



EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání



| | |
|----------------------------|---|
| Název projektu | Rozvoj vzdělávání na Slezské univerzitě v Opavě |
| Registrační číslo projektu | CZ.02.2.69/0.0./0.0/16_015/0002400 |

Prezentace předmětu:
PODNIKÁNÍ V CESTOVNÍM RUCHU

Vyučující:
Doc. Ing. Pavlína Pellešová, Ph.D.
Ing. Patrik Kajzar, Ph.D.



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ



Podnikatelské prostředí v cestovním ruchu

Obsah přednášky

**Specifika
podnikatelského prostředí,
jeho členění.
Vnější prostředí podniků.
Hodnocení kvality
podnikatelského prostředí.**

Podnikatelské prostředí



- ✓ základní faktor ekonomického rozvoje podniku a podmínkou růstu konkurence-schopnosti podniku,
- ✓ obecně = souhrn všech sil a vlivů přímo nebo nepřímo působících na podnik,
- ✓ definuje mnoho autorů, někteří místo uvedeného pojmu používají také označení okolí podniku.

Definice



✓ **podnikatelské prostředí** jako souhrn podstatných vlivů působících na podnikatele, podnik a podnikání. Podnikatelské prostředí představuje prostředí života podnikatelských subjektů a vztahů s ostatními subjekty. Zároveň je součástí životního prostředí a nedílnou součástí života každého člověka (Ludvík, 2005),

✓ **okolí podniku** jako svazek vnějších sil, faktorů a podmiňování. Mnoho prvků okolí podniku (právo, etické principy, apod.) má nehmotnou povahu, čímž se nezmenšuje intenzita jejich působení (Synek, Kislíngerová a kol., 2010, s. 15) ,

Specifika podnikatelského prostředí



- ✓ blíže konkretizováno (Vochozka, Mulač a kol. (2012, s. 27) především zákonodárnými sbory a ministerstvy, orgány státní správy, státem zřízenými nebo státem podporovanými institucemi a agenturami, soudy, orgány veřejné samosprávy, vzdělávacími zařízeními všech typů, výzkumnými a vývojovými pracovišti, subjekty působícími v oblasti peněžnictví, institucemi kapitálového trhu, leasingovými společnostmi, podnikatelskou samosprávou (komory, svazy, asociace, spolky, a další) a poradenskými, zprostředkovatelskými a jinými organizacemi, dále také pochopitelně tržními subjekty, kterými jsou současní a potenciální konkurenti a současní a potenciální spolupracující subjekty.

Podnikatelské prostředí



Klasifikace:

- ✓ **vnitřní prostředí a**
- ✓ **vnější prostředí** (například Jakubíková, 2009, Kučerová a Šmardová, 2016) nebo-li:
- ✓ **interní faktory a**
- ✓ **externí faktory** (Kotabe a Helsen, 2001).

Vnitřní podnikatelské prostředí



- = interní = mikropodnikatelské prostředí,
- v pravomoci podnikatele, základní stavební prvek podnikání,
- složky vnitřního okolí podniku (Kučerová a Šmardová, 2016) tvoří v cestovním ruchu:
 - zákazníci (návštěvníky v cestovním ruchu), jejich poptávku a strukturu,
 - dodavatelé,
 - konkurence,
 - organizace v cestovním ruchu působící v cílovém místě.

Vnější podnikatelské prostředí



- ✓ = externí podnikatelské prostředí,
- ✓ členění - (Mach a kol., 2004) do dvou vrstev:
 - nejvzdálenější vrstva, tj. **makropodnikatelské prostředí** (makroprostředí), tzv. „celkový obal“, celospolečenské podnikatelské klima,
 - druhá vrstva, tj. **mezzopodnikatelské prostředí** (mezzoprostředí), které je spojeno s působením regionálních a místních faktorů, firma ho spoluvytváří, má možnost zasahovat a ovlivňovat.

