

Mendelova univerzita v Brně
Provozně ekonomická fakulta

Dopad oslabení koruny na cestovní ruch v ČR

Bakalářská práce

Vedoucí práce:

Ing. Sylvie Formánková, Ph.D.

Ivo Liškutín

Brno 2019

Děkuji mému vedoucímu paní Ing. Sylvii Formánkové, Ph.D. za rady a připomínky při vedení mé práce. Zároveň chci poděkovat cestovním kancelářím a jejich manažerům, kteří mi věnovali svůj čas a podíleli se svými názory a postřehy na mé práci.

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že jsem tuto práci: **Dopad oslabení koruny na cestovní ruch v ČR** vypracoval/a samostatně a veškeré použité prameny a informace jsou uvedeny v seznamu použité literatury. Souhlasím, aby moje práce byla zveřejněna v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb., o vysokých školách ve znění pozdějších předpisů, a v souladu s platnou *Směrnicí o zveřejňování vysokoškolských závěrečných prací*.

Jsem si vědom/a, že se na moji práci vztahuje zákon č. 121/2000 Sb., autorský zákon, a že Mendelova univerzita v Brně má právo na uzavření licenční smlouvy a užití této práce jako školního díla podle § 60 odst. 1 Autorského zákona.

Dále se zavazuji, že před sepsáním licenční smlouvy o využití díla jinou osobou (subjektem) si vyžádám písemné stanovisko univerzity o tom, že předmětná licenční smlouva není v rozporu s oprávněnými zájmy univerzity, a zavazuji se uhradit případný příspěvek na úhradu nákladů spojených se vznikem díla, a to až do jejich skutečné výše.

V Brně dne 2. ledna 2019

Abstract

Liškutín, I. The impact of the currency depreciation on the Czech tourism. Bachelor thesis. Brno: Mendel University, 2019.

The aim of the bachelor thesis is analyses impact of currency intervention on tourism, especially on travel agencies. Based on the analysis of secondary data and qualitative research in the form of managed interviews with travel agents, proposed recommendations for travel agents, which they can use for future exchange rate changes. Analyses and interviews showed that despite the weakening of the crown and overall lower number of passengers, travel agencies were to respond to changes and increase sales. One of the most significant negative factors for them was that the intervention was unexpected and therefore did not calculate the higher price. Comparisons were used in the Czech Republic and Switzerland. The results showed that due to the measures implemented in Switzerland, the drops in demand did not show up.

Keywords

Tourism, currency intervention, incoming and outgoing tourism, domestic tourism, travel agency

Abstrakt

Liškutín, I. Vliv oslabení koruny na domácí cestovní ruch. Bakalářská práce. Brno: Mendelova univerzita, 2019.

Cílem bakalářské práce je vyhodnocení dopadů měnové intervence na cestovní ruch, zejména na cestovní kanceláře. Na základě analýzy sekundárních dat a kvalitativního výzkumu formou řízených rozhovorů se zástupci cestovních kanceláří, je navrženo doporučení pro cestovní kanceláře, které v případě budoucích kurzových změn, mohou využít. Z provedené analýzy a rozhovorů vyplynulo, že cestovní kanceláře i navzdory oslabení koruny a celkovému menšímu počtu cestujících, dokázaly reagovat na změny a zvyšovaly tržby. Jeden z nejvýznamnějších negativních faktorů pro ně byl, že intervence byla nečekaná a tudíž nekalkulovaly s vyšší cenou. V rámci práce byla provedena komparace v České republice a ve Švýcarsku. Z výsledků vyplynulo, že díky opatřením, které ve Švýcarsku provedly, se propady v poptávce neprojevíly.

Klíčová slova

Cestovní ruch, měnová intervence, příjezdový a výjezdový cestovní ruch, domácí cestovní ruch, cestovní kancelář

Obsah

1	Úvod	14
2	Cíl práce a metodika	15
2.1	Cíl práce.....	15
2.2	Metodika	15
3	Literární přehled	17
3.1	Ekonomické aspekty cestovního ruchu	17
3.2	Typy cestovního ruchu dle místa realizace.....	18
3.3	Typy cestovního ruchu dle vztahu k platební bilanci	19
3.4	Monitoring cestovního ruchu.....	20
3.5	Kroky a důvody zásahu České národní banky do ekonomiky.....	23
3.6	Dopady devizové intervence v ekonomice	24
3.7	Vývoj cestovního ruchu před intervencí.....	27
3.8	Devizová intervence ve Švýcarsku.....	28
3.8.1	Švýcarsko a měnová politika	29
3.8.2	Domácí cestovní ruch ve Švýcarsku za období 2014 a 2015.....	31
3.8.3	Příjezdový cestovní ruch za období 2014 a 2015.....	32
3.8.4	Shrnutí.....	32
4	Výsledky	34
4.1	Výchozí předpoklad.....	35
4.2	Výjezdový a domácí cestovní ruch v letech 2012 až 2015.....	35
4.3	Příjezdový cestovní ruch za období 2012 až 2015	39
4.4	Shrnutí	41
4.5	Elasticita výjezdů při změně kurzu.....	41
4.6	Dopad oslabení koruny na cestovní kanceláře dle typu zájezdů	43
4.6.1	Cestovní kanceláře zaměřující se na výjezdový cestovní ruch	44
4.6.2	Cestovní kanceláře zaměřující se na domácí cestovní ruch.....	46
4.7	Kvalitativní výzkum formou rozhovorů	48
4.7.1	Cestovní kancelář TILIA s.r.o.....	48

Obsah	10
4.7.2 Cestovní kancelář ATIS s.r.o.....	49
4.7.3 Cestovní kancelář ADVENTURA s.r.o.....	50
4.8 Doporučení cestovním kancelářím v případě budoucí intervence	51
5 Diskuze	53
6 Závěr	55
7 Literatura	56
A Seznam otázek pro cestovní kanceláře	
B Strukturovaný rozhovor s cestovní kanceláří Tilia s.r.o.	
C Rozhovor s cestovní kanceláří Atis s.r.o.	
D Rozhovor s cestovní kanceláří Adventura s.r.o.	

Seznam obrázků

Obr. 1	Turismus dle místa realizace	19
Obr. 2	ČNB Kurz koruny a závazek ČNB.	24
Obr. 3	Vývoj devizových rezerv ČNB v mil. CZK.	26
Obr. 4	Příjmy z cestovního ruchu v letech 1993-2013 (nominálně v mld. korun na levé ose v y/y% na pravé ose) Zdroj: ČSÚ	27
Obr. 5	Výdaje z cestovního ruchu v letech 1993-2013 (nominálně v mld. korun na levé ose, y/y % na pravé ose) Zdroj: ČSÚ	28
Obr. 6	Směnný kurz euro/frank po uvolnění franku Švýcarskou národní bankou. Zdroj: Reuters	29
Obr. 7	Hodnota franku oproti jiné zahraniční měně. Zdroj: Swiss Tourism (2016)	30
Obr. 8	Příjezdový cestovní ruch ve Švýcarsku	32
Obr. 9	Výchozí předpoklad Zdroj: Vlastní práce	35
Obr. 10	Nejnavštěvovanější destinace českých turistů	38
Obr. 11	Nejnavštěvovanější destinace českých turistů	39
Obr. 12	Logo cestovní kanceláře TILIA s.r.o. Zdroj: www.ck-tilia.cz	49
Obr. 13	Logo společnosti ATIS a.s. Zdroj: www.atis.cz	50
Obr. 14	Logo společnosti ADVENTURA s.r.o. Zdroj: www.adventura.cz	50

Seznam tabulek

Tab. 1	Ilustrační statistika – Návštěvnost Kalových Varů v 19. století	21
Tab. 2	Ilustrační statistika – Příjmy z cestovního ruchu pro platební bilanci v mil. Kč	21
Tab. 3	Makroekonomické ukazatele	25
Tab. 4	Devizové obchody, které ČNB uzavřela.	26
Tab. 5	Srovnání devizových intervencí v České republice se Švýcarskou	30
Tab. 6	Počty cest rezidentů v mil.	31
Tab. 7	Počty cest Švýcarských rezidentů	31
Tab. 8	Počet celkových cest českých rezidentů a následné rozdělení	36
Tab. 9	Počty cest v ČR	36
Tab. 10	Počty cest v cizině	37
Tab. 11	Průměrné výdaje na jednu cestu českých rezidentů v tuzemsku v Kč	37
Tab. 12	Průměrné výdaje na jednu cestu českých rezidentů v zahraničí v Kč	37
Tab. 13	Počty příjezdů zahraničních turistů do ČR v mil.	40
Tab. 14	Typy nerezidentů	40
Tab. 15	Průměrné výdaje zahraničních návštěvníků v ČR v Kč	41
Tab. 16	Platební bilance za rok 2012 až 2015 v mld. Kč	41
Tab. 17	Cestovní kanceláře zaměřující se na výjezdový cestovní ruch -1. část (v Kč)	44
Tab. 18	Cestovní kanceláře zaměřující se na výjezdový cestovní ruch - 2. část (v Kč)	45

Tab. 19	Cestovní kanceláře zaměřující se na domácí cestovní ruch - 1. část (v Kč)	46
Tab. 20	Cestovní kanceláře zaměřující se na domácí cestovní ruch - 2. část v (Kč)	47
Tab. 21	Shrnutí výsledků rozhovorů	50

1 Úvod

Cestovní ruch patří u nás i ve světě ve 21. století k jednomu z nejdynamičtějších a nejrychleji se rozvíjejících ekonomických odvětví. Díky cestovnímu ruchu je možné získat nové znalosti, dovednosti, seznámit se s odlišnou kulturou, s jejich zvyky a obyčejí. V historické souvislosti se důvody cestovního ruchu značně lišily. Zpočátku se lidé přesunovali za lepšími podmínkami k životu. Do oblastí úrodné půdy, z náboženských důvodů nebo byli nuceni oblast opustit z vojensko-politických důvodů. (Šauer, 2015). Pro některé národy se cestování stalo životním stylem. Sem patří především kočovné kmeny, které se z důvodu hledání nových pastvin přemísťují spolu se stády dobytka, přičemž hranice státu pro ně nejsou překážkou (Beránek, 2016).

V současnosti má trvalé místo ve společenském i hospodářském životě mnohých zemí světa, Českou republiku nevyjímaje. Významným způsobem se podílí na poklesu nezaměstnanosti, na rozvoji dopravní i technické infrastruktury. Dále se podílí na zlepšení kvality ubytovacích a stravovacích jednotek a také na utváření přírody a krajiny. (Krulová, 2013). Každý rok se cestovního ruchu účastní miliony lidí, kteří se během dovolené a víkendů chtějí nejen odpočinout, ale také něco zažít, poznat a dozvědět se. K naplnění očekávání z cestovního ruchu napomáhají kromě jiného hlavně služby cestovního ruchu, jejichž sortiment a kvalita patří k nejvýznamnějším faktorům ovlivňující spokojenost zákazníka (Franke a kol., 2013).

Cestovní ruch je kategorií, která se nachází pod silným vlivem ekonomiky. Může být chápán jako zvláštní masová forma cestování, ale i jako činnost spojená s organizací a uskutečnění samostatného cestování. Základní rysy cestovního ruchu lze spatřovat v dočasnosti změny místa stálého bydliště, nevýdělečnému charakteru cesty a pobytu a tvorbě vztahů mezi lidmi, které cestovní ruch vyvolává (Beránek, 2016).

Cestovní ruch tvoří v současné době významnou složku života nás všech a vzhledem k rostoucímu volnému času a zlepšování životní úrovně, se vyvíjí i on sám.

Ke konci roku 2013 Česká Národní Banka uměle oslabila korunu a tím zasáhla do české ekonomiky. Svým zásahem ovlivnila různé odvětví, cestovní ruch nevyjímaje. Tato práce se zaměřuje na dopady měnového závazku vůči cestovnímu ruchu v České Republice.

2 Cíl práce a metodika

2.1 Cíl práce

Cílem bakalářské práce je zjistit, zdali měnová intervence měla dopad na cestovní ruch v České republice, zejména na cestovní kanceláře. Na základě analýzy je poté navrženo doporučení, které cestovní kanceláře mohou využít v případě budoucích kurzových změn. Dílčím cílem je komparace kurzových změn v České republice a ve Švýcarsku se zaměřením na cestovní ruch.

2.2 Metodika

Bakalářská práce je rozdělena do několika hlavních částí a to na literární přehled, výsledky, diskuzi a závěr.

Literární rešerše obsahuje různé pohledy na ekonomické aspekty cestovního ruchu a jeho zařazení z hlediska české i odborné literatury. Jsou zde vysvětleny pojmy, se kterými se dále pracuje. Jedná se o definování domácího a zahraničního ruchu a dále podrobnějšího rozdělení na výjezdový a příjezdový cestovní ruch. V další části literární rešerše jsou popsány důvody, které ČNB vedly k oslabení koruny.

Pro dosažení hlavního cíle je použit jak kvantitativní, tak i kvalitativní výzkum. V rámci šetření dopadu měnové intervence obecně na cestovní ruch v ČR jsou v práci analyzována data, ze statistického úřadu. Pro výjezdový cestovní ruch jsou vyhodnoceny ukazatele, jako počty cest do zahraničí s rozdělením na krátké a dlouhé a průměrné výdaje na cestu. Pro příjezdový cestovní ruch tyto data nejsou k dispozici, ale ministerstvo pro místní rozvoj poskytuje také relevantní údaje k určení změny poptávky. Jsou to ukazatele jako typ cest zahraničních turistů a kategorie návštěvníka. Tyto ukazatele jsou sledovány v období před, během a po intervenci.

Další metoda, která je zahrnuta v práci, je použití matematického modelu k určení elasticity poptávky v závislosti na změně kurzu. Pro výpočet elasticity se vychází z následujícího vzorce (Macáková, 2003).

$$E_{dp} = \frac{\%Q}{\%P}$$

E_{dp} = koeficient cenové elasticity poptávky

$\%Q$ = procentuální změna poptávaného množství

$\%P$ = procentuální změna ceny

Modifikovaný vzorec bude vypadat následovně:

$$E_d = \frac{\frac{Z_{2013}}{Z_{2014}}}{\frac{K_{2013}}{K_{2014}}} = \frac{\%Z}{\%K}$$

E_d = elasticita poptávky

Z = počet cest

K = hodnota kurzu

$\%Z$ = procentuální změna v počtu cest

$\%K$ = procentuální změna v hodnotě koruny

Dílčím cílem byla komparace dopadu měnových změn v České republice a ve Švýcarsku. Švýcarsko bylo zvoleno z důvodu, že byla srovnána vyspělejší ekonomika s Českou republikou.

V rámci šetření dopadů bankovních intervencí na cestovní kanceláře, je v práci vytvořen soubor tabulek, kde na základě údajů z účetních závěrek a výročních zpráv je sledován a vyhodnocen vývoj podniků před, během a po intervenci. Analýza je provedena u 20 cestovních kanceláří, které jsou rozděleny dle typu zájezdů, a to na cestovní kanceláře soustředující se pouze na zahraniční cestovní ruch a na skupinu, která se soustředí i na domácí cestovní ruch. U podniků je pozorován vývoj tržeb, výkonová spotřeba, zisk z prodeje a hospodářský výsledek.

Jako nástroj kvalitativního výzkumu byl použit strukturovaný rozhovor s majiteli nebo jednatelem cestovních kanceláří. K práci byly osloveny 3 cestovní kanceláře. Dvě z nich se soustředí na výjezdový cestovní ruch a jedna na domácí cestovní ruch. Seznam obsahuje 5 otevřených otázek týkající se intervencí a dopadů v podniku. Rozhovory jsou využity pro celkové vyhodnocení dopadu intervencí u cestovních kanceláří.

Na základě analýzy ze sekundárních dat a strukturovaných rozhovorů je vytvořeno doporučení a opatření, které cestovní kanceláře mohou využít v případě nenadálé kurzové změny v budoucnu.

3 Literární přehled

3.1 Ekonomické aspekty cestovního ruchu

Cestovní ruch je v současné době na národní i regionální úrovni významnou ekonomickou činností s velmi příznivým dopadem na nezaměstnanost a růst HDP. Jde o heterogenní průřezové odvětví, které je z národohospodářského hlediska obtížně zařaditelné, jelikož prolíná a zasahuje do několika odvětví ekonomiky. Nejedná se o ekonomicky a statisticky uzavřené odvětví jako je tomu například u jiných odvětví, jako je například zemědělství nebo průmyslová výroba (Palatková M., 2011).

