dopadů probíhající hospodářské krize ať již ve vztahu dočasného odsunu, resp. zrušení záměru, nebo naopak na výběr co možná brzké realizace takových investic, které by mohly mít kladný operativní efekt na zmírnění krizových dopadů (zaměstnanost, přímé a nepřímé ekonomické efekty včetně synergie).*

***Klíčová slova:** zařízení cestovního ruchu, ekonomický efekt, investice, vhodná oblast*

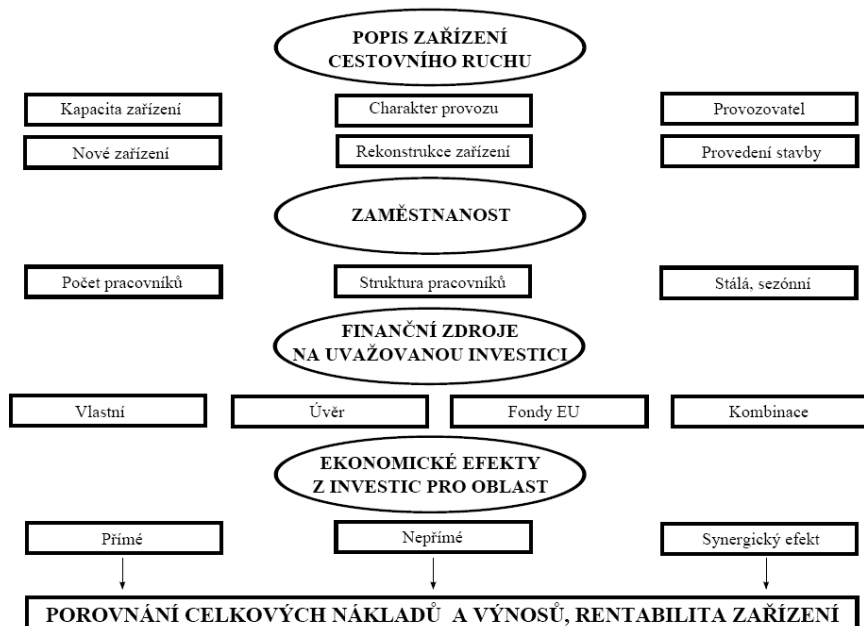
Application Methodology of the Model of Quantification of the Investment Economic Effect upon Tourism Accommodation and Supplementary Facilities in Suited Regions

***Abstract:** Tourism has a beneficial effect on regional development mainly in regions with suitable primary offer (attractions). Social and economic disparities may be alleviated by tourism investments. Within the frame of the WD-37-07-2 research project, the Model of Quantification of the Investment Economic Effect upon Tourism Accommodation and Supplementary Facilities was worked up and applied in pilot projects in examined regions of Klášterecko, Lipensko, Mikulovsko and the High Tatras. Special attention was paid to specification of financial resources to be used in would-be new investments taking in account possible impacts of the present economic downturn which may lead to either transient postponing, or even cancellation of a project, or, on the contrary, to prompt implementation of those investments which may have a beneficial operational effect alleviating the above mentioned downturn impacts (unemployment, direct and indirect economic effects incl. synergy).*

***Key words:** tourism establishments, economic effect, investments, suited region*

Práce členů řešitelského týmu projektu WD-37-07-2 v roce 2009 vycházely ze zpracovaného modelu kvantifikace ekonomického efektu z investic do rozvoje ubytovacích a doplňkových zařízení cestovního ruchu.

Obr. č. 1 – Model kvantifikace ekonomického efektu z investice



Zdroj: FRANKE, A., NEJDLE, K., STUDNIČKA, P. – vlastní schéma

Garanti v jednotlivých oblastech vhodných k odstraňování, resp. zmírňování společensko-ekonomických disparit pomocí rozvoje příjezdového zahraničního a domácího cestovního ruchu postupovali následujícím způsobem:

- 1) Charakteristika typu oblasti podle modelu č. 1 – Model základních druhů oblastí (*léta 2007 a 2008*),
- 2) Zhodnocení předpokladů oblasti (společensko-ekonomické, cestovního ruchu, administrativně-organizační) podle modelu č. 2 – Model předpokladů k rozvoji cestovního ruchu ve vhodných oblastech (*rok 2008*),
- 3) Vypracování modelu č. 3 – Model kvantifikace ekonomického efektu z investic do rozvoje ubytovacích a ostatních komplementárních služeb cestovního ruchu v dané oblasti, místě (*rok 2009*).

V průběhu roku 2009 byly vypracovány v souladu s jednotným metodickým postupem konkrétní pilotní projekty za oblasti Klášterecko (Severozápadní Čechy),

Českokrumlovsko – Lipensko (Šumava), Mikulovsko (Jižní Morava) a Liptov (Vysoké Tatry). Při zpracování pilotních projektů byly dílčí postupy prací projednávány příslušnými guaranty řešitelského týmu se zástupci veřejné správy (obecní a městské úřady) a podnikatelské sféry v konkrétních místech.

Vzhledem k tomu, že v době zpracování pilotních projektů byl cestovní ruch zasažen světovou hospodářskou krizí, byly zpracované pilotní projekty jednotlivých investic aktualizovány ve vztahu k současné ekonomické situaci. Ukázalo se, že v některých případech (např. modernizace SKI areálu Dolní Morava a uvažovaná výstavba nového ubytovacího zařízení soukromým investorem na Králícku) došlo k odsunutí investičních záměrů na pozdější časové období, některé investice pak nebudou realizovány vůbec.

Tab. č. 1 – Přehled pilotních projektů a řešených investic ve vhodných oblastech

<i>Autor</i>	<i>Oblast</i>	<i>Investice</i>
Pavel ATTL	Klášterecko	Lázeňský hotel SPA Evženie v Klášterci nad Ohří
Karel NEJDL	Lipensko	Přínos cestovního ruchu pro region
Petr SEMENIUK	Lipensko	Supermarket TIP v Lipně nad Vltavou
Jiří VYSTOUPIL, Martin ŠAUER	Mikulovsko	Lázeňská infrastruktura v Pasohlávkách
Jana PITEKOVÁ	Liptov	Aquapark Tatralandia v Liptovském Mikuláši

Zdroj: vlastní s využitím podkladů WD-37-07-2

Pro kvantifikaci ekonomických přínosů jednotlivých investic do rozvoje ubytovacích a ostatních služeb cestovního ruchu a pro komplexní vyčíslení přínosů cestovního ruchu pro daný region byly využity různé matematicko-statistické a ekonomické početní postupy. Jedná se jak o finanční podporu z veřejných zdrojů (ROP – Mikulovsko, Klášterecko), tak o finanční prostředky soukromých investorů (Lipensko, Liptov). V níže uvedené tabulce je uveden přehled použitých metod.

Tab. č. 2 – Příklady použitých metod pro kvantifikaci ekonomického efektu z investic v odvětví cestovního ruchu

<i>Investice</i>	<i>Metody, výpočty</i>
Lázeňský hotel SPA Evženie v Klášterci nad Ohří (zatím nerealizováno)	Cost and Benefit Analysis (CBA) – analýza nákladů a výnosů, včetně určení beneficentů

Vyčíslení přínosu cestovního ruchu pro Lipensko <i>(postupně realizováno)</i>	Schmidhauserův Walliský koeficient, RevPAR, GOPPAR
Supermarket TIP v Lipně nad Vltavou <i>(již zrealizováno)</i>	Hranice ziskovosti (bod zvratu), efektivnost investice
Lázeňská infrastruktura v Pasohlávkách <i>(připravuje se k realizaci)</i>	Gelanova metoda ekonomických dopadů cestovního ruchu, Vanhoveho metoda přínosů cestovního ruchu
Aquapark Tatralandia v Liptovském Mikulši <i>(již zrealizováno)</i>	Investiční multiplikátor, multiplikační efekt cestovního ruchu

Zdroj: vlastní s využitím pilotních projektů

Provedené podrobné analýzy a naznačené postupy mohou sloužit jako návod při tvorbě dalších pilotních projektů ve vhodných oblastech cestovního ruchu v České republice i v dalších zemích.

Ing. Pavel Attl, Ph.D.

Využití modelu kvantifikace ekonomického efektu z investice v pilotním projektu na příkladu lázeňského hotelu SPA Evženie v Klášterci nad Ohří

***Abstrakt:** Pomocí analýzy nákladů a výnosů (Cost Benefit Analysis) jsou určeny subjekty, kterých se projekt lázeňského hotelu SPA Evženie v Klášterci nad Ohří reálně dotkne (tzv. beneficianti). Jedná se o město, kraj, stát, podnikatelské subjekty, investora, návštěvníky lázní, turisty a rezidenty. Přínosy uvažované investice jsou vyčísleny v počtu vytvořených nových pracovních míst, zvýšené daňové výtěžnosti nebo zvýšení životní úrovně rezidentů.*

***Klíčová slova:** Cost Benefit Analysis, lázeňský hotel, beneficianti, přínosy investice*

Application of the Model of Quantification of the Investment Economic Effect in a Pilot Project: the Evženie Spa Hotel in Klášterec nad Ohří

***Abstract:** By means of a Cost Benefit Analysis, the subjects (the so-called beneficiates) who are to be actually involved in the Evženie Spa Hotel project in Klášterec nad Ohří have been determined. Those involved are the city, region, state, entrepreneurial subjects, investor, spa visitors, tourists and residents. The positive effect of the investment under consideration is stated in the number of newly created job positions, higher tax income or better level of living of residents.*

***Key words:** Cost Benefit Analysis, spa hotel, beneficiates, investment positive effects*

Úvod

Klášterec nad Ohří je město, které je považováno za jedno z nejméně vhodných pro život rezidentů. Svědčí o tom průzkum prováděný na jaře 2009, organizovaný MF Dnes (SOUKAL, 2009). Výsledky jsou jednoznačné. Klášterec nad Ohří obsadil mezi 110 hodnocenými místy České republiky 106. příčku. Kromě Klášterce nad Ohří se na konci žebříčku hodnocení ocitla i další města okresu Chomutov, a to samotná město Chomutov (103. místo) a dále Kadaň (98. místo). Mezi základní nedostatky kvality života v Ústeckém kraji jsou řazeny především nezaměstnanost a špatné životní prostředí. Kraj však trpí i dalšími disparitami, jakými jsou nevyvážená struktura průmyslové výroby, přetrvávající podíl těžkého průmyslu (těžba a zpracování hnědého uhlí, chemický průmysl, energetický průmysl),

nerovnoměrná struktura ekonomických aktivit v průmyslu a ve službách, demografické a sociální problémy atd.

Cestovní ruch je jedním z možných nástrojů k zmírnění společensko-ekonomických disparit, které se v tomto území vyskytují. V rámci výzkumného projektu WD-37-07-2 Výzkum domácího s příjezdového zahraničního cestovního ruchu ve vztahu k zmírnění společensko-ekonomických disparit jde o prokázání pozitivního vlivu cestovního ruchu na území a možnost některé z těchto disparit odstranit nebo alespoň zmírnit.

Cílem této části výzkumného úkolu je aplikovat jednu z analytických metod, v tomto případě metodu Cost and Benefit Analysis, v řešeném území Klášterec nad Ohří. Konkrétně jde o to zkoumat a vyhodnotit její použití pro potřeby plánované výstavby nového lázeňského hotelu SPA Evzenie v Klášterci nad Ohří.

Součástí práce budou v první řadě obecná východiska včetně základní charakteristiky metody Cost and Benefit Analysis (dále CBA). Dále se zaměříme na charakteristiku Klášterce nad Ohří jako destinace cestovního ruchu a základní podmínky, ze kterých projekt vychází. Součástí práce je i stručná charakteristika připravované výstavby hotelu, především informace o základních parametrech stavby, investiční náročnosti, provozních ukazatelích, personalistice a dalších charakteristikách důležitých pro celkové posouzení projektu. Cílem práce je aplikovat metodu CBA na připravovanou výstavbu lázeňského hotelu SPA Evzenie a vyhodnotit jednotlivé přínosy pro vybrané subjekty (tzv. beneficianty). Výchozím dokumentem při zpracování práce byl materiál Městského úřadu Klášterec nad Ohří „Výstavba lázeňské infrastruktury v historickém centru města Klášterce nad Ohří“. Autor tohoto příspěvku se přitom podílel na tvorbě některých dílčích podkladových materiálů pro tuto studii.

1. Obecná východiska

Cestovní ruch v destinaci je možné vnímat v řadě souvislostí. ATTL a NEJDL (Praha 2004, str. 7) charakterizují cestovní ruch především jako sociálně-ekonomický jev, jev velmi složitý, vnitřně bohatě strukturovaný. I přes jeho složitost a mnohoovětvovost lze kvantifikovat ekonomické přínosy (a v souvislosti s tím i určovat cíle) cestovního ruchu. GOELDNER a spol. (2000, str. 418) shrnují cíle cestovního ruchu do tří bodů:

- maximalizovat množství duševních zážitků pro turisty,
- maximalizovat zisk pro firmy, které nabízejí služby a zboží pro turisty,
- maximalizovat přímé (primární) a nepřímé (sekundární) vlivy turistických výdajů na komunitě nebo regionu (ve kterém se cestovní ruch odehrává).

Z předchozího vyplývá, že cílem maximalizace ekonomických efektů při rozvoji cestovního ruchu v území nejsou pouze firmy, poskytující nebo zprostředkující služby cestovního ruchu, ale také obce či města, regiony nebo i širší oblasti včetně jejich obyvatel (rezidentů). Jednou z metod, která se snaží komplexně postihnout vliv investic do cestovního ruchu v daném území, je tzv. Cost and Benefit Analysis (analýza nákladů a výnosů).

2. Analýza nákladů a výnosů (CBA)

Co je to vlastně analýza nákladů a přínosů (někdy též užiteků), anglicky Cost and Benefit Analysis? Jaký je její smysl a zároveň i využití v oblasti cestovního ruchu? Jedná se o metodu, jejíž koncept byl vytvořen již v roce 1848 J. Dupuitem¹ a později byl formalizovaný v pracích A. Marshalla². Obecně můžeme tuto metodu charakterizovat jako metodu hodnocení veřejně prospěšných investičních akcí. Za veřejně prospěšný projekt (akci) lze považovat takové akce, jejichž smyslem není maximalizace zisku, resp. čistého cash flow investora, ale zvýšení užítku jakýchkoliv subjektů, jejichž blaho leží investorovi na srdci (SIEBER 2003, str. 4). Dále tentýž autor (2003, str. 5) charakterizuje tuto metodu jako metodický postup, který svým průběhem postupně zodpovídá základní otázku: „Co komu realizace investičního projektu přináší a co komu bere?“

Doporučený postup při zpracování CBA lze shrnout do následujících 11 kroků (SIEBER, str. 7).

1. Definujte podstatu projektu.
2. Vymezte strukturu beneficentů.
3. Popište rozdíly mezi investiční a nulovou variantou.
4. Určete a „kvantifikujte“ všechny relevantní Cost&Benefit (C&B) pro všechny životní fáze projektu.
5. Vyčleňte doplňkové „neocenitelné“ C&B a slovně je popište.
6. Převed'te „ocenitelné“ C&B na hotovostní toky.
7. Stanovte diskontní sazbu.
8. Vypočtete kritériální ukazatele.
9. Proveďte citlivostní analýzu.
10. Posuďte projekt na základě vypočtených kritériálních ukazatelů, neocenitelných efektů a citlivostní analýzy.
11. Rozhodněte o přijatelnosti a financování investice.

Jak bylo již naznačeno v předchozím textu, smyslem CBA je identifikovat, popsat a v případě možnosti i kvantifikovat všechny náklady, resp. újmy a přínosy (tj.

¹ Jules DUPUIT (1804 – 1866), francouzský stavební inženýr a ekonom

² Alfred MARSHALL (1842 – 1924), anglický ekonom, představitel neoklasické ekonomie

Cost & Benefit), které projekt jednotlivým subjektům přináší. Přitom pozornost se soustřeďuje nejenom na samotného investora, ale i na další subjekty, pro které má projekt nějaký význam, tj. kterým přináší nějaký přínos či újmu. V tomto smyslu vymezuje CBA tyto základní pojmy (SIEBER 2003, str. 6):

Costs („Újmy“) – veškeré negativní dopady na zkoumaný subjekt(y) či jejich skupinu. Jedná se o záporné efekty plynoucí z investice

Benefits („Přínosy“) – veškeré pozitivní dopady na zkoumaný subjekt(y) či jejich skupinu. Jedná se o kladné efekty plynoucí z budoucí investice

Beneficiant – jakýkoliv subjekt či skupina (včetně investora, resp. žadatele), na kterého dopadají kladné i záporné efekty plynoucí z investice

Hotovostní tok (Cash Flow) – tok ve finančním vyjádření, který může nabývat podobu příjmu či výdaje

Čistý hotovostní tok (Net Cash Flow) – saldo (rozdíl) záporných a kladných hotovostních toků, tedy rozdíl příjmů a výdajů

3. Charakteristika Klášterecka jako regionu cestovního ruchu

V předchozích etapách výzkumu (FRANKE 2008, str. 11) byl pro potřeby dalšího výzkumu Klášterec nad Ohří zařazen mezi místa s převažujícími kulturně-společenskými předpoklady pro rozvoj cestovního ruchu. V zásadě lze tyto předpoklady rozdělit na dvě části, a to kulturně-historické předpoklady a dále na atraktivitu cestovního ruchu.

Kulturně-společenský potenciál Klášterce nad Ohří je dán celým souborem historických a kulturních památek, které se na území města nacházejí. Jak vyplývá již z předchozích částí výzkumu (ATTL 2008, str. 21), nabízí Klášterec nad Ohří poměrně značné množství kulturně-historických předpokladů, které jsou vhodné pro rozvoj cestovního ruchu. Jedná se především o zdejší zámek, ve kterém je umístěna největší expozice českého porcelánu, zámecký park, dále sakrální památky (především kostel Nejsvětější Trojice) a další místa kulturních aktivit (Galerie ve Weberově domě, Thunská galerie v zámku apod.).

Velký rozvojový potenciál Klášterce nad Ohří je ale skryt i ve zdejších přírodních zdrojích, konkrétně v léčebných hydrouhličitanosodných vodách, které zde vyvěrají ve třech různých pramenech. Ty byly základem pro vznik a současný rozvoj léčebného lázeňství.

4. Návaznost projektu na další aktivity v mikroregionu Klášterecko

Projekt výstavby lázeňského hotelu SPA Evženie je součástí promyšlené a koncepční práce na obnově lázeňského charakteru města Klášterce nad Ohří.

Součástí těchto aktivit byly v předešlých letech především tyto projekty (FRANKE 2008, str. 26):

- Výstavba a obnova lázeňské infrastruktury v historickém centru města Klášterec nad Ohří – projekt realizovaný v letech 2005 – 2007 s podporou prostředků ze Společného regionálního operačního programu. Celková hodnota projektu byla 110 mil. Kč (SR – 110 mil. Kč, SR – 17 mil. Kč, prostředky města – 10 mil. Kč).
- Rozvoj lázeňské zóny v Klášteři nad Ohří – projekt realizovaný v roce 2004 přinesl revitalizaci lázeňského parku, zřízení páteřní komunikace, vybudování páteřních inženýrských sítí a výstavbu tenisového klubu. Celková hodnota projektu byla 23 mil. Kč (Phare 2000 – 17 mil. Kč, prostředky města – 6 mil. Kč).
- Výstavba a rekonstrukce přístupových komunikací k historickému centru města – projekt realizovaný v roce 2006 přinesl rekonstrukci a revitalizaci ulic a městského inventáře mezi historickým centrem a lázeňským areálem. Celková hodnota projektu byla 27 mil. Kč (Phare 2003 – 17 mil. Kč, prostředky města – 10 mil. Kč).
- Rekonstrukce informačního centra a turistického informačního systému v rámci výstavby lázeňské infrastruktury – projekt realizovaný v roce 2006 měl celkové náklady 4 mil. Kč (MMR – 2 mil. Kč, prostředky města 2 mil. Kč).
- Integrovaný projekt rozvoje cestovního ruchu v regionu měst Klášterec nad Ohří a Kadaň – projekt realizovaný v letech 2007 – 2008 obsahuje především společné marketingové, propagační a prezentační aktivity obou měst. Náklady projektu byly 3,4 mil. Kč (SR – 2 mil. Kč, Klášterec nad Ohří 0,7 mil. Kč, Kadaň – 0,7 mil. Kč).

Projekt výstavby lázeňského hotelu SPA Evženie současně navazuje i na další aktivity, související s rozvojem cestovního ruchu v mikroregionu Klášterecko. Jedná se především o dva projekty:

- Výstavba lázeňské infrastruktury v historickém centru Klášteře nad Ohří – regenerace zámeckého parku a lázeňské poběžní promenády – projekt zaměřený na revitalizaci zámeckého parku a jeho propojení s parkem lázeňským,
- Marketingový projekt Turistický region Poohří, který spojuje marketingové aktivity měst Klášterec nad Ohří, Kadaň a Žatec.

Připravovaná výstavba lázeňského hotelu SPA Evženie logicky navazuje na předchozí etapy rozvoje lázeňské a turistické infrastruktury Klášteře nad Ohří. Z výše uvedeného je rovněž patrné, že město se kromě výstavby infrastruktury také zaměřuje na „měkké“ projekty, které jsou orientovány na rozvoj marketingových aktivit a též na rozvoj spolupráce v širším regionu (především spolupráce Klášteře

nad Ohří se sousední Kadani a také snaha o širší územní spolupráci v regionu střední Poohří).

5. Soulad s rozvojovými strategiemi

Výstavba lázeňského hotelu SPA Evženie je plně v souladu se základními strategickými materiály města, kraje i České republiky. Těmi podstatnými jsou především Koncepce státní politiky cestovního ruchu na období 2007 – 2013, Program rozvoje Ústeckého kraje 2008 – 2013, Strategie rozvoje cestovního ruchu Ústeckého kraje a Strategický plán rozvoje města Klášterec nad Ohří.

Koncepce státní politiky cestovního ruchu na období 2007 – 2013 z října 2007 je výchozím bodem projektu hned v několika svých prioritách. Jednak zdůrazňuje potřebu zvyšování standardu ubytovacích a stravovacích zařízení a s tím souvisejících služeb a také potřebu modernizace lázeňské infrastruktury. To souvisí s další základní prioritou Koncepce a tou je zaměření na rozvoj pěti hlavních forem cestovního ruchu. Mezi ně je zařazen také lázeňský cestovní ruch, který je rozšířen i o wellness a další moderní formy zdravotního cestovního ruchu. Tvorba produktů lázeňského a wellnessového cestovního ruchu zároveň patří mezi 6 základních aktivit tvorby nosných národních a nadnárodních produktů cestovního ruchu.

Program rozvoje Ústeckého kraje 2008 – 2013 ve své Prioritě 5 vymezuje rozvoj cestovního ruchu a příslušných služeb veřejné i podnikatelské sféry za jednu z hlavních priorit. Problémem Ústeckého kraje je obecně nedostatek kvalitních ubytovacích kapacit (v posledních letech dokonce dochází k jejich poklesu) a proto je také kladen důraz na modernizaci a výstavbu nových ubytovacích zařízení, které umožní rozvoj dalších forem cestovního ruchu.

Poněkud zastaralá a dnes již málo funkční Strategie rozvoje cestovního ruchu Ústeckého kraje (z roku 2003) také vychází z konstatování, že Ústecký kraj se potýká s nedostatkem ubytovacích kapacit. A také tato Strategie vnímá lázeňství a lázeňský cestovní ruch jako perspektivní formu rozvoje cestovního ruchu na území kraje. Přes značnou tradici a velký přírodní a zároveň i kulturně-historický potenciál není lázeňství v Ústeckém kraji z celorepublikového pohledu příliš významné; podíl na počtu pacientů českých lázní představuje v roce 2008 necelých 6 %.

