

# Návrh geocachingové trasy na podporu filmového cestovního ruchu

Bakalářská práce

Vedoucí práce:  
Ing. Jaromír Landa

Petra Pechová

Brno 2015



## **Poděkování**

Tímto bych chtěla poděkovat Ing. Jaromíru Landovi za vedení práce, jeho rady a ochotu při zodpovídání dotazů. Dále děkuji své rodině a příteli za trpělivost, kterou se mnou měli při psaní práce a jejich připomínky.

### **Čestné prohlášení**

Prohlašuji, že jsem tuto práci: **Návrh geocachingové trasy na podporu filmového cestovního ruchu** vypracovala samostatně a veškeré použité prameny a informace jsou uvedeny v seznamu použité literatury. Souhlasím, aby moje práce byla zveřejněna v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb. o vysokých školách ve znění pozdějších předpisů a v souladu s platnou *Směrnicí o zveřejňování vysokoškolských závěrečných prací*.

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

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

V Brně dne 14. května 2015

---

## **Abstract**

Pechová, P. *Geocaching route design in support of film tourism.*

Bachelor thesis. Brno: Mendel University in Brno, 2015.

This bachelor thesis deals with correlation between Geocaching and film tourism. A geocaching route leading through filming locations was designed for the purpose of meeting the primary objective of this thesis. After that, a questionnaire survey was conducted in order to find out for what purpose do geocachers hunt for newly published caches. The secondary objective was building a profile of a typical geocacher and determining how many people understand the meaning of the term "Geocaching". Another questionnaire survey was conducted to obtain this data.

## **Keywords**

Geocaching, film tourism, marketing research, geographic information systems

## **Abstrakt**

Pechová, P. *Návrh geocachingové trasy na podporu filmového cestovního ruchu.*  
Bakalářská práce. Brno: Mendelova univerzita v Brně, 2015.

Tato bakalářská práce se zabývá závislostí mezi hrou Geocaching a filmovým cestovním ruchem. Pro dosažení hlavního cíle byla vytvořena geocachingová trasa situovaná na místech, kde se natáčel film. Následně bylo pomocí dotazníkového šetření zjišťováno, za jakým účelem loví kačeři nově vytvořené cache.

Vedleším cílem bylo sestavení profilu typického hráče této hry a určit kolik lidí ví, co se skrývá pod názvem Geocaching. Tyto informace byly získány pomocí dalšího dotazníkového výzkumu.

## **Klíčová slova**

Geocaching, filmový cestovní ruch, marketingový výzkum, geografické informační systémy

# Obsah

|          |  |           |
|----------|--|-----------|
| <b>1</b> | <b>Úvod a cíl práce</b>                          | <b>11</b> |
| 1.1      | Úvod.....  | 11        |
| 1.2      | Cíl práce.....                                   | 12        |
| 1.3      | Metodika.....                                    | 12        |
| <b>2</b> | <b>Literární rešerše</b>                         | <b>13</b> |
| 2.1      | Geocaching.....                                  | 13        |
| 2.1.1    | Historie Geocachingu.....                        | 13        |
| 2.1.2    | Cache .....                                      | 14        |
| 2.1.3    | Trasovatelné předměty.....                       | 18        |
| 2.1.4    | Jak začít hrát Geocaching? .....                 | 18        |
| 2.1.5    | Pravidla hry .....                               | 20        |
| 2.1.6    | Založení cache .....                             | 20        |
| 2.2      | Geocaching a geografické informační systémy..... | 22        |
| 2.2.1    | Globální polohovací systém .....                 | 23        |
| 2.2.2    | Souřadné systémy.....                            | 24        |
| 2.2.3    | GPS přístroj vhodný pro Geocaching.....          | 25        |
| 2.3      | Marketingový výzkum.....                         | 26        |
| 2.3.1    | Proces marketingového výzkumu .....              | 26        |
| 2.3.2    | Definice cílů a formulace hypotéz.....           | 27        |
| 2.3.3    | Metody sběru primárních dat.....                 | 27        |
| 2.3.4    | Dotazník.....                                    | 27        |
| 2.3.5    | Konstrukce dotazníku .....                       | 28        |
| 2.3.6    | Kdy použít otevřené a uzavřené otázky .....      | 28        |
| 2.4      | Cestovní ruch .....                              | 29        |
| 2.4.1    | Subjekt cestovního ruchu.....                    | 29        |
| 2.4.2    | Druhy a formy cestovního ruchu .....             | 30        |
| 2.5      | Filmový cestovní ruch .....                      | 32        |
| 2.5.1    | Vymezení pojmu filmový turismus .....            | 32        |

---

|          |   |           |
|----------|---|-----------|
| 2.5.2    | Typologie filmového turisty.....  | 33        |
| 2.5.3    | Film jako nástroj marketingu destinace cestovního ruchu.....            | 33        |
| 2.5.4    | Organizace a projekty filmového turismu .....                           | 34        |
| <b>3</b> | <b>Praktická část</b>   | <b>35</b> |
| 3.1      | První dotazníkový výzkum .....  | 35        |
| 3.1.1    | Výsledky dotazníkového šetření .....                                    | 36        |
| 3.1.2    | Shrnutí dotazníku a profil typického kačera .....                       | 42        |
| 3.2      | Založení Geocachingové trasy a její vliv na filmový cestovní ruch ..... | 44        |
| 3.2.1    | Po stopách filmu I. – Vinná galerie .....                               | 45        |
| 3.2.2    | Po stopách filmu II. – Já, truchlivý bůh.....                           | 46        |
| 3.2.3    | Po stopách filmu III. - 2Bobule .....                                   | 47        |
| 3.2.4    | Po stopách filmu IV. - Vetřelci a lovci .....                           | 48        |
| 3.2.5    | Shrnutí návštěvnosti vytvořených cache .....                            | 49        |
| 3.3      | Druhý výzkum o závislosti filmového cestovního ruchu a Geocachingu....  | 49        |
| 3.3.1    | Výsledky dotazníkového výzkumu .....                                    | 49        |
| 3.3.2    | Shrnutí dotazníkového šetření .....                                     | 50        |
| <b>4</b> | <b>Diskuze</b>  | <b>51</b> |
| <b>5</b> | <b>Závěr</b>  | <b>53</b> |
| <b>6</b> | <b>Literatura</b>   | <b>54</b> |
| <b>A</b> | <b>První dotazník</b>   | <b>59</b> |
| <b>B</b> | <b>Druhý dotazník</b>   | <b>64</b> |

## **Seznam obrázků**

**Obr. 1 Vytvořená trasa zobrazená na mapě**

**44**



## Seznam tabulek

|                |   |           |
|----------------|---|-----------|
| <b>Tab. 1</b>  | <b>Povědomí žen a mužů o hře Geocaching</b>                             | <b>36</b> |
| <b>Tab. 2</b>  | <b>Rozdělení respondentů na hráče a nehráče Geocachingu</b>             | <b>36</b> |
| <b>Tab. 3</b>  | <b>Způsoby dopravy ke cache podle oblíbenosti (aktivní hráči)</b>       | <b>38</b> |
| <b>Tab. 4</b>  | <b>Způsoby dopravy ke cache podle oblíbenosti (příležitostní hráči)</b> | <b>40</b> |
| <b>Tab. 5</b>  | <b>Zájem mužů a žen o filmová místa</b>                                 | <b>40</b> |
| <b>Tab. 6</b>  | <b>Měsíční návštěvnost cache Po stopách filmu I.</b>                    | <b>45</b> |
| <b>Tab. 7</b>  | <b>Návštěvnost cache Po stopách filmu I. podle dnů v týdnu</b>          | <b>45</b> |
| <b>Tab. 8</b>  | <b>Měsíční návštěvnost cache Po stopách filmu II.</b>                   | <b>46</b> |
| <b>Tab. 9</b>  | <b>Návštěvnosti cache Po stopách filmu II. podle dnů v týdnu</b>        | <b>46</b> |
| <b>Tab. 10</b> | <b>Měsíční návštěvnost cache Po stopách filmu III.</b>                  | <b>47</b> |
| <b>Tab. 11</b> | <b>Návštěvnost cache Po stopách filmu III. podle dnů v týdnu</b>        | <b>47</b> |
| <b>Tab. 12</b> | <b>Měsíční návštěvnost cache Po stopách filmu IV.</b>                   | <b>48</b> |
| <b>Tab. 13</b> | <b>Návštěvnost cache Po stopách filmu IV. podle dnů v týdnu</b>         | <b>48</b> |



# 1 Úvod a cíl práce

## 1.1 Úvod

Cestovní ruch se v dnešní době stal neodmyslitelnou součástí moderní společnosti. Lidé ve svém volném čase tráví čas mimo své bydliště za účelem navštívení nových a zajímavých míst, rekreace či z řady dalších důvodů.

Hlavním tématem bakalářské práce je Geocaching a jeho následný vliv na filmový cestovní ruch. Geocaching je celosvětová hra, při které se stávají obyčejní lidé tajnými „agenty“, kteří hledají ukryté schránky tak, aby nebyli odhaleni. Každý hráč zažije při odlovu ukrytých schránek spoustu nezapomenutelných zážitků. Ke schránkám nevede vždy jednoduchá cesta. V mnoha případech je potřeba splnit nějaké úkoly či vyřešit nelehké křížovky a hádanky. Schránky, které lovci hledají, se nazývají cache (nebo také česky keše). Zakládají se na různá témata. Mohou se například zabývat místem, kde jsou založené a sdělují nálezcům informace a zajímavosti o dané lokalitě. Ke keším se hledači mohou dostávat pomocí různých dopravních prostředků.

Samotný Geocaching lze zařadit do netradičních forem cestovního ruchu. Mnohdy lidé za schovanými schránkami cestují i nemálo kilometrů a využívají různé služby spojené s cestovním ruchem.

Filmový turismus je specifická forma cestovního ruchu, která vznikla jako reakce na oblíbenost filmů a televize. Turisté a výletníci touží poznávat nová místa spojená s příběhem, které jim přinesou větší uspokojení než lokalita, ve které trvale žijí.

Teoretická část je nejdříve věnována samotnému Geocachingu. Je popsána historie a pravidla hry. Dále jsou vysvětleny všechny pojmy, se kterými se při hraní můžou hráči setkat. V neposlední řadě je vysvětleno, jak začít hrát Geocaching či jak lze založit vlastní schránky.

Další kapitoly jsou věnovány geografickým informačním systémům, které umožnily vznik samotné hry. Jsou představeny souřadné systémy, které se využívají v České republice. V podkapitole se zabývám výběrem vhodného GPS zařízení pro hledání schránek.

Druhá půlka teoretické práce je zaměřena na marketingový výzkum a cestovní ruch. V marketingovém výzkumu je představeno, jak správně sestavit marketingový průzkum. V části věnující se cestovnímu ruchu se zaměřím na jeho specifickou formu, a to filmový cestovní ruch.

V praktické části jsou analyzovány výsledky dvou dotazníků. První se věnuje Geocachingu a filmovému cestovnímu ruchu. Zjišťuje povědomí o hře a chování typického hráče a jeho vztah k filmovým místům. Druhý dotazník zjišťuje motivaci hledačů k odlovu cache, které jsem vytvořila tam, kde se natáčel film. Na těchto místech byla vytvořena série schránek. U těch je, na základě zápisů jednotlivých nálezců, sledována návštěvnost.

## 1.2 Cíl práce

Hlavním cílem práce je zjistit závislost filmového cestovního ruchu a Geocachingu. Pro splnění tohoto cíle byl sestaven dotazník. Ten byl zaslán lidem, kteří odlovili mnou vytvořené schránky, a byla zjištěna jejich motivace pro odlov dané cache.

Vedlejším cílem je zjištění povědomí o hře Geocaching, jak se na hře podílejí muži a ženy a sestavení profilu typického hráče zachycující jeho chování. V neposlední řadě zjišťuji zájem hráčů o filmová místa. Tyto informace jsou získány pomocí dalšího dotazníku zaměřujícího se na danou problematiku.

## 1.3 Metodika

Práce se dělí do dvou částí. První část obsahuje základní informace a historii Geocachingu. Pokračuje základním seznámením s geografickými informačními systémy, které obsahují souřadné systémy. S tím souvisí i výběr správného zařízení pro danou hru. V neposlední řadě se v ní dočtete o marketingovém výzkumu. Následně využívám poznatky z této kapitoly v praktické části. Jako poslední se zde věnuji pojmu cestovní ruch, jeho druhy a formy. Zejména pak specifické formě nazývané filmový cestovní ruch.

V druhé části jsou popsány kroky, pomocí kterých je dosaženo stanovených cílů. Jsou zde sestaveny dva dotazníky. K jejich správnému sestavení je třeba podrobně prostudovat problematiku marketingového výzkumu, která je uvedena v teoretické části. Důležité je prostudovat stránky vyplnto.cz pomocí kterých je možné sestavit zmíněné dotazníky. V neposlední řadě je důležité oslovit dostatečný počet respondentů, kteří dotazník vyplní.

Je potřeba založit geocachingovou trasu, která se skládá s cache umístěných na filmových místech. Prostřednictvím internetové filmové databáze<sup>1</sup> je nutné zjistit, které filmy a na kterých místech se v Brně natáčely. Tato místa se musí dále vytřídit, protože na daných souřadnicích již mohou být cache umístěny nebo se zde můžou křížit s jinými. Pravidla pro zakládání cache stanoví, že jednotlivé cache musí být umístěny minimálně 161 metrů od sebe. Pro zjištění motivace návštěvníků k odlovu je využit druhý zmiňovaný dotazník.

V neposlední řadě sleduji návštěvnost vytvořených schránek pomocí elektronických zápisů do logbooku na oficiálních stránkách Geocachingu<sup>2</sup>, odkud je možné tato data získat.

---

<sup>1</sup> <http://www.filmovamista.cz>

<sup>2</sup> <http://geocaching.com>

## 2 Literární rešerše

### 2.1 Geocaching

V dnešní době se jedná o celosvětově známou hru, ale ani to neznamena, že všichni vědí, co se pod tímto tajemným názvem skrývá. Nejdříve vás seznámím s tím, z čeho se skládá název. „Slovo *Geocaching* je odvozené od slova *geocache*, které je složeninou ze dvou slov a to z anglického *geo*, označující činnost související se Zemí, a slova *cache*, které pochází z francouzštiny a jeho překlad znamená úkryt nebo skrýš.“ (Taylor, 2010, s. 4–5)

V literatuře zabývající se touto problematikou najdete hodně rozdílných definic vysvětlující tento pojem. Nyní představím některé z nich. „*Geocaching* je nový populární sport spoléhající se na použití GPS přijímače, internetu a na vaši schopnosti pozorovat. Ve zkratce řečeno, musíte najít schránku, vzít z ní nějakou věc, vrátit něco na oplátku zpátky a zapsat se do logbooku.“ (McNamara, 2004, str. 9)

V jiných publikacích se dočtete, že „...je to velmi rychle se rozrůstající aktivita založená na principu systému GPS. Schválně zde bylo použito slovíčko *aktivita*, neboť existuje mnoho názorů. Někteří mluví o hře, jiní posunuli tento báječný druh pohybu na úroveň sportu. Zřejmě záleží, s jakým nasazením se na něj vrháte“ (Hojgr, Stankovič, 2007, s. 154).

