

Komparácia trendov dopytu po rekreácii a kultúre v Českej a Slovenskej republike

Iveta Fodranová¹

Comparison of Trends in Demand for Recreation and Culture in the Czech Republic and Slovak Republic

Abstract

Demand for recreation has a long history in the estimation of product flows but with the shift to a service based society, providing opportunities for valuable recreation become reality. The purpose of this publication is to determine the demand for short-term predictions in recreation and culture needs. The method used to predict recreation is based on extrapolation of recent trends of expenditures to recreation and culture. A linear regression line was fit to the data series, and the percent change along the regression line between the first and seventh year was calculated. Results showed significant differences between trends for recreation and culture between Slovakia and Czech Republic. From an economic perspective, this development of demand for recreation and culture goods and service has positive impacts to society but on the other side negative environmental effects associated with its increasing.

Key words

Expenditures to recreation and culture, demand, short-term prediction

JEL Classification: I31, L83

Úvod

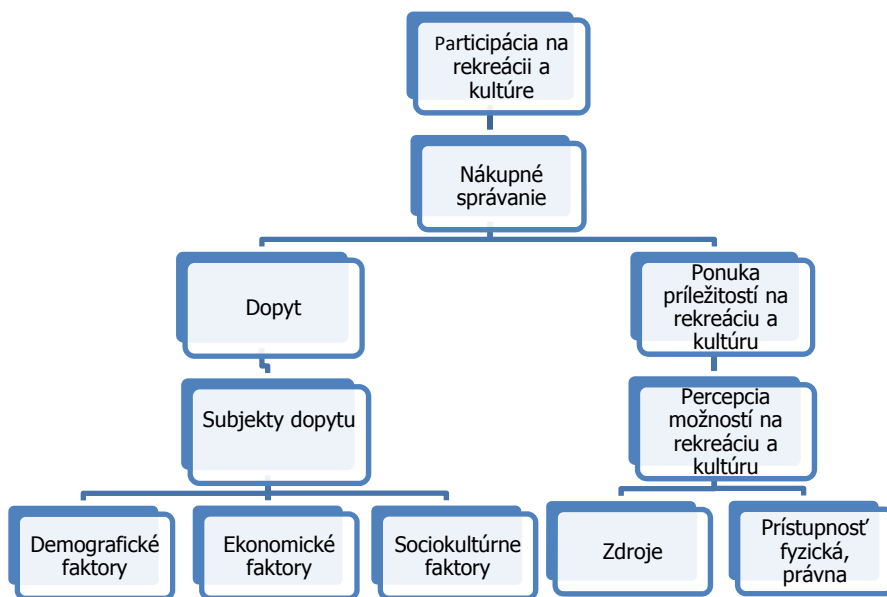
Termín rekreácia, etymologicky pochádzajúci z latinského recreationen, sa prvýkrát objavuje na konci 14. storočia v zmysle „posilňovania alebo regenerácie chorého človeka“. Rekreácia ako sociálny fenomén je produktom industrializácie a urbanizácie, ktorých expanzia v 20. storočí sformovala kúpnu silu. Tradičné pohľady na rekreáciu sú späť s vnímaním určitých aktivít počas voľného času jedinca. Azda najznámejšia definícia rekreácie je definícia Yukica, ktorý pod rekreáciou rozumie „akt alebo skúsenosť vybranú jedincom počas jeho voľného času na splnenie osobných potrieb alebo želaní, primárne pre jeho vlastné uspokojenie (Yukic, 1963). V 70. rokoch Yukic (1970) definíciu modifikoval a rekreáciu vysvetlil ako „aktivity voľného času, pričom tieto aktivity sa vykonávajú pre potešenie, pobavenie alebo sú považované za zábavu“. Chápanie rekreácie však bolo aj naďalej v dimenziách „formy ľudskej činnosti, ktorá je vykonávaná vo voľnom čase, dobrovoľne zvolená, príjemná, s pozitívnymi sociálnymi kvalitami“ (More & Averill, 2003). Impakt rekreácie na jedinca je však oveľa silnejší, pretože určitým spôsobom zväčša pozitívne modifikuje životný štýl jednotlivca, a tak prispieva k zlepšeniu kvality jeho života (Freeman et al., 2003), (Dewey, 1916). Význam rekrea-