Makroprostředí



Faktory v makropodnikatelském prostředí (Bělohlávek, Košťan a Šuleř, 2006) faktory:

- **společenské prostředí** (= sociální prostředí) – zahrnuje i demografické faktory,
- technologické prostředí - zahrnuje technologický pokrok, výzkum a inovace,
- ekonomické prostředí (= finanční prostředí) – tvořeno základními makroekonomickými veličinami,
- politicko – právní prostředí – je tvořeno politickou stabilitou a legislativou.

Okolí podniku - podsystémy



- ✓ = systém, který se skládá se vzájemně propojených **podsystémů okolí podniku,**
- ✓ podsystémy:
 - **trh práce** – k prvkům podsystému trhu práce patří např. nabídka kvalifikovaných pracovníků, flexibilita pracovníků, apod.,
 - **dodavatelé** – podniky ovlivňuje jejich počet, kvalita dodávek, cenová úroveň nabízeného zboží a služeb, podmínky dodávky, apod.,
 - **kapitál a investoři** – jde o dostupnost úvěru, ochotu investovat, platební a úvěrové podmínky, apod.

Prvky okolí podniku



- ✓ Prostředí (okolí) podniku je tvořeno řadou faktorů (Synek a kol., 2003, s. 10),
- ✓ Obecně je vymezeno **okolí podniku prvky**:
 - politicko-právní,
 - ekonomické,
 - technologické,
 - ekologické,
 - sociální,
 - kulturní a etické.

Podsystemy okolí podniku



- ✓ **konkurence** – podnik je ovlivněn výškou a úrovní konkurence,
- ✓ **zákazník - návštěvníci** – podnik nemůže existovat bez zákazníků, jejich spotřebitelské chování, nároky na cenu ve vztahu ke kvalitě apod. podnik ovlivní,
- ✓ **různé organizace a instituce** – přijímají rozhodnutí, které ovlivní cestovní ruch, potažmo hotelnictví.

Podnikatelská prostředí v ČR



SILESIAN
UNIVERSITY
SCHOOL OF BUSINESS
ADMINISTRATION IN KARVINA

- Dle žebříčku Doing Business 2017 - ČR ve světové konkurenci 27. příčka,
- Česko si polepšilo o devět míst,
- historicky nejlepší umístění tuzemského byznysu,
- v kategorii **podmínky pro zahraniční obchod** - ČR světový primát,
- zlepšení i v hodnocení placení daní - o neuvěřitelných devětašedesát míst.

Podnikatelská prostředí v ČR



SILESIAN
UNIVERSITY
SCHOOL OF BUSINESS
ADMINISTRATION IN KARVINA

- **Index snadnosti podnikání** (Ease of Doing Business) - vytváří každoročně Světová banka,
- hodnocení jednotlivých států z pohledu podnikové sféry zaměřující se na podmínky pro podnikání, regulaci v podnikání, vlastnická práva, atraktivitu země pro zahraniční investory, konkurenceschopnost.

Podnikatelská prostředí



Informace o podnikatelském prostředí pro podniky (Synek, Kislíngerová a kol., 2010):

- ✓ vládní a jiné prognózy střednědobého a krátkodobého vývoje ekonomiky,
- ✓ informace produkované zájmovými průmyslovými a podnikatelskými svazy,
- ✓ vlastní historické a prognostické informace o situaci na trhu, cenách, zákaznících a jejich potřebách,
- ✓ informace o vývoji technik a technologie v daném oboru, získané na veletrzích, výstavách, z nabídkových katalogů atd.,
- ✓ informace o situaci v konkurenčních firmách a jeho očekávaném chování.

Vnější prostředí podniků - faktory



- ✓ **přímé faktory vnějšího prostředí** - zákazníci, konkurenti, dodavatelé a lidské zdroje,
- ✓ **nepřímé faktory** - organizace, přímo ovlivňující podnik nebo nepřímo její pracovní síly anebo faktory, které mohou nepřímo ovlivňovat klima, ve kterém organizace funguje.