Další autoři uvádějí, že „je to turistická, navigační a trochu i internetová hra. Spočívá v tom, že někdo na neznámé místo ukryje schránku, které se v angličtině říká *cache* – čtete a dnes už také většinou píše „keš“. Na internetu zveřejní její souřadnice a různé doplňující informace. Ostatní potom tuto schránku pomocí navigačních přístrojů hledají. Při nalezení se zapíší do sešitku ve schránce, případně si vyberou něco z obsahu a výměnou do keše vloží něco svého. Po návratu svůj nález anebo i neúspěch svěří speciální internetové schránce.“ (Navigovat.cz, 2008)

„Podstatou *Geocachingu* je to, že někdo schová schránku s drobnostmi a blokem, které se říká *cache* a zveřejní její GPS souřadnice na stránce [www.geocaching.com](http://www.geocaching.com), kde lidé, kteří jsou zde zaregistrovaní, tyto souřadnice vidí a následně se vydávají schránku hledat. Takovým lidem se říká *geocachers*.“ (Taylor, 2010, s. 4–5)

#### 2.1.1 Historie Geocachingu

Geocaching je považován za produkt nového milénia. (The Editors and staff of Geocaching.com, 2009, str. 8) Původně byl nazýván GPS Stash Hunt. Geocaching vznikl především díky zpřístupnění navigačních systémů široké veřejnosti. GPS technologie byla pouze vojenským tajemstvím. Civilisté k ní měli přístup, ale mohli ji využívat pouze částečně. Byla přísně omezena programem Selective Availability (SA). Uživatel bez náležité bezpečnostní prověrky mohl najít hledanou pozici s přesností zhruba na 100 metrů. V květnu roku 2000 oznámil tehdejší americký prezident Bill Clinton zrušení záměrného zkreslování signálu GPS. Od této doby si každý mohl koupit GPS zařízení a využívat ho naplno s přesností na jednotky metrů. (Erick Sherman, 2004, str. 5)

Tři dny poté uveřejnil Dave Ulmer na internetovém portálu souřadnice skrýše (tzv. stash), kterou založil poblíž Portlandu v Oregonu. Obsahovala software, videa, knihy, potraviny, peníze a prak. Před zveřejněním této stashe na téže internetové stránce navrhl celosvětový lov skrýší, kdy by lidé mohli využívat GPS přijímače, které by je dovedly na místo uschování. (McNamara, 2004, str. 11) Ulmer v této době nemohl tušit, jak se jeho myšlenka ujme ve světě. Nicméně za tvůrce Geocachingu je považován Mike Teague, který objevil tuto Ulmerovu keš jako první, vymyslel vlastní název hry Geocaching a založil webové stránky určené právě pro tuto hru. (Erick Sherman, 2004, str. 6)

Měsíc po zavedení hry bylo ukryto 21 cache. V polovině roku 2006 bylo ve 222 zemích ukryto zhruba 295 640 cache. V současnosti se celosvětově eviduje 2,3 milionu cache a 6 milionů hledačů. (Hojgr, Stankovič, 2007, str. 155)

### Historie hry v ČR

Historicky první poklad na území České republiky umístila v létě 2001 trojice Američanů ve Štramberském parku. Keška s názvem „Tex-Czech“ dodnes existuje, zatím ji objevilo 3 106 kačerů<sup>3</sup>. Tehdy šlo pouze o igelitovou tašku, jež byla časem vyměněna za krabici. Jedním ze zakladatelů je Kenneth Kovar z Texasu, který pochází ze státu, kde žijí statisíce Američanů s českými kořeny. (Český rozhlas, 1996–2015)

Nejstarší multikeška v Česku se jmenuje Water. Dlouho na sebe nenechalo čekat ani první setkání kačerů. Setkání bylo zorganizováno v únoru 2004 v Praze. V prosinci 2009 se uskutečnilo větší s více než 500 účastníky. V červnu roku 2005 bylo na našem území registrováno 700 cache, v listopadu 2007 už 5 600 cache, v srpnu 2009 15 700 cache, v dubnu 2014 dokonce přes 38 000 cache (z toho asi 2 300 v Praze) a na začátku roku 2015 něco přes 40 tisíc aktivních cache a přes 20 tisíc kačerů. Díky tomu patří Česko ke světovým velmocem. (Český rozhlas, 1996–2015)

Nejnávštěvovanější cache se nachází v Praze („Prague bridges 1 – Karlův most“ a „Terezka“). Od března 2012 zastřešuje desítky tisíc hledačů Česká asociace Geocachingu. (Český rozhlas, 1996–2015)

#### 2.1.2 Cache

Cache je v překladu skrýš, úkryt, poklad či schránka. Mezi českými kačery se jí začalo říkat keška. Hledání těchto schránek je podstatou hry. Jedná se většinou o nějakou vodovzdornou plastovou schránku, kanystr či nějaký jiný tvar, který většinou záleží na kreativitě zakladatele. Většinou jsou schovány na místech, které jsou turisticky zajímavé. Můžeme je ale najít i na místech těžko přístupných. K jejich nalezení se používá navigační systém GPS. (Životní styl, 2012)

Cache by měla obsahovat zapisovací deníček tzv. logbook, do kterého se každý, kdo ji najde, zapíše. Dále by měla být k dispozici tužka a pravidla

---

<sup>3</sup> Slovo kačer je český překlad pro člověka, který se věnuje Geocachingu.

pro náhodného nálezce. Nepovinnou složkou schránky bývají předměty na výměnu. (McNamara, 2004, str. 12)

Veškeré informace, které jsou třeba k nalezení vědět, jsou napsány v tzv. listingu. Ten je velice důležitý pro nalezení. Cache může mít mnoho podob, tvarů či velikostí. Díky listingu zjistíte, jak velkou schránku hledáte. Dozvíte se z něj informace o místě, na kterém se nachází, jak obtížný terén vás při odlovu čeká a další potřebné informace k nalezení schránky. (McNamara, 2004, str. 103)

## Velikosti

Nyní se podíváme na rozdělení cache podle velikosti.

- **Microcache** – Jedná se o malou cache typicky používanou pro úkryty v městských oblastech. Velikost se pohybuje zhruba od 35 mm. Například to může být plechovka umístěná na železném povrchu pomocí magnetu, trubička schovaná v živém plotu, microcache ukrytá v kameni nebo kapsle od filmu. Většinou se do ní vejde pouze malý logbook a tužka. (Cameron, 2004, str. 115) Poddruhem je **nanocache**. Do ní se vejde pouze proužek papíru. Obecně je velikost do 100 ml. (McNamara, 2004, str. 154)
- **Small** – Většinou se jedná o plastové krabičky, které lze snadno kdekoliv schovat, a to především díky jejich velikosti. Vejde se do ní záznamový blok, psací potřeby a několik menších předmětů na výměnu. Objem od 100 ml až do 1 litru.
- **Regular** – Umožňuje dobré ukrytí při dostatečné kapacitě. Její velikost se pohybuje v rozmezí 1 – 20 litrů.
- **Large** – Jedná se o schránky s objemem větším než je 20 litrů (kbelík, kufr, barel). Není snadné najít pro tak velkou keš úkryt, proto nejsou tak časté.
- **Other** – Používá se v případě, když chce vlastník lovce upozornit na to, aby očekávali schránku neobvyklého tvaru. Typickým příkladem je magnetická fólie s listem papíru jako logbookem.
- **No chosen** – bez krabičky, používají se u cache, které nemají fyzickou podobu. (McNamara, 2004, str. 154)

## Obtížnost a terén cache

Nesmírně důležité jsou informace, které se týkají obtížnosti a terénu cache. Tyto dva atributy jsou vyobrazeny pomocí hvězd, kde je škála od jedné do pěti. Pokud se někdo před odlovem cache nepodívá na tyto dva ukazatele, může být nemile překvapen. Nemusí mít potřebné vybavení pro odlov. Pro začátek je vhodné si vybrat lehčí obtížnost i terén. Hodnocení je individuální. Nějakému kačerovi se může zdát odlov těžký, jinému naopak lehký. (ProGeocaching.cz, 2013)

Obtížnost znamená, jak těžké je skrýš najít. Jedna hvězda znamená, že hledání nezabere více než pár minut. Podle informací a nápověd v listingu by neměl být problém cache najít. Dvě značí, že nález cache vám zabere více času, ale zpravidla se jedná o lehké a snadno objavitelné skrýše. Pokud má obtížnost tři hvězdičky,

můžete ji hledat i celé odpoledne. V případě čtyř hvězd vám její objevení může zabrat i několik dní. Pět hvězd u hledané cache signalizuje nejvyšší obtížnost. K dosažení cíle můžete potřebovat speciální dovednosti, zkušenosti nebo vybavení. (ProGeocaching.cz, 2013)

Terén vám prozrazuje, jak je náročná cesta ke skrýši. Jedna hvězdička označuje nejlehčí alternativu vhodnou i pro vozíčkáře či rodiče s kočárky. Dvě hvězdičky značí cestu, která není strmá. Tři hvězdy nejsou vhodné pro rodiny s dětmi, jedná se o nevyznačené trasy. Můžete očekávat křoví, strmé stoupání či kopřivy. Pokud má terén čtyři hvězdičky, znamená to, že budete pro lov muset využít celé tělo a cesta ke cache nebude žádná procházka růžovým sadem. Pět hvězd vám napoví, že terén je extrémní. V mnoha případech je potřeba potápěčské, horolezecké či jiné vybavení, bez kterého nebudete schopni se ke skrýši dostat. (ProGeocaching.cz, 2013)

### Typy cache

Podle vlastností schránek byly postupně vytvořeny různé varianty cache, aby hra nebyla příliš jednotvárná a jednoduchá. V databázi na oficiálních stránkách má každá svoji ikonu, podle které ji lehce identifikujete. V následujícím textu vysvětlím jednotlivé typy.

- **Tradiční cache** - jedná se o nejčastější typ cache. Je označována jako „tradička“. Vztahuje se k určitému místu. Souřadnice uvedené u této cache, jsou zároveň i místem fyzického umístění. (McNamara, 2004, str. 92)
- **Multi-cache** - je zkráceně „multina“. Souřadnice uvedené u skrýše jsou pouze výchozí. Kešku v nich nenajdete. Principem této keše je projít si nějakou trasu, ke které má vlastník cache nějaký vztah. „Multina“ má minimálně jednu zastávku a finální umístění skrýše. Mezizastávek může mít neomezeně. Na jednotlivých zastávkách, které se jinak nazývají stage, plníte úkoly, které jsou uloženy v pomocných schránkách. Na určeném místě musíte například zjistit letopočet, který dosadíte do vzorce nebo pomocí jiného postupu získáte finální souřadnice. (McNamara, 2004, str. 92)
- **Mystery cache** - slangově se u nás používá název „mysterka“. U tohoto typu jsou zveřejněny souřadnice, které míří pouze do blízkého okolí keše. Vyřešením hádanky, šifry či nějakého jiného rébusu zjistíte skutečné souřadnice ukryté schránky. Některé vyřešíte z pohodlí domova pomocí internetu, jiné pouze v terénu či kombinací. (McNamara, 2004, str. 93)
- **Letterbox Hybrid cache** - jedná se o speciální vzpomínkový typ na hru letterboxing, která předcházela Geocachingu, kdy se za pomoci popisu hledala schránka s razítkem. Do dnešního názvu je přidáno slovo hybrid, což napovídá, že se jedná kombinací dvou prvků - hledání a popisu. Cache obsahuje logbook a razítko, které si kačeři mohou otisknout na památku. (McNamara, 2004, str. 94)



- **Wherigo Cache** - je to velmi speciální typ cache. Ke schránce se dostanete odehráním hry Wherigo, kterou si nahrajete do své GPS nebo mobilního zařízení. Hra může být průvodcem po hradě či městě. Souřadnice uvedené v listingu ukazují, kde se začíná. Musíte plnit úkoly, hledat postavy a předměty. Na konci se nachází poklad. Po odehrání obdržíte kód pomoci, kterého se můžete na stránkách wherigo.com zalogovat. (ProGeocaching.cz, 2013)
- **Event Cache** – jedná se o setkání geocachingových nadšenců, které probíhá na uvedených souřadnicích. Obsahuje datum, čas, místo a popis události. Event je vždy tematický. Musí se jednat o uzavřenou společnost s minimální účastí 15 kačerů. (McNamara, 2004, str. 94)
- **Cache In Trash Out Event (CITO)** - tato cache má opět za úkol vytvořit setkání kačerů, kteří pak budou společně vykonávat veřejně prospěšnou práci. Může vést například k úklidu odpadků z určené oblasti. (ProGeocaching.cz, 2013)
- **Earthcache** - jedná se jediný druh nefyzické schránky, který se ještě může v současnosti založit. Nefyzická znamená, že na daných souřadnicích ji v žádném případě nenajdete. Nachází se zde ale něco, co souvisí se vznikem či vývojem Země. Tyto cache jsou zaměřeny na geologii, mineralogii, paleontologii, petrologii a geomorfologii. K úspěšnému zalogování musíte splnit úkol, který stanoví owner<sup>4</sup> cache. Nejčastěji se jedná o zodpovězení nějakých otázek souvisejících s místem, na které dostanete odpověď pouze na daných souřadnicích, či provedením nějakého měřicího testu. (ProGeocaching.cz, 2013)

V současné době existují ještě dva druhy nefyzických schránek, které již od roku 2005 není možné dále zakládat, ale lze je odlovit. Jsou určeny k „dožití“.

- **Virtual cache** - schránka se na uvedených souřadnicích nenachází. Cache vás většinou zavede na místa, která vám zakladatel chce ukázat a nemůže zde založit tradiční cache z praktického nebo legálního důvodu. Před jejím zalogováním musíte zodpovědět nějakou otázku a odeslat ji vlastníkovi. (ProGeocaching.cz, 2013)
- **Webcam cache** - jedná se o druh virtuální cache. Na uvedených souřadnicích se nachází kamera, která svůj záznam přenáší na web. Úkolem je nechat se ve správném intervalu vyfotit a přiložit ke svému logu danou fotografii. (ProGeocaching.cz, 2013)

---

<sup>4</sup> Owner = vlastník

### 2.1.3 Trasovatelné předměty

Většina průzkumníků, dobrodruhů a kačerů má zálibu v cestování a objevování nových, dosud nepoznaných míst. Bohužel i oni jsou při hře omezeni, jak daleko se dostanou či co nového uvidí. V této chvíli se do hry dostávají trasovatelné předměty (ang. Trackables). Může být zábavné poslat do světa předmět, který vás reprezentuje, obzvláště v případě, kdy můžete online sledovat cestu, kterou urazil. Víceméně se jedná o nepřímé cestování skrze neživý předmět. (The Editors of Geocaching.com, 2012, str. 118)

Začalo to velice jednoduše. Hráči začali nechávat předměty v keších, nejenom za účelem výměny, ale i cestování. Věc, určená k cestování, se přemísťovala z cache do cache. Ten kdo ji našel, napsal ownerovi e-mail o tom, kde se předmět nachází. Začalo se jim říkat „Hitchhikers“. (The Editors of Geocaching.com, 2012, str. 119)

Existuje několik druhů těchto cestujících předmětů.

- **Travelbug** – jedná se o jakoukoliv věc, ke které je přiřazen kovový identifikační štítek. Tomu se také jinak říká psí známka. Je na ní vyražen kód tzv. tracking number. Podle uvedeného kódu dohledáte bug na internetu a můžete skrze něj sledovat trasu, kterou daný předmět doposud urazil. (The Editors of Geocaching.com, 2012, str. 120)
- **Geocoin** – je speciálně ražená mince se sériovým číslem. Pomocí tohoto speciálního označení můžete sledovat cestu geocoinu z cache do cache nebo jej vyhledat na oficiálním webu. (McNamara, 2004, str. 153)
- **Geokrtci** – jedná se o nekomerční obdobu Travelbugu. Tyto předměty nejsou sledovány na oficiálních stránkách. Musí být označeny identifikačním číslem a jménem vlastníka. Mají svůj vlastní web na adrese [www.geokrety.org](http://www.geokrety.org). (wiki.geocaching.com, 2010)

### 2.1.4 Jak začít hrát Geocaching?

Celý proces začíná doma od stolu s počítačem. Nejprve se musíte zaregistrovat na oficiálních stránkách [www.geocaching.com](http://www.geocaching.com), kde si vytvoříte svůj uživatelský účet nebo můžete použít jiný alternativní server, který se hře věnuje. Existují dva druhy účtů, které si můžete na oficiálních stránkách založit. (Hojgr, Stankovič, 2007, str. 161)

Základní verze profilu je zdarma. Umožňuje přístup k většině funkcí, které vám stránky poskytují. Jako druhá možnost se nabízí prémiový účet. Má výhody, které nemohou využívat obyčejní uživatelé. Můžete hodnotit vámi nalezené cache a máte přístup k různým statistikám týkajících se vaší aktivity. Lze vyhledávat keše podle trasy a navíc se vám ukazují skrýše určené pouze pro prémiové členy. Členství má i další výhody v podobě lepších map a plnohodnotného využití mobilní aplikace určené pro hru. Předplatné stojí v přepočtu 600 korun českých na rok nebo v druhém případě 200 korun česky na tři měsíce. (Geocaching, 2000 - 2015)

Samotný odlov schránky se skládá z několika základních úkonů. Musíte si cache vyhledat na internetu, poté ji jít vyhledat do terénu a jako poslední krok zapsat nalezení skrýše na svůj webový profil.

Vyhledání cache na oficiálních stránkách není nijak obtížné. Nacházejí se téměř všude. Skrýše je možné hledat pomocí adresy, směrovacího čísla, státu, souřadnic, jména zakladatele, nálezce či jména samotné cache. Vyhledávat ji můžete pouze v případě, že jste přihlášení. V případě neregistrovaného návštěvníka se nezobrazí přesné místo úkrytu. Další způsob, jak můžete zjistit umístění, je pomocí mapy na geocachingovém webu, kde se vám zobrazí cache ve zvolené oblasti. (www.trsicko.cz, 2012)

Pokud se rozhodnete, který úkryt chcete najít, měli byste si o něm pročíst veškeré informace, které najdete v listingu geocache. Je zvykem, že texty jsou v jazyce dané země, ve které je cache umístěná, a přidává se popis v angličtině. K odlovu potřebujete informace o velikosti skrýše, obtížnosti terénu a nalezení. Důležitější je zjištění souřadnic úkrytu. Doporučuje se pročíst si příspěvky přechozích návštěvníků cache, abyste věděli, jaké záludnosti si na vás zakladatel připravil či jestli je cache na svém místě. U popisu schránky můžete nahlédnout do tzv. hintu. Pod tímto slovem se skrývá zašifrovaná nápověda s podrobnějším textem popisující umístění. Její dešifrování můžete provést dvěma způsoby. Zaprvé pomocí automatického dešifrování pomocí tlačítka *decrypt*. Druhý způsob je opsání si šifry a její rozluštění pomocí dešifrovacího klíče až na místě, když skrýš nemůžete najít. Pokud hint rozluštíte již doma, můžete přijít o zábavu spojenou s hledáním. Nápověda vám může také sloužit jako upřesnění hledaného místa, protože u GPS musíte počítat s určitou nepřesností. Posledním krokem před odchodem je přenesení souřadnic cache do svého GPS zařízení či zaznamenání na papír. (JáRodič, 2009)

Tím nejdůležitějším při odlovu schované cache je nenápadnost, aby ji kačer neprozradil, protože v současné době existuje spousta lidí, kteří o hře nemají ponětí. Pokud cache najde někdo neznalý, může zavolat příslušníky státní policie či ji jednoduše rozebrat, vyhodit či vykrást. Zároveň svým chováním nesmíte ohrozit existenci schránky nebo životní prostředí. Musíte být také ohleduplní k cizímu majetku. (Lidovky, 2014)

V závislosti na obtížnosti a také na štěstí se někdy schránku povede najít ihned, jindy třeba i za hodinu a jsou i takové, pro které se musíte několikrát vracet, protože se vám ji prostě nedaří najít.

