

## Faktory dopytu cestovného ruchu

Ing. Mária Matijová, PhD.\*

*Prešovská univerzita v Prešove*

*Fakulta manažmentu, ekonomiky a obchodu,*

*Katedra financií, účtovníctva a matematických metód,*

*Konštantínova 16, 080 01 Prešov, Slovakia*

[maria.matijova@unipo.sk](mailto:maria.matijova@unipo.sk)

doc. Ing. Beáta Šofranková, PhD.

*Prešovská univerzita v Prešove*

*Fakulta manažmentu, ekonomiky a obchodu,*

*Katedra financií, účtovníctva a matematických metód,*

*Konštantínova 16, 080 01 Prešov, Slovakia*

[beata.sofrankova@unipo.sk](mailto:beata.sofrankova@unipo.sk)

Ing. Ján Vravec, PhD.

*Prešovská univerzita v Prešove*

*Fakulta manažmentu, ekonomiky a obchodu,*

*Katedra financií, účtovníctva a matematických metód,*

*Konštantínova 16, 080 01 Prešov, Slovakia*

[jan.vravec@unipo.sk](mailto:jan.vravec@unipo.sk)

### Abstrakt

Dopyt v cestovnom ruchu predstavuje determinanty ovplyvňujúce spotrebu statkov a služieb v odvetví. Poznanie faktorov zvyšujúcich počet prenocovaní, ako indikátora cestovného ruchu, je dôležité pre všetkých aktérov cestovného ruchu, pri tvorbe stratégie cestovného ruchu. Príspevok sa zameriava na faktory dopytu cestovného ruchu s cieľom zhodnotiť vývoj vybraných indikátorov na národnej úrovni. Dôraz je nutné klásť na zmeny súvisiace so starnutím populácie a poklesom počtu študentov. Pracujúcich je potrebné považovať za faktor ovplyvňujúci počet prenocovaní, nakoľko práve domáci turista je nositeľom dopytu po domácom CR. V rámci environmentálnej oblasti alarmujúco pôsobí rastúce množstvo komunálneho odpadu. Poznanie determinantov dopytu CR, sledovanie ich vývoja stakeholdermi CR je predpokladom pre udržanie konkurencieschopnosti a udržateľnosti tohto odvetvia.

### Kľúčové slová

cestovný ruch, dopyt po cestovnom ruchu, faktory dopytu, Slovensko

## 1. Úvod

Súčasný trendy dopytu po cestovnom ruchu ovplyvňuje vo veľkej miere globalizácia, ktorá vedie k teritoriálnej expanzii cestovného ruchu v celosvetovom meradle. Rastúca štandardizácia a homogenizácia trhu, má za následok zjednocovanie vkusu, životného štýlu a obľúbených produktov. Cestovný ruch predstavuje podľa Ana (2017) významné odvetvie hospodárstva vo väčšine krajín strednej a východnej

Európy a aj napriek problémom s infraštruktúrou, nevýrazným marketingom, menším medzinárodným povedomím sú tieto krajiny ideálnymi destináciami pre skúsených cestovateľov. Prieskumy vykonané Kajzarom a kol. (2020) identifikovali nové trendy v oblasti ponuky a dopytu po službách cestovného ruchu, ku ktorým patrí: moderná komunikácia s klientom, kvalita služieb, flexibilné zmeny reagujúce na zmeny v preferenciách klientov. Bez poznania trendov spotreby nie je možné udržať sa na trhu a byť konkurencieschopný. Modelovanie dopytu v cestovnom ruchu patrí k opakujúcim sa témam výskumu. Oblasť dopytu po cestovnom ruchu ovplyvňuje fragmentácia, ktorá sa prejavuje rastúcim počtom dovolenkových ciest a poklesom prenocovaní. Spôsobuje to rastúca životná úroveň a súčasne aj rozloženie voľného času počas roka (Gúčík, 2020). Dopyt po cestovnom ruchu zvyšujú aj rýchle zmeny životného štýlu, vyžadujúce zvýšenú starostlivosť o fyzické ale aj psychické zdravie. Udržateľný rozvoj cestovného ruchu hrá významnú rolu v zlepšení kvality života a to pokiaľ ide o poskytovanie služieb pre turistov ako aj zohľadňovanie kvality života rezidentov v turistických destináciách Jeon a kol., (2016). Zmeny správania sa návštevníkov cestovného ruchu determinujú dopyt, ktorý je diferencovaný a individuálny. Dochádza k zmenám v pomere individuálnych a masových turistov, rastu cestovateľských skúseností, vyhľadávaniu uspokojovania rastových potrieb pri spotrebe služieb CR, individualizovaniu požiadaviek, čo vyvoláva tlak na nové typy dovoleniek a kvalitu ponúkaných služieb cestovného ruchu.

## 2. Základné teoretické východiská

Trh definuje Lisý (2016) ako mechanizmus realizácie záujmov jednotlivých trhových subjektov, prostredníctvom ktorého kupujúci a predávajúci na seba navzájom pôsobia, aby určili ceny a množstvá tovarov, služieb.

Pre trh CR je potrebné zobrať do úvahy radu špecifik vyplývajúcich z množstva, štruktúry a charakteru subjektov a objektov cestovného ruchu. Trh cestovného ruchu, má niektoré osobitosti, ktoré vyplývajú z charakteru potrieb uspokojovaných v cestovnom ruchu (dopyt), z charakteru spotrebných statkov a služieb cestovného ruchu (ponuka), z pôsobenia všeobecných podmienok a predpokladov rozvoja cestovného ruchu, čo sa prejavuje na strane dopytu a ponuky, ako aj v tendenciách vývoja cestovného ruchu. Medzi špecifiká cestovného ruchu patrí: je to prevažne trh služieb, miestne viazaný, závislý na prírodných a kultúrno-historických atraktivitách, sezónny, má opačné distribúčne cesty – dopyt sa pri uspokojovaní potrieb musí presunúť do miesta ponuky, služby cestovného ruchu sú realizované a súčasne spotrebované v rovnakom čase a priestore, účastník trhu cestovného ruchu očakáva komplexný zážitok, hodnotenie ponúkaných služieb podlieha subjektívnemu vnímaniu spotrebiteľa, má výrazne medzinárodný charakter, vykazuje vyššiu mieru volatility vo vzťahu k pôsobeniu vonkajšieho prostredia cestovného ruchu (Gúčík 2020).

