

**Česká zemědělská univerzita v Praze**

**Provozně ekonomická fakulta**

**Katedra ekonomických teorií**



**Diplomová práce**

**Ekonomický přínos geocachingu pro obec Krupá**

**Bc. Lenka Vomastková**

©2020 ČZU v Praze

## ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Bc. Lenka Vomastková

Ekonomika a management  
Provoz a ekonomika

Název práce

**Ekonomický přínos geocachingu pro obec Krupá**

Název anglicky

**The economic benefits of geocaching for municipality Krupá**

---

### Cíle práce

Cílem práce je zjistit ekonomický přínos celosvětové hry geocachingu pro obec Krupá. Dílčím cílem je deskripce turismu, deskripce metod výpočtů ekonomického přínosu turismu včetně multiplikačních efektů a dále deskripce geocachingu.

### Metodika

V teoretické části bude provedena deskripce turismu, výpočtů ekonomického přínosu turismu, různých metod výpočtů multiplikačních efektů, dále deskripce geocachingu, jeho historie a postup při zakládání cache v lokalitě. Dále bude charakterizována obec Krupá a její poloha.

V praktické části budou založeny cache. U návštěvníků cache budou zkoumány přímé výdaje, spojené se hrou, podle kterých bude za pomoci multiplikačního efektu spočítán ekonomický přínos pro zvolenou obec Krupá.

## **Doporučený rozsah práce**

60 – 80 stran

## **Klíčová slova**

cache, cestovní ruch, ekonomický přínos, geocaching, geocacher, multiplikační efekt, multiplikátor, obec Krupá, regionální rozvoj, turismus, zaměstnanost

---

## **Doporučené zdroje informací**

BERÁNEK, Jaromír. Ekonomika cestovního ruchu. Praha: Mag Consulting, 2013. ISBN 978-80-86724-46-1.

BRČÁK, Josef a Bohuslav SEKERKA. Makroekonomie. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, 2010. ISBN 978-80-7380-245-5.

DÖMEOVÁ, Ludmila. Venkovský cestovní ruch v České republice. Praha: Česká zemědělská univerzita v Praze, 2012. ISBN 978-80-213-2264-6.

DYER, M. The Essential Guide to Geocaching: Tracking Treasure with Your GPS. 1. vyd. Minneapolis: Fulcrum Publishing, 2004. 160 s. ISBN 978-1555915223.

JUREČKA, Václav a kol. Makroekonomie. Praha: Grada Publishing, a.s., 336s. ISBN 978-80-247-3258-9.

MANKIW, Gragory. Principles of macroeconomics. 7, vyd, Stamford: Cengage Learning, 2014, 551s. ISBN 978-1-285-16591.

PALATKOVÁ, M; ZICHOVÁ, J. Ekonomika turismu – Turismus České republiky. Grada, 2011. 208 s. ISBN 978-80-247-3748-5.

Rojíček, M., Vavrla, L. 2006. Sestavování symetrických input-output tabulek a jejich aplikace. In: Statistika, 2006, č. 1, s. 28–43. Praha: ČSÚ. ISSN 0322-788x.

SEVEROVÁ, Lucie. Znalostní ekonomika a vzdělávání v mezinárodním kontextu. Davle: Kernberg, 2011. ISBN 978-80-87168-16-5.

---

## **Předběžný termín obhajoby**

2020/21 ZS – PEF (únor 2021)

## **Vedoucí práce**

Ing. Pavel Hrdlička, Ph.D.

## **Garantující pracoviště**

Katedra ekonomických teorií

Elektronicky schváleno dne 29. 6. 2019

**doc. PhDr. Ing. Lucie Severová, Ph.D.**

Vedoucí katedry

Elektronicky schváleno dne 14. 10. 2019

**Ing. Martin Pelikán, Ph.D.**

Děkan

V Praze dne 29. 11. 2020

### **Čestné prohlášení**

Prohlašuji, že svou diplomovou práci Ekonomický přínos Geocachingu pro obec Krupá jsem vypracovala samostatně pod vedením vedoucího diplomové práce a s použitím odborné literatury a dalších informačních zdrojů, které jsou citovány v práci a uvedeny v seznamu použitých zdrojů na konci práce. Jako autorka uvedené diplomové práce dále prohlašuji, že jsem v souvislosti s jejím vytvořením neporušil autorská práva třetích osob.

V Praze dne 30.11.2020

---

## **Poděkování**

Ráda bych touto cestou poděkovala Ing. Pavlu Hrdličkovi, Ph.D. nejen za podnětné vedení mé diplomové práce, ale i za cenné rady a podněty. Chtěla bych poděkovat i skupině respondentů bez jejichž účasti ve vyplnění dotazníku, by nemohl být realizován cíl diplomové práce.

# Ekonomický přínos geocachingu pro obec Krupá

## Abstrakt

Tato diplomová práce se zabývá výpočtem ekonomického přínosu geocachingu v obci Krupá, která leží ve Středočeském kraji nedaleko královského města Rakovník.

V teoretické části diplomové práce jsou popsána jednotlivá témata potřebná ke správnému určení ekonomického přínosu za pomoci vybraných literárních zdrojů. Obecně jsou popsány makroekonomické ukazatele, na které má zjištěný ekonomický přínos vliv. Dále je popsán cestovní ruch jako kolébka geocachingu a nechybí ani deskripce samotného geocachingu.

Praktická část představuje obec Krupá, co se týče polohy a občanské vybavenosti. Pro praktickou část diplomové práce bylo založeno 10 nových schránek. Ke zjištění ekonomického přínosu v obci byl zkonstruován dotazník, aby byly zjištěny v obci vydané peníze návštěvníky geocachingu. Za použití certifikované metodiky byl na základě zjištěných dat z dotazníku určen ekonomický přínos pro vybranou obec Krupá.

**Klíčová slova:** cache, cestovní ruch, Ekonomický přínos, geocaching, geocacher, multiplikační efekt, multiplikátor, obec Krupá, regionální rozvoj, turismus

# **The Economic benefits of geocaching for municipality Krupá**

## **Abstract**

This diploma thesis deals with the calculation of the economic benefits of geocaching for municipality Krupá. The municipality lies in the central bohemian region, near the royal town of Rakovník.

The theoretical part of this diploma thesis describes the individual topics to correctly determine the economic benefits by using selected literary sources. In general, macroeconomic indicators are described here, which are affected by the identified economic benefits. Furthermore, tourism is described as the cradle of geocaching and there is also a description geocaching itself.

The practical part presents the municipality Krupá from the perspective location and civic background. For the practical part this diploma, there were established 10 new boxes. To find out economic income in the municipality was developed the questionnaire to process the money spent in municipality Krupá by geocaching players. Based on the data obtained from the questionnaire was made, using certifies methodologies, an economic benefit for the selected municipality of Krupá.

**Keywords:** cache, tourism, economic benefit, geocaching, geocacher, multiplier effect, multiplier, municipality Krupá, regional development

# Obsah

<b>1. Úvod.....</b>	<b>11</b>
<b>2. Cíl práce a metodika .....</b>	<b>12</b>
2.1. Cíl práce .....	12
2.2. Metodika .....	12
<b>3. Teoretická východiska .....</b>	<b>13</b>
3.1. Definice základních ekonomických pojmů .....	13
3.1.1. Mikroekonomie a Makroekonomie .....	13
3.1.2. Hrubý domácí produkt .....	14
3.1.3. Platební bilance .....	16
3.1.4. Nezaměstnanost .....	17
3.1.5. Inflace .....	18
3.2. Cestovní ruch .....	19
3.2.1. Vývoj cestovního ruchu .....	19
3.2.2. Vývoj novodobého cestovního ruchu .....	21
3.2.3. Základní členění cestovního ruchu .....	22
3.2.3.1. Cestovní ruch dle místa realizace .....	22
3.2.3.2. Cestovní ruch dle vztahu k platební bilanci státu .....	23
3.2.3.3. Cestovní ruch dle plátce nákladů .....	23
3.2.3.4. Cestovní ruch dle převažujícího motivu .....	23
3.2.3.5. Cestovní ruch dle délky pobytu .....	23
3.3. Ekonomický význam cestovního ruchu .....	24
3.3.1. Přímé, nepřímé a odvozené efekty .....	26
3.3.2. Ekonomické přínosy vs. Ekonomické dopady .....	27
3.3.3. Multiplikátor .....	27
3.3.3.1. Keynesiánský multiplikátor .....	28
3.3.3.2. Multiplikátor cestovního ruchu .....	30
3.4. Postup výpočtu ekonomických dopadů .....	31
3.4.1. Referenční oblast .....	32
3.4.2. Získání vstupních dat pro analýzu .....	33
3.4.3. Meziobvětvová analýza .....	34
3.4.4. Aplikace input-output analýzy .....	36
3.4.5. Výpočet dopadů .....	38
3.5. Geocaching .....	39
3.5.1. Historie Geocachingu .....	39
3.5.2. Pojmy Geocachingu .....	39



3.5.3.	Velikost schránek .....	40
3.5.3.1.	Nano cache .....	41
3.5.3.2.	Micro cache .....	42
3.5.3.3.	Malá cache .....	42
3.5.3.4.	Střední cache .....	43
3.5.3.5.	Velká cache .....	43
3.5.4.	Typy cache .....	44
3.5.4.1.	Tradiční cache .....	44
3.5.4.2.	Mystery cache .....	44
3.5.4.3.	Multi-cache .....	44
3.5.4.4.	Letter box .....	46
3.5.4.5.	Wherigo cache.....	46
3.5.4.6.	Virtual cache .....	46
3.5.4.7.	Webcam – Cache.....	47
3.5.4.8.	Lab-cache .....	47
3.5.5.	Trackovatelné předměty.....	47
3.5.6.	Travelbug .....	47
3.5.7.	Geocoin .....	48
3.5.8.	Czech Wood Geocoin .....	48
3.5.9.	Terén, obtížnost, bod oblíbenosti.....	49
	Terén.....	49
3.5.9.1.	.....	49
3.5.9.2.	Obtížnost .....	49
3.5.9.3.	Bod oblíbenosti .....	49
3.5.10.	Event .....	50
<b>4.</b>	<b>Praktická část .....</b>	<b>51</b>
4.1.	Vymezení pole výzkumu.....	51
4.1.1.	Obec Krupá .....	51
4.1.2.	Historie obce .....	52
4.2.	Prezentace založení série.....	54
4.3.	Dotazníkové šetření.....	63
4.3.1.	Návratnost dotazníku .....	64
4.3.2.	Zhodnocení odpovědí.....	64
4.4.	Stanovení ekonomického přínosu geocachingu .....	67
4.4.1.	Hodnoty multiplikátorů.....	67
4.5.	Ekonomický přínos v obci Krupá (primární účel).....	69

4.6. Ekonomický přínos geocachingu jako vedlejší činnosti návštěvníků v obci Krupá (vedlejší účel) .....	73
<b>5. Výsledky a diskuse .....</b>	<b>77</b>
5.1. Diskuse .....	81
<b>6. Závěr.....</b>	<b>82</b>
<b>7. Seznam použitých zdrojů .....</b>	<b>85</b>
<b>8. Přílohy .....</b>	<b>90</b>

## **Seznam obrázků**

Obrázek 1 Druhy cestovního ruchu .....	22
Obrázek 2 Vliv cestovního ruchu na ekonomiku.....	25
Obrázek 3 Satelitní účet cestovního ruchu (TSA) .....	25
Obrázek 4 Přímé, nepřímé a odvozené efekty .....	27
Obrázek 5 Schéma multiplikačního efektu .....	29
Obrázek 6 Proces výpočtu ekonomického dopadu .....	32
Obrázek 7 Model symetrická input-output tabulka .....	35
Obrázek 8 Velikost schránek .....	41
Obrázek 9 Nano cache .....	41
Obrázek 10 Micro cache .....	42
Obrázek 11 Malá cache.....	42
Obrázek 12 Střední cache .....	43
Obrázek 13 Velká cache .....	43
Obrázek 14 Tradiční cache ikona .....	44
Obrázek 15 Mystery cache ikona.....	44
Obrázek 16 Multi-cache ikona .....	45
Obrázek 17 Multi-cache souřadnice .....	45
Obrázek 18 Letter box ikona .....	46
Obrázek 19 Wherigo cache ikona .....	46
Obrázek 20 Virtual cache ikona.....	46
Obrázek 21 Webcam cache ikona.....	47
Obrázek 22 Lab-cache ikona .....	47
Obrázek 23 Travel Bug – Zaklínač .....	48
Obrázek 24 Geocoin Hvězdná brána .....	48

Obrázek 25 Czech Wood Geocoin CWG .....	49
Obrázek 26 Event ikony.....	50
Obrázek 27 Poloha obce Krupá .....	51
Obrázek 28 Obec Krupá.....	52
Obrázek 29 Znak obce Krupá .....	52
Obrázek 30 Trasa umístění schránek .....	53
Obrázek 31 Požární nádrž – Cache č.1 .....	54
Obrázek 32 Kostel sv. Gotharda – Cache č. 2 .....	55
Obrázek 33 Kolečovka – Cache č.3 .....	56
Obrázek 34 Ptačí budka – Cache č.4.....	57
Obrázek 35 Pařez – Cache č. 5 .....	57
Obrázek 36 Posed – výhled na Louštín, cache č. 6.....	58
Obrázek 37 Výhled na obec Lišany – cache č. 7 .....	59
Obrázek 38 cache č. 8 .....	59
Obrázek 39 Rozcestí Bory - Cache č. 9 .....	60
Obrázek 40 Finální cache.....	61
Obrázek 41 Finální cache.....	62
Obrázek 42 Finální cache – směnárna .....	63

## **Seznam tabulek**

Tabulka 1 Výpočet multiplikátoru .....	68
Tabulka 2 Výpočet multiplikátoru dle SIOT tabulky .....	69
Tabulka 3 Výpočet příjmů pro maloobchodní činnost.....	69
Tabulka 4 Výpočet příjmů pro pohonné látky .....	70
Tabulka 5 Výpočet příjmů pro poštovní služby.....	70
Tabulka 6 Výpočet příjmů pro ubytovací služby .....	71
Tabulka 7 Výpočet příjmů pro stravovací služby .....	71
Tabulka 8 Výpočet ekonomického přínosu dle zpracování dotazníkového šetření.....	72
Tabulka 9 Výpočet nepřímých výdajů pro maloobchodní činnost .....	73
Tabulka 10 Výpočet nepřímých výdajů pro pohonné látky .....	73
Tabulka 11 Výpočet nepřímých výdajů pro ubytovací služby .....	74
Tabulka 12 Výpočet nepřímých výdajů pro stravovací služby.....	74

Tabulka 13 Výpočet ekonomického přínosu návštěvníků obce Krupá (vedlejší účast) ..... 75

Tabulka 8 Výpočet ekonomického přínosu dle zpracování dotazníkového šetření.... **Chyba! Záložka není definována.**

Tabulka 13 Výpočet ekonomického přínosu návštěvníků obce Krupá (vedlejší účast)

..... **Chyba! Záložka není definována.**

## **Seznam grafů**

Graf 1 Vývoj hrubého domácího produktu je znázorněn v běžných cenách 1998-2018 pro Českou republiku. .... 15

Graf 2 Obecná míra nezaměstnanosti je znázorněna v grafu č. 2 za období 1998-2018 pro ČR v procentech..... 18

Graf 3 Vývoj inflace v letech 2000-2017 v ČR. .... 19

Graf 4 Návratnost dotazníků..... 64

Graf 5 Charakteristika dle primárního využití geocachingu..... 65

Graf 6 Počet účastníků ve skupině..... 65

Graf 7 Způsob zapsání návštěvy schránek..... 66

Graf 8 Počet nocí v ubytovacím zařízení Na Šustně ..... 66

Graf 9 Vyčíslení ekonomického přínosu u primární skupiny účastníků v obci Krupá..... 77

Graf 10 Ekonomický přínos podle jednotlivých odvětví..... 78

Graf 11 Podíl respondentů na vyplňování dotazníku..... 80

## Seznam použitých zkratk

<b>BYOP</b>	Bring Your Own Pen
<b>GPS</b>	Global Positioning System
<b>TB</b>	TravelBug
<b>DNF</b>	Did Not Find
<b>FI</b>	Found It
<b>FP</b>	Favourite Point
<b>FTF</b>	First To Find
<b>NM</b>	Needs Maintenance
<b>PM</b>	Premium Member
<b>TFTC</b>	Thanks For This Cache
<b>SIOT</b>	Symetrické input – output tabulky
<b>HDP</b>	Hrubý domácí produkt
<b>WHO</b>	World Health Organization
<b>ČOV</b>	Čistička odpadních vod
<b>CWG</b>	Czech Wood Geocoin
<b>USA</b>	United States of America
<b>WTO</b>	World Trade Organization
<b>WTTC</b>	World Travel Tourism Council
<b>ČR</b>	Česká republika
<b>CITO</b>	Cache in Trash out

# 1. Úvod

Geocaching je celosvětová hra, která vznikla ve Spojených státech amerických v roce 2000. Hlavním krokem ke spuštění této hry bylo odstranění umělých odchylek, které byly přidávány do signálu GPS. Pro mnohé je tato hra stále velká neznámá, ale pomalu si získává stále více příznivců. Hra je založena na ukrytí schránek, které hráči hledají. Nalezení těchto ukrytých schránek nebývá vždy snadné, neboť jsou rozděleny do řady obtížností a terénu. Geocaching je hra, kde sport hraničí s turistikou, tedy je spojena s pobytem v přírodě, který je v poslední době často vyhledávaný vzhledem k růstu sedavému zaměstnání.

První ukrytá schránka byla uložena v květnu 2000 v USA. První ukrytá schránka mimo území USA byla na Novém Zélandu a další následovala v Chile. První umístěná schránka v Evropě byla v Irsku v červnu 2000. V roce 2001 byla ukrytá první schránka v České republice, která je, pozor, stále aktivní. Nové geolokační schránky stále přibývají a ubývají, naštěstí příbytek je mnohonásobně větší. Uložené schránky vyžadují pravidelnou údržbu, aby stále byly atraktivní pro své návštěvníky. K atraktivnosti dodává z největší části i prostředí, kde je schránka uschována. Úkryt pro takovou schránku nebývá jednoduchý, záleží na nápaditosti a zkušenosti jejího majitele.

Zároveň s rostoucím počtem účastníků hry je sledován i dopad na životní prostředí. Mezi hráči se totiž ne vždy objevují ukáznění návštěvníci přírody, někteří odhazují své odpadky a znečišťují tak životní prostředí. Zaznamenána je u těchto nalezení i zvýšená hluchost, která například v lese plaší zvěř. Místní obyvatelé se pak uchylují k jedinému a to, že úkryt společně se schránkou zničí. Tyto činnosti jsou a snad zůstanou pouze ojedinělými případy.

Diplomová práce má za cíl zjistit ekonomický přínos právě této hry, geocachingu. Při hraní geocachingu, a zvláště pokud se účastníci zdrží na místě déle, vznikají nejrůznější potřeby například občerstvení, odpočinek apod. Pokud jsou správně zjištěny náklady návštěvníků do využitých služeb, mohou být přepočítány za použití vhodné metodiky na ekonomický přínos. Ekonomický přínos bude sledován právě na skupině hráčů geocachingu, kteří budou požádáni o vyplnění svých aktivit do spuštěného dotazníku. V této práci bude vyčíslen ekonomický přínos hry geocachingu, bez které by k navýšení ekonomické aktivity ve vybrané obci nedošlo.

## **2. Cíl práce a metodika**

### **2.1. Cíl práce**

Cílem diplomové práce je zjištění ekonomického přínosu pro obec Krupá z celosvětové hry geocachingu u nově založených schránek v obci.

### **2.2. Metodika**

Pro teoretickou část budou výchozí literární zdroje pro výpočet ekonomického přínosu v dané oblasti, postup při sběru dat, jak při založení dotazníku, tak i pro následné vyhodnocení. V teoretické části bude dále vylíčen cestovních ruch, jelikož se jedná o pramen geocachingu. Posléze se práce bude věnovat geocachingu samotnému jakožto předmětu této diplomové práce.

V praktické části bude popsána vybraná obec sloužící k určení ekonomického přínosu, kde se pro tento cíl diplomové práce založily nové schránky pro výzkum. Dále bude vytvořen dotazník určený pro hráče geocachingu, který bude dle odpovědí respondentů zpracován a řádně okomentován. Dotazník bude postaven tak, aby zjistil přesné náklady návštěvníků schránek v této obci. Ze zpracovaného výstupu dotazníku bude dále určen, za pomoci čerpaných zdrojů v teoretické části, ekonomický přínos geocachingu pro obec Krupá. V této části práce budou vyčísleny i náklady respondentů, kteří do obce nepřijeli primárně za geocachingem (vedlejší účel).

### 3. Teoretická východiska

#### 3.1. Definice základních ekonomických pojmů

Ekonomika ukazuje celkový přehled hospodaření vymezeného území. Ekonomika zkoumá oblast celého národního hospodářství. Zaznamenává data o tom, jak lidé spotřebovávají omezené zdroje, aby z nich mohli vyrábět zboží, které se rozděluje společnosti. Může se jednat o hospodaření těchto hospodářských subjektů: jednotlivec, organizace nebo také stát. Primárním úkolem ekonomiky je analyzování dat hospodářské činnosti u subjektu hospodaření nebo z hlediska odvětví hospodaření (zemědělství, průmysl). (1) Podle autora P. A. Samuelsona „*Ekonomika je věda o tom, jak lidé a společnost volí s použitím nebo bez použití peněz omezené výrobní zdroje a vyrábí různé varianty výrobků a zboží, které lze rozdělit nyní a v budoucnu mezi jednotlivé členy společnosti.*“ (2, str.)