¹ Ing. Iveta Fodranová, PhD.; Ekonomická univerzita v Bratislave, Obchodná fakulta, Katedra služieb a cestovného ruchu, Dolnozemska cesta 1, 852 35 Bratislava; E-mail: iveta.fodranova@euba.sk

cie ako kľúčového faktora v rozvoji sociálnych funkcií ozrejml Mintoff (2009). Práca Maxteda (2013) upozornila na obrovský potenciál rekreácie rozpracovaním pozitívneho efektu rekreácie až na úroveň individuálneho rozvoja a personálnych noriem, ktoré pomáhajú riešiť problémy prežitia. Maxted prínos rekreácie pre jednotlivca a spoločnosť definoval ako „hodnoty, ktoré môžu pomôcť vytvoriť silný vzťah medzi vami a svetom a môžu nastaviť smer pre život človeka. Zábava môže priniesť zmysel a účel do *niečieho* života, a práve tak obmedziť také javy, ako sú depresia, úzkosť a stres“ (Maxted, 2013, Wellington, 2012).

V demokratických krajinách sa rekreácia všeobecne vníma ako základné demokratické právo ľudí bez ohľadu na vek, stav a sociálne postavenie. Každá spoločensky vyspelá spoločnosť sa preto snaží, aby jej členovia využívali svoj voľný čas pozitívne a konštruktívne, pretože je v jej bytostnom záujme podporovať také aktivity, ktoré prispievajú k regenerácii fyzických, psychických a tvorivých síl ľudí. Podmienkou pre rekreáciu je iba voľný čas jednotlivcov a selekcia aktivít. Kvantita a kvalita rekreácie je nastavená sociálnym prostredím. Kvantitatívnu stránku rekreácie reprezentuje časový fond, ktorý ostane jedincovi po odpočítaní času nutného na splnenie jeho povinností v závislosti od veku a zdravotného stavu, a kvalitatívne faktory sú dané reguláciou určitých činností, ktoré sú z pohľadu spoločnosti deštruktívne či inak nežiaduce (napr. gamblerstvo). Ak participácia na rekreácii vytvára pozitívne efekty, potom aj správanie jednotlivcov je konštruktívne, sociálne akceptovateľné (Caldwell & Baldwin, 2004), čo môžeme označiť za pozitívne využívanie voľného času (Saayman, 1993).

Graf 1 Rozhodovací proces participácie na rekreácii a kultúre



Zdroj: modifikované podľa Pigrama (1983)

Rekreácia je nevyhnutná a neoddeliteľná časť ľudského života. Napriek častému zamieňaniu či stotožňovaniu rekreácie so športovými aktivitami či s turizmom, jej skutočný rozsah presahuje spomínané aktivity. Rekrečné aktivity môžu byť individuálne alebo skupinové, indoorové alebo outdoorové, zdraviu prospešné alebo sebazničujúce,

užitočné pre spoločnosť alebo deštruktívne. Subjektom rekreácie je nositeľ dopytu, ktorý vystupuje ako spotrebiteľ produktu po rekreačných aktivitách. Na subjekt pôsobí množstvo špecifických externých faktorov (tab. 1): demografické, socio-kultúrne a ekonomické, ktoré vyvolávajú a modifikujú dopyt po rekreácii. Rovnako aj ponuka je ovplyvňovaná existenciou a dostupnosťou zdrojov, nielen vo fyzickom zmysle, ale predovšetkým nastavením legislatívy, ktorá vytvára právny rámec pre kreovanie obsahu ponuky.

Porovnanie dopytu po rekreácii Slovenskej a Českej republiky predstavuje zaujímavý cieľ už aj preto, že počas spoločného štátu bola nastavená spoločná politika štátnych orgánov a inštitúcií, ktorá sa snažila rovnakým spôsobom ovplyvňovať externé faktory oboch geografických celkov. Hlavným cieľom modelového prístupu je komparácia dynamiky vývoja dopytu po rekreácii a kultúre prostredníctvom vývoja výdavkov na rekreáciu a kultúru na osobu reprezentujúcich dva špecifické subjekty, ktoré predstavujú obyvateľstvo Slovenskej republiky a obyvateľstvo Českej republiky tak, aby najmä podnikateľské subjekty zabezpečujúce pokrytie dopytu po tovaroch a službách mali prvotnú informáciu o vývoji trhu. A na základe toho mohli v dostatočnom časovom predstihu zvážiť vstup či pôsobenie na českom alebo na slovenskom trhu.