Po nalezení cache zapíšete informace o návštěvě do přiloženého papírové logbooku, který je uvnitř, případně máte možnost vzít či vložit geocoiny, travelbugy nebo věci, které jsou určeny pro výměnu. Hodnota předmětu, který do cache dáte, musí být stejná nebo vyšší než hodnota věci odejmuté ze schránky. Poté musíte keš zpátky ukrýt na přesné místo, kde jste schránku našli, a zamaskovat ji tak, abyste zabránili případnému náhodnému nálezu. V případě vyzvednutí geocoinu nebo travelbugu je geocacher povinen je dát do 14 dnů do jiné keše. (Hojgr, Stankovič, 2007, str. 162)

Návštěvu musíte registrovat i na stránkách Geocachingu pomocí mobilní aplikace přímo na místě či z pohodlí domova. Na oficiálním webu vyhledáte listing hledané cache a vpravo nahoře je tlačítko *zalogovat se*, které vám dá na výběr z několika možností, které mohli při objevování cache nastat.

V případě bezproblémového nálezu zvolte *log your visit*, přes který provedete zápis návštěvy. V poznámce nesmíte uvádět žádné informace, které by ostatním hledačům usnadnily lov. Zmínit byste měli čas, co jste si z keše vzali či co jste do ní vložili. Pokud jste ovšem schránku nenašli, vyberte možnost *didn't find it*. V případě, že při hledání cache došlo k nějakému problému, zvolte *write note*. Sdělte v něm autorovi, jaký problém se vyskytl. *Needs maintenance* slouží k oznámení ownerovi, že stav schránky není ideální a potřebuje opravit. V prvním případě je plný zapisovací deník či chybí tužka. V druhé je poškozená nebo naprosto zničená či ukradená. (Destil.cz, 2007)

### 2.1.5 Pravidla hry

Žádná hra se neobejde bez pravidel, proto zde předkládám ta nejdůležitější pro Geocaching.

**Pravidlo č. 1** – najdete-li kešku, můžete si z jejího obsahu něco odnést, avšak pouze v případě, pokud tam vrátíte předmět ve stejné nebo vyšší hodnotě než jste vzali. Nepovažuje se za vhodné vkládat věci poškozené nebo hodně opotřebené. Za krajně nemístné se považuje uložení jídla, zapalovače, nože, sirky či spreje. Častým omylem především začátečníků je výměna tzv. travelbugů za běžný obsah. V tomto případě platí zásada, že tyto trasovatelné předměty nejsou určeny ke směně.

**Pravidlo č. 2** – po nalezení skrýše se zapište do záznamového deníčku. Většinou se zapisuje datum, čas a vaše přezdívka na [www.geocaching.com](http://www.geocaching.com). K těmto informacím můžete připojit text o vašem hledání nebo poděkování vlastníkovvi.

**Pravidlo č. 3** – pokud jste uvnitř cache nenašli logovací zápisník nebo tužku, oznamte to zakladateli cache.

**Pravidlo č. 4** – vracejte schránku zpět na stejné místo, na jakém jste ji našli. To samé platí pro zamaskování.

**Pravidlo č. 5** – zapište svoji návštěvu cache na webu [www.geocaching.com](http://www.geocaching.com)

**Pravidlo č. 6** – je pravidlo určené zakladatelům. Pokud cache založíte, máte za ni zodpovědnost. Musíte ji udržovat v dobrém stavu, kontrolovat a opravovat ji. (Hojgr, Stankovič, 2007, str. 160)

### 2.1.6 Založení cache

Prvotním předpokladem pro založení cache by mělo být nastudování pravidel jejich publikování. V pravidlech jsou popsány zásady, které by měl kačer dodržovat. (Hojgr, Stankovič, 2007, str. 168)

Při hledání vhodného místa je třeba dbát několika pravidel:

- schránka nesmí být zakopána v zemi;
- nesmí být dále umístěna v místě, kde by ničila životní prostředí nebo obtěžovala zvěř (například v národním parku či divočině);
- nesmí být zakládána na místech, kam je zakázán vstup (např. vojenské prostory);
- nesmí ničit cizí majetek nebo se nacházet na soukromém pozemku bez dovolení majitele;
- nesmí být užívána pro komerční či propagační účely;
- při jejím zakládání musíte dbát místních zákonů;
- cache jsou povoleny ve vesmíru, na jiných planetách a na vesmírných lodích;
- jednotlivé cache by od sebe měly být vzdáleny 161 metru.

Stejně důležitý je výběr vhodného místa. Oblast by měla být něčím zajímavá a přínosná. Hledači chtějí zažít něco nového. Dozvědět se nové informace, podívat se na doposud nepoznaná místa. Při výběru lokality je tedy nutno vyhodnotit spolehlivost úkrytu, bezpečnost při hledání a technické podmínky - jako je příjem GPS signálu. (Hojgr, Stankovič, 2007, str. 168)

Pokud máte vybranou vhodnou lokalitu, kam umístíte cache, musíte pro ni najít vhodný úkryt. Existuje základní pravidlo pro umístění schránky. Skrýš by neměla být viditelná pro kolemjdoucí mudly<sup>5</sup>. Využijte svoji kreativitu a vytvořte úkryt v dutině stromu, v keři, zaklíněný v kameni či jinou nápaditou skrýš. Při umístění cache vám pomohou vámi získané zkušenosti z hledání úkrytů. (McNamara, 2004, str. 149)

Poté proved'te zaměření skrýše. Místo byste měli zaměřit několikrát po sobě v různou dobu a vypočítat průměr souřadnic ze všech měření. Tímto způsobem s největší pravděpodobností zamezíte vzniku chyby zaměření polohy a získáte finální polohu nové skrýše. Správnost souřadnic je vhodné ověřit na internetu, pomocí kteréhokoliv mapového portálu. V případě špatného zaměření může hrozit, že vaši cache nikdo nenajde. (Hojgr, Stankovič, 2007, str. 169)

Před samotným vytvořením fyzické cache si musíte promyslet, jakou velikost a jaký typ zvolíte. Volba správného kontejneru na cache je velmi důležitá. Chrání obsah, který se v ní ukrývá, proti poškození a v žádném případě by neměl propouštět vlhkost. Nejosvědčenější typy krabiček jsou plastové boxy s uzavíratelným víkem, nejlépe šroubovatelným.

Skrýš by měla obsahovat informace pro náhodné nálezce, logovací deníček a tužku. Do větších byste měli připravit věci na výměnu. Není vhodné do schránek dávat pera, protože v chladném počasí nemusejí fungovat. Je vhodnější použít obyčejnou tužku. (Destil.cz, 2007)

---

<sup>5</sup> Výraz mudlové byl inspirován románem Harry Potter. Takto jsou nazýváni lidé, kteří se Geocachingu nevěnují a zároveň o něm nic nevědí. (Imagir, 2007)

Logbook může mít hodně podob. Jeho provedení závisí na typu cache. U micro cache bude deníčkem pouze malý několikrát přeložený nalinkovaný papír, aby byl zajištěn pořádek v jednotlivých zápisech geocacherů. Do tradiční schránky můžete umístit větší deník. Vše závisí pouze na vlastní fantazii a možnostech. (Spektrum zdraví, 2012)

Následuje registrace cache na internetu. K formuláři k založení se dostanete z hlavní stránky [www.geocaching.com](http://www.geocaching.com) vybráním odkazu *hra* a poté *založení cache*. Pomocí formuláře vytvoříme keši listing. Nejprve musíte zadat umístění schránky pomocí souřadnic. Můžete přidat trasové body, které mohou přilákat kačery. V dalším kroku musíte vyplnit popis, vymyslet pro cache vhodný název, vybrat zemi, kde je umístěna, napsat popis, kde uvedete veškeré informace, které souvisejí s cache a jejím nalezením. Pro zjednodušení hledání můžete také zadat nápovědu, která pomůže při objevování místa skrýše. (Destil.cz, 2007)

V dalším kroku musíte vybrat velikost, obtížnost a terén cache. Zároveň je možné zvolit několik atributů, které blíže popisují schránku. V závěru musíte napsat vzkaz pro reviewera<sup>6</sup>, kde upřesníte umístění skrýše, vysvětlíte mu polohu, a obsah samotné skrýše. V této fázi již musíte mít cache umístěnou. V posledním kroku jste přesměrováni na listing keše, který se bude zobrazovat hledačům. Ten je nutné znovu překontrolovat, aby se v něm neobjevovaly chyby. V případě správnosti informační stránky cache zvolte tlačítko *odeslat ke schválení*. Nyní je nutné počkat na vyjádření reviewera a případně podle jeho pokynů opravit chyby, kterých jste se dopustili. Komunikujte s ním pomocí *note to reviewer*. V případě, že máte vše v pořádku, je cache publikována a odlov může začít. (Hojgr, Stankovič, 2007, str. 170)

## 2.2 Geocaching a geografické informační systémy

Hra Geocaching úzce souvisí s globálně polohovacím systémem (GPS). Každý kdo se této hře věnuje, by měl znát alespoň základní principy fungování systému. Zjednodušeně řečeno, jedná se o používání speciálního rádiového přijímače, který měří vzdálenost mezi vaší pozicí a satelity obíhající Zemi. Pomocí něho můžete zjistit svou pozici kdekoliv na světě, což je nezbytným předpokladem pro hledání cache. V této kapitole bude vysvětleno, jak vybrat vhodný GPS přijímač pro Geocaching. Nejdříve ale věnuji trochu času přiblížení toho, jak funguje GPS. (McNamara, 2004, str. 21)

### Globální polohovací a navigační satelitní systémy (GNSS)

Globální polohovací a navigační systémy jsou družicové radiové systémy sloužící ke stanovení geografické polohy nebo k navigování uživateleva přijímač kdekoliv na světě. V současné době jsou v plném provozu dva systémy, americký GPS a ruský GLONASS. (Schelbal, Homola, Staněk, 2006)

---

<sup>6</sup> Reviewer je dobrovolník, který posuzuje dodržování pravidel při zakládání schránek. (Reviewer, 2015)

Evropský systém Galileo měl začít poskytovat první služby koncem roku 2014 a plně funkční má být v roce 2020. Systém bude plně funkční, až bude na oběžné dráze 30 satelitů. (Navigační systém Galileo, 2014)

### 2.2.1 Globální polohovací systém

Global positioning system, zkráceně GPS, je vojenský globální družicový polohový systém provozovaný Ministerstvem obrany Spojených států amerických, který způsobil revoluci ve zjišťování polohy kdekoli na povrchu Země. GPS systém byl původně projektován pro 24 družic. Ty oběhnou Zemi za 12 hodin každý na jiné oběžné dráze ve výšce 20 200 kilometrů. V současné době je vypuštěno 31 družic. (Maguire, Goodchild, Longley, Rhind, str. 141, 2012).

Původně se systém jmenoval NAVSTAR GPS (Navigation Signal Timing and Ranging Global Positioning system). Vývoj systému byl zahájen v roce 1973. Vznikl spojením dvou jiných systémů, nazývaly se Systém 621B a Timation. První družice byla vypuštěna v roce 1974. (McNamara, str. 26, 2004)

#### Základní principy GPS

Nejdříve vás seznámím s tím, jak globálně polohovací systém funguje a poté plynule přejdu k popisu jednotlivých částí, ze kterých se skládá. GPS má základy v matematice, fyzice a strojírenství, ale nemusíte být špičkový vědec, abyste rozuměli základním principům systému. Skládá ze tří základních segmentů nezbytných pro jeho fungování:

- kosmického segmentu;
- uživatelského segmentu;
- řídicího a kontrolního segmentu. (McNamara, 2004, str. 22)

Kosmická část je tvořena soustavou umělých družic Země obíhajících po známých a přesně definovaných oběžných drahách. Satelitům trvá zhruba 12 hodin než obletí celou Zemi, přičemž jedním a tím samým bodem satelit proletí zhruba jednou za 24 hodin. Satelity jsou okolo Země rozestavěny tak, aby byl GPS přijímač nacházející se na jakémkoliv místě schopný přijímat signál a komunikovat s nejméně 6 satelity najednou, tj. pokud nic neblokuje signál. Samotná kosmická složka se dělí do dalších tří částí:

- **počítače**, které jsou umístěny na palubě lodi, kontrolují let družice a její další funkce;
- **atomové hodiny** sloužící k měření vzdálenosti satelitu a přijímače GPS, měří přesný čas za který signál doputuje k Zemi;
- **rádiový vysílač** využívaný pro zasílání signálu na Zem. (McNamara, 2004, str. 23)

Řídící a kontrolní segment se skládá ze sady pozemních stanic, které monitorují družice. Informace z jednotlivých stanovišť jsou zasílány do řídicího centra, které se nazývá Consolidated space operations center. Data, které tato stanice přijímá, obsahují informace o polohách družic. (GPS.gov, 2015)

Uživatelský segment je tvořen GPS přijímači. Každý, kdo má GPS přijímač, může přijímat satelitní signál určující jeho současnou polohu. Satelity přijímají dva druhy dat z NAVSTAR satelitů. První obsahují přibližnou pozici družice. Druhá data v sobě nesou přesné informace o pozici satelitů. Pro zaručení přesnosti musí přijímač vědět, jak daleko je od satelitu. Vzdálenost je vypočítána jako součin rychlosti šíření radiových vln a doby mezi přijetím a vysláním signálu. (Svět hardware, 2006)

Satelity i GPS přijímače generují náhodně identickou posloupnost kódu. GPS zařízení vám ukáže jaká je vaše přesná poloha. Jak hodně je vypočítané umístění přesné, závisí na kvalitě satelitního signálu. K získání zeměpisné délky a šířky je zapotřebí tří satelitních signálů. Díky čtyřem můžete zjistit navíc i výšku. Na základě tohoto zjištění víme, že čím je vyšší počet družic, tím je vypočítaná poloha přesnější. (McNamara, 2004, str. 27)

### 2.2.2 Souřadné systémy

Na světě je používána řada různých souřadných systémů. Různost těchto systémů spočívá ve zvolení výchozího bodu a ve způsobu převodu zakulaceného povrchu země na papír. K tomu, aby do roviny nebo prostoru mohl být zanesen bod, musíte zvolit soustavu souřadnic. Základní způsob, který se používá při určování souřadnic pro body, je zjišťování podle zeměpisné šířky a délky.

Výchozími body jsou nultý poledník v Greenwichi a rovník. Zemská délka je popsána jako odchylka od zmíněného poledníku v horizontálním směru. Zeměpisná šířka je úhlová odchylka od rovníku ve vertikálním směru. Bod má tedy souřadnice např. 50° s. š. a 60° v. d., což znamená 50° severní šířky a 60° východní délky. (Hrubý, 2006)

Souřadnice lze zapsat různými způsoby, proto si na to při jejich zápisu musíte dávat pozor. Můžete je zapsat jako:

- **stupně, minuty a vteřiny** (DD MM SS.sss) – jedná se o nejčastější zápis (např. 45° 17' 27,6" N 122° 24' 47.99" W);
- **stupně a minuty** (DD MM.mmm) – vteřiny jsou vynechány, jedná se o nejčastěji využívaný zápis při Geocachingu (např. 45° 17.46" N -122° 24.8")
- **stupně** (DD.ddd) – minuty a vteřiny jsou převedeny na stupně (např. 45.291° N, 122.413333°) (McNamara, 2004, str. 47)



I přesto, že souřadnice vypadají rozdílně, existuje jednoduchý matematický převod, jak převést jeden formát zápisu souřadnic na jiný. Je ovšem jednodušší využít online kalkulačku<sup>7</sup>. Pro Geocaching jsou nejčastěji využívány systémy WGS-84, S-42 a S-JTSK. (NcNamara, 2004, str. 47)

### **WGS-84**

Systém GPS udává svou polohu především v geodetickém systému WGS-84, který je standardem NATO. Vznikl v roce 1984, kdy bylo získáno velké množství informací pro výpočet parametrů rotačního elipsoidu. Odchytky od tohoto systému jsou zanedbatelné. Počátkem systému je těžiště Země. Od roku 2006 se stává standardem pro armádu České republiky. Do té doby používala armáda systém S-42. (Path.cz., 2007)

### **S-JTSK**

Systém Jednotné trigonometrické sítě katastrální je nejvyužívanější v České republice. Vznikal mezi lety 1920-1958. S-JTSK používá Křovákovo zobrazení. Jedna z nevýhod tohoto systému je jeho použitelnost výhradně pro Československo, protože nenavazuje na souřadnicové systémy okolních států. (S-JTSK, 2009)

## **2.2.3 GPS přístroj vhodný pro Geocaching**

GPS zařízení je vyráběno v různých tvarech a velikostech s různými rysy. GPS technologie mají využití v různých rekreačních aktivitách, proto může být matoucí, který typ si pro hru vybrat či kolik utratit, abyste získali přístroj s dostačujícími funkcemi. (The Editors of Geocaching.com, 2012, str. 161) Pro hru je možné využít neuvěřitelné množství přístrojů od hodinek, PDA zařízení, mobilních telefonů, ručních přijímačů GPS až po automobilové navigace. Nejdůležitější požadavek, který by mělo zařízení splňovat, je možnost zadání souřadnic cache. (Hojgr, Stankovič, 2007, str. 156)

Ruční přijímače jsou stále číslem jedna. Největší jejich výhodou je samotná konstrukce zařízení. Navíc je u nich kladen důraz na odolnost vůči vodě, prachu, otřesům a mechanickému poškození. Nesmíme opomenout také možnost napájení přes klasické AA baterie.