Ekonomie je věda o bohatství, hospodářství a penězích. Zkoumá, jak mají lidé usměrňovat své obchody, cílit své spotřební a podnikatelské chování. Důležité pro další rozdělení je klasifikovat na tři základní subjekty. Podle předmětu zájmu ekonomických subjektů členíme ekonomii na mikroekonomii a makroekonomii. (1) Podle autorů P. A. Samuelsona a W. Nordhause „*Ekonomie je věda zkoumající, jak různé společnosti využívají vzácné zdroje k výrobě užitečných komodit a jak je rozdělují mezi různé skupiny.*“ (2, str. )

##### 3.1.1. Mikroekonomie a Makroekonomie

Ekonomii lze rozdělit na dva hlavní směry, podle toho, co daný směr zkoumá. „*Mikroekonomie je část ekonomie, která se zabývá chováním jednotlivých ekonomických subjektů (domácnosti, firmy a stát, jejich rozhodováním a vzájemnými vztahy.*“ (3, str. 14)

Domácnosti jsou považovány za nejdůležitější ekonomický subjekt. Domácnosti nabízejí výrobní faktory, které nabízejí firmám, ty si je pronajímají. Mezi tyto výrobní faktory členíme práci, půdu a kapitál. Firmy za pronájem těchto výrobních faktorů vyplácejí domácnostem důchody a domácnosti je pak využijí na zaplacení poplatků a k nákupům statků služeb. Domácnosti dělíme podle toho, na kterém trhu vystupují. Pokud vystupují na trhu statků, jsou na straně poptávky, ale na trhu výrobních faktorů jsou na straně nabídky. Firmy jsou ekonomickými subjekty, které využívají práci a kapitál jako výrobní faktory. Firmy lze také rozdělit podle toho, na kterém trhu vystupují. Firmy vystupují jako prodávající na trhu zboží a služeb a na trhu výrobních faktorů jsou kupujícími (platí tak domácnostem za pronájem práce a kapitálu). (4)



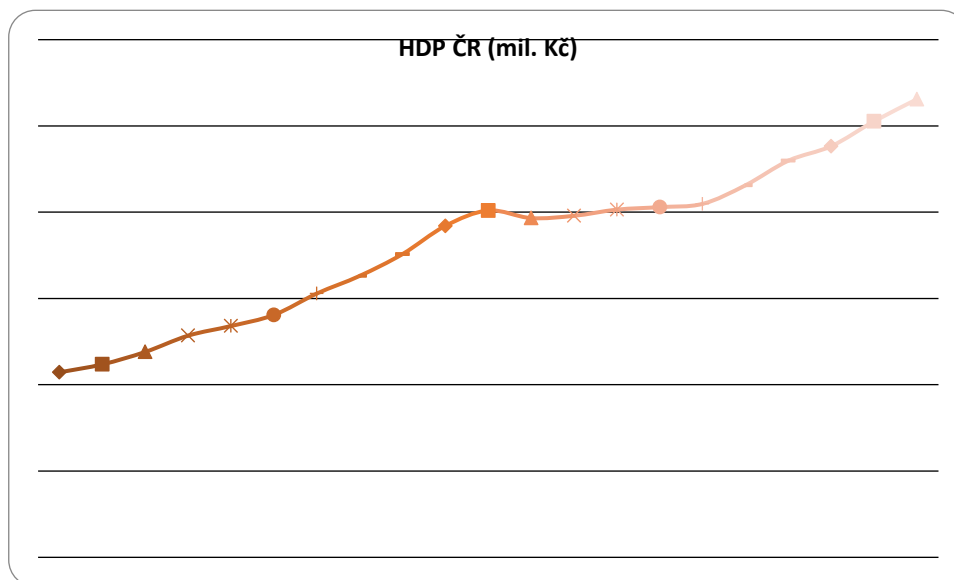
Makroekonomie zkoumá národní hospodářství jako celek. „Zabývá se národohospodářskými souvislostmi. Snaží se popsat poruchy a příčiny, které vyvádí ekonomiku z rovnováhy a najít takové nástroje a mechanismy, které ji do rovnováhy navrací.“ (3, str.14) Makroekonomie aplikuje ukazatele jako domácí a národní produkt, národní důchod, množství peněz v ekonomice, zaměstnanost, inflaci, obchodní a platební bilanci. (3)

### **3.1.2. Hrubý domácí produkt**

Hrubý domácí produkt patří mezi klíčové makroekonomické ukazatele. Hodnota ukazatele nám ukazuje kvalitu života společnosti na daném území. „Hrubý domácí produkt je peněžním vyjádřením celkové hodnoty statků a služeb, které byly nově vytvořeny na určitém území za dané období.“ (5, str. 14) Hrubý domácí produkt vyjadřuje a vyčísľuje výstup ekonomiky za určité období na určitém území. Ukazatel se považuje za základní měřítko pro srovnání životní úrovně v zemi a posuzuje stupně jejího ekonomického rozvoje. Ukazuje, kolik statků a služeb ekonomika daného státu vyprodukovala za dané období (obvykle 1 rok). Pro srovnání výkonnosti ekonomiky států se sleduje u výrobních faktorů jejich působení na území státu. (6)

Hrubý domácí produkt na obyvatele je vhodné používat v situaci mezinárodních srovnání, kdy je srovnávána výkonnost různých ekonomik. Ukazatel tempa růstu hrubého domácího produktu ukazuje, jak se změnil hrubý domácí produkt ve srovnání s předchozím obdobím v procentech. V České republice zjišťuje hrubý domácí produkt Český statistický úřad. (5)

Graf 1 Vývoj hrubého domácího produktu je znázorněn v běžných cenách 1998-2018 pro Českou republiku.



Zdroj: Vlastní zpracování dle ČSÚ (7)

### Metody výpočtu HDP

Hrubý domácí produkt vyjadřuje penězi celkovou hodnotu statků a služeb, které byly vyrobeny na určitém území za určité období. Lze vypočítat důchodovou jinak také řečeno příjmovou, výdajovou a výrobní neboli produkční metodou. (8)

- Důchodová metoda – ukazatel HDP je tvořen součtem národního důchodu, který je tvořen příjmy domácností, amortizací a z nepřímých daní. Nejsou zde, ale započteny transférové platby (tzv. příjmy, které nemají charakter plateb za běžné výrobky či služby).

$$\text{HDP} = w + r + z + i + y + a + n \quad (5)$$

Kde: w... odměny za práci (před zdaněním) – hrubé mzdy

r... renty – důchody vlastníků půdy, nemovitostí atd.

z... hrubé zisky korporací (před zdaněním)

i... čisté úroky – rozdíl mezi inkasovanými a placenými

y... důchody ze samozaměstnání – příjmy vlastníků firem apod.

a... amortizace (hodnota odpisů) (5)

n... nepřímé daně (daň z přidané hodnoty, spotřební daň, cla)

- Výdajová metoda – tato metoda spočívá ve vyčíslení výdajů za jednotlivé sektory na nákup finálních výrobků a služeb, počítaje se saldem exportu a importu. (8)

Výdajovou metodu lze počítat:

$$\text{HDP} = C + I + G + \text{NX} \quad (5)$$

Kde: C ... osobní výdaje na spotřebu (statky dlouhodobého užití, statky krátkodobého užití, služby)

I ... hrubé soukromé domácí investice (fixní investice firem, změny stavu zásob, fixní investice do bytové výstavby)

G ... výdaje státu na nákup výrobků a služeb

NX ... saldo obchodní bilance (export – import) (5)

- Výrobová metoda – sčítá hrubé přidané hodnoty v základních cenách jednotlivých institucionálních sektorů nebo odvětví a čistých daní na produkty, které nejsou brány v úvahu dle sektorů nebo odvětví.

Výrobovou metodu lze spočítat:

$$\text{HDP} = \text{Produkce} - \text{Mezispotřeba} + \text{Daně z produktů} - \text{Dotace na produkty} \quad (5)$$

### 3.1.3. Platební bilance

Výkonnost ekonomiky záleží také na konkurenceschopnosti vůči zahraničí, proto se monitorují příjmy a výdaje státu vůči zahraničí. (8) „*Platební bilance vyjadřuje ekonomické transakce subjektů dané země se zahraničím během určitého období a zachycuje mezinárodní pohyb statků, služeb výrobních faktorů a pohledávek a závazků.*“ (5, str.175) Platební bilance se skládá z běžného a finančního účtu, na kterých sleduje příjmy a výdaje státu vůči zahraničí (konkurenceschopnost). Nejdůležitější součástí běžného účtu je obchodní bilance, která ukazuje dovoz a vývoz. (8) Platební bilance má formu účtu, na kterém jsou zapsány kreditní a debetní položky. Platební bilance se rozlišuje na tržní a účetní. Tržní platební bilance tvoří běžný a nepřerušovaný vztah dvou platebních trhů (dovnitř a ven ze země). Účetní platební bilance reprezentuje statistický výkaz shrnující veškeré zahraniční transakce dané země během daného období provedený podvojným účetním záznamem. Účetní platební bilance má smysl pro posouzení vnější ekonomické rovnováhy na makroekonomické úrovni. (5)

### 3.1.4. Nezaměstnanost

Mezi hlavní hospodářské cíle každé země patří snižovat míru nezaměstnanosti. (5)  
„Míra nezaměstnanosti podle ekonomické teorie vyjadřuje procentuální podíl nezaměstnaných na ekonomicky aktivním obyvatelstvu, tedy na skupině lidí zaměstnaných a nezaměstnaných. Nikoliv na ekonomicky neaktivním obyvatelstvu (například děti, důchodci).“ (5, str.23) Domácnosti dodávají podnikům svou práci, část obyvatel je ale nezaměstnaná. Pro řešení problému nezaměstnanosti musí stát odhadnout potřebu financí (rekvalifikační kurzy apod.). (8)

Míru nezaměstnanosti vyčísluje takto:

$$u = U/L \quad (5)$$

Kde:  $u$  ... míra nezaměstnanosti

$U$  ... počet lidí bez práce

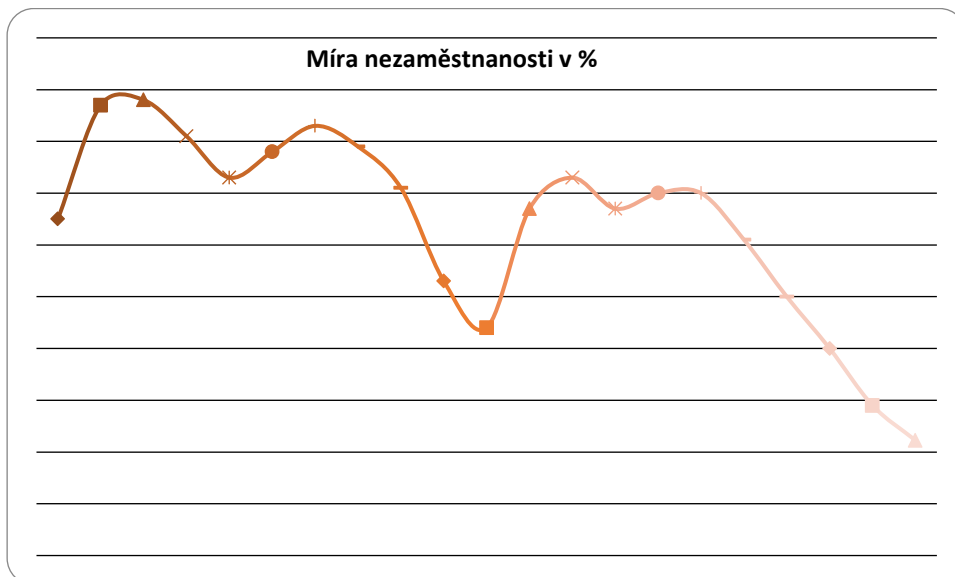
$L$  ... celkový počet pracovních sil ( $L = E + U$ )

$E$  ... počet zaměstnaných lidí

Nezaměstnanost můžeme rozlišit na dobrovolnou a nedobrovolnou.

- Dobrovolná nezaměstnanost zahrnuje ty, kteří nechtějí být po určitou dobu zaměstnání (nízká nabízená mzda, přesčasy, vzdálenost apod.).
- Nedobrovolná nezaměstnanost je dána nedostatkem nabízených pracovních pozic. Jednoduše řečeno, že počet nezaměstnaných přebývá nad celkovým počtem volných pracovních míst. Nedobrovolnou nezaměstnanost můžeme dále dělit na frikční, strukturální, cyklickou a sezónní.
  - Frikční nezaměstnanost – jde o krátkou nezaměstnanost, vzniká hledáním nového pracovního místa (absolventi školy, uchazeči o zaměstnání)
  - Strukturální nezaměstnanost – je dána útlumem oborů, vývojem techniky. Klesá počet některých pracovních míst a roste počet míst v jiných oborech nebo v oboru pro kterou nemají prvotní zaměstnanci kvalifikaci.
  - Cyklická nezaměstnanost – vzniká v době, kdy je pokles hrubého domácího produktu. Klesá výroba, která se odráží na snížení stavu potřebných zaměstnanců.
  - Sezónní nezaměstnanost – tato nezaměstnanost je spojena s určitým obdobím (stavebnictví, zemědělství, rekreace). (8)

**Graf 2** Obecná míra nezaměstnanosti je znázorněna v grafu č. 2 za období 1998-2018 pro ČR v procentech.



Zdroj: Vlastní zpracování dle ČSÚ (9)

### 3.1.5. Inlace

Inlace je formulována jako vyjádření ekonomické nerovnováhy. Vnější znakem inflace je růst cenové hladiny. (8) „Míra inflace vyjadřuje, jak se změnila cenová hladina oproti předchozímu období.“ (5, str. 23) Inlace také způsobuje znehodnocení peněz, což se týká především vkladů. Lepší je ale situace pro dlužníky, kterým se krátí dluh. Ale už ne tak pro věřitele. V České republice měří inflaci Český statistický úřad pomocí indexu spotřebitelského koše (hodnota zboží). Hodnotu zboží vzájemně porovnává, a pokud ceny vzrostly a zákazníci jsou schopni za stejnou sumu peněz nakoupit méně zboží, pak mluvíme o inflaci. (5) (8) Při inflaci se vyplatí nakupovat hmotné statky, které podle všeho neztratí na hodnotě (nemovisti, cenné předměty, drahé kovy apod). (8)

„Opakem inflace je deflace, tedy snížení cenové hladiny. K desinflaci dochází tehdy, pokud ceny rostou (inflace), ale pomalejším tempem.“ (5, str. 23) Zákazníci jsou schopni nakoupit více zboží za stejný finanční obnos. Pokles cenové hladiny je většinou krátkodobý stav, kdy stát nebo centrální banka zabrzdili inflaci svými opatřeními. (8) Inflaci měříme pomocí ukazatele míry inflace, který se vyjádří následovně:

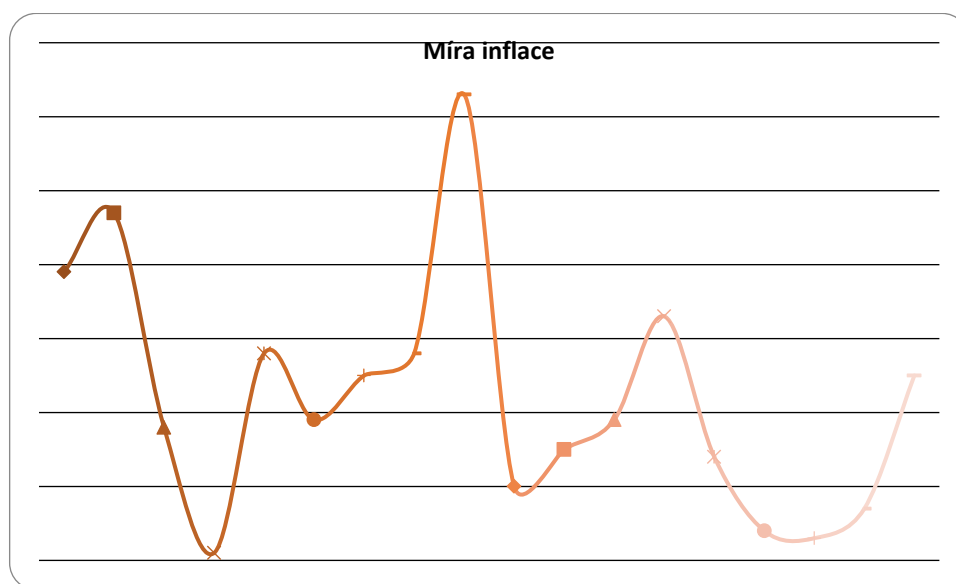
$$\Pi (P_t) = ((P_t - P_{t-1}) / P_{t-1}) * 100 \quad (5)$$

Kde:  $P_t$  ... cenová hladina v období  $P_t$   
 $P_{t-1}$  ..cenová hladina oproti předchozímu období

Inflace je měřena:

- Indexem spotřebitelských cen (CPI) – CPI sděluje velikost změny výdajů spotřebitelů (domácností) na nákup daných spotřebních statků.
- Indexem cen výrobců (PPI) vyjadřuje změnu cen výrobců.
- Cenovým deflátorem (HDP nebo HNP) vyjadřuje změny cen všech statků, které jsou součástí hrubého produktu. (5)

**Graf 3 Vývoj inflace v letech 2000-2017 v ČR.**



Zdroj: Vlastní zpracování dle ČSÚ (10)

## 3.2. Cestovní ruch

### 3.2.1. Vývoj cestovního ruchu

Cestovní ruch vzniká za lidskou potřebou cestovat a za potřebou rekreace. Počátky cestování vznikaly již od počátku lidstva. Můžeme říci, že cestovní ruch jako takový vznikl v 17. a 18 století, nejčastěji při různých cestách šlechticů nebo tovaryšů, kteří chtěli získat zkušenosti. Do masové podoby se vyvinul ve druhé polovině 19. století vlivem

demokratizačních změn v celém světě po druhé světové válce a samozřejmě i vlivem průmyslové revoluce. (11)

Za základní příčiny vzniku cestovního ruchu ve společnosti stojí stále se rozvíjející dělba práce a rozvoj výrobních sil.

- Potřeba regenerace se stává nutností s rostoucí pracovní vyčížeností – kontakt s přírodou.
- Potřeba vzdělávání poznávání nových věcí, jak věci fungují, popř. jejich uplatnění v podniku pro zrychlení technického rozvoje.
- Potřeba kontaktu s lidmi ať už obnovování styku nebo navazování nového styku s lidmi, kteří mají stejné záliby. Při této potřebě může vzniknout i poznávání a výměna zkušeností. (12)

Mezi základní předpoklady vzniku a rozvoje turismu spadá volný čas, volné finanční prostředky, svoboda pohybu a odpovídající infrastruktura. (11) „*Cestovní ruch se však mohl vyvíjet jen za podmínek osobní svobody pohybu člověka a po uspokojení základních životních potřeb, tedy až po dosažení určitého stupně životní úrovně, kdy má obyvatelstvo jisté základní množství finančních prostředků, ale i přeměřený fond volného času.*“ (12, str. 5) Cestování tak bylo možné rozvíjet za předpokladu osobní svobody pohybu lidí a až tehdy, pokud byly spokojeny základní životní potřeby. Do cestovního ruchu se mohl zapojit člověk, který měl dosaženou jistou životní úroveň tzn. Člověk má dostatek finančních prostředků pro cestování, ale i dostatek volného času. Tento předpoklad měla šlechta a bohatí průmyslníci, zatímco poddaní jako rolníci a dělníci získali tuto výsadu až s pokračujícím rozvojem dělby práce pro zrušení nevolnictví. (12)

Základní podmínkou rozvoje cestovního ruchu lze považovat dva směry rozvoj výrobních sil udává, jak růst, rychlost tak i směr růstu a mírové podmínky života. Ve válečné oblasti neexistují normální podmínky pro cestovní ruch, veškeré činnosti jsou podřízeny základnímu cíli jakožto obraně, zachování života a národního hospodářství.

Kromě těchto dvou základních podmínek existuje celá řada podmínek, které můžeme zařadit do skupin: ekonomické, ekologické, demografické, pracovní, materiálně-technické, administrativní. (11) (12) „Jednotlivé vývojové etapy turismu jsou ovlivněny zejména technicko-technologickým pokrokem a ekonomickým vývojem, ale také celou řadou politicko-bezpečnostních, sociálních a jiných faktorů.“ (11, str. 17)

Mezi ekonomické podmínky pro cestovní ruch patří především celková úroveň ekonomiky dané země, která je podávána prostřednictvím ukazatele hrubého domácího produktu, složením platební bilance, dosažení životní úrovně, fond volného času, výše disponibilního důchodu obyvatelstva a celková úroveň cen na trhu zboží a služeb.

V zemích s vyšším růstem hrubého domácího produktu značně závisí účast obyvatelstva na cestovním ruchu s růstem ceny u zboží a služeb. Z hlediska volného časového fondu ovlivňují účast obyvatelstva, prodlužování doby placené dovolené, ale také volna koncem pracovního týdne. (12)

### **3.2.2. Vývoj novodobého cestovního ruchu**

Za počátek tohoto cestovního ruchu se považuje výprava pod vedením Thomase Cooka 1841, který využil železnici, jako způsobu cestování. Cestovní ruch jednotlivců existoval už před touto výpravou. Zamožní lidé směřovali do významných evropských lázní, k nimž můžeme přidat u nás v té době i Karlovy Vary či Mariánské lázně. (12)

Avšak střední a nižší třídy nezůstávaly s cestováním pozadu a podnikaly krátkodobější pobyty především v přírodě. Výraznější formování cestovního ruchu, můžeme sledovat na přelomu 20.století s propojením na společensko-ekonomických podmínkách. Cestovní ruch proniká postupně do všech sociálních sfér, stává se tak výsadou nikoli jen majetných tříd, ale i vrstvy pracujících. Cestování získává pod větším náparem zájemců novou úroveň kvality a nezaměřuje se jen na uspokojení luxusních potřeb. Cestovní ruch se stává podstatnou složkou životní úrovně. Z hlediska turismu bylo ze začátku cestování přístupné podle sociálních změn, které dovolovaly účastnit se cestování širším okruhům obyvatelstva s ohledem na finanční prostředky. I tady můžeme zaznamenat zpomalení vývoje cestovního ruchu z důvodu vysoké míry nezaměstnanosti. (11)

Nyní si můžeme představit definici cestovního ruchu, která byla použita pro upřesnění termínu a zřehlednění statistik v tomto odvětví. Dle WTO (World Trade Organization), „Cestovní ruch představuje činnost lidí, spočívající v cestování a pobytu mimo místo jejich obvyklého pobytu po dobu kratší jednoho roku za účelem využití volného času, obchodu a jinými účely.“ (25, str.)

K turismu se v dnešní době přistupuje stejně jako k cestovnímu ruchu, samozřejmě s ohledem na jejich stejný význam. Zahájení turismu je spojeno s pohybem výrobních sil. Výrobní síly se dále rozvíjely a bylo zapotřebí vzdělávání, regenerace pracovních sil, posilování a oživení sociálních vazeb, to vše rostlo spolu se zvyšujícím turismem. Také k základním předpokladům vzniku a rozvoje turismu náleží volný čas, volné finanční



prostředky a svoboda pohybu. Určitě k těmto předpokladům musíme vzít v úvahu existenci potenciálu s odpovídající infrastrukturou a suprastrukturou. (27) S turistikou všeobecně souvisí společensky odpovědný cestovní ruch, který souvisí s požadovaným rozvojem cestovního ruchu. K praktické realizaci udržitelnosti cestovního ruchu patří míra odpovědnosti všech, kdo se na cestovním ruchu podílí. Nyní je kladen velký důraz na tento způsob cestovního ruchu, jinak by zanikali místa realizace. (30)

### 3.2.3. Základní členění cestovního ruchu

#### 3.2.3.1. Cestovní ruch dle místa realizace

Základní členění cestovního ruchu bere v úvahu geografické hledisko. Podle geografického hlediska rozlišujeme na domácí cestovní ruch a na zahraniční cestovní ruch, který se ale dále člení na výjezdový a příjezdový.