Jiný přístup má Krulová (2013), která chápe cestovní ruch převážně jako samostatnou oblast národního hospodářství. Spatřuje postavení v národním hospodářství zejména díky následujícím bodům:

- Významně se podílí na struktuře výdajů obyvatelstva
- Ve vztahu cestovního ruchu k odvětvové struktuře národního hospodářství
- Významně působí na rozvoj územního celku
- V globálních dopadech na národní hospodářství
- V multiplikovaných účincích cestovního ruchu na národní ekonomiku

Hesková M., (2006) říká, že žádná dosavadní praxe v plném rozsahu nepotvrdila, že by cestovní ruch mohl být výlučně jediným determinantem rozvoje ekonomiky určitého státu, ale že cestovní ruch ve vzájemných vazbách multiplikačních efektů podmiňuje akceleraci rozvoje ekonomiky. Kvůli nelehkému sledování jeho ekonomických i neekonomických efektů a vlivů, bývá často toto odvětví ekonomicky a politicky nedoceno.

Šauer M., (2015) shrnuje řadu pozitivních ekonomických faktorů do následujících bodů:

- Slouží jako zdroj příjmů
Tržby v cestovním ruchu se řadí na čtvrté místo mezi hospodářské odvětví. Hned za odvětví obchodem s ropou, chemický průmysl a obchod s automobily. Ve většině případů se cestovní ruch řadí mezi pět nejvýznamnějších hospodářských odvětví státu. Podle mezinárodní organizace UNWTO¹ v roce 2016 představovali celkové příjmy 1260 miliard dolarů.
- Vytváří zaměstnanost
Dle WTTC² cestovní ruch generuje celkově 101 milionů pracovních míst. To je přibližně 3,4 % zaměstnanosti ve světě. WTTC odhaduje, že v roce 2023 bude podíl na celkové zaměstnanosti 9,9%. Tyto odhady jsou dány na

¹ UNWTO neboli World tourism organization je vedoucí mezinárodní organizací v oblasti cestovního ruchu se sídlem v Madridu.

² WTTC – World Travel and Tourism Council je světové sdružení pro cestovní ruch. Je složena z globální obchodní komunity a spolupracuje s vládami na zvyšování povědomí o cestovním ruchu.

základě skutečnosti, že cestovní ruch je odvětví s vysokou náročností na pracovní síly. Lidský faktor v oblasti cestovního ruchu je nejdůležitější složkou a nedá se nahradit, jako je tomu třeba v jiných odvětví výrobním faktorem. Další důležitý faktor je, že vytváří pracovní pozice bez velkých investic.

- Přispívá místním ekonomikám (obce, regiony)
Jeho vliv v daných regionech je podmíněn převážně atraktivitou přírodních a kulturně-historických podmínek, dále pak materiálně technickou základnou. (Malá a kol., 2002) vymezuje ekonomické dopady v podobě výdajů, daňových příjmů nebo různých poplatků. Dále to je vytváření podnikatelských a investičních příležitostí, zlepšení infrastruktury a služeb nebo podněcování ekonomických aktivit včetně místních řemesel.

Na cestovní ruch lze nahlížet ze dvou úhlů pohledu. Mikroekonomický pohled posuzuje cestovní ruch nepeněžními ukazateli. To jsou například počty návštěvníků, počet lůžek nebo přenocování. Makroekonomický pohled nahlíží na cestovní ruch v peněžních tocích mezi domácí a zahraniční ekonomikou, a tedy i to, zdali cestovní ruch generuje ztrátu nebo zisk (ČSÚ, 2012).

Globální pohled na cestovní ruch může mít i charakter přímých a nepřímých dopadů. Přímé dopady jsou ty, které jsou převážně generovány z výdajů účastníků cestovního ruchu. Lze je vyjádřit především v podílu cestovního ruchu na tvorbě hrubého domácího produktu, ve kterém je vyjádřen souhrnný dopad cestovního ruchu na ekonomiku nebo v devízových příjmech, které státu přináší příjezdový, aktivní cestovní ruch (Krulová, 2013).

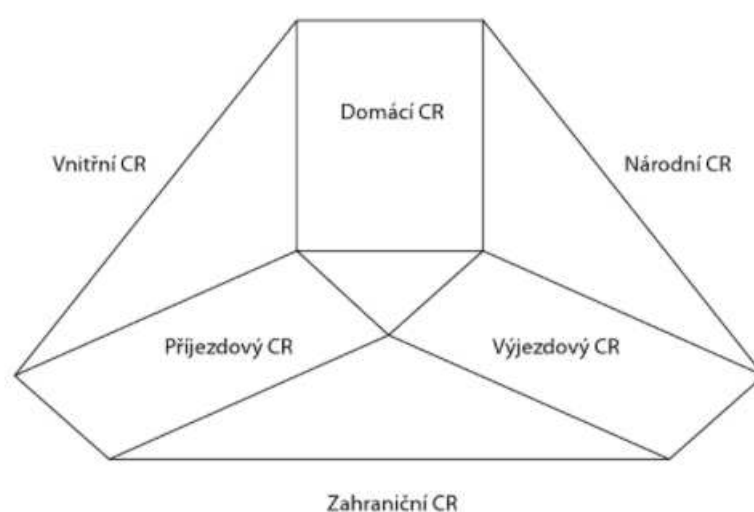
3.2 Typy cestovního ruchu dle místa realizace

Dle místa realizace rozlišujeme 3 typy cestovního ruchu (Palatková M., 2011).

1. **Domácí cestovní ruch** (*domestic tourism*) je turismus, který probíhá v dané destinaci, tedy turismus bez překročení „hranice“ daného státu. Zahrnuje aktivity rezidentů daného státu v rámci domácího turismu.
2. **Zahraníční cestovní ruch** (*foreign tourism*) je turismus, při kterém dochází k překročení hranic a může mít dvojí charakter.
 - 2.1. Výjezdový cestovní ruch (*outgoing tourism*) jedná se o turismus, kdy rezident dané země překročí hranice a vykonává aktivity spojené s turismem mimo vlastní stát.
 - 2.2. Příjezdový cestovní ruch (*incoming tourism*) je turismus, kdy zahraniční turisté přijíždí do cizí země a vykonávají aktivity spojené s cestovním ruchem.

V souvislosti s místem realizace a se vztahem účastníka turismu k dané zemi, Palatková M., (2011) popisuje další souhrnné pojmy:

- Vnitřní cestovní ruch – turismus, který probíhá na území dané země, zahrnuje tedy jak domácí turismu, tak příjezdový
- Národní cestovní ruch – veškerý turismus dané země, jedná se tedy o turismu jak výjezdový
- Mezinárodní cestovní ruch – jedná se o turismus, kdy dochází k překročení hranic. Zahrnuje pohyb účastníku turismu bez konkrétního teritoriálního určení.
- Světový cestovní ruch – jedná se o souhrn veškerého turismu všech zemí, a to buď příjezdového, nebo výjezdového.
- Cestovní ruch světa – turismus, který je realizovaný po celém světě, tedy souhrn domácího a zahraničního turismu



Obr. 1 Turismus dle místa realizace Zdroj: ČSÚ

3.3 Typy cestovního ruchu dle vztahu k platební bilanci

Odborné literatura se setkává s pojmem platební bilance cestovního ruchu. Podle Šauera M., (2015) se jedná o jednu z možností kvantitativně změřit význam cestovního ruchu pro daný stát. Bilance cestovního ruchu státu představuje vztah mezi hodnotou produktů, které se prodaly cizincům a hodnotou produktů, které koupilo domácí obyvatelstvo v cizině. Dle vztahu k platební bilanci rozlišuje stát turismus aktivní a pasívní.

Aktivní cestovní ruch

Zahrnuje příjezdy všech českých nerezidentů do České republiky. Příjezdový cestovní ruch má kladný vztah na platební bilanci státu a navyšuje ho. Podle Palatkové M., (2014) tento typ turismu má stejný dopad na platební bilanci jako export zboží a služeb, a proto někdy tedy bývá nazýván neviditelný export. Spotřeba je chápána jako celkový objem prostředků, které byly vydány na cestu do navštívené země nerezidentem. Patří sem tedy i výdaje, které byly uskutečněné ze své země. Napří-

klad platba za ubytování převodem, památky, doprava atp. Do příjezdového cestovního ruchu řadíme tři typy návštěvníka: *Turista, Jednodenní návštěvník, Tranzitující*.

Pasivní cestovní ruch

Zahrnuje výjezdy českých rezidentů, návštěvu a pobyt mimo tuzemsko za účelem rekreace nebo služební cesty. Pasivní cestovní ruch má záporný vliv na platební bilanci a snižuje ji. Tento typ turismu má stejný dopad jako import zboží a sužeb, bývá tedy také nazýván neviditelný/skrytý import (Palatková M., 2014).

3.4 Monitoring cestovního ruchu

Palatková M., (2011) definuje monitoring turismu jako proces sběru, třídění, zpracování a interpretaci dat, které odráží reálné procesy probíhající v ekonomice. Jak bylo řečeno, cestovní ruch je průřezovým odvětvím a z hlediska statistických šetření velice obtížně zachytitelný.

Ryglová (2006) rozděluje vývoj cestovního ruchu do čtyř etap:

- Prvopočátky cestovního ruchu (480 př. n. l. – 16 stol.)
- Začátky moderního cestovního ruchu (17. stol. – 19 stol.)
- Novodobý cestovní ruch (1945 – 1948 a 1949 – 1989)
- Současné období (po roce 1990)

Z historického hlediska zájem o cestování jednotlivců, či určitých skupin, za účelem rekreace, nebo za účelem poznání a zdravotních cest, byl již ve starověku. Toto tvrzení je doloženo řadou historických pramenů. Údaje o nich jsou spíše nahodilé, obecného charakteru, a zaměřené spíše na charakter cílového místa. Z hlediska kvantity počtů účastníků jsou nepodloženy (Franke a kol., 2012).

Na počátku středověku zájem o cestování v podstatě zaniká. Důvodem byly časté války a nemoci. Výjimkou byly náboženské cesty. (Pouť do svaté země či jiná poutní místa). K rozvoji cestovního ruchu dochází až v druhé polovině středověku. Cestování se stává součástí životního stylu šlechty nebo bohatých měšťanů a kupců. K rozvoji cestovního ruchu napomohl i vznik kvalitních map tehdy známého světa (Hesková a kol., 2006).

Podle Frankeho a kol. (2012) je rozvoj cestovního ruchu v pozdním středověku charakterizován zejména dvěma hlavními důvody, a to poznáváním a zdravotními důvody. Náboženské motivace k cestám nadále patřily, avšak jejich priorita klesá. Objevuje se v této epoše už i více informací o sledování cestovního ruchu. Jedná se však opět o prakticky obecné popisy místa, ojediněle jsou zapsány číselné informace.

První statistiky na území České republiky se objevují na začátku 18. století. Jedná se o údaje o počtu ubytovacích kapacit v oblasti německého Krušnohoří a Karlových Varů z roku 1715. Tato statistická informace je však ojedinělá. Ke skutečnému sledování informací o návštěvnosti dochází v 19. století a jsou převážně spjaty s lázeňstvím. Na území České republiky to jsou místa jako Teplice, Karlovy Vary, Mariánské lázně. Způsob sledování příjezdu hostu byl tvořen seznamem hos-

tů tzv. „Kurlistech“, kde bylo uvedeno jméno, bydliště hostů, datum příjezdů, povolání, datum odjezdu. Toto období je možné považovat za počátek kontinuální sledování návštěvnosti (Franke a kol., 2012).

Tab. 1 Ilustrační statistika – Návštěvnost Kalových Varů v 19. století

Rok	1800	1820	1850	1860	1869	1870	1873	1880	1890
Počet osob	744	1 648	6 638	9 289	21 737	13 911	31 674	26 440	34 286

Zdroj: Franke a kol, 2012

Monitoring cestovního ruchu v ČR

Hlavním institutem, který monitoruje cestovní ruch je Český statistický úřad, který spolupracuje s Eurostatem a s dalšími institucemi, jako jsou ČNB, MMR nebo Czech Tourism.

Sledování turismu v České republice prošel výraznou obměnou od 90. let. Ve 20. století po skončení první světové války se začal klást důraz na získávání více informací nejen náhodného či jednorázového typu. Toto období je proto označováno za etapu, kdy si subjekty zainteresované do cestovního ruchu uvědomují důležitost sběru a vyhodnocování dat o této aktivitě. V následující tabulce jsou znázorněny pozorované ukazatele v meziválečném období.

Tab. 2 Ilustrační statistika – Příjmy z cestovního ruchu pro platební bilanci v mil. Kč

Rok	1925	1926	1927	1928
Příjmy z cestovního ruchu	570	550	710	770
Příjmy z lázní	470	453	584	601
Praha	18	17	22	38
Ostatní doprava	48	39	53	66
Doprava	34	41	51	65

Zdroj: SMUTNÝ, J., 2010

Od roku 1995 podle směrnice Rady 95/57/ES o shromáždění statistických informací v oblasti turismu, došlo k upřesnění a mezinárodnímu sjednocení hodnocení statistik cestovního ruchu. V rozhodnutí jsou definovány základní pojmy, úprava zemního členění, a prováděcí pravidla pro postup při předávání údajů. Dochází tedy k jednotnému a srovnatelnému měření na mezinárodní úrovni.³

Palatková (2011) rozděluje monitoring turismu podle následujících kritérií:

- Statistický monitoring dle využití metody monitoringu
- Statistický monitoring turismu podle typu turismu
- Statistický monitoring podle předmětu sledování

Mezi hlavní statistické řady, které zpracovává ČSÚ v České republice od roku 2003, patří:

³ Dostupné z oficiálních webových stránek ministerstva pro místní rozvoj: www.mmr.cz

- **Kapacity ubytovacích zařízení**
Vychází od roku 2007 z ročního šetření zařízení z Registru ubytovacích zařízení. Od roku 2008 jsou kapacity sledovány společně se sledováním návštěvnosti v hromadných ubytovacích zařízení. Výsledky ČSÚ zveřejňuje jednou ročně. Kapacity jsou rozděleny regionálně, podle kategorie a třídy, doplňovány jsou i údaje o poskytovaných službách.
- **Statistická řada návštěvnosti ubytovacích zařízení**
Statistika, které sleduje počty příjezdů a přenocování v hromadných ubytovacích jednotkách podle národnosti, regionů, podle kategorie a třídy ubytovacích zařízení. Do statistik se řadí všechny osoby, které využijí ubytovací zařízení k přechodnému ubytování. Do statistik se však nepočítají osoby, které využívají ubytovacích služeb za účelem zaměstnání.
- **Domácí a výjezdový turismus**
Sleduje ČSÚ na základě měsíčního šetření v náhodně vybraném vzorku domácností. Dotazovány jsou osoby starší 15 let. Statistiky jsou publikovány čtvrtletně a výsledkem je kvantitativní přehled domácího výjezdového cestovního ruchu. Podle druhu dělíme na kratší, delší a služební cesty.
- **Činnost kulturních zařízení**
Sledována ve statistice kultury a přebírá statistiku prováděnou organizací NIPOS. Zaměřuje se na sledování počtů kapacit, organizovaných akcí, a to v zařízení jako je galerie, muzea, divadla, hvězdárny, památkové objekty atd. Statistický ukazatel sleduje počet návštěvnosti jako celek, bez rozdělení na domácí a zahraniční návštěvníky.

Statistický monitoring mezinárodního turismu

Mezi nejvýznamnější instituce, které provádí a zpracovávají cestovní ruch je UNWTO a WTTC, které spolupracují s dalšími organizacemi, jako jsou OSN, nebo Eurostat.

(Palatková, 2014) je z hlediska klasifikace dělí následovně:

- Mezinárodní mezivládní organizace s turismem jako hlavní náplní
UNWTO – World Tourism Organization
ETC – European Travel Commission
- Mezinárodní mezivládní organizace s turismu, který řeší i jiné sektory než turismus
OECD – (*Organisation for Economic Co-operation*)
OSN – (*United Nation*)
ILO – (*International Labour Organisation*)
UNESCO – (*UN, United Education, Scientific and Cultural Organization*)

Franke a kol., (2012) řadil mezi hlavní problémy statistického sledování ke konci 20. století následující:

- Nesouvislé časové řady
- Vysoké časové a finanční nároky
- Časté změny metodiky sledování
- Nedostatečné pozorování statistik na regionální úrovni
- Nekvalitní odpovědi dotazovaných subjektů

3.5 Kroky a důvody zásahu České národní banky do ekonomiky

Aby bylo možné analyzovat důsledky devizových intervencí, je třeba znát jejich důvody, který ČNB vedl k zásahu do ekonomiky.

ČNB se rozhodla pro intervenci koncem roku 2013 pomocí měnového kurzu, tedy nástroje měnové politiky. Jedná se o ne zcela standardní nástroj a k plnění měnově politických úloh se nepoužívá často. Prostřednictvím úrokové sazby Česká národní banka ovlivňuje ekonomiku a to stejné platí i v případě měnového kurzu. Tedy šlo o snahu dosáhnout znovu na 2% inflaci a znovu začít používat nástroj úrokové sazby, tak jako předtím. Jinými slovy šlo o pokus předejít deflaci. Tento krok byl doporučen i hodnotící komisí Mezinárodního měnového fondu (IMF). Druhotný cíl ČNB byla snaha o překlenutí recese, která trvala nejdéle v samostatné české historii a jejíž pokračování by negativně ovlivnilo zájmy občanů a firem.