Nejpoužívanější jsou v dnešní době mobilní telefony s příslušnou aplikací pro Geocaching. Lze využívat placené i neplacené aplikace. Nejznámější jsou oficiální aplikace *Geocaching Live*, která má základní funkce, a *Pro* určená prémiovým členům. (Škopek, 2013)

Méně vhodnou variantou jsou PDA zařízení, ke kterým je ve většině případů potřeba dokoupit GPS modul. Nevýhodou těchto přístrojů je slabá výdrž baterií a malá odolnost. Navzdory tomu existuje spousta kačerů, kteří PDA využívají. Pokud byste chtěli toto zařízení využívat naplno, musíte pro něj najít vhodný software. Ten by měl umět zpracovávat informace o poloze získané z GPS.

---

<sup>7</sup> Online kalkulačka na <http://www.jeepreviews.com/wireless-gps-coordinates/>

Měl by také umožňovat zadávání souřadnic. Softwarů je na trhu spousta, ovšem ty nejpropracovanější jsou zpoplatněny. Lze najít i vhodné programy, které jsou zdarma a funkční. (Hojgr, Stankovič, 2007, str. 156-157)

## 2.3 Marketingový výzkum

Představuje systematický a cílevědomý proces směřující k opatření určitých informací. Získáváme tzv. primární informace<sup>8</sup>. Informacemi pro marketing rozumíme jakákoliv data, která chybí. (Kozel, 2006, str. 58 – 59) Jedná se vlastně naslouchání spotřebiteli. (Kozel, Minářová, Svobodová, 2011, str. 13)

Hlavními charakteristikami marketingového výzkumu jsou jeho jedinečnost, vysoká vypovídající hodnota a v neposlední řadě aktuálnost. Je také doprovázen finanční, kvalifikační a časovou náročností. (Kozel, Minářová, Svobodová, 2011, str. 13)

### 2.3.1 Proces marketingového výzkumu

Každý marketingový výzkum je jedinečný, protože je ovlivňován vždy jinými faktory, které vyplývají ze zkoumaného problému. Dělí se na dvě hlavní etapy, které na sebe navazují. Jedná se přípravnou a realizační část. Celý proces sestává z následujících kroků:

1. přípravná etapa,
  - definování problému a cíle,
  - orientační analýza situace,
  - plán výzkumného projektu,
2. realizační etapa,
  - sběr údajů,
  - zpracování shromážděných údajů,
  - analýza údajů,
  - interpretace výzkumu,
  - závěrečná zpráva a její následná prezentace. (Kotler, Wong, Saunders, Armstrong, 2007, str. 407)

Aby se předešlo chybám, je třeba být důsledný především v přípravné části. Musíme také správně definovat hlavní problém. Nejnáročnější fází je sběr dat. Pokud není tato fáze pečlivě provedena, hrozí získání nesprávných výsledků. (Kozel, 2006, str. 70 – 71)

---

<sup>8</sup> Primární informace jsou sesbírané pro konkrétní účel. Jsou získávány prostřednictvím vlastního výzkumu. K jejich sběru může být využita jedna ze tří metod – pozorování, dotazování nebo experiment. (Kozel, 2006, str. 64)

### 2.3.2 Definice cílů a formulace hypotéz

#### Definice cílů

Každý problém lze zkoumat z více pohledů a zjišťovat o něm řadu informací. Proto platí, že základem je dobře definovaný cíl. Počet cílů musí být přiměřený. Při úzkém vymezení můžete přehlédnout důležité alternativy, široké cílení přináší zbytečné náklady. Důležité je najít hlavní faktor, který určí cíl práce. (Kozel, 2006, str. 74)

#### Formulace hypotéz

Je nutné správně pojmenovat problém, který je následně převeden na konkrétní cíl. Dalším úkolem je formulovat hypotézy, které jsou vyslovením předpokladů o povaze zjišťovaných vztahů, které je třeba během výzkumu ověřit či vyvrátit.

Výsledná podoba hypotézy je tvořena stránkou obsahovou a formální. Po formální stránce se jedná o tvrzení. Nejsou to otázky. Po stránce obsahové se jedná o seznam předpokládaných odpovědí.

Hlavním význam hypotéz je v ověřování souvislostí mezi proměnnými. Pomáhají při optimalizaci informací. (Kozel, Minářová, Svobodová, 2011, str. 78)

### 2.3.3 Metody sběru primárních dat

Rozeznáváme tři metody sběru primární údajů, a to pozorování, dotazování a experiment.

*Pozorování* probíhá bez přímého kontaktu mezi pozorovaným a pozorovatelem. Při pozorování neklademe otázky, pouze sledujeme, jak se lidé chovají.

Smyslem *dotazování* je pokládání otázek respondentům. Získané odpovědi jsou podkladem pro získání primárních informací. Výběr dotazovaných by měl odpovídat cíli a zaměření výzkumu. Otázky lze pokládat osobně, telefonicky nebo elektronicky.

Při *experimentu* probíhá testování, při kterém se pozorují a vyhodnocují změny chování a vztahy, které vznikají v uměle vytvořených podmínkách. (Kozel, 2006, str. 137 – 145)

### 2.3.4 Dotazník

Dotazníky jsou nejčastějším nástrojem při sběru dat. Jsou to formuláře s otázkami, na které respondenti odpovídají. Před zveřejněním je třeba dotazník vyzkoušet a zbavit chyb. (Kozel, 2006, str. 161)

### **Konstrukce otázek**

Není dána přesná a správná konstrukce otázek. Správnost otázky můžete zjistit podle toho, jakou přináší informační hodnotu. Základní pravidla při tvorbě dotazníku:

1. Pokládat pouze přímé otázky.
2. Ptát se jednoduše
3. Nepoužívat cizí slova
4. Užívat slova s jedním významem
5. Pokládat konkrétní otázky
6. Nabízet srovnatelné odpovědi
7. Využívat krátké otázky
8. Vyloučit otázky s předem jasnou odpovědí
9. Vyloučit zdvojené otázky
10. Nepokládat zavádějící otázky
11. Vyloučit nepříjemné otázky
12. Nepokládat příliš osobní otázky
13. Nepoužívat negativní otázky
14. Vyloučit motivační otázky
15. Vyhnout se odhadům (Kozel, 2006, str. 162)

#### **2.3.5 Konstrukce dotazníku**

Jsou dva přístupy při tvorbě dotazníku, a to sociologický a ekonomický. Sociologický má za cíl probrat co nejvíce oblastí. Ekonomický je jasný ve formulaci a stručné podobě.

Nikde není dána přesná délka dotazníku. Závisí to především na zkoumaném tématu. Otázky by za sebou měly být logicky uspořádané.

Před první otázkou bychom měli uvést název dotazníku a krátký text, ve kterém respondentovi sdělíme účel a cíl, za jakým formulář vyplňuje. Zároveň by měl obsahovat poděkování. (Kozel, Minářová, Svobodová, 2011, str. 78)

Do dotazníku by neměly být zahrnuty zbytečné či osobní otázky. Na začátku by měly být umístěny ty nejdůležitější a nejzajímavější, zejména ty, které dotazník větví. Může se jednat o filtrační otázky. Segmentační otázky typu věk, pohlaví, dosažené vzdělání by měly být umístěny na konci. (Vyplňto.cz, 2008 – 2015)

#### **2.3.6 Kdy použít otevřené a uzavřené otázky**

Na otevřené otázky může respondent odpovědět volně podle svého uvážení. Na druhou stranu jsou velmi zrádné. Nehrozí u nich, že je někdo nebude umět zodpovědět. Každý se může přesně vyjádřit. Naopak jejich zpracování může být

velmi obtížné. Je potřeba ručně sloučit jednotlivé odpovědi do kategorií. Zároveň jsou tyto otázky náročnější na čas respondenta. (Kozel, 2006, str. 170)

Uzavřené otázky dávají uživateli na výběr z variant. Vyplnění je rychlé. Dotazníky s tímto typem otázek mívají více respondentů. S vyhodnocením nebývá sebemenší problém. Snadno se k odpovědím generují grafy. Při tvorbě uzavřených otázek je nutné správně zvolit odpovědi. Může se totiž stát, že dotazovaný nebude umět na položenou otázku odpovědět. V tomto případě je vhodné zvolit únikovou odpověď typu „jiné“. U těchto druhů hrozí, že dotazník vyplní bezmyšlenkovitě a tím budou data zkreslena. (Vyplňto.cz, 2008 – 2015)

## 2.4 Cestovní ruch

Cestovní ruch je odvětvím, které se velmi dynamicky rozvíjí po celém světě. Každoročně představuje největší pohyb lidské populace za rekreací a poznáváním. Začátek rozvoje cestovního ruchu se datuje od přelomu 19. a 20. století. Pojem turismu byl sjednocen na počátku 90. let 20. století na Mezinárodní konferenci o statistice a turismu v Ottawě pod záštitou Mezinárodní organizace turismu.

Pro cestovní ruch se stala nejpoužívanější definice, která ho popisuje jako činnost osoby, která cestuje ve svém volném čase na přechodnou dobu mimo místo jejího trvalého bydliště. Nesmí tuto cestu podnikat za účelem výdělečné činnosti. Přechodnou dobou se myslí doba kratší než jeden rok pro mezinárodní cestovní ruch a pro domácí cestovní ruch se jedná o dobu kratší než šest měsíců. (Palatková, Zichová, 2011, str. 12)

### 2.4.1 Subjekt cestovního ruchu

Subjektem cestovního ruchu je každý, kdo uspokojuje svoje potřeby spotřebou statků cestovního ruchu v době cestování a pobytu mimo místo trvalého bydliště a ve většině případů ve svém volném čase. (Hesková, 2003, str. 13)

Návštěvníkem je osoba, která cestuje v rámci domácího cestovního ruchu na jiné místo v zemi než je jeho trvalé bydliště na dobu kratší než šest měsíců. V zahraničním cestovním ruchu cestuje do jiné země na dobu nepřesahující jeden rok. V obou případech nesmí být hlavním účelem cesty výkon výdělečné činnosti.

V případě, že se kačer rozhodne hledat cache mimo své trvalé bydliště, tak ho můžeme v rámci cestovního ruchu označit právě tímto vysvětlovaným pojmem. (Hesková, 2003, str. 14)

Pojem návštěvník může mít další dvě formy:

- turista je osoba, která splňuje kritéria návštěvníka a minimálně jednou v dané oblasti přenocuje,
- jednodenní návštěvník neboli výletník nesmí přespat v dané lokalitě. (Palatková, Zichová, 2011, str. 12)

## 2.4.2 Druhy a formy cestovního ruchu

### Druhy cestovního ruchu

Cestovní ruch se dělí podle kritérií a způsobů, jakým je cestovní ruch realizovaný.

Ve vztahu k platební bilanci dělíme cestovní ruch na domácí, zahraniční a tranzitní.

- **Domácí cestovní ruch** zahrnuje cestování a pobyt domácího obyvatelstva žijící v dané zemi.
- **Zahraníční cestovní ruch** je spojený s překračováním hranic státu. Patří do něj příjezdový cestovní ruch (aktivní cestovní ruch), výjezdový cestovní ruch (pasivní cestovní ruch) a tranzitní cestovní ruch. V aktivním jde o příchod zahraničních návštěvníků do cílové země. V případě, že obyvatelé dané země, vyjíždějí do zahraničí, mluvíme o pasivním cestovním ruchu.
- **Tranzitní cestovní ruch** je průjezd přes území daného státu, za účelem dosažení cíle v jiném státě. (Drobná, Morávková, 2010, str. 13)

Dle místa realizace se cestovní ruch dělí na vnitřní, národní a mezinárodní.

- **Vnitřní cestovní ruch** obsahuje domácí a aktivní cestovní ruch.
- **Národním cestovním ruchem** rozumíme domácí a pasivní cestovní ruch.
- **Mezinárodní cestovní ruch** je tvořen příjezdovým a výjezdovým cestovním ruchem několika států či regionů. (Ryglová, Burian a Vajčnerová, 2011, str. 20–22)

Cestovní ruch lze rozdělit i podle způsobu financování na volný a vázaný.

- **Volný cestovní ruch** si účastníci hradí výdaje nejčastěji z vlastních příjmů.
- **Vázaný cestovní ruch** si platí pouze část výdajů, ostatní hradí zaměstnavatel, pojišťovna. Příspěvek je podmíněn splněním určité podmínky, jako je například členství v odborech. (CzechTourism, 2005 – 2015)

Dalším druhem je cestovní ruch dle délky pobytu. Dělíme ho na výletní, krátkodobý a dlouhodobý.

- **Výletní cestovní ruch** (jednodenní cestovní ruch) spojujeme s pobytem mimo trvalé bydliště kratší než jeden den bez přenocování.
- Do **krátkodobého cestovního ruchu** lze zařadit přenocování od dvou do tří nocí.
- **Dlouhodobý cestovní ruch** zahrnuje 4 a více přenocování, přičemž doba pobytu nesmí přesáhnout v rámci domácího cestovního ruchu dobu delší než šest měsíců. V zahraničním nepřekročí dobu jednoho roku. (Hesková, 2006, str. 31)

Nesmíme zapomenout na rozdělení podle zabezpečení cesty a pobytu. Lze tedy cestovní ruch rozdělit na organizovaný a neorganizovaný.

- Účastníci **organizovaného cestovního ruchu** si zařizují zájezd pomocí zprostředkovatele (cestovní kancelář, cestovní agentura).
- V rámci **neorganizovaného cestovního ruchu** si účastníci zajišťují cestu a pobyt sami. Mohou ale využít jednotlivých služeb u zprostředkovatelů, jako je nákup letenek. (Palatková, Zichová, 2011, str. 22)

Dle ročního období dělíme cestovní ruch na sezónní, mimosezónní a celoroční.

- **Sezónní cestovní ruch** zahrnuje zimní a letní sezónu. Toto období je charakteristické vysokou návštěvností, příznivými podmínkami pro cestovní ruch a dražšími službami.
- **Mimosezónní cestovní ruch** je typický nízkou návštěvností a sníženou nabídkou služeb s nízkými cenami.
- Bez omezení se rozvíjí **celoroční cestovní ruch**. (Hesková, 2006, str. 34 – 35)

Pokud se na Geocaching podíváte z pohledu druhů, lze jej zařadit mezi domácí, krátkodobý a neorganizovaný cestovní ruch. (Holešinská, Vystoupil, 2012)

### Formy cestovního ruchu

Formy jsou určeny na základě motivace účasti na cestovním ruchu. Základní formy cestovního ruchu odpovídají nejširším potřebám, zatímco specifické uspokojují účastníky s určitými potřebami. Kvůli změně životního stylu vznikají nové formy. Mezi základní řadíme rekreační, kulturně-poznávací, sportovně turistický a lázeňský a léčebný cestovní ruch. (Ryglová, Burian a Vajčnerová, 2011, str. 20)

*Rekreační cestovní ruch* je charakteristický pro aktivní i pasivní odpočinek, jeho cílem je obnova fyzických i psychických sil. Jedná se zejména o pobyt v příznivém přírodním prostředí kombinovaný s různými rekreačními aktivitami. Má vliv na organismus a duševní zdraví člověka. (Hesková, 2006, str. 22)

*Kulturně-poznávací cestovní ruch* spojuje poznávání historie, kultury, tradic a zvyků. (Ryglová, Burian a Vajčnerová, 2011, str. 20)

*Sportovně-turistický cestovní ruch* zahrnuje aktivní odpočinek, účast na sportovních činnostech. Jedná se i o pasivní účast na sportovních akcích. (Hesková, 2006, str. 23)

Na léčbu, prevenci a relaxaci je zaměřen *léčebný a lázeňský cestovní ruch*. Působí na celkovou duševní a psychickou obnovu sil jednotlivce.

Specifické formy uspokojují zvláštní potřeby nejrůznějších cestovatelských segmentů. Ke speciálním formám cestovního ruchu lze řadit cestovní ruch mládežnický, seniorů, rodinný, lidí s tělesným handicapem, městský, venkovský, kongresový, chalupářský, gastronomický, golfový a filmový. Existuje spousta dalších speciálních forem. (Ryglová, Burian a Vajčnerová, 2011, str. 20)

Geocaching lze zařadit na pomezí rekreační turistiky a sportovní disciplíny. (Holešinská, Vystoupil, 2012) Z hlediska forem není Geocaching substitutem,

nýbrž komplementem. Lze se mu věnovat při jakékoliv cestě. Hra může sloužit jako přidaná hodnota k výletům. (Holešinská, Vystoupil, 2012)

## 2.5 Filmový cestovní ruch

Filmový turismus, který vznikl jako reakce na oblíbenost filmů a televize, řadíme mezi relativně nové formy cestovního ruchu. Marketingová destinace<sup>9</sup> cestovního ruchu se stará o vytváření image a značky daného místa.