- domácí cestovní ruch – pokud se pohyb obyvatel uskutečňuje uvnitř státu, bez překročení hranic, spolu s příjezdovým cestovním ruchem tvoří vnitřní cestovní ruch,
- výjezdový cestovní ruch – vycestování obyvatel dané země na pobyt v zahraničí, společně s příjezdovým cestovním ruchem tvoří zahraniční cestovní ruch neboli také mezinárodní,
- příjezdový cestovní ruch – příjezd obyvatel ze zahraničí na území dané země ve, které budou pobývat. (28)

#### Obrázek 1 Druhy cestovního ruchu



Zdroj: ČSÚ (26)

Mnohdy ale bývá uvedeno členění na aktivní a pasivní cestovní ruch. Kde aktivní cestovních ruch znamená příjezdový cestovních ruch a pasivní cestovní ruch je označován jako výjezdový.

### **3.2.3.2. Cestovní ruch dle vztahu k platební bilanci státu**

Z pohledu platební bilance státu reprezentují příjmy z aktivního cestovního ruchu stranu aktiv a na straně pasiv jsou pak náklady pasivního cestovního ruchu. Národní cestovní ruch představuje domácí cestovní ruch a výjezdový cestovní ruch. (28)

### **3.2.3.3. Cestovní ruch dle plátce nákladů**

Cestovní ruch můžeme vnímat i z pohledu plátce nákladů. Tento pohled se člení na komerční, kdy jsou celé náklady pokryty z disponibilního příjmu domácnosti účastníka cestovního ruchu. Dále na sociální turismus, který je obvykle spojen splněním určitých podmínek, např. část nákladů je pokryta od pojišťoven či z fondů. Účastníci této skupiny jsou specificky ekonomicky, sociálně nebo zdravotně handicapované skupiny obyvatel (mladiství, rodiny s dětmi, senioři, handicapovaní). Většinou je sociální turismus spojen s podporou turismu pro tyto znevýhodněné skupiny. (27)

### **3.2.3.4. Cestovní ruch dle převažujícího motivu**

Mezi další členění cestovního ruchu můžeme zahrnout i další možnosti např. z hlediska volného času, a ten dále podle motivu cestování. Rozdělit cestovní ruch lze tedy na tyto dvě skupiny. Cestovní ruch vznikající v rámci svého volného času a na cestovní ruch, který je primárně určen ke služební (obchodní) cestě. (28)

Podle motivu cestování, který rozdělila Světová organizace turismu, je používána tato segmentace osobního turismu

- dovolená, volný čas, rekreace
- návštěva příbuzných a známých
- vzdělávání a školení
- zdravotní turismus
- náboženský a poutní turismus
- nákupní turismus
- tranzitní turismus (27)

### **3.2.3.5. Cestovní ruch dle délky pobytu**

Pro další členění turismus můžeme zařadit kritérium dle délky pobytu. V tomto případě se člení na jednodenní, krátkodobý a dlouhodobý. Jednodenní turismus se zpravidla

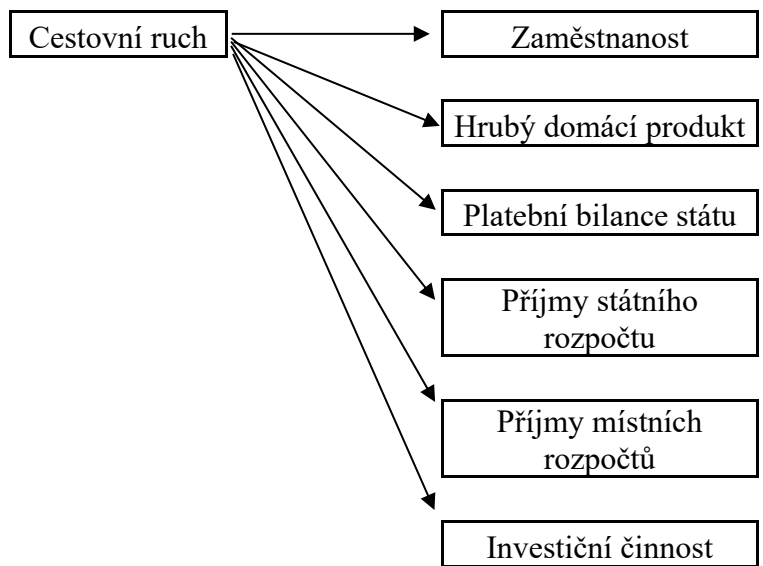
realizuje v rámci 24 hodin. Krátkodobý turismus je turismus, který zahrnuje jedno až tři přenocování. Do dlouhodobého turismu patří přenocování 4 a více nocí, avšak do doby 6 měsíců. V měřítku mezinárodního turismu je maximální délka pro dlouhodobý turismus 1 rok. (27)

*„V dnešní době už lidé nevyhledávají pouze pasivní dovolenou, ale chtějí svůj volný čas využívat aktivně.“* (13, str.29) Tato potřeba aktivního odpočinku je kompenzací u pasivního zaměstnání, které provádí převážná část zaměstnané populace. (13) Aktivního odpočinku dosahujeme jakýmkoli pohybem a sebeuspokojením. Existují nejrůznější formy tohoto odpočinku. Nemusíme si pod tímto pojmem představit hodiny v posilovně. Je však důležité, aby nás aktivita bavila a měli jsme z ní radost. Pokud se budeme účastnit aktivního odpočinku je dokázané, že se nám sníží stres,lepší se nám psychické a fyzické zdraví, zvýší se nám energie alepší nálada. Jeho výběr je individuální. Opětovaně se řadí mezi tyto aktivity nenáročné zahradničení, pobyt v přírodě, pěší turistika. Může jít i zachycení výhledu na plátno v případě, že nejsme profesionální malíři. S pěší turistikou se rozrůstají i nové možnosti aktivního odpočinku jako je třeba geocaching. (13)

### **3.3. Ekonomický význam cestovního ruchu**

Cestovní ruch spadá mezi nejvýznamnější součásti národního i světového trhu. Podle světových organizací (WTO, WTTC) je největším zaměstnavatelem na světě. Další rozvoj cestovního ruchu je v zájmu každého státu. (32) „Cestovní ruch tak příznivě působí jednak na zaměstnanost obyvatelstva a na tvorbu HDP, jednak na platební bilanci státu, na příjmy státního rozpočtu a místní rozpočty“. (32, str.92)

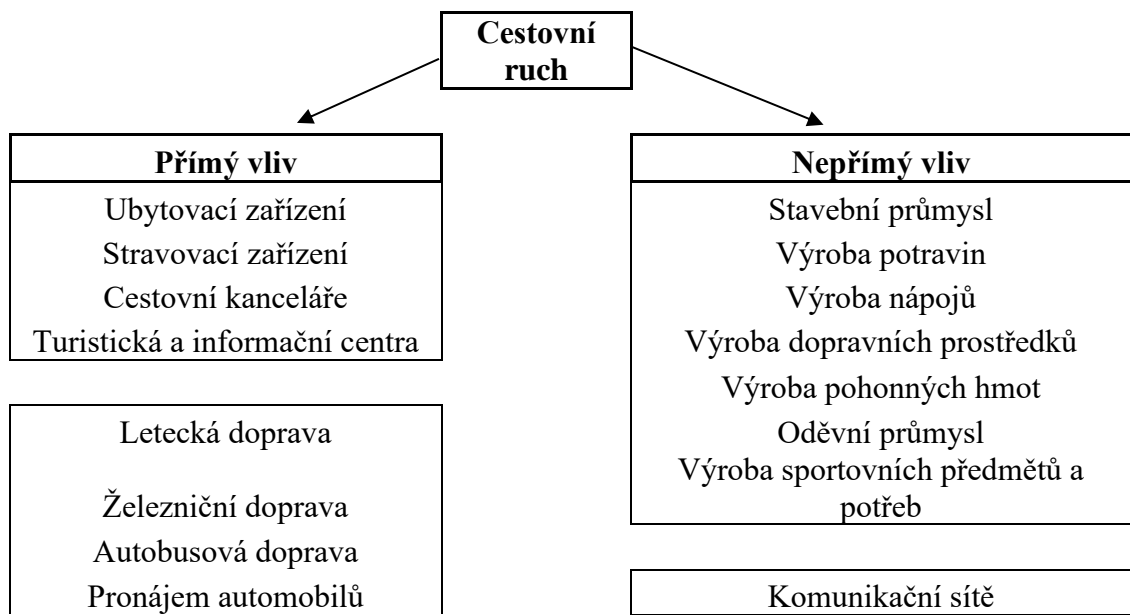
**Obrázek 2 Vliv cestovního ruchu na ekonomiku**

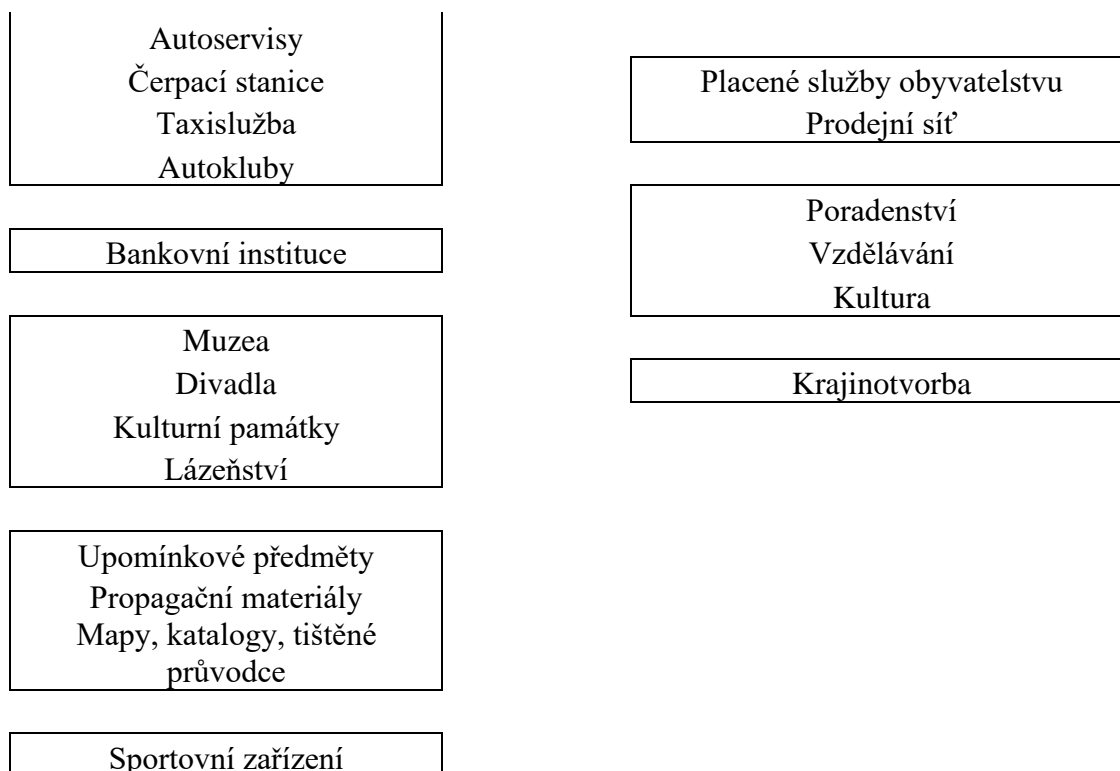


Zdroj: Vlastní zpracování (31)

Ekonomický význam cestovního ruchu spočívá také v tom, že působí pozitivně i na řadu dalších odvětví. Přímé a nepřímé vlivy zachycuje satelitní účet cestovního ruchu. Satelitní účet cestovního ruchu analyzuje poptávku a nabídku cestovního ruchu a udává celkový ekonomický přínos cestovního ruchu dané země. (32) Čím více se cestovních ruch opírá o místní nebo regionální ekonomiku má tím vyšší význam pro určitý celek. (35)

**Obrázek 3 Satelitní účet cestovního ruchu (TSA)**





Zdroj: Vlastní zpracování (31)

### 3.3.1. Přímé, nepřímé a odvozené efekty

#### Přímé efekty

Přímé efekty cestovní ruchu jsou uskutečňovány v sektoru spojených s cestovním ruchem. Zde tedy dochází k přímému kontaktu poskytovatele služby a účastníka ruchu. K přímému efektu dochází například zakoupením ubytování v hotelu. (33)

#### Nepřímé efekty

Nepřímé efekty nejsou spojeny s interakcí zákazník – poskytovatel služby, ale jedná se o vztah odběratel – dodavatel. Nepřímým efektem může tedy být nákup potravin pro restauraci, účetní či marketingové služby a další outcoursingové služby pro hotel. Tyto efekty jsou označovány za multiplikované tzv. vyvolávané a jsou uskutečňovány především v dodavatelském prostředí. (33) Ekonomický rozvoj se vyjadřuje pomocí prostřednictvím multiplikátorů, a to hlavně multiplikátoru příjmového, multiplikátoru zaměstnanosti, multiplikátoru mzdového a multiplikátorů investic. (35)

## Odvozené efekty

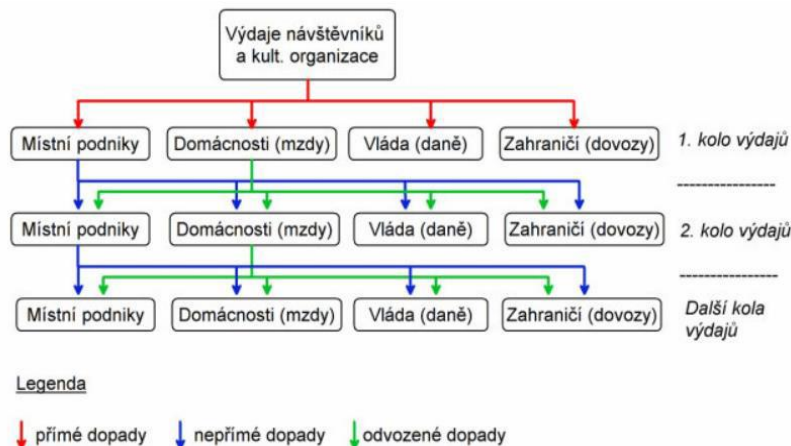
Odvozené efekty jsou změny v ekonomice vyplývající z výdajů zaměstnanců přímých a nepřímých zboží a služeb pro monitorovaný podnik. (34) Tyto efekty tvoří dodatečnou realizaci příjmů z veřejného, soukromého sektoru i z domácností. Příkladem může být snížení příjmů domácností vyvolané ztrátou zaměstnaní, má za důsledek snížení spotřeby. Pokud zavře podnik bude mít ztráta zaměstnaní vliv na snížení spotřeby v celém regionu. (33) Ale také pokud se zvýší počet pracovních míst bude to znamenat pozitivní vliv na spotřebu v daném regionu. (34)

### 3.3.2. Ekonomické přínosy vs. Ekonomické dopady

Ekonomickou aktivitu, která plyne z každé utracené koruny ve specifikované geografické oblasti bez ohledu na původ peněz monitorují *ekonomické dopady*.

Ve srovnání s *ekonomickým přínosem*, který sleduje odkud utracené peníze putují a kde byly vynaloženy. Ekonomický přínos se vytváří v situaci, kdy vynaložené prostředky zaznamenávají zvýšení ekonomické aktivity ve specifikované geografické oblasti, k jaké by bez sledované události. (34)

### Obrázek 4 Přímé, nepřímé a odvozené efekty



Zdroj: (34)

### 3.3.3. Multiplikátor

Termín multiplikátor udává změnu jedné makroekonomické veličiny na změně další veličiny. Změnu o jednotku provází změna jednotky jiné proměnné. Každá změna v agregátní poptávce vyvolává nepředvídatelné a časté výkyvy výstupu, zaměstnanosti a cen

viz. hospodářský cyklus. Nejzákladnějším přístupem k porozumění ekonomického cyklu je keynesiánský model multiplikátoru. (2)

### 3.3.3.1. Keynesiánský multiplikátor

Keynesiánský multiplikátor říká, že změna příjmů se rovná změně výdajů, které jsou vynásobeny jednoduchým multiplikátorem. (37)

$$\Delta Y = \Delta A \times K,$$

kde  $\Delta Y$  – změna příjmů

$\Delta A$  – změna výdajů

K – Keynesův jednoduchý multiplikátor

Multiplikátor můžeme však formulovat jako:

$$K = \Delta Y / \Delta A$$

A lze ho také vypočítat pomocí mezního sklonu ke spotřebě označeného jako MPC:

$$K = 1 / (1 - MPC)$$

Multiplikátor K se rovná jednotce vydělené rozdílem mezi jednotkou a MPC.

$$MPC = \Delta A / \Delta Y \quad (37)$$

„Mezní sklon ke spotřebě nám udává, kolik haléřů z jedné koruny je člověk ochoten vynaložit na spotřebu statků a služeb (zbytek vynakládá na úspory). (37, str. 132)

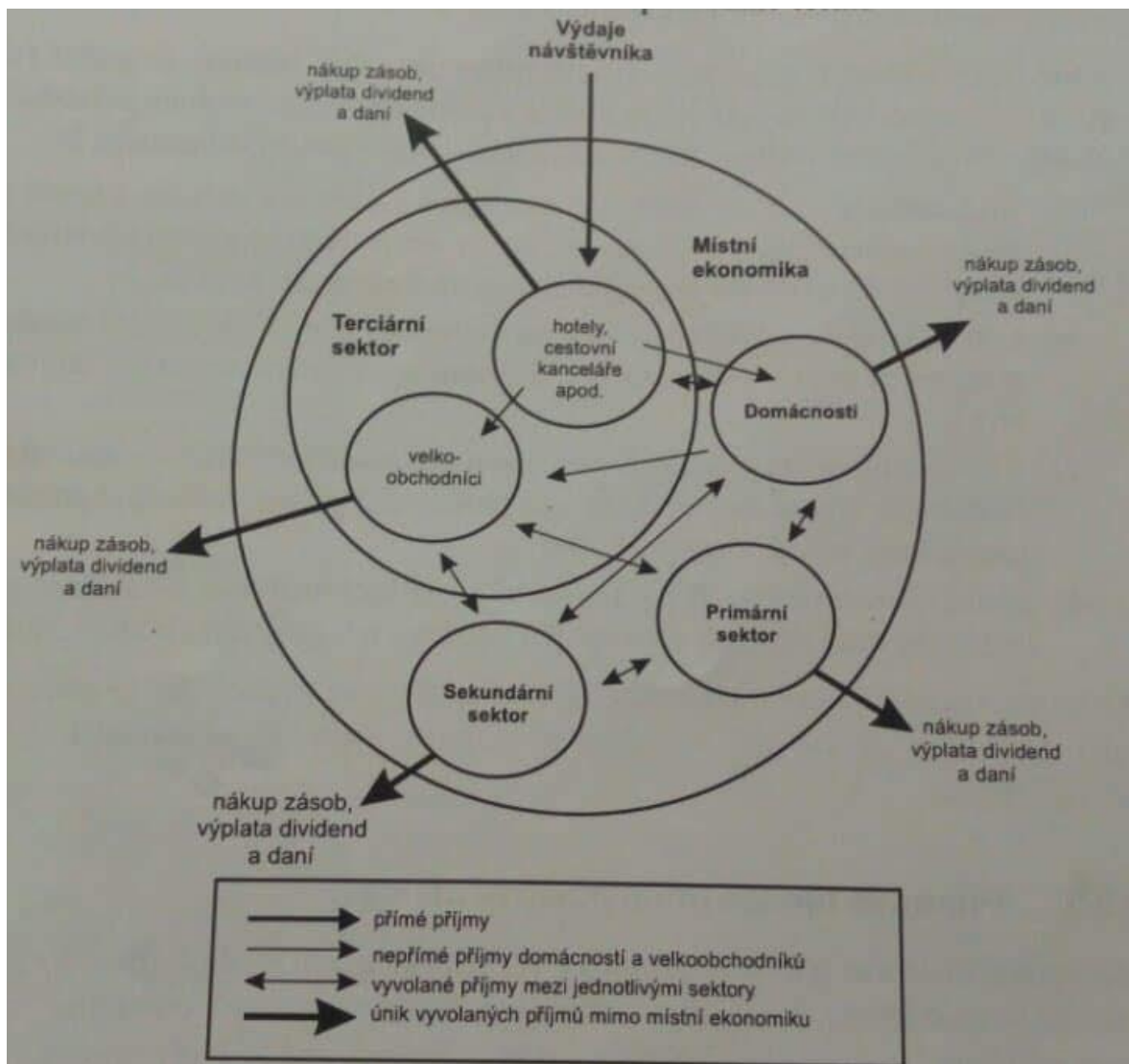
„Investice mají multiplikační vliv na výstup.“ (2, str. 450) Výstup na změnu investice napřed okamžitě reaguje v paritě hodnoty investice. Avšak z růstu výstupu vyplývá růst příjmu pro spotřebitele. Ti pak utrací vyšší dodatečného příjmu a dávají do koloběhu řetězec. Pokud spotřebitelé spotřebují  $r$  z každé jednotky, bude celkový multiplikační efekt následující: „Multiplikátor cestovního ruchu poskytuje informace o tom, o co vyšší jsou příjmy než výdaje cestovního ruchu, které je vyvolaly. Multiplikační efekt cestovního ruchu je vysoký např. pro regionální hospodářství tehdy, je-li dominantní vnitroregionální

přelévání příjmů cestovního ruchu. To znamená, že primární příjmy z cestovního ruchu plynou do regionálního zemědělství, obchodu a živností.“ (32, str.95)

$$1/(1-r) = 1/(1-MPC) = 1/MPS \quad (2)$$

Multiplikační teorie zobrazuje příjmový efekt primárních výdajů, jedná se o tzv. investice v národním hospodářství. (32) „Kromě jiného tvoří součást nových příjmů, jakmile se tyto peníze naspoří, anebo jakmile neopustí dané hospodářství, tj. neopustí místní, regionální, případně národní hospodářství.“ (32, str.95)

**Obrázek 5 Schéma multiplikačního efektu**



Zdroj: (32)



### Výdajový multiplikátor

Pokud si výdajový multiplikátor vysvětlíme na dvousektorovém modelu ekonomiky, ve kterém vystupují pouze domácnosti, firmy a disponibilní důchod, tak můžeme říci, že se změnou výdajů produkční hodnota stoupá násobně a jde o tzv. multiplikaci výdajů. U tohoto modelu nedochází k přerozdělování důchodu ze strany státu, vše je užito buď na spotřebu nebo úspory domácností. Co znamená pro jednu stranu příjmem, tak je pro druhou výdajem. Můžeme si tak říci, že základními zdroji příjmu z cestovního ruchu jsou finance vynaložené návštěvníky na ubytování, stravování, dopravu, kulturu apod., daně od návštěvníků a z tržních příjmů podniků, finance z prodeje suvenýrů a zboží spojeného s cestováním. (37)

#### **3.3.3.2. Multiplikátor cestovního ruchu**

Cestovní ruch je spojen se značným množstvím sektorů ekonomiky právě proto, že se jedná o velký národně-hospodářský souhrn. K výpočtu multiplikátoru cestovního ruchu je požadováno obrovské množství dat. Hlavní podstata výpočtu multiplikátoru cestovního ruchu a jak působí na národní ekonomiku je, že příjem nabytý z cestovního ruchu přesahuje částku peněz vynaložených návštěvníky v místě pobytu na nákup zboží a služeb.