Bankovní rada ČNB rozhodla o používání měnového kurzu jako nástroje měnové politiky, a tedy o zahájení devizových intervencí, dnem 7. listopadu roku 2013. O tom, že devizovým nástrojem bude měnový kurz, rozhodla bankovní rada již na podzim roku 2012. Tento způsob je pro Českou republiku, která je otevřenou ekonomikou s dlouhodobým přebytkem likvidity v bankovním sektoru účinnější, než jakýkoliv jiný nástroj. (ČNB, 2014, s. 3)

Kurzový závazek ČNB pro další vývoj kurzu koruny znamená to, že ČNB nepřipustí posílení koruny, které by bylo možně interpretovat jako hodnotu nižší než 27 CZK/EUR. Takovému posílení koruny banka brání automatickými intervencemi. To znamená, prodejem koruny a nákupem cizích měn. Pokud se kurz koruny obrátí a hodnota koruny poklesne, ČNB nechá kurz sám pohybovat podle nabídky a poptávky na devizovém trhu. Bankovní rada na svých měnově politických zasedání může své stanovisko měnit, a to jak v souladu makroekonomických cílů, tak i na základě hodnocení bilance rizik. Bankovní rada zasedá obvykle osmkrát do roka, ale může dojít také k mimořádným zasedáním. Na svém zasedání (3.11 2016) ČNB prohlásila, že hodlá měnový kurz, jako nástroj měnové politiky, použít nejméně do roku 2017. Může ale dojít k situaci, kdy tyto nástroje bude používat i nadále a to, aby předešla deflačním tlakům, které jsou mimo jiné, schopny způsobit propad agregátní poptávky. To může být zapříčiněno například tím, že domácnosti budou odkládat své výdaje na spotřebu (ČNB, 2014, s. 5).

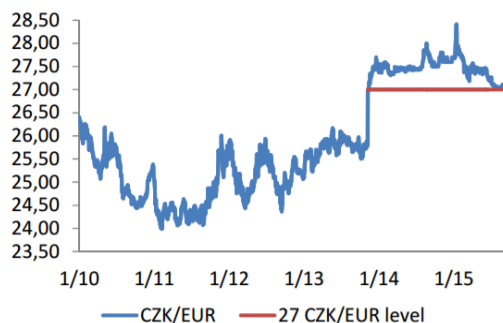
Depreciace koruny má za následek zvýšení dovozních cen ze zahraničí, tím i celkové cenové hladiny. V určité míře podpoří i ekonomickou aktivitu v tuzemsku. Vlivem nárůstu cen v zahraničí lze očekávat menší koupěschopnost českých spotřebitelů, avšak jejich poptávka bude přeorientována na domácí trh a podpořena

nižšími reálnými úrokovými sazbami v důsledku inflačního očekávání. Zároveň slabší kurz podporuje vývozy ze země, a tím roste konkurence schopnost a ziskovost podniků a jejich ochota investovat. Tento mechanismus má za následek nárůst zaměstnanosti a mezd, což vede celkově ke zvýšení tempa růstu hrubého domácího produktu. Oslabení české měny se promítne i k jiným měnám než je euro. Skutečnost, že obchody ČNB budou probíhat zejména v eurech, neznamená, že bude mít pouze vliv na CZK/EUR. Záleží samozřejmě také na vývoji ostatních měn vůči euru (ČNB, 2014, s. 6).

Oslabení kurzu přispělo v letech 2013–2014 k dosažení účetního zisku ČNB, v jehož důsledku došlo k úplnému uhrazení kumulované účetní ztráty ČNB z předchozích let. To ovšem nebyl účel intervencí, neboť primární cíl měnové politiky, jímž je dosahovat cenovou stabilitu, má vždy přednost před dopady opatření ČNB do jejího hospodářského výsledku. Dlouhodobě bude výsledek hospodaření ČNB záležet na vývoji kurzu a úrokových sazeb doma i v zahraničí. Tendence kurzu posilovat v dlouhém horizontu se může po opuštění režimu používání měnového kurzu obnovit, ale v podstatně menší míře než před krizí (ČNB, 2014, s 15).

ČNB utratila při intervenci 243 miliard korun za nákup eur. V roce 2016 dalších 50 miliard korun. V souhrnu banka od roku 2013, tedy od prvního zásahu vydala na znehodnocení koruny téměř 500 miliard korun (ČNB, 2014, s 15).

Na následujícím grafu je znázorněn vývoj kurzu koruny od roku 2010 po rok 2015, kde je zaznamenána spodní hranice, pod kterou se hodnota koruny vlivem závazku ČNB nedostane.



Obr. 2 ČNB Kurz koruny a závazek ČNB.
Zdroj: ČNB, 2015

3.6 Dopady devizové intervence v ekonomice

Od prvního zásahu do ekonomiky pomocí měnového kurzu ČNB už uplynulo přes 5 let a pomocí některých makroekonomických ukazatelů lze nějakým způsobem hodnotit.

Existuje mnoho názorů na devizovou intervenci. Někteří skeptici tvrdí, že zásah pomocí devizového kurzu nebyl šťastný. Slaný M. a Skopeček J. (Klaus a spol., 2015, s. 8) Uvádí, že intervenci vnímají jako nepokorný zásah do trhu, který sebou nese nebezpečí prohloubení vnitřní i vnější nerovnováhy a nestability. Ševčík M.

(Klaus a spol., 2015) říká, že nebyla intervence ČNB adekvátní potřebám současné situace v naší ekonomice. Odpůrci zásahu ČNB zdůraznili následující:

- Za chybu považovali nejen vyvolané znehodnocení kurzu koruny, ale i změnu kurzového režim a přechod k aktivismu ČNB
- Všimli si nejen bezprostředních efektů tohoto opatření, ale i efektů dlouhodobých
- Nevěřili a nevěří motivům původního manévru ČNB, zejména jeho „deflačnímu zdůvodnění“
- Polemizují obecně s vhodností tzv. inflačního očekávání, ale i konkrétně s volbou cílování v naší zemi na úroveň 2% inflace.

Vedle těchto kritických názorů vůči intervenci je i řada odborníků a firem, kteří tyto kroky schvalují. Předseda představenstva Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR pan Havlíček K. 2013 říká „*Krok České národní banky byl trochu překvapivý a z pohledu podpory exportu bude krátkodobě zřejmě účinný.*“ Guvernér ČNB pan Rusnok J. říká „*Z hlediska ekonomického dopadu si myslím, že zásah České národní banky v krátkém a zejména středním časovém období několika let české ekonomice prospěje. Došlo de facto ke zvýšení české konkurenceschopnosti o řádově pět procent, vyjádřeno ve vztahu k euru. Mělo by to tedy posílit jak české výrobce, kteří exportují, tak i výrobce, kteří se střetávají se zahraniční konkurencí na domácím trhu.*“ (Eurozprávy, 2013)

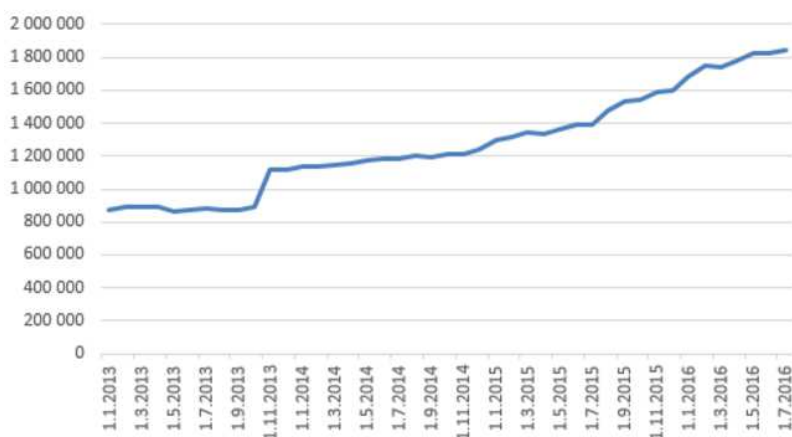
Na základě literatury lze konstatovat, že většina expertů dochází k názorů, že kroky, které banka provedla, nebyly správné. Avšak z makroekonomických ukazatelů jsou výsledky pozitivní. Mezi některé z klíčových ukazatelů patří ukazatel *HDP, inflace, nezaměstnanost.*

Tab. 3 Makroekonomické ukazatele

	Ke konci roku 2013	Ke konci roku 2014	Ke konci roku 2015	Ke konci roku 2016
Meziroční vývoj HDP	4 077,3 mld. Kč	4 261,1 mld. Kč	4 477,0 mld. Kč	1 167 mld. Kč
Nezaměstnanost	8,2 %	7,5 %	6,2 %	5,2 %
Inflace podle deflátoru	1,4 %	0,1 %	0,1 %	2 %

Zdroj: kurzy.cz

Jak vývoj HDP, tak i nezaměstnanost se změnil v požadovaném směru. Inflace poklesla na hladinu 2 %. To je hladina, které chtěla ČNB dosáhnout. Z tohoto pohledu ČNB své kroky hodnotí jako **kladné**. (ČNB, 2017)



Obr. 3 Vývoj devizových rezerv ČNB v mil. CZK.
Zdroj: ČNB, 2016

Na obrázku je rostoucí křivka, která prezentuje množství devizových rezerv. To je množství cizí měny, které ČNB koupila za korunu. Díky tomuto nákupu se ČNB podařilo držet korunu, nad hranicí 27 CZK/EURO. Z obrázku vyplývá, že nejvyšší vzestup proběhl během začátku měnové intervence. Během prvního týdne centrální banka prodala korunu a nakoupila eura za **200 miliard** korun. Do června roku 2016 banka utratila celkem **555 miliard** korun.

Tab. 4 Devizové obchody, které ČNB uzavřela.

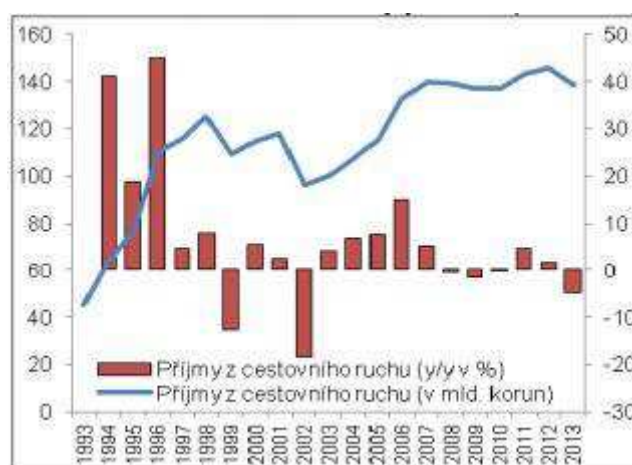
Období	Nákup v eurech	Prodej koruny (mld. Kč)
červen 2016	313,0	8,45
květen 2016	575,0	15,53
duben 2016	393,0	10,61
březen 2016	0	0
únor 2016	623,0	16,82
leden 2016	2154,0	58,16
prosinec 2015	1540,0	41,58
listopad 2015	369,0	9,9
říjen 2015	0	0
září 2015	2322,0	62,69
srpen 2015	3734,5	100,83
červenec 2015	1032,5	27,88
listopad 2016	7499,0	202,47
Celkem	20,555	554,92

Zdroj: ČNB, 2016

3.7 Vývoj cestovního ruchu před intervencí

Z historického příjmy v celkovém trendu narůstaly. Vychází se tak z údajů platební bilance, kterou sestavuje Česká národní banka. V roce 1993 čeští nerezidenti zanechali v tuzemsku v rámci cestovního ruchu 45,4 miliard korun. V roce 2013 to bylo 137,8 miliard korun. Zajímavostí je, že k nárůstu příjmů nedocházelo kontinuálně, nýbrž ve dvou časově oddělených vlnách. V období 1994-1998 a 2002-2007 (National Tourism Policy of the Czech Republic, 2015).

Výdaje od roku 1993 také postupně rostly jako příjmy, ovšem je nikdy za celé období nepřesáhly. Česká republika po celé období od vzniku generuje příjmy z cestovního ruchu (ČSÚ, 2013).



Obr. 4 Příjmy z cestovního ruchu v letech 1993-2013 (nominálně v mld. korun na levé ose v y/y% na pravé ose) Zdroj: ČSÚ

Z obrázku č. 5 je patrné, že k největšímu nárůstu příjmů dochází po revoluci, kdy je ČR značně atraktivní pro západ jako postkomunistická země. K velkému nárůstu pomohl i fakt, že v tuzemsku docházelo k nárůstu cen napříč celou ekonomikou a tedy i pro zahraniční turisty platily vyšší ceny. Jak bylo řečeno, v roce 1993 čeští nerezidenti utratili 45,4 mld. korun a roční příjmy rostly průměrně o 22,4 % ročně. Tento trend je vidět až do roku 1998, kdy lze pozorovat mírný pokles, který byl zapříčiněn cílovanou inflací, tedy jedním z několika měnově-politických režimů. Cílovanou inflací se rozumí zvýšení repo sazby, která vedla k oslabení agregátní poptávky a posílení koruny vůči zahraniční měně. Od roku 2003 je vidět druhá nárůstovou vlnu, je menší než ta první, stále však poměrně vysoká 7,7 % ročně a trvá do roku 2007. Toto období se dá označit za velice ekonomicky příznivé, jelikož koruna sílí oproti zahraniční měně. Oproti dolaru o 9,1 % ročně, vůči euru o 2,1 % ročně. Na růstu se podílí i vstup ČR do Evropské unie. K mírnému úpadku dochází v letech 2008, 2009, 2010, kdy vlivem finanční krize v USA firmy omezují výdaje, což má vliv na spotřebitele, který ze strachu omezuje výdaje na cestování. V roce 2013 dochází k nejvyššímu úpadku za posledních 11 let.



Obr. 5 Výdaje z cestovního ruchu v letech 1993-2013 (nominálně v mld. korun na levé ose, y/y % na pravé ose) Zdroj: ČSÚ

Na obrázku č. 6 je vidět nárůst výdajů po roce 1993, kdy je konečně možnost vycestovat do zahraničí. V letech 1993-1996 lze pozorovat nárůst výdajů o 73,4 % za rok. Avšak nejednalo se pouze o cesty za soukromým účelem. Pád železné opony měl za následek i propojení zahraniční ekonomiky s tuzemskou. Tedy rostou i výdaje na zahraniční cesty. V roce 1997 přichází zásah ČNB, kdy mění svůj pevný měnový kurz na tzv. pohyblivý, to má za následek pokles výdajů a to v porovnání s předchozími roky o 38%. Tento propad trvá do roku 2000. Obecně dochází ke zdražování zahraničních cest, jelikož česká měna oslabuje vůči zahraniční. Po roce 2000 je trend rostoucí, avšak i zde lze pozorovat určitá oscilaci vývoje. Zajímavý vývoj výdajů je vidět v letech 2011-2013, kdy i přes špatný vývoj ekonomiky a recese, je vidět přírůstek výdajů na cestovní ruch.

3.8 Devizová intervence ve Švýcarsku

Devizová intervence neboli intervence devizového trhu, je nekonvenční nástroj měnové politiky ve světě. Centrální banky mohou zasahovat do devizových trhů z různých důvodů. (The balance, 2016)

Přesné cíle jsou dány celkovým vývojem země, rozvojem finančních trhů a mezinárodní integrací. Ve 21. století lze uvést hned několik příkladů, kdy změna devizových kurzů měla pomoci k jednomu z výše uvedených cílů. Ať už jde o vyspělé ekonomiky jako je Japonsko a Švýcarsko nebo industrializované ekonomiky, jako je Singapur, Čína a vývozce ropy Rusko. V následujícím textu jsou popsány dopady změn kurzu na cestovní ruch ve Švýcarsku a porovnány s dopady v Česku. Švýcarsko je pro práci vybráno proto, že jsem se chtěl podívat, jaké dopady měla devizová intervence ve vyspělé tržní ekonomice.