Tab. č. 1 – Podíl Ústeckého kraje na počtu pacientů českého lázeňství (dospělí)

Území	Poskytnutá lázeňská péče				celkem	Doprovod hrazený ZP	Celkem pacienti + doprovod
	na náklad zdravotního pojištění		plně na vlastní náklady				
	KLP	PLP	tuzemci	cizinci			
Ústecký kraj	5.910	852	9.984	5.575	22.321	14	22.335
Česká republika	91.448	15.149	112.987	153.704	373.328	404	373.732
% podíl Ústeckého kraje	6,46	5,62	8,84	3,63	5,98	3,47	5,98

Zdroj: ÚZIS

A konečně Strategický plán rozvoje města Klášterec nad Ohří (a na něj navazující Koncepce marketingu města Klášterce nad Ohří v oblasti rozvoje lázeňství a turismu spolu s materiálem Presentace města Klášterce nad Ohří v letech 2005 – 2010) obsahuje ve své návrhové části ustanovení o podpoře a rozvoji lázeňství, vybudování léčebných, relaxačních a sportovních kapacit a zkvalitnění nabídky pro využití volného času.

6. Lázeňský hotel SPA Evzenie – stručná charakteristika projektu

Lázeňský hotel SPA Evzenie navazuje na již vybudovaný lázeňský komplex Evzenie. Jedná se o novostavbu, která tento nedávno rekonstruovaný a rozšířený objekt doplňuje a rozvíjí jeho funkčnost především o rozsáhlou ubytovací část. Současné lázně mají pouze velmi omezenou ubytovací kapacitu (15 lůžek). Nový hotel je lokalizován do lázeňského parku nacházejícího se v těsné blízkosti řeky Ohře. Celý lázeňský areál doplňují ještě restaurace a penzion Peřeje, tenisový areál s kompletním vybavením včetně nafukovací haly, záchytné parkoviště, stáčírna minerálních vod, turistické informační centrum a obchvatná komunikace

Připravovaný projekt počítá s výstavbou lázeňského hotelu s kapacitou 60 dvoulůžkových pokojů (z toho 2 dvoulůžkové apartmány) se 120 lůžky ve třídě ***. Lázeňský hotel bude využíván v zásadě pro dvě základní skupiny hostů:

- návštěvníci lázní (dlouhodobé a krátkodobé lázeňské pobyty, wellnessové pobyty apod.),
- návštěvníci přijíždějící v rámci kongresového a incentivního cestovního ruchu.

Kromě ubytovací části bude v lázeňském hotelu k dispozici:

- restaurace (104 míst),

- kavárna (22 míst),
- kongresové zázemí (150 míst), z toho kongresový sál 106 míst, salonek 30 míst a salonek 14 míst,
- lobby bar (12 míst),
- wellness centrum,
- parkoviště,
- odpovídající dopravní, komunikační a technické napojení.

6.1 Náklady na výstavbu

Celkové investiční náklady na hotel Evženie činí 150 mil. Kč bez DPH. Práce jsou rozloženy do čtyř základních etap a celková délka výstavba se předpokládá 17 měsíců. Stručná rekapitulace nákladů a jejich časová posloupnost je zřejmá z následující tabulky.

Tab. č. 2 – Náklady na výstavbu lázeňského hotelu Evženie podle jednotlivých etap

<i>Etapa</i>	<i>Počet dnů</i>	<i>Popis etapy</i>	<i>Náklady (bez DPH)</i>
I.	151	Projektové práce, výběr dodavatele + smlouva, přípojky příprava území, zemní práce, spodní stavba	13.241.690
II.	122	Hrubá stavba	61.241.910
III.	121	Úprava povrchů, profese, komunikace	57.218.260
IV.	121	Vybavení, interiéry, ostatní náklady	18.297.853
Kontrolní součet – celkové náklady bez DPH			149.999.713

Zdroj: Výstavba Lázeňské infrastruktury v historickém centru města Klášterec nad Ohří, upraveno autorem

Krytí těchto nákladů je podle investorského modelu rozděleno následovně:

- navýšení základního kapitálu investora (Klášteřská kyselka, s. r. o.) o částku 30 mil. Kč z prostředků města Klášterec nad Ohří,
- dotace ROP Severozápad ve výši 60 mil. Kč,
- investiční úvěr ve výši 60 mil. Kč.

6.2 Ekonomická charakteristika projektu

Veškeré ekonomické charakteristiky projektu jsou převzaty z materiálu Výstavba lázeňské infrastruktury v historickém centru města Klášterce nad Ohří. Pro výpočet kritériálních ukazatelů byly použity reálné (stálé) ceny. Tyto reálné peněžní toky pak byly diskontovány pomocí reálné diskontní sazby ve výši 5 %.

Za hlavní lze označit následující uvedené kritériální ukazatele:

Současná hodnota (PV – Present Value)

Jedná se o součet všech budoucích toků (cash flow) plynoucích z investice převedených na jejich současnou hodnotu.

V případě výstavby lázeňského hotelu Evženie je současná hodnota následující:

$$PV_1 = \sum_{t=1}^n \frac{CF_t}{(1+r)^t} = \mathbf{156.622,39 \text{ tis. Kč}}$$

kde:

PV_t *současná hodnota všech hotovostních toků vyplývajících z projektu od období 1 až do období „n“,*

CF_t *hotovostní tok plynoucí z investic v období t*

R *diskontní sazba – pro aktuální kolo žádostí byla stanovena reálná diskontní sazba ve výši 5 %; tomu odpovídá i použití reálných (stálých) cen,*

t *symbol konkrétního období,*

n *poslední hodnocené období (období konce životnosti projektu); pro účely výpočtu byla zvolena délka sledovaného období na 15 roků.*

Ukazatel dosahuje kladné hodnoty a signalizuje výši budoucích diskontovaných peněžních toků převedených na současnou hodnotu při respektování faktoru času.

Čistá současná hodnota (NPV – Net Present Value)

Je to součet současné hodnoty budoucích hotovostních toků plynoucích z investice a hotovostního toku v nultém roce (investičních výdajů).

Pro potřeby projektu byla hodnota NPV stanovena následovně:

$$NPV = \sum_{t=1}^n \frac{CF_t}{(1+r)^t} - I = \mathbf{75.501,97 \text{ tis. Kč}}$$

kde:

NPV *čistá současná hodnota investice*

I *kapitálový výdaj, resp. hodnota investice*

Ostatní symboly jsou stejné jako u předchozího ukazatele.

Projekt je pro investora přijatelný, pokud ukazatel NPV je větší než nula. Kladná hodnota ukazatele znamená obohacení investora při zohlednění časové hodnoty

peněz; při porovnání diskontovaných výdajů a diskontovaných příjmů představuje kladná částka 75.501,97 tis. Kč informaci o tom, že projekt představuje ekonomickou návratnost vložených investic.

Vnitřní výnosové procento (IRR – Internal Rate of Return)

Je taková výše diskontní sazby, při níž bude čistá současná hodnota (NPV) toků plynoucích z investic rovna nule.

$$0 = \sum_{t=0}^n \frac{CF_t}{(1 + IRR)^t} > 5 \%$$

kde:

IRR vnitřní výnosové procento

Ostatní symboly jsou stejné jako u předchozího ukazatele.

Projekt je přijatelný tehdy, když hodnota IRR (v tomto případě 11,01 %) je vyšší než předpokládaná reálná diskontní sazba. Protože tato sazba byla stanovena ve výši 5%, je projekt přijatelný.

Index rentability (NPV / I)

Jedná se o podíl současné hodnoty projektu na hotovostním toku nultého období (na investičních výdajích).

V případě projektu lázeňského hotelu Evženie je jeho hodnota následující.

$$NPV / I = 35,30 \%$$

kde:

NPV je čistá současná hodnota investice

I kapitálový výdaj, resp. hodnota investice

Obecně je pro tento ukazatel požadována hodnota větší než nula, což je v tomto případě splněno.

Doba návratnosti prostá (DN)

Jedná se o počet let, které jsou zapotřebí k tomu, aby se kumulované prognózované hotovostní toky vyrovnaly počáteční investici. Obecně by doba návratnosti neměla být delší než je doba životnosti projektu. V případě lázeňského hotelu Evženie byla doba návratnosti projektu spočítána na 11 let a lze tudíž tuto hodnotu považovat za přijatelnou.

Tab. č. 3 – Základní ekonomické ukazatele projektu

<i>Ukazatel</i>	<i>Hodnota (v tis. Kč)</i>
Současná hodnota (PV – Present Value)	156.622,39
Čistá současná hodnota (NPV – Net Present Value)	75.501,97
Vnitřní výnosové procento (IRR – Internal Rate on Return)	11,01 %
Index rentability (NPV / I)	35,30 %
Doba návratnosti prostá (DN) v letech	11

Zdroj: Výstavba Lázeňské infrastruktury v historickém centru města Klášterec nad Ohří

6.3 Investor a provozovatel

Investorem je společnost Klášterecká kyselka, s. r. o. Tato společnost je v 100 % vlastnictví města Klášterec nad Ohří. Proto se podle pravidel ROP považuje za „velký podnik“. Provozovatelem lázeňského hotelu bude společnost Lázně Evženie, a. s. Společnost bude provozovat lázeňský hotel s podporou nového partnera, kterým je společnost Lázně Felicitas, spol. s r. o. Felicitas již provozuje dvě lázeňská zařízení v Poděbradech a Bechyni.

6.4 Analýza nákladů a přínosů (Cost & Benefit Analysis)

Součástí implementace metody CBA je vymezení základních předpokladů, ze kterých analýza vychází. Jedním ze základních parametrů je určení tzv. referenčního období, které je v tomto případě na základě doporučení Evropské komise stanoveno na 15 let. Diskontní sazba představuje výnosovou míru, kterou nabízí investiční varianta při srovnatelné míře rizika. Vyjadřuje v podstatě nejlepší možný výnos alternativní investice k posuzované investici. Pro potřeby tohoto projektu byla stanovena dlouhodobá reálná diskontní sazba ve výši 5 % p. a.

Nulová a investiční varianta

Hodnocená varianta, tj. varianta výstavby nového lázeňského hotelu SPA Evženie, je nazývána variantou investiční. Situace, kdy by tento projekt nebyl realizován, je nazývána variantou nulovou. Rozdíl mezi variantami zahrnuje všechny efekty (C&B) způsobené projektem, které lze použít pro jeho ocenění. Jako nulová varianta je v projektu vnímána současná situace, tedy stav, který představuje určité provizorium a který je z dlouhodobého hlediska neudržitelný. Nerealizací investiční varianty by byly předchozí investice umrtveny, došlo by k oslabení nebo dokonce k ohrožení strategie města Klášterec nad Ohří i celého regionu.

Jiné smysluplné alternativní řešení neexistuje. Projekt je v souladu jak s dlouhodobou strategií města, tak i dalšími strategickými dokumenty Ústeckého kraje, Ministerstva pro místní rozvoj České republiky a dalších.

Určení beneficentů

Smyslem CBA je určení všech subjektů (tzv. beneficentů), kterých se projekt reálně dotkne. Důležité je nejenom určení beneficentů, ale také vymezení konkrétních dopadů a jejich kvantifikace. Při hodnocení dopadů v případě výstavby lázeňského hotelu SPA Evženie byly mezi beneficenty vybrány tyto subjekty:

- město Klášterec nad Ohří,
- Ústecký kraj,
- stát,
- podnikatelské subjekty,
- návštěvníci lázní a turisté,
- rezidenti (domácnosti),
- investoři.

Každý z těchto subjektů hraje v připravovaném projektu různou roli a každý z nich také očekává od výstavby odlišné efekty. Při hodnocení dopadů CBA je předpokládán tento dopad na jednotlivé beneficenty:

Město Klášterec nad Ohří

Benefity vyplývající z připravované realizace jsou v případě města Klášterec nad Ohří mnohostranné. Ne všechny z těchto benefitů jsou však kvantifikovatelné. Mezi základní přínosy můžeme počítat:

- Zvýšení lázeňských (ubytovacích) poplatků z navýšené lůžkové kapacity.
- Rozvoj cestovního ruchu a lázeňství.
- Zvýšení atraktivity města jako cíle cestovního ruchu (možnosti vícedenních pobytů, využití lázeňského prostředí při pořádání konferencí, kongresů, seminářů a školení).
- Zlepšení image města, jejího vzhledu a přitažlivosti pro návštěvníky i rezidenty.
- Vytvoření podmínek a příležitostí pro rozvoj dalších podnikatelských aktivit.
- Zlepšení přístupnosti historických památek a jejich propojení ve vazbě na lázeňskou zónu, dokončení drobné lázeňské infrastrukturu.
- Zvýšení daňové výtěžnosti (dle zákona č. 243/2000 Sb.).

Tab. č. 4 – Předpokládaná daňová výtěžnost (daňové příjmy města Klášterec nad Ohří

<i>Město Klášterec nad Ohří</i>	<i>Hodnota</i>
Počet obyvatel	15. 546
Koeficient postupných přechodů	1,3827
Koeficient pro velikost podílu	0,107108

Daň z příjmu právnických osob v období provozu projektu (roční)	2 tis. Kč
Daň z příjmu právnických osob – dodavatelé v období výstavby celkem	45 tis. Kč

Zdroj: Výstavba Lázeňské infrastruktury v historickém centru města Klášterec nad Ohří

Ústecký kraj

Z pohledu kraje jsou benefity definovány především k potřebám rozvoje cestovního ruchu jako nástroje pro budování moderního regionu. Jako hlavní benefity jsou vnímány:

- Zatraktivnění a zvýšení návštěvnosti západní části Ústeckého kraje.
- Vznik nových pracovních míst v problematické oblasti.

Stát

Z pohledu státu je rozvoj lázeňství a s ním spojeného cestovního ruchu vázán především do oblasti rozvoje nových pracovních míst. V této souvislosti jsou jako hlavní benefity stanoveny:

- úspora výdajů státního rozpočtu z titulu snížení nezaměstnanosti – vytvořením 37 nových přímých pracovních míst. Lze předpokládat, že nová pracovní místa (a také nové podnikatelské příležitosti) vzniknou i u jiných podnikatelských subjektů;
- zvýšená daňová výtěžnost. Pro účely projektu je zásadní zejména zákon č. 586/1992 Sb., o daních z příjmů. Tyto daňové výnosy je třeba korigovat odpočtem daňových příjmů města Klášterec nad Ohří (viz zákon č. 243/2000 Sb.) a tím eliminovat duplicitu daňových výnosů.

Tab. č. 5 – Předpokládaná daňová výtěžnost státu (daňové příjmy státu)

<i>Daňové příjmy státu (rozpočtu)</i>	<i>Hodnota „brutto“ (v tis. Kč)</i>	<i>Hodnota snížená o přerzdělení obcí (v tis. Kč)</i>
Daň z příjmu právnických osob – dodavatelé v období výstavby celkem	1.484	1.439
Daň z příjmu právnických osob v období provozu projektu (roční)	57	55

Zdroj: Výstavba Lázeňské infrastruktury v historickém centru města Klášterec nad Ohří

Podnikatelské subjekty

Plánovaná výstavba je důležitá pro podnikatelské subjekty jak z krátkodobého hlediska, tj. v průběhu výstavby nového lázeňského hotelu SPA Evzenie, tak i

dlouhodobě ve vztahu k rozvoji cestovního ruchu a navazujících služeb. Přínosy u podnikatelských subjektů lze spatřovat v těchto oblastech:

- subjekty poskytující služby cestovního ruchu (tvorba nových produktů cestovního ruchu, zvýšená poptávka po zboží určeném pro turistiku, sport a volný čas). Tento přínos má dlouhodobý charakter a lze předpokládat jeho trvalé posilování;
- podnikatelské subjekty, které budou zapojeny jako dodavatelé projektu (stavební společnosti, dodavatelé vybavení a zařízení lázeňského hotelu). V tomto případě se jedná o jednorázový přínos, který časově spadá do doby výstavby lázeňského hotelu;
- očekávaný zisk subjektů spojených s rozšířeními a novými podnikatelskými příležitostmi při předpokládané přírážce 15 % je celkem 300 tis. Kč/rok. Po odpočtu daně z příjmu se tato částka snížena o 57 tis. Kč, tj. činí celkem 243 tis. Kč;
- zisky dodavatelů investic byly při uvažované přírážce 5 % stanoveny na 7.468 mil. Kč. Po očištění o daň z příjmů je čistý zisk 5.984 mil. Kč.

Tab. č. 6 – Předpokládaný zisk podnikatelských subjektů

<i>Podnikatelské subjekty – investiční etapa</i>	<i>Hodnota (v tis. Kč)</i>
Zisk před zdaněním	7.468
Zaplacená daň z příjmu právnických osob	1.484
Zisk po zdanění	5.984

<i>Podnikatelské subjekty – provozní etapa</i>	<i>Hodnota (v tis. Kč)</i>
Zisk před zdaněním	300
Zaplacená daň z příjmu právnických osob	57
Zisk po zdanění	243

Zdroj: Výstavba Lázeňské infrastruktury v historickém centru města Klášterec nad Ohří

Investor

Investorem je Klášterecká kyselka, s. r. o. I když jde o společnost vlastněnou 100 % městem Klášterec nad Ohří, je nutné posuzovat benefity plynoucí z výstavby zvlášť. Jedná se především o zisk dlouhodobého majetku, znamenajících zhodnocení veřejných zdrojů města.

Další beneficianti byli posuzováni pouze doplňkově a nebyli zahrnuti do CBA. Důvodem byla možnost vzniku nežádoucích duplicit či obtížná kvantifikovatelnost přínosů. Mezi tyto subjekty patří:

Návštěvníci lázní a turisté

Tato skupina již nebyla zařazena mezi „přímé“ beneficienty. Důvodem byla příliš obtížná kvantifikovatelnost přínosů, resp. újem, které mohou být s touto skupinou spojeny. Přínosy lze vyjádřit následovně:

- zvýšení kvality pobytu včetně rozšíření nabídky služeb a zvýšení jejich kvality;
- prodloužení délky pobytu; spolu s tím možnost poznat i okolí města;
- využití lázeňského hotelu nejenom pro lázeňské pobyty a relaxaci, ale též pro pracovní a kombinované pobyty (kongresový a incentivní cestovní ruch).

Rezidenti (domácnosti)

Ze stejného důvodu nebyli mezi beneficienty zařazeni ani rezidenti, tj. obyvatelé Klášterce nad Ohří. Zde byl důvod především v možném duplicitním započítání přínosů ve vztahu k dalším hodnoceným subjektům. Přesto lze v této souvislosti doporučit věnovat této skupině v budoucnosti větší pozornost. Již předchozí fáze výzkumu totiž ukázaly, že vysokou citlivost místních obyvatel na rozvojové plány města v oblasti lázeňství a cestovního ruchu a také to, že část obyvatel s těmito aktivitami neztotožňuje. Přesto lze jako hlavní přínosy spatřovat u této skupiny:

- zkvalitnění životního prostředí;
- rozšíření nabídky na trhu práce – nová pracovní místa;
- zvýšení životní úrovně části obyvatel – zaměstnanců nově vytvořených pracovních míst.

Závěr

Předpokládaná výstavba lázeňského hotelu Evženie v Klášterci nad Ohří představuje logický krok, kterým se završuje transformace města na město lázeňské, plně připravené získat lázeňský statut a stát se tak jedním z turistických cílů zdravotního cestovního ruchu. Přestože je projekt v současné době zastaven a termín jeho realizace odložen, je zřejmé, že se jedná o projekt pro město a rozvoj zdejšího lázeňství nezastupitelný.

Ekonomický přínos projektu je z předložených údajů zjevný. Provedená CBA jasně ukázala hlavní přednosti projektu ve vztahu ke všem tzv. beneficiům, mezi něž patří stát, Ústecký kraj, město Klášterec nad Ohří, investor a podnikatelské subjekty. Provedená CBA byla zpracována velmi pečlivě, ale autoři se nevyhnuli některým problémům, které jsou s využitím tohoto analytického nástroje spojené. Výběr beneficentů byl poměrně jasný a zde nebyl příliš velký prostor pro odlišný výběr. Poněkud problematické je ale stanovení jednotlivých přínosů a především újem pro jednotlivé subjekty.

Prvním problémem je skutečnost, že ve studii jsou uvedeny především přínosy, malá pozornost je zde věnována možným újmám, které jsou s připravovanou výstavbou nového lázeňského hotelu spojeny. Dalším problémem je kvantifikace jednotlivých přínosů. Autorům se podařilo poměrně dobře kvantifikovat daňové přínosy, u ostatních se však jedná spíše o popis jednotlivých vlivů.

Přes tyto potíže se však metoda CBA osvědčuje jako vhodný nástroj pro multikriteriální posuzování vlivu nových investičních projektů na široké spektrum subjektů, kterých se projekt dotýká.

Literatura

1. ATTL, P.: *Klášterecko – model opatření k rozvoji domácího a příjezdového zahraničního cestovního ruchu ve vhodných oblastech – oblast s převažujícími kulturně-historickými předpoklady – region severozápadní Čechy, Česká republika*. In: Czech Hospitality and Tourism Papers, zvláštní číslo 3/2008. VŠH, Praha 2008, ISSN 1801-1535
2. ATTL, P., NEJDL, K.: *Turismus I*. VŠH, Praha 2004. ISBN 80-86578-37-2
3. *Cost-benefit analysis* [online]. 2009 [cit. 2009-05-09]. Dostupné z WWW: http://en.wikipedia.org/wiki/Cost-benefit_analysis
4. FRANKE, A.: *Výzkum cestovního ruchu ve vztahu k možnostem zmírňování společensko-ekonomických regionálních disparit*. VŠH, Praha 2008, str. 4 – 21, ISSN 1801-1535
5. GOELDNER, R. Ch., BRENT RITCHIE, J. R., MCINTOSH, R., W.: *Tourism – Principles, Practices, Philosophies, Eight Edition*. John Wiley & Sons, Inc. New York, 2000, ISBN 0-471-32210-5
6. *Koncepce marketingu města Klášterce nad Ohří v oblasti rozvoje lázeňství a turismu pro období 2006-2010*
7. *Koncepce státní politiky cestovního ruchu na období 2007-2013* [online]. 2007 [cit. 2009-10-18]. Dostupné z WWW: <http://www.mmr.cz/Cestovni-ruch/Koncepce-Strategie/Koncepce-statni-politiky-cestovniho-ruchu-v-CR>
8. *Lázeňská péče 2008* [online]. 2009 [cit. 2009-10-18]. Dostupné z WWW: http://www.uzis.cz/download.php?ctg=10&mnu_id=5300
9. *Prezentace města Klášterce nad Ohří v letech 2005-2010 Program rozvoje Ústeckého kraje 2008-2013*
10. SIEBER, P.: *Analýza nákladů a přínosů – metodická příručka pro zpracovatele* [online]. 2003 [cit. 2009-05-17]. Dostupné z WWW: <http://www.strukturalnifondy.info/data/CBA.pdf>
11. SOUKAL, P.: *Potíže kraje: a vzduch* [online]. 2009 [cit. 2009-05-09]. Dostupné z WWW <http://mfdnes.newtonit.cz/default.asp?cache=714977>
12. *Strategický plán rozvoje města Klášterec nad Ohří*
13. *Strategie rozvoje cestovního ruchu Ústeckého kraje*

Ing. Karel Nejd, CSc.