Multiplikátory zaměstnanosti, důchodu, výroby patří mezi významné mechanismy zainteresovanosti odlišných institucí státní i místní moci v rozmachu cestovního ruchu národní ekonomiky. (37)

Nejčastěji se v souvislosti s cestovním ruchem uvádějí tyto základní typy multiplikátoru:

- Multiplikátor přidané hodnoty
- Multiplikátor produkce
- Multiplikátor zaměstnanosti
- Multiplikátor důchodu (34)

### Multiplikátor hrubé přidané hodnoty

Multiplikátor hrubé přidané hodnoty snižuje problém dvojího započítání vstupů, který předvádí spojitost mezi prvotním zvýšením produkce jednoho odvětví a totálním zvýšením hrubé přidané hodnoty všech odvětví v ekonomice. Hrubá přidaná hodnota je v úzkém kontextu s hrubým domácím produktem. Tyto dva ukazatele se mezi sebou liší pouze o čisté daně na produkty. Můžeme tedy předpokládat, že při zvýšení hrubé přidané hodnoty se

přibližně o stejnou hodnotu zvyšuje i hrubý domácí produkt v ekonomice. Dopad na zvýšení hrubé přidané hodnoty ekonomiky, však nezařazuje hodnotu vstupů produktů, ale jen přidanou hodnotu poptávaných produktů. (34)

#### Multiplikátor produkce

Tento typ multiplikátoru patří mezi nejjednodušší a nejpoužívanější input-output modely multiplikátorů. Multiplikátor produkce představuje vztah mezi původním zvýšením produkce jednoho odvětví a konečným zvýšením produkce veškerých odvětvích ekonomiky. Tím se ukazuje celková provázanost mezi odvětvími. Multiplikátor kalkuluje celou mezipotřebu a tak jsou některé vstupy propočítány opakovaně ve všech kolech dodavatelského řetězce. (34)

#### Multiplikátor zaměstnanosti

Tento multiplikátor nám ukazuje, kolik vznikne nových pracovních míst při zvýšení produkce ve stanoveném odvětví. Multiplikátor kalkuluje stálý počet pracovních pozic na plných úvazek, který však nemusí být totožný se skutečným počtem nově zaměstnaných fyzických pracovníků. Zde se projevuje reakce na zvýšenou poptávku u každého podniku rozdílně.

Vyjádření tohoto multiplikátoru dosáhneme vynásobením vektoru, který sděluje počet pracovníků na jednotku produkce v jednotlivých kategoriích a Leontiefovy inverzní matice. Tento multiplikátor nám sděluje zvýšení počtu pracovních míst při zvýšení poptávky po produktu o 1 milion Kč, nikoli o 1 Kč. (34)

#### Multiplikátor důchodu

Celkovou hodnotu náhrad zaměstnancům nám ukazuje multiplikátor důchodu. Pod výrazem celkovou hodnotu náhrad máme na mysli platy, mzdy a sociální příspěvky, které je nutné vynaložit, aby se zvýšila produkce v určitém odvětví o 1 Kč. (34)

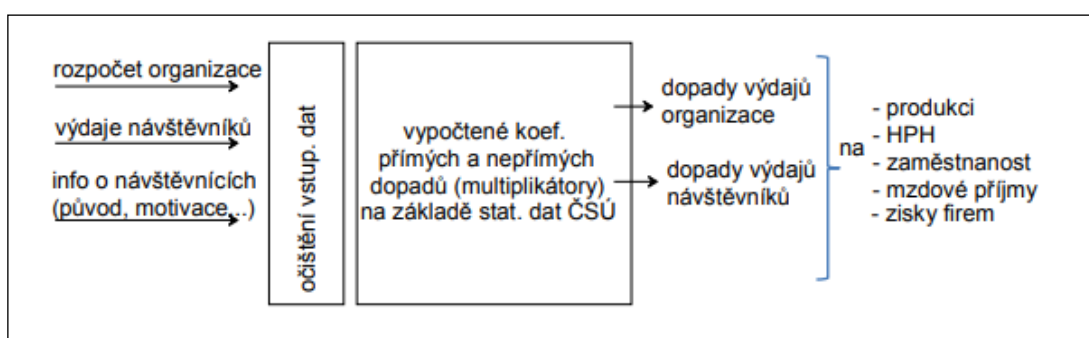
### **3.4. Postup výpočtu ekonomických dopadů**

Postup pro propočet ekonomického dopadu organizací a projektů je založen na meziodvětvové input-output analýze a oficiálních stránkách Českého statistického úřadu. Input-output analýza je nejspolehlivější, ale také nejsložitější. Analýza má v dispozici nástroje, které kvantifikují vzájemné postoje v různých odvětvích ekonomiky. Pomocí této metody můžeme vyčíslit i multiplikační efekty, které jsou způsobeny vazbami organizací

v jednom odvětví, přičemž působí i na další odvětví. Jak již bylo řečeno výstup z jednoho odvětví znamená vstup do dalšího odvětví. (38)

Meziodvětvová analýza se zakládá na statistikách národních účtu Českého statistického úřadu a tabulkách dodávek a užití, ve který jsou zapsány veškeré toky zboží služeb mezi jednotlivými sektory ekonomiky. (39) Jedná se o novodobý přístup na území České republiky, který čerpá z řady zahraničních odborných publikací. Prozatím není používána standardní metodika. V minulých letech byly vytvořeny ojedinělé případy například pro Prague Fringe Festival nebo pro MF Český Krumlov 2005. Pokaždé byla, ale použita zcela jiná jednoduchá metodika přístupu, a navíc ani jedna neobsahovala výpočty multiplikačních efektů. Proto zhodnocení těchto dvou akcí nelze mezi sebou srovnat. Nová metodika byla úspěšně testována v roce 2010 a 2011 na vybraných festivalech po celé České republice a informace se sbírali v podobě dotazníku. Data získaná od respondentů byla podstoupena input-output analýze, kde byli zhodnoceny ekonomické dopady jednotlivých festivalů (38)

### Obrázek 6 Proces výpočtu ekonomického dopadu



Zdroj: (38)

Metodika výpočtu ekonomického dopadu je určena pro všechny pořadatele kulturních událostí, kteří chtějí změřit své přínosy a dopady pro ekonomiku České republiky. O efekt z pořádaných akcí věnují stále větší pozornost investoři, poskytovatelé dotací a dárci, kteří se chtějí podílet na financování dané události. (38)

#### 3.4.1. Referenční oblast

Referenční oblast vymezuje určené území, u kterého sledujeme ekonomické přínosy a dopady kulturní události či akce. Zde je tedy velice důležité co nejpřesněji tyto hranice vymezit, aby analýza mohla být správně provedena. Vydané peněžní prostředky uskutečněné ve vybrané oblasti by měly plynout právě těm subjektům ve vybrané referenční oblasti a

byly tak zahrnuty do výpočtu ekonomických přínosů. Vymezení správné velikosti referenční oblasti zde, hraje také významnou roli. Čím větší je referenční oblast tím jsou nižší úniky prostředků do ostatních regionů. (34)

Za primární referenční oblast je vždy celá Česká republika, pro kterou Český statistický úřad zpracovává statistická data. Jen při propočtu dopadů na celou Českou republiku lze použít všechny multiplikátory a koeficienty získané ze statistických dat české ekonomiky. Přímé a nepřímé ekonomické dopady organizace můžeme spočítat za celý stát.

Pro menší geografické referenční celky můžeme spočítat jen přímé dopady. Nepřímé dopady za menší geografickou referenční oblast nelze určit pomocí celostátních multiplikátorů. (34)

### **3.4.2. Získání vstupních dat pro analýzu**

Pro kalkulaci ekonomických dopadů z kulturní události či akce je třeba zajistit potřebné údaje:

- Informace o návštěvnicích a jejich chování - značná část informací je zjištěna prostřednictvím dotazníkového šetření v průběhu akce
- Informace o výdajích organizace na událost/akci – původem informace pocházejí z interních materiálů a účetnictví organizátora

K vyčíslení dopadu návštěvnosti je nutné zjistit základní čtyři informace jako je celkový počet návštěvníků a jejich geografický původ, strukturu a výši jejich nákladů a analýzu výdajů přímo související se sledovanou událostí. Zapotřebí je také znát výdaje, které nepřímo souviseli s událostí. (38)

Podstatné je se od návštěvníků získat informace o tom kolik během své návštěvy utratily a za co v námi vybrané referenční oblasti. Obsah otázek na peněžní výdaje je nutné definovat podle kategorií produktu poslední tabulky SIOT, které vydal Český statistický úřad, aby byla zajištěna souvislost získaných dat a statistik národních účtů pro výpočet input-output analýzy. Dále je třeba znát opravdu vynaložené výdaje se sledovanou událostí, k tomu slouží analýza souvislosti výdajů. Analýza vyčísluje výdaje, které jsou přímo vydané kvůli sledované události a naopak výdaje, které by bylo vydáno i bez této události. Důvody přicestování návštěvníků do sledované oblasti se mohou lišit, proto je důležité výdaje rozlišovat dle záměru jejich návštěvy.

Dle autorky T. Raabové rozlišujeme dva typy metodiky: První z nich je zaměřena, jaký vliv měla událost na navštívení sledované oblasti, otázka je hodnocena škálou 0 – 10, z nichž 0 znamená je zcela nedůležitý význam. Hodnota 10 naopak znamená, že to byl hlavní záměr

návštěvy. Metoda relativně rychle ukazuje přímé a nepřímé výdaje pomocí procentuálního podílu s číslem uváděného respondentem na stupnici. Druhá metoda používá definici otázky na hlavní cíl cesty, kde vyloučíme všechny odpovědi s jiným cílovým místem, než je naše sledovaná oblast. (38)

### 3.4.3. Meziodvětvová analýza

Symetrické input – output tabulky (zkratkou SIOT) jsou odvozeny matematickou transformací z tabulek dodávek a užití v základních cenách, a jsou aplikovány zvláště pro ekonomickou analýzu a ekonomické modelování. Český statistický úřad uspořádává pravidelně tyto tabulky dle manuálu Eurostatu a to minimálně jednou za pětileté období, která je požadována transmisním programem Evropské unie. Český statistický úřad sestavuje také předběžné tabulky s ohledem na měnící se struktury v české ekonomice, a podává svým uživatelům aktuální přehled. Původně český statistický úřad vydával pouze tabulky typu produkt x produkt a v roce 2012 přibyly tabulky typu odvětví x odvětví. Tabulky typu produkt x produkt zobrazují strukturu zdrojů, užití a přidané hodnoty na základě jednotlivých produktů a předpokládá se, že všechny výrobky jsou vyrobeny stejnou technologií bez ohledu na odvětví. Druhý typ SIOT odvětví x odvětví popisuje zdroje, užití i přidanou hodnotu podle odvětví a v matici mezispotřeby vylíčeny vstupy do jednotlivých odvětví v podobě výstupů z odvětví. (40)

Input – output analýza používá nástroje pro určení množství vzájemných vazeb mezi subjekty (odvětvími nebo sektory). Oproti dalším metodám, lze u této metody vyčíslit multiplikační efekty, které podněcují vazby zkoumané organizace a účastníků na dalším odvětví v ekonomice. (42)

Východiskem pro input – output analýzu se staly 30. léta 20. století byly totiž poprvé publikovány input-output tabulky za národní hospodářství Spojených států, jejím zakladatelem W. Leontiefem, (38)

Podstatu SIOT představuje čtvercová matice mezispotřeby, která má symetrické členění řádků a sloupců, a to podle příslušného typu tabulky (produkt x produkt, odvětví x odvětví). V matici mezispotřeby představuje každý sloupec strukturu vstupů a denuncuje, kolik produktů bylo na výrobu konkrétního produktu vynaloženo. Kterákoli změna v poptávce po daném výrobku vede současně k poměrné změně poptávky po produktech, které produkují vstupy ve výrobním procesu. (38)

Input – output tabulky bývají opětovně součástí prognostických modelů, které umožňují souhrnnou a různou kvantifikaci scénářů budoucího vývoje. (41) Lze je tak použít pro předpovědi důsledků, které bude mít změna poptávky v odvětví na zbytek ekonomiky. Tabulky také umožňují určit dopad vládních zásahů jakož i nových vládních výdajů do hospodářství jako celek. Prostřednictvím tabulek můžeme vyhodnocovat dopad na podporu investic, hypoték, sportovních akcí nebo také enviromentálních zákonů. Kromě toho symetrické tabulky input-output také poskytují analýzy zaměstnanosti, produktivity, citlivosti na vliv změn daňových sazeb a regulace. (38)

Soustava input-output tabulek zobrazuje početní vztahy mezi vstupy jednotlivých odvětvích a jejich produkcí, je tak rozčleněna na čtyři kvadranty.

- I. Kvadrant – symetrická matice popisuje vztahy mezi segmentací produkt x produkt nebo odvětví x odvětví
- II. Kvadrant – zobrazuje vztahy dodávajícími výrobními odvětvími a odvětvími ve formě konečného užívání
- III. Kvadrant – podává informace o hrubé přidané hodnotě udává úhrn mzdových nákladů, spotřeby fixního kapitálu, daní a zisku ale také poskytuje informace o dovozu jednotlivých výrobků a vystávají zde spojení mezi primárními činiteli a výrobními odvětvími
- IV. Kvadrant – zobrazuje přímé vztahy mezi primárními činiteli a konečným uplatněním

Model symetrické input-output tabulky zobrazující popsané kvadranty, obrázek č. 7.

**Obrázek 7 Model symetrická input-output tabulka**

	Produkty podle SKP	Konečné užití ( $f$ )	Celkem ( $x$ )
Produkty podle SKP <sup>1</sup>	$Z_{11} Z_{12} \dots Z_{1n}$ $Z_{21} Z_{22} \dots Z_{2n}$ $\vdots \vdots$ $Z_{n1} Z_{n2} \dots Z_{nn}$	$c_1 l_1 g_1 e_1$ $c_2 l_2 g_2 e_2$ $\vdots \vdots \vdots$ $c_n l_n g_n e_n$	$x_1$ $x_2$ $\vdots$ $x_n$
Složky přidané hodnoty	$l_1 l_2 \dots l_n$ $ov_1 ov_2 \dots ov_n$	<i>Transakce mezi složkami přidané hodnoty (včetně importů) a konečnou spotřebou</i>	$L$ $OV$
Importy	$M_1 m_2 \dots m_n$		$M$
Celkem ( $x$ )	$x_1 x_2 \dots x_n$	$C I G E$	

Zdroj: (43)

$z_{ij}$  – hodnota prodeje produktu odvětví/odvětví v daném období  
 $f_i$  – hodnota prodeje produktu odvětví/koncovému spotřebiteli  
 $x_i$  – celková hodnota zboží vyrobeného v odvětví  
 $c_i$  – výdaje domácností na spotřebu produktu  $i$   
 $i_i$  – nákupy produktu odvětví  $i$  určené na investice  
 $g_i$  – vládní nákupy produktu  $i$   
 $e_i$  – exporty produktu  $i$   
 $l_j$  – platby odvětví  $j$  za práci  
 $ov_j$  – ostatní platby odvětví  $j$  na ostatní složky přidané hodnoty  
 $m_j$  – import odvětví  $j$  (38)

V input-output tabulce rovnost součtů řádkových vektorů a součtů sloupcových vektorů, utváří tak rovnovážný model. Z tohoto modelu jsou pak dedukovány veškeré další vztahy uvnitř strukturální analýzy pomocí vzorce:

$$\sum_{i=1}^n x_i + C + I + G + E = \sum_{j=1}^n x_j + L + OV + M$$

Protože existuje rovnost u řádkových vektorů  $\sum x_i$  a sloupcových vektorů  $\sum x_j$  v rovnici můžeme rovnici zjednodušit na:

$$C + I + G + E = L + OV + M$$

Na levé straně rovnice můžeme vidět známý vzorec pro výpočet hrubého domácího produktu, který je dle vymezení roven straně pravé, tudíž souhrnu plateb za výrobní faktory, které jsou také známy jako celková přidaná hodnota. (44)

#### 3.4.4. Aplikace input-output analýzy

Již bylo řečeno, že ze symetrické input-output analýzy lze dedukovat přímé i nepřímé dopady změny v jednom odvětví na celou ekonomiku státu. Podstatou ke zkoumání těchto vazeb mezi sektory je metoda zpětných vazeb. Nejprve musíme symetrickou input-output tabulku znormalizovat podle řádků za použití vzorce:

$$a_{ij} = z_{ij}/x_j$$

Tímto krokem vytvoříme matici koeficientů vstupů  $A$ . Matice koeficientů vstupů  $A$  nám udává, jaká je hodnota jednotlivých meziproductů spotřebovávaná na výrobu jednoho kusu daného výrobku při výrobě. Celkovou produkci potřebnou k uspokojení původní poptávky představuje součet přímé a nepřímé produkce. Pokud odečteme matici koeficientů vstupů  $A$  od jednotkové matice  $I$ , z ní posléze vytvoříme inverzní matici  $(I-A)$ , tím dostaneme matici koeficientů celkové produkce  $L$  zvanou jako Leontiefova inverzní matice. Leontiefova inverzní matice lze napsat tímto vzorcem:

$$L = (I - A)^{-1}$$

Hlavní předpoklady input-output analýzy je možné shrnout do třech základních předpokladů:

- nabídka se absolutně přizpůsobuje poptávce tedy, že výrobní kapacity jsou neomezené
- jednotlivé produkty jsou vyráběny s pevnou strukturou vstupů, a to počítaje i struktury přidané hodnoty
- struktura vstupů vychází ze zvolené techniky transformace nesymetrických tabulek na symetrické tabulky. Toto znamená, že veškeré vedlejší produkty jsou produkovány technologií výroby produktu nebo technologií výroby v odvětví. (38)

Opomenutí prvních dvou předpokladů bude mít vliv na celkovou výši dopadu změn ve finální poptávce na výrobě jednotlivých produktů, nesplnění třetí podmínky bude mít dopad jak na výši, tak i na složení tohoto dopadu. Nesprávné odhadnutí vstupu pro výrobu může mít za následek změnu finální poptávky v ostatních vstupech, než usuzujeme v modelu. (38)

Pomocí sečtením sloupců této matice získáme multiplikátory produkce jednotlivých odvětví ekonomiky, ve kterých je zobrazen, jak přímý vliv finální poptávky, tak i nepřímý vliv. Jestliže se změní finální poptávka po produkci daného odvětví o jednotku, pak se změní celková poptávka po produkci ve všech odvětví právě o hodnotu multiplikátoru.



Proto velmi přeceňuje celkový dopad přímého růstu poptávky. Další typy multiplikátorů můžeme získat vypočtením Leontiefovi inverzní matice. Jedná se o multiplikátory hrubé přidané hodnoty, zaměstnanosti a důchodu. (34)

### 3.4.5. Výpočet dopadů

Pokud máme sesbírána všechna data, která jsme převedly na základní ceny a známe multiplikátory a jejich koeficienty přikročujeme k výpočtu přímých a nepřímých ekonomických dopadů. Ekonomické dopady můžeme zkoumat ze dvou hledisek: a to jak z hlediska výdajů návštěvníků, tak z hlediska výdajů samé organizace. Tyto hlediska můžeme na konec sečíst a získat celkové dopady na produkci, hrubou přidanou hodnotu, zaměstnanost či na náhrady zaměstnancům. (34)

K celkové hodnotě prvotních výdajů návštěvníků a organizace očištěných od daně z přidané hodnoty či marže apod. se rovná přímý dopad na zvýšení produkce  $O_p$ .

$$O_p = \sum V_n + \sum V_o$$

Jedná se jen o prvotní růst výdajů proudící do ekonomiky tzn, přímý nákup zboží a služeb spotřebiteli (návštěvníci, organizátoři události). Celková tržní hodnota reprezentuje přímý dopad na růst produkce. (38)

Celková suma součinů prvotních výdajů koncových uživatelů a multiplikátorů produkce pro jednotlivé pořízené výrobky se rovná celkovému dopadu na zvýšení produkce  $O$ .

$$O_p = \sum V_n * m_p + \sum V_o * m_p$$

Ukazatel celkového dopadu na zvýšení produkce  $O$  sděluje, celkové zvýšení produkce v celé ekonomice. Ukazatel zahrnuje přímé i nepřímé zvýšení produkce, která zahrnuje produkci mezispostřeby, jakož i vstupních produktů potřebných při výrobním procesu finálních produktů.

Nepřímé dopady na zvýšení produkce se zjišťují rozdílem přímých dopadů na zvýšení produkce od celkových dopadů na zvýšení produkce dle vzorce:

$$O_p = O - O_p$$

Nepřímé zvýšení produkce tvoří produkci veškerých vstupních produktů potřebných pro výrobu finálních výrobků poptávaných koncovými spotřebiteli sledovaných událostí. Kalkuluje všechny následující kola výrobního koloběhu až na produkci finálních výrobků samotných. (38)

### **3.5. Geocaching**

Geocaching je společenská hra v přírodě, při níž se hledají schované předměty podle GPS souřadnic. Tyto předměty neboli schránky se nazývají cache, česky tzv. keš nebo také keška. Cache se schovává do vodotěsných schránek na nejrůznějších místech, které jsou leckdy těžko představitelná. (15) „Obvykle jsou tyto schránky ukryty na zajímavých místech, vedle tradičních turistických cílů je naleznete u památných stromů, studánek, vyhlídek, skal soch, jiné doprovázejí naučné stezky. Mnohdy jde o zákoutí známá jen místním, která nejsou v mapách zakreslena, přesto stojí za návštěvu.“ (16, str.253) Každá cache obsahuje logbook, u nás známá jako kniha návštěv s psací potřebou. Ale správný cacher se na ní nespolehá a nosí si vlastní. Jak to, tak bývá, i tato hra má svá pravidla. (15)

#### **3.5.1. Historie Geocachingu**

V České republice byla první cache založena 1.6.2001. Tato cache je dosud aktivní a umístěná v přírodní rezervaci u Štramberku. Historie se tak u nás začala psát od tohoto data. Geocaching v dnešní době nabírá na popularitě, a dokonce se dostal do osnov tělesné výchovy vysoké školy. Možnost získat zápočet z geocachingu mohou studenti Českého vysokého učení technického. Geocaching je především o hledání cache na zajímavých místech, čeští geocacheři začali rozšiřovat tyto místa o tematicky cílená místa a trasy. Nyní rozšíření tematiky zvelebují geopuzzle. Každý dílek je jedna cache na určeném místě kdekoli v ČR, může se jednat o rodné domy slavných, české hrady či zámky, rozhledny, kopečky nebo dokonce také pivovary. Myslím, že ty zvláště jsou oblíbené. (19)

#### **3.5.2. Pojmy Geocachingu**

**BYOP** (Bring Your Own Pen) Tato zkratka znamená, že je nutné si přinést vlastní tužku, cache ji neobsahuje.

**Cache** je vodotěsná schránka, kterou její majitel (owner) uložil na určitém místě. Další hledač (geocacher) ji může vyhledat podle zeměpisných souřadnic, které najde na internetu.