### 2.5.1 Vymezení pojmu filmový turismus

Předchůdcem filmového ruchu byl cestovní ruch spojený s cestováním na místa, která se objevila v některé knize. Účastníci jsou k cestování motivováni návštěvou míst děje významných románů a dalších literárních děl, případně i rodišť, míst pobytu a posledního odpočinku významných spisovatelů. V České republice je asi nejznámějším místem Babiččino údolí spojené s autorkou Boženou Němcovou a jejím románem Babička. (Kotíková, 2013, str. 131)

V zahraničí se vztahem mezi filmovým turismem a cestovním ruchem začali zabývat v odborných studiích zhruba od poloviny 80. let minulého století. Tyto práce zkoumaly dopady filmů, natáčených v určité lokalitě, na turistickou návštěvnost daných destinací. Snažily se prokázat významnost a potenciál této nové formy cestovního ruchu. V současné době se zkoumají dvě hlavní oblasti filmového cestovního ruchu. První z nich má ekonomické zaměření, které mapuje nejvýznamnější filmové destinace a jejich aktivity spojené s managementem a marketingem destinace. Na druhé straně analyzují dopady na život místního obyvatelstva či změny vnímání dané destinace návštěvníky. (Connell, 2012, str. 1008)

V zahraniční literatuře je filmový cestovní ruch označován různými termíny: *Film Tourism, Teletourism, Film-induced Tourism, Movie-induced Tourism, Screen Tourism, Media Tourism* nebo *Cult Geography*. (Karpovich, 2010, str. 10)

Jelikož se jedná o novou formu cestování, je jeho vymezení poněkud složitější. O definování se pokoušela spousta autorů. Jejich definice se liší zejména v tom, co filmový ruch všechno obsahuje. Toto je jedna z nich: „*Filmový turismus zahrnuje cestovní ruch, jehož hlavním motivem je návštěva míst, se kterými je spjatý určitý film či jiné audiovizuální dílo, nebo návštěva atraktivit a událostí, které se vztahují k filmu, seriálu či jiným obdobným audiovizuálním dílům.*“ (Kotíková, 2013, str. 132)

Pojmy *Film Turismus* či *Movie Turismus* mohou být chápány i komplexněji. Mohou obsahovat i různé dílčí produkty – vedle lokalit spojených s určitým filmem také např. filmové festivaly, přehlídky, muzea, premiéry, návštěvu filmových studií a další. (Kotíková, 2013, str. 132-133)

---

<sup>9</sup> Destinace je představována svazkem různých služeb koncentrovaných v určitém místě nebo oblasti, které jsou poskytovány v návaznosti na potenciál cestovního ruchu (atraktivita) místa nebo oblasti. (Palatková, 2006, str. 16)



## 2.5.2 Typologie filmového turisty

Cílová skupina filmového cestovního ruchu se velmi obtížně definuje, protože jednotlivé filmy či televizní pořady mají rozdílné publikum.

Motivace hraje v cestovním ruchu klíčovou roli. Představuje soubor vzájemně provázaných vnitřních tzv. tlakových a vnějších tzv. tahových faktorů. Tlaková motivace je založena na socio-psychických potřebách jedince, zatímco tahová představuje přitažlivost destinace. (Heitmann, 2010, str. 33)

Využitím konceptu tahových a tlakových faktorů motivace se vymezují tři typy účastníků:

- **náhodný turista** – zážitky spojené s filmem nevyhledává, ale může se přihodit, že takové místo navštíví,
- **příležitostný turista** – hlavním motivem cesty není zájem o filmovou lokalitu, atraktivitu či událost,
- **vyhraněný filmový turista** – pro něho je hlavním důvodem návštěvy dané destinace film. (Kotíková, 2013, str. 136)

## 2.5.3 Film jako nástroj marketingu destinace cestovního ruchu

Cílem marketingu destinace cestovního ruchu je zvyšování turistické návštěvnosti a budování pozitivní image<sup>10</sup>. Film je častým marketingovým nástrojem pro zvýšení návštěvnosti dané destinace. Natáčení v konkrétním místě má charakter *produkt placement* respektive *location placementu*. Product placement je „... záměrné a placené umístění značkového výrobku nebo služby do audiovizuálního díla s cílem jeho propagace.“ (Frey, 2011, str. 131)

Za výhody marketingu destinace pomocí filmu považujeme fakt, že samotný film či seriál má předem určenou cílovou skupinu a následný marketing oslovuje právě tyto skupiny. Diváci vnímají destinace v souladu s obsahem filmu a mohou mít o daném místě zkreslené představy. Film formuje image místa zobrazeného ve filmu. Může nastat několik variant.

- Místo, které je ve filmu zobrazeno jako atraktivní a působí tedy na image místa pozitivně, může následně zvýšit jeho návštěvnost.
- Film, který se v dané lokalitě odehrává, vyvolává negativní asociace a působí negativně na image destinace.
- Image místa film neovlivní v případě, že místo, kde se snímek natáčel, se neuvádí nebo se „vydává“ za jiné.
- Negativní dopad na vnímání destinace může mít nepravdivé zobrazení místa, kde se natáčelo, protože to vyvolává mylnou představu o lokalitě. (Kotíková, 2013, str. 134)

---

<sup>10</sup> Image = představa, kterou si o destinaci vytvoří zákazník (Ryglová, Burian, Vajčnerová, 2011, str. 154)

#### 2.5.4 Organizace a projekty filmového turismu

Natáčení zahraničních štábů podporuje filmová kancelář Czech Film Commission, která byla založena v roce 2004. Je členem mezinárodních filmových asociací a od roku 2013 součástí Národního filmového archivu. Poskytuje pomoc od vyhledávání vhodných lokalit až po právní poradenství, logistiku a marketing. V roce 2012 začaly vznikat regionální filmové kanceláře, které úzce spolupracují s Českou centrálou cestovního ruchu. (Kotíková, 2013, str. 139)

Do nedávna byly projekty týkající se filmového cestovního ruchu vedeny zejména filmovými nadšenci. Nejznámějším amatérským projektem je filmová databáze, kterou najdete na webu [www.filmovamista.cz](http://www.filmovamista.cz). Cílem projektu je vytvořit volně dostupnou filmovou databázi lokalit, kde se natáčely jednotlivé scény z filmů či seriálů. V současné době zde najdete přibližně 12 500 filmových míst s více než 2 000 filmů. Stránky nabízejí i mobilní aplikaci pro chytré telefony a tablety. (Filmová místa.cz, 2006 – 2015)

Česká centrála cestovního ruchu si na rok 2015 připravila kampaň nesoucí název „Česko – země jako z filmu“. Cílem projektu je vytvořit multimediální produkt cestovního ruchu s návazností na filmový turismus, který pomůže ke zvýšení počtu zahraničních a tuzemských návštěvníků v turistických regionech Česka. Česko jako turistická destinace bude prezentována prostřednictvím známých filmů a televizních seriálů. Ke kampani bude vytvořena mobilní aplikace umožňující prolínání filmové fikce s reálnými prožitky. (CzechTourism, 2005 - 2013)

## 3 Praktická část

V druhé části bakalářské práce se zabývám dotazníkovými výzkumy. První se zabývá povědomím o hře Geocaching, profilu kačera a jeho postoji k filmovému cestovnímu ruchu.

Dále jsem zpracovala zápisy lovců do logbooků a zjistila návštěvnost jednotlivých cache.

Druhý dotazník byl zaměřen přímo na kačery, kteří odlovili sérii schránek, kterou jsem vytvořila. Hlavním cílem dotazníku bylo zjištění motivace, která vedla kačery k odlovu daných cache.

### 3.1 První dotazníkový výzkum

V prvním dotazníkovém šetření se zabývám základními informacemi o známosti Geocachingu mezi lidmi, profilu kačera a jeho postoji k filmovému cestovnímu ruchu. Dotazník byl zveřejněn na severu [www.vyplnto.cz](http://www.vyplnto.cz). Nahlédnout do něj můžete v příloze A na konci bakalářské práce.

Data byla sbírána od 17. 03. 2015 do 26. 03. 2015. Dotazník byl umístěn na sociální síti Facebook<sup>11</sup>, a na fóra, která se týkají Geocachingu<sup>12</sup>. Účastníky průzkumu nebyli pouze kačeři, protože cílem bylo zjistit povědomí široké veřejnosti o této hře.

Dotazník vyplnilo dohromady 357 respondentů, z nichž odpovědi čtyř účastníků musely být vyloučeny z důvodu nesprávného vyplnění. Při vyhodnocování se pracovalo s 353 vyplněnými formuláři, které byly správně vyplněny.

Dotazník byl zveřejněn v českém jazyce a skládal se z 25 otázek. Většina z nich měla uzavřenou formu s jednou či více odpověďmi. U některých otázek respondenti mohli dopsat vlastní odpověď.

První otázka rozdělovala účastníky na ty, kteří pojem Geocaching znají, a na ty, kteří netuší, co znamená.

Třetí otázka byla také rozřazovací. Díky ní jsem zjistila, kolik lidí se hře věnuje, a kolik pouze ví, že hra existuje. Následující sada otázek se zaměřovala na zjištění informací o hráčích. Další série se zabývala vztahem kačerů k filmovému cestovnímu ruchu a poslední otázky se věnovaly identifikací respondentů.

---

<sup>11</sup> <http://www.facebook.com/>

<sup>12</sup> <http://www.geocaching.cz/page/index.html>, <http://www.hedvabnastezka.cz>  
a <http://www.cestovni-ruch.cz/>

### 3.1.1 Výsledky dotazníkového šetření

První otázka zjišťovala povědomí o Geocachingu. Zodpovědělo ji 353 respondentů. Pojem zná 300 dotazovaných, což je 84,99 %. Zbýlých 53 respondentů (15,01 %) neví, co tento výraz znamená. Hru zná více žen než mužů. Ti, kteří odpověděli na tuto otázku záporně, pokračovali ve vyplňování dotazníku otázkou číslo 22, která zjišťovala identifikační údaje dotazovaného.

Tab. 1 Povědomí žen a mužů o hře Geocaching

| Znáte hru Geocaching? / Pohlaví | Muž | Žena | Celkem |
|---------------------------------|-----|------|--------|
| <b>Ano</b>                      | 120 | 180  | 300    |
| <b>Ne</b>                       | 7   | 46   | 53     |
| <b>Celkem</b>                   | 127 | 226  | 353    |

Účastníci dotazníku (206, 68,67 %), kteří na první otázku odpověděli kladně, nejčastěji uváděli, že se o hře dozvěděli od kamaráda či známého. Z internetu o ní získalo informace 57 respondentů, což je 19 %. První zmínku o Geocachingu poprvé vidělo v televizi 15 respondentů (5 %) a 9 respondentů (3 %) si o této volnočasové aktivitě přečetlo v novinách, časopisech nebo jiných publikacích. Méně početná skupina 7 respondentů (2,33 %) se o hře dozvěděla tak, že ji náhodně našla. Ti, kteří volili odpověď „jiné“ uvedli, že se s pojmem poprvé setkali ve škole nebo na volitelném kurzu, nebo si nepamatují, kde se o hře dozvěděli.

V třetí otázce se zjišťovalo, kolik z respondentů, kteří znají tento pojem, hraje Geocaching aktivně. Aktivními hráči je 153 respondentů (51 %). Dalších 46 respondentů (15,33 %) Geocaching nehraje aktivně, ale občas se přidávají k někomu, kdo hru aktivně hraje. Zbýlých 101 respondentů, což je 33,67 %, hru nehraje. Pokud na tuto otázku odpověděli záporně, pokračovali identifikačními otázkami.

Tab. 2 Rozdělení respondentů na hráče a nehráče Geocachingu

| Hrajete Geocaching? / Pohlaví | Muž | Žena | Celkem |
|-------------------------------|-----|------|--------|
| <b>Ano</b>                    | 84  | 69   | 153    |
| <b>Ne</b>                     | 23  | 78   | 101    |
| <b>Příležitostně</b>          | 13  | 33   | 46     |
| <b>Celkem</b>                 | 120 | 180  | 300    |

Z výše uvedené tabulky můžeme vyčíst několik zajímavých údajů. Aktivně se hře věnují zejména muži. Naopak pouze příležitostně hledají cache ženy. Odůvodňují si to tím, že muži na rozdíl od žen raději prožívají dobrodružství a s ním spojenou zvýšenou hladinu adrenalinu.

## Otázky určené pouze pro účastníky Geocachingu

Hráče Geocachingu lze rozdělit na aktivní a příležitostní hráče.

### Aktivní hráči

V následující části se zabývám hráči, kteří hledají schránky aktivně. Jedná se o skupinu 153 respondentů. Bylo zjištěno, že nejvíce respondentů hrajících aktivně Geocaching loví cache pět a více let. Jedná o 51 respondentů, což je 33,33 %. Druhá nejpočetnější skupina 48 respondentů (31,37 %) se hře věnuje 3 - 4 roky. Jeden až dva roky se hry aktivně účastní 40 respondentů, což je 26,14 %. Nejkratší dobu, což je méně než 1 rok, se hře věnuje 14 respondentů (9,15 %).

Pátá otázka zjišťovala, jestli lidé, kteří vyplnili dotazník a hrají hru aktivně, se plánují hře věnovat i do budoucna. Drtivá většina respondentů, což je 143 (93,46 %), bude hrát Geocaching i v budoucnu. Devět respondentů (5,88 %) si není jisto, a proto zvolilo odpověď „možná“. Pouze jeden dotazovaný neví.

Nejpočetnější skupinou otázky číslo 6 bylo 74 respondentů (48,37 %), kteří mají předplacený prémiový účet na oficiálních stránkách<sup>13</sup>. Prémiový účet nemá a do budoucna si ho ani neplánuje předplatit 34,64 %, což je 53 respondentů. Skupina 23 respondentů (15,03 %) ho v současné době nevyužívá, ale do budoucna si ho chce zaplatit. Zbývající 3 respondenti (2 %), kteří vyplnili dotazník, účet mají předplacený, ale dále ho už nechťejí využívat.

Nejvíce aktivních hráčů (50; 32,68 %) loví cache každý týden. Téměř každý víkend se za keškami vydává 37 respondentů, což je 24,18 %. Každý měsíc hledá schránky 25 respondentů (16,34 %) hrajících aktivně Geocaching. Nejméně tři krát do měsíce se za cachemi vydá 16 respondentů (10,46 %). Téměř denně hraje Geocaching 15 respondentů, což je 9,8 %. Výjimečně se hře věnuje 10 respondentů (6,53 %).

S partnerem se na lov vydává 42 respondentů (27,45 %). Cache loví s přáteli 35 respondentů, což je 22,88 %. Celkem 33 respondentů (21,57 %) preferuje při hledání schránek samotou. Partnera s dětmi a přáteli sebou na lov bere 26 respondentů (16,99 %). Pouze s dětmi chodí 7 respondentů (4,58 %). Šest hráčů, což je 3,92 %, hledá schránky s někým jiným. Nejméně početná skupinka 4 respondentů (2,61 %) věnující se aktivně hře se za cachemi vydává s partnerem a dětmi.

Z dotazníku bylo zjištěno, že 51 respondentů (33,33 %) má odloveno více než 1 000 schránek. Druhá nejpočetnější skupina 35 respondentů (22,88 %) má nalezeno 100 - 400 cache. Dalších 27 respondentů, což je 17,65 %, objevilo 401 až 700 cache. Méně než 100 ukrytých „pokladů“ má zalogováno 23 respondentů (15,03 %). Nejméně početnou skupinu tvoří 17 respondentů (11,11 %), kteří vyhledali 701 - 1000 cache.

Hráči, kteří se Geocachingu věnují velmi často, v hledání preferují tradiční cache. Na druhém místě se umístily mystery schránky. Na třetím místě

---

<sup>13</sup> www.geocaching.com

jsou multi-cache. Ostatní druhy cache seřadili respondenti v následujícím pořadí: wherigo, event, letterbox hybrid, eartcache a cache in trash out event.

Nejčastější odpovědí na otázku, kdy chodíte cache nejčastěji hledat, odpovědělo 115 respondentů (75,16 %) odpovědí „pokaždé kdy je možnost“. Pouze o víkendech či svátcích loví 24 respondentů (15,69 %). Na dovolené nebo o prázdninách se Geocachingu věnuje 8 respondentů (5,23 %). Nejméně početnou skupinu tvoří 6 respondentů (3,92 %), kteří nachází cache převážně v pracovní dny.

Nejčastěji využívá k odlovu schránek 112 respondentů mobilní zařízení s aplikací pro Geocaching. Druhým nejvyužívanějším přístrojem jsou GPS zařízení, pomocí kterých hledá 85 respondentů. Na mapu, buzolu či kompas spoléhá 7 respondentů. Nejméně početná skupina 5 respondentů hledá cache podle vlastního uvážení bez jakéhokoliv přístroje. U této otázky mohli respondenti vybrat více možností.