Využití modelu kvantifikace ekonomického efektu do komplexního rozvoje služeb cestovního ruchu na Lipensku

***Abstrakt:** Příspěvek vyčísluje prostřednictvím Schmidhauserova Walliského koeficientu počty pracovních míst závislých na cestovním ruchu v terciární sféře v oblasti Lipenska. Tato závislost je dána počtem lůžek v ubytovacích zařízeních. Lipensko se postupně stává dvousezónní destinací cestovního ruchu, avšak rezidentům je třeba vysvětlit přínosy cestovního ruchu v oblasti, který je dnes jedinou hybnou silou rozvoje tohoto území.*

***Klíčová slova:** Schmidhauserův Walliský koeficient, počet lůžek, pracovní místa, terciární sféra, rezidenti*

Application of the Model of Quantification of the Economic Effect upon a Complex Development of Tourism Services in Lipensko region

***Abstract:** The article expresses in digits, by means of the Schmidhauser Wallis coefficient, the numbers of jobs dependent on tourism in tertiary sphere in Lipensko region. The dependence is due to the number of beds in accommodation establishments. Gradually, Lipensko region is turning into a two-season tourism destination and is, at present, the only actuating force capable of further development of the region. The region residents should be explained the tourism positive impacts, all the same.*

***Key words:** Schmidhauser Wallis coefficient, number of beds, job positions, tertiary sphere, residents*

Úvod

Tento příspěvek se zabývá zhodnocením přínosu cestovního ruchu pro minimalizování společensko-ekonomických disparit regionů prostřednictvím modelu kvantifikace ekonomického efektu investic do rozvoje ubytovacích a doplňkových zařízení cestovního ruchu. Tato studie navazuje na předcházející aktivity a kontinuálně se zabývá stejnou oblastí Českokrumlovsko. Spolu se studii prof. Ing. Petra Semeniuka, CSc. kvantifikující přínos supermarketu TIP pro Lipno tvoří organický celek o přínosech cestovního ruchu pro ekonomiku regionu. Pro konkretizaci zkoumaného tématu byla vybrána část regionu Českokrumlovsko, a to Lipensko. Původní region Českokrumlovsko byl pro prezentaci možností cestovního ruchu zúžen na menší, leč geomorfologicky a potenciálem cestovního ruchu specifický územní celek, podoblast vhodnou pro řešení existujících disparit

pomocí cestovního ruchu, charakteristickou na jedné straně svou socio-ekonomickou situací a na druhé straně svými předpoklady cestovního ruchu, a tudíž svým produktem. Zúžení území pro účel této zprávy umožní srozumitelněji konkretizovat příklady pozitivních dopadů cestovního ruchu na ekonomiku místa vedoucí k odstraňování ekonomických a sociálních disparit.

1. Lokalizace zvoleného územního celku

Původně zvolený region Českokrumlovsko je možné charakterizovat jako oblast svým způsobem specifickou, protože disponuje jednak mimořádnými kulturně-historickými předpoklady a na ně navazujícími kulturně-společenskými předpoklady a jednak velmi kvalitními a na tuzemské poměry nadstandardními přírodními předpoklady. Je skutečností, že oba typy předpokladů jsou rozloženy v území přírodně a urbanisticky relativně odděleně, což z jednoho celku vytváří z hlediska existujících rozhodujících předpokladů cestovního ruchu dva na sebe sice napojené a infrastrukturalně, sociologicky a do jisté míry i ekonomicky propojené subregiony, leč poněkud rozdílné z hlediska rozvoje cestovního ruchu:

- Český Krumlov, unikátní architektonická a historická perla (jádro typu oblasti), zasazený do malebné přírody a krajinného reliéfu (vnější okruh jádra). Zcela jednoznačně (pod)oblast II. typu.
- Lipensko, přírodní předpoklady, reliéf krajiny a lokace nosných přírodních artefaktů tvořících z nich specifické a uživatelsky komfortní seskupení, k jejichž využití pro cestovní ruch přispívá i jejich geografická lokace a mikroklima (jádro typu oblasti), doplněné soliterními artefakty ostatních předpokladů a především blízkostí Českého Krumlova (vnější okruh jádra) tedy zcela jednoznačně (pod)oblast I. typu.

Podoblast Lipensko se nachází na pravém břehu Lipenské vodní nádrže směrem od přehradní hráze proti proudu po místo, kde Vltava vstupuje do vodní nádrže a částečně i na levém břehu proti Horní Plané. Z hlediska urbanistického je tvořeno především obcemi Lipno, Frymburk, Černá v Pošumaví, Horní Planá.

I když v současnosti z hlediska poptávky a nabídky obě podoblasti vystupují samostatně, jejich blízkost a infrastrukturalní propojenost vytváří pro budoucnost objektivní možnost jejich užší marketingové spolupráce, která vzhledem k současnému a v budoucnu pokračujícímu destinačnímu chování poptávky na trhu cestovního ruchu, je šancí pro další efektivní rozvoj cestovního ruchu a tím i větší ekonomickou prosperitu a lepší sociální situaci v celém regionu.

2. Metodika konkretizování přínosů pro cestovní ruch v území

V současné etapě byly v průzkumu použity především metody:

- sekundárního průzkumu,
- osobních rozhovorů.

Soubor respondentů se proti předcházejícím etapám zúžil na:

- představitele samosprávy,
- podnikatelskou sféru.

Osobní rozhovory byly vedeny s představiteli samosprávy, kteří byli ochotni odpovídat na položené otázky. Se starostou Lipna a s pracovníky Obecního úřadu v Lipně, se starostou v Horní Plané, s ředitelem největšího hotelu v podoblasti, se zástupci provozovatelů – Skiareálu, Lipnoservisu. Při rozhovorech byla hlavní překážkou neochota oslovených odpovídat s poukázáním na citlivost požadovaných údajů. Kromě toho nejsou k dispozici základní statistické indikátory týkající se cestovního ruchu, např. návštěvníci, resp. turisté v obci v jejich základní struktuře (celkem, z toho alespoň domácí a cizinci), počet přenocování, počet ubytovacích zařízení (celkem a dle kategorií a tříd). Neexistuje systém sběru těchto informací na základním stupni správy. Obec to zdůvodňuje nezájmem ubytovacích zařízení tyto údaje uvádět a nedostatkem kapacit obecních úřadů zabezpečit jejich shromažďování a třídění. Neexistuje obecná povinnost statistického sledování návštěvníků na úrovni obce nebo města a městské či obecní úřady prozatím nechápou, že pokud chtějí efektivně rozvíjet cestovní ruch, že se jedná o základní a nezbytnou informaci potřebnou pro smysluplné rozhodování.

V rámci sekundárního průzkumu byly využívány:

- dostupné statistiky ČSÚ,
- statistické informace Obecního úřadu Lipno,
- průzkumy České centrály cestovního ruchu – CzechTourism,
- statistiky podnikatelských subjektů, které byly ochotny dát tyto informace k dispozici,
- informace z bakalářské práce studentky VŠH.

Statistiky Českého statistického úřadu v současnosti informují o návštěvnosti Jihočeského kraje, okresu Český Krumlov a dokonce o počtu návštěvníků v Lipně. Návštěvnost v Lipně je stanovena určitým průzkumem a dopočítáváním. Podrobnější údaj o kapacitách a výkonech hromadných ubytovacích zařízení je doveden na úroveň Jihočeského kraje, počet zařízení dle kategorií je sdělen i za obec Lipno. K dispozici jsou údaje za rok 2008, za rok 2009 nikoliv. Jinými obcemi Lipenska se statistiky ČSÚ nezabývají.

V jednotlivých místech Lipenska, s výjimkou Lipna, údaje o návštěvnosti místa ani o ubytovací kapacitě neexistují. Obce nemají informaci, jakou ubytovací kapacitou disponují a kolik turistů je navštíví. Je to škoda, protože místní statistika by mohla

vhodně doplnit oficiální údaje, např. statistiky ČSÚ do větší podrobnosti a především by byly bezprostřední, což by bylo užitečné sdělení pro podnikatele i obec pro jejich individuální i společná rozhodování včetně mimořádných situací, jako je např. potřeba reagovat operativně na vliv hospodářské krize, čemuž je nutno čelit společně, minimálně za obec jako celek, má-li se jednat o efektivní a smysluplnou reakci.

Další organizací, která se zabývá analyzováním konkrétní situace v cestovním ruchu v jednotlivých regionech, je Česká centrála cestovního ruchu – Czech Tourism. V rámci monitoringu provádí prvotní průzkumy v turistických oblastech a ještě místech významných z hlediska cestovního ruchu. Jedná se o socio-ekonomický průzkum, důležitý pro zaměření nabídky, avšak pro tuto konkrétní studii jsou využitelné pouze minimálně. Jedná se údaje za rok 2008.

Dále byl v oblasti Lipenska realizován i parciální statistický průzkum komerčního subjektu – Lambartt Investment a. s. Hospitality Services et Management. Uskutečnil se na zakázku, tzn., že jeho zaměření i metodika zpracování byla predestinována poptávkou. Přesto jsou údaje z této studie užitečné pro dotvoření si představy o situaci v cestovním ruchu na Lipensku. V rámci sekundárního výzkumu byly vytěžovány i disponibilní statistiky Infoservisu Lipno.

Do procesu hledání možností využití cestovního ruchu k odstraňování ekonomických a sociálních disparit ve vhodných regionech zapojila Vysoká škola hotelová v Praze i své studenty prostřednictvím bakalářských a diplomových prací. K popsání situace přispěla Martina Vrchotová bakalářskou prací na téma Možnosti rozvoje cestovního ruchu na Českokrumlovsku.

Zásadní informací pro zhodnocení významu cestovního ruchu pro pomoc při odstraňování ekonomických a návazně sociálních disparit na Lipensku je údaj o počtu návštěvníků v místě a o počtech ubytovacích zařízení. Z výše uvedeného je zřejmé, že údaje o celkové návštěvnosti a stejně tak o ubytovací kapacitě za celé Lipensko nejsou k dispozici a reálně nejsou k dosažení. Proto je tato zpráva pojata jako dokument, který na určitých dílčích příkladech dokládá, jak lze přínos cestovního ruchu k ekonomice regionu kvantifikovat a je koncipována jako určitý metodický návod postupů k této kvantifikaci.

Ekonomický přínos pro ekonomiku regionu lze vyjádřit různými postupy. Vždy je však potřeba mít k dispozici ukazatele, které změní buď v hmotných, nebo finančních ukazatelích výkony cestovního ruchu. Návazně je nezbytné absolutní číselné údaje doplňovat relativními ukazateli, protože s jejich pomocí dostaneme výsledek vyjádřený plastičtěji a zohledňující kvalitu výsledku, resp. efektivitu procesů, které vytvořily hodnocený výsledek. Původně to byly jednoduché

ukazatele poměrové či průměrové, které přecházejí v sofistikovanější.

V hotelnictví se jedná především o efektivitu prodeje ubytovací kapacity. Zpočátku bylo měřeno průměrným využitím lůžkové kapacity. S uplatňováním zásad marketingu a potřebou uspokojovat lépe očekávání a přání hostů týkající se ubytování a potřebou prohloubit efektivitu výstavby hotelů, která se promítla do vnitřní architektury hotelových pokojů (standardizace uspořádání a velikosti pokoje, zejména jeden typ lůžka tzv. „grand lit“, kde je to možné), jež umožnila obsazovat stejný pokoj někdy jednou osobou, jindy dvěma podle momentální poptávky. Proto se začalo měřit využití ubytovací kapacity využitím pokojů. Protože cílem podnikání i v hotelu je zisk a nikoliv obsazení pokoje za jakoukoliv cenu, bylo nutno se zaměřit více na výnosovost obchodních operací a byl do hodnocení hotelů implementován ukazatel „Revenue per available room“ (RevPAR) – příjem na disponibilní pokoj (který lze momentálně využít). Rostoucí tlak na efektivitu podnikání v hotelnictví dal vzniknout aktuálnímu ukazateli o hospodaření s ubytovací kapacitou, a to „Gross operated profit per available room“ (GOPPAR) – hrubý provozní zisk na disponibilní pokoj.

Celkový rozvoj cestovního ruchu a zejména rostoucí poptávka a její vyšší nároky na kvalitu nabídky daly vzniknout novému přístupu nabídky k vyvíjejícím se nárokům poptávky. Šlo o zásadní změnu chápání a celkového uvažování nabídky, která dala vzniknout komplexní teorii o novém vztahu nabídky a poptávky – teorii destinačního managementu. Tento přístup vyvolal aktuální potřebu změny přístupu k ekonomickým a sociálním dopadům cestovního ruchu na prostor, v němž se cestovní ruch realizuje. Pro zjištění skutečného dopadu cestovního ruchu na místo, je nutno ho posuzovat v celém, nebo alespoň v maximálně možném komplexu přímých a nepřímých dopadů na území, kde se realizuje. Tímto problémem se zabývá řada teoretiků cestovního ruchu v Evropě od 60. let minulého století, zejména ve Švýcarsku a Německu. V Německu KOCH³ hovořil o výrobní funkci cestovního ruchu a její výstup (hrubý domácí produkt vytvořený cestovním ruchem) měřil metodou obratu a metodou intenzity. Metoda intenzity se opírá o intenzitu cestovního ruchu v místě měřenou počtem přenocování na 100 obyvatel. Uvádí, že teprve od hodnoty intenzity 500 lze hovořit o příspěvku cestovního ruchu k hrubému domácímu produktu ve výši 1%. Přestože se jedná o údaj dosti starý, KASPAR ještě v roce 1991 uvádí⁴, že novější výzkumy nedošly ke změně

3 KOCH, A.: Die gegenwaertige wirtschaftliche Bedeutung des Fremdenverkehrs unter besonderer Beruecksichtigung der im Fremdenverkehr erzielten Umsaetze und Wertschoepfung, Jahrbuch fuer Fremdenverkehr, 14. ročník, Mnichov, 1966 In: Kaspar, C.: Základy cestovního ruchu, Ekonomická fakulta Univerzity Mateja Bela v Banskej Bystrici, 1995, s. 97, překlad 4. vydání Die Fremdenverkehrslehre im Grundniss, Haupt, Bern, 1991

4 KASPAR, C.: Základy cestovního ruchu, Ekonomická fakulta Univerzity Mateja Bela v Banskej Bystrici, 1995, s. 97, překlad 4. vydání Die Fremdenverkehrslehre im Grundniss, Haupt, Bern, 1991

údajů.

Ve Švýcarsku se tímto problémem zabývala řada vědeckých expertů cestovního ruchu, např. ZUEND již od 60. let a především SCHMIDHAUSER, jenž zkoumal aplikaci multiplikačního efektu na cestovní ruch. Pro téma naší studie je důležité, že v roce 1979 provedl výzkumnou studii v kantonu Wallis (Valais)⁵, v níž porovnává obce s koncentrací cestovního ruchu a bez koncentrace cestovního ruchu. Zaměřil se kromě jiného na sledování počtu zaměstnaných v terciární sféře v obcích s koncentrací a bez koncentrace cestovního ruchu. Z rozdílu, který vznikl porovnáním těchto počtů, odvozuje pracovní místa v terciární sféře závislá na cestovním ruchu vztážená na jedno lůžko v ubytovací sféře:

Tab. č. 1 – Pracovní místa v terciární sféře závislá na cestovním ruchu

<i>Segment služby</i>	<i>Počet pracovních míst</i>
obchod	0,033
banky a pojišťovny	0,007
stravování	0,306
ostatní služby (včetně veřejné správy)	0,114
terciární sféra	0,460

Zdroj: o. c., s. 94

Pro praktické využití těchto propočtů je vhodné číselné propočty vyjadřovat k veličině srozumitelné, jasné, jednoduché, snadno zjistitelné, definovatelné a kvantifikovatelné, patřící mezi základní ukazatele cestovního ruchu, lehce srovnatelné na všech úrovních. Takovou veličinou je právě lůžko v hromadném ubytovacím zařízení.

Cestovní ruch je ze své definice charakterizován dvěma základními charakteristikami:

- přesunem účastníka cestovního ruchu z místa obvyklého prostředí do místa mimo obvyklé prostředí,
- pobytem v místě mimo obvyklé prostředí.

5 SCHMIDHAUSER, H. P.: Der Beschaeftigungseffekt des Fremdenverkehrs im tertiaerem Sektor, dargestellt am Beispiel der Schweiz, In: Kaspar, C.: Základy cestovního ruchu, Ekonomická fakulta Univerzity Mateja Bela v Banskej Bystrici, 1995, s. 93-95, překlad 4. vydání Die Fremdenverkehrslehre im Grundniss, Haupt, Bern, 1991

Proto jedním ze zásadních indikátorů cestovního ruchu je turista, tj. osoba, která v místě mimo běžné prostředí přespí minimálně jednu noc. Vývojem se nejrozšířenějším zařízením pro přespání účastníků cestovního ruchu stala veřejná, dnes „hromadná ubytovací zařízení“ různé kategorie.

Vzhledem k tomu, že cestovní ruch je založen na naprosto většinovém poskytování osobních služeb, tak optimálním ukazatelem pro vyjádření ekonomických a zároveň sociálních přínosů cestovního ruchu pro region je pracovní místo, pomocí kterého lze realizovat ekonomické efekty a zároveň posoudit zlepšování sociální situace v místě. Pracovní místo (příležitost) generované cestovním ruchem je tudíž základním předpokladem pro realizování služby cestovního ruchu, je tedy univerzálním indikátorem.

Z uvedeného vyplývá závěr – optimální vztah pro vyjádření přínosů cestovního ruchu je spojení pracovního místa a ubytovací kapacity, resp. lůžka. Proto se „agregátní“ přínos cestovního ruchu vyjadřuje v evropské odborné literatuře porovnáním tvorby pracovních míst k počtu lůžek ve veřejných ubytovacích kapacitách. Zároveň je pro srozumitelnost a vyjádření ve srozumitelné vypovídací hodnotě vztahován k optimálnímu počtu lůžek, kterým je např. počet 1.000 lůžek v ubytovacích zařízeních cestovního ruchu.

Z tohoto pojetí vychází již zmíněná Schmidhauserova tzv. Walliská studie o ekonomických efektech cestovního ruchu a jeho přínosech pro území, kde se realizuje. Interpretací koeficientů v tabulce č. 1 došel autor ke zjištění, že ve „Švýcarsku 1.000 lůžek ubytovacích zařízení vytváří 459 dodatečných pracovních míst v terciární sféře, z kterých dvě třetiny připadají na stravování a jedna třetina na další služby“. (Početní rozdíl mezi koeficientem v tabulce údajem 460 je dán pravděpodobně zaokrouhlováním.)

Zjištěné koeficienty je možno interpretovat i dalšími způsoby, např. 100 pracovních míst ve stravování vytvoří průměrně cca dalších 50 pracovních míst generovaných cestovním ruchem, z toho 11 v obchodě, 2 v bankovníctví a pojišťovnictví a 36 v ostatních službách.

Další výstup této studie uvádí, že 100 hotelových lůžek vytváří průměrně 23 plných pracovních míst, zatímco 100 lůžek v prázdninových bytech jen 5 pracovních míst.

I když je Walliská studie již staršího data, pozdější práce zaměřené na podobnou tematiku ať ve Švýcarsku nebo Německu její propočty nevyvrátily ani nezjistily, že by po metodické či věcné stránce byla překonána.

3. Přínosy cestovního ruchu pro Lipensko

3.1 Ekonomické a společenské postavení cestovního ruchu ve zkoumané oblasti

Ekonomický vývoj v Česku po roce 1990 způsobil, že se relativně rychle ukázalo, že cestovní ruch je pro toto území jedinou ekonomickou aktivitou, která je schopna generovat ekonomické zdroje a vytvářet pracovní příležitosti. Území trpí absencí aktivit spadajících do sekundární sféry. Průmyslová výroba prakticky neexistuje a je zde vykonávána jen činnost na principu řemeslných živností. Např. v Horní Planě s počtem 2.300 obyvatel již neexistuje mimo cestovního ruchu žádná činnost vytvářející pracovní místa. Podobná situace je v Lipně, Frymburku a dalších obcích. Zemědělství v pojetí jak je v současnosti realizováno, postrádá schopnost generovat větší počet pracovních příležitostí. Situace je již delší dobu stejná, takže podle starostů reálně jedinou příležitostí, jak nabídnout pracovní místa vázaná přímo na toto teritorium, je cestovní ruch. Údaje o počtu pracovních míst, které v hodnoceném území vytváří cestovní ruch, nejsou bohužel k dispozici. Z dílčích údajů o počtu ubytovacích, stravovacích, sportovně-rekreačních a dalších zařízení lze oprávněně dedukovat, že cestovní ruch je dominantní ekonomickou aktivitou, která ještě zdaleka nedosáhla maximum svých možností. Obecným problémem (pod)oblasti je sezónnost, resp. fungování cestovního ruchu převážně jen v relativně krátké letní sezóně. V současnosti dochází k postupné přeměně některých míst (Lipno a částečně Horní Planá) z jednosezónního na dvousezónní, jiná místa se o tuto změnu snaží zatím bez úspěchu. Největšího posunu v tomto směru dosáhlo Lipno, které se stalo typickým dvousezónním střediskem (viz tabulka č. 4). Jednotlivým společným prvkem této podoblasti je Lipenská vodní nádrž a s ní související rekreační a sportovní aktivity, v případě Lipna ještě skiareál Kramolín, jenž je dlouhodobě rozšiřován o nové lanovky, sjezdové dráhy a další sportovní atraktivitu, např. bobová dráha, dětský sportovní park atd. Podrobnější hodnocení vybavenosti území službami cestovního ruchu bylo provedeno v předešlých zprávách. Celá oblast okolo vodní nádrže je protkána udržovanými lyžařskými běžeckými trasami. Hitem minulé zimy se stala bruslařská dráha na zamrzlém jezeře. Pokud bude příznivé počasí, předpokládá se, že bude ještě rozšířena a doplněna o doprovodné služby. Letní sportovní nabídka je dlouhodobě založena na vodních sportech, jejichž sortiment se postupně obohacuje. Pro cykloturisty je k dispozici cyklostezka spojující Lipno s Frymburkem a několik desítek km dalších cyklotras při pobřeží i ve vnitrozemí. Bohužel se nepodařilo zahájit výstavbu „vlakotramvaje“, která by usnadnila pohyb turistů v teritoriu a zpřístupnila by další místa.

Vedoucí postavení mezi obcemi Lipenska má Lipno, které jediné disponuje určitými celoobecními údaji. V obci s cca 400 obyvateli se v letní sezóně díky cestovnímu ruchu pohybuje cca 2.000 – 2.500 osob denně, jedná se jak o turisty,

tak návštěvníky. Obdobně i ve vrcholné zimní sezóně se v obci zdržuje až okolo tisíce osob denně. Podle ČSÚ se v Lipně ubytovalo v roce 2008 (údaje za rok 2009 ČSÚ ještě neuvádí) celkem 30.760 osob, z toho bylo 11.076 domácích a 19.684 cizinců. Údaje o návštěvnosti Lipna jsou uvedeny v tabulce č. 4. V roce 2008 zde bylo ČSÚ registrováno 22 ubytovacích zařízení. V poměru počtu lůžek na jednoho obyvatele se Lipno zařazuje do skupiny předních evropských míst, jako jsou např. francouzské Lurdy. O promyšleném přístupu vedení OÚ k vytváření nejen základních služeb cestovního ruchu, ale i služeb infrastrukturních, důležitých pro kvalitu komplexní nabídky, svědčí např. existence obchodních služeb (nejenom potravin) při vstupu do zimního sportovního areálu nacházejícího se přímo v obci, existence zdravotnického zařízení a bankomatů několika bankovních ústavů.

Ekonomické přínosy cestovního ruchu pro relativně malý územní celek lze spatřovat především v:

- tvorbě pracovních míst,
- tvorbě příjmů pro rozpočet obecních rozpočtů (místní poplatky, daň z nemovitostí),
- v tvorbě hodnot území prostřednictvím zhodnocování stávajícího nemovitého majetku, novými investicemi, které přispívají k tvorbě, resp. posilování pozitivní image místa, jež je činí atraktivnějším pro investory.

Tvorba pracovních míst

Cestovní ruch vytváří pracovní místa přímo a nepřímo. Přímá zaměstnanost vyjadřuje tvorbu míst v zařízeních poskytujících služby cestovního ruchu přímo účastníkům cestovního ruchu. Vzhledem k velké rozmanitosti služeb cestovního ruchu, jejich náročnosti na aktuální dostupnost, požadavku na různou kvalifikační úroveň poskytovatele od vysoce kvalifikovaných po méně náročné, od úzce zaměřených znalostí po vyžadující širší znalosti, od široce obsahově zaměřených služeb cestovního ruchu (hotelnictví, stravování, sportovní zařízení, řada doprovodných služeb apod.) po úzce zaměřené (sportovní instruktoři) atd., vzhledem k vhodnému mixu celoročních a sezónních služeb (což je mimořádně důležité v případě Lipenska), je významná jeho schopnost vyvolávat další zprostředkovanou zaměstnanost. Poskytovatelé služeb cestovního ruchu nemohou fungovat bez širokého okruhu svých dodavatelů ap.