1 Metodika práce

Kvalita služieb a spokojnosť zákazníkov sa týka každého odvetvia priemyselnej činnosti vrátane turizmu a rekreácie. Primárny cieľ rekreácie je uspokojenie potrieb návštevníkov prostredníctvom kvalitne poskytnutých podmienok uspokojiť vlastné potreby. Efektívnosť poskytnutia kvalitnej služby sa ekonomicky prejaví zvýšeným dopytom a opakovanou návštevnosťou. Na účely tejto štúdie pod pojmom rekreácia budeme rozumieť „Proces dobrovoľnej účasti na konštruktívnych voľnočasových aktivitách, ktoré prispievajú k zlepšeniu celkového blahobytu jednotlivca a ľudí v komunite (Scholtz et al., 1996). Základom určenia dopytu po rekreácii sú potreby jednotlivca/komunity. Ak sú potreby kryté kúpnu silou, vzniká dopyt. Subjekt rekreácie je nositeľ dopytu, ktorý vystupuje ako spotrebiteľ produktu po rekreačných aktivitách. Základom komparácie budú relatívne podiely výdavkov na rekreáciu. Práca sa tak opiera o využitie sekundárnych údajov, pretože na zistenie dlhodobých vývojových tendencií a trendov nepostačujú jednorazové primárne údaje, ale je nutné skúmať dlhé časové rady údajov, ktoré v optimálnej forme získavajú a spracovávajú štatistické úrady oboch republík. Zdrojové údaje sú zo Štatistického úradu Slovenskej republiky a Českého štatistického úradu. Ako nosná štatistická metóda na extrapoláciu trendov bola zvolená regresná priamka vypočítaná metódou najmenších štvorcov, ktorá je vhodným rozšírením výberového súboru a umožňuje kvantifikáciu vývojových trendov.

2 Výsledky a diskusia

Pri skúmaní dopytu obyvateľstva po tovaroch a službách v podmienkach trhovej ekonomiky dôležitú funkciu spĺňajú spotrebné funkcie, ktoré sa viažu na finálnu spot-

rebu obyvateľstva. Štruktúra spotrebných výdavkov determinuje kvalitu života obyvateľov. „Standardne sa konštatuje, že pojem kvalita života vyjadruje tie (kvalitatívne) stránky spôsobu života, ktoré vyjadrujú mieru uspokojovania materiálnych a kultúrnych potrieb ľudí“ (Tokárová, 2002). K danej definícii sa žiada dodať aj rekreačných potrieb, pretože práve tie sa významne podieľajú na tzv. well-being, ktorý priamo koreluje s kvalitou života prežívanou jednotlivcom. Sledovanie výdavkov spotrebiteľov na rekreáciu a kultúru sa takto stáva dôležitým signalizátorom fyzického a psychického stavu obyvateľstva. Podľa metodiky Štatistického úradu Slovenskej republiky aj Českého štatistického úradu pod výdavkami za *rekreáciu a kultúru* sa zahŕňajú výdavky za tovary a služby spojené s individuálnou a organizovanou rekreáciou a iným využívaním voľného času vrátane výdavkov za knihy, noviny, tlačiarenský a papiernický tovar a kresliace potreby.

Tab. 1 Priemerný relatívny podiel výdavkov na rekreáciu a kultúru na osobu v Českej a Slovenskej republike