### 2.1 Podstata a faktory dopytu cestovného ruchu

Dopyt podľa Coopera a kol., (1998) je plánovaná hodnota jednotlivých produktov, ktoré sú ochotní návštevníci v cestovnom ruchu kúpiť za určitú cenu v určitom čase. Podľa Malej (1999) dopyt v cestovnom ruchu, možno chápať, ako prejav potreby účastníka cestovného ruchu podložený jeho kúpyschopnosťou, alebo ochotou účastníka cestovného ruchu vymeniť určité množstvo peňazí za statky cestovného ruchu. Wall a Mathieson (2006) charakterizujú dopyt na základe troch hlavných komponentov: skutočný alebo efektívny dopyt, potlačený dopyt a oddialený dopyt. Sezónnosť dopytu predstavuje pre cestovný ruch veľkú výzvu a výrazne ovplyvňuje viaceré aspekty ekonomie cestovného ruchu. Snaha o prispôbenie ponuky cestovného ruchu maximálnemu dopytu počas hlavných turistických sezón má za následok často nekryté náklady v

mimosezónnych obdobiach (Gúčík 2010). Najdôležitejším faktorom spôsobujúcim sezónnosť dopytu cestovného ruchu je prirodzená sezónnosť, ktorá je určovaná hlavne klimatickými elementami ako sú počasie, zrážky, vlhkosť, veternosť a teplota. Klíma má preto významný vplyv na sezónny dopyt cestovného ruchu (Hengyun a kol., 2018). Okrem klímy, sezónnosť dopytu ovplyvňujú tiež inštitucionálne faktory ako štátne sviatky, školské prázdniny alebo čerpanie dovolení (Baum, Lundtorp., 2011). Dopyt cestovného ruchu a jeho výkonnosť ovplyvňuje aj kvalita zážitku návštevníka, ktorý závisí od prítlačivosti hlavných atrakcií a od kvality ponúkaných služieb (Mirčetić a kol., 2019). Dopyt má však na trhu cestovného ruchu výhradné postavenie, pretože vytvára ponuku, ktorá sa mu prispôsobuje. Spotrebiteľ, v našom prípade návštevník, si cestu a aktivity vyberá podľa svojich osobných potrieb, ktoré sa odvíjajú od jeho psychologického a motivačného profilu. Spokojný návštevník, ktorého potreby boli naplnené, je naklonený opakovanej účasti. To je jeden z dôvodov prečo sa kladie dôraz na správnu identifikáciu dopytu a porozumenie potrebám spotrebiteľov. Súčasný trend dopytu po cestovnom ruchu ovplyvňuje vo veľkej miere globalizácia, ktorá vedie k teritoriálnej expanzii cestovného ruchu v celosvetovom meradle. Rastúca štandardizácia a homogenizácia trhu, má za následok zjednocovanie vkusu, životného štýlu a obľúbených produktov. Informácie o vývoji dopytu po cestovnom ruchu, sú kľúčové pre všetkých aktérov cestovného ruchu. Význam majú pre subjekty, ktoré plánujú rozvoj cestovného ruchu, no dôležité sú pre každého, kto je jeho súčasťou. Nasledujúca tabuľka identifikuje faktory a kritéria dopytu po cestovnom ruchu podľa Gúčíka (2020).

Tabuľka 1 Kritéria a faktory dopytu po cestovnom ruchu

Kritérium	Faktory
Ekonomické	hrubý domáci produkt, príjmy obyvateľstva, ceny tovarov a služieb, úspory a ich stabilita, nezamestnanosť, inflácia a vlastníctvo predmetov dlhodobej spotreby.
Demografické	rodina jej životný cyklus, štruktúra obyvateľstva podľa pohlavia, veku.
Sociálno-kultúrne	voľný čas, vzdelanie, kultúra, povolanie.
Psychologické	potreby, motivácia, vnímanie, záujmy a preferencie, návyky.
Ekologické	obytné, pracovné a rekreačné prostredie.
Technologické	technologický pokrok, doprava a dopravné systémy, motorizácia obyvateľstva, infraštruktúrna vybavenosť, informačné a komunikačné technológie.
Administratívno-politické	administratívne opatrenia (cestovné doklady, vízové a colné obmedzenia), devízové zabezpečenie, zdravotné obmedzenia, vojnové konflikty, bezpečnosť cestovania, politická stabilita.
Ďalšie kritéria ovplyvňujúce účasť na cestovnom ruchu	dopravný prostriedok, rezervovanie služieb, cestovný cieľ, dĺžka pobytu, cena, ročné obdobie, cestovná batožina, ubytovanie, stravovanie, počet spolucestujúcich, motív, účel cesty.

(Zdroj: vlastné spracovanie podľa, Gúčík 2020)

Dôvodom pre analýzu dopytu cestovného ruchu, môže byť predpoveď jeho smerovania a snaha o znižovanie rizika pri tvorbe stratégie cestovného ruchu, vyvažovanie ponuky s dopytom v destináciách, alebo lepšie chápanie správania návštevníkov a trhu cestovného ruchu.

### **Ekonomické faktory**

Cestovný ruch zaujíma významné miesto v sektore služieb, ktorý má dominantné postavenie v slovenskej ekonomike (Onuferová a kol., 2020; Pauhofová a kol., 2018). Podľa rozvoja Stanič, Vujić (2016), nie je cestovný ruch len dôsledkom, ale aj faktorom ekonomického rozvoja. Latifian a kol., (2018) potvrdil, že rozšírenie turistických aktivít vyvoláva ekonomický rast, a že cestovný ruch je hnacou silou ekonomického rozvoja. Potreba sústredenia sa na dopyt, na zvýšenie počtu spotrebiteľov, je nevyhnutná pre udržateľný rozvoj CR. Iba zvýšenie počtu spotrebiteľov, rast dopytu, podnieti rozšírenie podnikateľskej činnosti a zabezpečí konkurencieschopnosť (Luekveerawattana 2018). Ako uvádza Bunghez (2016), výhodou cestovného ruchu pri stimulácii ekonomického rastu je zvýšenie počtu dostupných pracovných miest. Tvorcovia politiky sa okrem toho osobitne zaujímajú o podporu cestovného ruchu, pretože to môže znížiť nezamestnanosť. Ali (2018) dodáva, že dôležitú úlohu zohrávajú celkové peňažné príjmy a výdavky v cestovnom ruchu, ako významné komponenty tvorby ekonomickej hodnoty. Jedna z najdôležitejších funkcií cestovného ruchu spočíva v tom, že priamo a nepriamo ovplyvňuje rast HDP, čím sa odvetvie cestovného ruchu stalo jedným zo základných nástrojov na dosiahnutie udržateľného hospodárskeho rastu vo väčšine krajín. Okrem toho zohráva aj zásadnú úlohu pri poskytovaní pracovných príležitostí, znižovaní chudoby, zabezpečovaní príjmov, generovaní dodatočného dopytu po tovaroch a službách, poskytovaní ďalších daňových výnosov a devízových rezerv pre vlády (Taizeng a kol., 2019). Sokhanvar (2019), Roman a kol. (2020) uvádzajú, že cestovný ruch je treťou najväčšou sociálno-ekonomickou činnosťou v EÚ a je dôležitým prínosom k hrubému národnému produktu (HNP) a zamestnanosti EÚ. Miera nezamestnanosti ako faktor cestovného ruchu z hľadiska ekonomiky znamená stratu produkcie, pokles príjmov a zvyšovanie deficitu verejného rozpočtu a neúčast' na cestovnom ruchu (Tüzemen, 2017). Podľa Gúčika (2020) platí, že na základe uspokojeného dopytu po službách cestovného ruchu, je možné kvantifikovať aj ekonomické prínosy cestovného ruchu.