Příjmy pro rozpočet obcí

Obecní úřady mají právo stanovit pro návštěvníky obce povinnost platit poplatky, jehož výše závisí na rozhodnutí vedení obce. V místech s rozvinutým cestovním ruchem představují tyto poplatky nezanedbatelnou část rozpočtu obce. V řadě míst cestovního ruchu se tyto poplatky staly regulátorem návštěvnosti místa, resp. marketingovým nástrojem podporujícím nebo limitujícím návštěvnost místa.

Zhodnocování stávajícího majetku

Pozitivní vliv nových investic či zhodnocování stávajícího majetku na pozitivní image místa, které se stává atraktivnějším pro investory, možno dokumentovat na příkladu obce Lipno, která v několika posledních letech na rozdíl od dalších obcí v podoblasti neměla problémy se získáním investorů pro rozsáhlou výstavbu sportovních a ubytovacích zařízení. Přitom se jednalo převážně o výstavbu privátních investorů.

3.2 Případová studie přínosů cestovního ruchu pro Lipensko

Vyhodnocení ekonomického přínosu cestovního ruchu pro území předpokládá, že existují instrumenty, kterými lze tohoto cíle dosáhnou, tzn., že jsou k dispozici informace, se kterými lze provést kvantifikaci přínosů. Situace v systému sběru a vyhodnocování informací o cestovním ruchu na regionální úrovni generelně není dobrá a Lipensko není výjimkou, jak již bylo uvedeno. Proto je následně použita metoda demonstrace dílčích průzkumů.

Případová studie ekonomických přínosů cestovního ruchu a jejich příspěvku k minimalizaci společensko-ekonomických disparit bude využívat dva soubory informací, a to:

- „Analýzu ubytovacích zařízení a cestovního ruchu v oblasti Lipenské přehrady 2009“, zpracovaná firmou Labartt investment a. s.⁶,
- Vnitřní informace Hotelu Frymburk.

Analýza ubytovacích zařízení a cestovního ruchu v oblasti Lipenské přehrady 2009 probíhala formou osobního dotazování manažerů a majitelů zařízení a e-mailového dotazování. Soubor hodnocených ubytovacích zařízení zahrnuje 11 hotelů a apartmánových komplexů, od velkých po menší. Pro oblast jsou charakteristické menší kapacity. Po odečtu největších objektů Hotelu Frymburk, Landal Mariny a Lipno Lake Resort činí průměrná velikost zařízení jen 27 pokojů/apartmánů a 83 lůžek. Zkoumaný vzorek ubytovacích zařízení disponuje celkem 3.334 pevnými lůžky a 807 pokoji a apartmány. V letní sezóně tato zařízení zaměstnávala průměrně 21 pracovníků, v zimním období to bylo 17 zaměstnanců. Vzhledem k rozdílné velikosti zařízení je vhodné zmínit také počet pracovníků na jeden pokoj/apartmán, který činí průměrně v létě 0,74 osob a v zimě 0,47 pracovníka. Počet zaměstnanců v jednotlivých ubytovacích zařízeních je velmi rozdílný a závisí od charakteru provozu zařízení, jeho kategorie a třídy, a proto tento údaj není k dispozici. Podle empirických zkušeností v tuzemských místech cestovního

6 ZAJÍC, O., HRBKOVÁ, J., FICEK, J.: Analýza ubytovacích zařízení a cestovního ruchu v oblasti Lipenské přehrady 2009, Labartt Investment, a.s., Hospitality Services et Management, 2009. Údaje jsou publikovány se svolením firmy Labartt jen pro tuto studii. Jejich další šíření je možné jen se svolením Labartt Investment.

ruchu osciluje průměrný počet pracovníků na jedno lůžko v letním období okolo 0,5 pracovníka v závislosti také od sortimentu doplňkových služeb, které jsou nabízeny (např. wellness – náročný na počet a kvalifikaci pracovní síly). Vliv hraje také reálná možnost využívat outsourcing a velikost ubytovacího zařízení.

Využijeme-li Walliskou metodu propočtu dopadu vlivu ubytovací kapacity, reprezentované posuzovaným vzorkem, na rozvoj pracovních míst v terciární sféře na Lipensku, event. v širším okruhu, dojdeme k následujícím propočtům.

Tab. č. 2 – Celkem v hodnoceném území 3.334 lůžek

<i>Segment služeb</i>	<i>Koeficient</i>	<i>Generovaná pracovní místa</i>
obchod	0,033	110
banky a pojišťovny	0,007	23,3
stravování	0,306	1.020,3
ostatní služby (včetně veřejné správy)	0,114	380,0
terciární sféra	0,460	1.533,6

Zdroj: vlastní s využitím Walliské studie, o. c., s. 94

Hotel Frymburk se nachází na okraji obce Frymburk při silnici spojující všechny obce na břehu vodní nádrže. Jedná se o multifunkční hotelový komplex, který poskytuje služby v oblasti rekreačních a sportovních pobytů, wellnessových aktivit a kongresových služeb. Jeho vybavenost wellnessovými službami je mimořádná. Hotel je vyhledáván pro kongresové a incentivní akce. Disponuje 390 lůžky, což je největší hotelová kapacita v regionu.

Tab. č. 3 – Celkem v hodnoceném objektu 390 lůžek

<i>Segment služeb</i>	<i>koeficient</i>	<i>Generovaná pracovní místa</i>
obchod	0,033	12,9
banky a pojišťovny	0,007	2,7
stravování	0,306	119,3
ostatní služby (včetně veřejné správy)	0,114	44,5
terciární sféra	0,460	179,4

Zdroj: vlastní s využitím Walliské studie, o. c., s. 94

Uvedené příklady propočtů přínosů cestovního ruchu, resp. ubytovacích kapacity cestovního ruchu ve vytváření pracovních příležitostí, se zdají být na první pohled příliš optimistické. K těmto údajům je třeba přistupovat ze dvou pohledů – vypovídací hodnoty číselných údajů a metodického.

Aplikované koeficienty, jak vyplývá z uvedeného představení Walliské studie, byly vytvářeny ve Švýcarsku. Reflekovaly tedy konkrétní podmínky v konkrétním kantonu, prostředí, ve kterém se cestovní ruch realizoval, zejména kvalitu a kvantitu agregátní nabídky cestovního ruchu, rozsah a strukturu nabídky a obecnou dostupnost služeb terciární sféry v území. Odrážel také kvalitu a náročnost konkrétní poptávky, její zvyky, očekávání, představy, zvyklosti ve využívání služeb bankovního a pojišťovacího sektoru v období účasti na cestovním ruchu, stravovací a nákupní návyky, náročnost na rozsah a kvalitu služeb veřejného sektoru v místech realizace poptávky, způsoby trávení volného času (struktury zařízení pro kulturní a společenské vyžití, zařízení pro sportovní služby) a nároky na rozsah a dostupnost těchto služeb atd., tedy sociálně-ekonomický profil turistů, resp. návštěvníků. Možno tedy vyslovit tezi – tvorba zmíněných ukazatelů byla ovlivněna ekonomickou a sociální situací v místě, ve kterém byla studie realizována. Je třeba připustit, že turisté navštěvující Švýcarsko jsou nároční po všech stránkách, zvyklí konzumovat doma i v zahraničí značný rozsah terciárních služeb. I když se ekonomicko-sociální profil návštěvníků Lipenska zlepšuje. Z průzkumů zaměřených na tuto problematiku v ČR, přes neexistující přímá mezinárodní srovnání podobného zaměření, lze usoudit, že turisté navštěvující kanton Wallis a Švýcarsko obecně jsou náročnější a jejich aspekty jsou vyšší než turistů navštěvujících Česko a Lipensko.

Je proto jednoznačné, že pro plnohodnotné využití by bylo vhodné pokusit se tyto koeficienty přizpůsobit situaci v České republice. Např. s přihlédnutím k průzkumům agentury CzechTourism, průzkumům odborných firem (Např. Labartt Investment) i zkušenostem velkých hotelů možno říci, že hodnota koeficientu u stravování a ostatních služeb nejsou zřejmé velké odlišnosti, naproti tomu patrně v oblasti služeb bankovních a pojišťovacích a obchodu, ve vztahu ke struktuře nákupů, jsou odlišnosti.

Prezentovaná struktura balíku terciární sféry je standardní, všeobecně platná, bez vývojového nebo místního omezení, protože je odvozena z podstaty cestovního ruchu. Vzhledem k času, ve kterém jsou průzkumy realizovány, do jisté míry i území možno event. rozšířit členění kategorie ostatní, což ale nebude mít vliv na velikost konečného výstupu. Vliv může mít bezesporu váha jednotlivých strukturních prvků souboru. Ta bude závislá na prostředí, ve kterém se cestovní ruch realizuje a především na sociálně-ekonomickém profilu turistů přijíždějících do teritoria.

Z hlediska metodického pohledu je podstatný přístup a postup kroků, jimiž se dopracováváme ke komplexnímu číselnému vyjádření vyvolaných přínosů ubytovací kapacity (prostřednictvím lůžek v ubytovacím zařízení). Zásadní je struktura souhrnného balíku služeb, která je turistovi v místě nabízena, protože nabídka služeb musí být personálně zajištěna, bez bezprostředního zajištění prodeje této služby. V tom se projevuje specifický rys služby cestovního ruchu – vysoká náročnost na časovou a místní dostupnost služby. Pomineme-li ubytování a dopravu, zásadní rozhodující segmenty balíku služeb jsou stravování a služby zajišťující volnočasové aktivity. Ty jsou v metodě Walliské studie rozděleny na obchod, bankovníctví a pojišťovnictví a soubor ostatní. Proto lze přijmout tezi, že struktura Walliské studie je v zásadě akceptovatelná i v současnosti a její metoda je využitelná i v českém cestovním ruchu.

Závěrem této části je možno konstatovat:

Metodika Walliské studie je aktuálně využitelná pro transparentní a konkrétní prokázání, že cestovní ruch generuje značné a unikátní, resp. originální ekonomické a sociální přínosy pro území (bezprostřední i širší). Pro validní prokazování přínosů je nezbytné uskutečnit podle metody Walliské studie nebo jiné srovnatelné metodiky průzkum v regionech cestovního ruchu, nebo minimálně na celostátní úrovni a stanovit hodnotu koeficientů pro jejich využití v analýzách na makro, regionální i mikroúrovni.

4. Návrh postupů ke zlepšení podmínek pro kvantifikaci ekonomických přínosů cestovního ruchu

Ekonomické přínosy cestovního ruchu jsou dnes již v obecné rovině, zejména v určitých situacích, uznávány. V domácí praxi to prozatím je stále především v deklaratorní úrovni. Aby tato uznání přešla z roviny obecné na úroveň praktickou, konkrétní, vytvářející optimální podmínky pro rozvoj cestovního ruchu, je nezbytné tyto přínosy kvantifikovat v celé šíři. Nestačí jen naturální či finanční ukazatele. Skutečné přínosy cestovního ruchu nespočívají jen ve finančním vyjádření výsledků poskytovaných služeb v tržbách, výnosech, zisku jednotlivých organizací, v jejich daňových odvodech, v hodnotě investic cestovního ruchu, v tvorbě přímých pracovních míst, aj., ale také v přínosech zprostředkovaných. Proto teorie cestovního ruchu hovoří o průmyslu cestovního ruchu (služby poskytované přímo účastníkům cestovního ruchu) a ekonomice cestovního ruchu (průmysl cestovního ruchu + aktivity, které průmysl cestovního ruchu vyvolal nebo ovlivňuje). Tuto problematiku z velké části řeší satelitní účet cestovního ruchu. Problémem je, že satelitní účet tak jak existuje v zahraničí i v tuzemsku informuje o přínosech cestovního ruchu na celostátní úrovni.

Cestovní ruch je úzce spjat s problematikou regionálního rozvoje, protože se realizuje vždy a jedině na konkrétním místě, v konkrétním regionu. Je proto nezbytné, aby byl schopen prezentovat, jaká konkrétní pozitiva regionu přináší. Přenesení metodiky satelitního účtu na regionální úroveň je dle názoru Českého statistického úřadu otázkou dlouhodobou. Kromě toho ani satelitní účet není schopen všechny přínosy cestovního ruchu vyjádřit. Proto v teorii cestovního ruchu existují jiné metody, vztahového charakteru, jež vyjadřují nepřímé, zprostředkované efekty cestovního ruchu. Pro jejich aplikování jsou potřebné, tak jako pro každou kvantitativní analýzu, vstupní informace, což jsou ponejvíce základní ukazatele hodnotící situaci podnikatelů v cestovním ruchu a situaci v místě, kde se cestovní ruch realizuje.

K vyřešení popsaného problému je nutno vyřešit několik problémů, což nebude jednoduché a bude narážet na řadu objektivních i subjektivních příčin. Jednou z nich je neexistence, resp. nesledovanost a nedostupnost, a tím i nedisponibilita základních výkonových ukazatelů jednotlivých strukturních jednotek v regionech. Jsou to především základní ukazatele o ubytovaných hostech – počty hostů a přenocování, v rozdělení na cizince, členění podle zemí původu a tuzemce. Jejich zjišťování souvisí se základní evidencí ubytovacích zařízení, kterou provádí většina těchto zařízení. Jejich nepředávání k sumarizaci má příčinu v nezájmu, strachu před zneužitím, v šedé ekonomice, údajné pracovní, nedostatku pracovníků a časové náročnosti. Je skutečností, že neexistuje povinnost pro poskytovatele ubytovacích služeb předávat tyto údaje ke statistickým účelům.

Většina hotelů i dalších zařízení využívá v provozu různé vnitřní informační systémy, včetně statistické evidence hostů. Jsou to informace jen pro vlastní potřebu, event. pro potřebu nadřízených jednotek. Jinak nejsou tyto údaje využívány. Zároveň v ČR, tak jako v jiných evropských zemích, platí zákonná povinnost ubytovatelů zajistit vyplnění ubytovací přihlášky hosta a její předání policii, která je vyhodnocuje pro své účely a pak je likviduje. Nabízí se tedy prozatím teoretická možnost tyto podklady převést do podoby zpracovatelné IT technikou a po využití policií předat je k centralizovanému statistickému zpracování. Zatím existuje řada technických a administrativních překážek. Avšak bylo by možné např. v rámci projektů financovaných z EU zpracovat studii, jež by seriózně prověřila možnosti realizace námětu, jehož uskutečnění by bylo mimořádným přínosem pro získávání a hodnocení základních statistických informací českého cestovního ruchu.

Chceme-li zjistit a vyhodnotit přínosy cestovního ruchu pro ekonomiku státu a jednotlivých regionů a pro zlepšení sociálního prostředí, je nezbytné postihnout jeho schopnost tvorby těchto přínosů v celé šíři a plastičnosti. Pro dosažení tohoto cíle, nebo alespoň přiblížení se k němu co nejvíce, nelze spoléhat jen na satelitní

účet. Vhodným komplementárním nástrojem jsou analýzy zaměřené na zjištění jednotlivých zprostředkovaných přínosů cestovního ruchu jejich odvozováním od jednotlivých základních ukazatelů cestovního ruchu. Jedná se např. o studie typu uvedené Walliské studie.

5. Vliv ekonomické krize na cestovní ruch na Lipensku

Pro podrobnější zhodnocení vlivu ekonomické krize na vnitřní cestovní ruch území Lipenska nejsou k dispozici potřebné informace (příčiny byly uvedeny v předcházejícím textu). Neexistuje systém uceleného centralizovaného sledování a vyhodnocování základních ukazatelů cestovního ruchu, který by byl předáván k dispozici soukromé či veřejné sféře v území. Jsou k dispozici jen údaje částečné, neúplné či aktualizované s delším časovým odstupem nebo výjimky, kdy je hotel ochoten poskytnout základní informace týkající se jeho návštěvnosti. Proto následující analýza vychází jen z dílčích podkladů. Symptomatickým zjištěním je, že získané informace se týkají Lipna, částečně Horní Plané a hotelu ve Frymburku.

Lipno představuje hlavní resort v (pod)oblasti Lipensko, a proto je možné situaci v tomto místě považovat za reprezentativní v celé oblasti.

Tab. č. 4 – Počet ubytovaných osob v hromadných ubytovacích zařízeních v Lipně

<i>Rok</i>	<i>1. čtvrtletí</i>	<i>2. čtvrtletí</i>	<i>3. čtvrtletí</i>	<i>4. čtvrtletí</i>	<i>Celkem</i>
2008	135.000	65.000	240.000	60.000	500.000
2009	165.000	65.000	*	*	*

Zdroj: OÚ Lipno, * údaje zatím nejsou k dispozici

Tabulka potvrzuje v loňském a letošním roce jasný sezonní charakter místa, se dvěma sezónními výkyvy, přičemž sezónní špici představuje vrcholné letní období, 3. čtvrtletí a další vrchol je v hlavním zimním období, tj. 1. čtvrtletí, s tím že návštěvnost v zimě se konstantně zvyšuje. Podle rozhovoru s představiteli obecního úřadu v Lipně a některými podnikateli lze předpokládat, že proporční vývoj předcházejících let se opakoval i ve 3. a 4. čtvrtletí roku 2009.

Podobný vývoj průběhu návštěvnosti zaznamenal i největší hotel v oblasti Hotel Frymburk, patříci mezi novější objekty, který se dále rozšiřuje, jak co do ubytovací kapacity, tak co do nabídky sportovního vyžití. Charakteristiku hotelu v předcházející části možno dále rozvinout. Nabízí rozsáhlé wellness služby na vysoké technické úrovni, 12 procedur, dále rozsáhlé Fitness centrum, saunový svět a aquapark (468 m²) s mnoha zábavními možnostmi. Součástí nabídky je

kongresové centrum s 6 jednacími prostory vhodnými pro střední a malé akce. Hotel se nachází v blízkosti řady sportovních areálů pro letní a zimní sporty, disponuje 390 lůžky v dvou a jednolůžkových pokojích, apartmánech a studiích. Je zaměřen na individuální i skupinovou klientelu, především korporátní, podíl cestovních kanceláří je menší.

Hotel zvyrazňuje vývoj v podoblasti Lipensko, který byl naznačen ve vývoji návštěvnosti Lipna. Přes projevující se krizi celková návštěvnost hotelu měřená počtem přenocování se v roce 2009 proti 2008 v hodnoceném období zlepšila, i když v jednotlivých letních a mimosezónních měsících byl vývoj rozdílný (viz tabulka č. 5). Poklesy v červnu a červenci nebyly dramatické, naproti tomu zvýšení v srpnu a říjnu byla znatelná. Dle informací hotelu zásadním poznatkem je, že došlo k výrazné změně struktury návštěvníků:

- ve všech sledovaných měsících se snížil počet přenocování cizinců a zvýšil se počet tuzemských přenocování. Domácí turisté se v tomto roce stali dominantním segmentem hostů hotelu.
- došlo ke značnému snížení hostů cestovních kanceláří a masivnímu nárůstu neorganizovaných turistů nebo organizovaných jiným způsobem než cestovní kanceláří.
- zásadní ekonomickou informací je, že přes změny, resp. díky změnám ve struktuře hostů, hotelu se zvýšily tržby za ubytování.

Tab. č. 5 – Počet přenocování v Hotelu Frymburk

	<i>červen</i>	<i>červenec</i>	<i>srpen</i>	<i>září</i>	<i>říjen</i>
Přenocování 2008	3.017	5.247	5.944	3.267	2.896
Přenocování 2009	2.897	5.005	6.295	3.278	3.157

Zdroj: vlastní, dle informací hotelu

Ve stejném směru se ubírá vývoj cestovního ruchu i v Horní Plané. Dle starosty byl v ložské letní sezóně zaznamenán mírný cca 7 % nárůst návštěvnosti místa. Kromě toho došlo ke stejným strukturálním změnám. I když nejsou k dispozici počty osob nebo přenocování, podle praktických zkušeností se změnila struktura hostů. Snížil se počet osob v autokempech, z čehož bylo vydedukováno, že se snížil počet Nizozemců, tedy snížil se počet cizinců v Horní Plané a naproti tomu se zvýšil počet tuzemských hostů ubytovaných v hotelech a pensíoněch, tzn. v celosezónních zařízeních. Došlo k nárůstu 20 apartmánových bytů ve městě a 9 v přidružené obci. Ostatní uvažovaná investiční výstavba byla prozatím pozastavena.

Je naděje, že pro budoucí zimní sezóny se vytvoří podmínky pro zvýšení návštěvnosti snazším propojením areálu Hraničnick s městem. Místní podnikatelé,

obec a CHKO Šumava se dohodli, že se postaví lanovka, která propojí Horní Planou s Pecí, odkud je přístup na Hraničnick, svahy v Německu, tím se zkrátí cesta do areálu ze 45 km na 10 km. Pod lanovkou nebude sjezdovka. Další vývoj je odvislý od jednání s oborovými ministerstvy.

Závěr

V období svízelné situace cestovního ruchu na mezinárodním i národním trhu, v době, kdy došlo v roce 2009 ke snížení přílivu zahraničních hostů a v některých regionech i tuzemských návštěvníků, což vyvolává ekonomické i sociální problémy či pnutí, je situace na Lipensku odlišná. Celková návštěvnost území se v letošním roce nesnížila, ba naopak. Došlo k hlubším změnám ve složení návštěvníků z hlediska zdrojových trhů. Snížil se počet cizinců a naproti tomu se zvýšil počet tuzemských hostů a návštěvníků.

Z analýzy vyplynuly zásadní poznatky:

- domácí turista je pro Lipensko nenahraditelný host. Stal se uznávaným, je to dobrý, ekonomicky zdatný klient, který čerpá nejen základní služby, ale i řadu služeb doplňkových,
- cestovní kanceláře vyklidily pozice, které v minulosti měly na celém Lipensku. Nedokázaly se vyrovnat se složitější tržní situací. Naproti provozovatelé ubytovacích služeb se museli s touto situací vyrovnat sami,
- možno konstatovat, že krize se v návštěvnosti na Lipensku prozatím výrazněji neprojevila.

Literatura

1. KOCH, A.: *Die gegenwaertige wirtschaftliche Bedeutung des Fremdenverkehrs unter besonderer Beruecksichtigung der im Fremdenverkehr erzielten Umsaetze und Wertschoepfung*. Jahrbuch fuer Fremdenverkehr, 14. ročník, Mnichov, 1966
In: Kaspar, C.: *Základy cestovního ruchu*, Ekonomická fakulta Univerzity Mateja Bela v Banskej Bystrici, 1995, s. 97, překlad 4. vydání *Die Fremdenverkehrslehre im Grundniss*, Haupt, Bern, 1991
2. SCHMIDHAUSER, H. P.: *Der Beschaeftigungseffekt des Fremdenverkehrs im tertiaerem Sektor, dargestellt am Beispiel der Schweiz*. In: Kaspar, C.: *Základy cestovního ruchu*, Ekonomická fakulta Univerzity Mateja Bela v Banskej Bystrici, 1995, s. 93-95, překlad 4. vydání *Die Fremdenverkehrslehre im Grundniss*, Haupt, Bern, 1991
3. ZAJÍC, O., HRBKOVÁ, J., FICEK, J.: *Analýza ubytovacích zařízení a cestovního ruchu v oblasti Lipenské přehrady 2009*. Labartt Investment, a.s., Hospitality Services et Management, 2009

prof. Ing. Petr Semeniuk, CSc.