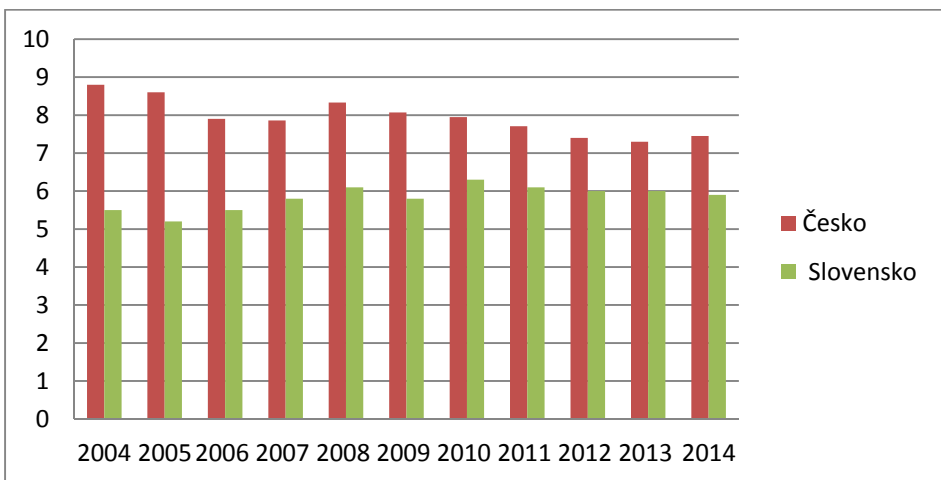
	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Česko	8,8	8,6	7,9	7,86	8,33	8,07	7,95	7,71	7,4	7,3	7,45
Slovensko	5,5	5,2	5,5	5,8	6,1	5,8	6,3	6,1	6	6	5,9*

Zdroj: údaje Štatistický úrad SR, Český štatistický úrad, vlastné spracovanie
*simulovaný údaj ŠÚ SR

Údaje z tabuľky 1 ilustrujú pomerne prekvapivé a diametrálne odlišné správanie slovenských a českých spotrebiteľov z hľadiska relatívneho podielu výdavkov na rekreáciu a kultúru na hrubých celkových výdavkoch. Po dlhé roky slovenskí spotrebiteľia mali výdavky na rekreáciu a kultúru nepomerne nižšie ako českí spotrebiteľia, ale v prvej dekáde nového tisícročia sa situácia začína meniť a začína vyvážený, rastúci podiel výdavkov slovenského spotrebiteľa na rekreáciu a kultúru a prakticky permanentný pokles podielu výdavkov u českého spotrebiteľa. Je zaujímavé, že rastúci trend výdavkov slovenského spotrebiteľa nijako neovplyvnila finančná kríza, keď by sa dalo predpokladať, že všeobecne rodiny aj jednotlivci siahnu k úspornejším opatreniam a obmedzia práve takýto druh výdavkov.

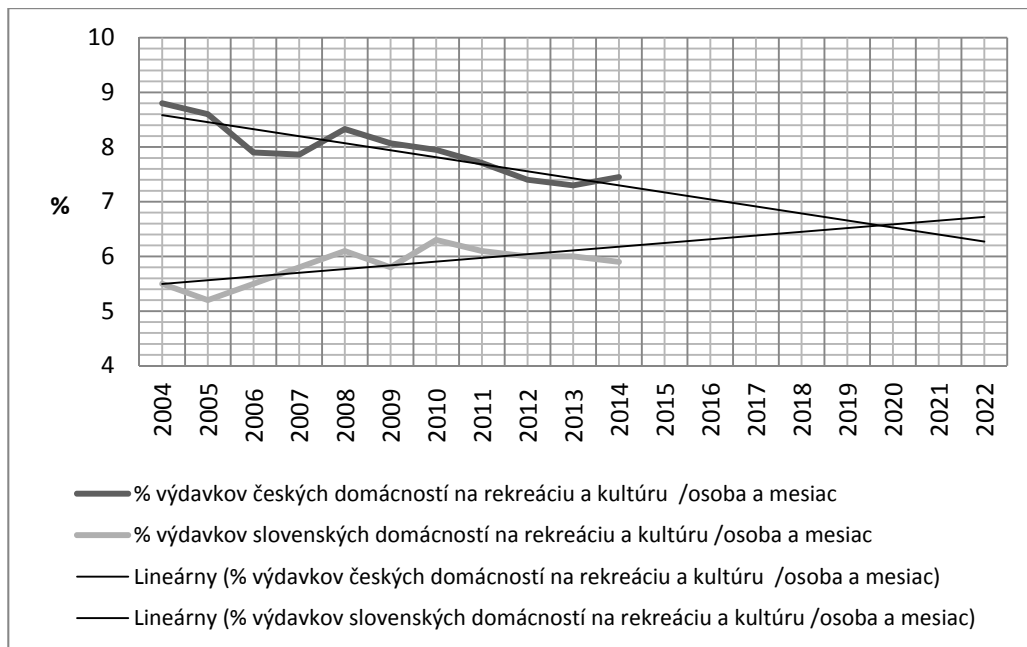
Graf ukázal, že pokles výdavkov na rekreáciu v Českej republike nastal ešte pred finančnou krízou a slovenskí spotrebiteľia podiel výdavkov na rekreáciu v čase krízy prakticky neznížili, napriek negatívnej ekonomickej situácii. Keďže finančná kríza nebola zvratom v správaní sa jednotlivcov (a domácností), tieto zmeny správania možno pripísať socio-kultúrnym faktorom, ktoré evokovali zmenu postojov a správania sa spotrebiteľov. Možno konštatovať prehlbujúce sa rozdiely vo výške podielu výdavkov na rekreáciu a kultúru na celkových výdavkoch v Česku a na Slovensku, ktoré signalizujú rozdielny životný štýl: „Jednotlivci z rôznych kultúr majú rôzne kultúrne hodnoty, pravidlá spoločenského správania, vnímanie a sociálne interakcie, čo môže mať vplyv na rozdielny životný štýl, pracovné návyky, ale aj spôsoby relaxovania (Richardson, 1988 v Meng, 2010)“.