V tabulce 3 můžeme vidět nejoblíbenější způsoby dopravy při hledání schránek.

Tab. 3 Způsoby dopravy ke cache podle oblíbenosti (aktivní hráči)

| Umístění | Způsob dopravy   | Počet <sup>14</sup> |
|----------|------------------|---------------------|
| 1.       | Automobil        | 113                 |
| 2.       | Pěšky            | 111                 |
| 3.       | Jízdní kolo      | 72                  |
| 4.       | Hromadná doprava | 51                  |
| 5.       | Motocykl         | 9                   |
| 6.       | Koloběžka        | 3                   |
| 7.       | Kůň              | 3                   |

Na otázku, kde nejraději cache hledají, si odpověď „v přírodě“ zvolilo 72 respondentů (47,06 %). Druhou nejpočetnější skupinu 46 respondentů (30,07 %) tvoří kačeři, kterým je jedno, na jakém místě je schránka umístěna. Cache ukryté na zajímavých místech nejraději hledá 22 respondentů, kteří se aktivně věnují Geocachingu, což je 14,38 %. Ve městě nebo na vesnici rádo loví 10 respondentů (6,54 %). Naopak hledání u turistických památek preferují 3 respondenti (1,96 %).

Poslední otázka zjišťovala, jak hodně cache ovlivňují aktivní kačery při výběru dovolené. Většina respondentů (95; 62,09 %) odpověděla, že při výběru nemají cache nijak zvláštní význam. Vybírají tak, že si nejdříve vyberou cílovou destinaci a až následně se podívají, jaké schránky se v okolí nachází. Dovolenu si podle cache plánuje 33 respondentů (21,57 %). Naopak by si ji v žádném případě nenaplánovalo podle cache 25 dotazovaných (16,34 %).

<sup>14</sup> Počet respondentů, kteří zodpověděli tuto otázku.

### Příležitostní hráči

Dotazník vyplnilo 46 příležitostných hráčů. První otázka zjišťovala, jak často se Geocachingu věnují. Celkem 42 respondentů odpovědělo, že schránky hledají výjimečně. Tři dotazovaní chodí lovit nejméně třikrát do měsíce. Pouze jeden člověk odpověděl, že cache loví každý měsíc.

Většina, což je 28 respondentů (60,87 %), loví především s přáteli. Dalších 8 respondentů (17,39 %) loví s někým jiným. S partnerem loví 5 respondentů (10,87 %). Tři respondenti (6,52 %) chodí hledat schránky bez doprovodu. Rodinu s přáteli sebou na lov berou 2 respondenti (4,35 %).

Nejvíce respondentů z řad příležitostných kačerů má odloveno méně než 100 cache. Takto odpovědělo 44 respondentů (95,65 %). Jeden respondent (2,17 %) odpověděl, že má nalezeno 101 - 400 schránek. Poslední dotazovaný (2,17 %) z dané skupiny vybral možnost „401 až 700“ cache.

Z odpovědí dotazníku byl sestaven žebříček oblíbenosti hledaných cache, které loví příležitostní kačeři. Schránky se umístily takto:

1. Tradiční,
2. Mystery,
3. Multi
4. Earthcache,
5. Event,
6. Letterbox Hibrid,
7. Cache in trash out event,
8. Wherigo.

O dovolené nebo prázdninách loví cache nejčastěji 25 občas hrajících respondentů (54,25 %). Pouze o víkendech či svátcích chodí hledat 13 respondentů (28,26 %) z této skupiny. Zbýlých 8 (17,39 %) loví pokaždé, když je možnost.

Z odpovědí na další otázku vyplynulo, že 27 respondentů využívá pro hledání cache mobilní zařízení s aplikací pro Geocaching, 16 respondentů používá GPS zařízení a 4 respondenti loví pomocí mapy, buzoly či kompasu.

V tabulce 4 můžeme vidět nejoblíbenější způsoby dopravy při hledání schránek.

Tab. 4 Způsoby dopravy ke cache podle oblíbenosti (příležitostní hráči)

| Umístění | Způsob dopravy   | Počet <sup>15</sup> |
|----------|------------------|---------------------|
| 1.       | Pěšky            | 35                  |
| 2.       | Jízdní kolo      | 15                  |
| 3.       | Automobil        | 14                  |
| 4.       | Hromadná doprava | 10                  |
| 5. – 6.  | Motocykl         | 3                   |
| 5. – 6.  | Kůň              | 3                   |

V přírodě nejraději loví 32 respondentů (69,57 %). Na libovolném místě loví cache 4 respondenti (8,7 %). Další 4 respondenti (8,7 %) rádi hledají na zajímavých místech. Ve městě či vesnici schránky vyhledávají 4 respondenti z vybrané skupiny, což je 8,7 %. U turistických památek preferují hledání 2 respondenti (4,35 %).

Poslední otázka z této série zjišťovala, zda-li cache hrají roli při plánování dovolené. Celkem 32 respondentů (69,57 %) odpovědělo, že dovolenou neplánují podle cache. Dalších 11 respondentů (23,91 %) si zvolí cílovou destinaci dovolené a poté se podívá, jaké cache se nacházejí v okolí. Zbylí 3 respondenti (6,52 %) se podívají, jaké skryše by chtěli odlovit a poté si vyberou dovolenou.

### Vztah kačerů k filmovému cestovnímu ruchu

Další série otázek se zabývala vztahem aktivních a příležitostných kačerů k filmovému cestovnímu ruchu. Hned první otázka zjišťovala zájem respondentů o místa, kde se natáčel film či seriál. Celkem 122 respondentů (61,31 %) vyjádřilo zájem. Naopak 77 respondentů (38,69 %) mělo k těmto místům negativní postoj.

Tab. 5 Zájem mužů a žen o filmová místa

| Pohlaví/Zajímají vás filmová místa? | Ano | Ne | Celkem |
|-------------------------------------|-----|----|--------|
| <b>Muž</b>                          | 56  | 41 | 97     |
| <b>Žena</b>                         | 66  | 36 | 102    |
| <b>Celkem</b>                       | 122 | 77 | 199    |

Na sedmnáctou otázku odpovědělo kladně 138 respondentů (69,35 %). Lákalo by je navštívit filmová či seriálová místa v reálu a dozvědět se o nich více. Naopak záporně odpovědělo 61 dotazovaných (30,65 %), kteří by místo nenavštívili, a ani by je nezajímalo.

<sup>15</sup> Počet příležitostných kačerů, kteří zodpověděli tuto otázku.



Zároveň by 97 respondentů (48,74 %), kteří aktivně či příležitostně hrají Geocaching, nevyužilo nabídku cestovní kanceláře, která by poskytovala tematické zájezdy týkající se filmového cestovního ruchu. Celkem 66 respondentů (33,17 %) neví, zda by služby cestovní agentury či kanceláře využilo. Pouze 36 respondentů (18,09 %) by nabídku využilo.

Z užší skupiny dotazovaných odpovědělo 174 respondentů (87,44 %), že si ve filmech či seriálech všímá míst, která jsou jim povědomá či dokonce známá. Pouze 25 respondentů (12,56 %) si není vědoma výskytu žádných povědomých míst v audiovizuálních dílech.

Pokud se v blízkosti lokality, kde se natáčel nějaký film, nachází cache věnovaná tomuto tématu, hledalo by ji 181 respondentů (90,95 %). Neodlovilo by ji pouze 18 respondentů (9,05 %).

Poslední otázka z této skupiny se zaměřovala na to, kolik respondentů se díky Geocachingu dostalo na místa, která by za normálních okolností nikdy nenavštívili a získali o daném místě nové informace. Na nová místa se dostalo 162 respondentů (81,41 %) a zároveň se také dozvěděli nové informace o dané lokalitě. Žádné informace se nedozvědělo 24 respondentů (12,06 %), ale dostali se na místa, která neznali. Na druhou stranu se na žádná nová místa nedostalo 8 respondentů (4,02 %), kteří aktivně či příležitostně hrají Geocaching. Tito účastníci se alespoň dozvěděli nové informace. Zbylých 5 respondentů (2,51 %) se nedostalo do nových lokalit, ani se nedozvědělo nová fakta.

### **Identifikační otázky pokládané hráčům Geocachingu**

Z celkového počtu 353 respondentů se aktivně či příležitostně věnuje hře 97 mužů (48,74 %) a 102 žen (51,26 %).

#### **Aktivní hráči**

Mezi aktivními hráči, kteří odpovídali na mé dotazy, bylo 84 mužů a 69 žen. Nejvíce respondentů (69; 45,1 %) je ve věku 19 až 30 let. Druhou nejpočetnější skupinou jsou respondenti ve věku od 31 do 40 let, a to 39 respondentů (25,49 %), kteří se aktivně účastní hry. Třetí skupinou jsou respondenti ve věku do 18 let, kterých je 19 (12,42 %). Hráčů, kterým je v rozmezí 41 až 50 let, je 16 (10,46 %). Z dotazovaných je 8 respondentů (5,23 %) ve věku od 51 do 60 let. Nejméně početnou skupinou jsou hráči ve věku 61 a více let. Jsou pouze 2, což je 1,31 %.

Jako nejvyšší dosažené vzdělání uvedlo nejvíce respondentů (66; 43,14 %) střední školu s maturitou. Vysokou školu vystudovalo 46 respondentů, což je 30,07 %. Těch, kteří mají základní vzdělání a aktivně se podílejí na hře, je 21, což je 13,73 %. Z dotazovaných vystudovalo střední školu bez maturity 16 účastníků, což je 10,46 %. Nejmenší skupinu (4; 2,61 %) tvoří respondenti, kteří získali nejvyšší vzdělání na vyšší odborné škole.

Dále se zjišťoval ekonomický status aktivních hráčů. Nejvíce respondentů (73; 47,71 %) vybralo možnost „zaměstnanec“. Těch, kteří ještě studují je 52, což je 33,99 %. Samostatně výdělečných osob je 15 (9,8 %). Méně početné skupiny

tvoří respondenti na mateřské dovolené (7; 4,58 %), nezaměstnaní (4; 2,61 %) a důchodci (2; 1,31 %).

### **Příležitostní hráči**

Mezi respondenty, kteří se příležitostně věnují Geocachingu, bylo 33 žen a 13 mužů. Dále se zjišťoval věk respondentů. Nejvíce respondentů (35; 76,09 %) je ve věku 19 až 30 let. Méně než 18 let je 9 (19,57 %) respondentům. Pouze jeden respondent (2,17 %) odpověděl, že je mu v rozmezí 31 až 40 let a poslední z nich vybral možnost „60 a více“, což je také 2,17 %.

Nejvíce respondentů (28; 60,87 %) uvedlo, že jejich nejvyšším dosaženým vzděláním je střední škola s maturitou. Vysokou školu studovalo 8 respondentů (17,39 %). Základní vzdělání má 8 respondentů (17,39 %). Pouze dva mají střední školu bez maturity, což je 4,35 %.

V poslední identifikační otázce se zjišťovalo, jaký mají respondenti ekonomický status. Nejpočetnější skupinu 35 respondentů (76,09 %) tvořili studenti. Další skupinu tvořilo 7 respondentů (15,22 %), kteří zvolili ekonomický status zaměstnanec. Dva respondenti vybrali odpověď „žena/muž v domácnosti“, což je 4,35 %. Nejméně početné skupiny tvoří podnikatelé (1; 2,17 %) a důchodci (1; 2,17 %).

## **3.1.2 Shrnutí dotazníku a profil<sup>16</sup> typického kačera**

### **Profil aktivního hráče**

Typickým aktivním hráčem je muž ve věku 19 až 30 let. Jeho nejvyšším dosaženým vzděláním je střední škola s maturitou a v současné době je zaměstnaný. Našel přes 1 000 schránek a Geocachingu se věnuje více než 5 let. Využívá předplacený prémiový účet.

Ke schránkám se nejčastěji dopravuje autem. Loví většinou v přírodě s partnerem. Hledání se věnuje zhruba každý týden a nejčastěji je loví vždy, když je možnost. K odlovu cache využívá speciální aplikaci na mobilním zařízení. Zároveň preferuje tradiční schránky uschované v přírodě. Při výběru dovolené nejdříve zvolí cílovou destinaci a následně se podívá, jaké cache se v místě nachází.

### **Profil příležitostného hráče**

Příležitostným hráčem je žena ve věku 19 - 30 let. Vystudovala střední školu s maturitou a v současné době ještě studuje. Má odloveno méně než 100 schránek.

Preferuje tradiční cache umístěné v přírodě. Dopravuje se k nim zpravidla pěšky. Hledá je většinou výjimečně, nejčastěji na dovolené či o prázdninách. Cache nachází pomocí mobilního zařízení, ve kterém má speciální aplikaci na Geocaching. Dovolenu si podle ukrytých schránek neplánuje.

---

<sup>16</sup> Profilem v tomto případě rozumíme typické vlastnosti a chování dané skupiny lidí, které spojují stejné charakteristické rysy.

### **Zájem o filmová místa**

Většina z dotazovaných odpověděla, že je zajímaví filmové lokality, zároveň by 69,35 % z nich tato místa navštívila. Na druhou stranu by většina z nich nevyužila nabídku cestovní kanceláře, která by organizovala zájezd na toto téma.

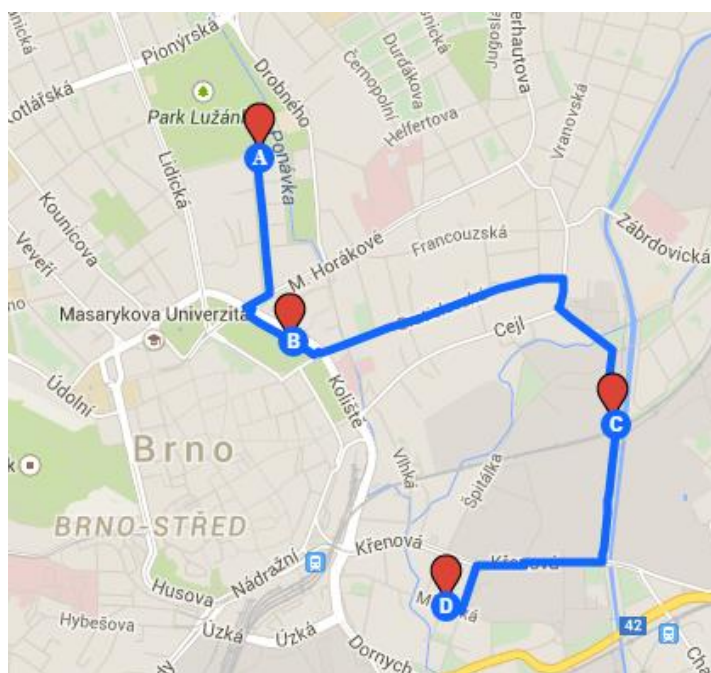
Z celkového počtu se 81,41 % respondentů dostalo díky Geocachingu na nová místa, o kterých se dověděli nové a zajímavé informace.

### 3.2 Založení Geocachingové trasy a její vliv na filmový cestovní ruch

V poslední kapitole praktické část se budu zabývat založením geocachingové trasy a zkoumáním vztahu těchto cache k filmovému cestovnímu ruchu. Trasa je tvořena čtyřmi skrýšemi, které se nachází na místě, kde se natáčel film. Na mapě (obr. 1) pod textem jsou zobrazena místa ukrytých cache.

V bodě A se skrývá cache s názvem *Po stopách filmu I. - Vinná galerie*, která se vztahuje k místům natáčení filmů *Bobule* a *2Bobule*. Pod bodem označeným písmenem B, je umístěna schránka s názvem *Po stopách filmu II. - Já, truchlivý bůh*, která se vztahuje k místu natáčení stejnojmenného filmu. Cache *Po stopách filmu III. - 2 Bobule* je na mapě zobrazena bodem C, zde se také natáčel film *2Bobule*. V bodě D je cache *Po stopách filmu IV. - Vetřelci a lovci*. Toto místo se objevilo ve filmu *Vetřelci a lovci: Zrozen bez porodu*.

Místa, kde se natáčel film, jsem našla pomocí internetové filmové databáze<sup>17</sup>. Cache byly od data zveřejnění do konce března monitorovány. Z logů byl zjištěn počet kačerů, kteří místo navštívili, v jaké dny nejčastěji lovili, kolik cache mají odloveno a jaký účet na oficiálních stránkách využívají.



Obr. 1 Vytvořená trasa zobrazená na mapě

<sup>17</sup> <http://www.filmovamista.cz>

### 3.2.1 Po stopách filmu I. – Vinná galerie<sup>18</sup>

Cache byla schválena a založena<sup>19</sup> 21. 12. 2014. Je ukryta nedaleko Lužáneckého parku v Brně. Nachází se zde vinotéka „Vinná galerie“ ve které se natáčel film Bobule a jeho pokračování 2Bobule.

Jedná se o tradiční cache velikosti mikro. Se zvolenou obtížností a terémem 2. Cache jsem monitorovala od 21. 12. 2014 do 31. 03. 2015.

Za tuto dobu ji navštívilo celkem 719 kačerů. Z nich mělo 318 hledačů předplacený prémiový účet a zbytek, což je 401, měl pouze účet se základními funkcemi. Lovci mají dohromady průměrně odloveno 1 826 cache.

Dále jsem sledovala návštěvnost daných míst, které jsem shrnula do dvou tabulek.