Využití modelu kvantifikace ekonomického efektu z investice v pilotním projektu na příkladu supermarketu TIP Lipno

***Abstrakt:** V obci Lipno byla vybudována indukovaná investice ve výši 30 mil. Kč. Jedná se o supermarket TIP Lipno, který vznikl v bezprostřední blízkosti rekonstruovaného lyžařského areálu Lipno – Kramolín, jehož modernizace ve výši 230 mil. Kč byla označena jako nejlepší investice roku 2008. Z analýzy měsíčních obrátů supermarketu TIP vyplývá, že vedle tradiční letní sezóny rostou tržby i v zimním období. Naplněny jsou především vyrovnávací a zaměstnavatelská funkce cestovního ruchu.*

***Klíčová slova:** letní a zimní sezóna, indukovaná investice, vyrovnávací a zaměstnavatelská funkce cestovního ruchu*

Application of the Model of Quantification of the Investment Economic Effect in a Pilot Project: the TIP Supermarket Lipno

***Abstract:** An induced investment of 30 millions Czech crowns has been built in the municipality of Lipno. It is the TIP supermarket Lipno constructed next to the newly rebuilt ski area of Lipno – Kramolín whose reconstruction of 230 millions Czech crowns boasts the title of the best investment in the year 2008. Analyzing monthly turnovers of the TIP supermarket it shows that turnovers were rising not only in traditional summer high season but in winter, as well. Thus buffer and employer functions of tourism have been fulfilled.*

***Key words:** summer and winter season, induced investment, buffer and employer functions of tourism*

Úvod

Tato studie vychází z předchozí výzkumné zprávy „Vliv sezónnosti na efektivnost hospodaření podnikatelských subjektů ve venkovském prostoru (na příkladu Českokrumlovsko“ [viz lit. 2], kde byly akcentovány především následující závěry:

- v uvedeném regionu je hospodaření podnikatelských subjektů (které patří do infrastruktury cestovního ruchu a obchodu) výrazně negativně ovlivněno venkovským charakterem osídlení a vysokou sezónností cestovního ruchu,
- extrémně vysokých hodnot dosahují sezónní výkyvy v tržbách a dalších ekonomických ukazatelích v letní špičce, která je koncentrována pouze do dvou měsíců, a to do července a srpna,

- zatím není, s výjimkou zimního střediska Kramolín, využíván potenciál přilehlých oblastí Šumavy popř. Novohradských hor atd. Jeho využití by výrazně navýšilo a stabilizovalo ekonomiku příslušných podnikatelských subjektů Českokrumlovska. Z hlediska roční periody by tedy tržby podnikatelských subjektů byly rozloženy do dvou sezónních špiček a podstatně by se snížil počet měsíců s nízkými a nedostačujícími tržbami a ztrátovým hospodařením.

1. Rekonstrukce a modernizace Skiareálu Lipno

V roce 2008 však došlo k zásadní změně situace, a to rekonstrukcí a modernizací Skiareálu Lipno (dříve často uváděného jako zimní středisko Kramolín), kdy tato investice ve finančním rozsahu přes 230 mil. Kč nastartovala oblast Lipna k přeměně v celoroční destinaci cestovního ruchu. Uvedená masivní investice do Skiareálu Lipno nesporně vyvolává (indukuje) další investice u firem, které participují na podnikatelském životě v oblasti Lipna. Na příkladu supermarketu TIP Lipno, který patří Jednotě, družstvu spotřebitelů v Kaplici, lze názorně ukázat, jak se vyplácí zariskovat a včas uchopit nabízenou příležitost.

Ekonomické efekty modernizace Skiareálu Lipno lze v obecné rovině spatřovat především v posílení ekonomického potenciálu a ve značném přírůstku zaměstnanosti celého příslušného regionu. Významný je i nárůst indukovaných investic a kapacit u řady podnikatelských subjektů tohoto regionu. V konkrétní (mikroekonomické) rovině by však při kvantifikaci výše uvedeného efektu bylo třeba agregovat relevantní údaje desítek participujících podnikatelských subjektů, což je značně obtížný a dlouhodobý úkol, vyžadující jednotnou metodiku ekonomických analýz. V této studii je proto na konkrétních příkladech uvedena metodika vstupní analýzy efektivnosti investic, a to na příkladu supermarketu TIP Lipno.

Z hlediska obsahové struktury je nejprve uvedena souhrnná charakteristika modernizovaného a multifunkčního Skiareálu Lipno, na kterou navazuje část věnovaná supermarketu TIP Lipno jako investici vyvolané, se zvláštním zřetelem na metodiku výpočtu tzv. hranice ziskovosti (resp. bodu zvratu). Závěrečná pasáž je pak věnována vlastní metodice analýzy efektivnosti investic a modelový příklad vychází opět z podmínek supermarketu TIP Lipno.

2. Skiareál Lipno – Zásadní a v českých podmínkách převratná modernizace lipenského areálu

Připravit kvalitní projekt s názvem „Skiareál Lipno – regionální zimní centrum“ nebylo snadné a společnost Lipno servis, s. r. o., na něm pracovala několik let.

Celkové výdaje projektu činily téměř 235 mil. Kč a výše podpory z Regionálního operačního programu (ROP) Jihozápad přesáhla hranici 88 mil. Kč (37,6 % z celkových nákladů). Termín realizace byl 1. 6. – 31. 12. 2008. Při kontrole realizace projektu zástupce Evropské komise ocenil zvýšený počet pracovních míst, která projekt do regionu přinesl a zajímal se o to, jak projekt prodlouží zimní sezónu a jaké aktivity bude poskytovat příjemce podpory během letní sezóny.

Nejvýraznějšími prvky realizovaného projektu jsou především 3 nové čtyřsedačkové lanovky, 3 pohyblivé koberce a 2 dětské vleky, což znamená, že na všech šest sjezdovek se lyžaři dostanou pohodlně a vsedě. Zdvojnásobila se kapacita zasněžovacích kanonů, což garantuje sněhovou jistotu po celou zimní sezónu. K dalším inovačním prvkům patří i vylepšený snowpark a zcela nová snowcrossová dráha. Na své si přijdou i běžkaři, pro které je připraveno 34 kilometrů strojově připravených stop. Novinkou je i unikátní upravovaná bruslařská dráha mezi Lipnem nad Vltavou, Frymburkem a Přední Výtoní o délce 11 kilometrů. Vysoce je hodnoceno i výukové hřiště FOXPARK (nejmodernější v ČR) pro děti i dospělé atd.

Pro atraktivitu Skiareálu Lipno je přitom podstatné, že přímo u lanovek je velké bezplatné parkoviště a kompletní zázemí služeb pro lyžaře. Na parkovišti jsou i dvě alpské restaurace, Apres skibary a supermarket TIP pro rychlý nákup základních potravin. Nedaleko je i nová víceúčelová sportovní dráha (bowling, tenis, squash) a wellness centrum. V neposlední řadě je pak třeba zmínit i vysokou ubytovací kapacitu – 2.500 lůžek v okolí sjezdovek – hotelových zařízení a apartmánů.

Po kompletní přestavbě celého skiareálu Lipno se z něj stal pětihvězdičkový TOP skiareál v České republice, který je současně pátým nejlépe hodnoceným skiareálem v ČR (podle nezávislé kategorizace českých lyžařských středisek).

Zásadní proměna Skiareálu Lipno nezůstala stranou pozornosti zahraničního tisku, zejména rakouského a německého, který např. konstatuje, že z hlediska komfortu pro lyžaře je tento areál lépe vybavený než mnohá alpská střediska. Vysoce je oceňována i profesionální specializace na rodiny s dětmi a na lyžařské začátečníky. Konkurenční výhodou vůči alpským střediskům je nepochybně relativně nízká cena lyžování a lyžařské výuky, lipenský Aquaworld a v neposlední řadě široká paleta doplňkových programů od jízdy na psích spřeženích až po bruslení na zamrzlém Lipně atd.

Jihočeský Skiareál Lipno se může pochlubit prestižním oceněním v rámci soutěže Top Invest – „Nejlepší investice roku 2008“. Lipenský areál se tak stal zatím jedinou takto oceněnou stavbou z oblasti cestovního ruchu. „*Důvodem udělení*

tohoto ocenění právě našemu areálu byl vysoký přínos pro celý region, spočívající v rozvoji zimní sezóny v jižních Čechách a na Lipensku. Samozřejmý je přínos pro všechny podnikatele a obce, protože jedna koruna vydaná na sjezdovkách generuje pět korun do oblasti. Porota ocenila také velký demografický význam, konkrétně ve zvýšení počtu obyvatel malé obce, v mládnutí obyvatel a zvyšování vzdělanosti, a významný příspěvek pro zaměstnanost při celkovém nárůstu o 700 pracovních míst, generovaných díky daleko silnější zimní sezóně," konstatoval při přebírání ceny starosta obce Lipno nad Vltavou Zdeněk Zidek [viz lit. 9]

Celkově je možné shrnout, že realizace projektu „Skiareál Lipno – regionální zimní centrum“:

- výrazně přispěla k rozvoji podnikatelských aktivit a navýšení ekonomických parametrů celého přilehlého regionu, který je značně závislý na cestovním ruchu. V praxi tak ukázkově byla naplněna vyrovnávací funkce cestovního ruchu,
- díky této nesporně masivní investici a z ní indukovaných investic do infrastruktury cestovního ruchu (např. do výstavby supermarketu TIP atd.) se oblast Lipenské přehrady se pomalu ale jistě stává celoroční destinací cestovního ruchu. Vedle vysoké letní sezónní špičky (červenec, srpen) v návštěvnosti a v tržbách, začíná dynamicky narůstat zatím „vedlejší“ zimní sezónní špička (od prosince do února s tím, že zatím kulminuje v únoru),
- nesporně přispěla k nárůstu zaměstnanosti v přilehlém regionu, 700 nových pracovních míst nemusí znamenat konečné slovo. I zde je v praxi potvrzena zaměstnanecká funkce cestovního ruchu,
- vedla ke značnému navýšení příjmů jak zařízení cestovního ruchu, tak i – na základě tzv. multiplikačního efektu – k nárůstu příjmů podniků z odvětví navazujících na cestovní ruch. Jak již bylo uvedeno, lapidárně to vystihl Z. Zidek, když konstatoval, že „...jedna koruna vydaná na sjezdovkách generuje pět korun do oblasti...“
- probudila k novému životu malou obec Lipno nad Vltavou, která ještě před několika roky měla necelých 500 stálých obyvatel. Tato obec prochází rychlým rozvojem a to jak demografickým, tak i podnikatelským.

I při všech těchto pozitivěch nelze přehlédnout skutečnost, že Skiareál Lipno jako centrum zimních sportů má jen tříměsíční období na finanční zajištění své činnosti, a že zima bez sněhu a mrazů může pro něj znamenat pravou pohromu. Situace je příznivější pro hotely (a ubytovací zařízení vůbec), wellness centra, aquaparky atd., jež mohou výrazně profitovat i v letní sezóně.

Trvalým problémem pro všechny podnikatelské subjekty v okolí Lipna však zůstávají jarní a podzimní měsíce, kdy návštěvnost turistů je velmi nízká a navíc současná hospodářská krize výrazně snižuje zájem firem o pořádání školení, seminářů či kongresů.

3. Supermarket TIP Lipno jako investice vyvolaná rekonstrukcí a modernizací Skiareálu Lipno

Investiční záměr Jednoty, družstva spotřebitelů v Kaplici, respektoval potřebu doplnit nové hotelové komplexy v okolí obce Lipno a rozvíjející se středisko zimních sportů Kramolín o dostatečně dimenzovanou retailingovou jednotku a počítal i s avizovanou výstavbou Skiareálu Lipno. Supermarket Lipno byl postaven na „zelené louce“. Celkové výdaje na jeho výstavbu a uvedení do provozu činily přibližně 29 mil. Kč, z toho 15 milionů Kč připadlo na investiční úvěr.

Uvedený supermarket byl uveden do provozu v prosinci roku 2007 a je v něm zaměstnáno 14 pracovníků (jde přirozeně o tzv. měsíční přepočtený počet pracovníků). Pro investora je přitom nesporně potěšitelné, že vývoj měsíčních obrátů (tržeb) naplňuje – a zřejmě i překračuje – investiční záměr. I přes očekávané velké sezónní výkyvy, obraty mají výrazně rostoucí trend, což dokládá níže uvedená tabulka měsíčních obrátů tohoto supermarketu od doby jeho uvedení do provozu až po srpen 2009 (včetně).

Tab. č. 1 : Měsíční obraty TIP Lipno za období prosinec 2007 – srpen 2009

<i>Měsíc</i>	<i>Obrat v tis. Kč</i>
XII/07	2.129
I/08	2.220
II/08	3.518
III/08	1.195
IV/08	684
V/08	1.623
VI/08	2.059
VII/08	7.506
VIII/08	7.121
IX/08	1.690
X/08	1.231
XI/08	670
XII/08	3.033
I/09	2.983

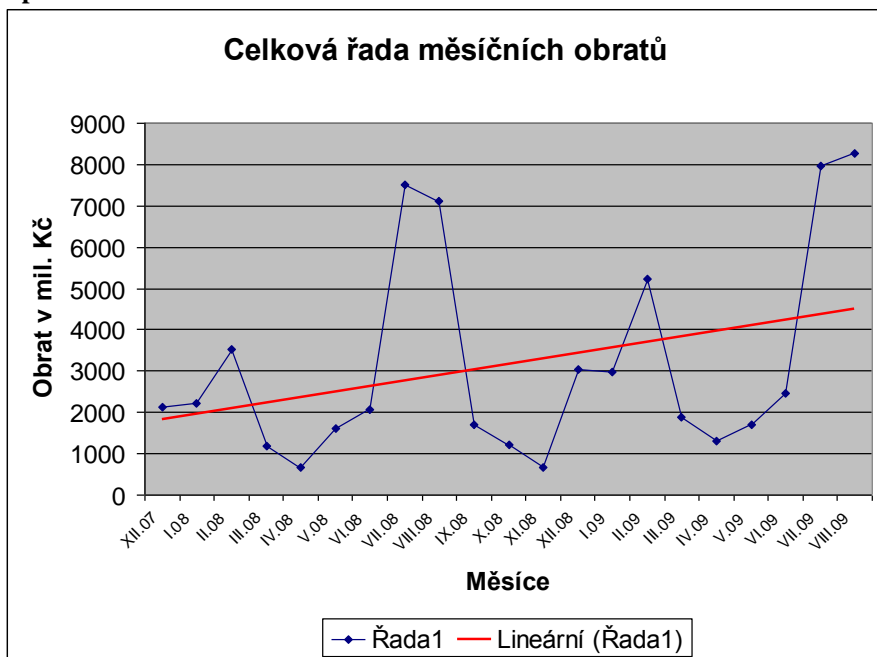
II/09	5.238
III/09	1.899
IV/09	1.295
V/09	1.705
VI/09	2.460
VII/09	7.977
VIII/09	8.277

Zdroj: Jednota Kaplice

Pozn.: Tuto časovou řadu bude nutné pro detailní analýzu doplnit údaji za zbývající měsíce roku 2009, a to tak, aby obsahovala ucelené dva roky fungování supermarketu a umožňovala výpočet adekvátní indexů.

Názorně je charakteristika sezónního kolísání (a trend časové řady měsíčních obrátů) daného supermarketu zobrazena v následujícím grafu:

Graf č. 1 – Vývoj měsíčních obrátů TIP Lipno za období prosinec 2007 – srpen 2009



Zdroj: vlastní s využitím dat Jednoty Kaplice

Na rozdíl od předchozích výzkumů [viz lit. 2] analyzovaná časová řada již vykazuje dvě sezónní špičky a paty. Hlavní sezónní špička měsíčních obrátů je nadále situována do letních prázdninových měsíců (červenec a srpen), nově zde vystupuje vedlejší sezónní špička s vrcholem v únoru. Tato zimní sezónní špička je vcelku jednoznačně potvrzena i vývojem tržeb v přílehlých hotelech [viz lit. 6].

Pro odhad trendu časové řady je pro jednoduchost použita lineární funkce ve tvaru:

$$Y = a + bx$$

s tím, že koeficient b vystupuje jako směrnice přímky, vyjadřující trend dané časové řady a x je pořadové číslo měsíce.

Pomocí lineární regrese byla vypočtena konkrétní podoba lineární funkce:

$$Y = 1690,2 + 134,28 x$$

Vyrovnaný měsíční přírůstek obrátů supermarketu (koeficient b) je tedy 134,28 tis. Kč.

3.1 Modelový příklad na výpočet hranice ziskovosti (bodů zvratu) nové investice

Supermarket TIP Lipno funguje jako vnitropodniková organizační jednotka Jednoty, družstva spotřebitelů v Kaplici, která má téměř úplnou evidenci hospodářského výsledku, zahrnující skutečné náklady a výnosy s výjimkou správních režie (příčemž úroky za investiční úvěr se zúčtovávají středisku „Domovní hospodářství“). Při respektování těchto omezujících podmínek lze proto odhadnout i tzv. hranici ziskovosti jejího fungování, která je definována jako výše obrátů (tržeb), při které hospodaření daného podnikatelského subjektu přechází ze ztrátové oblasti do pásma ziskovosti.

Pro vystižení průběhu výnosů, nákladů a hospodářského výsledku v závislosti na obrátů daného supermarketu i zde pro jednoduchost použijeme lineární funkci ve tvaru:

$$HV = V - N = kx - (a + bx) = (k - b)x - a$$

Kde: HV... hospodářský výsledek
V... výnosy
N... celkové náklady
x ... roční obrát (tržby) v peněžním vyjádření
k... průměrné procento obchodního rozpětí (% z ročního obrátu)

- a... fixní (pevné náklady) v peněžním vyjádření
- b... koeficient variabilních (proměnných) nákladů, vyjádřený jako % z ročního obrátu

V rámci dostupných údajů z vnitropodnikové evidence Jednoty, družstva spotřebitelů v Kaplici, bylo proto nejprve nutné odhadnout jak průměrné procento obchodního rozpětí vybraného supermarketu, tak i provést aproximativní rozdělení nákladů tohoto supermarketu na náklady fixní, které za určitých podmínek nezávisí na velikosti obrátu, a náklady variabilní (jež jsou přímo úměrné velikosti obrátu).

Konkrétní odhady jednotlivých částí výše uvedené funkce hospodářského výsledku, vycházející z analýzy výnosů a nákladů supermarketu TIP Lipno za rok 2008 jsou:

Průměrné procento obchodního rozpětí (k) = 19,85 %

Náklady fixní (a) = 3.288 tis. Kč

Koeficient variabilních nákladů (b) = 7,53 %

Po dosazení do obecného tvaru funkce hospodářského výsledku pak platí:

$$HV = (19,85 - 7,53) \cdot x / 100 - 3.288 \text{ tis. Kč}$$

kde: x ... roční obrát v tis. Kč

Jak již bylo dříve uvedeno, hranice ziskovosti je taková výše obrátu, při které se hospodářský výsledek rovná nule. Nejčastěji se pro její výpočet používá jednoduchý vzorec:

$$HV_0 = \frac{a}{k - b} \times 100$$

Kde význam symbolů a , k , b je stejný jako v předchozím vzorci. Po dosazení konkrétních údajů supermarketu TIP Lipno je možné již odhadnout hranici ziskovosti jeho hospodaření:

$$HV_0 = \frac{3288}{18,58 - 7,53} \times 100 = 29.755,66 \text{ tis. Kč}$$

Hranice ziskovosti uvedeného supermarketu se tedy blíží k 30 miliónům ročního obrátu.

Pro případ, že chceme dosáhnout např. 1.000 tis. Kč zisku, použijeme upravený vzorec:

$$HV_1 = \frac{a + Z}{k - b} \times 100$$

kde: Z... požadovaná výše zisku

Po dosažení konkrétních údajů:

$$HV_1 = \frac{3288 + 1000}{18,58 - 7,53} \times 100 = 38805 \text{ tis. Kč}$$

Pozn.: Výše uvedené výpočty mají přirozeně jen modelový charakter, jsou využitelné jen pro krátkodobé prognózy hospodářského výsledku (např. budoucího zisku), a to jen za podmínky caeteris paribus, čili neměnnosti výchozích členů funkce hospodářského výsledku.

3.2 Efektivnost investice – supermarket TIP Lipno

Jak již bylo uvedeno, výstavba supermarketu Lipno představuje názorný příklad tzv. rozvojové investice, která významným způsobem navyšuje schopnost jejího investora prodávat spotřební zboží v regionu Lipna, resp. v celém bývalém českokrumlovském okrese. Její přínosy pro maloobchodní obrat (tržby) celé Jednoty, družstva spotřebitelů v Kaplici, jsou o to cennější, že přicházejí v době, kdy v důsledku nastupující globální krize začal klesat celkový obrat tohoto spotřebního družstva a obrat realizovaný v tomto novém supermarketu proto působí jako stabilizační faktor.

V části 3.1 této studie byl naznačen i další ekonomický přínos supermarketu TIP Lipno, a to pro zisk celého podnikatelského subjektu. V prvním roce provozu (rok 2008) byl sice hospodářský výsledek daného supermarketu těsně pod hranicí ziskovosti, v roce 2009 hospodaření supermarketu je již ziskové a má vzestupný trend.

Jako u všech investičních projektů i zde je nutno dále vzít v úvahu ekonomická kritéria jejich hodnocení, a to jak statická, tak i dynamická. Obecně se mezi statická kritéria hodnocení efektivnosti investic zahrnují nejčastěji:

- rentabilita investovaného kapitálu,
- prostá doba úhrady.

Výběr dynamických metod hodnocení (které přihlížejí k faktoru času, tj. k časové hodnotě peněz) je již poněkud pestřejší:

- index rentability,
- metoda čisté současné hodnoty (ČSH), která obecně je nejvíce preferována,
- vnitřní výnosové procento,
- diskontovaná doba úhrady.

V rámci výše uvedených metod hraje klíčovou roli pro jejich aplikaci stanovení peněžních toků investice – jednorázových kapitálových výdajů – a provozních příjmů z investice. Zatímco jednorázové kapitálové výdaje lze vyčíslit poměrně přesně (jsou zde nejen výdaje na dlouhodobý hmotný a nehmotný majetek, ale i výdaje na přírůstek oběžného majetku, resp. čistého pracovního kapitálu), budoucí příjmy z investice lze jen odhadovat, a to více či méně nepřesně. V našem případě budeme uvažovat pro jednoduchost budoucí peněžní příjmy z investice jako součet čistého zisku a odpisů a budeme tedy abstrahovat od změny čistého pracovního kapitálu, kterou nelze na úrovni provozní jednotky jednoznačně stanovit.

Pro jednoduchost jsou pro hodnocení efektivnosti investičního projektu supermarketu TIP Lipno použity pouze metody prosté a diskontované doby návratnosti a metoda čisté současné hodnoty investice.

Z účetní evidence sledovaného spotřebního družstva byly převzaty, popř. odhadnuty tyto nezbytné výchozí údaje:

- odpisy = 700 tis. Kč
- kapitálový výdaj = 29.000 tis. Kč
- čistý zisk (jde pouze o odhad budoucích hodnot) = 1.000 tis. Kč

Nejjednodušší je přirozeně výpočet prosté doby návratnosti:

$$DN = 29.000 / (700 + 1.000) = 17,06 \text{ roku}$$

Vypočtená doba návratnosti kapitálových výdajů spojených s investicí není tedy příliš uspokojivá, i když obecně platí, že v případě maloobchodních provozních jednotek je doba návratnosti kapitálových výdajů na jejich pořízení poměrně dlouhá.

Abychom se dostali na přijatelnou dobu návratnosti dané investice – např. 12 let – navýšíme spíše optimistickým odhadem budoucí očekávaný čistý zisk, a to na 1.800 tis. Kč:

$$DN = 29.000 / (700 + 1.800) = 11,6 \text{ roku}$$

Pro výpočet diskontované doby návratnosti a čisté současné hodnoty je třeba nejprve vypočítat diskontované peněžní příjmy (převést budoucí příjmy na současnou hodnotu) podle následujícího vzorce:

$$DPP = \sum_{n=1}^N PP_n / (1+i)^n$$

kde:

DPP... celkové diskontované peněžní příjmy

N... doba ekonomické životnosti projektu (investice)

PP_n... peněžní příjem v n-tém roce

i... požadovaná výnosnost (rentabilita) daného projektu

Čistá současná hodnota se vypočte tak, že od celkových diskontovaných peněžních příjmů odečteme jednorázový kapitálový výdaj na investici:

$$ČSH = \sum_{n=1}^N PP_n / (1+i)^n - KV$$

V následující tabulce jsou vypočteny diskontované peněžní příjmy supermarketu za období 50 let, což je období sice značně dlouhé, ale odpovídá zákonu o dani z příjmů, ve kterém pro budovy obchodních jednotek jsou odpisy stanoveny v rámci 6. odpisové skupiny a to právě na uvedených 50 let. *Pro jednoduchost uvažujeme pouze stálé roční peněžní příjmy ve výši 2.500 tis. Kč, 700 tis. Kč odpisy + 1.800 tis. Kč čistý zisk) a požadovanou výnosnost (i) ve výši 5%.*

Z tabulky č. 2 lze odvodit, že např. pro období 20 let je součet diskontovaných peněžních příjmů zhruba 31.156 tis. Kč a že čistá současná hodnota se pak rovná:

$$ČSH = 31.156 \text{ tis. Kč} - 29.000 \text{ tis. Kč} = 2.156 \text{ tis. Kč}$$

Pro zvolené období 20 let a požadovanou 5 % výnosnost je tedy investice do supermarketu TIP ekonomicky přijatelná a rentabilní.