Vnější prostředí podniků - faktory



nepřímé faktory - podnikatelské klima ovlivňují faktory:

1. ekonomické,
2. technologické,
3. politické,
4. legislativní,
5. kulturní,
6. sociální a
7. internacionální.

Vnější prostředí podniků



Členění (Gúčik, 2010):

1. politické prostředí,
2. ekonomické prostředí,
3. sociální prostředí,
4. kulturní prostředí,
5. technologické prostředí,
6. ekologické prostředí.

Politické prostředí



- ✓ **CR - závislý na vládní politice,**
- ✓ **stát - nositel politiky cestovního ruchu:**
 - **vytváření orgánů, které koordinují cestovní ruch,**
 - **v širším smyslu vytváří podnikatelské prostředí,**
 - **při tvorbě strategie a koncepce rozvoje cestovního ruchu,**
 - **při rozvoji odborného školství pro cestovní ruch,**
 - **v podpoře regionálního rozvoje včetně cestovního ruchu v budování infrastrukturní vybavenosti, apod.**
- ✓ **vlády - pozornost při odstraňování cestovních formalit, vybavování cestujících na hranicích a finančnímu zabezpečení turistů při cestách do zahraničí,**
- ✓ **nejzávažnější politická podmínka - politická stabilita a mír.**

Politické prostředí



- ✓ působí na firmy a tím ovlivňuje situaci na trhu cestovního ruchu,
- ✓ např. negativní dopad teroristických útoků - hotely, restaurace, cestovní kanceláře i agentury,
- ✓ vliv zájmových skupin ve svůj prospěch - tabáková lobby,

- ✓ politický systému zahrnuje faktory:
 - politická kultura,
 - volební chování,
 - důvěra obyvatel v politiku,
 - personální vztahy mezi politiky.

Ekonomické prostředí



- ✓ zásadní význam pro podnik - poskytuje zdroje,
- ✓ rozhodování podniků - ovlivněno celkovou hospodářskou situací země a jejím vývojem,
- ✓ faktory (Synek, Kislíngerová a kol., 2010):
 - dostupnost a ceny výrobních faktorů,
 - daňová zátěž podniků,
 - hospodářský růst, měnový a devizový vývoj,
 - odběratelé a dodavatelé podniku a finanční instituce.

Sociální prostředí



- ✓ podnikatelský subjekt zná důsledky podnikání pro společnost,
- ✓ podnik svým chováním ovlivňuje vnímání ostatních subjektů,
- ✓ tvoří:
 - sociální postoje,
 - víra a hodnoty v podniku.
- ✓ podnik může pro své okolí - podpora škol, mimoškolních aktivit dětí, výstavba hřišť, sponzorství kulturních akcí, kultivace prostředí, apod.,
- ✓ rozvoj cestovního ruchu souvisí s činností člověka - má vliv na D,

Sociální prostředí



- ✓ demografická struktura společnosti - vliv na účast na cestovním ruchu,
- ✓ intenzita práce a pracovní prostředí - vliv forem využívání volného času,
- ✓ důležitá je zákonná platná doba dovolené.

Cestovní ruch ovlivňuje sociální prostředí:

- ✓ diferencovanou S produktu umožňuje účast na cestovním ruchu nabídkou specifických produktů i pro sociálně slabší a zdravotně znevýhodněné,
- ✓ významně ovlivňuje trend zdraví obyvatelstva.

Kulturní prostředí



- ✓ působí procesy globalizace,
- ✓ zahrnuje:
 - celkovou vzdělanostní a kulturní úroveň obyvatel,
 - ekonomický rozvoj,
 - aplikaci technologického pokroku,
- ✓ kulturní odlišnosti v regionech - v globálním měřítku se hovoří o snižování rozdílů mezi národními kulturami,
- ✓ projevy globalizace - v oblasti ubytování, gastronomie, apod.
- ✓ podniky cestovního ruchu - respektovat spotřební zvyklosti a reagovat na procesy globalizace a internacionalizace.