Tab. 6 Měsíční návštěvnost cache Po stopách filmu I.

| Měsíc    | Počet dní | Návštěvníků |
|----------|-----------|-------------|
| Prosinec | 11        | 104         |
| Leden    | 31        | 305         |
| Únor     | 28        | 153         |
| Březen   | 31        | 157         |

Tab. 7 Návštěvnost cache Po stopách filmu I. podle dnů v týdnu

| Den v týdnu | Návštěvnost |
|-------------|-------------|
| Pondělí     | 76          |
| Úterý       | 71          |
| Středa      | 96          |
| Čtvrtek     | 73          |
| Pátek       | 94          |
| Sobota      | 164         |
| Neděle      | 145         |

<sup>18</sup> Na uvedené stránce nahlédnete do listingu [http://www.Geocaching.com/geocache/GC5J379\\_po-stopach-filmu-i-vinna-galerie?guid=9847d847-74c7-493a-b99e-38335c755d32](http://www.Geocaching.com/geocache/GC5J379_po-stopach-filmu-i-vinna-galerie?guid=9847d847-74c7-493a-b99e-38335c755d32)

<sup>19</sup> Cache byla založena podle pravidel a podle postupu, který byl uveden v kapitole 2.6.1. Založení cache.

### 3.2.2 Po stopách filmu II. – Já, truchlivý bůh<sup>20</sup>

Cache Po stopách filmu II. byla založena v parku u Janáčkova divadla, kde se natáčel film Já, truchlivý bůh. Opět se jedná o tradiční micro cache. Zvolená obtížnost je 1 a terén 1,5.

Administrátorem byla schválena a zveřejněna 26. 12. 2014. Data z návštěvnosti byla monitorována od data zveřejnění do 31. 03. 2015.

Za dobu sledování navštívilo cache 658 kačerů. Z nich bylo 309 uživatelů prémiového účtu a 348 uživatelů s běžným profilem. Měli odloveno průměrně 2 030 cache. Návštěvnost jsem zpracovala do tabulek uvedených pod textem.

Tab. 8 Měsíční návštěvnost cache Po stopách filmu II.

| Měsíc    | Počet dní <sup>21</sup> | Návštěvníků |
|----------|-------------------------|-------------|
| Prosinec | 5                       | 124         |
| Leden    | 31                      | 300         |
| Únor     | 28                      | 151         |
| Březen   | 31                      | 83          |

Tab. 9 Návštěvnosti cache Po stopách filmu II. podle dnů v týdnu

| Den v týdnu | Návštěvníků |
|-------------|-------------|
| Pondělí     | 74          |
| Úterý       | 86          |
| Středa      | 76          |
| Čtvrtek     | 62          |
| Pátek       | 71          |
| Sobota      | 165         |
| Neděle      | 124         |

<sup>20</sup> Listing cache Po stopách filmu [http://www.Geocaching.com/geocache/GC5J7ZW\\_po-stopach-filmu-ii-ja-truchlivy-buh?guid=e8e353ee-8602-413b-89b7-bef8be5bb65d](http://www.Geocaching.com/geocache/GC5J7ZW_po-stopach-filmu-ii-ja-truchlivy-buh?guid=e8e353ee-8602-413b-89b7-bef8be5bb65d)

<sup>21</sup> Počet dní, kdy byla cache v měsíci aktivní

### 3.2.3 Po stopách filmu III. - 2Bobule<sup>22</sup>

Tato cache je věnována filmu 2Bobule. Ve filmu se objevuje scéna ze stavebnin, u kterých jsem umístila danou schránku. Jedná se o tradiční small cache s obtížností 2 a terén 2,5.

Byla založena 26. 12. 2015. Sledována byla od data založení do poslední dne měsíce března. Ve sledovaném období ji navštívilo 400 kačerů. Oproti prvním dvou je zde nízká návštěvnost. Přisuzovala bych to zejména hůře dostupné lokalitě, ve které je cache umístěna.

Z celkového počtu bylo 207 prémiových uživatelů a 193 obyčejných kačerů. Oproti předchozím dvou cache zde převládají členové s placenými službami. Průměrný počet odlovených schránek kačerů, kteří našli tuto cache, je 2 520.

V uvedených tabulkách pod textem je zachycena návštěvnost.

Tab. 10 Měsíční návštěvnost cache Po stopách filmu III.

| Měsíc    | Počet dní <sup>23</sup> | Návštěvníků |
|----------|-------------------------|-------------|
| Prosinec | 5                       | 76          |
| Leden    | 31                      | 175         |
| Únor     | 28                      | 88          |
| Březen   | 31                      | 61          |

Tab. 11 Návštěvnost cache Po stopách filmu III. podle dnů v týdnu

| Den v týdnu | Návštěvníků |
|-------------|-------------|
| Pondělí     | 62          |
| Úterý       | 57          |
| Středa      | 48          |
| Čtvrtek     | 36          |
| Pátek       | 43          |
| Sobota      | 65          |
| Neděle      | 89          |

<sup>22</sup> Listing cache Po stopách filmu III. na [http://www.Geocaching.com/geocache/GC5J9RC\\_po-stopach-filmu-iii-2bobule?guid=40747423-6e15-424c-a210-0c1c0be40625](http://www.Geocaching.com/geocache/GC5J9RC_po-stopach-filmu-iii-2bobule?guid=40747423-6e15-424c-a210-0c1c0be40625)

<sup>23</sup> Počet dní, kdy byla cache v měsíci aktivní

### 3.2.4 Po stopách filmu IV. - Vetřelci a lovci<sup>24</sup>

Cache byla zveřejněna 28. 12. 2014. Na místě se nachází bývalá škola, kde se natáčel film Vetřelci a lovci: Zrozen bez porodu. Jedná se o tradiční micro cache s terénem 1,5 a obtížností 2.

Schránku navštívilo 422 kačerů. Z nich mělo 214 prémiový účet a 208 obyčejné členství. Průměrně mají celkově odloveno 2 536 schránek.

Z níže uvedených tabulek můžeme vyčíst, že nejvyšší návštěvnost byla v prosinci a lednu. Ostatní měsíce návštěvnost rapidně poklesla a ustálila se. Opět se potvrdilo, že nejvíce lidí loví o víkendu.

Tab. 12 Měsíční návštěvnost cache Po stopách filmu IV.

| Měsíc    | Počet dní <sup>25</sup> | Návštěvníků |
|----------|-------------------------|-------------|
| Prosinec | 4                       | 72          |
| Leden    | 31                      | 239         |
| Únor     | 28                      | 56          |
| Březen   | 31                      | 55          |

Tab. 13 Návštěvnost cache Po stopách filmu IV. podle dnů v týdnu

| Dny v týdnu | Návštěvníků |
|-------------|-------------|
| Pondělí     | 58          |
| Úterý       | 72          |
| Středa      | 47          |
| Čtvrtek     | 44          |
| Pátek       | 55          |
| Sobota      | 67          |
| Neděle      | 79          |

<sup>24</sup> Listing cache na [http://www.Geocaching.com/geocache/GC5JC7E\\_po-stopach-filmu-iv-vetrelci-a-lovci?guid=ca4bd7e6-cbb4-4f35-a0a4-cce049e902d6](http://www.Geocaching.com/geocache/GC5JC7E_po-stopach-filmu-iv-vetrelci-a-lovci?guid=ca4bd7e6-cbb4-4f35-a0a4-cce049e902d6)

<sup>25</sup> Počet dní, po které byla cache v měsíci aktivní



### 3.2.5 Shrnutí návštěvnosti vytvořených cache

Všechny cache byly založeny v měsíci prosinci. Dny zveřejnění se lišily podle toho, jak je správce schválil. V případě IV. cache byly problémy s umístěním, které musely být odstraněny, a proto byla zveřejněna jako poslední.

Ze zjištěných údajů jsme si potvrdili, že ti, kteří se Geocachingu věnují, mají skutečně odloveno více než tisíc cache. Průměrně mají odloveno přibližně 2 229 schránek. U prvních dvou cache převládali členové s obyčejným členstvím. Myslím si, že je tomu tak díky jejich umístění v centru města. Je zde větší pravděpodobnost, že se k těmto cache dostanou i lidé, kteří s Geocachingem začínají nebo se mu věnují kratší dobu. U zbylých dvou převládají prémioví členové. Cache nejsou umístěny na tak frekventovaných místech, proto se k nim dostanou spíše lidé, kteří mají s Geocachingem větší zkušenosti.

Jedno mají všechny cache společné. V prvních dnech zde byla vysoká návštěvnost, kterou si vysvětlují zejména tím, že se jednalo o novinku. Spousta lidí, kteří využívají předplacený účet, využívá funkci, která je upozorňuje na nově vzniklé „krabičky“. Poté začíná boj, kdo najde schránku jako první. Počítají se zejména první tři místa. Návštěvnost je tedy v prvním měsíci vysoká.

Poté se návštěvnost postupně snižuje. U prvních dvou cache vidíme snížení zhruba o polovinu, na rozdíl od III. a IV. cache, kde můžeme sledovat daleko větší propad v návštěvnosti. Je to především díky již zmiňované lokalitě, kde schránky byly umístěny.

Z druhé tabulky vidíme, že nejvíce lidí navštívilo cache o víkendu a v pátek. V průběhu týdne je návštěvnost poměrně vyrovnaná.

## 3.3 Druhý výzkum o závislosti filmového cestovního ruchu a Geocachingu

Na místech, kde byly založeny cache, není možné sledovat návštěvnost, protože se jedná o místa, která nejsou jako filmová místa přímo propagována. Není tedy možné data získat. Z tohoto důvodu jsem vytvořila druhý dotazník, který jsem zaslala kačerům, kteří cache odlovili. V něm jsem zjišťovala, jaká byla motivace jednotlivých lovců k odlovu vytvořených schránek.

Kačery jsem kontaktovala pomocí jejich osobních e-mailových schránek. Samotný dotazník byl vytvořen na portálu vyplnto.cz. Zveřejněn byl pouze v českém jazyce a obsahoval 6 uzavřených otázek.

Data byla sbírána v období od 20. 03. 2015 do 15. 04. 2015.

### 3.3.1 Výsledky dotazníkového výzkumu

Dotazníkového výzkumu se účastnilo 114 respondentů. Pouze 105 respondentů ho správně vyplnilo.

Na první otázku, jestli respondenty zajímají místa, kde se natáčely filmy, odpovědělo 76 respondentů (72,38 %) kladně. Naopak záporně se vyjádřilo

29 respondentů (27,62 %). Ti, kteří odpověděli ne, dále pokračovali otázkou číslo 3.

Taková místa by navštívilo 75 % (57) respondentů z těch, co u předchozí otázky odpověděli kladně. Na filmové místo by se nechtělo podívat 19 respondentů, což je 25 %.

Další otázka zjišťovala, zda respondenti znají internetovou filmovou databázi<sup>26</sup>, která se věnuje místům, kde se natáčela audiovizuální díla. Nejčastější odpověď byla, že neznají. Tuto možnost zvolilo 71 respondentů, což je 67,62 %. Pouze 34 respondentů o této databázi ví.

Další otázka se věnovala známosti série filmových cache, která vznikla díky projektu filmová místa. Tyto schránky zná 78 respondentů (74,29 %), neví o nich 27 respondentů, což je 25,71 %.

V sérii, kterou jsem vytvořila, jsou čtyři cache. Schránku *Po stopách filmu I. - Vinná galerie* navštívilo 89 respondentů (84,76 %). Cache *Po stopách filmu II. - Já, truchlivý bůh* odlovilo 79 respondentů, což je 75,24 %. Cache *Po stopách filmu III. - 2Bobule* objevilo 82 respondentů (78,1 %), kteří vyplnili tento dotazník. Cache *Po stopách filmu IV. - Vetřelci a lovci* našlo 64 respondentů (60,95 %)

Nejdůležitější otázkou celého dotazníku bylo zjištění motivace kačerů při odlovu série *Po stopách filmu*. Nejčastějším důvodem pro odlov daných schránek bylo to, že se jednalo o novinku, kterou neměli kačeři ve sbírce. Jednalo se o 53 respondentů (50,48 %). V dalším případě se jednalo pouze o součást keškovacího dne, takto odpovědělo 33 respondentů (31,43 %). Pro 10 respondentů (9,52 %), kteří vyplnili dotazník, k odlovu nebyl žádný zvláštní motiv, šli kolem. Zbýlých 9 respondentů (8,57 %) cache hledalo, protože se zde natáčel film.

### 3.3.2 Shrnutí dotazníkového šetření

Cílem dotazníkového šetření bylo zjištění, kolik lidí navštíví danou sérii cache kvůli tomu, že se zde natáčel film. Většinu dotazovaných lákají a zajímají místa, kde se film či seriál natáčel. Většina z nich bohužel nezná internetovou filmovou databázi, ale na druhou stranu znají sérii filmových cache.

Nejvíce respondentů odlovilo cache *Po stopách filmu I. - Vinná galerie*, další nejvíce frekventovaná cache byla *Po stopách filmu III. - 2Bobule*. Třetí nejnavštěvovanější byla cache *Po stopách filmu II. - Já, truchlivý bůh*. Nejméně lidí objevilo cache *Po stopách filmu IV. - Vetřelci a lovci*.

Respondenti nejčastěji lovili vytvořenou sérii cache kvůli tomu, že se jednalo o nové skryšce, a proto se je vydali najít nebo se jednalo o součást plánu keškovacího dne. Schránku odlovilo nejméně respondentů kvůli tomu, že se zde natáčel film.

---

<sup>26</sup> <http://www.filmovamista.cz>

## 4 Diskuze

Při řešení práce se objevilo několik problémů, které ztěžovaly její provedení. Hledání míst pro vytvoření dané série bylo velmi náročné. Na území města Brna se sice natáčelo velké množství filmů, ale lidé většinou ani nevědí, že se zde nějaké audiovizuální dílo točilo natož, aby někdo sledoval návštěvnost daných lokalit.

Nebyl problém s hledáním filmových míst, ale s umístěním cache. Ve většině případů na mnou vybraném místě již cache byla umístěna nebo byla v kolizi s jinou. Mluvíme tedy hned o dvou problémech. První problém s umístěním se nakonec podařilo vyřešit.

Druhý problém se objevil, když jsem se snažila sehnat data o návštěvnosti daných míst. Jelikož nejsou tato místa uvedena na žádném oficiálním seznamu filmových míst, mnoho lidí o nich neví. Tudíž nelze zjistit, kolik lidí je kvůli natočenému filmu navštíví.

Musela jsem pro získání dat vytvořit další dotazníkový průzkum, který jsem zaslala pomocí e-mailu kačerům, kteří vytvořenou sérii odlovili, abych zjistila, za jakým účelem dané cache hledali.

Z jejich odpovědí bylo zjištěno, že hlavním důvodem pro odlov daných schránek bylo to, že se jednalo o nově založené schránky. Dalším zmíněným důvodem bylo to, že se jednalo o součást keškovacího dne. Na posledním místě se umístila odpověď, kdy motivací k návštěvě byl film, který se na daném místě natáčel. Přitom místa, kde se tato audiovizuální díla natáčela, zajímá 72,38 % dotazovaných kačerů.

Z logů se lze dočíst, že hodně kačerů bylo překvapeno, že se zde natáčel film, ale zároveň to nebyla jejich hlavní motivace k návštěvě. Tou je bohužel skutečnost, že mnoho lidí zápasí o první tři nálezce každé nově založené schránky. Právě díky tomuto faktu si můžeme vysvětlit vysokou návštěvnost v prvním měsíci po zveřejnění cache a následný rychlý úpadek nálezů. Lovili je také z toho důvodu, že si vytvořili seznam cache, které chtějí najít a podle něho postupovali.

Většinu těchto lidí nezajímá, jaké je téma dané cache, záleží jim zejména na tom, kolik jich najdou, aby se mohli účastnit boje o to, kdo jich našel více. Jsou to pro ně pouze body do sbírky.

V krátkodobém horizontu, v jakém byla návštěvnost a motivace účastníků sledována, se nepotvrdila závislost Geocachingu a filmového cestovního ruchu, především z důvodů, které jsou vysvětleny v odstavcích výše.

Naopak v dlouhodobém horizontu si dovoluji tvrdit, že se ke schránkám dostanou spíše ti, kteří se zajímají o místa, kde byla schránka umístěna, a proto se bude zvyšovat návštěvnost lidí, které přitáhne filmové místo. K tomuto názoru jsem dospěla díky tomu, že jsem průběžně sledovala přibývajících odpovědí v dotazníku, které jsem zasílala postupně jednotlivým kačerům. Začínala jsem u těch, co schránky našli jako první a pokračovala dále pozdějšími nálezci. Motivace návštěvníků, kteří schránky navštívili kvůli natáčení filmu, se zvyšovala.

Vytvořené cache jsem přihlásila do projektu *Cache na filmových místech* na již zmíněných stránkách, kde je vytvořena filmová databáze. Tento projekt

se postupně rozvíjí a přibývají v něm nové a nové schránky. Propaguje filmový cestovní ruch pomocí geocachingu. Díky tomu se kačeři dozvídají, kde všude se filmy natáčejí.