Graf 1 Relatívny priemerný podiel výdavkov na rekreáciu a kultúru na celkových priemerných výdavkoch na osobu/mesiac v Česku a na Slovensku



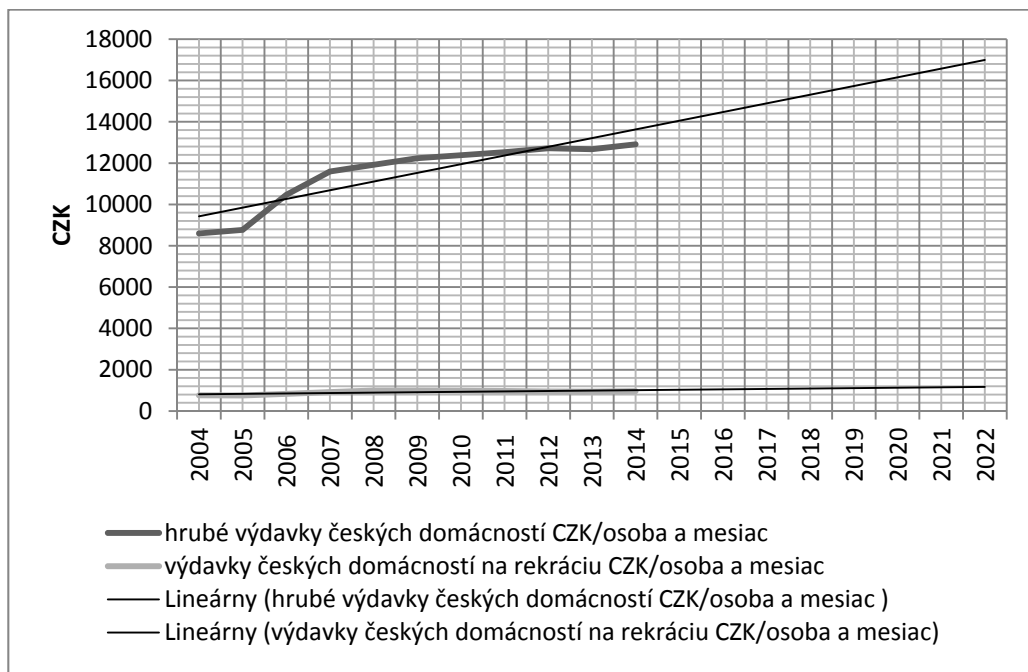
Zdroj: údaje Štatistický úrad SR, Český statistický úřad, vlastné spracovanie

Graf 2 Predikcia vývoja podielu výdavkov na celkových výdavkoch v Česku a na Slovensku