**Geocacher** je osoba, která prostřednictvím přijímače GPS a rádiových zeměpisných souřadnic hledá po uložené cache.

**Geocaching** je celosvětová hra, hledání skrytých cache pomocí přijímače GPS

**GPS** (Global Positioning System) Tento celosvětový systém pro určování polohy je založený na GPS signálu, který je vysílaný z umělé družice.

**TB** (TravelBug)

**DNF** (Did Not Find) Cache nebyla nalezena.

**FI** (Found It) Cache byla nalezena.

**FP** (Favourite Point) Bod oblíbenosti.

**FTF** (First To Find) První nálezce cache.

**Logbook** náleží každé nalezené a podepisuje se do něj nálezce, který cache našel.

**Mudla** je osoba, která neví vůbec nic o geocachingu.

**NM** (Needs Maintenance) – Požadavek na údržbu cache, patří do typu logu.

**Owner** je osoba, která vytvořila a založila cache. Vlastník má za úkol cache pravidelně kontrolovat a udržovat ji. Pokud by byla cache poničena či odcizena znemožnilo by se hledání pro další účastníky této hry.

**PM** (Premium Member) – Hráč platící členství na geocaching.com. Toto členství umožní využívat pokročilé funkce této hry.

**TFTC** (Thanks For This Cache) – Zkratkové poděkování za nalezenou cache.

**Travel item** jsou předměty určené pro výměnu.

(15) (16)

### 3.5.3. Velikost schránek

Velikost schránek záleží, kde je majitel cache (owner) plánuje schovat. Geocaching rozlišuje pět velikostí (Nano, Mikro, Malá, Střední a Velká). Pro začátek se doporučuje výběr z malých či středních cache. Uvnitř lze nalézt již zmíněnou návštěvní knihu, ale často v nich bývají i předměty na směnu a jsou snáze naležitelné než ostatní cache. (18)

**Obrázek 8 Velikost schránek**



Zdroj: Autor

### **3.5.3.1. Nano cache**

Nanoschránka je velká jen pár milimetrů (menší než článek malíčku). Úkryt nejčastěji nalézá v různých spárách, trhlinách, výmolech. Nanoschránka je často magnetická, lze ji tak přichytit ke kovovým předmětům jako zábradlí, okapy či ke sloupu od plotu. (15)

**Obrázek 9 Nano cache**



Zdroj: Autor

### 3.5.3.2. Micro cache

Mikroschránka představuje schránku s objemem menší než 100ml. Obvykle se pro tento typ využívá obal od filmu, obal od tic-tacu či polotovar pro PET lahve. Do této schránky se nevejdou žádné předměty na výměnu, jsou čistě podepisovací. (16)

**Obrázek 10 Micro cache**



Zdroj: Autor

### 3.5.3.3. Malá cache

Malá cache se označuje cache, která má obsah do 1litru. Jedná se o nejčastěji používanou velikost. Do cache se vejde potřebné vybavení, a i něco na výměnu. Pro tuto cache jsou obvykle používány nádoby na svačinu. (16)

**Obrázek 11 Malá cache**



Zdroj: Autor

#### 3.5.3.4. Střední cache

V této kategorii můžeme očekávat cache o velikosti s objemem od 1 do 20 litrů např. krabice od bot. Předmětů na výměnu se zde vejde skutečně hodně a nemusí to být vždy jen drobnosti. (16)

**Obrázek 12 Střední cache**



Zdroj: Autor

#### 3.5.3.5. Velká cache

Cache je o velikosti nad 20 litrů, můžeme tak očekávat nález opravdu velký v podobě soudku či plastového boxu. Tyto kešky nalézají nejčastěji svůj úkryt ve vodě. Přes špatnou manipulaci, díky své velikosti, se s tímto typem na pevné zemi setkáváme jen málokdy. Snadno se odhalují. (15)

**Obrázek 13 Velká cache**



Zdroj: Autor

### 3.5.4. Typy cache

#### 3.5.4.1. Tradiční cache

Tento to druh patří mezi nejčastější cache. Tradiční cache je označena krabičkou se zeleným víčkem. Jedná se o jednoduchý typ cache, protože u nich jsou sděleny souřadnice, kde se cache nachází. (16)

#### Obrázek 14 Tradiční cache ikona



Zdroj: (17)

#### 3.5.4.2. Mystery cache

Jedná se o cache, která je na mapě označena otazníkem. Souřadnice cache na mapě se neshodují s těmi, kde se skutečně cache nachází. K získání finálních souřadnic je často zapotřebí vylustění hádanky, rébusu či jiného úkolu, a tak je lepší nepodcenit domácí přípravu. Pokud je owner na geocachery hodný, tak nabízí způsob ověření správnosti vylustěných souřadnic. (16)

#### Obrázek 15 Mystery cache ikona



Zdroj: (17)

#### 3.5.4.3. Multi-cache

Multi-cache se zobrazuje dvojicí krabiček, což znamená delší putování. Souřadnice cache nejsou předem známy a získávají se průběhem trasy po jednotlivých zastávkách. Na těchto zastávkách se zjišťují indicie. Tyto indicie dále aplikujeme do vzorečku finálních souřadnic. Další možností u multi-cache je, že nalzáme na každé zastávce krabičku, kde nacházíme souřadnice další či pokyny, jak tyto souřadnice získat. (16)

### Obrázek 16 Multi-cache ikona



Zdroj: (17)

Varianta, jak získat finální souřadnice u multi-cache je nespočet, a záleží na majiteli cache. Určitě existuje celá řada opakujících se způsobů řešení a pak můžeme nalézt originální. Tuto sofistikovanost můžeme ocenit a majiteli cache poděkovat. (15)

### Obrázek 17 Multi-cache souřadnice



Zdroj: Autor



#### 3.5.4.4. Letter box

Letter box je typ cache, kde se vychází z výchozích souřadnic, ale pomocí listingu se nachází finální cache. Majitel v listingu zmiňuje, jakými místy projít, a to různými způsoby např. pomocí fotografií až nakonec, kde je cache umístěna. (16)

#### Obrázek 18 Letter box ikona



Zdroj: (17)

#### 3.5.4.5. Wherigo cache

Jedná se o speciální typ cache, která je souhrou počítačové hry s pohybem v terénu. Tato hra má svůj vlastní scénář a my jednáme dle něj v reálném světě. Pokud se držíme scénáře dostáváme se od dílčích krabiček k finální krabičce. Cache často vypráví příběh a my ho pomocí nejnovějších vymožeností můžeme skutečně pocítit. (16)

#### Obrázek 19 Wherigo cache ikona



Zdroj: (17)

#### 3.5.4.6. Virtual cache

Tento typ cache už se nevytváří v ČR, však naleznete dvě cache tohoto typu, a to přímo v Praze. Cache Vám bude uznána v případě splnění požadavků od majitele tzn. Fotografie z určitého místa. Fotografií z požadovaného místa dokazujete, že jste na daném místě byl. (15)

#### Obrázek 20 Virtual cache ikona



Zdroj: (17)

#### 3.5.4.7. Webcam – Cache

Jedná se prakticky také o virtuální cache, ale má svoji vlastní ikonu. V České republice tohoto typu opět existuje jen pár a další není možné založit. Pro úspěšné zalogování musí log obsahovat snímek z předepsané webkamery. (15)

#### Obrázek 21 Webcam cache ikona



Zdroj: (17)

#### 3.5.4.8. Lab-cache

Lab-cache se vztahuje k určité časové události (eventy, megaeventy, gigaeventy). Po skončení eventů se vytráčí z mapy. Lab-cache je bonusová zábava pro návštěvníky eventů. (15)

#### Obrázek 22 Lab-cache ikona



Zdroj: (17)

#### 3.5.5. Trackovatelné předměty

Trackovatelné předměty jsou speciální předměty a dělíme je do tří druhů. Mezi ně patří tyto předměty Travelbug, Czech Wood Geocoin (CWG) a Geocoin. Při vytáhnutí travelbugu nebo geocoinu z keše se za ně do keše nic nekládá. Tyto dva předměty nespádají do procesu směny.

#### 3.5.6. Travelbug

Travelbug není předmět na výměnu, ale jedná se o cestující předmět. Předmět má u sebe obvykle kovové známky s kódem. Známky mohou být připevněny k různým předmětům např. plyšák, přívěsky. Travelbug putuje z keše do keše díky hráčům geocachingu, a plní cíl vlastníka. Nejednou se předmět ocitne na místech, kam se vlastník

pravděpodobně nikdy nepodívá, a tak má radost z pořízené fotky. Celá cesta předmětu je zaznamenávána. (16)

### **Obrázek 23 Travel Bug – Zaklínač**



Zdroj: Autor

### **3.5.7. Geocoin**

Geocoin je obvykle rozměrná, pěkná a kovová mince. Tento druh předmětu je podobný travelbugu jen s tím rozdílem, že mince cestuje sama. Na minci je zezadu vyražen kód, díky němuž se zaznamenává jeho cesta. (16)

### **Obrázek 24 Geocoin Hvězdná brána**



Zdroj: Autor

### **3.5.8. Czech Wood Geocoin**

Czech Wood Geocoin představuje dřevěné kolečko, které je osobní vizitkou hráče. Jde o předmět k výměně (kolečko za kolečko), jelikož spousta hráčů geocachingu propadla sběratelství. Obdobnou možností k CWG jsou čtvercová SQ. (16)

## Obrázek 25 Czech Wood Geocoin CWG



Zdroj: Autor

### 3.5.9. Terén, obtížnost, bod oblíbenosti

V listingu najdeme doplňující informace k dané keši např. terén, obtížnost a mnohdy nám i bod oblíbenosti ovlivní jakou cache preferovat.

#### 3.5.9.1. Terén

Terén je označován stupnicí (1-5). Tato stupnice nás informuje o přístupnosti cache. Terén označen jednotkou by měl být přístupný i pro osoby na vozíčku, a naopak terén s označením „pět“ bývá cache objevena za použití speciální výbavy (horolezecká, potápěčská apod.). (21) „Hodnocení terénu narůstá i se vzdáleností od doporučeného parkování. Kromě hvězdiček terénu se podívejte i na ikonky atributů, protože Vás mohou upozornit na záludnosti cesty.“ (22)

#### 3.5.9.2. Obtížnost

Obtížnost je stejně jako terén označována stupnicí (1-5). Obtížnost nás informuje o tom, jak je složité cache najít. Obtížnost s „jedničkou“ by měl nalézt každý začátečník, ale obtížnost „pět“ stíží hledání i zkušeným hráčům geocachingu. (21) Obtížnost může vyjadřovat eventuálně časovou a rozumovou náročnost luštění pro opatření potřebných souřadnic. (16)

#### 3.5.9.3. Bod oblíbenosti

Bod oblíbenosti (Favourite point) je vyznačen modrým srdíčkem. „Každý bod znamená jednoho hráče, který keš považoval za zvláště zdařilo či místo za velmi atraktivní, tj. čím více bodů, tím spíše stojí keš za návštěvu.“ (22) Označit cache bodem oblíbenosti mají možnost udělit jen prémioví hráči hry, který si je mohou různě řadit podle oblíbenosti a zajistit si tak skutečné dobrodružství těch více zajímavých keší. (23)

### 3.5.10. Event

Event je setkání hráčů geocachingu. Tyto setkání jsou dobrou možností, jak poznat lidi se shodným zájmem. Spoluhráči nám mohou poradit, můžeme k nim nahlédnout na geocoiny a travelbugy, ale můžeme i směnit CWG. Náplň eventu záleží na zakladateli. Může se jednat o posezení při kávě, hraní různých her či prohlídku památek. Jelikož je geocaching spojen s přírodou pořádají se tzv. CITO Event. Tato zkratka vzniká z názvosloví „Cache in, trash out“ neboli cache sem, odpadky pryč. Při tomto eventu jsou tak odklizeny odpadky v přírodě i v parcích. Při různých tipech eventu bývá omezena kapacita (velikost kavárny), proto je leckdy požadováno potvrzení účasti. Eventy se dělí podle počtu účastníků a může tak vzniknout Mega-event, který může čítat přes 500 účastníků) nebo Giga-event, který má počet účastníků až přes 5 000. (16)

#### Obrázek 26 Event ikony



Zdroj: Vlastní zpracování

## 4. Praktická část

### 4.1. Vymezení pole výzkumu

Pro výzkum ekonomického přínosu celosvětové hry geocachingu je potřeba vymezit úsek, kde se ekonomický přínos bude zkoumat. Pro svou práci jsem si vybrala obec Krupou, ve které žiji.

#### Obrázek 27 Poloha obce Krupá

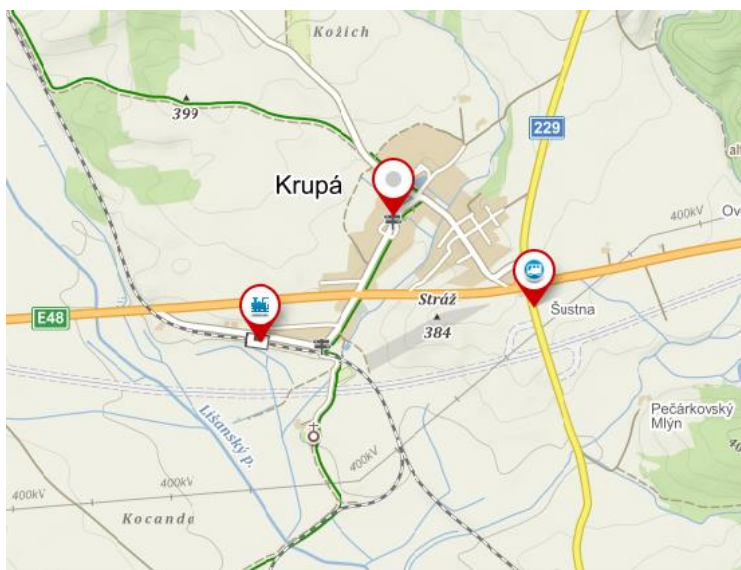


Zdroj: Vlastní zpracování dle (46)

#### 4.1.1. Obec Krupá

Obec Krupá se nachází ve Středočeském kraji a je vzdálené asi 8 km od královského města Rakovník. Obec Krupá s katastrální rozlohou 742ha leží v průměrné výšce 370 m.n.m.. Z Krupé máme výhled na dva vrcholy Džbánu. Jedním z nich je Džbán, který leží v průměrné výšce 535,5 m.n.m.. Louštín je druhým vrcholem této soustavy s průměrnou výškou 535,4 m.n.m..

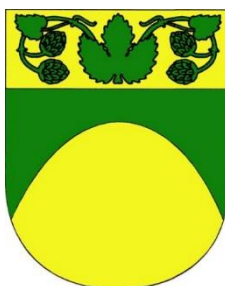
## Obrázek 28 Obec Krupá



Zdroj: Vlastní zpracování dle (46)

Obec Krupá má 455 trvale žijících obyvatel. Občanská vybavenost v této obci je velmi dobrá. Nachází se zde mateřská školka, knihovna, potraviny COOP, Pošta Partner, čerpací stanice LPG a Tank ONO. V obci je zaveden plynovod, vodovod a brzy bude spuštěna i ČOV, která je teď ve výstavbě. Obec je na hlavním tahu Praha – Karlovy Vary silnice D6, nachází se také na silnici 2/229, která spojuje města Rakovník – Louny. Obec má také vlastní železniční stanici pro trať Praha-Lužná-Chomutov. Ve stanici můžeme spatřit i párové vlaky vypravované na trať Lužná-Krupá-Kolešovice pouze v letním období.

## Obrázek 29 Znak obce Krupá



Zdroj: (24)

### 4.1.2. Historie obce

Obec Krupá nemůže doložit svůj vznik, je bráno, že zakládací listina uhořela při požáru v roce 1631 v Rakovníku, kde byly listiny uchovány. Nejstarší stavbou vsi je kostel sv. Gotharda, který byl postaven v románském slohu ve 12.století. Kolem kostela byla osada

zvaná Kostelec, která se rovněž nedochovala. Avšak jsou zmínky o obci ze 13. století, kdy byla ves vybita projíždějícími z Prahy přes Žatec do Chebu. Krupští obyvatelé museli docházet za robotou do nedalekých dvorů nejdříve Krušovického a potom Lišanského. Obec se rozvíjela, v roce 1651 měla 23 obyvatel, ale v roce 1921 měla 976 obyvatel. V dnešní době se pohybuje průměr kolem 455 občanů. Železniční stanice Krupá byla vybudována v roce 1871. V roce 1894 byl zřízen poštovní a telegrafní úřad. Telefon byl zaveden v roce 1927 a přišlo také založení spolků obce. Do nového tisíciletí občané Krupé vstoupili s vybudovanou plynofikací. V roce 2006 se v obci pracovalo na vodovodu a nyní se pracuje na stavbě ČOV a kanalizace, která má být hotová v letošním roce. (24)

Oficiální schránky pro hru Geocaching nebyly rozmístěny po obci Krupá. Nýbrž obec Krupá sloužila jako základna pro hráče hry, kteří byli do obce přitahováni hrou, což bylo účelem založení k vyměření ekonomického přínosu obce. Trasa byla nastavena tak, aby se hráči hry museli do obce vrátit.

Lokalitu pro trasu jsem vybírala pečlivě a několikrát zvažovala její správné umístění, přitom jsem zvažovala zejména tyto možnosti a jak je skloubit. Posuzovala jsem tedy hlavně hledisko celkové dostupnosti, jaký typ schránek sama vyhledávám při geocachingu nebo co mohu při hledání ještě spatřit. A tak vznikla tato trasa zvaná jako Cesta na Bora.

### Obrázek 30 Trasa umístění schránek



Zdroj: Vlastní zpracování dle (46)



## 4.2. Prezentace založení série

Trasa je složená z 10 schránek. Není to však tak jednoduché, jak se zdá. Devět schránek má podobu tradiční cache různých velikostí micro, malé a střední. Na trase můžeme zažít i různé obtížnosti. Desátá cache se však musí vyluštit pomocí čísel ukrytých v 9 schránek na trase. Ano, jedná se o mystery cache a její souřadnice nejsou předem známy. Geocacher si tak musí dávat větší pozor na trase, aby získal vše potřebné pro uznání schránek. V každé schránce je nutné, aby se podepsal pod svým nickem do logbooku, a k tomu si opsal písmeno a číslo pro vyluštění poslední mystery cache. Zdá se to snadné, ale stává se, že jako geocacheři zapomeneme.

První cache na trase je malá tradiční cache s obtížností Cache byla původně na magnet, ale vzhledem výstavbě kanalizace a ČOV jsme ji museli přesunout. Nicméně místo bylo zachováno a nachází se u této požární nádrže, která už není využívána a bohužel ani k rekreačnímu využití dětmi přes zimu.

### Obrázek 31 Požární nádrž – Cache č.1



Zdroj: Vlastní zpracování

Půjdeme dál a za celých 200 metů se nacházíme u druhé cache. Tato cache je umístěna na stromě, není však zde potřebné speciální výbava jako třeba horolezecké náčiní. Cache je klasická microcache jen s logbookem a tučkou. Microcache se pyšní s výhledem na kostel sv. Gotharda. I o kostelu se šíří obcí různé pověsti. Nejprve měl kostel stát uprostřed obce, jak bývá zvykem. Když ale dělníci započali stavbu, všechno, co přes den vybudovali přes noc zmizelo. A tak dělníci pokračovali další den od začátku, opět se ale stalo to, co den předcházející. Vše, co občani udělali skončilo na návrší za vsí, kde stojí kostel nyní. (24) Na kostel se podíváme ze všech stran, protože cesta vede dál.

### Obrázek 32 Kostel sv. Gotharda – Cache č. 2



Zdroj: Vlastní zpracování

Další hledáme tradiční cache malé velikosti. Tato cache se nachází u trati Lužná u Rakovníka – Krupá – Kolečovice, trať je známá jako „kolečovka“ a můžete si ji vychutnat především v letních měsících, kde Vás vezme na 17 km dlouho trať skrz úchvatnou chmelařskou krajinou. Párové lokomotivy vypravuje železniční muzeum Lužná u Rakovníka, kde bývá rovněž otevřeno železniční muzeum a můžete, zde vidět pravé krásy této doby. (36)

### Obrázek 33 Kolečovka – Cache č.3



Zdroj: Vlastní zpracování

Čtvrtou schránkou musíme skočit trošku dál a to až za potok zvaný „kocanda“. Přes potok vede výše zmiňovaná trať Kolečovka a tak se i tady geocacheři mohou setkat s nevšedním zážitkem. V zimním období působí trať opuštěně, neboť je skutečně využívána jen v letním období pro výpravu parních lokomotiv. Schránka je umístěná v ptačí budce na okraji lesa. Návštěvníci lesa nechávají budku být, ale geocacheři pod nápovědou „ptactvo tu nebydlí“ ví co hledat.

#### Obrázek 34 Ptačí budka – Cache č.4



Zdroj: Vlastní zpracování

Schránka číslo pět je umístěná na křižovatce. Cesta vede vpravo buď do lesa, pro místní „bora“, nebo vede do vesnice Nesuchyně. My však opouštíme upravenou část trasy a vydáváme se do té pravé divočiny, tudíž na bora. Cache číslo pět je ukrytá v pařezu, kde byla již dutina, a tak se tato skrýš přímo nabízela.

#### Obrázek 35 Pařez – Cache č. 5



Zdroj: Vlastní zpracování

Od křižovatky míříme dál a hledáme si cestu na cestě ke schránce číslo 6. Tato cache je obtížnější a za souhlasu místního mysliveckého spolku umístěná na posed. Obtížnost cache je tedy 2,5 a terén 3. Na posed se nechá krásně vylézt a je z něj opravdu krásný výhled do okolí, zejména na vrchol Louštín. Avšak pro výše zmíněnou obtížnost nemají ke schránce přístup neprémiový hráči hry.

### **Obrázek 36 Posed – výhled na Louštín, cache č. 6**



Zdroj: Vlastní zpracování

Od posedu to teď máme trošku do kopce, ale ta krajina a čerstvý vzduch za to určitě stojí. U cache č. 7 se nám naskýtá výhled na obec Lišany, která se nachází nedaleko Krupé. Samotná schránka se ukrývá v kořenech smrčku a je malé velikosti.

### Obrázek 37 Výhled na obec Lišany – cache č. 7



Zdroj: Vlastní zpracování

Nyní zamíříme trošku do lesa k předposlední schránce. Jak můžete vidět schránka je umístěná v zemi, avšak je chráněná proti zvěři či živlům. Při kontrole je suchá a nezníčená jako všechny schránky na trase, které jsou umístěny ve voděodolných schránkách.

### Obrázek 38 cache č. 8



Zdroj: Vlastní zpracování

Blížíme se ke konci trasy a máme za sebou 2,5 km a také k poslední indicii. Ta nám umožní získat konečné souřadnice k finální mystery schránce. Poslední cache je umístěna na rozcestí na borech v lese, jedna z cest vede do Rakovníka. Na borech proto, že tu šumí „borový“ les. (24) Nezapomeneme si opsat poslední číslo k finální schránce.