### **Sociálno-kultúrne faktory**

Sú prezentované demografickou štruktúrou spoločnosti, pracovnými a mimopracovnými podmienkami, sociálnou politikou. Demografické faktory vplyvajú na cestovný ruch priamo, čo znamená, že obyvateľstvo sa zúčastňuje cestovného ruchu v závislosti od dosiahnutého stupňa blahobytu. K sociálno-kultúrnym faktorom, ktoré ovplyvňujú dopyt po cestovnom ruchu podľa Gúčika (2020) patrí: voľný čas, úroveň vzdelania a kultúra. Sociálny aspekt cestovného ruchu v Európe hodnotí Ozdemir, Yolal (2017) ako veľmi dobre rozvinutý a pokladá ho za významný ukazovateľ sociálnej integrity. Sprievodným znakom súčasnej spoločnosti je *rast fondu voľného času*. Tento rast, zo sociálneho hľadiska podmieňuje rozvoj masového cestovného ruchu, ovplyvňuje spoločenské a kultúrne premeny cieľových miest a regiónov pod vplyvom stretávania sa domácich obyvateľov s návštevníkmi. Rast fondu voľného času dáva predpoklady pre účasť na cestovnom ruchu (Rigelský, 2022). Globálne starnutie populácie je mega trendom dnešnej doby, ktorého príčinou je rastúca priemerná dĺžka života po šesťdesiatom roku života a klesajúca pôrodnosť (WHO 2019). Generácia mileniálov (generácia Y) predstavuje stále zväčšujúcu sa ekonomickú a inovatívnu silu, ktorá bude s vysokou pravdepodobnosťou poháňať zmeny a rozvoj globálneho chovania turistov (Cavagnaro a kol. 2018) Tento segment je charakteristický vyhľadávaním nových skúseností a zážitkov, preferuje zostavovanie

© Published by Journal of Global Science.

This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited. The moral rights of the named author(s) have been asserted.

vlastných výletov, využívajúc webové stránky o cestovaní, sociálne siete, blogy a recenzie (Reinhold a kol. 2018). V tejto súvislosti je možné očakávať, že tento segment má potenciál disponovať najväčšou kúpnu silou a zároveň ochotou platiť za jedinečné zážitky, čím sa stane predmetom konkurenčného boja, ktorý bude napomáhať tvorbe trendov na základe preferencií mladej generácie. Vývoj dopytu po cestovnom ruchu ovplyvňujú aj dobrovoľnícke aktivity (Veiga a kol. 2017), či zmeny tradičnej štruktúry rodiny Schänzela a kol. (2012). Vzdelanostná úroveň obyvateľstva má podľa Gúčika (2020) bezprostredný vplyv na formovanie potrieb a kultúrnosť ich uspokojovania pričom účasť na cestovnom ruchu rastie s dosiahnutým vzdelaním. Faktor starnutia populácie, zvyšujúca sa ekonomická úroveň, nové technológie, zmena životného štýlu a preferencií vedú k formovaniu nových trendov vo vývoji cestovného ruchu.

### **Environmentálne faktory**

Vďaka prepojenosti s mnohými sektormi, cestovný ruch hrá tiež dôležitú rolu v prechode na nízko uhlíkové zdroje a ekonomiku, čo najefektívnejšie využívajúcu prírodné zdroje (OECD 2018). Výsledky výskumu z roku 2018 poukázali na fakt, že CR prispieva k celkovému množstvu vypúšťaných emisií CO<sub>2</sub> vo svete 8% podielom (Lenzen a kol. 2018). Tento údaj v sebe zahŕňa dopravu do destinácií a z nich, ubytovanie a činnosti v turistických destináciách. Odhady vývoja predikujú, že do roku 2035 sa hodnota vyprodukovanej hmotnosti uhlíka ešte strojnásobí (OECD 2018). Štúdia ktorú ponúka Teng a kol. (2021) potvrdzuje fakt, že vývoj medzinárodného alebo domáceho cestovný ruch prispieva k hospodárskemu rastu, avšak na úkor životného prostredia.

### **Technologické faktory**

Technologické faktory sú vo významnej miere podmienené dopravnou infraštruktúrou, informačnými a komunikačnými technológiami Fennell (2021), Lojano a kol., (2023). Nové informačné a komunikačné technológie pomáhajú získať konkrétny obraz o ponuke cieľového miesta, poskytnúť pomoc pri rozhodovaní, objednávaní. Výskumy ukazujú, že správna webová stránka pozitívne ovplyvňuje aj lojalitu zákazníkov (Fedorko a kol., 2017). Nové komunikačné platformy, menia nákupné správanie spotrebiteľov v online prostredí. Podnikateľské subjekty sú nútené voliť také digitálne technológie, ktoré povedú k dosahovaniu obchodných cieľov v konkurenčnom boji o zákazníka, o identifikáciu hlboko zakorenených motívov, ako aj preferencií spotrebiteľov (Štefko a kol., 2019). Dôležitosť použitia mixu sociálnych médií na marketingové účely nikdy nebola taká veľká ako dnes. Ignorovanie týchto nástrojov môže mať nepriaznivé účinky na každú spoločnosť, či už v podobe nedostatočnej konkurencieschopnosti alebo v prípade zbytočne vysokých nákladov na propagáciu so slabým účinkom a zameraním (Gavurová a kol., 2018). Automatizácia a robotizácia - sa javí ako trend budúcnosti aj v službách cestovného ruchu, čo môže znížiť závislosť cestovného ruchu od pracovnej sily. Tieto trendy so sebou prinášajú hlboké dopady na spoločnosť, pracovnú silu, ale tiež na štruktúru a rozhodovacie procesy firiem (Biloveský, 2019). Diametrálne odlišný názor na technológie ponúkajú Buckley a kol. (2015), ktorí vyjadrujú presvedčenie, že v budúcnosti bude rásť počet návštevníkov hľadajúcich relax a pokoj od technologických vymožeností, internetového pripojenia a od všedného každodenného života plného stresu.

### **Politické a administratívne faktory**

Smerujú k zjednodušeniu cestovania a sú jedným z cieľov Európskej únie. Snaženie k zjednodušeniu cestovania sa dá považovať za globálne, pričom je potrebné rešpektovať rozdiely medzi kultúrami a národmi.

© Published by Journal of Global Science.

This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited. The moral rights of the named author(s) have been asserted.