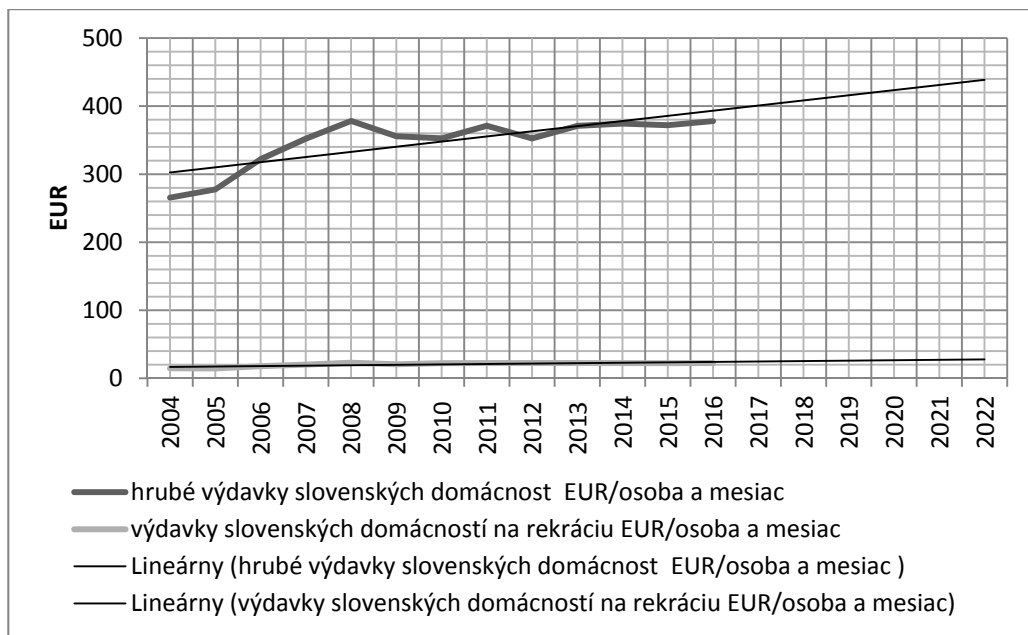
Zdroj: údaje Štatistický úrad SR, Český statistický úřad, vlastné spracovanie

Graf 3 Predikcia vývoja priemerných hrubých výdavkov na osobu/mesiac a vývoja priemerných výdavkov na rekreáciu na osobu/mesiac v Českej republike



Zdroj: údaje Štatistický úrad SR, Český statistický úřad, vlastné spracovanie

Graf 4 Predikcia vývoja priemerných hrubých výdavkov v eurách na osobu/mesiac a vývoja priemerných výdavkov na rekreáciu na osobu/mesiac v Slovenskej republike



Zdroj: údaje Štatistický úrad SR, Český statistický úřad, vlastné spracovanie

Lineárne regresné priamky podielu výdavkov na rekreáciu a kultúru v Česku (graf 3) a na Slovensku (graf 4) extrapolované pre prognózované obdobie naznačujú trendy vývoja. Ak lineárnou regresiou extrapolujeme celkové priemerné výdavky českého spotrebiteľa v českých korunách (graf 3) a slovenského spotrebiteľa v eurách (graf 4), z uvedených grafov bude možné priamo odčítať absolútny objem výdavkov v Čechách a na Slovensku v ktoromkoľvek z uvedených rokov. Trendová priamka relatívnych podielov Linear Česko (graf 2) umožňuje odčítať absolútne objemy výdavkov na grafe 3 (trendová lineárna priamka pre Česko) a trendová priamka relatívnych podielov Linear Slovensko (graf 2) umožňuje odčítať absolútne objemy výdavkov na grafe 4 (trendová lineárna priamka pre Slovensko) bez potreby konverzie mien, čím sme eliminovali kurzové rozdiely v jednotlivých rokoch. Graf 2 ukazuje v Česku klesajúci trend podielu výdavkov na rekreačné a kultúrne aktivity, kým na Slovensku je trend opačný, slovenskí spotrebiteľia venujú z celkových výdavkov viac na dané aktivity. Komparácia podielu výdavkov (graf 2) ukázala, že v oboch krajinách spotrebiteľia rovnako vydajú 6,8 % výdavkov z celkových výdavkov na rekreáciu a kultúru v období rokov 2019 – 2020, teda vtedy český a slovenský spotrebiteľ percentuálne vydá rovnaký podiel finančných prostriedkov (6,8 %) zo svojich celkových hrubých priemerných výdavkov. Samozrejme, výdavky v absolútnom objeme sú odlišné pre českého spotrebiteľa a slovenského. Lineárnou regresiou extrapolované hrubé priemerné výdavky dosiahnu pre českého spotrebiteľa približne sumu 16 000 CZK, a z tejto sumy vyčlení mesačne približne 1 088 CZK na rekreáciu a kultúru. Hrubé výdavky slovenského spotrebiteľa v tom istom období dosiahnu približne 415 eur, a z tejto sumy vyčlení mesačne približne 28,22 eura na rekreáciu a kultúru. Pri prepočte aktuálnym kurzom Národnej banky Slovenska český spotrebiteľ vydá asi 40,13 Eur na rekreáciu a kultúru v intervale rokov 2019 – 2020. Český trh v horizonte strednodobej prognózy aj pri spomalenej dynamike dopytu po rekreácii a kultúre v porovnaní s rýchlejším rastom dopytu slovenského spotrebiteľa po rekreácii a kultúre ostane aj naďalej lukratívnejší.