### Obrázek 39 Rozcestí Bory - Cache č. 9



Zdroj: Vlastní zpracování

Tak a je to! Máme potřebných devět čísel k doplnění souřadnic poslední cache. Protože to však není obyčejná cache, máme tři čísla navíc. V listingu se hráči dozví, kam s čísly, následně si zadají souřadnice do GPS nebo do mapy a můžou vyrazit k finální schránce. Finální schránka má velice snadné řešení, pokud tedy zapisujete na trase čísla i s písmeny nemělo by být řešení obtížné. Finální umístění cache pak vypadá následovně: N 50° 10.ABC', E 13° 43.DEF'. Účastníci hry nesmí také zapomenout opravdu pečlivě přečíst listing, kde se v popisu dozví, že se na všechny stanoviště schránek dostanou po upravených cestách a suchou nohou. Pokud se cacher bude držet pouze kompasu a nepodívá se na umístění cache na mapě bude nemile překvapen. Nejkratší vzdušnou čarou od poslední cache je to totiž celkem výkon pro „drsnáky“ a cacher se nevyhne ani přebrodění potoku.

**Obrázek 40** Finální cache



Zdroj: Vlastní zpracování

Na obrázku č. 38 můžeme vidět finální mystery cache, která je opatřena zámkem proti nežádoucím hostům. Tady přichází na řadu zbývající tři písmena a čísla, které jsme zapisovali na trase. Kód zámku je svisle odshora dolů “GHI”. Po umístění správných čísel v levém sloupci můžeme tedy cache otevřít.



**Obrázek 41** Finální cache



Zdroj: Vlastní zpracování

Mystery cache je dále zpracována tak, aby fungovala jako směnárna. Do této směnárně se mohou vhazovat jen kulaté CWG.

**Obrázek 42** Finální cache – směnárna



Zdroj: Vlastní zpracování

Směnárna je naplněna deseti kulatými CWG, vhozením dalšího „kolečka“ a stlačením páky se jedno kolečko dole uvolní a vypadne. Pokud není směnárna plná, tedy neobsahuje deset koleček, žádné kolečko nevypadne. To se stává, ale pouze v ojedinělých případech nenechavých rukou geohráčů.

### **4.3. Dotazníkové šetření**

Dotazník byl vytvořený za účelem získání potřebných podkladů pro výpočet ekonomického přínosu pro obec Krupá. Dotazník byl vytvořen po konzultaci s vedoucím práce na stránkách EU survey, kde je konstrukce dotazníku velice přívětivá pro uživatele.

Celý dotazník je tedy zkonstruován do devíti hlavních otázek, kde záleželo na odpovědi účastníka a byla zde možnost podotázek. V úvodu dotazníku byly otázky, které návštěvu obce Krupá spojovaly přímo s geocachingem. Pokud by návštěva obce nebyla primárně za účelem geocachingu útrata v rámci návštěvy se nedá zahrnout do výpočtu ekonomického přínosu obce Krupé. Další otázka směřovala k počtu členů výpravy a zda se registrovali pod jedním či více nicky do logbooku.

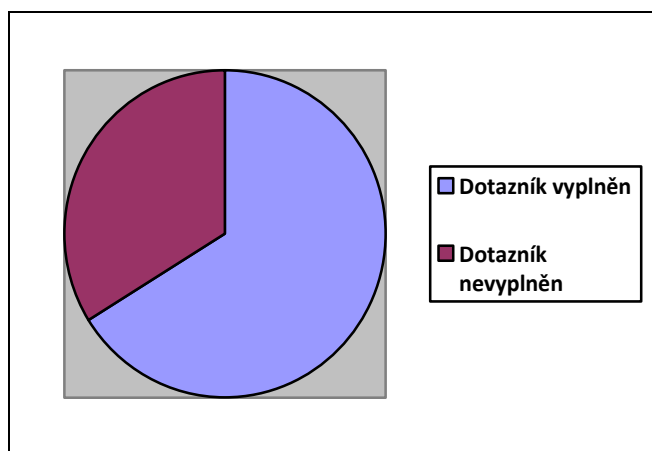
Další otázky už směřovali k zjištění skutečně vynaložených výdajů sledovaných návštěvníků. Odkaz na vyplnění dotazníku se nacházelo v hlavičce finální mystery cache čili listingu. Vyplnění bylo dobrovolné a čistě z dobré duše vyplnilo 84 geohráčů a pár z nich přidalo připomínku, což vedlo k mému potěšení.

Dotazníkové šetření určitě ovlivnila výstavba kanalizace a ČOV v Krupé, bylo to také zmíněno v připomínkové části dotazníku od jednoho z hráčů. Dotazník byl publikován od 23.3.2019 do 24.11.2019, po celou tuto dobu probíhala výstavba, která stále pokračuje, avšak už jen v části výstavby ČOV, což neomezuje provoz v obci Krupá.

#### 4.3.1. návratnost dotazníku

Sběr podkladů pro výpočet ekonomického přínosu geocachingu v obci Krupá probíhal od 23.3.2019 do 24.11.2019, tedy osm měsíců. Během této doby navštívilo sérii 127 hráčů geocachingu a z nich jsem dostala krásných 84 odpovědí na dotazník.

#### Graf 4 návratnost dotazníků

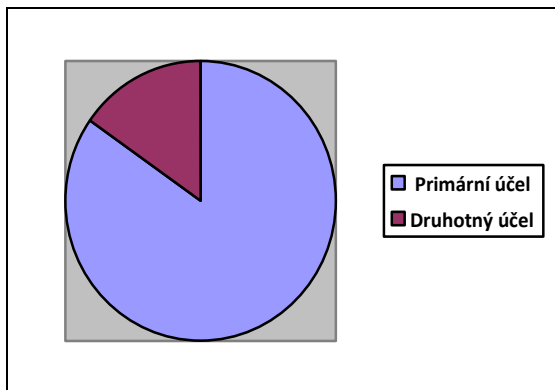


Zdroj: Vlastní zpracování

#### 4.3.2. Zhodnocení odpovědí

První otázka měla za úkol vyselektovat návštěvníky, kteří obec navštívili primárně za účelem geocachingu či nikoli. Tak tedy obec navštívilo primárně za geocachingem 71 návštěvníků z celkově sledovaných 84 odpovědí. Odpověď se zápornou hodnotou tak bude vyloučena, aby mohl být zjištěn ekonomický přínos geocachingu pro obec Krupá.

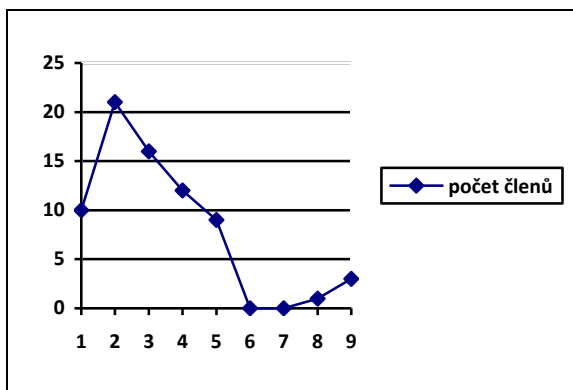
### Graf 5 Charakteristika dle primárního využití geocachingu



Zdroj: Vlastní zpracování

Další otázka se zaměřila na výzkumu počtu účastníků při hře geocachingu. Nejčtenější byly návštěvy po 2 či 3 členech týmu, ale ani 9 členů výpravy nebylo výjimkou.

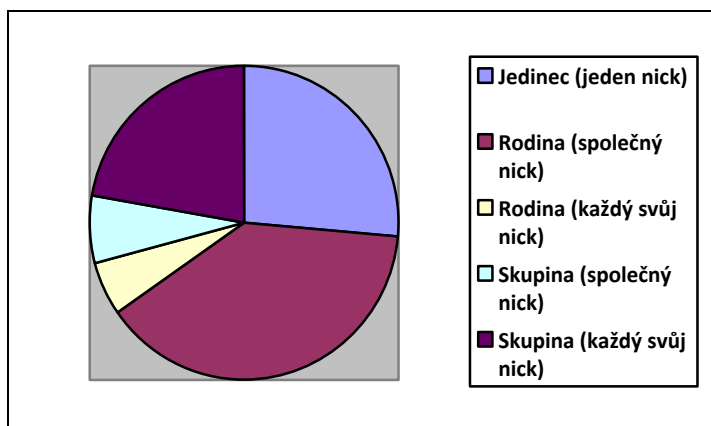
### Graf 6 Počet účastníků ve skupině



Zdroj: Vlastní zpracování

Geocaching je hlavně také o hře, a proto jsem zjišťovala i soutěživost. Pokud tedy návštěva probíhala ve skupince zajímal mě i počet podpisů v logbooku. Dle dotazníkového šetření hráči se hráči nejčastěji drželi jednoho podpisu, a to z hlediska, že sérii navštěvovali jako rodina. V grafu č. 7 můžeme vidět i jiné způsoby.

**Graf 7 Způsob zapsání návštěvy schránek**

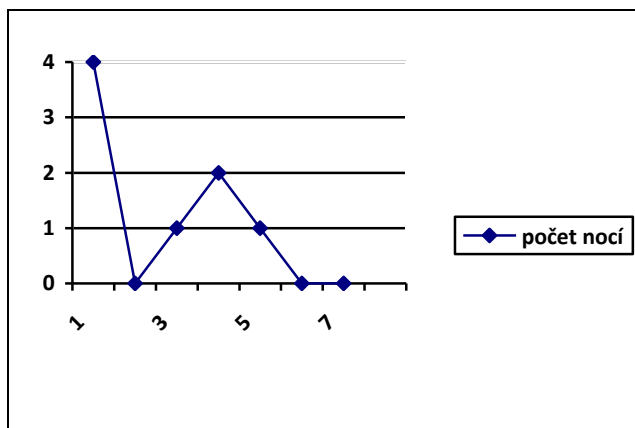


Zdroj: Vlastní zpracování

Dále můžeme na grafu č. 7 pozorovat, že v rodině nebývá soutěživost, tak častá jako ve skupině. Rodiny se do přírody vypravují otužovat a užívat si společného volna, geocaching tedy vykonávají společně. Ve skupině samostatné přihlašování bývá zvykem, ne vždy se návštěva za geocachingem podnikaná ve stejném složení. Hráči geocachingu se tak mohou předhánět nejen s počtem schránek, ale i v jejich obtížnosti a dalších pozorovatelných statistikách.

V další otázce respondenti odpovídali, zda využili ubytování v Krupě Na Šustně a pokud ano, na kolik dní zde byli ubytováni. Kladně odpovědělo jen 8 dotázaných, 64 návštěvníků nevyužilo možnosti ubytování. Počet nocí můžeme vidět na grafu č.8.

**Graf 8 Počet nocí v ubytovacím zařízení Na Šustně**



Zdroj: Vlastní zpracování

Při pobytu na čerstvém vzduchu člověk, vždy uvítá trošku posezení, a tak otázka č. 5 zjišťovala jaký počet účastníků navštívilo občerstvení v Motoarestu na Šustně. Ze 72 dotázaných odpovědělo 30 návštěvníků, že se občerstvilo v tomto stravovacím zařízení. Pomocí podotázky byla dále zjišťována hodnota jejich návštěvy.

Příští otázky směřovaly k zjištění využití pohonných látek, které je možné v obci Krupé dobrat. V obci se nachází čerpací stanice Tank ONO ale i plynová stanice, kde si zákazníci mohou natankovat plyn do auta, ale mohou si vyměnit a odvézt i plynové bomby. Čerpací stanici využilo 42 návštěvníků a stanici na LPG využilo pouze 9 návštěvníků. Kolik litrů a jakého paliva návštěvníci dobírali, zjišťovali otevřené otázky.

V obci Krupá se dále nachází spotřební družstvo COOP, který byl také velmi častou zastávkou návštěvníků geocachingu, pro malé občerstvení. Coop navštívilo celkem 38 hráčů. V době, kdy probíhal tento výzkum byla ve spotřebním družství umístěna pobočka České pošty jako Pošta Partner. Tuto službu využilo 6 účastníků a v následné otázce je zjišťována přibližná útrata za služby.

#### **4.4. Stanovení ekonomického přínosu geocachingu**

Pro určení ekonomického přínosu celosvětové hry Geocaching pro obec Krupá je nutné vyčíslit vynaložené výdaje účastníků hry, které musí být nejprve rozděleny do dvou základních skupin. A to do skupiny první, která bude obsahovat všechny respondenty, kteří do obce Krupé přijeli výhradně za návštěvou připravené série. Pro výpočet ekonomického přínosu v Krupé bylo založeno 10 schránek. Pro hráče geocachingu znamená 10 schránek 10 nálezů „bodíků“. Vytvoření tohoto počtu schránek bylo tudíž záměrné pro přilákání většího počtu návštěvníků s primárním účelem hledat tyto schránky. Pro vyšší návštěvnost slouží i vytvoření 10. schránky v podobě CWG směnárny. Druhou skupinu tvoří respondenti, kteří oblast navštívili z jiného důvodu, než-li hledání ukrytých schránek. Nicméně při možnosti návštěvy obce si vyčlenili čas k nálezů ukrytých schránek. Výdaje druhé skupiny návštěvníků může mít také dílčí vliv na ekonomický přínos Geocachingu pro obec Krupá.

##### **4.4.1. Hodnoty multiplikátorů**

Pro obec Krupá byly jednotlivé hodnoty multiplikátorů definovány z hlediska charakteru užívaných subjektů respondenty do těchto 5 oblastí:

- Velkoob., kromě motorových vozidel; maloob., kromě motorových vozidel
- Pozemní a potrubní doprava
- Poštovní a kurýrní činnosti
- Ubytování
- Stravování a pohostinství

S použitím symetrických input – output tabulek od Českého statistického úřadu, které byly zpracovány příloha č. 2, byli zjištěny hodnoty multiplikátorů za použití vzorce pro výpočet multiplikátoru.

$$\text{Multiplikátor produkce} = (\text{přímé efekty} + \text{nepřímé efekty}) / \text{přímé efekty}$$

. Konkrétně například pro odvětví Ubytování byla zjištěna hodnota pro ubytování ve sloupci společně s řádkem Mezispotřeby v základních cenách, dále bylo přičteno ubytování v řádku celkem. Tento součet byl dále dělen hodnotou pro ubytování ve sloupci společně s mezispotřebou v základních cenách viz. tabulka č. 1.

**Tabulka 1 Výpočet multiplikátoru**

Odvětví	Multiplikátor
Velkoob., kromě motorových vozidel; maloob., kromě motorových vozidel	2,3
Pozemní a potrubní doprava	1,83
Poštovní a kurýrní činnosti	3,2
Ubytování	1,62
Stravování a pohostinství	1,51

Zdroj: Vlastní zpracování dle ČSÚ (47)

Dle jednotlivých multiplikátorů byli zjištěny přímé a nepřímé efekty. Přímé efekty jsou zapsány dle SIOT tabulky viz. příloha č. 2. Tyto efekty byly dále vynásobeny multiplikátory dle tabulky č.1. Po vynásobení přímých efektů multiplikátory byly odhaleny hodnoty celkem, od kterých se dále odečítaly přímé efekty a byli zjištěny nepřímé efekty viz tabulka č. 2

**Tabulka 2 Výpočet multiplikátoru dle SIOT tabulky**

Odvětví	přímé efekty	multiplikátor	nepřímé efekty	celkem
Velkoob., kromě motorových vozidel; maloob., kromě motorových vozidel	399 180	2,3	518 090	917 270
Pozemní a potrubní doprava	180 887	1,83	150 872	331 759
Poštovní a kurýrní činnosti	15 604	3,2	34 320	49 924
Ubytování	27 548	1,62	17 212	44 760
Stravování a pohostinství	61 209	1,51	31 320	92 529

Zdroj: Vlastní zpracování dle ČSÚ (47)

#### 4.5. Ekonomický přínos v obci Krupá (primární účel)

Základem pro výpočet ekonomického přínosu v obci Krupá bylo dotazníkové šetření, kterého se zúčastnilo 84 účastníků hry. Tento počet účastníků byl dále rozdělen na účastníky s primárním účelem návštěvy série v obci Krupá a ty, kteří připojili hraní ke své hlavní činnosti např. práce, návštěva jiných schránek apod.. Dotazníkové šetření bylo dále zpracováno do pěti hlavních odvětví a byl tak zjištěn ekonomický přínos jednotlivých účastníků hry ve vybrané obci.

Spotřební družstvo COOP v obci Krupá navštívilo 38 účastníků geocachingu s celkovou útratou 7 128,5 Kč a průměr na jednoho účastníka činil 188 Kč.

**Tabulka 3 Výpočet příjmů pro maloobchodní činnost**

	počet zákazníků	průměrná cena za nákup	celkem
Jednota COOP	38	187,59	7 128,5

Zdroj: Vlastní zpracování

V obci Krupá se nachází čerpací stanice sítě TANK ONO, kterou podle sledování využila polovina hráčů k doplnění paliva jejich automobilů. Podle dotazníkové šetření bylo zjištěno, že čerpací stanici využilo 40 zákazníků, z toho 22 zákazníků natankovalo benzín a 18 naftu jako pohonné látky. Tito zákazníci celkem natankovali za 44 640,75 Kč. Cena celkem byla stanovena pronásobením počtu natankovaných litrů a cenou za druh pohonné látky, zvláště benzín a nafta., aktuálně ve sledovaném období.



Kromě čerpací stanice TANK ONO je zde i stanice LPG. Tuto stanici využilo 8 zákazníků, a to celkem za 4 016,6 Kč. Tato cena celkem vznikla pronásobením ceny za litr s natankovaným objemem, který byl zjištěn z dotazníkového šetření.

**Tabulka 4 Výpočet příjmů pro pohonné látky**

Čerpací stanice Tank ONO	počet zákazníků	natankováno celkem	kč/l	celkem
benzín	22	627	28,5	17 869,5
nafta	18	973,5	27,5	26 771,25

Stanice LPG	počet zákazníků	natankováno celkem	kč/l	celkem
LPG	8	302	13,3	4 016,6

Zdroj: Vlastní zpracování

Z dotazníkového šetření bylo zjištěno i využití poštovních služeb konkrétně od společnosti Pošta Partner. Poštu v obci využilo 6 hráčů geocachingu a poštovní služby pro ně činily 440 Kč. Spočítaný průměr znehodnocuje hodnota od zákazníka, která činila 245 Kč. Ostatní hodnoty jsou nižší.

**Tabulka 5 Výpočet příjmů pro poštovní služby**

	počet zákazníků	průměrně za pošt.službu	Celkem
Pošta Partner	6	73,3	440

Zdroj: Vlastní zpracování

Motorest Na Šustně poskytuje v obci Krupá ubytovací a stravovací služby. Pro ubytování se rozhodlo 8 dotazujících, kteří tu strávili i více než jednu noc. Ubytování v tomto zařízení není nic levného, a proto se domnívám, že cena byla pro mnohé překážkou a zvolili raději ubytování v okolí.

**Tabulka 6 Výpočet příjmů pro ubytovací služby**

	možnosti ubytování	cena za noc	počet nocí	
Ubytování	Pokoj - 1lůžko	1 000 Kč	5	5 000
	Pokoj - 2lůžka	1 500 Kč	1	1 500
	Apartmán - 2 lůžka	1 800 Kč	4	7 200
	Apartmán - 3 lůžka	2 000 Kč	6	12 000
	Přistýlka	500 Kč		
	Děti do 12 let	300 Kč		
				25 700

Zdroj: Vlastní zpracování

Občerstvení v restauračním zařízení Motorest Na Šustně si vybralo 31 zákazníků. Spotřeba těchto zákazníků v kusech, kteří se stravovali v restauraci je vypracována podle dotazníkového šetření v tabulce č.7. Celková útrata hráčů geocachingu za občerstvení činí 23 173 Kč. Ceny za občerstvení byly zjištěny ve sledovaném období přímo v restauraci. U položek jako je například pivo, kde se v restaurace čepuje více druhů, byl spočítán průměr. Stejně je tomu tak u denní nabídky jídel. Částka činila v průměru 188 Kč za jídlo.

**Tabulka 7 Výpočet příjmů pro stravovací služby**

Motorest Šustna	Položka	Cena	Počet spotř. Ks	Celkem
Nápoje	Pivo - průměr	32kč / 0,5l	27	864
	Víno	48Kč/ 0,2l	4	192
	Voda	30 Kč	40	1 200
	Coca-Cola, 7UP, Mirinda, Džus	35 Kč	30	1 050
	Káva	50 Kč	26	1 300
	Čaj	40 Kč	16	640
	Svařené víno	48 Kč	0	0
	Grog	45 Kč	1	45
	Destiláty a likéry - průměr	52kč/0,04l	6	312
				5 603
Jídelní lístek	Předkrm	82kč	2	164
	Polévka	45 Kč	30	1 350
	Bezmasá jídla	129kč	11	1 419
	Těstoviny	132kč	18	2 376

	Ryby	259kč	7	1 813
	Maso kuřecí, vepřový, hovězí	232kč	25	5 800
	Zelenin.saláty	112kč	9	1 008
	Dezert	60	45	2 700
	Jídlo dle denní nabídky - průměr	188 Kč	5	940
				17 570

Zdroj: Vlastní zpracování

Po zjištění spotřeby hráčů geocachingu v jednotlivých oblastech bylo možno začít s výpočtem ekonomického přínosu pro obec Krupá. Tabulka zobrazuje dosazené výdaje odvětví, které jsem dále násobila multiplikaátorem pro jednotlivá odvětví a byly tak zjištěny výdaje celkem. Pro nepřímé efekty byly od hodnoty celkem odečteny přímé efekty viz. tabulka č.8..

**Tabulka 8 Výpočet ekonomického přínosu dle zpracování dotazníkového šetření**

Odvětví	přímé efekty	multiplikátor	nepřímé efekty	celkem
Velkoob., kromě motorových vozidel; maloob., kromě motorových vozidel	7 128,50	2,30	9 267,05	16 395,55
Pozemní a potrubní doprava	48 657,35	1,83	40 385,60	89 042,95
Poštovní a kurýrní činnosti	440,00	3,20	968,00	1 408,00
Ubytování	25 700,00	1,62	15 934,00	41 634,00
Stravování a pohostinství	23 173,00	1,51	11 818,23	34 991,23
<b>Celkem</b>	<b>105 098,85</b>	<b>1,75</b>	<b>78 372,88</b>	<b>183 471,73</b>

Zdroj: Vlastní zpracování

Dle zpracování dotazníkového šetření vyplývá, že hra Geocaching přispěla k vytvoření produkce ekonomického přínosu v hodnotě 183 471,73 Kč v obci Krupá. Přímé výdaje byly v částce 105 098,9 Kč, které byly zvýšeny multiplikačním efektem na celkové výdaje v částce 183 471,73 Kč.