Náboženské, etnické a kultúrne rozdiely – často vyvolávajú negatívne nálady v medzinárodných politických vzťahoch, ich závažnosť a frekvencia ohrozujú globálnu bezpečnosť. Tieto faktory výraznou mierou ovplyvňujú rozhodovací proces návštevníkov pri voľbe destinácie (Ghaderi a kol. 2017). *Terorizmus* – predstavuje negatívne dopady na rozhodovací proces návštevníkov cestovného ruchu. Výsledky výskumov potvrdili, že trend klesajúceho dopytu v oblasti cestovného ruchu z dôvodu terorizmu, trvá od jedného do šiestich mesiacov, pričom k zotaveniu u približne 50 % destinácií dôjde maximálne do troch mesiacov (Vanneste a kol. 2017). Vlády krajín, reagujú na hrozby bezpečnosti návštevami a bojkotovaním turistických produktov s potenciálne hroziacim nebezpečenstvom, čo mnoho návštevníkov vysoko oceňuje (Ghaderi a kol. 2017). Bezpečnostné opatrenia a hraničná kontrola, víza - zohrávajú dôležitú úlohu pri mobilite v rámci cestovného ruchu, no výrazne tiež ovplyvňujú celkový zážitok a spokojnosť so skúsenosťou. Podľa OECD (2018), dôkladnosť v kontrole a s ňou spojená doba čakania je nevyhnutná, a to najmä v období vrcholu sezóny. Politické a bezpečnostné faktory ovplyvňujú pocit bezpečia návštevníkov v destináciách, vrátane nepredvídateľných udalostí, ktorých výskyt je skôr ojedinelý. (Rodrigues, Ramos 2014). *Epidémie a iné zdravotné riziká* - cestovný ruch reaguje citlivo na hrozby epidémií v krajinách. Ako príklad môžeme uviesť vypuknutie vírusovej epidémie H1N1 (prasacia chrípka) v Mexiku v roku 2009, MERS (Middle East Respiratory Syndrome), kvôli ktorej v roku 2015 zrušilo cesty do Južnej Kórey viac ako 54 000 ľudí (OECD 2018). Nepriaznivý vplyv na rozvoj cestovného ruchu v celosvetovom meradle priniesla aj pandémia ochorenia COVID-19 (2020), spôsobená koronavírusom v dôsledku ktorej došlo v roku 2020 k poklesu tržieb v podnikoch poskytujúcich ubytovacie a stravovacie služby o viac ako 50 %, čo vo finančnom vyčíslení predstavuje viac ako 500 miliónov Eur (SBA 2020). Rozvoj cestovného ruchu a zachovanie jeho konkurencieschopnosti, je možné zabezpečiť, ak sa udržateľná spotreba a udržateľný rozvoj turistických destinácií budú riešiť poskytovaním služieb cestovného ruchu s ohľadom na cieľové miesto. V tejto súvislosti je nutné zaoberať sa problémami sociálneho a životného prostredia, ktoré sa týkajú udržateľného rozvoja cestovného ruchu v turistických destináciách. Ekonomické, sociálne a ekologické témy musia byť nevyhnutne riešené spoločne: s ohľadom na potreby miestnych obyvateľov, cez priority udržateľného rozvoja turistických destinácií až po meniacu sa demografickú krivku turistov a ich meniace sa potreby. Platí, že len uspokojený dopyt po službách cestovného ruchu, môže ovplyvniť ekonomické prínosy a udržateľnosť cestovného ruchu

### 3. Metodológia

Príspevok sa zameriava na faktory dopytu cestovného ruchu s cieľom zhodnotiť vývoj vybraných indikátorov za poslednú dekádu na národnej úrovni. Použité sekundárne dáta na národnej úrovni boli získané z databázy Štatistického úradu Slovenskej republiky, podrobené komparatívnej analýze a spracované v programe MS Excel.

Analýza sa zameriava na faktory dopytu cestovného ruchu:

- Ekonomické faktory – Počet pracujúcich, Počet nezamestnaných, Priemerná mesačná nominálna mzda,
- Sociálno-kultúrne faktory – Počet trvale žijúceho obyvateľstva, Počet študentov, Počet dôchodcov,
- Environmentálne faktory – Množstvo komunálneho odpadu, Spotreba elektriny, Spotreba zemného plynu, Množstvo vypúšťaných odpadových vôd.

Hodnoteným faktorom cestovného ruchu je:

- Počet prenocovaní návštevníkov cestovného ruchu

© Published by Journal of Global Science.

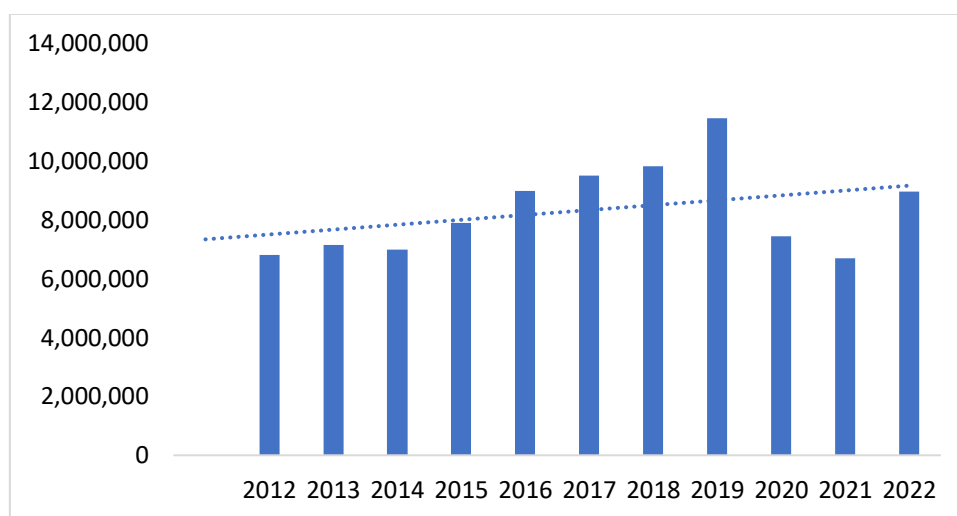
This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited. The moral rights of the named author(s) have been asserted.

## 4. Výsledky a diskusia

V súlade so stanoveným cieľom príspevku sme sa v nasledujúcej časti zamerali na analýzu vybraných faktorov dopytu cestovného ruchu a indikátora cestovného ruchu na úrovni Slovenskej republiky.

### Počet prenocovaní návštevníkov cestovného ruchu

Vývoj počtu prenocovaní domácich návštevníkov za sledované obdobie dosiahol priemernú úroveň 8 338 046 prenocovaní. Medziročne (2012/2019) teda pred pandemiou, vzrástol počet prenocovaní domácich návštevníkov o vyše 68 %. Rok 2020 bol poznačený poklesom o 35 % a rok 2021 klesol počet prenocovaní o 41 % proti roku 2019.



Graf 1 Vývoj počtu prenocovaní domácich návštevníkov CR

Zdroj: vlastné spracovanie podľa ŠÚ SR 2023

Vývoj počtu prenocovaní prezentuje graf 1. Počet prenocovaní v ubytovacích zariadeniach na Slovensku dosiahol v roku 2019 svoje maximum v hodnote 17 703 695 prenocovaní. V období 2014-2019 bol zaznamenaný pozitívny trend ukazovateľa, s celkovým zvýšením počtu prenocovaní o 6 803 261. Napriek uvoľneniu opatrení, však ani roku 2022 nedosiahol počet prenocovaní domácich návštevníkov predkrízovú úroveň za ktorou zaostáva o takmer 2,5 mil. prenocovaní.

### FAKTORY DOPYTU CESTOVNÉHO RUCHU

#### Ekonomické faktory

Z výsledkov analýz realizovaných WEF (2019) je zjavné, že turizmus bude aj naďalej ovplyvňovať životy miliónov ľudí tým, že zabezpečuje ekonomický rast a prostredníctvom tvorby nových pracovných miest, znižuje chudobu a podporuje regionálny rozvoj.