Tab. č. 2 – Výpočet diskontovaných příjmů

Rok	PP_n	(1+i)ⁿ	PP_n/(1+i)ⁿ	kumul.PP_n/(1+i)ⁿ
1.	2.500	1,0500	2.380,9524	2.380,9524
2.	2.500	1,1025	2.267,5737	4.648,5261
3.	2.500	1,1576	2.159,5940	6.808,1201

4.	2.500	1,2155	2.056,7562	8.864,8763
5.	2.500	1,2763	1.958,8154	10.823,6917
6.	2.500	1,3401	1.865,5385	12.689,2302
7.	2.500	1,4071	1.776,7033	14.465,9335
8.	2.500	1,4775	1.692,0984	16.158,0319
9.	2.500	1,5513	1.611,5223	17.769,5542
10.	2.500	1,6289	1.534,7831	19.304,3373
11.	2.500	1,7103	1.461,6982	20.766,0356
12.	2.500	1,7959	1.392,0935	22.158,1291
13.	2.500	1,8856	1.325,8034	23.483,9325
14.	2.500	1,9799	1.262,6699	24.746,6024
15.	2.500	2,0789	1.202,5427	25.949,1451
16.	2.500	2,1829	1.145,2788	27.094,4239
17.	2.500	2,2920	1.090,7417	28.185,1656
18.	2.500	2,4066	1.038,8016	29.223,9673
19.	2.500	2,5270	989,3349	30.213,3022
20.	2.500	2,6533	942,2237	31.155,5259
21.	2.500	2,7860	897,3559	32.052,8818
22.	2.500	2,9253	854,6247	32.907,5065
23.	2.500	3,2763	763,0577	33.670,5642
24.	2.500	3,6694	681,3016	34.351,8658
25.	2.500	4,1098	608,3050	34.960,1707
26.	2.500	4,6030	543,1294	35.503,3002
27.	2.500	5,1553	484,9370	35.988,2372
28.	2.500	5,7739	432,9795	36.421,2166
29.	2.500	6,4668	386,5888	36.807,8054
30.	2.500	7,2428	345,1686	37.152,9740
31.	2.500	8,1120	308,1862	37.461,1602
32.	2.500	9,0854	275,1663	37.736,3265
33.	2.500	10,1757	245,6842	37.982,0107
34.	2.500	11,3967	219,3609	38.201,3715
35.	2.500	12,7644	195,8579	38.397,2295
36.	2.500	14,2961	174,8731	38.572,1026
37.	2.500	16,0116	156,1367	38.728,2393
38.	2.500	17,9330	139,4078	38.867,6471
39.	2.500	20,0850	124,4712	38.992,1184

40.	2.500	22,4952	111,1350	39.103,2534
41.	2.500	25,1946	99,2277	39.202,4811
42.	2.500	28,2179	88,5962	39.291,0773
43.	2.500	31,6041	79,1037	39.370,1810
44.	2.500	35,3966	70,6283	39.440,8094
45.	2.500	39,6441	63,0610	39.503,8704
46.	2.500	44,4014	56,3045	39.560,1749
47.	2.500	49,7296	50,2718	39.610,4467
48.	2.500	55,6972	44,8856	39.655,3323
49.	2.500	62,3808	40,0764	39.695,4087
50.	2.500	69,8665	35,7825	39.731,1912
			39.731,1912	

Zdroj: vlastní s využitím dat Jednoty Kaplice

Ukazatel diskontované doby návratnosti (DDN) má v tomto případě větší vypovídací schopnost, než ukazatel čisté současné hodnoty (ČSH). Z údajů v pátém sloupci tabulky č. 2, který obsahuje kumulované diskontované roční peněžní příjmy, vyplývá, že prvotní kapitálový výdaj, tj. 29.000 tis. Kč, je „umofen“ těmito příjmy až za téměř 18 let – přesně vypočteno za 17 let a 8 měsíců.

Čili platí, že DDN = 17 let a 8 měsíců, což je o 6 let a 2 měsíce delší období, než je prostá doba návratnosti.

Protože supermarket TIP je obchodní jednotkou s přepokládanou velmi dlouhou dobou životnosti, můžeme pro výpočet celkových diskontovaných peněžních příjmů (a z nich odvozených ukazatelů čisté současné hodnoty a doby návratnosti) použít tzv. dvoufázovou výnosovou metodu, často aplikovanou při odhadech hodnoty podniku.

Hodnota podniku je v tomto případě dána součtem dvou složek:

- diskontovaného cash flow (CF) pro první období (3 – 7 let),
- tzv. trvalé renty z odhadu stálého CF, které začíná od konce prvního období, přičemž se trvalá renta vypočte podle vzorce

$$TR = \frac{CF_s}{i} \cdot (1 + i)^{-k}$$

kde: TR... trvalá renta
CFS... stálé CF pro druhé období

k... počet let v prvním období

Hodnoty kumulovaného cash flow a trvalé renty pak vyjadřuje následující vzorec:

$$H = \sum_{t=1}^k CF_t \cdot (1+i)^{-t} + \frac{CF_S}{i} \cdot (1+i)^{-k}$$

Pokud ve výše uvedeném vzorci ukazatel cash flow nahradíme peněžními příjmy, čili pokud platí, že $CF = PP$, pak obdržíme modifikovaný vzorec:

$$CPP = \sum_{t=1}^k PP_t \cdot (1+i)^{-t} + \frac{PP_S}{i} \cdot (1+i)^{-k}$$

kde:

- CPP... celkové peněžní příjmy za celé dlouhé období
- PP_t ... peněžní příjem v období t (pro první fázi)
- PP_S ... stálý peněžní příjem v druhé fázi
- k... délka prvního období

Dvoufázovou výnosovou metodu budeme nyní aplikovat na podmínky supermarketu TIP s tím, že peněžní příjmy lze relativně spolehlivě odhadnout pouze na první tři roky jeho fungování – pro jednoduchost v původní (nízké) výši 1.000 tis. Kč. Stále peněžní příjmy pro druhou fázi ponecháme v (optimistické) výši 2.500 tis. Kč a míru výnosnosti 5 %:

- 1. rok 1.000
- 2. rok 1.000
- 3. rok 1.000
- 4. rok a další 1.000

Míra výnosnosti je 5%

Po dosazení obdržíme:

$$CPP = 1.000/(1,05) + 1.000/(1,05)^2 + 1.000/(1,05)^3 + ((2.500/(0,05))/(1,05)^3)) = 45.915,128 \text{ tis. Kč}$$

Pokud tedy porovnáme odhadované celkové peněžní příjmy vypočtené dvoufázovou metodou a kumulované diskontované peněžní příjmy z tabulky č. 2 (ve výši 39.731,191 tis. Kč za 50 let), je zřejmé, že dvoufázová výnosová metoda přináší „vylepšené“ odhady.

Závěr

- 1) Na základě dostupných údajů o zásadní rekonstrukci a modernizaci Skiareálu Lipno lze konstatovat, že tento relativně velkorysý projekt začíná přinášet očekávané efekty a že v sobě skrývá další růstový potenciál – podle místních podnikatelů jen v roce 2009 došlo k zhruba 20 % nárůstu návštěvnosti areálu a v případě příznivých klimatických poměrů může návštěvnost (a současně i tržby místních podnikatelů) nadále růst.
- 2) Velkoryse pojatá rekonstrukce Skiareálu Lipno výrazně přispěla k rozvoji podnikatelských aktivit a navýšení ekonomických parametrů celého přílehlého regionu, který je značně závislý na cestovním ruchu.
- 3) V praxi tak uvedenou modernizací byly ukázkově naplněny tzv. funkce cestovního ruchu, zejména pak funkce vyrovnávací a zaměstnavatelská. Výrazně se zde projevuje i tzv. multiplikační efekt investičních prostředků vložených do modernizace Skiareálu Lipno.
- 4) Metodika analýzy ekonomických efektů z realizace tohoto (a podobných investičních projektů) byla prezentována na příkladu supermarketu TIP Lipno, který je možno právem označit za indukovanou investici. I tato obchodní jednotka má značný růstový potenciál pro další období, projevující se v zatím trvalém nárůstu obrátu a zisku.
- 5) Dosavadní hodnocení ekonomických efektů modernizace Skiareálu Lipno vychází jen z hodnocení prvního roku jeho nového fungování, konečné závěry lze však učinit až po uplynutí delší časové řady (alespoň 5 let). Totéž platí i pro indukovanou investici do supermarketu TIP Lipno.
- 6) I v tomto případě se ukázalo, že v ČR zatím není v potřebném rozsahu rozpracována problematika hodnocení přínosů cestovního ruchu (resp. investic do cestovního ruchu) pro jednotlivé regiony a mikroregiony.

Literatura

1. KASPAR, C.: *Základy cestovního ruchu*. Ekonomická fakulta Univerzity Mateja Bela v Banské Bystrici, 1995, (překlad 4. vydání „Die Fremdenverkehrslehre im Grundriss“, Haupt, Bern, 1991)
2. SEMENIUK, P.: *Vliv sezónnosti na efektivnost hospodaření podnikatelských subjektů ve venkovském prostoru (na příkladu Českokrumlovská)*. In: *Czech Hospitality and Tourism Papers*, zvláštní číslo 3, VŠH, Praha 2008
3. VALACH, J. a kol.: *Finanční řízení podniku*. Ekopress, Praha 2003
4. *Interní materiály Jednoty, družstva spotřebitelů v Kaplici*
5. NEJDL, K.: *Podklady pro hodnocení Lipenska*. Interní materiály, VŠH, Praha 2009
6. *Analýza ubytovacích zařízení a cestovního ruchu v oblasti Lipenské přehrady, ČR 2009*, studie Labartt Investment, a. s., Hospitality Services & Management (HSM)

7. Skiareál Lipno získal prestižní ocenění Nejlepší investice roku 2008, www.lipnoservis.cz/index.php?lang=cz&art=page&parent=skiareal-lipno-2&nid=124
8. Skiareál Lipno – centrum rodinné zimní dovolené. Na Šumavě vzniklo nejmodernější středisko pro rodiny www.e-dovolena.cz/clanky/lyzovani/skiareal-lipno-centrum-rodinne-zimni-dovolene-520.html
9. BERWERT, A., RÜTTER, H., MÜLLER, H.: *Volkswirtschaftliche Bedeutung des Tourismus im Kanton Wallis*. www.nsl.ethz.ch/index.php/en/content/download/410/2639/file

doc. RNDr. Jiří Vystoupil, CSc., Ing. Martin Šauer, Ph.D.

Využití modelu kvantifikace ekonomického efektu z investice v pilotním projektu na příkladu výstavby lázeňské infrastruktury v Pasohlávkách

***Abstrakt:** Příspěvek se zabývá ekonomickými přínosy cestovního ruchu na Mikulovsku. Zkoumány jsou především přínosy v budování lázeňské infrastruktury v Pasohlávkách. Využity jsou různé metody vyčíslení ekonomických přínosů (např. Stynes, Vanhove), které jsou v cestovním ruchu přímé, nepřímé a synergické. Analyzovány jsou rovněž dosavadní a možné ekonomické efekty z projektů cestovního ruchu podporovaných z Regionálního operačního programu Jihovýchod v letech 2007 – 2013. Provedené analýzy a naznačené přístupy rozvoje a podpory cestovního ruchu mohou sloužit jako pilotní příklad pro jiné podobné oblasti cestovního ruchu v ČR.*

***Klíčová slova:** ekonomické přínosy cestovního ruchu, synergický efekt, veřejná podpora cestovního ruchu, ROP*

Application of the Model of Quantification of the Investment Economic Effect in a Pilot Project: Construction of the Spa Infrastructure in Pasohlávky

***Abstract:** The article deals with economic benefits of tourism in Mikulovsko region, in particular, those from the construction of spa infrastructure in Pasohlávky. Different methods of expressing the economic contributions numerically have been used (e.g., Stynes, Vanhove), which, in tourism, are direct, indirect and synergic. Analysed have been also up-to-date and would-be economic effects originating in those tourism projects backed by the Regional Operational programme “Jihovýchod” in the years 2007 – 2013. Carried out analyses as well as outlined methods of tourism development and support may serve as a pilot example for similar tourism regions in the Czech Republic.*

***Key words:** economic benefits of tourism, synergic effect, public support to tourism, the ROP*

Úvod

Zpracovaná studia se zabývá ekonomickými efekty stávajících a připravovaných významných investic v cestovním ruchu (infrastrukturních projektů) v příhraniční turistické destinaci Mikulovsko. Ekonomický význam, resp. postavení cestovního ruchu v určité destinaci (oblasti), je obvykle měřen dvěma základními ukazateli, a to

příjmy z cestovního ruchu a podílem zaměstnanosti v cestovním ruchu. Ani jeden z ukazatelů neumíme v současné době korektně změřit, nicméně můžeme z existujících statistických informací o základní a doprovodné infrastruktuře cestovního ruchu relevantně odhadnout jeho význam na pracovním trhu.

1. Ekonomický význam cestovního ruchu v Mikulově

Podnikatelskou aktivitu v cestovním ruchu Mikulova (zde v odvětví pohostinství a ubytování) reprezentuje nadprůměrných 34 subjektů na 1.000 ekonomicky aktivních obyvatel (v ČR je to 24, v JMK 20). Velmi vysoká podnikatelská aktivita v cestovním ruchu je v Pavlově a Pasohlávkách (přes 100 subjektů na 1.000 EA). Obdobně je tomu i v případě zaměstnanosti ve stejném odvětví. Z disponibilních údajů ze sčítání lidu 2001 bylo ve městě Mikulov celkem 4.077 ekonomicky aktivních obyvatel (EA), z toho v tom čase 684 nezaměstnaných. Podle odvětví ekonomické činnosti připadalo na průmysl cca 22 % EA osob, na obchod, opravy motorových vozidel a spotřební zboží 11 % osob, na veřejnou správu, obranu a sociální zabezpečení 8,7 % EA, na školství 6,4 %, na stavebnictví 7 % a na ubytování a pohostinství 6 % ekonomicky aktivních osob. Z hlediska struktury pracovních příležitostí je situace obdobná (při kladném dojížděkovém saldu zhruba 16 %). Při podrobnější analýze dat lze odhadovat a konstatovat, že hlavním dominantním odvětvím – tedy zaměstnavatelem – je v Mikulově terciární sektor (cca 48 %), v tom obchod, cestovní ruch a ostatní služby 30 – 35 %, veřejná správa včetně školství a zdravotnictví přes 15 %) a sekundární sektor (průmysl a stavebnictví cca kolem 30 %), následovaný ne nevýznamným primárním sektorem – téměř 7 % připadá na zemědělství, lesnictví a rybolov (především zde hraje roli fenomén vinařství).⁷

Porovnáme-li tyto hrubé údaje se srovnatelnými daty např. za celou ČR, Jihomoravský kraj, resp. i za okres Břeclav, je zřejmé, že Mikulov je dominantní zejména v zastoupení terciárního sektoru. Výsledkem těchto analýz a úvah je především zdůraznění jasné tendence v posledních 20 letech, a to postupné ekonomické transformace z bývalé průmyslově-obslužné funkce Mikulova na jasný přechod k dominantní funkci obslužné, tažené především rozvojem služeb souvisejících s cestovním ruchem (svou roli zde samozřejmě hraje i posílení výkonu služeb veřejného sektoru zřízením „malého okresu“ Mikulov).

Konečně posledním a nejdůležitějším krokem v našich úvahách je posouzení významu a funkce cestovního ruchu v ekonomicko-sociální struktuře Mikulova. Statistická data týkající se ekonomicky aktivního obyvatelstva zaměstnaného v

⁷ K tomu je nutné přičíst jako dalšího zaměstnavatele paradoxně „nezaměstnanost“, která se v Mikulově z různých příčin pohybuje kolem 15 %.

pohostinství a ubytování z roku 2001 hovoří cca o 6 % podílu tohoto nejdůležitějšího sektoru služeb cestovního ruchu (v absolutních hodnotách se jedná přibližně o 250 ekonomicky aktivních osob bez bilance vyjížděky a dojížděky). Při provedení podrobnější analýzy vycházející z informací – řízených rozhovorů – s hlavními podnikateli a aktéry v oblasti cestovního ruchu a z jednoduchých informací Katalogu služeb a turistických cílů Mikulovska z roku 2006 byl expertně odhadnut počet pracovních příležitostí (pracovních míst) v Mikulově v celém sektoru cestovního ruchu v řádu minimálně 500 až 700⁸ (z toho na ubytovací služby připadá cca 40 %, na pohostinství kolem 20 %, na ostatní služby pro cestovní ruch cca 40 %). Tím se cestovní ruch stává jasně druhým nejvýznamnějším zaměstnavatelem v Mikulově, s odhadovaným podílem pracovních příležitostí 15 – 20 % (po odečtu podílu nezaměstnaných).

2. Ekonomické efekty nových projektů na Mikulovsku

Jedním z nejdůležitějších úkolů této části projektu bylo na příkladě modelových studií ukázat, resp. nastínit, jaké efekty může cestovní ruch přinést v regionální ekonomice, zejména z hlediska jeho generovaných příjmů a místní zaměstnanosti na jedné straně a na praktických projektech zhodnotit jejich ekonomický přínos a efektivnost. V první části jsou hodnoceny budoucí přínosy z plánované výstavby lázeňských a wellness zařízení v Pasohlávkách u Nových Mlýnů, ve druhé části pak je analyzován přínos dotačních podpor cestovního ruchu z nejvýznamnějšího programu podpory cestovního ruchu v celé historii České republiky, a to z Regionálního operačního programu Jihovýchod v letech 2007 – 2013.

2.1 Rozvoj lázeňské infrastruktury v Pasohlávkách

První zmínka o možnostech rozvoje a o zájmu podpory nové formy cestovního ruchu – lázeňství na jižní Moravě se objevuje již ve Strategii regionálního rozvoje Brněnského kraje v roce 1999 a v Programu rozvoje Jihomoravského kraje z roku 2002 (blíže viz opatření F 3.1 rozvoj specifických forem v kraji, konkrétně využití geotermálních pramenů v Pasohlávkách a dalších místech Břeclavska).

Intenzita zájmu o výstavbu moderních lázeňských středisek (nejčastěji je zvažován prostor Pasohlávek a Lednicka) vzrostla po vzniku nových krajů v roce 2001, resp. Jihomoravského kraje. Tento zájem vyvrcholil koncem roku 2006 založením Jihomoravských lázní a.s. (Hodonín a Jihomoravský kraj), později dochází k založení dalších akciových společností pro projekty výstavby nových lázeňských středisek (např. v roce 2009 Thermal Pasohlávky a.s., založená Jihomoravským krajem a obcí Pasohlávky). Do dnešního dne existují již tři velké a 4 malé projekty

⁸ Včetně pomáhajících členů domácnosti a „uměle“ nezaměstnaných.

rozvoje lázeňských a wellness zařízení v Pasohlávkách v odhadované investiční výši kolem 1,7 až 2 mld. Kč. Tyto investice předpokládají výstavbu ubytovacích, gastronomických a především vlastních lázeňských zařízení (balneoprovozy, kryté a venkovní termální a normální bazény, wellness centra) a atraktivní sportovně-rekreační infrastruktury včetně nezbytné základní technické a dopravní infrastruktury (příjezdové komunikace, parkoviště). Nové ubytovací kapacity v hotelových a dalších ubytovacích zařízeních v Pasohlávkách lze kvantifikovat na počet 500 až 1.000 lůžek v časovém horizontu 2010 – 2015. Nově vytvořená pracovní místa lze odhadovat (např. v souvislosti s porovnáním příhraničního lázeňského střediska v Laa v Dolních Rakousích) na 150 – 250. V absolutním srovnání nejde o výrazně významnou hodnotu, v relativním srovnání však ano. V Pasohlávkách je asi 350 ekonomicky aktivních obyvatel. Kdyby jen polovinu nových pracovních míst obsadili místní, znamenalo by to zaměstnání pro celou třetinu ekonomicky aktivních obyvatel obce.

Většina projektů by mohla skončit jen na papíře, nebýt příkladného partnerství mezi soukromým a veřejným sektorem. Dosavadní průzkumy a analýzy zřetelně signalizují společnou aktivitu i konkrétní kroky ze strany veřejného sektoru (Jihomoravský kraj, obec Pasohlávky – např. sdružování finančních prostředků, příprava či aktuální úprava územních plánů včetně majitelských vztahů pozemků pro zvažovanou výstavbu) a soukromého sektoru (zejména zajišťování rozhodujících finančních investičních prostředků, předprojektová a projektová příprava). Většinu projektů bude logicky realizovat soukromý sektor, veřejný sektor zajistí především pozemky pro výstavbu (obec Pasohlávky) a základní technickou infrastrukturu – příjezdové komunikace a parkoviště, voda, plyn, aj. (Jihomoravský kraj). Niž uvedené navrhované projekty nemusí být pochopitelně realizovány beze zbytku. Ať budou realizovány všechny či jenom polovina z nich, z hlediska významnosti a ekonomického přínosu jde o ojedinělé a největší projekty v cestovním ruchu výrazně nadregionálního významu v Jihomoravském kraji v posledních 20 letech, které mohou výrazným způsobem zatraktivnit rekreační prostor Mikulovska a Břeclavska, resp. Lednicko-valtického areálu⁹. Tolik úvodní stručná fakta.

2.1.1. Teoreticko-metodická část hodnocení ekonomických dopadů

Místní a regionální ekonomické dopady cestovního ruchu

Dopady cestovního ruchu na ekonomiku států, regionů a municipalit jsou v odborné literatuře poměrně široce diskutovány (CROMPTON 1999; STYNES 1999; WALL & MATHIESON 2006; DWYER, FORSYTH & SPURR 2003). Pozornost je

⁹ Analogie srovnání významu nového lázeňského komplexu v příhraničním Laa a.d. Thaya pro cestovní ruch Dolních Rakous je zde zcela evidentní a oprávněná.

věnována především třem okruhům problémů (GELAN 2003): konceptuálním a metodologickým otázkám, vypovídací schopnosti statistických dat zjištěných výběrovými šetřeními a postupy spojených s vlastními analýzami ekonomických dopadů cestovního ruchu. V podmínkách České republiky jsme v oblasti hodnocení ekonomických dopadů cestovního ruchu teprve na začátku. Prakticky jedinými relevantními výstupy jsou v tomto ohledu publikace ČSÚ zabývající se satelitním účtem cestovního ruchu (ČSÚ 2006). Ty však odhadují význam cestovního ruchu pouze na národní úrovni. Za nižší územní jednotky se v důsledku nedostupnosti či nespolehlivosti statistických dat s hodnověrnými studii nesečkáme. Neprobádanost problému nás staví před výzvy, kterých lze dosáhnout pouze systematickým a vnitřně konzistentním postupem. V první fázi je třeba vystavět metodologický aparát, následně zhodnotit dostupné datové zdroje a chybějící data doplnit výběrovými šetřeními a kvalifikovanými odhady.

Na hodnocení vlivu cestovního ruchu na ekonomické prostředí se lze dívat zde dvou rovín. Prvním je postižení celkového výstupu odvětví cestovního ruchu a hodnocení jeho významu v národní, regionální či místní ekonomice. Základním výstupem hodnocení je identifikace podílu cestovního ruchu na HDP, resp. na zaměstnanosti. Jde tedy o vyjádření velikosti či objemu daného odvětví, který nám umožňuje vyčíslit systém TSA (satelitní účet cestovního ruchu). Druhou rovínou hodnocení dopadu cestovního ruchu je kvantifikace efektů způsobených dodatečnou investicí či výdaji. V tomto příspěvku se budeme zabývat druhou rovínou problému.