#### 4.6. Ekonomický přínos geocachingu jako vedlejší činnosti návštěvníků v obci Krupá (vedlejší účel)

Z dotazníkového šetření bylo možno zjistit náklady hráčů geocachingu vynaložené v uvedených odvětvích nepřímo, tedy od té skupiny hráčů, kteří oblast nenavštívili primárně za vytvořenou sérií. Celkový počet odpovědí na dotazník bylo 84 z tohoto počtu nenavštívilo oblast primárně jen 13 hráčů.

Spotřební družstvo Coop navštívilo 7 zákazníků a jejich náklady činily celkem 1 388 Kč. Průměrné náklady na jednoho zákazníka jsou vypočteny na 198 Kč.

**Tabulka 9 Výpočet nepřímých výdajů pro maloobchodní činnost**

	počet zákazníků	průměrná cena nákupu	celkem
Coop Krupá	7	198, 29	1 388

Zdroj: Vlastní zpracování

Výdaje za pohonné látky byly sledovány taky u skupiny hráčů, kteří do obce Krupá nepřijeli primárně za geocachingem. Čerpací stanici Tank ONO navštívili 4 zákazníci a natankovali celkem za 4 162 Kč. Na čerpací stanici LPG byli 3 zákazníci, kteří koupili plyn za 1 197 Kč.

**Tabulka 10 Výpočet nepřímých výdajů pro pohonné látky**

Čerpací stanice Tank ONO	počet zákazníků	natankováno celkem	kč/1	celkem
benzín	3	92	28,5	2 622,00
nafta	1	56	27,5	1 540,00

Stanice LPG	počet zákazníků	natankováno celkem	kč/1	celkem
LPG	3	90	13,3	1 197,00

Zdroj: Vlastní zpracování

Pro odvětví poštovních a kurýrních služeb nebyly ve sledovaném období vynaloženy od účastníků žádné nepřímé výdaje.

Ubytovací služby v Motorestu Na Šustně využili 3 dotazující. Tyto dotazující přijeli ve větším počtu, který je zaznamenán v tabulce č.11. Celkem tedy využili ubytování za 6 500 Kč.

**Tabulka 11 Výpočet nepřímých výdajů pro ubytovací služby**

	možnosti ubytování	cena za noc	počet nocí	celkem
Ubytování	Pokoj – 1 lůžko	1 000 Kč		
	Pokoj – 2 lůžka	1 500 Kč	3 x	4500
	Apartmán - 2 lůžka	1 800 Kč		
	Apartmán - 3 lůžka	2 000 Kč	1x	2000
	Přistýlka	500 Kč		
	Děti do 12 let	300 Kč		
				6500

Zdroj: Vlastní zpracování

Stravovací služby v Motorestu na Šustně využilo 5 ze 13 dotazovaných. Celkové výdaje za občerstvení těchto 5 dotázaných činily 3 341 Kč. Jak již bylo zmíněno dříve jedná se o skupinu min. 2 členů.

**Tabulka 12 Výpočet nepřímých výdajů pro stravovací služby**

Motorest Šustna	Položka	Cena	Počet spotř. Ks	Celkem
Nápoje	Pivo - průměr	32kč / 0,5l		
	Víno	48Kč/ 0,2l	8 ks	384
	Voda	30 Kč	6 ks	180
	Coca-Cola, 7UP, Mirinda, Džus	35 Kč		
	Káva	50 Kč	2ks	100
	Čaj	40 Kč	2ks	80
	Svařené víno	48 Kč		
	Grog	45 Kč		
	Destiláty a likéry - průměr	52kč/0,04l		
				744
Jídelní lístek	Předkrm	82kč		0
	Polévka	45 Kč	2ks	90
	Bezmasá jídla	129kč		0
	Těstoviny	132kč	2ks	264

	Ryby	259kč	1ks	259
	Maso kuřecí, vepřové, hovězí	232kč	6ks	1392
	Zelenin.saláty	112kč	2ks	224
	Dezert	60	3ks	180
	Jídlo dle denní nabídky - průměr	188 Kč	1ks	188
				2 597,00

Zdroj: Vlastní zpracování

Dle dotazníkového šetření nenavštívilo 13 lidí obec primárně za geocachingem. Návštěva obce byla u této skupiny hráčů vedlejším účelem, a proto nelze do výpočtu zahrnout všechny sledované odvětví vynaložených nákladů účastníky. Náklady jimi vydané totiž jsou spojovány s činností kvůli, které navštívili obec primárně. Do výpočtu nejsou zahrnuty odvětví pozemní a potrubní dopravy, poštovní a kurýrní služby, ubytování a část stravování a pohostinství. Ve výpočtu jsou zahrnuty pouze náklady za stravování a z maloobchodu z důvodu rychlého občerstvení, které nesouvisí s jejich primárním záměrem.

Ekonomický přínos pro tuto skupinu je tvořen intervalem, kde horní hranice se skládá z útraty za nápoje a z útraty maloobchodních prodejen. Spodní hranici tvoří výdaje za samotné nápoje, které jsou vyčísleny v tabulce č.12.

Motorest Na Šustně sloužil k nákupu nápojů 5 ze 13 respondentů za celkových 744 Kč. Náklady v hodnotě 1 388 Kč byly vynaloženy od 7 účastníků ve Spotřebním družství Coop. Tyto částky jsou výchozí pro výpočet ekonomického přínosu této skupiny návštěvníků ve sledované obci Krupá, je zaznamenán v tabulce č. 13.

**Tabulka 13 Výpočet ekonomického přínosu návštěvníků obce Krupá (vedlejší účast)**

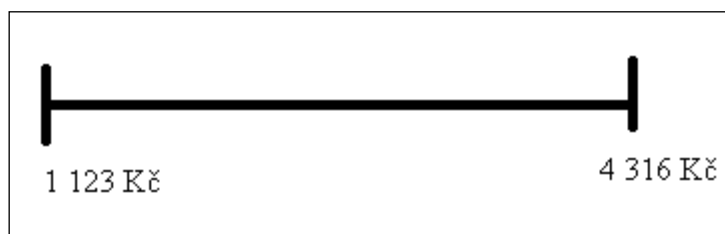
Odvětví	přímé efekty	multiplikátor	nepřímé efekty	Celkové efekty
Velkoob., kromě motorových vozidel; maloob., kromě motorových vozidel	1 388,00	2,30	1 804,40	3 192,40
Stravování a pohostinství - nápoje	744,00	1,51	379,44	1 123,44
<b>Celkem</b>	<b>2 132,00</b>		<b>2 183,84</b>	<b>4 315,84</b>

**Zdroj: Vlastní zpracování**

V tabulce č. 13 můžeme vidět celkové efekty, které jsou vytvořeny z výchozích částek za nápoje a maloobchodní služby pomocí multiplikátoru. Multiplikátor za nápoje byl stanoven pomocí input-output tabulek zmíněných výše platné pro odvětví Stravování a pohostinství tzn. 1,51 a pro maloobchodní služby 2,3. Celkový ekonomický přínos pro obec z těchto dvou odvětví činí 4 316 Kč během sledovaného období.

Pro tuto skupinu respondentů platí však intervalové určení ekonomického přínosu. Pro stanovení intervalu budeme tedy vycházet z výchozích částek nákladů za nápoje a útratu v maloobchodních prodejnách. Pro spodní hranici intervalu se počítá pouze s útratou za nápoje, které určují minimální přínos hráčů pro sledovanou obec. Spodní hranici pro ekonomický přínos za nakoupené nápoje činí 1 123 Kč od zmíněných 5 respondentů. Horní hranici intervalu tvoří předešlé výdaje za nápoje v restauraci (1 123 Kč) a k tomu přičtená útrata v maloobchodních prodejnách (3 192 Kč), která činí 4 316 Kč. Interval ekonomického přínosu je tedy od 1 123 Kč do 4 316 Kč u skupiny návštěvníků, kteří nepřijeli do sledované obce primárně za geocachingem viz. obrázek č. 43

**Obrázek 43 Intervalová hranice ekonomického přínosu od návštěvníků s jiným primárním účelem**

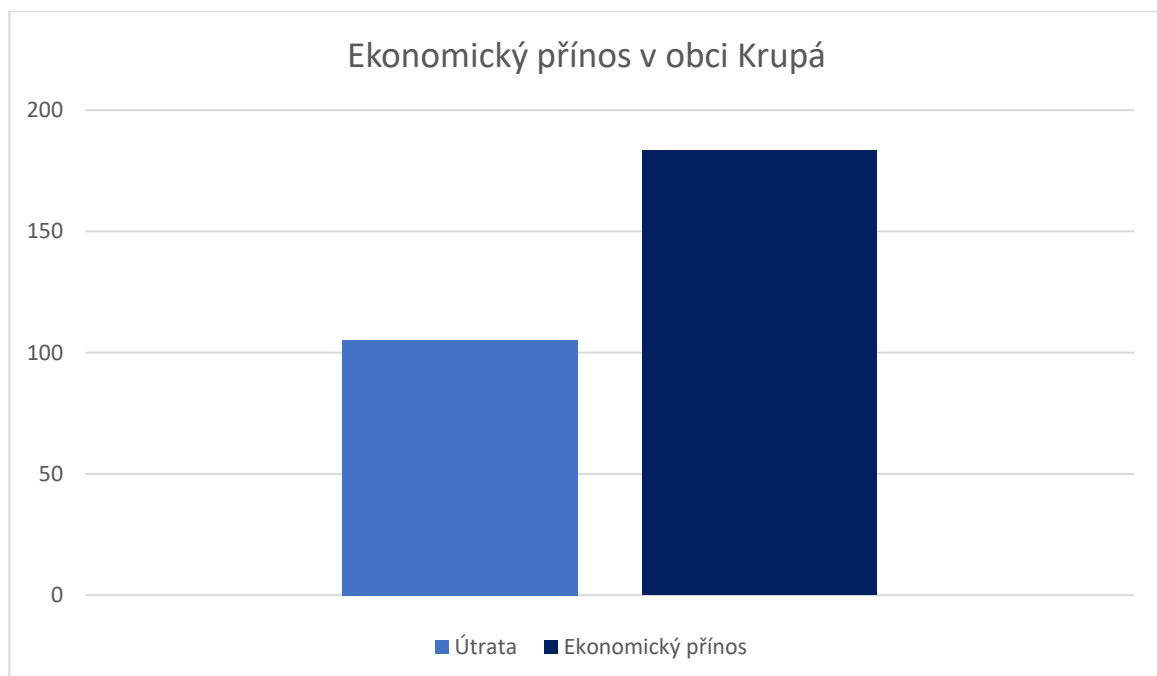


Zdroj: Vlastní zpracování

## 5. Výsledky a diskuse

Ekonomický přínos ve sledované obci Krupá primární skupiny účastníků byl vyčíslen dle dotazníkového šetření na částku 183 472 Kč. Na základě dotazníkového šetření byla zjištěna přímá útrata účastníků částkou 105 099 Kč. Na grafu č. 9 lze vidět, nárůst zjištěné částky multiplikací.

**Graf 9** Vyčíslení ekonomického přínosu u primární skupiny účastníků v obci Krupá



Zdroj: Vlastní zpracování

Na základě dotazníkového šetření byla vyčíslena útrata pro jednotlivá odvětví: Stravování a pohostinství 17 570 Kč, Ubytování 25 700 Kč, Poštovní a kurýrní činnost 440 Kč, Pozemní a potrubní doprava 48 657 Kč a Maloobchod 7 128 Kč. Tato zjištěná útrata činí celkem za všechny zmíněné odvětví částku 105 099 Kč. Tato částka byla multiplikována pomocí multiplikátorů do celkového ekonomického přínosu z této aktivní činnosti viz. Tabulka č. 8. Tyto částky pro jednotlivá odvětví řadíme do skupiny přímých efektů, kde dochází k přímému vztahu mezi poskytovatelem statku/služby a spotřebitelem. Dále jsou nepřímé efekty, které vyčíslují cestu od poskytovatele statku/služby ke spotřebiteli přes další



dodavatele (subdodavatele). Dalo by se říci, že počítají s širším zapojení dodavatelů v dalších odvětví, zakoupením statku či služby spotřebitelem v jednom odvětví se vyvolává změna i v dalších odvětví.

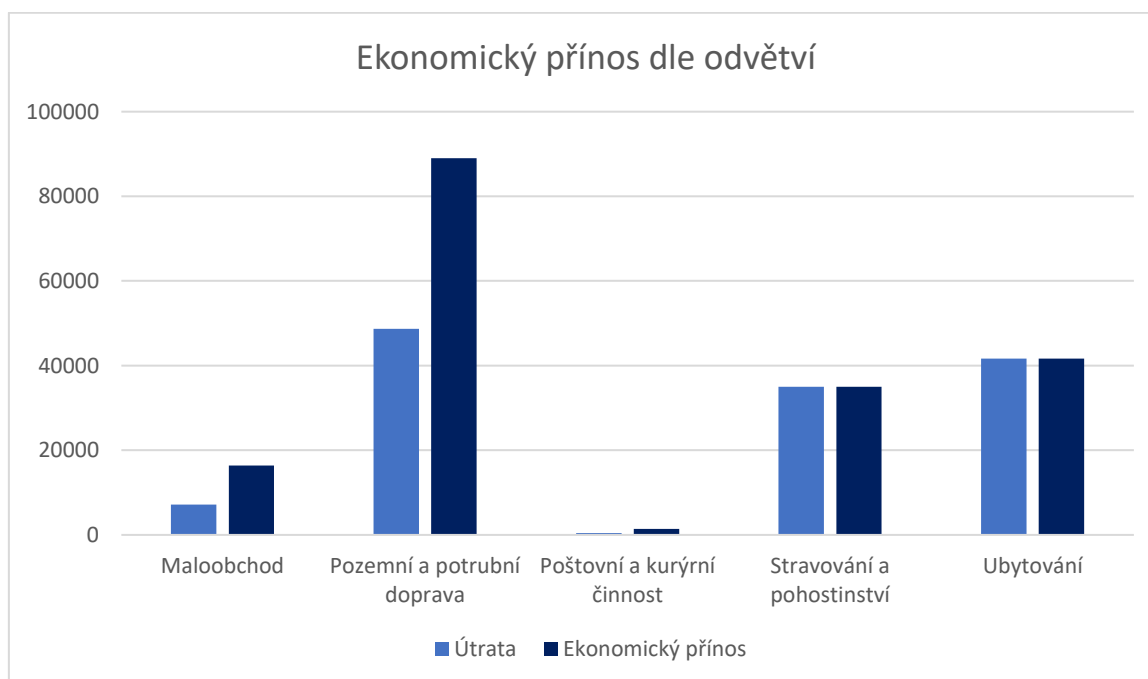
**Tabulka 14 Výpočet ekonomického přínosu dle zpracování dotazníkového šetření**

Odvětví	přímé efekty	multiplikátor	nepřímé efekty	celkem
Velkoob., kromě motorových vozidel; maloob., kromě motorových vozidel	7 128,50	2,30	9 267,05	16 395,55
Pozemní a potrubní doprava	48 657,35	1,83	40 385,60	89 042,95
Poštovní a kurýrní činnosti	440,00	3,20	968,00	1 408,00
Ubytování	25 700,00	1,62	15 934,00	41 634,00
Stravování a pohostinství	23 173,00	1,51	11 818,23	34 991,23
<b>Celkem</b>	<b>105 098,85</b>	<b>1,75</b>	<b>78 372,88</b>	<b>183 471,73</b>

Zdroj: Vlastní zpracování

Z tabulky je zřejmé dle celkové hodnoty za odvětví, že odvětví pozemní a potrubní dopravy má nejdůležitější vliv na zjištěném ekonomickém přínosu, dále mají značný podíl odvětví Ubytování a Stravování.

**Graf 10 Ekonomický přínos podle jednotlivých odvětví**



Zdroj: Vlastní zpracování

Zatímco u druhé skupiny účastníků (vedlejší účel) je ekonomický přínos vyjádřen pomocí intervalu. Pro zvolenou obec Krupá je ekonomický přínos v intervalu od 1 123 – 4 316 Kč.

**Tabulka 15 Výpočet ekonomického přínosu návštěvníků obce Krupá (vedlejší účast)**

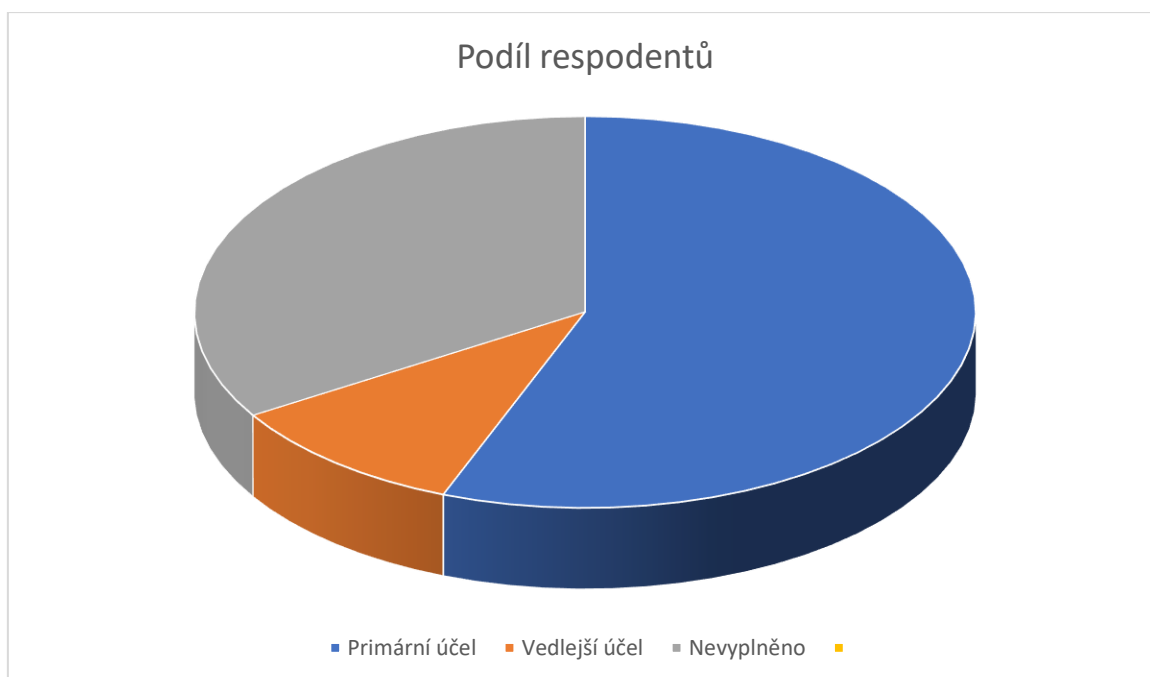
Odvětví	přímé efekty	multiplikátor	nepřímé efekty	Celkové efekty
Velkoob., kromě motorových vozidel; maloob., kromě motorových vozidel	1 388,00	2,30	1 804,40	3 192,40
Stravování a pohostinství - nápoje	744,00	1,51	379,44	1 123,44
<b>Celkem</b>	2 132,00		2 183,84	<b>4 315,84</b>

Zdroj: Vlastní zpracování

Jak již bylo řečeno většina výdajů této skupiny respondentů nemohly být zahrnuty do výpočtu z důvodu, že byly spojovány s jejich záměrem návštěvy obce, a tak byly zahrnuty pouze výdaje za nápoje a útratu v maloobchodě.

Dotazníkové šetření probíhalo od 23. března do 24. listopadu 2019. Dotazník během této doby vyplnilo 84 respondentů z celkových 127 hráčů. Z celkového počtu 84 respondentů, přijelo 13 respondentů do sledované obce s druhotným účelem viz graf č. x. Tento dotazník vyplnilo 66 % hráčů geocachingu sledované série, jedná se o nadpoloviční účast. Dle tohoto rozdělení byl dotazník dále zpracován pro výpočet ekonomického přínosu.

**Graf 11** Podíl respondentů na vyplňování dotazníku



Zdroj: Vlastní zpracování

Pro praktickou část mé diplomové práce byla vytvořena série s 10 schránkami z nichž poslední schránka je CWG směnárna. Na oficiální stránky geocachingu byl přidán dotazník do popisu o této sérii dotazník pro zjištění potřebných údajů o účastnících nutných pro výpočet ekonomického přínosu v obci Krupá. Sledovaná obec se nachází na hlavní tahu Praha – Karlovy Vary a nyní stojí před výstavbou dálnice D6 v rámci zlepšování dopravní infrastruktury. Dá se říci, že umístění obce hrálo roli ve vysoké účasti hráčů, a to i ve vyplňování dotazníku. V obci se nachází čerpací stanice pro pohonné hmoty (benzín, nafta, plyn), vybudování nabíjecích stanic pro elektromobily je nyní v jednání. Motorest Na Šustně slouží návštěvníkům k ubytování a poskytuje i restaurační služby. Návštěvníkům je k dispozici Spotřební družstvo Coop Krupá pro zakoupení smíšeného zboží. Ve stejné budově se nacházela Pošta Partner, kde návštěvníci mohli využít poštovních a kurýrních služeb.

Celá série se nachází na katastrálním území obce Krupá a je umístěna na turistické trase Krupá – Olešná (Rakovník), pro místní v lesích zvané Bora (série Cesta na Bora). Z dotazníku bylo zjevné, že zpracování celé série, které je završené CWG směnárnou vyvolalo spoustu kladných ohlasů, ale hlavně velkou účast sběratelů, a to i ve vyplňování dotazníku potřebného pro tuto diplomovou práci.

## 5.1. Diskuse

Dle autorky Ing. MgA. Terezy Raabové, která se zabývá multiplikačním efektem, je velmi důležité vědět, jaký přínos z dané události můžeme mít. Podle tohoto odhadu můžeme provést změny, které přínos z události mohou zlepšit. Dle zpracovaného dotazníku můžeme říci, že hra geocaching zasáhla v obci Krupá do 5 různých odvětví. Autorka dále uvádí, že hodnota multiplikátorů v ČR se pohybuje od 1,3 až 2,5, přesto v této práci předkládám odhad multiplikátoru vysoký 3,2 (poštovní a kurýrní služby).

Multiplikační efekt je nejčastěji formulován jako změna příjmů ke stálé změně výdajů, které příjmy způsobila. Tato změna je vnímána jako injekce. Podle M. Gúčika, se rozdělují výdaje turistů do dvou pohledů. Na jedné straně jsou výdaje chápány jako uspokojení potřeb návštěvníků. Na druhé straně jsou výdaje brány jako příjem pro zprostředkovatele statků a služeb ve sledované oblasti. Tyto výdaje návštěvníků ovlivňují ekonomickou činnost různých odvětví a mají dopad na domácí ekonomiku, která se ukazuje přírůstkem nebo úbytkem v makroekonomických ukazatelích. V diplomové práci je použit nejvýznamnější multiplikátor produkce, který se používá pro zobrazení reakce v odvětví při zvýšení spotřeby statků či služeb cestovního ruchu. Dle J. Dujavové je multiplikační efekt důležitým hlediskem při hodnocení cestovního ruchu. Pro sledovanou obec je v práci vyčíslen ekonomický přínos z geocachingu, bez kterého by přínos pro obec nevznikl, a ukazuje se využití jednotlivých odvětví návštěvníky.