3.8.1 Švýcarsko a měnová politika

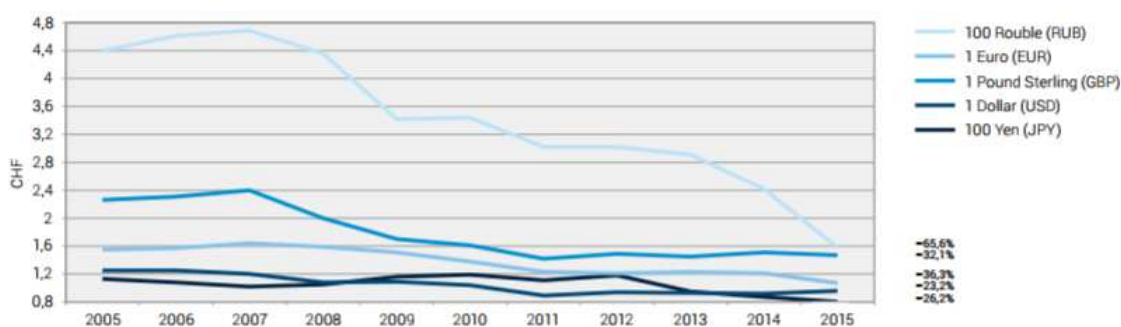
Počátek krize ve světě i ve Švýcarsku nastal v roce 2008, kdy prvotní příčinou byla americká hypoteční krize, a proto začalo docházet k určitým bankovním opatřením. Dne 12. března 2009 se rozhodla Švýcarská národní banka začít kupovat zahraniční měnu, aby zabránila švýcarskému franku před zhodnocením. Nákupem amerického dolaru a eur švýcarský frank oslabil a znehodnotil se oproti euru. Frank oslabil a kurz stoupl z 1,48/1 eura na 1,52/1 eura a to za jediný den. Na konci období roku 2009 se zdálo, že měnová krize je zažehnána. SNB změnila svůj postoj k zamezení značného zhodnocení. Ovšem švýcarský frank začal opět posilovat. Banka tedy znovu zasáhla nákupem 30 miliard švýcarských franků, tedy nákupem devizových rezerv. Na konci roku 2010 oznámila banka konec svého zásahu koupi 179 miliard eur a amerických dolarů ve výši 33 % švýcarského HDP. V roce 2011 měnové intervence ovlivnily devizový trh znovu a to v podobě nastavení spodní hranice kurzu švýcarského franku na 1,2/1 euro z důvodu, že příliš silná měna by ohrožovala konkurenceschopnost. (The Economics, 2015)

S koncem nákupu cizí měny se Švýcarsko rozhodlo velice nečekaně 15. ledna roku 2015. Tímto krokem přestává udržovat umělou hladinu franku a přechází na řízený floating. Frank se okamžitě šplhá nahoru. Jakmile se o této zprávě dozvěděl svět, klesl kurz až na 0,85 franků za jedno euro. Po té kurz vzrostl k hodnotě 1,05 a záhy se vyrovnal na úroveň eura. (The Economics, 2015)



Obr. 6 Směnný kurz euro/frank po uvolnění franku Švýcarskou národní bankou.
Zdroj: Reuters

Pro běžné nerezidenty tento obrovský nárůst zhodnocení franku nemá nějak podstatný vliv, avšak pro turisty a pro finančníky je to velká změna. Není obvyklé, aby takto silná měna posílila o 30 %. Obvyklá oscilace je v řádech setin nebo desetín. Z tohoto plyne, jak moc dnes veškeré dění na finančních trzích ovlivňují centrální banky a jejich politika. (Bussinesinfo, 2015)



Obr. 7 Hodnota franku oproti jiné zahraniční měně.

Zdroj: Swiss Tourism (2016)

Na obrázku je zachycena hodnota zahraniční měny oproti hodnotě franku. Za posledních 10 let se výrazně zvýšila oproti nejdůležitějším měnám. Za 10 let rubl ztrácel 65,6 % své hodnoty proti švýcarskému franku. Euro ztrácí 36,3 %, 32,1 % americký dolar a japonský jen 26,2 %. Tento nárůst švýcarských franků vedl ke zvýšení cen za stejné služby pro zahraniční zákazníky.

Tab. 5 Srovnání devizových intervencí v České republice se Švýcarskou

	ČNB	SNB
Období	listopad 2013 – duben 2017	březen 2009 - prosinec 2009, květen 2010, září 2011 - leden 2015
Motiv	Péče o měnovou stabilitu - snaha předejít deflaci, dostat úrokovou sazbu na 2%	Silné tlaky na zhodnocení měny v důsledku přílivu kapitálu, pravděpodobná nízká inflace
Efekt	Kurz koruny oslabil a stabilizoval se na úrovni kolem 27,50 CZK/EURO	Zastaveno zhodnocování franku pozorované od světové ekonomické krize 2009
Platební bilance	Relativně stabilní finanční účet	Příliv kapitálu
Způsob exitu	Opuštění kurzových závazků	Neočekávané opuštění kurzových závazků

Zdroj: vlastní, s využitím údajů z ČNB

Dopad zhodnocení franku na cestovní ruch

Devizové změny se projevují i na poli cestovního ruchu a mají přímé dopady na volbu turistů. Levnější měna k dané zemi láká cizí turisty do země a zároveň brzdí turistiku ze země. Naopak dražší měna turisty přiměje navštívit levnější zemi. Toto je právě případ Švýcarska a proto na změnu kurzu tedy logicky reaguje i institut

cestovního ruchu, který je pod záštitou skupiny Pierre et Vacances⁴. Cestovní kanceláře, které lákají turisty do země, své pobyty začaly kalkulovat v eurech, zároveň skupina Pierre et Vacances začala poskytovat výhody cestovním kancelářím a zavedla slevy z cen ve Švýcarských francích. Ve Švýcarsku se obecně v létě roku 2015 očekával pokles turistů z Evropy. Zesílily proto kampaně, které byly zaměřeny i na turisty mimo Evropu. Dále podpořila kampaně, které se orientují přímo na konkrétní akce, například sportovní. Zároveň se kladl i důraz na samotné Švýcary, aby trávili dovolenou v tuzemsku. (Swiss tourism in figures, 2015)

3.8.2 Domácí cestovní ruch ve Švýcarsku za období 2014 a 2015

V roce 2014, každá osoba s bydlištěm ve Švýcarsku podnikla v průměru 2,9 cest s přenocováním a 10,3 denních zájezdů. V číselném vyjádření je to 21,2 milionů cest s přenocováním (Swiss Tourism Statistics, 2015). V roce 2015 Švýčari uskutečnili 79,7 milionů denních cest, což je průměr 10,7 cest na osobu. Cest s přenocováním bylo 2,9 průměr na osobu, tedy celkově 22,7 milionů. (Swiss tourism in figures, 2016).

Tab. 6 Počty cest rezidentů v mil.

	2014	2015
Cesty s přenocováním	21,2	22,8
Jednodenní cesty	75,8	79,7

Zdroj: vlastní zpracování, s využitím Swiss Tourismu

V tabulce je znázorněn počet cest, které Švýčari podnikli jak v tuzemsku, tak v zahraničí. Švýcarská populace uskutečnila v roce 2015 celkem 79,7 milionu denních cest, což odpovídá průměru 10,7 cest na osobu. Počet delších cest se zvýšil o 7 %, zatímco počty jednodenních výletů o 5 %.

Tab. 7 Počty cest Švýcarských rezidentů

	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Delší cesty	16,6	16,2	20,3	22,2	21,2	22,8
Kratší cesty	67,9	63,8	71,7	76,4	75,8	79,7

Zdroj:vlastní s využitím Swiss Tourismu

Počty cest podniknutých Švýcary se každým rokem nezvedal, tak jak by se dalo předpokládat. Propad lze pozorovat mezi roky 2013 a 2014.

⁴ Pierre et Vacances je skupina, která se specializuje na služby v oblasti cestovního ruchu, poskytuje rekreační a zábavné vesnice a rezidence na podporu volného času a hotely pod značkou Pierre & Vacances.

3.8.3 Příjezdový cestovní ruch za období 2014 a 2015

Na následujícím grafu je znázorněn vývoj počtů nerezidentů do dané země. V roce 2015 navštívilo Švýcarsko 1,184 milionů lidí, což je nárůst o 50 milionů oproti roku 2014 a představuje 4 % nárůst. Nárůst v počtech turistů je celoplošný, vyjma turistů z Afriky, kde došlo k úpadku o 3,3 %. Největší zastoupení měli turisté z Francie s 84,5 miliony příjezdy, dále Spojené Státy se 75,5 miliony a Španělsko s 68,7 miliony. Dle výdajů spojených s cestovním ruchem je na prvním místě Amerika s 204 miliony dolarů dále Čína s 114 miliony a Španělsko s 56,5 miliony dolarů.

Z dostupných údajů, které jsou pod záštitou Ministerstva pro místní rozvoj, se zdražení franku promítlo jen mírně vůči českým cestovním kancelářím. Globálním dopad měl vliv na evropský trh.

Změna poptávky z Evropy v hotelovém sektoru byla výrazná. Zaznamenala 11,8 milionu přenocování, což představuje pokles o 9,3 % neboli méně o 1,2 milionů přenocování než v roce 2014. Mezi hlavní návštěvníky z Evropy patřilo Německo s 550 000 přenocování. Zajímavostí je, že zdražení franku se nepromítlo na asijském trhu. Poptávka asijských turistů v hotelovém sektoru naopak roste. Rozdíl mezi lety 2014 a 2015 představuje nárůst o 18,64 %. Toto procento představuje 4,7 milionů návštěvníků. Mezi nejpočetnější návštěvníky se řadí Japonsko a Hongkong. Co se týče návštěvníků z Ameriky, zde pozorujeme také mírný vzestup návštěvnosti. Celkový počet přenocování v roce 2015 byl 2,4 milionů, nárůst o 4,7 % oproti roku 2014. (Swiss statistics tourism, 2015)



Obr. 8 Příjezdový cestovní ruch ve Švýcarsku

Zdroj vlastní, s využitím dat z elektronických dokumentů Swiss statistics Tourism

3.8.4 Shrnutí

Švýcarská národní banka v období od roku 2008 několikrát uměle zamezila zhodnocení franku, a proto jeho hodnota byla okolo hranice 1,2 franku/euro. V roce 2015 národní banka přešla na řízený floating a švýcarská měna se oproti světovým měnám zhodnocuje. Proto se dal očekávat zvýšený počet rezidentů, kteří vycestují

ze země. Ovšem v trendu výjezdů se rozdíl oproti minulým rokům neprojevuje a výjezdový cestovních ruch ze země roste ve stejném tempu. Naopak Švýcarsko očekávalo v roce 2015 menší počet příjezdů do země právě díky dražším službám v cestovním ruchu pro zahraniční klienty. To se ovšem neprojevuje. Pokles byl sice zaznamenán u evropského trhu, ale u zbytku světa poptávka roste. Oproti roku 2014 poptávka stoupla o 50 milionů nerezidentů a vzrostla o 4%. Poptávka českých turistů v tomto období nezaznamenala žádné výkyvy.

4 Výsledky

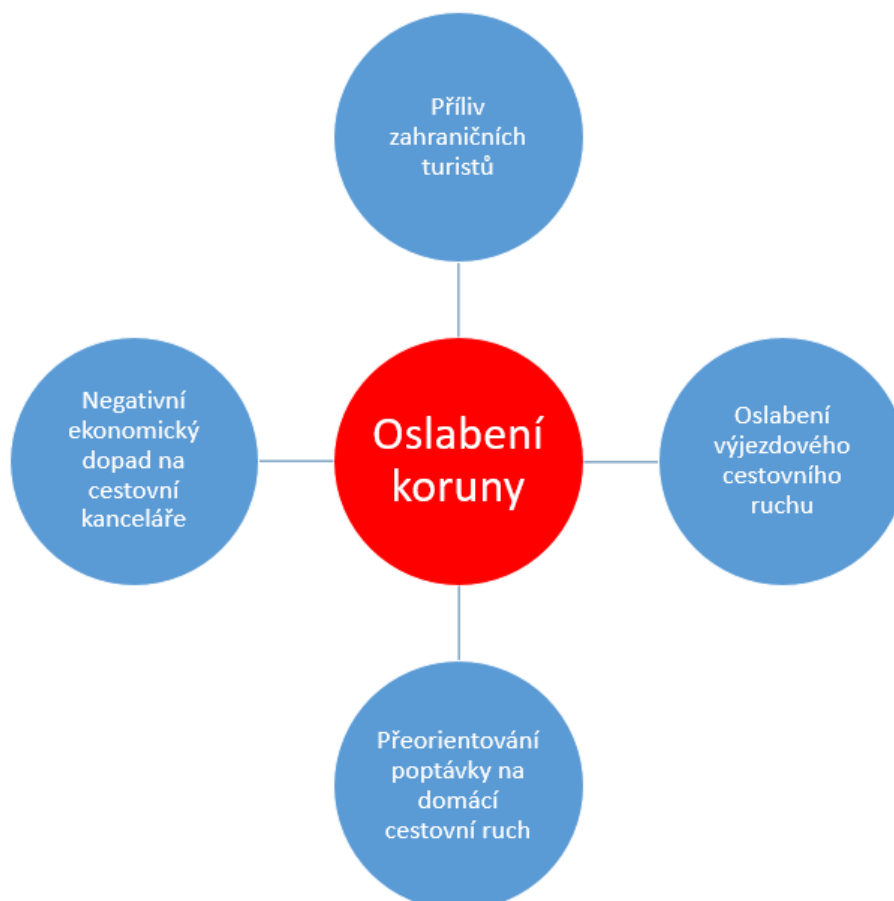
Devizová intervence si klade za cíl posílit domácí ekonomiku depreciačí koruny. Spotřebitel začne vyhledávat pro něj cenově přijatelnější výrobky a služby. Tím pádem posílí české firmy. Jednak se zvýší prodej v tuzemsku a také vzroste vývoz ze země, jelikož je pro zahraničního kupce výrobek levnější.

V cestovním ruchu to znamená, že český rezident začne více vyhledávat domácí zájezdy, jelikož změna měnového kurzu na ně nemá vliv, nebo obecně bude méně cestovat. Toto tvrzení lze předpokládat z důvodu, že domácí cestovní ruch pro některé účastníky cestovního ruchu není tak atraktivní jako zahraniční. Nebo mu není schopen poskytnout to, co po něm požaduje - dovolená u moře, lyžování v Alpách, historické památky. Zdali opravdu došlo k těmto změnám, budu dále zkoumat ze sekundárních dat. Skutečnost, že je zde vyvíjen tlak na spotřebitele nemusí nutně znamenat, že se subjekt bude skutečně tak chovat. V této souvislosti je nutné zmínit, že finance nejsou jediným faktorem, který hraje při volbě destinace roli. Za důležitý faktor při výběru destinace se zpravidla považuje bezpečnost, infrastruktura, atraktivita destinace, nebo kvalita služeb.

V inomingovém (příjezdovém) cestovním ruchu by měl být pozorován nárůst. A to z důvodu, že pro zahraničního turistu bude dovolená v České republice levnější. Příkladem můžou být zimní dovolené do hor, kdy český nerezident bude porovnávat cenu zájezdu do Česka a například na Slovensko nebo rozhodnutí německých turistů o tom, zdali budou trávit silvestrovské oslavy v Praze či nikoliv. Pro českou ekonomiku by měly vyplývat rostoucí příjmy z cestovního ruchu. Současně je zajímavé sledovat i vývoj výdajů na cestovní ruch. Lze předpokládat pokles cest do zahraničí, zároveň však vzrostou výdaje kvůli devalvaci koruny. Pro lepší pochopení vlivu devizových změn, je třeba vědět, že zejména cestovní ruch je velice choulostivý na kurzové změny. Právě proto je zvolena matematická metoda pro výpočet elasticity výjezdů na změnu kurzu. Elasticita pomůže určit právě míru vlivu změny kurzu na počet cest. A to u všech druhů - dlouhodobé, krátkodobé, služební. Devalvace koruny se promítne i do cen zájezdů pořádaných cestovními kancelářemi z důvodu, že cestovní kanceláře, které pořádají zájezdy do zahraničí, své vstupy kupují v zahraniční měně a prodávají v měně české. V období před měnovými změnami už většina cestovních kanceláří měla hotové kalkulace a vytištěné katalogy na budoucí období a příjmy kalkulovaly s určitým kurzem. Nákup vstupů v této souvislosti znamená například - nákup letenek a palivových příplatků, ubytování v ubytovacích zařízeních, vstupy na památky atp. Cestovní kanceláře se poté mohou rozhodnout tak, že buď zájezdy zdraží v případech, kdy to povoluje zákon, nebo budou generovat menší marže a v některých případech i ztrátu. V této souvislosti záleží i na zaměření cestovní kanceláře. Jsou cestovní kanceláře, které se čistě soustředí na zahraniční turistiku a zároveň cestovní kanceláře, které kombinují nabídku zájezdů, jak do tuzemska, tak do zahraničí.

4.1 Výchozí předpoklad

Výchozí předpoklad je, že se vliv změny kurzu projeví následovně.



Obr. 9 Výchozí předpoklad
Zdroj: Vlastní práce

4.2 Výjezdový a domácí cestovní ruch v letech 2012 až 2015

Pro analýzu domácího a výjezdový cestovního ruchu, tedy, jak často a kolik při svých cestách čeští rezidenti utráceli, byly analyzovány ukazatele, jako počty cest, jejich rozdělení a výdaje na 1 cestu v korunách. A to jak do zahraničí, tak i v Česku. Tímto způsobem byla sledována vlna výdajů českých rezidentů na cestovní ruch a případné změny v jejich preferencích mezi domácím a zahraničním cestovním ruchem.