Metodologický a analytický rámec ekonomických dopadů cestovního ruchu

Podle GELANA (2003) lze problematiku ekonomických dopadů cestovního ruchu rozdělit na tři hlavní okruhy problémů. Jde o typ a povahu výdajů návštěvníků, koncept multiplikátoru a identifikaci širších nekvantifikovatelných přínosů a nákladů cestovního ruchu. Třetí okruh v této chvíli necháme stranou a budeme se soustředit na výdaje návštěvníků a multiplikátor cestovního ruchu.

Výdaje účastníků cestovního ruchu

Ekonomický význam cestovního ruchu je dán skutečností, že do cílové destinace přináší dodatečnou poptávku po statcích a službách. Tato poptávka je pak vyjádřena vlastními výdaji návštěvníků destinace.

STYNES (1999d) definuje celkové výdaje turistů následovně:

$$S_j = N \sum_i^r S_i \alpha_{i,j}, \text{ kde (1)}$$

S_j jsou celkové výdaje turistů v j -té výdajové kategorii (např. ubytování),

N je počet turistů celkem,

- S_i podíl i -tého segmentu turistů na celkovém počtu turistů,
 r je počet segmentů v zájmovém území,
 $\alpha_{i,j}$ jsou průměrné výdaje turisty i -tého segmentu v j -té výdajové kategorii.

Celkové výdaje jsou pak součtem S_j přes všechna j . Takto vymezené výdaje představují přímé efekty vyvolané počáteční investicí. Algoritmus je sice navržen pro výdaje turistů, ale má univerzální využití. Lze jej aplikovat i pro kvantifikaci výdajů všech návštěvníků, včetně jednodenních, a to tak, že jednodenní návštěvníci budou jedním ze sledovaných segmentů.

Důležitým krokem hodnocení ekonomických dopadů je vymezení zájmového území (prostorové dimenze), pro které efekty zkoumáme. V této souvislosti musíme celkové výdaje očistit o výdaje za zboží, které sice bylo v regionu prodáno (nakoupeno účastníky cestovního ruchu), ale importováno z regionů mimo zájmové území. K vyjádření čistých přímých efektů nám slouží tzv. koeficient zachycení (capture ratio) σ , který zahrne do výdajů návštěvníků pouze nákupy domácích (regionálních) statků. Stanovení koeficientu je v podmínkách České republiky velice obtížné, jelikož nemáme k dispozici regionální účty dodávek a užití využitelných pro input-output analýzy. Nicméně je zřejmé, že některé položky výdajů návštěvníků mají čistě místní nebo regionální původ. Příkladem mohou být výdaje za ubytování, stravovací služby, vstupné či místní produkty (jídlo, nápoje). Na druhou stranu existují statky (benzín, oblečení, atd.), které nejsou typicky produkovány v regionu. V tomto případě do čistých efektů cestovního ruchu vstupují pouze marže obchodníků. Velikost koeficientu zachycení se tedy různí region od regionu v závislosti na velikosti a struktuře regionální ekonomiky.

Rovnici (1) musíme proto dále upravit o koeficient zachycení σ :

$$TD_j = N \left(\sum_i^r S_i \alpha_{i,j} \right) \sigma_j \quad (2)$$

Dalším klíčovým aspektem analýz ekonomického dopadu cestovního ruchu je zohlednění multiplikačního efektu. Stejně jako v jiných odvětvích i cestovní ruch své příjmy multiplikuje. Multiplikátor cestovního ruchu poskytuje informace o tom, o co vyšší jsou příjmy než výdaje cestovního ruchu, které je vyvolaly. Multiplikátor cestovního ruchu národního hospodářství (národní, regionální, místní) je závislý na objemu dovozu (čím nižší je objem dovozu, tím vyšší je multiplikátor příjmů) a sklonu ke spotřebě (čím je vyšší sklon ke spotřebě, tím vyšší je multiplikátor příjmů). Pro cestovní ruch je však charakteristické dominantní vnitroregionální přelévání příjmů z cestovního ruchu (PAGE, 2007). To znamená, že primární příjmy

z cestovního ruchu plynou do regionálního zemědělství, obchodu a živností. Tyto příjmy se potom znovu vydají ve prospěch toho samého regionu, ve kterém vznikly. Výška multiplikátoru cestovního ruchu je závislá na hospodářské soběstačnosti, na šířce struktury daného národního hospodářství, resp. na stupni rozvoje tohoto národního hospodářství.

Prof. VANHOVE (2005) například rozděluje efekty cestovního ruchu do tří skupin:

- „přímé efekty“ vyvolané výdaji turistů (efekty prvního kola),
- „nepřímé efekty“ probíhají v okamžiku, kdy subjekty na straně nabídky cestovního ruchu nakupují statky od subjektů v rámci jiných odvětví,
- „efekty vyvolané“ se vyskytují, jestliže jsou dodatečné příjmy z rostoucího cestovního ruchu utraceny v místní ekonomice na nákup dalšího zboží, což opět vyvolá růst příjmů, které se promítnou znovu do růstu poptávky (dochází tak k multiplikačnímu efektu v příjmech, v zaměstnanosti i vládních výdajích).

Zpracováním multiplikátoru do výše uvedených rovnic dostáváme:

$$TS = \mu_t \sum_j^n S_j, \text{ kde (3)}$$

TS celkový efekt výdajů návštěvníků,

μ_t je velikost odvětvového multiplikátoru cestovního ruchu (pohostinství, ubytování a služby),

S_j jsou celkové výdaje návštěvníků v j -té výdajové kategorii (např. ubytování),

n počet výdajových kategorií

Případová studie – lokalita Pasohlávky

Předmětem případové studie je soubor rozvojových záměrů připravovaných v lokalitě Pasohlávky při Novomlýnských nádržích na Mikulovsku. Již dnes patří Pasohlávky k významným střediskům cestovního ruchu jižní Moravy, funkčně zaměřené hlavně na letní rekreaci u vody. Toto využití má významně sezónní charakter. Jedním z cílů plánovaných investic je tuto monofunkční a sezónní orientaci změnit.

Charakteristika investičních záměrů

Všechny plánované rozvojové záměry mají společný základ, chtějí využít ojedinělého výskytu termálních minerálních vod pro vybudování lázeňského areálu. Jednotlivé záměry se navzájem doplňují a vytvářejí integrovaný rozvojový pól.

Z formálního hlediska jde o projekty tří různých investorů členěných do několika etap podle typu plánované výstavby. Jejich přehled přináší následující tabulka.

Tab. č. 1 – Rozvojové aktivity v prostoru Pasohlávek

<i>Projekt</i>	<i>Celková investice (v mil. Kč)</i>	<i>Počet pracovních míst</i>	<i>Počet lůžek</i>	<i>Plánované příjmy v 1. roce (v mil. Kč)</i>
Rekreační a lázeňská zóna & archeopark Pasohlávky	525	30	200	59,3
Hotel Thermal Mušov	168	55	238	45,7
Komplex Moravia Thermal (aquapark)	1.076	146	192	181,5
Celkem	1.769	231	630	286,5

Rekreační a lázeňská zóna & archeopark Pasohlávky

Podstatou rozvojového projektu je vybudování lázeňského provozu s 200 lůžky (hotelové zařízení s balneoprovozem), doplněného o vstupní multifunkční objekt (turistické informační centrum, konferenční sál a salonky pro semináře a menší vzdělávací akce, prostory pro vinařskou a archeologickou prezentaci regionu) a Archeopark v místě archeologické lokality Burgstall s využitím nálezů, které jsou v evropském kontextu unikátní. Půjde o kombinaci vědeckovýzkumné činnosti s poznávacím a vzdělávacím cestovním ruchem. Součástí projektu je i pro rozvoj území klíčová aktivita, a to vybudování páteřní a dopravní infrastruktury, která vytvoří podmínky pro umístění následných veřejných i soukromých investic do celého zájmového území.

Hotel Thermal Mušov

Cílem tohoto projektu je náhrada stávajících energeticky a architektonicky nevyhovujících ubytovacích kapacit nově vybudovaným hotelem s konferenčními a sportovně-rekreačními prostory. Součástí projektu budou i sadové úpravy s chodníky, lavičkami a odpočinkovými zónami.

Komplex Moravia Thermal

Předmětem projektu je výstavba multifunkčního areálu, jehož dominantou je nový Aquapark. Ten je navržen jako soustava vnitřních a venkovních bazénů využívající minerálních vod z geotermálního vrtu. Dalšími komponentami investičního záměru je „Vstupní areál“, který je kombinací zachytného parkoviště a parkové zóny s vegetací, lavičkami a malými obchůdky, které by měly sloužit především místním prodejcům vína a jiných zemědělských produktů. Významnou část řešeného území tvoří ubytovací komplex apartmánového typu s celkovou kapacitou 192 lůžek. Poslední součástí komplexu Moravia Thermal je relaxační areál „Therme“, který je

navržen jako doplňková stavba pro Aquapark a ubytovací zařízení. Areál bude plnit funkci wellness centra s menší bazénovou halou, místnostmi s vířivkami, saunami a masážními stoly. Aktivní odpočinek bude umožňovat multifunkční sportoviště.

Tab. č. 2 – Přehled základních parametrů jednotlivých typů turistické infrastruktury

<i>Typ turistické infrastruktury</i>	<i>Investice (v mil. Kč)</i>	<i>Kapacita</i>	<i>Počet pracovních míst</i>
Hotelová zařízení	634,0	630	61
Stravovací zařízení a kongresové centrum	20,0	300	31
Aquapark	526,0	2.500	90 (50 + 40)
Ostatní sportovní infrastruktura	184,9	300	30
Archeopark	57,0	200	2
Technická a dopravní infrastruktura	170,0		3
Ostatní infrastruktura	177,1		14
Celkem	1768,9	3.930	231

Odhad velikosti tržních segmentů

V následujícím textu se pokusíme odhadnout čisté ekonomické efekty připravovaných investic. Využijeme přitom výše popsaný metodologický a analytický aparát. Při jeho aplikaci se musíme vyrovnat s několika zásadními komplikacemi. Předně jsou ekonomické efekty cestovního ruchu obvykle zkoumány na již existujících aktivitách, které generují reálné výstupy. V našem případě musíme výkony zařízení cestovního ruchu pouze odhadovat. Pro odhady byly využity projektové záměry investorů a dále expertní odhady autorů, podpořené obdobnými zahraničními a domácími studii (Gelan 2003, STEM/MARK 2008, CzechTourism 2005 – 2008, atd.). Dalším problémem je neexistence regionálních dat o výkonnosti odvětví cestovního ruchu. To nám velmi stěžuje vyčíslení koeficientu zachycení σ a regionálního multiplikátoru cestovního ruchu. Zde bylo nutné provádět expertní odhady nebo využít koeficientů vypracovaných pro národní úroveň.

Prvním krokem kvantifikace ekonomických efektů cestovního ruchu je vyčíslení objemu poptávky pro požadované segmenty trhu. Naším cílem bylo odhadnout velikost budoucích turistických proudů vyvolaných realizací rozvojových záměrů. Ze zkoumaných projektů byla vybrána ta zařízení, která generují podstatnou část

poptávky. Na základě předpokládané kapacity těchto zařízení a odhadované výtěžnosti¹⁰ byl vypočítán odhad návštěvnosti zařízení (viz následující tabulka).

Tab. č. 3 – Vstupní parametry modelu

<i>Zařízení</i>	<i>Kapacita/den (osob)</i>	<i>Kapacita/rok (osob)</i>	<i>Výtěžnost (v %)</i>	<i>Odhad návštěvnosti zařízení</i>
Hotelová zařízení (lázně)	630	229.950	45	103.478
Aquapark	2.500	912.500	50	456.250
Relaxační areál THERME	300	109.500	80	87.600
Archeopark	200	40.000 ¹¹	80	32.000

Potenciální poptávku je dále třeba segmentovat. Důvodem jsou odlišné výdaje jednotlivých skupin návštěvníků. V tomto modelu byla poptávka rozdělena do čtyř základních skupin návštěvníků: zahraniční turisté, zahraniční výletníci¹², domácí turisté a domácí výletníci. Rozdělení proběhlo na základě předpokládaných poměrů mezi domácími a zahraničními návštěvníky (viz transformační matice). Taktéž bylo nutné odhadnout podíl mezi turisty a výletníky pro jednotlivé typy zařízení. Model musel být dále upraven tak, aby zohledňoval návštěvnost více zařízení jednou osobou (slopec „Návštěvníci areálu“ v transformační matice).

Tab. č. 4 – Transformační matice

<i>Zařízení</i>	<i>Návštěvníci areálu</i>	<i>Ostatní turisté</i>	<i>Ostatní výletníci</i>	<i>Poměr turistů</i>		<i>Poměr výletníků</i>	
				<i>domácí</i>	<i>zahr.</i>	<i>domácí</i>	<i>zahr.</i>
Hotelová zařízení (lázně)				0,7	0,3		
Aquapark	0,13	0,17	0,7	0,8	0,2	0,95	0,05
Relaxační areál THERME	0,8	0,05	0,15	0,8	0,2	0,95	0,05
Archeopark	0,3	0,3	0,4	0,8	0,2	0,95	0,05

Za pomoci transformační matice byly spočítány hodnoty osobodů pro jednotlivé cílové skupiny a jednotlivá zařízení areálu. Předpokládaný počet osobodů činí přes 540 tis. turistů a jednodenních návštěvníků. Hodnota je logicky nižší než suma

¹⁰ Odhad výtěžnosti zařízení vychází z předpokladů samotných investorů a jejich finančních analýz.

¹¹ V případě Archeoparku je uvažována návštěvnost pouze pro 200 dní v roce, což zohledňuje předpokládanou sezónnost provozu parku.

¹² jednodenní návštěvníci

návštěvnosti všech zařízení, protože došlo k očištění návštěv více zařízení během jednoho pobytu návštěvníka. Hodnoty uvedené v následující tabulce jsou kalkulovány pro první rok existence areálu a vychází tedy z dolní úrovně vstupních předpokladů (např. výtěžnost hotelových zařízení se v dalších letech může posunout k 60 %, stejně tak výtěžnost Aquaparku se v dalších letech předpokládá vyšší).

Tab. č. 5 – Odhad počtu návštěvníků (osobdnů) za rok

Zařízení	Odhad návšt. zařízení	Turisté			Jednodenní návštěvníci		
		celkem	domácí	zahr.	celkem	domácí	zahr.
Hotelová zařízení (lázně)	103.478	103.478	72.434	31.043			
Aquapark	456.250	77.563	62.050	15.513	319.375	303.406	15.170
Relaxační areál THERME	87.600	4.380	3.504	876	13.140	12.483	624
Archeopark	32.000	9.600	7.680	1.920	12.800	12.160	608
Celkem	679.328	195.020	145.668	49.352	345.315	328.049	16.402

Analýza ekonomického dopadu lázeňského areálu

Druhým krokem kvantifikace ekonomického dopadu plánovaných investic je odhad výše výdajů návštěvníků areálu. Zde opět musíme využít sekundárních zdrojů dat. Struktura výdajů zahraničních návštěvníků a výletníků byla analyzována ze studie společnosti STEM/MARK – Příjezdový cestovní ruch 2005 – 2008 vypracovanou pro Jihomoravský kraj. Jde o dílčí, regionálně zaměřené výstupy šetření příjezdového cestovního ruchu prováděného na hranicích ČR, které primárně slouží k sestavování satelitního účtu ČR. Výdaje domácích návštěvníků byly odhadnuty z dat ČSÚ, resp. satelitního účtu ČR 2003 – 2007. Předmětem analýzy byly jak celkové výdaje jednotlivých segmentů, tak struktura výdajů. Níže uvedené grafy představují vstupní základnu pro odhad výdajů návštěvníků zkoumaného území. Objem a struktura výdajů zahraničních návštěvníků a výletníků JMK byly dále upravovány pro zkoumané území. Předmětem úprav byly vybrané položky jejich výdajových košů, přičemž byly zohledňovány plánované ceny služeb v lázeňském areálu. Průměrná cena za ubytování je ve finančních plánech investorů kalkulována na úrovni kolem 1.000 Kč (bez doprovodných služeb), vstup do aquaparku 500 Kč, atd.

Tab. č. 6 – Výdaje zahraničních turistů za osobu a den

Výdaje	JMK	Areál Pasohlávky (odhad)	koefficient zachycení	Čisté výdaje
Ubytování	284 Kč	1.000 Kč	1,00	1.000,00 Kč
Stravování	284 Kč	284 Kč	0,85	241,40 Kč

Ostatní služby	725 Kč	725 Kč	0,50	362,50 Kč
Celkem	1.293 Kč	2.009 Kč		1.603,90 Kč

Vzhledem k poněkud odlišnému vzorci chování zahraničních výletníků směřujících do lázeňského areálu došlo ke snížení výdajů za zboží. Cílem bylo eliminovat vliv nákupního cestovního ruchu zahraničních výletníků JMK a přiblížit strukturu výdajového koše návštěvníkům areálu (hlavním cílem cesty je návštěva aquaparku či lázeňských zařízení, nikoliv nákup zboží).

Tab. č. 7 – Výdaje zahraničních výletníků za osobu a den

<i>Výdaje</i>	<i>JMK</i>	<i>Areál Pasohlávky (odhad)</i>	<i>koefficient zachycení</i>	<i>Čisté výdaje</i>
Stravování	362 Kč	362 Kč	0,85	307,70 Kč
Pohonné hmoty	385 Kč	385 Kč	0,07	25,03 Kč
Zboží	1.358 Kč	600 Kč	0,50	300,00 Kč
Ostatní	159 Kč	159 Kč	0,50	79,50 Kč
Celkem	2.264 Kč	1.506 Kč		712,23 Kč

Při stanovování koeficientů zachycení jsme vycházeli ze znalosti odvětvové struktury ekonomiky JMK, obchodních marží prodejců pohonných hmot a dopravců a zahraničních studií (např. Gelan 2003). V modelu není pro jednoduchost uvažováno zdanění služeb a statků¹³. Stejně jako u zahraničních návštěvníků bylo postupováno i v případě domácích turistů a výletníků.

Tab. č. 8 – Výdaje domácích turistů za osobu a den

<i>Výdaje</i>	<i>ČR</i>	<i>Areál Pasohlávky (odhad)</i>	<i>koeff. zachycení</i>	<i>Čisté výdaje</i>
Ubytování	279 Kč	1.000 Kč	1,00	1.000,00 Kč
Stravování	166 Kč	200 Kč	0,85	170,00 Kč
Doprava	126 Kč	126 Kč	0,20	25,21 Kč
Zboží	176 Kč	176 Kč	0,50	87,87 Kč
Celkem	930 Kč	1.685 Kč		1.374,66 Kč

¹³ Daně jsou z pohledu regionu také únikem finančních prostředků z regionální ekonomiky, na druhou stranu se do něj vracejí prostřednictvím přerozdělovacích procesů daňového určení daní. Zařazení daní do modelu výpočty výrazně zkomplikovalo.

Tab. č. 9 – Výdaje domácích výletníků za osobu a den

<i>Výdaje</i>	<i>ČR</i>	<i>Areál Pasohlávky (odhad)</i>	<i>koef. zachycení</i>	<i>Čisté výdaje</i>
Ubytování				
Stravování	62 Kč	62 Kč	0,85	52,45 Kč
Doprava	62 Kč	62 Kč	0,20	12,45 Kč
Zboží	202 Kč	0 Kč	0,50	0,00 Kč
Služby v cestovním ruchu		500 Kč	1,00	500,00 Kč
<i>Celkem</i>	408 Kč	624 Kč		605,82 Kč

Poslední krokem analýzy je propojení odhadovaného počtu návštěvníků s jejich průměrnými výdaji a zahrnutí multiplikátoru do výpočtu. Z výsledků vyplývá, že počáteční investice v řádu 1,8 mld. Kč je schopna na území JMK v jednom roce vygenerovat dodatečné výdaje v objemu 0,5 mld. Kč s potenciálem dalšího růstu. Asi 58 % z této částky zůstává v lázeňském areálu a zbytek je utracen na ostatním území JMK (doprava, zboží, atd.). Při započtení multiplikátoru se ekonomický efekt téměř zdvojnásobí. Hodnota multiplikátoru je převzata z kvantifikace odvětvových multiplikátorů (ROJÍČEK 2007).

Tab. č. 10 – Kvantifikace ekonomických efektů

<i>Segment</i>	<i>Počet</i>	<i>Čisté výdaje na osobu (v Kč)</i>	<i>Čisté výdaje celkem (v Kč)</i>
Zahraniční turisté	49.352	1.603,90	79.155.271,83
Zahraniční výletníci	16.402	712,23	1.682.243,85
Domácí turisté	145.668	1.374,66	200.244.170,88
Domácí výletníci	328.049	605,82	209.197.870,01
Celkem			500.279.553,57
<i>Multiplikátor (1,83)</i>			915.511.588,52

Realizace uvedených projektů v předpokládaném časovém horizontu učiní z Pasohlávek u Nových Mlýnů jedno z nejvýznamnějších a atraktivních středisek cestovního ruchu nejen v Jihomoravském kraji, ale i v rámci celé ČR. Příprava a velmi pravděpodobná realizace uvedených projektů je zároveň „modelovým“ příkladem úspěšné spolupráce mezi veřejným a podnikatelským sektorem v oblasti cestovního ruchu i pro jiné turistické oblasti v ČR.

3. Hodnocení efektů podpory rozvoje cestovního ruchu na Mikulovsku z ROP Jihovýchod

Nejdůležitější kroky pro postupný rozvoj cestovního ruchu a odstraňování jeho slabých stránek činí zejména hlavní hráči v cestovním ruchu, a to město Mikulov, Lednice, Pasohlávky, Dobrovolné sdružení obcí Mikulovsko, zájmová sdružení (například Avedon, Adonis, ARC Mikulov) a samozřejmě především podnikatelská sféra v cestovním ruchu.

Nahlédneme-li do dosavadních strategií vypracovaných v destinaci Mikulovsko (a nejen zde, podobnou shodu lze logicky spatřovat ve většině regionálních strategií, resp. i v koncepci státní politiky cestovního ruchu ČR), můžeme vytýčit čtyři hlavní pilíře (priority) podpory cestovního ruchu, a to:

- „Vybudování a rozvoj společného řízení destinace, rozvoj kvality služeb“
- „Tvorba konkurenceschopných turistických produktů“
- „Marketingová podpora produktů, budování značky, koncepce a strategie“
- „Podpora rozvoje základní a produktové turistické infrastruktury“

První tři priority můžeme označit jako „produktovou“ podporu cestovního ruchu, poslední a nejdůležitější pak jako podporu infrastrukturních projektů. Hlavními nástroji podpory první skupiny tzv. „měkkých“ projektů, jsou dlouhodobě zejména veřejné prostředky, a to z hlediska časové posloupnosti vlastní zdroje měst a obcí, dotace z již ukončeného SROP, Interregu III a Státního programu podpory cestovního ruchu z MMR, z Programu rozvoje venkova Jihomoravského kraje a z Grantového schématu Jihomoravského kraje, z Operačního programu přeshraniční spolupráce Rakousko – Česká republika a konečně v posledních třech letech pak z nejvýznamnějšího zdroje Regionálního operačního programu Jihovýchod v období 2007 – 2009.

Podíváme-li se na následující tabulku, shrnující získané granty a dotace v oblasti „produktové“ podpory cestovního ruchu za poslední 4 roky, můžeme zařadit destinaci Mikulovsko mezi „úspěšné dotační žadatele“ ve srovnání s jinými turistickými oblastmi v ČR i na jižní Moravě (získané dotace na „měkké“ projekty a jejich propagaci činí k dnešnímu datu téměř 30 mil. Kč). Z následující tabulky jsou také patrní hlavní aktivní dotační hráči, resp. aktivní sdružení, a to především město Mikulov, DSO Mikulov, TIC Mikulov a sdružení Adonis.

Nicméně v této dosavadní organizační činnosti zůstávají velké rezervy. Především se nedaří koordinace aktivit mezi TIC Mikulov, městem Mikulov a DSO Mikulovsko, podobně se nedaří vytvořit jeden subjekt organizace cestovního ruchu, který by byl „myslícím“ motorem všech budoucích aktivit, zejména marketingových opatření pro celou destinaci, chybí rovněž koordinace zakázek ze strany města

Mikulova s cílem jednotného konceptu, a pohledů na způsob marketingu. Společný postup regionální úrovně je jedním z důležitých předpokladů pro získávání dotací na projekty regionálního významu z ROP Jihovýchod v oblasti podpory 2.2 Služby cestovního ruchu. Projekty lokálního významu s velkou pravděpodobností již do konce roku 2013 podporovány nebudou.