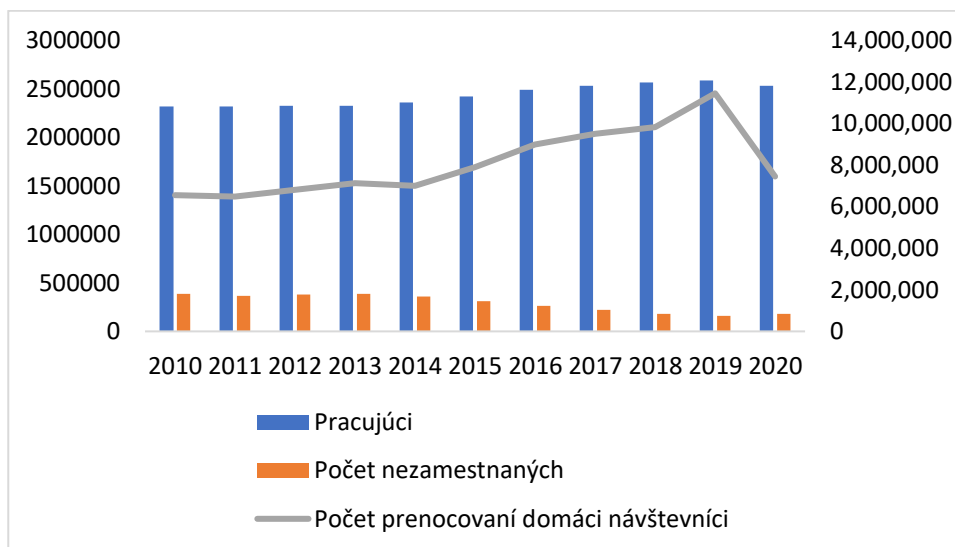
#### *Počet pracujúcich*

Rozdiely naprieč sledovaným obdobím rokov 2010 – 2020 sú zjavné. Graf 2 poukazuje na výrazne heterogénny vývoj tohto indikátora naprieč hodnotenými rokmi. Roky 2010 – 2014 boli poznačené

© Published by Journal of Global Science.

This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited. The moral rights of the named author(s) have been asserted.

následkami finančnej krízy. Počet pracujúcich ktorý v priemere tvorí 2 434 755 pracujúcich, sa v sledovanom období zvýšil o vyše 9% .



Graf 2 Vývoj počtu pracujúcich a počtu nezamestnaných

Zdroj: vlastné spracovanie podľa ŠÚ SR 2023

Počet pracujúcich medziročne od roku 2016 rástol, pričom maximálnu úroveň dosiahol v roku 2019 s počtom pracujúcich 2 583 700. Prepád počtu pracujúcich v roku 2020 o 2 % bol spôsobený pandemiou. Pracujúcich je potrebné považovať za faktor ovplyvňujúci počet prenocovaní, nakoľko práve domáci turista je nositeľom dopytu s priemerným počtom prenocovaní 8 100 491. Tento trend, kedy domáci CR podporili domáci návštevníci, bol viditeľný v období rokov 2020 - 2021, ktoré poznačila pandémia.

### Počet nezamestnaných

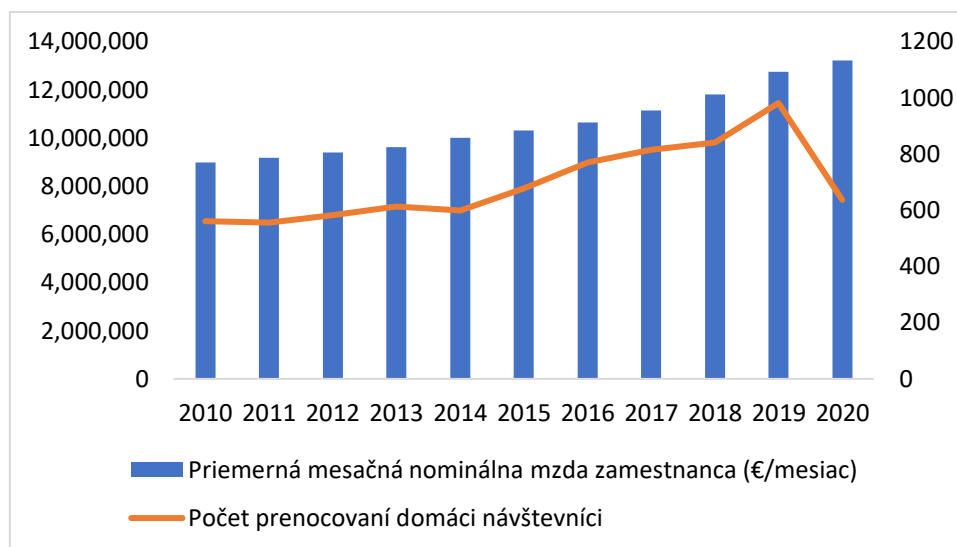
Počet nezamestnaných je významným faktorom ovplyvňujúcim indikátor cestovného ruchu, nakoľko predstavuje doplnok k počtu pracujúcich. Znižovaním úrovne tohto indikátora je teda možné predpokladať práve (čiastočné) zvýšenie počtu pracujúcich, ktorí by v konečnom dôsledku mohli vďaka zmene svojho statusu predstavovať potenciálneho zákazníka ubytovacích zariadení. Následkom finančnej krízy sa počet nezamestnaných zvyšuje a v priebehu nasledujúcich 5 rokov osciluje okolo hodnoty 380 tisíc. Postupným a kontinuálnym poklesom sa hodnota indikátora dostáva na 159 800 nezamestnaných v roku 2019, čo predstavuje pokles o takmer 60 % a má pozitívny dopad na počet prenocovaní návštevníkov cestovného ruchu. V roku 2020 však následkom pandémie Covid-19 dochádza k opätovnému nárastu počtu nezamestnaných. Nezamestnaní sa v dôsledku chýbajúceho príjmu zúčastňujú cestovného ruchu v obmedzenej miere, alebo vôbec.

### Priemerná mesačná nominálna mzda

Mzda ako odmena za vykonanú prácu je determinantom, ktorý významným spôsobom ovplyvňuje úroveň a preferencie pri uspokojovaní potrieb. Významným faktorom ovplyvňujúcim účasť na domácom CR je priemerná mesačná mzda, ktorá v sledovanom období rástla indexom 1,4908. Po roku 2014 sledujeme



postupný kontinuálny rast, ktorý dosiahol maximálnu hodnotu v roku 2020, kedy bola výška priemernej mesačnej mzdy na úrovni 1 133 €.



Graf 3 Vývoj priemernej mesačnej mzdy  
Zdroj: vlastné spracovanie podľa ŠÚ SR 2023

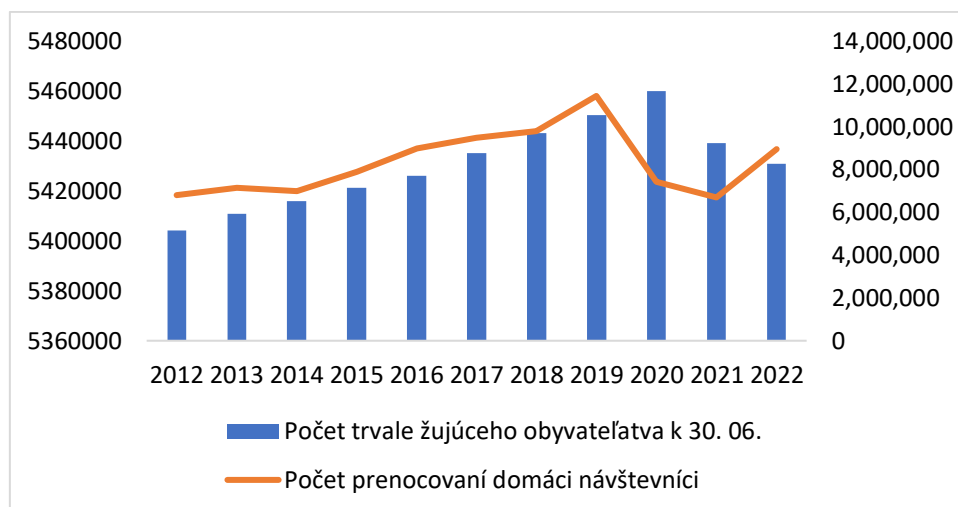
Rastúci trend vyjadrený indexom 1,7457 zaznamenal do roku 2019 – pred pandémiou aj počet prenocovaní. Napriek rastúcej výške mzdy medziročne 2019/2020 o takmer 4 %, konštatujeme pokles počtu prenocovaní. Bezpečnostné a zdravotné riziká a s tým spojené obmedzenia ktoré priniesla pandémia Covid-19 spôsobili prepád počtu prenocovaní o viac ako 65 %.