Pokud se mluví o hře Geocaching nejedná se pouze o jednorázovou akci, a tak ani vyčíslený ekonomický přínos není jednorázový. Samozřejmě se musí brát v potaz, že čím déle by byly schránky umístěny, tím by se počet návštěvníků snižoval. Snížení návštěvnosti by bylo z důvodu, že všichni hráči z okolí si už schránky zapsali, a tak za schránkami přijíždí lidé z větší vzdálenosti a nemuseli by být v takovém množství. Na druhou stranu z větší vzdálenosti by mohla růst potřeba uspokojení jejich potřeb (strava, ubytování).

## 6. Závěr

Cílem diplomové práce bylo zjistit ekonomický přínos geocachingu v obci Krupá, nacházející se ve Středočeském kraji 8 km severně od královského města Rakovník, či 3 km západně od známého pivovaru Krušovice.

Celkový ekonomický přínos geocachingu (primární účel) byl vyčíslený 183 472 Kč za sledovaných 8 měsíců. Tato částka byla multiplikována z přímých výdajů, které byly vyčísleny na 105 099 Kč. V diplomové práci byl zjištěn i vedlejší účel této práce, což bylo vyčíslení ekonomického přínosu skupiny hráčů geocachingu, u které nebylo hledání schránek primární účelem a přijeli do obce s jiným záměrem a posléze se vydali hledat schránky. Ekonomický přínos obce Krupá u druhé skupiny účastníků (vedlejší účel), je vyobrazen pomocí intervalu. Pro zvolenou obec Krupá je tedy ekonomický přínos v intervalu od 1 123 – 4 316 Kč.

Výpočet multiplikátorů využitých odvětví proběhl podle dostupných SIOT tabulek z Českého statistického úřadu z roku 2015 aktualizovaného k 30.6.2020 pomocí matice mezispotřeby a dle certifikované metodiky Ing. MgA. Terezy Raabové Ph.D.. Na základě vyčíslení těchto multiplikátorů byly získány hodnoty celkových efektů z jednotlivých odvětví, které byly dále sečteny v celkový ekonomický přínos geocachingu pro obec.

Ekonomický přínos vychází z multiplikačního efektu pomocí vypočítaných multiplikátorů. Multiplikační efekt vlastně říká, že nezáleží pouze na jediném odvětví, ale ukazuje jejich vzájemnou provázanost. Výpočet provázanosti jednotlivých odvětví není lehce měřitelný, a lze jej posuzovat z různých úhlů. Při vykonávání jedné činnosti, v našem případě geocachingu, se zajišťují potřeby k této činnosti v dalších odvětvích. Byl proveden tedy výpočet multiplikátorů pro následujících pět odvětví Stravování a pohostinství (1,51), Ubytování (1,62) Maloobchod (2,3), Poštovní a kurýrní činnost (3,2) a Pohonné hmoty (1,83).

Ekonomický přínos vyčísluje vynaložené náklady v určité oblasti. Nejčastěji se jedná o události, bez kterých by k navýšení ekonomické aktivity v oblasti nedošlo. Spotřeba jednotlivých statků má za následek spotřebu dalších navazujících statků. Národní hospodářství je tvořeno vstupy a výstupy. Vstup do jednoho odvětví znamená změnu, výstup z dalších odvětví. V této diplomové práci probíhalo vyčíslení ekonomického přínosu za

pomocí multiplikátoru produkce, kde jsou započítány přímé a nepřímé efekty. Multiplikátor produkce formuluje částku, o kolik se zvýší produkce celé ekonomiky, pokud se zvýší poptávka po produkci v jednom odvětví o 1 Kč.

Pro zjištění ekonomického přínosu od hráčů geocachingu byl zkonstruován dotazník zaměřený na uspokojení vzniklých potřeb hráčů občanskou vybaveností obce. Zmíněný dotazník vyplnilo celkem 84 hráčů. Nicméně ze zmíněných 84 hráčů přijelo 13 hráčů ne s primárním účelem. Jejich přínos je spočítán ve vedlejší účelu této práce. Dotazník bylo možno vyplnit v období 23. března 2019 do 24. listopadu 2019. Sledovaná série byla připravena o počtu 10 schránek na cestě dlouhé 2,5km, což zabere cca 2 hodiny chůze. Tato doba bere v potaz i vyhledávání skrytých schránek a cestu zpět, protože se nejedná o okruh. Na výchozí bod se hráči dopravovali osobními automobily a využívali čerpací stanici (pohonné látky). Pokud při hraní vznikla potřeba občerstvení, využili hráči Motorest Na Šustně (Stravování a pohostinství) nebo kratší zastávku ve Spotřebním družství Coop (maloobchodní činnost). Pokud připravená série hráče zmohla na tolik, nabízela se jim možnost ubytování v Motorestu Na Šustně (ubytovací služby). Tato možnost byla hráči využita. V obci se nachází i pobočka Pošta partner. Její služby byly též hráči využity (poštovní a kurýrní činnost).

Geocaching je celosvětová hra, založená na turismu. S turismem se lze setkat už v daleké minulosti, kdy se mladíci vydávali učit různým řemeslům do vzdálených měst, poutníci na náboženské túry nebo šlechtici na pozvání panovníků do jejich zemí. K turismu tak jak je známý v současnosti přispěla ve velké míře výstavba železnice, která umožnila cestujícím navštívit vzdálenější kraje, kde postupně začaly vznikat hotely a různé ubytovny. Kolem 20. století zaznamenal turismus další nárůst, a to díky rozvoji mobilního průmyslu. Masivní turismus začal až v letech po válce, kdy si turismus mohly dovolit i nižší třídy. Také se zvyšoval počet cest do zahraničí, začal se sledovat turismus tuzemský a zahraniční. S uplynulým rokem 1989 vyvstala možnost vycestovat do celého světa. Neomezenost pohybu přijali lidé po celé zemi. Tato svoboda je často opomíjena. Lidé zapomínají, že cestování není samozřejmostí, což dokazují nastalé opatření v souvislosti nákazy covid-19.

Jak již bylo řečeno turistika je základem geocachingu. Geocaching je hra, která na základě souřadnic provází hráče po zajímavých místech na celém světě. K této hře stačí i Váš osobní mobilní telefon vybavený GPS signálem, a ještě lépe neomezeným datovým přístupem. Hra využívá GPS signálu k nalezení schovaných schránek, které se nacházejí na určených souřadnicích s přesností +/- 10 m. Schránky jsou ukládány do různě velkých

schránek a jsou také variabilně umístěny. Různorodé umístění schránek, jak v obtížnosti, tak v terénu, dělá mnohdy z geocachingu sport. Tento druh hry je vhodný úplně pro všechny věkové kategorie. Kdokoli si díky filtrům může najít schránku, která mu bude vyhovovat, ať vzdálenou nebo blízkou, ať lehkou nebo těžkou, jak do terénu či na lehkou procházku. Geocaching je často vybírán rodiny s dětmi, kteří vybírají cesty dle schránek, slouží pro zpestření dovolené. V případě dovolené nebo krátkodobé návštěvy vznikají základní potřeby hráčů, kteří využívají služeb v oblasti. Tyto vynaložené náklady lze vyčíslit.

Geocaching je poměrně mladá hra, která si stále hledá své nové příznivce. Majitelé schránek často umísťují schránky na místa, které nejsou turisticky tolik známá. Hra Vás může přivést do opomenutých koutů (nejen) naší země, kam může hra přivést zajímavé přínosy.

## 7. Seznam použitých zdrojů

- (1) BRČÁK, Josef a Bohuslav SEKERKA. *Mikroekonomie*. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, 2013. ISBN 978-80-7380-453-4.
- (2) SAMUELSON, Paul Anthony a William D. NORDHAUS. *Ekonomie*: 19. Vydání. Praha: NS Svoboda, 2013. ISBN 978-80-205-0629-0.
- (3) BRČÁK, Josef a Bohuslav SEKERKA. *Mikroekonomie*. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, 2013. ISBN 978-80-7380-453-4, str. 14.
- (4) KLÍNSKÝ, Petr a Otto MÜNCH. *Ekonomika pro obchodní akademie a ostatní střední školy*. Praha: Eduko, 2009. ISBN 978-80-87204-03-0.
- (5) BRČÁK, Josef, Bohuslav SEKERKA a Dana STARÁ. *Makroekonomie - teorie a praxe*. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, 2014. ISBN 978-80-7380-492-3, str.23.
- (6) KLÍNSKÝ, Petr a Otto MÜNCH. *Ekonomika pro obchodní akademie a ostatní střední školy*. 3., upr. vyd. Praha: Eduko, 2011. ISBN 978-80-87204-38-2.
- (7) ČSÚ. Český statistický úřad. Hrubý domácí produkt. [online] [cit. 2019-06-16]. Dostupné z WWW: <[https://www.czso.cz/csu/czsp/hdp\\_narodni\\_ucty](https://www.czso.cz/csu/czsp/hdp_narodni_ucty)>.
- (8) KLÍNSKÝ, Petr a Otto MÜNCH. *Ekonomika pro obchodní akademie a ostatní střední školy*. 2., upr. vyd. Praha: Eduko, 2010. ISBN 978-80-87204-17-7.
- (9) Veřejná databáze ČSÚ. Nezaměstnanost [online] [cit. 2019-06-16]. Dostupné z WWW: <[https://www.czso.cz/csu/czso/zamestnanost\\_nezamestnanost\\_prace](https://www.czso.cz/csu/czso/zamestnanost_nezamestnanost_prace)>.
- (10) Veřejná databáze ČSÚ. Inflace [online] [cit. 2019-06-16]. Dostupné z WWW: <[https://www.czso.cz/csu/czso/inflace\\_spotrebitelske\\_ceny](https://www.czso.cz/csu/czso/inflace_spotrebitelske_ceny)>.
- (11) PALATKOVÁ, Monika a Jitka ZICHOVÁ. *Ekonomika turismu: turismus České republiky : vymezení a fungování trhu turismu, přístupy k hodnocení významu a vlivu turismu, charakteristika turismu České republiky*. Praha: Grada, 2011. ISBN 978-80-247-3748-5.
- (12) PETRŮ, Zdenka. *Základy ekonomiky cestovního ruchu*. 2., upr. vyd. Praha: Idea servis, 2007. ISBN 978-80-85970-55-5, str. 6.
- (13) DÖMEOVÁ, Ludmila. *Venkovský cestovní ruch v České republice*. Praha: Česká zemědělská univerzita v Praze, 2012. ISBN 978-80-213-2264-6, str.29.



- (14) J.Kab. Geocaching - Aktivní odpočinek [online] [cit. 2019-08-10]. Dostupné z WWW: <<https://zena.aktualne.cz/zdravi/umite-odpocivat-ne-lenosit-ale-odpocivat/r~i:article:746071/>>.
- (15) Outdoor – dobrodružství v přírodě: napětí, hry a tajné triky. Přeložil Ivana HRDLIČKOVÁ, přeložil Vít MALINOVSKÝ. Praha: Svojtka & Co., 2015. ISBN 978-80-256-1579-9.
- (16) MAZNÝ, Petr, Eva HAUNEROVÁ, Petr ELACHS a Zdeněk HŮRKA. Plzeň a okolí pro děti: rodinný průvodce. Ilustroval Soňa BRABENCOVÁ V Plzni: Starý most, 2016. ISBN 978-80-87338-65-0.
- (17) Geocaching – kesky.cz - Jaké typy keší existují? [online] [cit. 2019-09-28]. Dostupné z WWW: <<https://kesky.cz/hledame-kesky/jake-typy-kesi-existuji/>>.
- (18) TUHÁČEK, Michal. *Berta a Jan hledají kešky*. Ilustroval Petra CÍFKOVÁ. Praha: Mladá fronta, 2018. ISBN 978-80-204-4555-1.
- (19) Historie geocachingu [online] [cit. 2019-10-16] Dostupné z WWW: <<http://www.czech.cz/cz/Turistika/Kam-jit,-co-navstivit/Specializovana-turistika/Geocaching-v-CR>>.
- (20) BRAY, Hiawatha. *Od kompasu k GPS: jste zde, dějiny a budoucnost toho, jak se nacházíme*. Přeložil David VICHNAR. Praha: Matfyzpress, 2017. Popularizace. ISBN 978-80-7378-336-5.
- (21) Geocaching – kesky.cz. Geocaching – terén [online] [cit. 2019-10-17]. Dostupné z WWW <<https://kesky.cz/zaciname-s-geocachingem/zaciname-hrat-geocaching/>>.
- (22) MAZNÝ, Petr, Eva HAUNEROVÁ, Petr ELACHS a Zdeněk HŮRKA. *Plzeň a okolí pro děti: rodinný průvodce*. Ilustroval Soňa BRABENCOVÁ V Plzni: Starý most, 2016. ISBN 978-80-87338-65-0, str. 258.
- (23) Geocaching – kesky.cz. Geocaching – bod oblíbenosti [online] [cit.2019-10-17]. Dostupné z WWW: <<https://kesky.cz/slovnicek-pojmu-v-geocachingu/bod-oblibenostifavorite-point/>>.
- (24) Obec Krupá - Oficiální stránky obce Krupá [online] [cit. 2019-11-05]. Dostupné z WWW: <<https://www.obec-krupa.cz/>>.
- (25) ČECH, Jiří. *Malá encyklopedie cestovního ruchu: vybrané pojmy v češtině a angličtině, definice, zkratky*. Praha: Idea servis, 1998. ISBN 80-85970-19-8.

- (26) Lejsek Zdeněk - Dokážeme změnit turistu? Druhy cestovního ruchu [online] [cit. 2019-11-12]. Dostupné z WWW: <<https://www.statistikaamy.cz/2018/05/dokazeme-zmerit-turistu/>>.
- (27) PALATKOVÁ, Monika a Jitka ZICHOVÁ. *Ekonomika turismu: turismus České republiky*. 2., aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada, 2014. ISBN 978-80-247-3643-3.
- (28) KOTÍKOVÁ, Halina. *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. Praha: Grada, 2013. ISBN 978-80-247-4603-6.
- (29) KONDRASHOV, Alexey. *The European tourism industry performance in the context of international trade*. Prague: Olga Krylova, 2015. ISBN 978-80-86811-55-0.
- (30) PÁSKOVÁ, Martina a Josef ZELENKA. *Společensky odpovědný cestovní ruch*. V Praze: Idea servis, 2018. ISBN 978-80-85970-91-3.
- (31) ZELENKA, Josef a Martina PÁSKOVÁ. *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Kompletně přeprac. a dopl. 2. vyd. Praha: Linde Praha, 2012. ISBN 978-80-7201-880-2.
- (32) VYSTOUPIL, Jiří a Martin ŠAUER. *Základy cestovního ruchu: distanční studijní opora*. Brno: Masarykova univerzita, Ekonomicko-správní fakulta, 2006. ISBN 80-210-4205\_2.
- (33) PALATKOVÁ, Monika. *Mezinárodní cestovní ruch: analýza pozice turismu ve světové ekonomice, význam turismu v mezinárodních ekonomických vztazích, evropská integrace a mezinárodní turismus*. Praha: Grada, 2011. ISBN 978-80-247-3750-8.
- (34) RAABOVÁ, Tereza. *Multiplikační efekty kulturních odvětví v české ekonomice* [online]. Praha, 2010 [cit. 2020-02-03]. Dostupné z: WWW: <<https://www.idu.cz/media/document/multiplikacni-efekty-2010.pdf>>.
- (35) MALÁ, Vlasta. *Základy cestovního ruchu*. Praha: Oeconomica, 2002. ISBN 80-245-0439-1.
- (36) Muzeum Lužná. *Železniční trať Kolečovka* [online]. [cit. 2020-02-10]. Dostupné z WWW: <<http://www.cdmuzeum.cz/default.htm>>.
- (37) BERÁNEK, Jaromír. *Ekonomika cestovního ruchu*. Praha: Mag Consulting, 2013. ISBN 978-80-86724-46-1.
- (38) Ing. MgA. Tereza Raabová PhD. *Metodika výpočtu ekonomických dopadů kulturní organizace* [online]. [cit. 2020-03-06]. Dostupné z WWW:

<[https://economicimpact.eu/wp-content/uploads/2018/03/Methodika\\_ek\\_dopadu\\_komplet.pdf?fbclid=IwAR2B\\_NjfUXFh\\_ZBH7qCFxWxsk0Ae87L\\_b2ioyy2Fy7f2dUIe\\_5WbhPKkNY](https://economicimpact.eu/wp-content/uploads/2018/03/Methodika_ek_dopadu_komplet.pdf?fbclid=IwAR2B_NjfUXFh_ZBH7qCFxWxsk0Ae87L_b2ioyy2Fy7f2dUIe_5WbhPKkNY)>.

- (39) Ing. MgA. Tereza Raabová PhD. Jak spočítat ekonomické dopady a získat tak více peněz pro Váš projekt [online]. [cit. 2020-03-06]. Dostupné z WWW: <<http://www.kulka.cz/download/ebook-jak-spcitat-ekonomicke-dopady.pdf>>.
- (40) Český statistický úřad, tabulky SIOT [online] [cit. 2020-03-7]. Dostupné z WWW: <[http://apl.czso.cz/pll/rocenka/rocenkaout.dod\\_uziti?mylang=CZ](http://apl.czso.cz/pll/rocenka/rocenkaout.dod_uziti?mylang=CZ)>.
- (41) ROJÍČEK, Marek. Makroekonomická analýza: teorie a praxe. Praha: Grada, 2016. Expert. ISBN 978-80-247-5858-9.
- (42) Ing. MgA. Tereza Raabová PhD. Input-Output analýza Jak to funguje [online] [cit. 2020-03-7]. Dostupné z WWW: <<http://www.kulka.cz/jak-to-funguje>>.
- (43) Národohospodářský ústav AV ČR. Model input-Output analýzy [online] [cit. 2020-03-10]. Dostupné z WWW: <<https://polek.vse.cz/pdfs/pol/2006/04/03.pdf>>.
- (44) HRONOVÁ, Stanislava. *Národní účetnictví: nástroj popisu globální ekonomiky*. V Praze: C.H. Beck, 2009. Beckova edice ekonomie. ISBN 978-80-7400-153-6.
- (45) Český statistický úřad. Manuál k SIOT v en [online] [cit. 2020-03-11]. Dostupné z WWW: <[https://apl.czso.cz/nufile/Inventory\\_SC\\_ESA2010\\_en\\_final.pdf](https://apl.czso.cz/nufile/Inventory_SC_ESA2010_en_final.pdf)>.
- (46) Zaměření oblasti – mapy [online] [cit. 2020-03-18]. Dostupné z WWW: <<https://mapy.cz/zakladni?x=13.7315341&y=50.1746946&z=14&source=base&id=1996598>>.
- (47) ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD-tabulky SIOT odvětví x odvětví [online] [cit. 2020-09-19].  
Dostupné z WWW  
<[http://apl.czso.cz/pll/rocenka/rocenkaout.dod\\_uziti?mylang=CZ](http://apl.czso.cz/pll/rocenka/rocenkaout.dod_uziti?mylang=CZ)>.
- (48) JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. *Marketing v cestovním ruchu*. Praha: Grada, 2009. s. 11. ISBN 978-80-247-3247-3. [cit. 2020-11-26]. Dostupné z WWW: <<https://ndk.cz/uuid/uuid:09a97ca0-0310-11e4-97de-5ef3fc9ae867>>.
- (49) PRATEEK, Agarwal. Intelligent economist. *Efekt multiplikátoru* [online]. 2019 Poslední revize 2019-04-04 [cit. 2020-11-26]. Dostupné z WWW: <<https://www.intelligenteconomist.com/multiplier-effect/>>.
- (50) DUJAVOVÁ, Lucia. *Využitie multiplikátorov na kvantifikáciu objemu domácej produkcie vyvolanej výdavkami návštevníkov v cestovnom ruchu* [online]. Trendy

v podnikání . vědecký časopis Fakulty ekonomické ZČU v Plzni. (PDF). [cit. 2020-11-26]. Dostupné také z WWW: <<https://fek.zcu.cz/tvp/doc/2015-1.pdf> >.

## 8. Přílohy

### Příloha č. 1: Dotazník pro zjištění ekonomického přínosu pro obec Krupá

Dobrý den,

chtěla bych Vás poprosit o vyplnění dotazníku, který mi pomůže vypracovat diplomovou práci na téma Ekonomický přínos geocachingu pro obec Krupá. Jedná se o pár krátkých otázek a tak by Vám vyplnění dotazníku nemělo zabrat více než pár minut.

Děkuji Lenka Vomastková

\*1) Navštívili jste tuto oblast primárně za účelem geocachingu?

Ano

Ne

\*2) Kolik členů se zúčastnilo Vaší výpravy?

1 člen

2 členi

3 členi

4 členové

5 členů

6 členů

7 členů

8 členů

9 členů

Jiný počet

\*3) Jaký způsob používáte pro zapsání do logbooku?

Jedinec, jeden nick

Rodina, společný nick

Rodina, každá rodina svůj nick

Skupina, každý člen skupiny svůj nick

Skupina, společný nick

\*4) Využili jste ubytování v Motoret Šustna?

Ano

Ne

Na kolik nocí jste zde byli ubytováni?

1 noc

2 noci

3 noci

4 noci

5 nocí

6 nocí

7 nocí

Jiný počet nocí

\*5) Využili jste možnosti občerstvení v restauračním zařízení na Šustně?

Ano

Ne

Zaškrtněte počet zkonsumovaných kusů

Vyberte nápoj (ks), které jste zakoupili v restauraci na Šustně?

	0 ks	1 ks	2 ks	3 ks	4 ks	5 ks	6 ks	7 ks	Jiná možnost
Pivo									
Vino									
Voda									
Coca-Cola, Fanta, Mirinda, Dětsí									
Káva									
Čaj									
Trávaní mléko									
Sladk.									
Destiláty a líhvy									

Vyberte jídlo (ks), které jste zakoupili v restauraci na Šustně?

	0 ks	1 ks	2 ks	3 ks	4 ks	5 ks	6 ks	Jiná možnost
Pacholky								
Palaňky								
Bacovská páča								
Těstoviny								
Pala								
Maso (kuřecí, vepřové, hovězí)								
Zelené maso kaldy								
Desert								
Jiné jídlo (druhá kaldy)								

\*6) Využili jste čerpací stanici Tank ONO Krupá?

Ano

Ne

Pokud ano, kolik litrů a jakého paliva jste natankovali?

\*7) Využili jste čerpací stanici LPG v Krupé?

Ano

Ne

Pokud ano, kolik litrů jste natankovali?

\*8) Navštívili jste během výpravy spotřební družstvo COOP Krupá?

- Ano
- Ne

Pokud ano, kolik přibližně činila Vaše útrata?

\*9) Využili jste služeb v Pošta Partner Krupá?

- Ano
- Ne

Pokud ano, na kolik Vás služby přišly?

Zde můžete zanechat jakoukoli připomínku či žádost...

Zdroj: Vlastní zpracování