Tab. 8 Počet celkových cest českých rezidentů a následné rozdělení

	2012	2013	2014	2015
Celkový počet	32 858 000	31 280 000	32 693 000	28 732 000
V ČR	26 881 000	25 499 000	27 042 000	23 287 000
V zahraničí	5 978 000	5 781 000	5 651 000	5 444 000

Zdroj: vlastní, s využitím MMR (2012-2015)

V tabulce je zachycen počet celkových cest českých rezidentů za období 2012 až 2015. Lze pozorovat, že po roce 2013, kdy na konci roku devaluje koruna, celkový počet cest roste. Avšak roste pouze poptávka po domácím cestovním ruchu, která se zvýšila o 6 %, zatímco výjezdy do zahraničí klesají. Z tohoto pohledu je patrné, že došlo k přeorientování poptávky na domácí cestovní ruch, jelikož v období 2012 až 2015 dochází k růstu cest v ČR pouze po měnové intervenci. Počty cest jsou dále rozděleny na kratší cesty, delší cesty a služební cesty. Toto dělení je důležité z hlediska vlivu na platební bilanci. Delší a služební cesty jsou z pravidla spojeny s vyššími výdaji. Proto je následně sestavena tabulka, kde jsou rozděleny cesty do těchto tří kategorií a zároveň jsou doplněny o průměrné výdaje na jednu cestu.

Tab. 9 Počty cest v ČR

	2012	2013	2014	2015
Delší cesty	7 358 000	7 089 000	7 699 000	7 084 000
Kratší cesty	18 629 000	17 215 000	18 528 000	16 203 000
Služební cesty	894 000	1 195 000	845 000	-

Zdroj: vlastní, s využitím MMR (2012-2015)

Počty dovolených tedy, delších cest⁵ rekreačního charakteru, v Česku v roce 2013 klesají, avšak jak bylo avizované výše, v roce 2014 je u delších cest poměrně vysoký nárůst. Z toho plyne, že Češi skutečně místo delší dovolené v zahraničí volí dovolenou v tuzemsku. Kratší turistické cesty⁶ mají v tuzemsku charakter převážně v podobě chatařství nebo víkendových pobytů na horách, či dvoudenní pobyty ve wellness zařízeních. U delších turistických cest je vidět pokles v roce 2013 a následný růst, avšak nikoliv tak vysoký jako je tomu u delších cest. U služebních cest⁷ dochází k největším změnám v roce 2013, to je však důsledek celosvětové hospodářské krize, kdy firmy své zaměstnance posílají na služební cesty do Česka.

⁵ Delší cesta je cesta, za účelem trávení volného času a rekreace, při které osoba alespoň 4x přenocovala mimo své obvyklé prostředí.

⁶ Kratší cesta je cesta, při které osoba alespoň 1x a nejvíce 3x přenocovala mimo svůj domov.

⁷ Služební cesta je cesta služebního charakteru mimo obvyklé prostředí s nejméně jedním přenocováním

Tab. 10 Počty cest v cizině

	2012	2013	2014	2015
Delší cesty	4 394 000	4 193 000	4 064 000	4 2064 000
Kratší cesty	1 051 000	1 111 000	1 181 000	1 238 000
Služební cesty	559 000	447 000	405 000	-

Zdroj: vlastní, s využitím MMR (2012-2015)

Z tabulky je vidět, že počty Čechů na delší cesty za rekreačním účelem klesají a to o 4,7 % a v roce 2014 tomu není jinak a znovu dochází k poklesu o 3% v meziročním srovnání. U kratších cest do zahraničí dochází v celém sledovaném období k mírnému nárůstu. Jak již bylo avizované, počty služebních cest v cizině stále klesají v důsledku úsporných opatření a naopak přibývá více cest v tuzemsku. Tyto aspekty mají výrazný vliv na výdaje v platební bilanci.

Další sledovaný ukazatel je průměrný výdaj na jednu cestu v korunách a to jak v Česku, tak v zahraničí. V tomto případě nelze provést jednoduchý průměr za delší a kratší cesty v součtu, a to z důvodu, že údaje by poskytovali zkreslený výsledek. Bohužel pro rok 2012 žádný monitoring výdajů ještě neprobíhal a data jsou k dispozici až od roku 2013.

Tab. 11 Průměrné výdaje na jednu cestu českých rezidentů v tuzemsku v Kč

	2012	2013	2014	2015
Delší cesty	-	3 081	2 644	3 410
Kratší cesty	-	855	874	1 060
Služební cesty	-	2 771	2 830	3 215

Zdroj: vlastní, s využitím MMR (2013-2015)

V tabulce č. 11 lze vypočítat změnu v poklesu výdajů u delších cest, kdy domácí subjekty cestovního ruchu zlevnily produkty a tím klesly i náklady spojené s cestováním. U kratších a služebních cest není vidět žádný překvapivý vývoj. Výdaje ve sledovaném období rostou, což je způsobeno částečně i inflací.

Tab. 12 Průměrné výdaje na jednu cestu českých rezidentů v zahraničí v Kč

	2012	2013	2014	2015
Delší cesty	-	12 705	12 588	12 468
Kratší cesty	-	4 263	4 267	4 169
Služební cesty	-	2 771	2 830	2 986

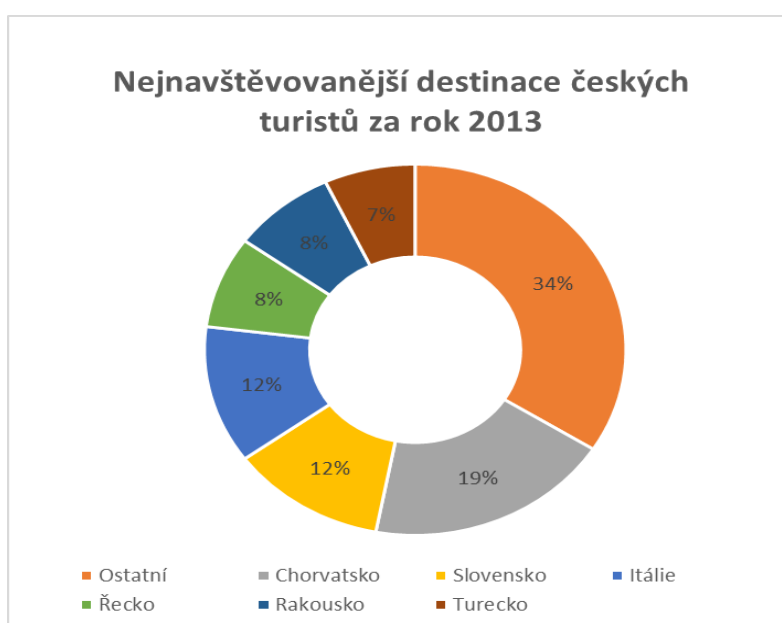
Zdroj: vlastní, s využitím MMR (2013-2015)

Výdaje spojené s cestováním do zahraničí jsou logicky mnohonásobně vyšší než v tuzemsku. Výdaje v 2014 a 2015 klesají, český rezident v zahraničí po intervenci tedy utrácí logicky méně než dříve, buď z důvodu, že si to nemůže dovolit, nebo

není ochoten obětovat vyšší finanční prostředky za stejné služby. U služebních cest výdaje rostou po celé období.

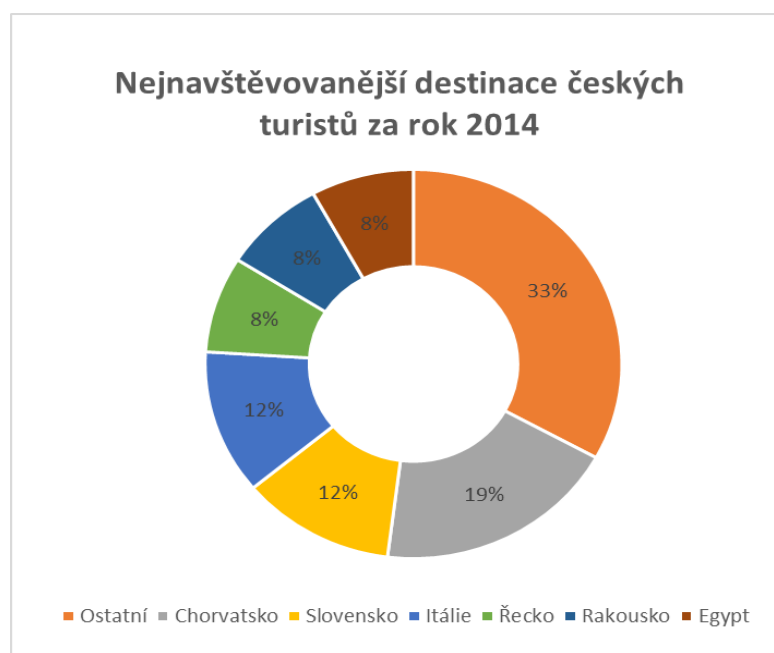
Změny v preferencích českých turistů v zahraničních destinacích za období roku 2013 a 2014

Dalším sledovaným aspektem bylo, zdali se intervence promítne do změn v nejnavštěvovanějších destinacích. Česká koruna devaluje nejen k euru, ale zároveň i k dalším měnám. Lze tedy předpokládat, že by mělo dojít k největším změnám právě u destinací, kde je euro národní měnou. Mezi nejnavštěvovanější destinace českými turisty patří dlouhodobě Chorvatsko, Slovensko, Itálie, Řecko, Rakousko a dále to jsou země na Africkém kontinentu, jako je Egypt, či Tunisko. Ve většině těchto zemí je národní měna euro.



Obr. 10 Nejnavštěvovanější destinace českých turistů
Zdroj vlastní, s využitím dat z ČSÚ (2013)

Pro rok 2013, jako již tradičně, k nejnavštěvovanějším zemím českými turisty patřilo Chorvatsko s 806 tisíci turisty. V tomto roce roste také poptávka po afrických zemích, jako jsou Egypt a Turecko, které obě mají po 2%. Španělsko a Francie zaznamenávají propad o 15 % a 14 % v meziročním indexu (MMR, 2012).



Obr. 11 Nejnavštěvovanější destinace českých turistů
Zdroj vlastní, s využitím dat z ČSÚ (2014)

Na obrázcích č. 9 a 10 je vidět, že nikterak zásadní vliv na volbu destinací v zahraničí devizová intervence nemá. Meziroční změny jsou v řádech desetin procent, dochází ke změnám pouze u destinací, které nepatří mezi top pět. Velký propad zaznamenal Egypt, to však bylo dáno nebezpečnou situací v zemi, kdy v roce 2014 proběhlo několik teroristických útoků na turisty.

4.3 Příjezdový cestovní ruch za období 2012 až 2015

Pro analýzu příjezdového cestovního ruchu je použit jako hlavní ukazatel počet příjezdů. Tento ukazatel je však pouze jeden z komplexu ukazatelů, které lze zkoumat a je nutné ho doplnit o další, aby jejich vypovídací hodnota byla vyšší. Dalšími důležitými údaji je podíl a typ návštěvníka a výdaje spojené s cestovním ruchem. Tak jako u výjezdového a domácího cestovního ruchu jsem vytvořil tabulky a následně popsal změny, ke kterým došlo.

Tab. 13 Počty příjezdů zahraničních turistů do ČR v mil.

	2012	2013	2014	2015
Celkový počet návštěvníků	22,7 mil.	24,72 mil.	25,66 mil.	27,7 mil.

Zdroj: vlastní, s využitím údajů z marketingového výzkumu agentury Stemmark

Celkový počet nerezidentů do ČR po celé sledované období neustále roste. V roce 2013 dochází k nejvyššímu přílivu turistů do České republiky. Meziroční nárůst je zde téměř o 9 %. Následující roky se tempo růstu zmírnilo, stále však příjezdový cestovní ruch výrazně posiluje. Další důležitý ukazatel je typ a podíl návštěvníků, se kterými jsou spojeny i rozdílné průměrné výdaje. Zpravidla nejvyšší výdaje jsou u zahraničních turistů, potom u jednodenních návštěvníků a nejnižší výdaje jsou u tranzitujících.

Pro přehlednost podílu a typu návštěvníků jsem vytvořil tabulku, kde jsou jednotlivé složky rozděleny po letech.

Tab. 14 Typy nerezidentů

	jednodenní návštěvníci	turisté	tranzitující
2012	51,1%	39,3%	9,6%
2013	51,6%	39,1%	9,3%
2014	51,6%	39,2%	9,2%
2015	51,9%	39,2%	8,9%

Zdroj: vlastní, s využitím údajů z marketingového výzkumu agentury Stemmark

Z tabulky je vidět, že skladba zahraničních příjezdů se po období před a během intervence nějak zvlášť nezměnila. K nepatrné změně dochází pouze v roce 2013, kdy o půl procenta stoupá počet jednodenních návštěvníků. V roce 2014 mezi hlavní důvody návštěvy ČR patřily dovolená, obchodní cesta, návštěva příbuzných a nákupy. Dle navštívených míst se na prvním místě umístila Praha se 73 % dále Karlovarský kraj s 9,6 % a na třetím místě Jihomoravský kraj se 7 % (MMR, 2015).

Poslední ukazatel, který pozorován u příjezdového cestovního ruchu, byl vývoj výdajů zahraničních turistů u nás.

Tab. 15 Průměrné výdaje zahraničních návštěvníků v ČR v Kč

	2012	2013	2014	2015
Průměrné výdaje turisty	2511	2821	2905	2769
Průměrné výdaje jednodenního návštěvníka	1569	1582	1642	1551

Zdroj: vlastní, s využitím údajů z marketingového výzkumu agentury Stemmark

Výdaje zahraničních turistů se skutečně zvýšily. To je však dáno i díky devalvaci koruny. V meziročním srovnání mezi roky 2013 a 2014 u delších cest to bylo téměř o 11 % a kratších cest pouze o 1 %. V roce 2015 výdaje dokonce poklesly a to jak u delších cest, tak i u jednodenních.

4.4 Shrnutí

Z analýzy sekundárních dat byl potvrzen předpoklad, že skutečně dochází k přílivu zahraničních turistů do České republiky. Rostoucí trend se dal očekávat, jelikož je charakteristický pro všechny roky od vzniku České republiky. Intervence se ovšem promítla v meziročním indexu, kdy tempo růstu mezi lety 2013 a 2014 bylo téměř 9 %, což se vymyká obvyklému přírůstku. Mezi nejčastější návštěvníky, jak u jednodenních cest, tak i u delších cest, byli Němci. U kratších cest na druhém místě byli návštěvníci ze Slovenska a třetí návštěvníci z Rakouska. U delších cest na druhém místě skončilo Rusko a třetí Slovensko. Dalším předpokladem bylo, že devizová intervence oslabí výjezdový cestovní ruch do zahraničí. I zde se potvrdil pokles v celkovém počtu cest českých rezidentů do zahraničí. Od počátku intervence každoročně klesaly počty cestujících a to jak u delších, tak i u kratších zahraničních cest. Zároveň skutečně došlo k přeorientování poptávky, která se promítla o rok později. Další aspekt, který jsem zkoumal, byl celkový dopad na platební bilanci.

Tab. 16 Platební bilance za rok 2012 až 2015 v mld. Kč

Období	Příjmy	Výdaje	Výsledek (saldo)
2012	146,0 mld.	87,6 mld.	58,4 mld.
2013	137,8 mld.	90,8 mld.	47,1 mld.
2014	141,8 mld.	106,7 mld.	35,1 mld.
2015	148,8 mld.	119,9 mld.	29,1 mld.

Zdroj: vlastní, s využitím dat ze satelitního účtu cestovního ruchu

4.5 Elasticita výjezdů při změně kurzu

Výpočet elasticity poptávky u krátkých cest do zahraničí v období 2013 a 2014

$$Edp = \frac{\text{procentulání změna v počtu krátkodobých cest}}{\text{procentuální změna v hodnotě kurzu}} = \frac{\frac{1111000}{1181000}}{\frac{25,974}{27,533}} = \frac{5,9\%}{5,6\%} = 1,05$$

Výpočet elasticity poptávky u delších cest do zahraničí v období 2013 a 2014

$$Edp = \frac{\text{procentulání změna v počtu dlouhých cest}}{\text{procentuální změna v hodnotě kurzu}} = \frac{\frac{4193000}{4064000}}{\frac{25,974}{27,533}} = \frac{-3,17\%}{5,6\%} = |-0,56|$$

Výpočet elasticity poptávky u služebních cest do zahraničí v období 2013 a 2014

$$Edp = \frac{\text{procentulání změna v počtu služebních cest}}{\text{procentuální změna v hodnotě kurzu}} = \frac{\frac{447000}{405000}}{\frac{25,974}{27,533}} = \frac{-10,3\%}{5,6\%} = |-1,83|$$

U výpočtů z pohledu příjezdového cestovního ruchu, je použit jiný ukazatel a to místo *počtu cest, celkový počet nerezidentů*.