### **Sociálno-kultúrne faktory**

Demografické faktory vplývajú na cestovný ruch priamo, čo znamená, že obyvateľstvo sa zúčastňuje cestovného ruchu v závislosti od dosiahnutého stupňa blahobytu. Demografické zmeny sú v poslednom období nepopierateľné na globálnej úrovni, no ich prejavy zaznamenávame aj na Slovensku.

### ***Počet trvale žijúceho obyvateľstva***

Počet trvale žijúceho obyvateľstva na území SR kontinuálne rástol od roku 2012 do roku 2020 indexom 1,0103, súčasne konštatujeme rovnomerné medziročné prírastky počtu obyvateľov. V roku 2020 počet obyvateľov dosiahol úroveň 5 460 136, čo je o 55 814 obyvateľov viac ako na začiatku sledovaného obdobia. Pozitívny rastúci trend bol v roku 2020 zastavený a sprevádzaný poklesom o vyše 29 000 (0,53%) trvalo žijúcich obyvateľov v roku 2022. Tento stav je možné sčasti pripísať pandémií, ktorá spôsobila zvýšený počet úmrtí, no aj nízkej pôrodnosti. V roku 2020 počet obyvateľov dosiahol úroveň 5 460 136, čo je o 55 814 obyvateľov viac ako na začiatku sledovaného obdobia. Pozitívny rastúci trend bol v roku 2020 zastavený a sprevádzaný poklesom o vyše 29 000 (0,53%) trvalo žijúcich obyvateľov v roku 2022. Tento stav je možné sčasti pripísať pandémií, ktorá spôsobila zvýšený počet úmrtí, no aj nízkej pôrodnosti.

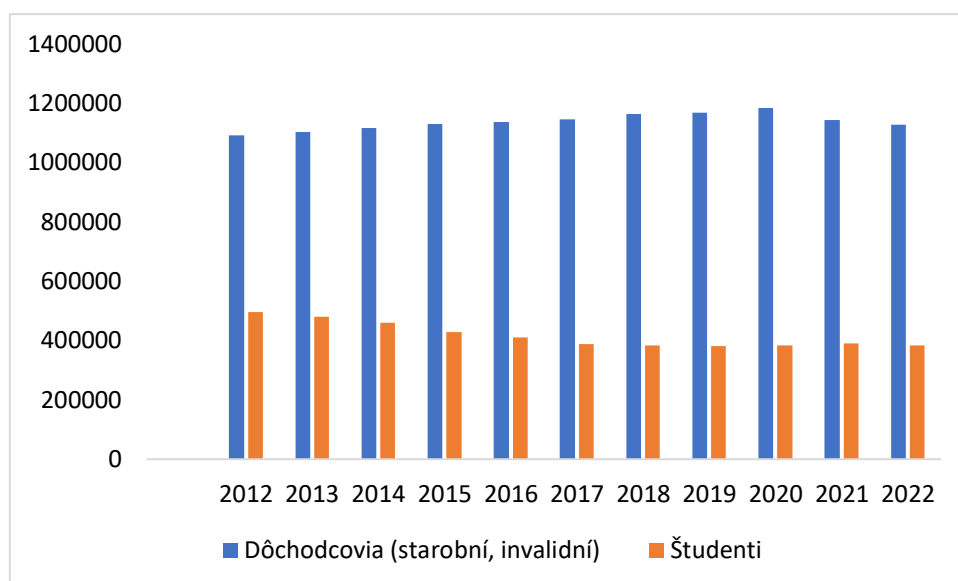


Graf 4 Vývoj počtu trvale žijúceho obyvateľstva

Zdroj: vlastné spracovanie podľa ŠÚ SR 2023

### Počet dôchodcov a počet študentov

Za mega trend tohto storočia je označovaný rastúci počet seniorov. Kontinuálny rast sledujem v období 2012 – 2020, kedy bolo na Slovensku celkovo 1,18 mil. dôchodcov, čo zodpovedá nárastu o 8,5 %.



Graf 5 Vývoj počtu dôchodcov a počtu študentov

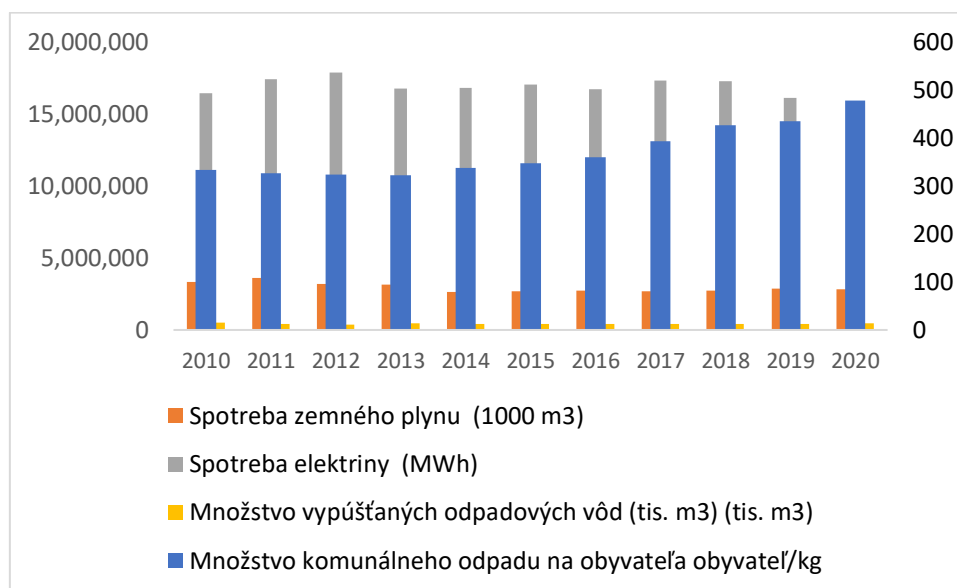
Zdroj: vlastné spracovanie podľa ŠÚ SR 2023

Kontinuálny rast sledujem v období 2012 – 2020, kedy bolo na Slovensku celkovo 1,18 mil. dôchodcov, čo zodpovedá nárastu o 8,5 %. Mierny pokles v rokoch 2021 a 2022 bol spôsobený pandémiou Covid-19. Počet dôchodcov dosiahol úroveň z roku 2015, kedy bolo na Slovensku 1,12 mil. dôchodcov. Predpokladá sa, že v nasledujúcom období bude rastúci trend počtu dôchodcov pokračovať, čo si vyžiada zmeny v štruktúre produktov v nadväznosti na požiadavky tohto segmentu. Opačný vývojový trend evidujeme u počtu

študentov, ktorí sú ochotní cestovať, no nemajú dostatok zdrojov na pokrytie nákladov súvisiacich s prenocovaním. V období 2012 – 2022 došlo k poklesu počtu študentov o takmer 23 %, na úroveň 383 300.