Kulturní prostředí



- ✓ každý podnik má:
 - svoji strukturu,
 - pravidla jednání a chování,
 - svoji kulturu.
- ✓ v oblasti kulturní - podnikatel zajistit kompromis: co je ochoten akceptovat příjíždějící host x co je schopen akceptovat podnik cestovního ruchu přijímající destinace.
- ✓ odlišnosti v kulturním prostředí - konkurenční výhodou.

Technologické prostředí



- ✓ přesahuje hranice jednotlivých zemí a napomáhá globalizaci (Gúčik, 2010),
- ✓ na systém cestovního ruchu působí:
 - dopravní technologie,
 - informační technologie a
 - komunikační technologie,
- ✓ pokrok v dopravní infrastruktuře,
- ✓ zvýšil se stupeň automobilizace obyvatel,
- ✓ letecká doprava - zavedeny velkokapacitní letadla,
- ✓ negativní vliv dopravy na životní prostředí - rychlost má vliv na omezení zážitků a dojmů z cestování.

Technologické prostředí



- ✓ globální distribuční systémy,
- ✓ čipové karty,
- ✓ počítačové databáze,
- ✓ počítačové manažerské informační systémy,
- ✓ technologie přípravy pokrmů apod.
- ✓ informační technologie - vliv virtuální reality - simulované zážitky - prožít doma i opakovaně,
- ✓ vývoj v posledních desetiletích - nevyhnutné s ním počítat, i negativní vliv na účast na cestovním ruchu.

Ekologické prostředí



- ✓ právní normy související s ekologií,
- ✓ podniky se chová ekologicky a šetrně k životnímu prostředí:
 - recyklace obalů,
 - ekologicky nezávadné výrobky, apod.
- ✓ firmy šetrné k životnímu prostředí, dodržující ekologické principy - odlišení od konkurence, získání konkurenční výhody

Ekologické prostředí



- ✓ ekonomický růst má jisté hranice - doprovázen zhoršováním životního prostředí,
- ✓ cestovní ruch – využívá přírodní a kulturně historické zdroje - ochrana přírody a krajiny musí respektovat potřebu rovnováhy mezi blahobytem a volným časem zejména z hlediska přípustného zatížení krajiny návštěvníky a rozvoje CR,
- ✓ pokles vlivu cestovního ruchu na životní prostředí - odstranění masovosti, podpora ekologického CR,
- ✓ životní prostředí jako hrozba i příležitostí pro CR.

Geografické prostředí



- ✓ na prvním místě uvádí Synek, Kislíngerová a kol. (2010, s. 16),
- ✓ pro podnik předurčuje jeho logistiku (řízení materiálových a výrobních toků od zdroje k uživateli),
- ✓ hraje roli při volbě lokalizace podniku,
- ✓ od geografického prostředí se odvíjí další specifické faktory (pozitivně či negativně ovlivňují strategii podniku):
 - přírodní podmínky, klimatické podmínky, kulturní zvyklosti atd.,
 - kvalita dopravní infrastruktury,
 - sociologické a ekonomické podmínky daného státu,
 - celá řada dalších faktorů a prakticky všechny následující roviny.

Právní prostředí



- ✓ politické vlivy se za normálních podmínek prosazují především prostřednictvím práva,
- ✓ významným faktorem právního okolí je vymahatelnost práva - soustava právních norem a rychlá práce soudů, autorita soudních rozhodnutí,
- ✓ roste význam legislativy Evropské unie,
- ✓ legislativa pro podniky v cestovním ruchu - určité hranice omezující jejich chování na trhu a vytvářejí rámec pro všechny podnikové činnosti.