Výpočet elasticity poptávky u zahraničních jednodenních návštěvníků v období 2013 a 2014

$$Edp = \frac{\text{procentulání změna v počtu jednodenních návštěvníků}}{\text{procentuální změna v hodnotě kurzu}} = \frac{\frac{12,755 \text{ mil.}}{13,189 \text{ mil.}}}{\frac{25,974}{27,533}} = \frac{3,3\%}{5,6\%} = |0,58|$$

Výpočet elasticity poptávky u zahraničních turistů za období 2013 a 2014

$$Edp = \frac{\text{procentulání změna v počtu zahraničních turistů}}{\text{procentuální změna v hodnotě kurzu}} = \frac{\frac{9,665 \text{ mil.}}{10,019 \text{ mil.}}}{\frac{25,974}{27,533}} = \frac{3,5\%}{5,6\%} = |0,625|$$

Na základě výpočtu lze určit, o jaký typ elasticity se v daných případech jedná a interpretovat výsledky. Zajímavá hodnota vychází u krátkých cest. Koeficient v tomto případě vyšel kladný, z tohoto výsledku se dá usuzovat, že vliv měnové intervence nemá žádný bezprostřední dopad na počty krátkodobých cest do zahraničí v tomto období. Jak bylo v textu zmíněno, kratší cestou je chápána cesta, na které rezident přespí minimálně jednou a maximálně třikrát. I přes vyšší kurz

pravděpodobně vzrostla poptávka po víkendových pobytech v zahraničí a cest za nákupy. U delších cest znaménko vyšlo podle předpokladu, tedy při růstu kurzu koruny bude poptávka po cestách do zahraničí menší. Koeficient $|-0,56|$ znamená, že poptávka je neelastická. Změna kurzu je větší než změna v počtu cest. Tedy změna kurzu nevyvolala tak vysokou reakci jak by se mohlo zdát. U služebních cest je výsledek také velice zajímavý, procentuální změna je vyšší v případě počtu cest než změny kurzu. To znamená, že na zdražení eura reagují firmy a na služební cesty je nevysílají tolik jako v minulosti. Poptávka po služebních cestách je tedy elastická. U příjezdového cestovního ruchu jsou vidět očekávané znaménka. Tedy kladné. Levnější koruna znamená více cest do ČR. Příjezdový cestovní ruch je více elastický z pohledu delšího pobytu u nás než jednodenní návštěvy. Tedy větší procentuální změnu v počtu zahraničních turistů při změně kurzu vidíme u delšího pobytu v ČR, avšak rozdíl je téměř nepatrný.

4.6 Dopad oslabení koruny na cestovní kanceláře dle typu zájezdů

Po kapitole, kde se práce zabývala obecným dopadem na celkový cestovní ruch v ČR, se práce dále zaměřuje na dopady intervencí u cestovních kancelářích. Cestovní kanceláře jsou v následující části rozděleny na cestovní kanceláře specializující se pouze na výjezdový cestovní ruch. A na ty, které svoji nabídku cílí i na tuzemsko. Toto rozdělení je zvoleno proto, aby se podařilo prokázat vliv intervencí. Lze předpokládat totiž, že vliv by se měl výrazněji projevit právě u podniků, kalkulující zájezdy pouze do zahraničí. Pro analýzu bylo zvoleno celkem 20 cestovních kancelářích. Sledované období je stanoveno od roku 2012 po rok 2015. U CK jsou pozorovány ukazatele jako: *Tržby z prodeje, Výkonová spotřeba, Zisk z prodeje, Ostatní finanční výnosy, Ostatní finanční náklady a Hospodářský výsledek*. Důvody sledování právě těchto ukazatelů jsou následující.

Tržby z prodeje jsou ukazatelem, který dává odpověď na to, kolik celkově CK inkasovaly za dané období. Pokud tržby rostou, může to být následek toho, že podniky prodaly větší množství svých služeb (zájezdů) nebo, že své služby zdražily. Nebo zvýšení tržeb je následek kombinací obou situací.

Výkonová spotřeba modeluje položky, jako je spotřeba materiálu, energie nebo cestovné. U cestovních kancelářích tvoří velkou část náklad na reprezentaci. Do této kolonky řadíme náklady na marketing. To jsou například katalogy, reklama, public relations, sponzoring, direct mailing, tisk, rozhlas, internet.

Zisk z prodeje je rozdílem tržby z prodeje a výkonnou spotřebou. Tento údaj ukazuje, jak jsou efektivní v prodeji svých služeb. Hospodářský výsledek je nejdůležitějším ukazatelem pro podnik, jedná se o rozdíl mezi výnosy a ztrátou za určité období. Ukazuje, jestli je cestovní kancelář zisková nebo ztrátová.

4.6.1 Cestovní kanceláře zaměřující se na výjezdový cestovní ruch

Pro analýzu jsou zvoleny cestovní kanceláře, které vystupují jako právnické osoby a jsou povinny zveřejňovat hospodářské výsledky.

Cestovní kanceláře byly zvoleny následující: BRENNNA s.r.o., GARGANO CK s.r.o., ESO travel a.s., Cestovní kancelář AFRODITA s.r.o., CK Rywal spol. s.r.o., AP-POLON s.r.o., LIVINGSTONE s.r.o., Janeta s.r.o., CK Cilka s.r.o., CK ADRIA s.r.o.

Cestovní kanceláře jsou vybrány z důvodu, že na trhu působí dlouhodobě a nedošlo u nich k zásadním změnám ve struktuře.

Tab. 17 Cestovní kanceláře zaměřující se na výjezdový cestovní ruch -1. část (v Kč)

	roky	BRENNNA s.r.o.	GARGANO CK s.r.o.	ESO travel a.s.	AFRODITA s.r.o.	CK Rywal spol. s.r.o.
Tržby (v tis.)	2012	82 112	14 556	551 293	11 384	3 386
	2013	96 286	17 762	514 332	25 399	3 882
	2014	123 307	19 368	490 808	38 754	3 486
	2015	105 203	21 974	454 092	51 111	3 643
Výkonová spotřeba (v tis.)	2012	78 809	12 385	538 309	11 191	3 008
	2013	92 883	14 160	500 541	23 933	3 496
	2014	119 380	17 036	478 032	37 086	3 168
	2015	100 180	19 191	442 182	49 451	3 230
Zisk z prodeje (v tis.)	2012	3 303	2 171	12 984	193	378
	2013	3 403	3 602	13 791	1 466	386
	2014	3 927	2 332	12 776	1 668	318
	2015	5 023	2 783	11 910	1 660	413
Hospodářský výsledek (v tis.)	2012	1 243	101	2 373	42	3
	2013	1 540	91	2 423	320	27
	2014	921	259	1 552	514	6
	2015	1 804	236	2 354	334	101

Zdroj: vlastní, s využitím účetních závěrek 2012-2015

Tab. 18 Cestovní kanceláře zaměřující se na výjezdový cestovní ruch - 2. část (v Kč)

	roky	APOLLON s.r.o.	LIVINGSTONE s.r.o.	Janeta s.r.o.	CK Cilka	CK ADRIA
Tržby (v tis.)	2012	10 246	111 602	28 012	6 521	19 207
	2013	12 668	118 667	32 030	6 316	19 174
	2014	16 037	122 075	42 429	7 319	18 233
	2015	11 960	118 452	45 912	7 604	19 750
Výkonová spotřeba (v tis.)	2012	9 839	103 713	26 148	5 827	10 379
	2013	12 022	104 687	31 225	5 344	12 179
	2014	14 752	112 413	39 034	6 652	12 831
	2015	10 347	107 980	41 214	6 849	13 522
Zisk z prodeje (v tis.)	2012	407	7 889	1 864	694	8 828
	2013	646	13 980	805	972	6 995
	2014	1 285	9 662	3 395	667	5 402
	2015	1 613	10 472	4 698	755	6 228
Hospodářský výsledek (v tis.)	2012	171	1 801	1 495	45	1 956
	2013	177	6 957	-270	-333	123
	2014	170	3 156	445	39	28
	2015	148	4 283	1 492	47	47

Zdroj: Vlastní, s využitím účetních závěrek za rok 2012-2015

V tabulce číslo 18 jsou znázorněny výstupy z účetních závěrek za období 2012 až 2015. Většina cestovních kanceláří i přes měnové intervence dosahuje vyšších tržeb v roce 2014. Tento údaj se dá interpretovat, tak, že klient byl ochotný zaplatit za zájezd vyšší částku nebo tak, že zájezdů cestovní kanceláře prodaly více. Dle komentářů z účetních výkazů se v některých případech zdražily zájezdy i o 10 %. Důsledek růstu tržeb firmy přikládají svým marketingovým aktivitám, na které také vynaložily vyšší finanční prostředky.

Z tabulky je vidět stejně tak jako u tržeb, že skutečně roste výkonová spotřeba. Zisk z prodeje deklaruje, že tempo růstu tržeb je vyšší než tempa růstu spotřeby, tím pádem roste zisk. Některé cestovní kanceláře se ve svých zprávách zmiňují i o ovlivnění sezony 2013, jelikož při závěrečném zúčtování doplácely zahraničním partnerům doplatky. Zejména šlo o ubytovací, stravovací nebo přepravní služby.

Za největší problém cestovní kanceláře považují právě skutečnost, že nebyly s krokem, který ČNB udělala, obeznámeni a nemohli tak včas zareagovat u změn cen zájezdů. Cestovní kanceláře mají možnost upravovat ceny zájezdů, avšak pouze do 21. dne před odjezdem. Právě z důvodu oslabení koruny pokud je změna větší než 10 % oproti počáteční hodnotě. Po té záleží, jak se podniky zachovají. Mohou buďto cenu upravit, nebo ji ponechají a sníží se jim marže.

4.6.2 Cestovní kanceláře zaměřující se na domácí cestovní ruch

Pro analýzu jsou opět zvoleny zavedené cestovní kanceláře na trhu, kde nedošlo ke změně struktury nebo nějakým zásadním vlivům, které by ovlivnily hospodářský výsledek a zároveň jsou právnické osoby. CK v následující tabulce se výrazně podílí na turismus v ČR.

Jsou to tyto cestovní kanceláře: ATIS a.s., CK NECKERMAN s.r.o., EMMA Agency, ALEXANDRIA a spol. s.r.o., TRAVEL FAMILY s.r.o., ALPINA cestovní kancelář s.r.o., VSACAN TOUR s.r.o., KOVOTOUR s.r.o., Tipatour zájezdy s.r.o.

Tab. 19 Cestovní kanceláře zaměřující se na domácí cestovní ruch - 1. část (v Kč)

	roky	ATIS a.s.	NECKERMAN	EMMA Agency	ALEXANDRIA	TRAVEL FAMILY
Tržby (v tis.)	2012	88 789	643 036	59 946	796 213	208 070
	2013	92 498	683 608	69 937	795 795	197 565
	2014	103 479	732 703	76 339	959 250	207 632
	2015	122 007	681 248	66 469	897 963	217 248
Výkonová spotřeba (v tis.)	2012	80 378	609 630	58 357	828 691	197 667
	2013	87 567	666 982	70 821	827 479	183 934
	2014	95 908	668 949	74 653	989 387	200 058
	2015	111 407	633 609	64 774	931 836	203 724
Zisk z prodeje (v tis.)	2012	8 402	33 406	1 589	- 32 478	465
	2013	4 931	16 626	-884	- 31 684	2 576
	2014	7 571	63 754	1 686	- 30 137	-2 792
	2015	10 600	47 639	1 695	-33 873	2 962
Hospodářský výsledek (v tis.)	2012	133	-21 280	46	15 446	465
	2013	-3623	-25 068	7	16 255	2 576
	2014	-100	14 421	181	18 563	-2 792
	2015	2 838	9 910	481	18 801	2 962

Zdroj: vlastní, s použitím účetní závěrky 2012-2015

Tab. 20 Cestovní kanceláře zaměřující se na domácí cestovní ruch - 2. část v (Kč)

	roky	LIKO Tour s.r.o.	CK ADRIA	VSACAN Tour s.r.o.	KOVOTOUR s.r.o.	TIPATOUR zájezdy s.r.o.
Tržby (v tis.)	2012	9 438	19 207	32 521	316 871	31 943
	2013	7 897	19 174	34 873	357 826	31 454
	2014	8 475	18 233	35 468	380 297	32 732
	2015	12 089	19 750	35 299	400 518	36 792
Výkonová spotřeba (v tis.)	2012	8 990	10 379	27 487	288 210	29 734
	2013	6 863	12 179	28 721	336 089	28 769
	2014	7 750	12 831	30 510	358 811	30 366
	2015	11 229	13 522	28 301	361 610	32 885
Zisk z prodeje (v tis.)	2012	448	8 828	5 034	28 661	2 209
	2013	1 034	6 995	6 152	21 737	2 685
	2014	725	5 402	4 958	21 486	2 366
	2015	860	6 228	6 998	38 908	3 907
Hospodářský výsledek (v tis.)	2012	-414	1 956	-267	8 321	-1 115
	2013	213	123	-1 192	8 186	253
	2014	32	28	-2 247	4 127	613
	2015	657	47	2 915	8 121	1 311

Zdroj: vlastní, s využitím účetních závěrek 2012- 2015

V tabulce č. 20 je vidět, že dochází k nárůstu tržeb u všech CK kromě jediné. Bohužel se podniky ve svých závěrkách většinou nezmiňují o struktuře zájezdů, a tak tedy není možné přesně vymezit, z jakých typů zájezdů plynuly vyšší tržby. Jedna z výjimek je společnost ATIS a.s., která se ve svých výročních zprávách zmiňuje o opatřeních ČNB. CK se zmiňuje o svých opatřeních, které museli podstoupit. Šlo zejména o kalkulaci nákladů s novým kurzem a i díky svým marketingovým činnostem se podařilo dosáhnout vyšších tržeb.

ATIS se zmiňuje i o tom, kde byly tržby realizovány. Ve struktuře zájezdů v roce 2014 přibyl nárůst v inomingovém turismu a zároveň poklesl u ostatních destinací. Zde je nutné konstatovat, že na tom má i svůj podíl mezinárodní politická situace (migrační krize), kdy klienti i z bezpečnostních důvodů využívají nabídku bezpečné dovolené. U CK ALEXANDRIE je vidět ztráta z prodeje služeb, kde za vstupy utratila firma více peněz, než za kolik je byla schopna prodat. Výsledek hospodaření je u těchto společností ve velké části ovlivněn i jinými výnosy a náklady, které bezprostředně nesouvisí s nákupem, jako jsou například odpisy.

Oslovil jsem, jak cestovní kanceláře, které se soustředí na zájezdy v Česku, tak cestovní kanceláře, které pořádají zájezdy do zahraničí. Každé cestovní kanceláře jsem položil stejný seznam otázek týkající se vlivu devizové intervence. Seznam otázek strukturovaného rozhovoru se nachází v příloze.

4.7 Kvalitativní výzkum formou rozhovorů

4.7.1 Cestovní kancelář TILIA s.r.o.

Jako první cestovní kancelář byla oslovena společnost TILIA s.r.o. Jedná se o zavedenou cestovní kancelář se sídlem v Brně, která se specializuje především na poznávací zájezdy do Izraele a Jordánska a na léčebné a relaxační pobyty u Mrtvého moře. Pro cestovní kancelář bylo připraveno několik otázek ohledně období před a během intervence. Manažerka paní Ludmila Tvrdoňová byla velice laskavá a podrobně odpověděla na všechny dotazy.