Hlavným cieľom modelového prístupu bolo získanie predikcií dynamiky vývoja výdavkov na rekreáciu a kultúru na osobu tak, aby najmä podnikateľské subjekty zabezpečujúce pokrytie dopytu po tovaroch a službách mali prvotnú informáciu o vývoji trhu, a tak mohli zvážiť vstup či pôsobenie na českom alebo na slovenskom trhu, pretože obidva trhy vykazujú nielen kvantitatívne rozdiely ale aj kvalitatívne. Zostrojené modely boli vypočítané z údajov rokov 2004 – 2014, predikované hodnoty sú na roky 2015 – 2022. Aj keď sa vyskytli problémy s dátami (údaje za Českú republiku boli v českých korunách, údaje za Slovenskú republiku boli v eurách, a preto bolo vhodné pracovať s pomerovými sumami), môžeme prezentované trendy považovať za vhodné na predikciu vývoja dopytu v horizonte siedmich rokov. Treba však mať na pamäti, že každý odhad časového radu len s určitou pravdepodobnosťou dosiahne jeho skutočné hodnoty. Pritom interval, v ktorom sa skutočná hodnota nachádza, je v ďalekej budúcnosti väčší ako v blízkej, a teda aj charakteristiky odhadov sa budú zhoršovať. V budúcnosti by azda bolo vhodné zaoberať sa analýzami jednotlivých segmentov spotrebiteľov, ktorých súčty dopytov formujú celkový dopyt. Pri tomto prístupe však nemusíme nutne dospieť k lepším výsledkom, pretože pri súčte viacerých odhadov sa násobí chyba jednotlivých odhadov. V tom prípade bude potrebné urobiť kompromis a zosúladiť obe metódy predikcií.

Závery

Silnejúci slovenský a pomerne klesajúci český spotrebiteľský dopyt po rekreácii a kultúre vytvára východiskový bod pre prehodnotenie možností uspokojovania výrobkami a službami daného segmentu. Rekrácia a kultúra vždy boli a budú neoddeliteľnou súčasťou života ľudí. Pozitívne efekty zmysluplne stráveného času nachádzajú impakt v zdravšej populácii či zníženej kriminalite, a preto plánovanie rekreačných a kultúrnych aktivít každej komunity by malo byť predmetom verejnej diskusie, ktorej závery by mali byť povinnou súčasťou plánov využitia verejných priestorov. Na druhej strane si treba vopred uvedomiť, že nárast dopytu po rekreačných aktivitách a kultúre si však vyžiada daň v podobe negatívneho vplyvu na environment.

Limitovanosť štúdie spočíva v probléme náročného kvantifikovania latentného dopytu, ktorý v prípade odstránenia prekážok jeho realizácie môže významne ovplyvniť ponuku aj dopyt, ako aj fakt, že mnoho rekreačných služieb má zatiaľ netrhomový charakter. Teda uspokojujú sa bez toho, aby sa tieto netrhomové služby prejavili v peňažných výdavkoch. Spoplatnenie určitých ekoslužieb, ktoré si žiada rekreácia, by mohlo dopyt aj ponuku výraznejšie zmeniť, ale na druhej strane, treba zdôrazniť, že spomínané opatrenia by si vyžiadali daň v podobe zníženia kvality jednotlivcov a komunít, pretože práve rekreácia predstavuje kľúčový prvok rozvoja ľudského potenciálu.