Okolí podniku



- ✓ má vliv na jeho činnosti a konkurenceschopnost,
- ✓ podniky jsou vystaveny konkurenčním tlakům,
- ✓ MMR (2008) rozlišuje následující **vztahy podniku k jeho okolí**:
 - vztahy se zákazníky,
 - vztahy s dodavateli,
 - vztahy s konkurencí,
 - vztahy s konkurencí,
 - vztahy se státní správou a dozorovými orgány, vztahy s místní samosprávou,
 - vztahy se širším okolím (neziskový sektor, občanská společnost a další).



Hodnocení kvality podnikatelského prostředí

- ✓ Kučerová a Šmardová (2016),
- ✓ spočívá v hodnocení jeho složek a vlivu na podnikání,
- ✓ je založeno na subjektivním hodnocení podnikatelskými subjekty nebo může vycházet s hodnocení platné legislativy v dané zemi.

Hodnocení kvality podnikatelského prostředí - metodiky hodnocení



SILESIAN
UNIVERSITY
SCHOOL OF BUSINESS
ADMINISTRATION IN KARVINA

- ✓ index podnikatelského prostředí (Podnikatelská aliance Slovenska),
- ✓ Doing Business (Světová banka),
- ✓ index vnímání korupce (Transparency International),
- ✓ agregátní indikátory správy a index zjetí státu (Institut Světové banky),
- ✓ index globální konkurenceschopnosti a index podnikové konkurenceschopnosti (Světové ekonomické fórum),
- ✓ index nepřehlednosti (Pricewaterhouse Coopers),
- ✓ index rizika správy akciových společností.

Hodnocení kvality podnikatelského prostředí



SILESIAN
UNIVERSITY
SCHOOL OF BUSINESS
ADMINISTRATION IN KARVINA

- ✓ Světová banka - všeobecně respektovaná studie Doing Business,
- ✓ studie obsahuje žebříček zemí podle toho, jaké „přátelské“ podmínky pro podnikání vytváří,
- ✓ pro investory je to podstatná informace o tom, jaké podmínky mohou očekávat ve 183 různých zemích světa,
- ✓ měření podmínek - 10 indikátorů - zaměřeny na relevantní omezení a regulace podnikání, nevyhodnocují podnikatelské prostředí dle makroekonomické stability, korupce, úrovně vzdělanosti pracovní síly apod.
- ✓ data jsou testována a revidována.

Sledované indikátory zjednodušeně



- ✓ podmínky pro nastartování podnikání – čas, náklady, minimální kapitál, potřebné procedury,
- ✓ obtížnost získání stavebního povolení – potřebné procedury, čas, náklady na získání stavebního povolení,
- ✓ zaměstnávání zaměstnanců – obtížnost zaměstnat pracovní sílu, nepružnost v pracovně právních vztazích,
- ✓ nákup a prodej majetku – čas a náklady spojené s nákupem a prodejem komerčních nemovitostí, potřebné procedury,
- ✓ možnost získání úvěru – právní předpisy, informovanost o úvěrech,

Sledované indikátory zjednodušeně



- ✓ ochrana investora,
- ✓ daňová zátěž – počet, čas na přípravu a vyplnění daňových přiznání, podíl celkové daňové zátěže na hrubém zisku,
- ✓ obchodování přes hranice – dokumenty, náklady a čas spojený s vývozem a dovozem
- ✓ efektivnost soudů při řešení obchodních sporů – procedury, náklady a čas na řešení obchodních sporů,
- ✓ proces ukončení podnikání,
- ✓ možnost napojení na elektřinu.