Podle paní Tvrdoňové se nejednalo z hlediska intervencí ČNB o správný krok vpřed. Měnová intervence se promítla v cenách zájezdu. Kdy cestovní kancelář zdražila zájezdy, jelikož všechny služby, které nakupuje, jsou ze zahraničí. Ceny se zvýšily i zejména proto, že je rozdíl, pokud dolar kupujete za 24,50 nebo za 26 Kč. Také ceny dopravců šly nahoru. Největší zdražení vstupů společnost pocítila u pobytů všech typů v Izraeli, konkrétně však u zájezdů k Mrtvému moři. Ceny jsou tam stanoveny v izraelské měně, která proti dolaru posiluje. Výsledkem jsou vysoké ceny vyjádřené v dolarech, měně kontraktu, v ČR však za dolar platíme více, než firma počítala, tam tedy docházelo k největším problémům. Co se týče skladby zájezdů, tam cestovní kancelář nic neupravovala a program byl zachován, ceny zájezdů však zákonitě musely nahoru a to o zhruba 6 %. Devizová intervence se v tomto případě nepromítla do preferencí zákazníků. „Ti, co chtěli koupit, se nezastavili kvůli zvýšení ceny. Nárůst byl tak 1500 – 2000 Kč na osobu u klasických poznávacích zájezdů do zahraničí, což lidé akceptovali, navíc to bylo plošné zdražení u všech cestovních kancelářích“. Co se týká poptávky po zájezdech oproti minulému roku, pro cestovku intervence neměl vliv a dokonce i stoupla, ale to bylo přisuzováno i marketingové kampani. Další otázka byla směřována na marže ze zájezdů. Ty pochopitelně klesly. Mnohdy jde o to, že opticky cena vypadá lépe, když je pod určitou hranici, takže raději 29 000 Kč a 49 900 než 51 000 Kč. Je to nepatrný rozdíl, ale v povědomí lidí to hraje velkou roli. Zajímavostí je, že podniku i přes veškeré úskalí rostly tržby v tomto roce. To přičítají zvýšenému úsilí a novým nápadům. Režijní náklady se zvyšují, konkurence se snaží prodávat za nižší ceny, které lze těžko pochopit. Mnohdy končí v insolvenci, když jim strategie selže. Další otázka byla, jakým způsobem se vypořádali se situací, kdy klient již měl zakoupený zájezd před zdražením. Společnost se rozhodla rozdíl pokrýt z vlastních zdrojů na úkor marže. V opačném případě by společnost generovala zisk. Pokud je to v rozmezí do 10 %, pak je podle zákona možno zvýšit cenu. Co se týče vyhlídek do budoucna TILIA s.r.o. počítá a kalkuluje s cenami podle stávajícího kurzu, a o změnách cen moc neuvažují.



Obr. 12 Logo cestovní kanceláře TILIA s.r.o.
Zdroj: www.ck-tilia.cz

4.7.2 Cestovní kancelář ATIS s.r.o.

Další oslovenou cestovní kanceláří byla společnost ATIS a.s., na otázky odpovídal ředitel incomingu pan Josef Ryljak. ATIS a.s. je cestovní kancelář, která vznikla po revoluci. Cestovní kancelář se specializuje jak na domácí cestovní ruch, tak i na výjezdový. Dominantní produkt pro konečného spotřebitele přitom tvoří pobyty s vlastní dopravou v České republice, Slovensku, a Maďarsku. Cílovým segmentem jsou rodiny s dětmi a důchodci. Každoroční nabídka dovolené představuje 500 tisíc tištěných katalogů, které jsou připravovány ve vlastním studiu. Je jako jedná z mála cestovních kanceláří, která se zaměřuje i na příjezdový cestovní ruch pro země EU (Německo, Rakousko, Slovensko, Maďarsko a Chorvatsko). Vyrábí více než 150 typů pobytů specializované do oblastí gastronomie, pivovarů, vinařství, poznávání, dovolené pro seniory.

Pan Ryljak si myslí, že zásah České národní banky byl špatný krok, který vedl k prohloubení rozdílů a platů mezi ČR a starou částí EU. Úspory a platy se firmě snížily o 10 %. Intervence se také promítla v cenách zájezdů. Ceny se postupně zvedly o 5 až 10 %. Nejvyšší zdražení pocítili u zájezdů do zahraničí v rámci EU s vlastní dopravou. Co se týče skladby zájezdů, ta zůstala stejná. Jen se zvedly ceny zájezdů do zahraničí, v tuzemsku nikoliv. V Preferenci klientu se rozdíl promítl. Neutěšená situace ve Středomoří tzn., výpadek destinací jako je Egypt, Turecko, Tunis vedl ke zvýšení poptávky po domácím. Navzdory všem těmto kritériím, byla poptávka vyšší oproti minulému roku, stejně jako u společnosti TILIA s.r.o., a to v domácím cestovním ruchu o 25 % a o 20 % vyšší do Slovenska a Maďarska. Marže klesly, a to nejen vlivem devizové intervence, ale i vlivy jako byli prodej vlastních hotelů nebo slevové portály. Tržby však neklesly, a to díky vlastním marketingovým rozhodnutím. Stejně jako u předchozí společnosti byla položena otázka, jak reagovali na změnu ceny, kdy si klient koupil zájezd před zdražením koruny. „Podle zákona není možné upravit cenu zájezdů, jinými slovy, jsme cca 7 měsíců prohlubovali ztrátu“. Konec intervencí je pro ATIS dramatické pouze v incomingu tj. export služeb, kde marže běžně dosahuje cca 10 %, tam posílení koruny přinese problémy.



Obr. 13 Logo společnosti ATIS a.s.
Zdroj: www.atis.cz

4.7.3 Cestovní kancelář ADVENTURA s.r.o.

Jako poslední respondent byl pan Jaroslav Lhota, jednatel cestovní kanceláře ADVENTURA s.r.o., tato společnost se sídlem v Praze zaměřila svoji nabídku do tří hlavních směrů. Jedná se o výjezdový cestovní ruch prostřednictvím klasických standardních poznávacích zájezdů a prostřednictvím aktivní dovolené jako je turistika a cyklistika. Těžištěm nabídky jsou zájezdy pro individuální zájemce, pro firmy a skupiny.

Podle pana Lhota zásah centrální banky nebyl dobrý krok. Co se týče cen zájezdů, oslabení koruny přišlo přesně v okamžiku, kdy firma měla katalogy v tiskárně, a tak na poslední chvíli stihli zareagovat a upravit tak své ceny. Ceny zájezdů tedy upravily, ovšem ty se následně promítly do zisků v následující sezoně. Zdražení zájezdů nepocítili u žádných konkrétních destinací, nýbrž plošně. V preferenci klientů mezi domácím a zahraničním cestovním ruchem byl znatelný nárůst domácího cestovního ruchu a to i díky kombinaci s teroristickými útoky. Poptávka tak u této cestovní kanceláře oproti minulému roku byla menší. Marže v prvním roce významně poklesly, pak společnost nutně musela zdražit zájezdy a marže znovu držela na stejné hladině. Reakce na změnu koruny, kdy si klient koupil zájezd, dodatečně proběhla a to zejména u zemí, kde se platí dolarem.



Obr. 14 Logo společnosti ADVENTURA s.r.o.
Zdroj: www.adventura.cz

Tab. 21 Shrnutí výsledků rozhovorů

	CK TILIA	CK ATIS	CK ADVENTURA
Rostoucí tržby	Ano	Ano	Ne
Rostoucí poptávka	Ano	Ano	Ne
Pokles marže	Ano	Ne	Ano
Změna ve skladbě zájezdů	Ne	Ano	Ano
Změna preferencí klientů	Ne	Ano	Ano
Hodnocení intervence	záporné	záporné	záporné

4.8 Doporučení cestovním kancelářím v případě budoucí intervence

Jako prevenci před dopady měnových kurzů může být pro podniky diverzifikace svých služeb. Mezi systémové opatření, sloužící k zastavení poklesu objemu tržeb, patří rozšíření nabídky například o další formy cestovního ruchu, jako je kongresová nebo incentivní turistika. Dále pak jako prevence slouží rozšíření svého cílového segmentu například o poznávací zájezdy pro seniory, pobyty v termínech dle přání klienta apod.

Nejen rozšíření služeb může sloužit jako prevence proti negativním kurzovým změnám. Další důležitý krok může být rozšíření nabídky cílových destinací. Důležité pro podniky je, aby se nesespecializovaly pouze jen na jednu destinaci, ale měli nabídku rozšířenou do více zemí a riziko kurzových změn bylo minimalizováno. Například u cestovních kanceláří, které své služby nakupují jen v jedné měně, může dojít k velkým ztrátám.

Dalším způsobem, jak předejít ztrátě, je nakupovat své vstupy v předem stanoveném kurzu. Tímto způsobem ovšem může dojít i ke ztrátě zisku. Pro názornou ukázkou byla vytvořena kalkulace zájezdů s pevným kurzem a s kurzem ke konci roku 2013. Pokud by cestovní kancelář měla sjednané smluvní ceny, nedošlo by k zápornému kurzovému rozdílu.

Příklad 1. Cena zájezdů do Německa na 4 denní pobyt pro 1 osobu v Kč

Kalkulace s kurzem 27 Kč/ 1 Euro

Zájezd obsahuje ubytování, stravování, cestu a služby průvodce.

Součet pořizovacích cen (přímé a nepřímé náklady)

Ubytování: 3x přenocování pro 1 osobu ve 3 hotelu v Berlíně*

Cena za ubytování = 3 850 Kč (142,6 euro)

Stravování: polopenze pro 1 osobu 600 Kč x 4 dny

Cena za stravu = 2 400 Kč (88,9 eur)

Doprava: autokar cesta Brno – Berlín (545 km)

309 km v ČR

236 km v Německu

Cena za 1l nafty v ČR 33,5 CZK

Cena za 1l nafty v Německu 1,6 EUR/1 CZK =43,2 Kč

Celkové km zájezdů 1090 km

Celková cena za dopravu = 12 500 Kč/20 os. = 625Kč (463 euro/20 os. = 23 eur)

Průvodce: stravné za průvodce= 45 Eur/1 den x 4 = 4 860Kč + služby průvodce 1000Kč/1 den

Celková cena za průvodce = 8 860 Kč/20 os. = 443Kč (328 euro/ 20os. = 16,5 euro)

Celková pořizovací cena = 3850+2400+625+443

Celková pořizovací cena = 7 318 Kč

Přirážka cestovní kanceláře (20 %)

Celková Pořizovací cena s přirážkou = 8 781 Kč

Plánovaná provize zprostředkovateli (10%)

Celková Pořizovací cena s přirážkou a provizí = 9 659 Kč

Hrubá cena zájezdu při kurzu 27Kč za Euro je odhadována na částku 9 659 Kč.

Příklad 2. Cena zájezdů do Německa na 4 denní pobyt pro 1 osobu v Kč

Kalkulace s pevným kurzem 23 Kč/ 1 Euro

Zájezd obsahuje ubytování, stravování, cestu a služby průvodce.

Součet pořizovacích cen (přímé a nepřímé náklady)

Ubytování: 3x přenocování pro 1 osobu ve 3 hotelu v Berlíně*

Cena za ubytování = 3 280 Kč (142,6 eur)

Stravování: polopenze pro 1 osobu 600 Kč x 4 dny

Cena za stravu = 2 044 Kč (88,9 eur)

Doprava: autokar cesta Brno – Berlín (545 km)

309 km v ČR

236 km v Německu

Cena za 1l nafty v ČR 33,5 CZK

Cena za 1l nafty v Německu 1,6 EUR/1 CZK =36,8 Kč

Celkové km zájezdů 1090 km

Celková cena za dopravu = 10 648 Kč/20 os. = 532 Kč (463 euro/20 os. = 23euro)

Průvodce: stravné za průvodce= 45 Eur/1 den x 4 = 4 500 Kč + služby průvodce 1000Kč/1 den

Celková cena za průvodce = 8 140 Kč/20 os. = 407Kč

Celková pořizovací cena = 3280+2044+532+407

Celková pořizovací cena = 6 281 Kč

Přirážka cestovní kanceláře (20 %)

Celková Pořizovací cena s přirážkou = 7 537 Kč

Plánovaná provize zprostředkovateli (10%)

Celková Pořizovací cena s přirážkou a provizí = 8 290 Kč

Hrubá cena zájezdu při kurzu 27Kč za Euro je odhadována na částku 8 290 Kč.

Rozdíl ceny zájezdu s pevným kurzem a kurzem ke konci roku 2013 je 1 369Kč. Pokud by tedy cestovní kancelář prodávala zájezd bez předem sjednaného kurzu, vznikla by kurzová ztráta, která plyne z dražších vstupů. Kurzová ztráta je v tomto případě ve výši 16 %.

5 Diskuze

Bakalářská práce se zaměřuje na dopady oslabení koruny a jejich vlivy v odvětví cestovního ruchu.

Z kvantitativního výzkumu vyplývá, že počet zahraničních cest českých rezidentů v roce 2014 klesl a zároveň vzrostl počet cest po České republice. Dochází tedy ke krátkodobému nárůstu poptávky po cestovním ruchu v Česku. U podrobnějšího rozdělení je vidět, že u rezidentů v České republice roste poptávka jak u delších cest, tak i u kratších pobytů, kdy se průměrné náklady na jednu cestu nezvedají. Dá se tedy předpokládat, že Češi reagují na dražší zájezdy do zahraničí a volí dovolenou v tuzemsku. Z pohledu příjezdového cestovního ruchu dochází k předpokládanému nárůstu počtu cest zahraničních turistů. Nejvyšší zastoupení dle typu nerezidenta má jednodenní návštěvník, který tvoří v roce 2014 přes 50 %. Celkové výdaje zahraničních účastníků v České republice vzrostly o 11 %. Tento nárůst je způsobený právě levnější českou korunou pro nerezidenta. Celkové příjmy plynoucí z cestovního ruchu převážily celkové výdaje, to je však typické pro celé období od vzniku České republiky. Zajímavé však je, že výdaje vzrostly o 15 % a to i přes menší počet cestujících.

U cestovních kanceláří, byl na základě účetních závěrek zkoumán vliv intervencí. Cestovní kanceláře byly rozděleny dle typu zájezdů na výjezdový do zahraničí a na kombinovaný. Z celkových 20 zkoumaných podniků rostly tržby u 17 mezi roky 2013 a 2014. Z výročních zpráv vyplývá, že většina podniků pocítila intervence a reagovala na ně zdražením zájezdů. Ve většině případů to klienti akceptují a dovolenou nakupují i za vyšší cenu. V některých případech došlo i o 10 % zdražení zájezdů. Cestovní kanceláře byly rozděleny dle typu proto, že se očekával vyšší růst tržeb u podniků, které se soustředí i na domácí cestovní ruch. To se ale nepodařilo jednoznačně prokázat. V současné době většina rezidentů nepoužívá cestovní kanceláře jako zprostředkovatele pro dovolenou v České

K vyjádření situace v oblasti cestovního ruchu byla požádána Asociace cestovních kanceláří České republiky, ta se však k danému tématu nevyjádřila. Dále bylo osloveno 5 cestovních kanceláří, ze kterých 3 poskytly rozhovor. Cestovní kanceláře byly vybrány na základě zaměření stejně jako u kvantitativního výzkumu. Obecně ze zkoumané literatury a rozhovorů hodnotí cestovní kanceláře bankovní intervence jako špatný krok. Zároveň podniky zdražují zájezdy vlivem vyšších cen vstupů. Složení zájezdů se vlivem intervence neupravovaly.

V práci byla použita metoda komparace se Švýcarskem. Švýcarsko bylo zvoleno z důvodu, že byla srovnána vyspělejší ekonomika s Českou republikou. Švýcarsko svou měnu oslabovalo dlouhodobě, z důvodu jeho posilování vůči zahraniční měně. Na konci období, kdy Švýcarská národní banka přestala oslabovat měnu, frank rostl a očekávalo se oslabení příjezdového cestovního ruchu. To se ale dle údajů ze Švýcarského Turismu nepotvrdilo. Jak u výjezdového, tak i u příjezdového cestovního ruchu došlo k posílení. Propad nenastal i díky opatřením cestovních kanceláří, které své zájezdy pro zahraniční klientelu začaly kalkulovat v eurech, zároveň hlavní institut cestovního ruchu poskytoval výhody a slevy z cen pro ces-

tovní kanceláře kalkulující ve francích. Dalším opatřením bylo zacílení kampaní na mimoevropský trh.

Problematika toho tématu je, že na cestovní ruch působí celá řada vnějších i vnitřních faktorů, které se mění v čase. Kurzové změny jsou pouze jedním z celé řady dalších faktorů, které ovlivňují poptávku po cestovním ruchu. V letech 2013 a 2014 poptávku ovlivňuje i politická a ekonomická situace. Mezi politické faktory patří teroristické útoky v Africe, kdy dochází k oslabení poptávky po oblíbených destinacích, jako je Egypt nebo Tunisko. Z ekonomických faktorů působících na poptávku lze jmenovat rostoucí příjmy. V České republice hrubá mzda vzrostla v roce 2014 o 2,3 % oproti roku 2013.

6 Závěr

V práci byly zkoumány vlivy oslabení koruny na domácí, výjezdový a příjezdový cestovní ruch. Zároveň byly dále zkoumány vlivy změn měnových kurzů na cestovní kanceláře. V práci jsou stanoveny předpoklady, které jsou v průběhu zkoumány.

První předpoklad byl, že devizová intervence bude mít vliv na zvýšení poptávky zahraničních turistů po České republice. Z historického hlediska počty zahraničních turistů neustále stoupaly, avšak v roce 2015 přijíždí do tuzemska téměř o 3 miliony turistů více než v roce 2012. Takto vysoký nárůst není obvyklý, proto se dá tvrdit, že nižší kurz skutečně přilákal zahraniční turisty. S vyšším počtem zahraničních návštěvníků se dala očekávat i změna ve struktuře typu účastníka cestovního ruchu. Očekávalo se, že se zvýší podíl zahraničních turistů, tedy osob, které zde budou trávit dovolenou. Počty nerezidentů se však zvedly celoplošně a počet osob, které zde tráví dovolenou, zůstal na stejné hodnotě.