### Environmentálne faktory

Cestovný ruch sa dá označiť ako činnosť vyčerpávajúca prírodné zdroje. Doprava v rámci cestovného ruchu vytvára skleníkové plyny, využíva zásoby sladkej vody a tiež prispieva k neudržateľnej spotrebe potravín. Na druhej strane cestovný ruch má možnosť prispievať k zvyšovaniu povedomia o kultúre, environmentálnych hodnotách, napomáha udržateľnosti cestovného ruchu financovaním chránených oblastí a zvyšovaním ich ekonomických hodnôt a všeobecného významu.



Graf 6 Vývoj úrovne environmentálnych indikátorov

Zdroj: vlastné spracovanie podľa ŠÚ SR 2023

Alarmujúci je stav množstva komunálneho odpadu, ktorý v prepočte na 1 obyvateľa v období 2010 – 2020 rástol indexom 1,4361. Tento fakt by mali premietnuť do prijímaných opatrení aj poskytovatelia služieb cestovného ruchu a zvýšiť úroveň separácie odpadu. U ostatných sledovaných environmentálnych indikátorov bol zaznamenaný klesajúci trend vývoja. Spotreba elektriny klesla indexom 0,9340, spotreba zemného plynu klesla indexom 0,8433. Množstvo vypúšťaných odpadových vôd sa znížilo o vyše 9 %. Tento klesajúci trend je pozitívnym signálom udržateľného rozvoja.

### Záver

Slovensko, tak ako iné krajiny, čelí výzve posilňovať a zlepšovať rozvoj cestovného ruchu v záujme zabezpečenia dlhodobej konkurencieschopnosti tohto odvetvia. Informácie o vývoji faktorov dopytu po cestovnom ruchu, sú kľúčové pre všetkých aktérov cestovného ruchu. Význam majú pre subjekty, ktoré plánujú rozvoj cestovného ruchu, no dôležité sú pre každého, kto je jeho súčasťou. Dôvodom pre analýzu dopytu cestovného ruchu, môže byť predpoveď jeho smerovania a snaha, o znížovanie rizika pri tvorbe stratégie cestovného ruchu, vyvažovanie ponuky s dopytom v destináciách, alebo lepšie chápanie správania

© Published by Journal of Global Science.

This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited. The moral rights of the named author(s) have been asserted.

návštevníkov a trhu cestovného ruchu. Príspevok sa zameriava na faktory dopytu cestovného ruchu s cieľom zhodnotiť vývoj vybraných indikátorov za poslednú dekádu na národnej úrovni. Konštatujeme najvýraznejšie zmeny u indikátorov odrážajúcich demografické zmeny. Rastúci podiel seniorov na cestovnom ruchu vyvolá tlak na inovácie, či na rozšírenie ponuky produktov zohľadňujúcej ich preferencie (kúpeľný, liečebný cestovný ruch, pútnický cestovný ruch, kultúrno-poznávací cestovný ruch), aj keď je zrejmé, že úroveň dopytu tohto segmentu bude ovplyvňovaná výškou dôchodkov a infláciou. Klesajúci počet študentov predstavuje výzvu pre všetky zúčastnené strany aby potenciál mladých ľudí, ich ochota cestovať priniesla požadované efekty. V snahe o udržateľný rozvoj je nutné zvýšiť úroveň separácie komunálneho odpad. Úroveň spotreby produktov CR však bude aj naďalej ovplyvňovať výška nominálnej mzdy. Rozvoj odvetvia cestovného ruchu okrem ponuky závisí aj od poznania determinantov dopytu, pričom udržateľný CR vychádza z rovnováhy medzi základnými piliermi: sociálnym, ekonomickým a environmentálnym.

### Zoznam bibliografických odkazov

1. Ali, A. (2018). Travel and tourism: Growth potentials and contribution to the GDP of Saudi Arabia. *Problems and Perspectives in Management*, 16(1), 417-427. doi:10.21511/ppm.16(1).2018.39.
2. Ana, M. I. (2017). Tourism Industry in the New Europe: Trends, Policies and Challenges. In *Proceedings of the 11th International Conference on Business Excellence – Strategy, Complexity and Energy in Changing Times*, 11(1), 493–503. Warsaw: De Gruyter Poland. <https://doi.org/10.1515/Picbe-2017-0053>.
3. Baum, T. & S. Lundtorp. (2011). *Seasonality in Tourism: Issues and Implications*. Chapter 2 (Butler, R.. W.), s. 5-18, ISBN 978-0-08-043674-6.
4. Biloveský, E. (2019). *Poptávkové megatrendy v oblasti cestovného ruchu – rešerše zahraničných štúdií*. Masarykova univerzita. Brno: MUNI ECON. [online]. [cit. 2.3.2021]. Dostupné z: <https://is.muni.cz/th/zy71o/Eduard-BILOVESKY-FINAL.pdf>
5. Buckley, R. CH., Scott, D., Gretzel, U. & Weaver, D. B. (2015). *Tourism Megatrends*. In: *Tourism Recreation Research*. Roč. 40. č. 1. s. 59-67. ISSN 2320-0308.
6. Bunghez, C. L. (2016). The importance of tourism to a destination's economy. *Journal of Eastern Europe Research in Business & Economics*, 1-9. doi:10.5171/2016.143495.
7. Cavagnaro, E., Postma, A. & Staffieri, S. (2018). Understanding millennials' tourism experience: values and meaning to travel as a key for identifying target clusters for youth (sustainable) tourism. *Journal of Tourism Futures*, 4(1), 31-42. doi:10.1108/JTF-12-2017-0058.
8. Cooper, C. P., Fletcher, J., Gilbert, D. G. & S. Wanhill. (1998). *Tourism: Principles and practice*. 2. vyd. Harlow: Logman, 530 s. ISBN 0582312736.
9. Fedorko, R., Bačík, R. & Keruľová, V. (2017). The analysis on the importance of the reputation management in relation to e-commerce subjects. *Polish Journal of Management Studies*, 15(1), 48-56. doi: 10.17512/pjms.2017.15.1.05.
10. Fennell, D.A. (2021). Technology and the sustainable tourist in the new age of disruption. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(5), 767–773. doi:10.1080/09669582.2020.1769639.
11. Gavurová, B., Bačík, R., Fedorko, R., Nastišin, L. (2018). *The customer's brand experience in the light of selected performance indicators in the social media environment*. In: *Journal of Competitiveness*. Roč. 10, č. 2, s. 72 – 84. ISSN 1804- 1728.
12. Ghaderi, Z., Saboori, B. & Khoshkam. (2017). *Does security matter in tourism demand?*. In: *Current Issues in Tourism*, Roč. 20, č. 6, s. 552-562. ISSN 1747-7603.
13. Gučík, M. (2010). *Cestovný ruch – úvod do štúdie*. Banská Bystrica: Slovak-Swiss tourism, 308s. ISBN 978-80-89090-80-8.

