

Vyhodnotenie prieskumu v sektore turizmu

Európska komisia realizuje prieskumy medzi malými a strednými podnikmi v rámci tzv. Panelov pre malých a stredných podnikateľov; a to predovšetkým dotazníkovou metódou. Prostredníctvom dotazníkov publikovaných na webových stránkach môžu podnikatelia pripomienkovať pripravovanú legislatívu týkajúcu sa ich podnikateľskej činnosti na vnútornom trhu EÚ. Metóda on-line dotazníkov, ako aj ich priameho zasielania, či osobného odovzdávania, bola využitá i v Panely pre malých a stredných podnikateľov o turizme, ktorý spustila Európska komisia 26. februára 2009. Tentokrát sa však nejednalo o pripomienkovanie dôležitej legislatívy EÚ; i keď pripravovaná štúdia o dopade hospodárskej krízy na turizmus môže tiež slúžiť ako podnet na úpravu legislatívy v danej oblasti; cieľom bolo zistiť, ako globálna hospodárska kríza vplyva na túto sektorovú oblasť.

Metodológia:

- **Termín realizácie:** 26.2. - 15.4.2009
- **Miesto realizácie/lokalita:** Územie SR
- **Cieľová skupina:** Malí a strední podnikatelia z odvetvia turizmu (ubytovanie, gastronómia, cestovné kancelárie, doprava)

Dovolili sme si osloviť podnikateľov podnikajúcich v oblasti turizmu s vyplnením dotazníkov (preložených do slovenského jazyka), ktoré by mali prispieť k vypracovaniu celkového obrazu európskeho turistického priemyslu. Partneri Enterprise Europe Network na Slovensku, Národná agentúra pre rozvoj malého a stredného podnikania (NARMSP) a Regionálne a informačné centrum Prešov (RPIC Prešov), oslovili 2716 slovenských firiem pôsobiach v oblasti turizmu. Z oslovených respondentov, ktorí sa mali zúčastniť prieskumu, poskytlo asistenciu (prostredníctvom vyplneného dotazníka), bohužiaľ, celkovo len 30 respondentov. Veľmi malé číslo odozvy svedčí o skeptickosti, nezáujme a nechote malých a stredných podnikateľov vyjadrovať sa k aktuálnym otázkam, či prezentovať svoje názory. Nezáujem častokrát pramení „z nechoty štátu riešiť problémy v turizme!“.

30 podnikateľov, z ktorých 30% podniká v oblasti ubytovania (hotely, ďalšie typy komerčného ubytovania, hotel a reštaurácia, iné), 27% v oblasti gastronómie (reštaurácie, café/bary, catering, iné), 37% - cestovné agentúry a 7% v oblasti dopravy, je veľmi malá vzorka, ale už i na nej sú badateľné dopady globálnej hospodárskej krízy na tento sektor slovenského hospodárstva.

Kým sa však dostaneme ku konkrétnym záverom, priblížme si určité štatistické údaje charakterizujúce vzorku respondentov. 93% oslovených firiem podniká celoročne (7% sezónne) a 90% z nich pôsobí na slovenskom trhu už viac ako štyri roky (47% od 4 -10 rokov, 43% viac ako 10 rokov). Rovnomerne, po 47% zúčastnených má menej ako 10 alebo od 10 do 49 zamestnancov, len u 7 % oslovených počet zamestnancov dosahuje 50 až 249 zamestnancov.

Až 57% oslovených respondentov zaznamenalo v roku 2008 oproti predchádzajúcemu roku (2007) zvýšený dopyt po ich službách najmä v domovskej krajine. Medzi najdôležitejšie kritériá spotrebiteľských rozhodnutí klienta/host'a patria v prvoradej miere kvalita a cena poskytovaných služieb. Za dôležité pokladajú spotrebiteľia aj bezpečnostné hľadisko, pričom menej dôležité je pre nich hľadisko ochrany životného prostredia. Avšak už i oblasť turizmu, konkrétne až 87% oslovených firiem, zaznamenala za posledných šesť mesiacov zmeny v spotrebiteľských zvykoch. Zhoda medzi oslovenými nastala v tom, že klienti utrácajú menej peňazí, ale viac si všímajú ceny a kvalitu poskytovaných služieb.

Firmy poväčšine čelia problémom týkajúcim sa dostupnosti financií, daní a obávajú sa tiež nárastu konkurencie. Globálna hospodárska kríza sa prejavila i na súčasnej ekonomickej situácii u vyše 70%

firiem, pričom ďalších 17% priznalo jej možný dopad na ich firmu. V prevažnej miere sú tieto dopady reflektované vo vyšších produkčných, resp. výrobných nákladoch (až u 27%), vyššej cene práce a dodatočnej finančnej záťaži (po 20%), ale tiež v iných dopadoch - napr. nižší dopyt od klientov, menší záujem klientov míňať peniaze, menší zisk, štát sa nezaujíma o riešenie problémov v turizme... Až 87% firiem už podniklo kroky na určenie dopadov súčasnej ekonomickej situácie, pričom prepúšťanie zamestnancov a odloženie investícií sú spôsoby, ktorými sa slovenskí malí a strední podnikatelia podnikajúci v oblasti turizmu vyrovnávajú s problémami, ktoré so sebou priniesla hospodárska kríza.

Európska komisia by mala podľa oslovených firiem podporovať tie nástroje, ktoré posilnia dopyt, povzbudia investície a inovácie v tejto oblasti, ale mala by aj iniciovať a stimulovať propagáciu dobrej praxe (best practice).

Komisia adresovala firmám podnikajúcim v oblasti turizmu aj otázku týkajúcu sa ich očakávaní dopadov hospodárskej krízy v budúcnosti (2009). 60% oslovených firiem očakáva skôr negatívny a 13% podstatne negatívny dopad, pričom tento by sa mal prejavovať v poklese v dopytu (menší počet hostí) a v zníženom utrácaní hostí/klientov.

Výsledky dotazníka jasne dokazujú, že slovenské firmy podnikajúce v oblasti turizmu budú musieť v blízkej budúcnosti podniknúť kroky (zníženie nákladov, neskôr pristúpiť i k prepúšťaniu zamestnancov, či odloženiu investícií), aby zmiernili dopady krízy na ich firmu.

Celkovo, firmy vidia svoje podnikanie v roku 2009 skôr negatívne (47%, veľmi negatívne 7%), ako pozitívne (13%), pričom až 33% respondentov nevedelo odhadnúť, v akom smere sa ich podnikanie bude ďalej vyvíjať.

Ďakujeme všetkým zúčastneným malým a stredným podnikateľom za ich participáciu na pripravovanej štúdii Európskej komisie o stave a konkurencieschopnosti európskeho turistického priemyslu v podmienkach globálnej hospodárskej krízy. Určite vás o štúdii, ktorá by mala byť publikovaná v septembri 2009, ako aj podporných aktivitách orientovaných na oblasť turizmu budeme ďalej informovať!

Autor: PhDr. Stanislava Drusková je informačná pracovníčka oddelenia služieb pre malé a stredných podnikateľov v Národnej agentúre pre rozvoj malého a stredného podnikania.