Další předpoklad byl, že depreciace koruny bude mít za následek oslabení výjezdového cestovního ruchu. Toto tvrzení se potvrdilo, ale pouze z části. Celkové počty výjezdů do zahraničí sice klesají a to až do roku 2015, ale zároveň v roce 2014 stoupl počet kratších cest do zahraničí. Změna ve struktuře zájezdů do zahraničí se dá interpretovat tak, že Češi místo delší dovolené v zahraničí volili raději kratší zájezdy. Jednalo se například o eurovíkendy v předních zahraničních metropolích, nebo výlety za nákupy do sousedních zemí, wellness pobyty, víkend na horách. Ve struktuře cílových destinací se změny žádným zásadním způsobem neprojevily.

Oslabení koruny a její vliv na přeorientování poptávky na domácí cestovní ruch se také naplnil, ale se zpožděním. V roce 2014 dochází ke změnám, kdy o téměř 2 milionů Čechů cestuje v tuzemsku více. V porovnání kratších a delších cest je znatelnější rozdíl u kratších cest, kdy v roce 2014 za účelem rekreace odjíždí o 1 milion a čtvrt více turistů než v roce předchozím. U firem je vidět, že si mnohem více hlídají své výdaje a počet služebních cest v zahraničí výrazně ubylo a naopak v roce 2014, tak jako u všech typů cest, dochází k nárůstu.

7 Literatura

- BERÁNEK, Jaromír. *Ekonomika cestovního ruchu*. 1. Praha: MAG consulting, 2016. ISBN 978-80-86724-46-1.
- FRANKE, Antonín. *Statistiky cestovního ruchu*. 1. Praha: Wolters Kluwer, 2012. ISBN 978-80-7357-717-9.
- HAMARNEH, Iveta. *Mezinárodní cestovní ruch: Vybrané kapitoly*. Praha 3: UNIVERZITA JANA AMOSE KOMENSKÉHO PRAHA, 2014. ISBN 978-80-7452-040-2.
- HESKOVÁ, Marie a kol. *Cestovní ruch - Pro vyšší odborné školy*. 1. Praha: Fortuna, 2011. ISBN 978-80-7373-107-6.
- JUREČKA, Václav. *Makroekonomie*. Praha 7: Grada Publishing, 2010. ISBN 978-80-247-3258-9.
- KLAUS, Václav a spol. *Spor o měnovou politiku*. 1. Praha: Institut Václava Klause, 2015. ISBN 978-80-87806-94-4.
- KRULOVÁ, Jitka. *Cestovní ruch*, 1. Znojmo: SVŠE, 2013. 106s. ISBN 978-80-87314-32-6.
- MACÁKOVÁ, Libuše. *Mikroekonomie: Základní kurz*. 8. Praha 3: MELANDRIUM, 2003. ISBN 80-86175-38-3.
- ORIEŠKA, Ján. *Služby v cestovním ruchu*. 1. Praha: IDEA SERVIS, 2010. ISBN 978-80-85970-68-5.
- PALATKOVÁ, Monika a Jitka ZICHOVÁ. *Ekonomika turismu: Turismus České republiky*. 2. Praha: Grada Publishing, 2014. ISBN 978-80-247-3643-3.
- PALATKOVÁ, Monika. *Mezinárodní cestovní ruch*. 1. Praha: Grada Publishing, 2011. ISBN 978-80-247-3750-8.
- SMRČKA, Luboš a Jaroslav SCHÖNFELD. *EKONOMICKÁ KRIZE A VÝVOJ CESTOVNÍHO RUCHU V ČESKÉ REPUBLICE*. 1. Praha, 2010. ISBN 0572-3043.
- ŠAUER, Martin. *CESTOVNÍ RUCH - Učební text*. 1. Brno: Masarykova Univerzita, 2015.

Elektronické zdroje:

- Bussinesinfo. *Švýcarsko: Obchodní a ekonomická spolupráce s ČR* [online]. [cit. 2017-01-27]. Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/svycarsko-obchodni-a-ekonomicka-spoluprace-s-cr-17954.html>
- Currency intervention. *What is a currency Intervention* [online]. [cit. 2017-01-26]. Dostupné z: <https://www.thebalance.com/what-is-a-currency-intervention-1978925>

- ČNB. *Devizové intervence a jejich konzistence s cílováním inflace* [online]. [cit. 2017-01-26]. Dostupné z: https://www.cnb.cz/cs/verejnost/pro_media/clanky_rozhovory/media_2015/cl_15_150317_tomsik_bankovnictvi.html
- Ekonomika 3 roky od intervence. *Lidovky* [online]. [cit. 2017-01-26]. Dostupné z: http://neviditelnypes.lidovky.cz/ekonomika-tri-roky-od-velke-devizove-intervence-fug-/p_ekonomika.aspx?c=A161127_170544_p_ekonomika_wag
- Eurostat. *Travel receipts and expenditure in balance of payments* [online]. [cit. 2017-01-26]. Dostupné z: http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/File:Travel_receipts_and_expenditure_in_balance_of_payments,_2010%E2%80%932016.png
- Fxstreet. *Měnové intervence v ČR* [online]. [cit. 2017-01-27]. Dostupné z: <http://www.fxstreet.cz/menove-intervence-v-cr.html>
- Guvernér ČNB: Význam cestovního ruchu. *ČNB* [online]. [cit. 2017-01-26]. Dostupné z: https://www.cnb.cz/cs/verejnost/pro_media/clanky_rozhovory/media_2006/cl_06_060505.html
- Kurzy. *Inflace - míra inflace a její vývoj v ČR* [online]. [cit. 2017-01-27]. Dostupné z: <http://www.kurzy.cz/makroekonomika/inflace/>
- National Tourism Policy of the Czech Republic - 2014-2020* [online]. Praha, 2015, **2015** [cit. 2018-12-11]. ISSN 978-80-87147-40-5.
- Novinky. *Oslabení koruny podle analytiků podpoří příjezdový cestovní ruch* [online]. [cit. 2017-01-26]. Dostupné z: <https://www.novinky.cz/cestovani/320733-oslaveni-koruny-podle-analytiku-podpori-prijezdovy-cestovni-ruch.html>
- Penize.cz. *Frank vystřelil ke hvězdám. Švýcarsko hází ručník do ringu* [online]. [cit. 2017-01-26]. Dostupné z: <http://www.penize.cz/kurzy-men/294696-frank-vystrelil-ke-hvezdam-svycarsko-hazi-rucnik-do-ringu>
- STRAUSS, Yves a Tatiana AMAUDRUZ. *Swiss tourism statistics 2015* [online]. Switzerland: Netthoevel & Gaberthüel, 2016 [cit. 2017-05-12]. ISBN 978-3-303-10468-2. Dostupné z: www.statistics.admin.ch
- Switzerland tourism revenues. *Tradingeconomics* [online]. [cit. 2017-01-26]. Dostupné z: <http://www.tradingeconomics.com/switzerland/tourism-revenues>
- The Effect of Exchange Rate Trends on Travel & Tourism Performance. *World Travel & Tourism Council* [online]. [cit. 2017-01-26]. Dostupné z: <https://medium.com/@WTTC/the-effect-of-exchange-rate-trends-on-travel-tourism-performance-8a74b3fb1233#.jv4t88ysb>
- TTG- the bussines of selling travel. *Anketa: Reakce na intervenci České národní banky* [online]. [cit. 2017-01-26]. Dostupné z: <http://www.ttg.cz/anketa-reakce-na-intervenci-ceske-narodni-banky/>
- Penize.cz. Očima expertů: Měnová intervence ČNB. Komu pomůže a komu ublíží? [online]. [cit. 2017-01-27]. Dostupné z:

<http://www.penize.cz/makroekonomika/275985-ocima-expertu-menova-intervence-cnb-komu-pomuze-a-komu-ublizi>

Přílohy

A Seznam otázek pro cestovní kanceláře

Vliv a bankovní intervence na domácí cestovní ruch v letech 2013-2014

- Co si myslíte obecně o zásahu vlády a zdražení koruny? Byl, a je to krok správným směrem?
- Promítla se měnová intervence v cenách zájezdů do zahraničí a naopak, jaké byly ceny zájezdů v ČR?
- Konkrétně u kterých zájezdů a kam jste cítili největší zdražení?
- Musela se poupravit skladba zájezdů? Kde a o kolik stouply ceny zájezdů?
- Promítl se bankovní zásah do preference klientů? (domácí X zahraniční zájezdy)
- Jaká byla poptávka po zájezdech oproti minulým rokům? (před rokem 2013)
- Klesají Vám marže vlivem intervence?
- Pokud Vaše tržby neklesly, čemu to přičítáte?
- Jak jste reagovali na změnu ceny, kdy si klient před zdražením koruny zakoupil zájezd? Upravovali jste jí dodatečně?
- Jaké jsou Vaše vyhlídky do budoucna? A myslíte si, že intervence ČNB brzy skončí?

B Strukturovaný rozhovor s cestovní kanceláří Tilia s.r.o.

Co si myslíte obecně o zásahu vlády a zdražení koruny? Byl, a je to krok správným směrem?

„Asi tím Národní banka něco sledovala, nejspíše posílení exportu, ale nemyslím si, že by to byl krok správným směrem.“

Promítla se měnová intervence v cenách zájezdů do zahraničí a naopak, jaké byly ceny zájezdů v ČR?

„Ano, museli jsme zdražit zájezdy, všechny služby, které nakupujeme ze zahraničí, se nám zdražily. Je rozdíl, zda nakupujete dolar za 24,50 Kč nebo za 26 Kč. Také ceny leteckých dopravců šly nahoru.“

Konkrétně u kterých zájezdů a kam jste cítili největší zdražení?

„U všech zájezdů do Izraele, nejvíce však u pobytů u Mrtvého moře v Izraeli. Ceny jsou tam stanoveny v izraelské měně, která proti dolaru stále posiluje. Výsledkem jsou vysoké ceny vyjádřené v dolarech, měně kontraktu, u nás však za dolar platíme více, než jsme počítali. Tam dochází k největším problémům.“

Musela se poupravit skladba zájezdů? Kde a o kolik stouply ceny zájezdů?

„Ne, úpravy neproběhly, programy byly zachovány. Zdražili jsme tak o 6 %.“

Promítl se bankovní zásah do preference klientů? (domácí X zahraniční zájezdy)

„Ti, co chtěli koupit, se nezastavili kvůli zvýšení ceny. Nárůst byl tak 1500 - 2000 Kč na osobu u klasických poznávacích zájezdů do zahraničí, což lidé akceptovali, navíc to bylo plošné zdražení u všech cestovních kanceláří.“

Jaká byla poptávka po zájezdech oproti minulým rokům? (před rokem 2013)

„Stejná, zdá se, že možná i vyšší, ale to díky rozsáhlé inzerci na internetu.“

Klesají Vám marže vlivem intervence?

„Ano, klesají. Mnohdy jde o to, že opticky cena vypadá lépe, když je pod určitou hranicí, takže raději 29 900 Kč než 30 400 Kč a 49 900 než 51 000 Kč. Je to nepatrný rozdíl, ale v povědomí lidí hraje velkou roli.“

Pokud Vaše tržby neklesly, čemu to přičítáte?

„Jedině zvýšenému úsilí a novým nápadům. Nyní je mnohem těžší se udržet, režijní náklady se zvyšují, konkurence se snaží prodávat za nižší ceny, které lze těžko pochopit. Mnohdy končí v insolvenci, když jim strategie nevyjde. Takových je velké množství. Sledují Vaše ceny a snaží se prodávat za nižší, jdou mnohdy až k vlastnímu krachu, pokud nemají povědomí o tom, jak funguje trh.“

Jak jste reagovali na změnu ceny, kdy si klient před zdražením koruny zakoupil zájezd? Upravovali jste jí dodatečně?

„Jako jedni z mála jsme rozdíl pokryli z vlastních zdrojů na úkor marže. Kdyby tomu bylo naopak, koruna posílila, taky bychom peníze nevraceli. Je to náš risk, který musíme zvládnout, pokud je to v rozmezí do 10 %, pak je podle zákona možnost zvýšit cenu.“

Jaké jsou Vaše vyhlídky do budoucna? A myslíte si, že intervence ČNB brzy skončí?

„Počítám s tím tak ve skrytu duše, ale kalkulace na příští rok dělám raději podle stávajícího kurzu. Ale o změně cen moc neuvažuji, zrovna jsem se dozvěděla, že od 1. 1. 2018 zavádějí země Zálivu (Emiráty a Omán) 5% DPH, dříve tam vůbec žádná DPH nebyla. A ceny služeb v zahraničí rostou každým rokem bez rozdílu destinace. Pokud zlevní koruna, dojde ke zdražení něčeho jiného.“

C Rozhovor s cestovní kanceláří Atis s.r.o.

Co si myslíte obecně o zásahu vlády a zdražení koruny? Byl, a je to krok správným směrem?

„Nezasáhla vláda, ale Národní banka. Byl to špatný krok, který vedl k prohloubení rozdílů a platů mezi ČR a starou částí EU, naše úspory a platy se snížily rázem o 10%.“

Promítla se měnová intervence v cenách zájezdů do zahraničí a naopak, jaké byly ceny zájezdů v ČR?

„Samozřejmě, postupně se zvedly ceny až o 5% - 10%, ale nepaušálně.“

Konkrétně u kterých zájezdů a kam jste cítili největší zdražení?

„Do zahraničí v rámci EU vlastní doprava.“

Musela se poupravit skladba zájezdů? Kde a o kolik stouply ceny zájezdů?

„Nemusela, jen se zvedly ceny do zahraničí, ne v tuzemsku, ceny v tuzemsku rostou sekundárně, díky vyšší poptávce.“

Promítl se bankovní zásah do preference klientů? (domácí X zahraniční zájezdy)

„Nepromítl, protože neutěšená situace ve Středomoří / výpadek destinací Egypt, Turecko, Tunisko vedl ke zvýšení poptávky po domácím cestovním ruchu a de facto to nahrálo opatření Národní banky.“

Jaká byla poptávka po zájezdech oproti minulým rokům? (před rokem 2013)

„Vyšší o 25% v domácím cestovním ruchu, o 20% vyšší Slovensko a Maďarsko.“

Klesají Vám marže vlivem intervence?

„Ano, ale i jinými vlivy, konkurence portálů, slevových portálů, vlastním prodejem hotelů.“

Myslíte si, že pokud Vaše tržby neklesly, čemu to přičítáte?

„Především našim vlastním marketingovým rozhodnutím, jak a co prodávat a nabízet.“

Jak jste reagovali na změnu ceny, kdy si klient před zdražením koruny zakoupil zájezd? Upravovali jste jí dodatečně?

„Nemohli jsme hned, jelikož zákon nám to neumožňuje, plně jsme mohli reagovat až v další sezoně, jinými slovy jsme cca 7 měsíců prohlubovali ztrátu.“

Jaké jsou Vaše vyhlídky do budoucna? A myslíte si, že intervence ČNB brzy skončí?

„Ukončení intervence je pro nás dramatické pouze v incommingu tj. exportu služeb, kde marže běžně dosahuje cca 10%, tam posílení koruny přinese problémy.“

D Rozhovor s cestovní kanceláří Adventura s.r.o.

Co si myslíte obecně o zásahu vlády a zdražení koruny? Byl, a je to krok správným směrem?

„Myslím, že to nebyl dobrý krok. Umělé oslabování měny patří mezi nástroje deformující tržní prostředí.“

Promítla se měnová intervence v cenách zájezdů do zahraničí a naopak, jaké byly ceny zájezdů v ČR?

„ČNB je nezávislá naštěstí a funguje často i proti názoru vlády, což je dobře. Oslabení koruny přišlo přesně v okamžiku, kdy jsme měli katalogy v tiskárně, a tedy se to nepromítlo do našich cen, ale do následného zisku.“

Konkrétně u kterých zájezdů a kam jste cítili největší zdražení?

„Plošně.“

Musela se poupravit skladba zájezdů? Kde a o kolik stouply ceny zájezdů?

„Ne.“

Promítl se bankovní zásah do preference klientů? (domácí X zahraniční zájezdy)

„V kombinaci s teroristickými útoky v Evropě byl znatelný nárůst domácího cestovního ruchu před outgoingem.“

Jaká byla poptávka po zájezdech oproti minulým rokům? (před rokem 2013)

„Menší.“

Klesají Vám marže vlivem intervence?

„V prvním roce významně klesly, pak jsme zdražili a marže držíme.“

Jak jste reagovali na změnu ceny, kdy si klient před zdražením koruny zakoupil zájezd? Upravovali jste jí dodatečně?

„Ano, zejména u dolarových zemí, protože brzy po intervencích CNB podobně oslabil ECB euro vůči dolaru, tedy dolar vůči koruně zpevnil dvojnásobně.“