Hodnocení kvality podnikatelského prostředí



SILESIAN
UNIVERSITY
SCHOOL OF BUSINESS
ADMINISTRATION IN KARVINA

regionální **hodnocení kvality podnikatelského prostředí** -

16 faktorů, rozdělených do 6 skupin:

- ✓ obchodní faktory - největší význam, 4 faktory: blízkost trhů, koncentrace významných podniků, přítomnost zahraničních podniků, podpůrné služby,
- ✓ pracovní faktory – 3 faktory: dostupnost pracovních sil, kvalita pracovních sil a flexibilita pracovních sil,
- ✓ infrastrukturní faktory – 3 faktory: kvalita silnic a železnic, kvalita informačních a komunikačních technologií, blízkost mezinárodních letišť,

Hodnocení kvality podnikatelského prostředí



SILESIAN
UNIVERSITY
SCHOOL OF BUSINESS
ADMINISTRATION IN KARVINA

- ✓ lokální faktory - faktor podnikové a znalostní báze a faktor asistence veřejné správy,
- ✓ cenové faktory vypovídají o úrovni poptávky a nabídky na relevantních trzích - zahrnují faktor ceny práce a faktor ceny nemovitostí,
- ✓ environmentální faktory vypovídají o specifických stránkách kvality života, které spoluvytvářejí podnikatelské prostředí - zahrnují faktor urbanistické a přírodní atraktivity území a faktor environmentální kvality území.



Komplexní přístup hodnocení kvality

Komplexní přístup hodnocení kvality podnikatelského prostředí

- ✓ zohledňující rozvojové preference vybraných odvětví průmyslu a služeb tržního sektoru ekonomiky,
- ✓ nezbytné znát relevantní odhady příslušných vah výrobních faktorů, které lze s potřebnou mírou objektivity stanovit na základě kvalifikovaných mezinárodních průzkumů odpovídajících názorů potenciálních investorů a navazujících statistických a dalších analýz,
- ✓ výsledky analýz v České republice vztahující se k dosavadní etapě ekonomického rozvoje - jako rozvoj tažený investicemi (především zahraničními).

Faktory podnikatelského prostředí



| faktory | typologické skupiny | váhy A | váhy B |
|--|-------------------------|-----------|-----------|
| <i>nejvýznamnější faktory:</i> | | 44 | 48 |
| podnikatelská a znalostní báze | lokální faktory | 9 | 11 |
| dostupnost pracovních sil | pracovní faktory | 10 | 10 |
| blízkost trhů | obchodní faktory | 9 | 9 |
| koncentrace významných firem | obchodní faktory | 9 | 9 |
| kvalita pracovních sil | pracovní faktory | 7 | 9 |
| <i>středně významné faktory:</i> | | 37 | 35 |
| cena nemovitosti | cenové faktory | 7 | 7 |
| kvalita silnic a železnic | infrastrukturní faktory | 8 | 6 |
| cena práce | cenové faktory | 6 | 6 |
| informační a komunikační technologie (ICT) | infrastrukturní faktory | 6 | 6 |
| podpůrné služby | obchodní faktory | 6 | 5 |
| urbanistická a přírodní atraktivita území | environmentální faktory | 4 | 5 |

Vybrané zdroje



SILESIAN
UNIVERSITY
SCHOOL OF BUSINESS
ADMINISTRATION IN KARVINA

- ✓ GÚČIK, M. a kol., 2010. *Manažment cestovného ruchu*. Banská Bystrica: Slovak-Swiss Tourism. ISBN 978-80-89090-67-9.
- ✓ JAKUBÍKOVÁ, D., 2012. *Marketing v cestovním ruchu: jak uspět v domácí i světové konkurenci*. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-4209-0.
- ✓ KUČEROVÁ, J. a L. ŠMARDOVÁ, 2016. *Podnikanie v cestovnom ruchu*. Bratislava: Wolters Kluwer. ISBN 978-80-8168-396-1.
- ✓ SYNEK a kol., 2003. *Manažerská ekonomika*. Praha: Grada Publishing. ISBN 80-247-0515-X.
- ✓ SYNEK, M., E. KISLINGEROVÁ A KOL., 2010. *Podniková ekonomika. 5. přepracované a doplněné vydání*. Praha: C. H. Beck. ISBN 978-80-7400-336-3.
- ✓ VOCHOZKA, M., P. MULAČ a kol., 2012. *Podniková ekonomika*. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-4372-1.



Děkuji za pozornost