14. Gučík, M. (2020). *Cestovný ruch v ekonomike a spoločnosti*. Bratislava: Wolters Kluwer a. s., 456 s. ISBN 978-80-571-0273-1.
15. Hengyun, L., Goh, C., Hung, K. & L. J. Chen. (2018). *Relative Climate Index and Its Effect on Seasonal Tourism Demand*. In: Journal of Travel Research, Roč. 57, č. 2, ISSN: 1552-6763.
16. Jeon, M. M., Kang, M. M. & E. Desmarais. (2016). *Residents' perceived quality of life in a cultural-heritage tourism destination*. In: Applied Research in Quality of Life, Roč. 11, s. 105–123. ISSN 1871-2584.
17. Kajzar, P., Kostková, M., & Pellešová, P. (2020). Results of Questionnaire Survey among Selected Tourism Enterprises and their Reflection on Trends in Tourism in the Moravian-Silesian Region. *Journal of Environmental Management and Tourism*, 11(2), 236–249.
18. Kostková, M., Pellešová, P., & Kajzar, P. (2022). TRENDS IN THE CATERING AND ACCOMMODATION BUSINESS IN THE MORAVIAN SILESIA REGION. *E+M Ekonomie a Management*, 25(1), 195-207. doi:<https://ezproxy.pulib.sk:2350/10.15240/tul/001/2022-1-012>.
19. Latifian, N., Madahi, S. M. & M. Mabhout. (2018). *Providing a model to analyze the impact of tourism development on sustainable economic growth: comparison of European developed and Asian developing countries*. In: National academy of managerial staff of culture and arts herald. Roč. 1, č. 2, s. 221-228. ISSN 2409-0506.
20. Lenzen, M., Sun, Y. Y., Faturay, F., Ting, Y. P., Geschke, A. & Malik, A. (2018). The carbon footprint of global tourism. *Nature Climate Change*, 8(6), 522–528. doi:10.1038/s41558-018-0141-x.
21. Lisý, J. (2016). *Ekonomía. 1. vyd.* Praha: Wolters Kluwer, a. s., 624 s. ISBN 978-80-7552-275-7.
22. Lojano Chapa, P. M., Benenaula Lojano, J. F. & Gomez Ceballos, G. P. (2023). Tecnología e Innovación en Destinos Turísticos Inteligentes. Caso Cuenca, Ecuador. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 21(1), 195-212. doi: 10.25145/J.PASOS.2023.21.013.
23. Luekveerattana, R. (2018). Key factors affecting of tourists' decisions to stay at environmental friendly hotels. *Polish Journal of management Studies*, 17(2), 148 -157. doi:10.17512/pjms.2018.17.2.13.
24. Mala, V. (1999). *Cestovní ruch (vybrané kapitoly)*. Praha: VŠE, ISBN 80-7079443-7.
25. OECD. (2018). *Tourism Trends and Policies 2018*. Paris: OECD Publishing
26. Ozdemir, C. & M. Yolal. (2017). *Cross-cultural tourist behavior: An examination of tourists' behavior in guided tours*. In: Tourism and Hospitality Research, Roč. 17, č.3, s. 314–324. ISSN 1467-3584.
27. Mirčetić, V., Vukotić, S. & Cvijanović, D. (2019). The Concept of Business Clusters and its Impact on Tourism Business Improvement. *Economics of Agriculture*. 66(3), 851-868. doi:10.5937/ekoPolj1903851M.
28. Pauhofová, I., Stehlíková, B., Kljičnikov, A. & A. Androniceanu. (2018). *Spatial and sectoral conditionality of the average monthly nominal wage in the Slovak Republic*. In: Transformations in Business and Economics. Roč. 17, č. 3, s. 155 – 168. ISSN 1648-4460.
29. Reinhold, S., Laesser, Ch. & Beritelli, P. (2018). The 2016 Consensus on Advances in Destination Management. *Journal of Destination Marketing and Management*, 8(2), 426-431. doi:10.1016/j.jdmm.2017.03.001
30. Rigelsky, M., Gavurova, B. & Nastisin, L. (2022). Knowledge and Technological Innovations in the Context of Tourists' Spending in OECD Countries. *Journal of Tourism and Services*, 25(13), 176-188. doi:org/10.29036/jots.v13i25.460
31. Rodrigues, P. M. M. & Ramos C. M. Q. (2014). *Tourism demand modelling and forecasting: an overview*. Roč. 2, č.2, s. 326-327. ISSN 2357-8211
32. Roman, M. & A. Niedziółka. (2020). *Spatial Diversity of Tourism in the Countries of the European Union*. In: Sustainability, Roč. 12, č.7, s. 2713. ISSN 2071-1050.
33. Schänzel, H., Yeoman, I. & E. Backer. (2012). *Family Tourism: Multidisciplinary Perspectives*. s. 224. ISBN 978-1845413262.

34. Slovak Business Agency (SBA). (2020). *Postavenie MSP v cestovnom ruchu s ohľadom na súčasný vývoj v odvetví*. Bratislava: SBA. Retrieve February 13, 2023, from: <http://www.sbagency.sk/analyzy-slovenskeho-podnikatelskeho-prostredia#.YE9gBdw1UdU>
35. Sokhanvar, A. (2019). Does foreign direct investment accelerate tourism and economic growth within Europe? *Tourism Management Perspectives*, 29, 86-96. doi:10.1016/j.tmp.2018.10.005.
36. Stanic, M. & Vujić, T. (2016). *Turizam kao faktor ekonomskog razvoja*. In: Uloga i značaj turizma u privrednom rastu i razvoju. Bijeljina: Univerzitet Sinergija. s. 14-20. ISSN 2490-3825.
37. Štefko, R., Vašaničová, P., Litavcová, E. & Jenčová, S. (2018). Tourism Intensity in the NUTS III Regions of Slovakia. *Journal of Tourism and Services*, 9(16), 45-59. doi:10.29036/jots.v9i16.43
38. Taizeng, R., Muhlis, C., Sudharshan, R. P., Jianchun, F. & Wanshan, W. (2019). The Impact of Tourism Quality on Economic Development and Environment: Evidence from Mediterranean Countries. *Sustainability*, 11(8), 2296. doi:10.3390/su11082296
39. Teng, Y., Cox, A. & I. Chatziantoniou. (2021). *Environmental degradation, economic growth and tourism development in Chinese regions*. In: Environmental Science and Pollution Research. Roč. 28. č. 8. s. 1-13. ISSN 1614-7499.
40. Tüzemen, D. (2017). *A New Estimate of the Natural Rate of Unemployment*. Macro Bulletin, Federal Reserve Bank of Kansas City
41. Vaneste, D., Tudorache, P., Teodoroiu, F. & T. Steenberghen. (2017). *The impact of the 2016 terrorist attacks in Brussels on Tourism*. In: Belgian Journal of Geography. Roč. 2017, č. 4. ISSN 2294-9135.
42. Veiga, C., Águas, P., Santos, M. C. & Santos, J. A. C. (2017). Are millennials transforming global Tourism? Challenges for destinations and companies. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 9(6), 603-616. doi: 10.1108/WHATT-09-2017-0047
43. Wall, G. & A. Mathieson. (2006). *Tourism: change, impacts, and opportunities*. 2. vyd. New York: Pearson Prentice Hall, s. 22, ISBN 978-0-130-99400-4.
44. World Health Organization (WHO). (2019). *Life expectancy and Healthy life expectancy*. [online]. Dostupné z: <http://apps.who.int/gho/data/view.main.SDG2016LEXREGv?lang=en>.