Dalším problémem je dosud malý akcent na přípravu a tvorbu skutečných a konkrétních specifických regionálních turistických produktů a programů (tedy konkrétní nabídka ve formě balíčků s reálným programem a cenou, oslovující různé geografické, demografické a psychografické skupiny potenciálních návštěvníků). Zatím bohužel (věcně i ve finančním vyjádření) převažuje marketingová podpora obecných a málo konkrétních produktů.

Tyto „měkké“ projekty nejsou na první pohled viditelné v rozvoji cestovního ruchu (těmi jsou pochopitelně uskutečněné infrastrukturní projekty – sportovně-rekreační vybavenost, ubytovací zařízení, kulturně-rekreační zařízení, apod.), nicméně jsou důležité zejména z dlouhodobých koncepčních záměrů (příprava konkurenceschopných specifických regionálních turistických produktů a programů). Platnost tohoto přístupu je zvláště důležitá v současném ekonomickém krizovém období, kdy paradoxně mohou v rámci ROP Jihovýchod ve zbývajícím programovém období 2010 – 2013 získávat jak soukromý tak veřejný sektor největší a nejlevnější finanční dotace na turistické projekty v novodobé historii České republiky (v rámci Jihomoravského kraje odhadem ještě kolem 100 mil. Kč). Řízená koordinace a spolupráce na správné rozvojové strategii prostřednictvím dotací na přípravu turistických produktů a jejich propagaci je proto nyní více než nutná.

Tab. č. 11 – Podpora a propagace produktů cestovního ruchu Mikulovska v období 2007 – 2009

<i>Název projektu</i>	<i>Program</i>	<i>Období realizace</i>	<i>Výdaje v mil. Kč</i>	<i>Žadatel</i>
Dovolená na jižní Moravě	GS JMK – SROP	realizován	3,03	DSO Mikulovsko
Mikulovsko - profesionální partner v CR	JMK	realizován	0,13	DSO Mikulovsko
Společná propagace obcí mikroregionu Mikulovsko	PRV JMK	realizován	0,42	DSO Mikulovsko
Mikulov město umění	GS JMK – SROP	realizován	0,75	Město Mikulov
Propagační a mediální kampaň na podporu kongresové, obchodní a incentivní turistiky v Mikulově	GS JMK - SROP	realizován	1,46	Město Mikulov
Mikulovsko - profesionální partner v cestovním ruchu	ROP Jihovýchod	v realizaci	10,1	Město Mikulov

Mikulovsko - marketingová a informační kampaň na inovativní produkty destinace	ROP Jihovýchod	žádost	7,2	Město Mikulov
Síť agroenvironmentálních informačních center v Jihomoravském kraji a kraji Vysočina	OP RLZ	realizován	0,61	ZO ČSOP Adonis
Rozšíření nabídky dalšího profesního vzdělávání podnikatelů a pracovníků v cestovním ruchu	OP RLZ	realizován	2,37	ZO ČSOP Adonis
Vzdělávání pracovníků turistických informačních center v CHKO Pálava a BR Dolní Morava	MŽP	realizován	0,3	ZO ČSOP Adonis
Tvorba a propagace produktů, realizace marketingové kampaně v TO Pálava a LVA	ROP Jihovýchod	v realizaci	7,94	ZO ČSOP Adonis
Jantarová stezka - spolupráce moravsko-slovenského příhraničí při tvorbě a marketingu turistických produktů	OP přeshraniční spolupráce SR-ČR	v realizaci	0,63	ZO ČSOP Adonis

GS JMK – SROP – Grantové schéma Jihomoravského kraje - SROP

PRV JMK – Program rozvoje venkova Jihomoravského kraje

OP PS RAK-ČR – Operační program přeshraniční spolupráce Rakousko - Česká republika

ROP Jihovýchod – Regionální operační program Jihovýchod

OP RLZ – Operační program Rozvoj lidských zdrojů

Podobně můžeme nyní zmapovat situaci v podpoře priority „Podpora rozvoje základní a produktové turistické infrastruktury“ v období 2007 – 2009 v destinaci Mikulovska. Nelze pochopitelně zmapovat veškeré aktivity v celé oblasti, v tomto příspěvku se zaměříme na veřejnou podporu infrastrukturních projektů v cestovním ruchu. V této prioritě už nejsou logicky vždy největšími hráči subjekty veřejné správy, ale významným, resp. rozhodujícím subjektem je zde podnikatelská sféra. Z následujících tabulek je to zřejmé. Z více než 125 mil. Kč na Mikulovsku se na podpoře projektů podílí rozhodujícím způsobem prostředky ROP Jihovýchod (téměř 82 %), které byly ze 44 % poskytnuty privátním podnikatelským subjektům (v turistické oblasti LVA analogicky ze stejné dotační částky tvořil podíl ROP Jihovýchod téměř 100 %, podobně téměř 100 % podpory připadlo na podnikatelský sektor). Z hlediska druhové struktury projektů byla rozhodující podpora z uvedených 125 mil. Kč směřována na Mikulovsku do výstavby a modernizace ubytovacích zařízení (44 %), do budování cyklostezek (38 %), 16 % do kulturně-historických památek, do sportovně-rekreačních zařízení paradoxně prakticky nic. Tato struktura je poměrně nevyvážená, daleko větší pozornost a potřebnost by si zasloužily projekty do sportovně-rekreačních a kulturně-historických zařízení a atraktivit. Pro srovnání zde uvádíme přehled infrastrukturních projektů v turistické oblasti LVA, která v programu ROP Jihovýchod získala dotace rovněž ve výši téměř

125 mil. Kč (prakticky jen její hlavní turistické středisko Lednice, a to převážně na ubytovací zařízení (modernizace a nová výstavba).

Pomineme-li aktivity veřejné správy (Jihomoravský kraj a obec Pasohlávky) v podobě budoucí „obrovské“ investice do výstavby wellness a lázeňské infrastruktury v Pasohlávkách (očekávané téměř 1,6 – 2 mld. Kč, z toho téměř očekávaných 500 mil. z prostředků ROP Jihovýchod), lze konstatovat v dosavadním srovnání malou aktivitu města Mikulova zejména v oblasti rozvoje wellness a další veřejné sportovně-rekreační infrastruktury, kongresového cestovního ruchu, výstavby multikulturního centra, aj. Na tento nedostatek také jasně upozorňují návštěvníci Mikulovska, kteří nejnižší spokojenost vyslovili s vybaveností Mikulovska atrakcemi pro děti (spíše špatnou až velmi špatnou spokojenost vyslovilo např. v roce 2008 27 % návštěvníků). Celkově je hodnocení turistické infrastruktury a vybavenosti Mikulovska daleko kritičtější ze strany jak domácích tak i zahraničních návštěvníků než při hodnocení turistických služeb Mikulovska.

Na straně druhé nelze nevidět změnu orientace města ze směrů podporujících průmyslové zóny ke směru více orientovanému na podporu aktivit cestovního ruchu (podpora v marketingových aktivitách, realizace větších projektů na podporu propagace města a regionu Mikulovsko, zvyšování podpora činnosti TIC Mikulov). Je však nejvyšší čas, aby se město i s podnikateli daleko aktivněji zamyslelo nad přípravou stěžejních infrastrukturních projektů pro město v období 2010 – 2013. V tomto zbývajícím období lze předpokládat ještě několik výzev pro infrastrukturní projekty cestovního ruchu ve výši kolem 1 mld. Kč pro Jihomoravský kraj. V roce 2010 bude v prioritní ose 2 „Rozvoj udržitelného cestovního ruchu“ v rámci ROP Jihovýchod velmi pravděpodobně vyhlášena výzva na podporu enoturismu, což je pro Mikulovsko jeden ze stěžejních turistických produktů. „Boom“ fenoménu vinařství v oblasti je viditelný v posledních deseti letech na každém kroku. Výroba vína poskytuje na jedné straně důležité pracovní příležitosti formou rozvoje hlavních i vedlejších (rodinných) firem, na straně druhé vedlo vinařství k významnému nárůstu významu vinařského cestovního ruchu. Například jen v posledních šesti letech zde bylo vybudováno téměř 1.000 nových lůžek v různých zařízeních cestovního ruchu (zejména penziony a priváty), budují se nové vinařské cyklostezky, zlepšují se turistické služby ve většině vinařských obcí oblasti.

Další šancí pro získání dotací je kapitola 1 „Rozvoj infrastruktury pro nemotorovou dopravu“ (výstavba a technické zhodnocení cyklostezek) a kapitola 3 „Udržitelný rozvoj měst a venkovských sídel“ v ROP Jihovýchod, kde je možné čerpat například na infrastrukturu a zařízení volnočasových aktivit obyvatel regionálních středisek a venkovských sídel (odhad pro obě uvedené kapitoly činí pro Jihomoravský kraj asi 1,5 mld. Kč v období 2010 – 2013).

Kdybychom nyní v přímé úměře významu Mikulovska z hlediska cestovního ruchu v rámci Jihomoravského kraje (asi 10 – 15 %) odvodili adekvátní možné dotace z výše uvedených kapitol ROP Jihovýchod, pak lze hovořit o asi potenciálních 200 – 300 mil. Kč pro region do roku 2013. Připočteme-li očekávanou podporu budování lázeňského komplexu v Pasohlávkách v rámci strategických projektů cestovního ruchu v rámci ROP Jihovýchod do výše asi 500 mil. Kč, pak může jít o částku až 800 mil. Kč. Přestože je ještě stále období ekonomické krize, jde o „nejlevnější“ peníze, které lze získat. Projekty veřejného sektoru jsou zde dotovány z 92,5 % (jde povětšinou o neziskové projekty), projekty privátního sektoru pak v průměru ze 40 %. Taková efektivnost investice se již poté opakovat nebude. Další ekonomické efekty jak z „produktivních“ tak z „infrastrukturních“ projektů lze spatřovat v tvorbě nově vytvořených dlouhodobých pracovních míst. Ze zkušeností a z analýz předkládaných projektů lze odvodit, že na 1 nové pracovní místo je vynaloženo asi 6 – 10 mil. Kč dotačních prostředků. Je tak možné konstatovat, že v posledních 3 letech bylo z výše uvedených grantů a dotací v celkové výši přes 155 mil. Kč vytvořeno na Mikulovsko nejméně 20 – 25 nových dlouhodobých pracovních míst a do roku 2013 vznikne nejméně dalších 150 až 200 pracovních míst, zejména v Pasohlávkách.

Tab. č. 12 – Podpora infrastrukturních projektů cestovního ruchu Mikulovska v období 2007 – 2009

<i>Název projektu</i>	<i>Program</i>	<i>Období realizace</i>	<i>Výdaje v mil. Kč</i>	<i>Žadatel</i>
Cyklostezka Mikulov - Nový Přerov (v předprojektové fázi)	OP PS RAK-ČR	2010-2011	37,8	DSO Mikulovsko
Putování kolem vody	PRV JMK	realizováno	0,4	DSO Mikulovsko
Ochrana a využití kulturně historické krajiny v pohraničí - obnova zeleně v lokalitě Kozího Hrádku	INTERREG IIIA	realizován	4,75	Město Mikulov
Promenáda pro pěší a cyklisty Nové Mlýny - Pasohlávky	ROP Jihovýchod	realizován	9,56	Obec Pasohlávky
Obnova archeologické lokality raně středověkého hradiska Vysoká zahrada v Dolních Věstonicích	OP PRV	žádost	2,62	Obec Dolní Věstonice
Rekonstrukce Křížové cesty na Svatý Kopeček	ROP Jihovýchod	žádost	15,0	Město Mikulov
Rozšíření kongresového	ROP	v realizaci	23,7	Mikulov

komplexu ubytování a službami	Jihovýchod			privátní
Hotel Galant - 3. etapa	ROP Jihovýchod	v realizaci	32,3	Mikulov privátní

Tab. č. 13 – Podpora infrastrukturních projektů cestovního ruchu v turistické oblasti LVA v období 2007 – 2009

<i>Název projektu</i>	<i>Program</i>	<i>Období realizace</i>	<i>Výdaje v mil. Kč</i>	<i>Žadatel</i>
Areál služeb Celnice v LVA	ROP Jihovýchod	v realizaci	31,4	Lednice privátní
Modernizace MÝ hotelu v Lednici	ROP Jihovýchod	v realizaci	3,7	Lednice privátní
Penzion Včelařský dvůr	ROP Jihovýchod	v realizaci	16,2	Lednice privátní
Rekonstrukce zámeckého hotelu	ROP Jihovýchod	v realizaci	25,5	Lednice privátní
Wellness, vinoterapie a ubytovací kapacity hotelu My Lednice	ROP Jihovýchod	v realizaci	43,75	Lednice privátní
Projekt technické zhodnocení lázní	ROP Jihovýchod	v realizaci	2,22	Obec Lednice

Závěr

Příhraniční turistická oblast Mikulovsko patří k nejvýznamnějším turistickým oblastem na jižní Moravě s velkou dynamikou růstu v posledních deseti letech. O tom svědčí fakta uvedená v první části studie. Oblast má svoje jasné silné stránky (přírodní atraktivita, enoturismus, letní rekreace u vody, nově přibude funkce wellness a lázeňství), má však také dosud nevyřešené slabé stránky (společná organizace a řízení cestovního ruchu – chybějící destinační společnost a management, nedostatečná sportovně-rekreační a kulturně-rekreační vybavenost). Tato studie se zaměřila nejprve na kvantifikaci efektů způsobených dodatečnou investicí či výdaji na příkladě připravovaného projektu výstavby moderního lázeňského a wellness střediska v Pasohlávkách a poté analyzovala dosavadní a možné ekonomické efekty z projektů cestovního ruchu podporovaného z programu ROP Jihovýchod v letech 2007 – 2013. Provedené analýzy a naznačené přístupy rozvoje a podpory cestovního ruchu mohou sloužit jako pilotní příklad pro jiné podobné turistické oblasti v ČR.

Literatura

1. ARCHER, B. (1995): *Economic impact analysis*, Annals of Tourism Research.
2. ARCHER, B., COOPER, CH. (2001): *The Positive and Negative Impacts of Tourism*. In TISDELL, C.: *The Economics of Tourism II*. Edward Elgar Publishing, Northampton, 2.ed., 624 pp. použity s. 597 – 615.
3. GELAN, A. (2003): *Local economic impacts: The British open*. Annals of Tourism Research, 30, No. 2, pp. 406 – 425.
4. HOLEŠINSKÁ, A., ŠAUER, M., VYSTOUPIL, J. (2007): *STUDIE – Návrh destinačního řízení turistické oblasti Pálava a Lednicko-valtický areál*. Pro DSO Mikulovsko zpracovala v roce 2007 Ekonomicko-správní fakulta MU v Brně.
5. MIKULOVSKO – profesionální partner v cestovním ruchu, Výstup II. Vytvoření strategie rozvoje cestovního ruchu turistické oblasti Mikulovsko. ZO ČSOP Adonic, Mikulov 2009. 208 s.
6. ROJÍČEK, M. (2007): *Klíčová odvětví v české ekonomice z pohledu input-output analýzy*, Statistika 2007/2.
7. PŘÍJEZDOVÝ cestovní ruch 2005 – 2008. STEM/MARK (2008).
8. SATELITNÍ účet cestovního ruchu (2008). ČSÚ, Praha.
9. STYNES, D. (1999a): *Economic impact of Tourism*. <http://www.msu.edu/rstynes/>
10. STYNES, D. (1999b): *Approaches to Estimating the Economic Impacts of Tourism; Some Examples*. <http://www.msu.edu/rstynes/>
11. STYNES, D. (1999c): *Economic Impact Concepts and Methods*. <http://www.msu.edu/rstynes/>
12. STYNES, D. (1999d): *Guidelines for Measuring Visitor Spending*. <http://www.msu.edu/rstynes/>
13. VYSTOUPIL, J. (2008): *Přístupy a metody k hodnocení problémových a hospodářsky slabých oblastí v souvislosti s možnostmi jejich aktivace podporou rozvoje cestovního ruchu*. Czech Hospitality and Tourism Papers, zvl. č. 2. s. 40-49.
14. VYSTOUPIL, J., HOLEŠINSKÁ, A., ŠAUER, M. (2008): *Mikulovsko – model opatření k rozvoji domácího a příjezdového zahraničního cestovního ruchu ve vhodných oblastech*. Czech Hospitality and Tourism Papers, zvl. č. 3. s. 70-104.
15. WALL, G., MATHIESON, A. (2006): *Tourism : changes, impacts and opportunities*, 1st ed., Harlow, England: Pearson Prentice Hall, xiii, 412 s.

doc. Ing. Jana Piteková, PhD.

Využitie modelu kvantifikácie ekonomického efektu investície do rozvoja cestovného ruchu na príklade zariadenia cestovného ruchu Tatralandia Liptovský Mikuláš

***Abstrakt:** Na príklade zariadení Aquapark Tatralandia Resort v Liptovskom Mikuláši jsou vyčísleny ekonomické efekty zařízení pro oblast (zaměstnanost, daňová výtežnost, multiplikační efekt). Otevření zařízení přispělo k výraznému zvýšení počtu návštěvníků a počtu malých a středních podniků poskytujících služby cestovního ruchu v oblasti Liptov. Výsledek multiplikačního efektu je důkazem toho, že cestovní ruch je schopný účinně napomáhat zmírňování společensko-ekonomických disparit.*

***Klíčová slova:** multiplikační efekt, zaměstnanost, daňová výtežnost, společensko-ekonomické disparity*

Application of the Model of Quantification of the Investment Economic Effect upon Tourism Development at the Example of the Tatralandia Theme Park in Liptovský Mikuláš

***Abstract:** The Aqua Park Tatralandia Resort in Liptovský Mikuláš being taken as example, the article expresses numerically the economic contributions of the establishment for the given region (employment, taxes, multiplication effect). Since its inauguration, the theme park has contributed significantly to marked increase in numbers of visitors, and numbers of small and medium-sized companies providing services in tourism in Liptov region. The outcome of multiplication effect proves tourism is able to contribute effectively to alleviating social and economic disparities.*

***Key words:** multiplication effect, employment, tax revenues, social-economic disparities*

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 vychodiskového 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.

1. Aplikácia Modelu kvantifikácie ekonomického efektu investície do rozvoja cestovného ruchu

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 cestovného ruchu (interné zdroje CK Tatralandia).

Aquapark Tatralandia Resort predstavuje komplex bazénov, vodných atrakcií, toboganov, sáun, 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 vyviera z hĺbky viac ako 2.500 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 zamestnávateľov 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. hľadaním 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 sústredíme 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 daní 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.

2. 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 sme dospeli k nasledovným výsledkom:

Tab. č. 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 Tatralandia 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 Tatralandie Holiday Resort za obdobie 2004-2006 (minimálna mzda) (C_{\min})	\cong 92.016.000 Sk
spotrebné výdavky zamestnancov Tatralandie Holiday Resort za obdobie 2004-2006 (priemerná mzda) (C_\emptyset)	\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

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

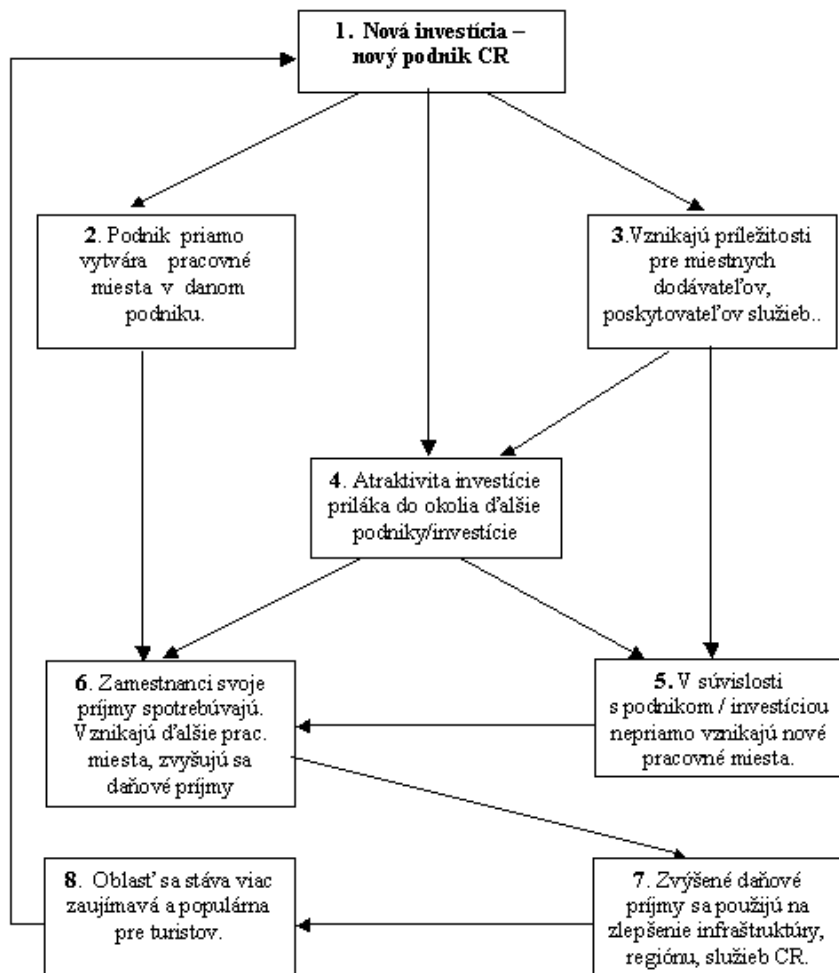
2b) výpočet investičného multiplikátora s ohľadom na rast produktu v regióne (THR + ubytovacie zariadenia) za predpokladu priemerných miezd

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

Koeficient k_1 má hodnotu 1,56 a vyjadruje, že 1 Sk vlozenej prvotnej investície do Aquaparku Tatralandia Resort vyvolá 1,56-násobný prírastok produktu malých a stredných podnikov v mikroregióne. V prípade multiplikátora $k_{2\min}$ 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 výdajov 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.

Obr. č. 1 – Princíp fungovania multiplikátora v cestovnom ruchu



Zdroj: <http://geographyfieldwork/TouristMultiplier.htm>

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 vlozenej 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 zmiernovaniu spoločensko-ekonomických disparít (tento model je aplikovateľný aj na kapitálovo menej náročné investície).

Literatura

1. 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
2. GÚČIK, M.: *Základy cestovného ruchu*. Občianske združenie Ekonómia, Ekonomická fakulta UMB, Banská Bystrica 2000, ISBN 80-8055-355-6
3. HELÍSEK, M.: *Makroekonomie. Základní kurs*. Melandrium, Praha 2000, 2. vyd., ISBN 80-86175-25-1
4. HOLEŠOVÁ, H.: *Malé a stredné podnikanie*. Úrad vlády SR a SOPK, Bratislava 2004, ISBN 80-968789-9-9
5. Interné zdroje marketingového oddelenia Tatralandie
6. Interné zdroje CK Tatralandia
7. Interné zdroje MSÚ Liptovský Mikuláš
8. KOVAČKA, M.: *Makroekonomika*. SPN, Bratislava 1992, ISBN 80-08-01490-3
9. KUPKOVIČ, M.: *Podnikové hospodárstvo*. Sprint, Bratislava 1999, ISBN 80-88848-39-3

10. PITEKOVÁ, J.: *Cestovný ruch ako nástroj zmierňovania regionálnych disparít*. In: Czech Hospitality and Tourism Papers (zvl. č. 2), VŠH, Praha 2008. 169 s., ISSN 1801-1535
11. RATKOŠOVÁ, Z.: *Vplyv Aquaparku Tatralandia resort na rozvoj malých a stredných podnikov v mikroregióne* (diplomová práca). Ekonomická fakulta UMB, Banská Bystrica 2007
12. SAMUELSON, P. A.: *Ekonomía I*. BRADLO, Bratislava 1992, ISBN 80-7127-030-X
13. URAMOVÁ, M. a kol.: *Makroekonómia*. Ekonomická fakulta UMB, Banská Bystrica 2005, ISBN 80-8055-364-5