Zoznam bibliografických odkazov

- Ap, J. (1986). *Work, Leisure and Technology*. Melbourne: Longman Cheshire:167
- Caldwell, L., & Baldwin, C. (2003). A serious look at leisure: The role of free time and recreation activities in positive youth development. In F. A. Villarruel, D. F. Perkins, L. M. Borden, & J. G. Keith, (Eds), *Community youth development: Practice, policy, and research* (pp. 181-200). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Cooper, C., Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D., & Wanhill, S. (2005). *Tourism Principles and Practices*. (Third Edition). England: Pearson Education Limited.
- Dewey, J. (1916). *Democracy and education*. New York: Macmillan.
- DSR [Department of Sport and Recreation]. (1998a). South African Sport ComisnAct 109 Of 19B. Pretoria: Department of Sport and Recreation.
- DSR [Department of Sport and Recreation]. (1998b). White Paper for Sport and Recreation. Pretoria: Department of Sport and Recreation.
- Freeman, P. A., Nelson, D. C., & Taniguchi, S. T. (2003). Philosophy and practice of wilderness-based experiential learning. *Journal of Physical Education, Recreation & Dance*, 74(8), 25-27.
- Gearity, B. (2010). The Discipline of Philosophy in Strength and Conditioning. *Strength and Conditioning Journal*, 32(6), 110-117.
- Hall, C. M., & Page, S.J. (2001). *The Geography of Tourism and Recreation. Environment, place and space*. New York: Routledge Taylor & Francis Group.
- Holloway & Taylor (2006). *Entail active engagement or more passive*. Pastimes

- Christopher, H., & Neil, T. (2006). *The Business of Tourism* (7th Edition). England: Pearson Education Ltd.
- Maxted, J. (2013). Value of Community - Community of Value. *Recreation and Community*; NZ
- Meng, F. (2010). Individualism /Collectivism and Group travel Behavior: a Cross-cultural Perspective. *International Journal of culture , Tourism, and Hospitality Research*. Dostupné na [http://dx.doi.org/10.1016/S0261-5177\(02\)00057-2](http://dx.doi.org/10.1016/S0261-5177(02)00057-2).
- Mintoff, J. (2009). In Defense of the Ideal of a Life Plan. *The Southern Journal of Philosophy*, 47(2), 159-186.
- Mogajane, V. S. (2011). Recreation service delivery by Local Governments in the North West Province. Dostupné na http://dspace.nwu.ac.za/bitstream/handle/10394/10061/Mogajane_VS.pdf?sequence=1
- Online Etymology Dictionary. Dostupné na: <http://www.etymonline.com/index.php?search=recreation&searchmode=none>
- Pigram, J. (1983). *Outdoor recreation and resource management*. Croom Helm Ltd.
- Saayman, M. (1993). *Recreation management in black local authorities* Doctoral thesis (RECREATION). Pretoria University.
- Stebbins, R. A. (1982). Serious leisure: a conceptual statement. *Pacific Sociological Review*, 25, 251-72.
- Stockdale, J.E. (1985). *What is Leisure? An Empirical Analysis of the Concept of Leisure and the Role of Leisure in People's Lives*. London: Sports Council.
- Tokárová, A. (2002). K metodologickým otázkam výskumu a hodnotenia kvality života. Slovensko-poľský zborník štúdií a článkov: Kvalita života v kontextoch globalizácie a výkonovej spoločnosti.
- Weaver & Lawton (2002). Enhancement of Mental and physical health. *Studies*, 12, 149-162.
- Weaver, D., & Lawton, L. (2002). *Tourism Management* (Second Edition). Australia: John Wiley & Sons.
- Wellington, Ch. (2012). *A Life Without Limits. A World Champion's Journey*. London: Constable.
- Yukic, T.S. (1970). *Fundamentals of Recreation*. Second Edition, New York: John Wiley & Sons. Dostupné na: <http://babel.hathitrust.org/cgi/pt?id=mdp.39015008347273;view=1up;seq=39>.