V neposlední řadě se Czechtourism rozhodl v roce 2015 propagovat Česko jako zemi z filmu. Pomocí již jmenovaného projektu filmových schránek, o kterém se zmiňuji výše, by mohl danou kampaň propagovat a tím oslovit další cílovou skupinu, která není nijak malá, protože se v České republice v současné době této hře věnuje dvacet tisíc kačerů. Jako druhou možnost by mohl založit nové schránky věnované právě propagovaným místům a tím přilákat domácí i zahraniční turisty. V tomto případě se můžeme setkat s velkým odporem, protože schránky by neměly být tvořeny ke komerčním účelům a případná medializace by mohla mít naopak negativní dopady. Na druhou stranu v dnešní době najdeme jen málo lidí, kteří o hře ještě nevědí. Mohou se s ní setkat v různých publikacích či v televizi.

## 5 Závěr

Bakalářská práce se věnuje působení hry Geocaching na filmový cestovní ruch. Jedná se o stále se rozšiřující fenomén a to nejenom v Česku. Důkazem toho je stále narůstající počet aktivních kačerů v posledních letech. Základním principem hry je hledání ukrytých schránek, které jsou tematicky zaměřené.

V literární rešerši (kapitola 2) je vysvětlen pojem geocaching, seznámení s pravidly hry, návod jak založit vlastní cache nebo jak hru začít hrát. Po přečtení těchto částí by měl být čtenář připraven hru začít hrát. Ke Geocachingu neodmyslitelně patří i geografické informační systémy, díky kterým hra mohla vůbec vzniknout. A proto byl zájemce seznámen i s touto problematikou. V podkapitole marketingový výzkum se věnuji dotazníkovým šetřením. V poslední části této kapitoly se zabývám cestovním ruchem, a to konkrétní formou – filmovým cestovním ruchem.

Praktická část (kapitola 3) se rozděluje na tři podkapitoly. V kapitole 3.1 je zpracován dotazník, který byl vytvořen za účelem vytvoření profilu typického hráče Geocachingu a zjištění jeho postoje k filmovému cestovnímu ruchu. Bylo zjištěno, že hráče lze rozdělit na aktivní a příležitostné. Aktivními hráči byli většinou muži ve věku od 19 do 30 let. Naopak příležitostnými hráči bývají ženy ve stejném věkovém rozmezí. Celou skupinu lidí, kteří se hře věnují, ve většině případů zajímají filmová místa a zároveň by je i ráda navštívila.

V kapitole 3.2 představuji vytvořenou geocachingovou trasu a následně analyzuji návštěvnost a údaje o návštěvnících, které se dají zjistit z logů u jednotlivých schránek. Z nich můžeme vyčíst, že návštěvnost byla vyšší v prvním měsíci po založení a to z důvodu velkého zájmu o nově vytvořené schránky, poté návštěvnost rapidně klesla a ustálila se.

V kapitole 3.3 se věnuji druhému dotazníkovému šetření pomocí, kterého zjišťuji motivaci k odlovu vytvořené série schránek. Většina respondentů cache loví, protože se jedná o novinku nebo je bez hlubšího rozmyslu zařadili do skupiny cache, které chtějí najít.

Touto prací bylo zodpovězeno hned několik otázek. Velkou otázkou zůstává, do jaké míry je možné propagovat cestovní ruch skrze Geocaching. Ten v žádném případě nesmí sloužit pro komerční účely. Nevylučuje se tím možnost, že se do budoucna i tento fakt změní, protože už v dnešní době existují specializované obchody s potřebami pro Geocaching.

Lidé se díky této aktivitě dostávají na nová a neznámá místa. ozvídají se spousty nových informací. Tohoto faktu by mohli využít aktéři cestovního ruchu a využít to ve svůj prospěch. Například přilákáním nových zákazníků či návštěvníků do oblastí s nízkou návštěvností.

## 6 Literatura

### Knižní publikace

- CAMERON, LAYNE. *The Geocaching handbook: the guide for family friendly, high-tech treasure hunting. 2nd ed.* Guilford, Conn.: Falcon, c2011, xiii, 129 p. ISBN 978-076-2763-832.
- DROBNÁ, DANIELA A EVA MORÁVKOVÁ. *Cestovní ruch: pro střední školy a pro veřejnost. 2., upr. vyd.* Praha: Fortuna, 2010, 200 s. ISBN 978-80-7373-079-6.
- FREY, PETR. *Marketingová komunikace: nové trendy 3.0. 3., rozš. vyd.* Praha: Management Press, 2011, 203 s., [4] s. obr. příl. ISBN 978-80-7261-237-6.
- HESKOVÁ, MARIE. *Cestovní ruch: pro vyšší odborné školy a vysoké školy. 1. vyd.* Praha: Fortuna, 2006, 223 s. ISBN 80-716-8948-3.
- HOJGR, RADEK A JAN STANKOVIČ. *GPS: praktická uživatelská příručka. Vyd. 1.* Brno: Computer Press, 2007, 221 s. ISBN 978-80-251-1734-7.
- KOTÍKOVÁ, HALINA. *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu. 1. vyd.* Praha: Grada, 2013, 207 s. ISBN 978-80-247-4603-6.
- KOTLER, PHILIP, VERONIKA WONG, JOHN SAUNDERS A GARY ARMSTRONG. *Moderní marketing: 4. evropské vydání. 1. vyd.* Praha: Grada, 2007, 1041 s. ISBN 978-80-247-1545-2.
- KOZEL, ROMAN, LENKA MYNÁŘOVÁ A HANA SVOBODOVÁ. *Moderní metody a techniky marketingového výzkumu. 1. vyd.* Praha: Grada, 2011, 304 s. ISBN 978-80-247-3527-6.
- KOZEL, ROMAN. *Moderní marketingový výzkum: nové trendy, kvantitativní a kvalitativní metody a techniky, průběh a organizace, aplikace v praxi, přínosy a možnosti. 1. vyd.* Praha: Grada, 2006, 277 s. ISBN 80-247-0966-x.
- LONGLEY, PAUL. *Geographic information systems. 3rd ed.* Danvers, Mass: John Wiley, 2011, xix, 539 s. ISBN 978-047-0721-445.
- MCNAMARA, JOEL. *Geocaching for dummies.* Hoboken, NJ: Wiley Pub., c2004, 221 p. ISBN 07-645-7571-6.
- PALATKOVÁ A ZICHOVÁ. *Ekonomika turismu: turismus České republiky: vymezení a fungování trhu turismu, přístupy k hodnocení významu a vlivu turismu, charakteristika turismu České republiky. 1. vyd.* Praha: Grada, 2011, 205 s. ISBN 978-80-247-3748-5.
- PALATKOVÁ, MONIKA. *Marketingová strategie destinace cestovního ruchu: jak získat více příjmů z cestovního ruchu. 1. vyd.* Praha: Grada, 2006, 341 s. ISBN 80-247-1014-5.
- RYGLOVÁ, KATEŘINA, MICHAL BURIAN A IDA VAJČNEROVÁ. *Cestovní ruch: podnikatelské principy a příležitosti v praxi. 1. vyd.* Praha: Grada, 2011, 213 s. ISBN 978-80-247-4039-3.

- SHERMAN, ERIK. *Geocaching: hike and seek with your GPS*. New York, NY: Distributed to the book trade in the U.S. by Springer-Verlag New York, 2004, xvii, 205 p. ISBN 15-905-9122-4.
- SCHEJBAL, CTIRAD, VLADIMÍR HOMOLA A FRANTIŠEK STANĚK. *Geoinformatika*. Košice: Pont, 2004, 229 s. ISBN 80-967-6118-8. Dostupné také z: <http://geologie.vsb.cz/geoinformatika/>
- THE EDITORS OF GEOCACHING.COM. *The complete idiot's guide to Geocaching*. 3rd ed. /. New York, N.Y.: Alpha, c2012, xviii, 350 p. ISBN 16-156-4194-7.

### Internetové zdroje

- BERGMANN. Jak funguje GPS?. *Svět Hardware* [online]. 2006 [cit. 2015-04-30]. Dostupné z: <http://www.svethardware.cz/jak-funguje-gps/21826-3>
- CONNELL, JOANNE. *Film tourism – Evolution, progress and prospects*. Tourism Management [online]. 2012, vol. 33, issue 5, s. 1007-1029 [cit. 2015-03-24]. DOI: 10.1016/j.tourman.2012.02.008. Dostupné z: <http://linkinghub.elsevier.com/retrieve/pii/S0261517712000404>
- Control Segment. *GPS.gov* [online]. 2015 [cit. 2015-04-21]. Dostupné z: <http://www.gps.gov/systems/gps/control/>
- DESTIL.CZ. Jak se orientovat na stránkách geocaching.com?. *Poklady.com* [online]. 2007 [cit. 2015-04-30]. Dostupné z: <http://www.poklady.com/jak-se-orientovat-na-strankach-Geocaching-com>
- DESTIL.CZ. Jak založit svoji první cache. *Poklady.com* [online]. 2007 [cit. 2015-03-24]. Dostupné z: <http://www.poklady.com/jak-zalozit-svoji-prvni-cache>
- Druhy a vlastnosti keší. *ProGeocaching.cz* [online]. 2013 [cit. 2015-04-30]. Dostupné z: <http://www.progeocaching.cz/clanky/49-jake-zname-druhy-kesi.html>
- Geocaching je zábava pro všechny generace. *Spektrum zdraví* [online]. 2012 [cit. 2015-04-30]. Dostupné z: <http://www.spektrumzdravi.cz/Geocaching-je-zabava-pro-vsechny-generace>
- Geocaching premium. *Geocaching* [online]. 2000 - 2015 [cit. 2015-05-03]. Dostupné z: <http://www.geocaching.com/premium/default.aspx>
- Geocaching. *www.trsicko.cz* [online]. 2012 [cit. 2015-05-03]. Dostupné z: <http://www.trsicko.cz/trsicko/view.php?cisloclanku=2012050005>
- Geocaching: Hledáme s dětmi poklady. *JáRodič* [online]. 2009 [cit. 2015-05-03]. Dostupné z: <http://www.jarodic.cz/cz/Geocaching-turistika-s-detmi-poklady.php>
- Geokrtek. *Wiki.geocaching.com* [online]. 2010 [cit. 2015-05-06]. Dostupné z: [http://wiki.geocaching.cz/wiki/Geokrtek#Co\\_jsou\\_GeoKrety](http://wiki.geocaching.cz/wiki/Geokrtek#Co_jsou_GeoKrety)
- HEITMANN, SINE. *Film Tourism Planning and Development—Questioning the Role of Stakeholders and Sustainability*. *Tourism and Hospitality Planning* [online]. 2010, vol. 7, issue 1, s. 31-46 [cit. 2015-05-03].

- DOI: 10.1080/14790530903522606. Dostupné z: <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/14790530903522606>
- Historie Geocachingu v Česku. *Český rozhlas* [online]. 1996 - 2015 [cit. 2015-05-03]. Dostupné z: <http://www.radio.cz/cz/static/Geocaching/historie-cesko>
- HOLEŠINSKÁ, ANDREA A JIŘÍ VYSTOUPIL. 3. *Mezinárodní kolokvium o cestovním ruchu*. Brno: Masarykova univerzita, 2012. ISBN 978-80-210-6078-4. Dostupné z: <http://is.muni.cz/do/econ/soubory/katedry/kres/3910085/10619195/sbornik-kolokviumCR2012.txt>
- HRUBÝ, MARTIN. *Geografické Informační Systémy (GIS): Studijní opora*. In: *Geografické Informační Systémy (GIS)* [online]. Brno: VUT - FIT, 2006 [cit. 2015-03-24]. Dostupné z: <http://perchta.fit.vutbr.cz/vyuka-gis/uploads/1/GIS-final2.pdf>
- Charakteristika a význam cestovního ruchu v Česku. *CzechTourism* [online]. 2005 - 2015 [cit. 2015-05-06]. Dostupné z: <http://old.czechtourism.cz/didakticke-podklady/1-charakteristika-a-vyznam-cestovniho-ruchu-v-cesku/>
- IMAGIR. Nejsm mudla! Ne, seš mudla! Šmudla?. *Poklady.com* [online]. 2007 [cit. 2015-04-21]. Dostupné z: <http://www.poklady.com/nejsm-mudla>
- IOP - Filmový turismus: produkt cestovního ruchu. *CzechTourism* [online]. 2005-2013 [cit. 2015-03-24]. Dostupné z: <http://www.czechtourism.cz/marketingove-aktivity/evropske-projekty/iop-filmovy-turismus-%E2%80%93-produkt-cestovniho-ruchu/>
- Jak správně vytvořit dotazník. *Vyplňto.cz* [online]. 2008 - 2015 [cit. 2015-04-21]. Dostupné z: <https://www.vyplnto.cz/tipy/jak-spravne-sestavit-dotaznik>
- KARPOVICH, ANGELINA I. *Theoretical Approaches to Film Motivated Tourism*. Tourism planning and development [online]. 2010, No. 1, 7–20 [cit. 2015-03-24]. Dostupné z: <http://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/14790530903522580>
- LUTOVSKÝ, MAREK. Geocaching: hra pro mozek, nohy a vaši GPS. *Navigovat.cz* [online]. 2008 [cit. 2015-05-03]. Dostupné z: <http://navigovat.mobilmania.cz/clanky/Geocaching-hra-pro-mozek-nohy-a-vasi-gps/sc-3-a-1312930>
- Navigační systém Galileo. In: *Wikipedia: the free encyclopedia* [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2014 [cit. 2015-03-24]. Dostupné z: [http://cs.wikipedia.org/wiki/Naviga%C4%8Dn%C3%AD\\_syst%C3%A9m\\_Galileo](http://cs.wikipedia.org/wiki/Naviga%C4%8Dn%C3%AD_syst%C3%A9m_Galileo)
- O projektu Filmová místa.cz. *Filmová místa.cz* [online]. 2006 - 2015 [cit. 2015-04-30]. Dostupné z: <http://www.filmovamista.cz/projekt>
- PATH. Dodatek: Geodetický systém WGS 84. *Path.cz* [online]. 2007 [cit. 2015-04-30]. Dostupné z: <http://www.path.cz/forum/viewtopic.php?f=4&t=19>
- PECHOVÁ, PETRA. *Geocaching (výsledky průzkumu)*, 2015. Dostupné online na <http://47395.vyplnto.cz>.



- PECHOVÁ, PETRA. *Geocaching a filmový cestovní ruch (výsledky průzkumu)*, 2015. Dostupné online na <http://geocaching-a-filmovy-cestovn.vyplnto.cz>.
- Policisté vychovávají hráče Geocachingu.: Schránky zaměstnávají pyrotechniky. *Lidovky.cz* [online]. 2014 [cit. 2015-03-24]. Dostupné z: [http://www.lidovky.cz/policiste-vychovavaji-hrace-Geocachingu-ke-schrankam-vyjizdeji-pyrotechnici-189-/zpravy-domov.aspx?c=A140415\\_223942\\_ln\\_domov\\_mpr#utm\\_source=clanek.lidovky&utm\\_medium=text&utm\\_campaign=a-](http://www.lidovky.cz/policiste-vychovavaji-hrace-Geocachingu-ke-schrankam-vyjizdeji-pyrotechnici-189-/zpravy-domov.aspx?c=A140415_223942_ln_domov_mpr#utm_source=clanek.lidovky&utm_medium=text&utm_campaign=a-)
- Reviewer. Wiki.Geocaching.com [online]. 2015 [cit. 2015-04-21]. Dostupné z: <http://wiki.Geocaching.cz/wiki/Reviewer>
- S-JTSK. In: Přesná transformace souřadnic ze systému WGS-84 do systému S-JTSK [online]. 2009 [cit. 2015-03-24]. Dostupné z: [http://transformace.webst.fd.cvut.cz/Iframe/SJTSK\\_iframe.htm](http://transformace.webst.fd.cvut.cz/Iframe/SJTSK_iframe.htm)
- ŠKOPEK, PAVEL. *S mobilem za keškou: výběr 7 aplikací pro Geocaching*. Mobilenet.cz [online]. 2013 [cit. 2015-04-22]. Dostupné z: <http://mobilenet.cz/clanky/s-mobilem-za-keskou-vyber-7-aplikaci-pro-Geocaching-11001>

# Přílohy

## A První dotazník

Vážené respondentky, vážení respondenti,

obracím se na vás s žádostí o vyplnění mého dotazníku, který poslouží jako podklad pro bakalářskou práci na téma "Návrh geocachingové trasy na podporu filmového cestovního ruchu". Cílem mé bakalářské práce je zjistit závislost mezi geocachingem a filmovým cestovním ruchem.

K vyplnění dotazníku není třeba být aktivním hráčem Geocachingu. Dotazník je určen pro všechny.

Dovoluji si vás rovněž požádat o co nejpřesnější a pravdivé vyplnění. Účast je anonymní a dobrovolná. Dotazník zabere maximálně 5-10 minut.

Předem Vám děkuji za spolupráci,  
studentka Management cestovního ruchu, PEF Mendelu v Brně

1. Znáte hru Geocaching, která se v dnešní době hraje po celém světě?

*Z následujících možností vyberte právě jednu.*

- Ano
- Ne (dále přeskočte na otázku č. 22)

2. Odkud jste se o této hře dozvěděli?

*Z následujících možností vyberte pouze jednu.*

- Z internetu
- Z časopisu, novin (či jiné publikace)
- Z televize
- Od kamaráda či známého
- Náhodně jsem cache našel
- Z jiného zdroje (dopíše z jakého)

3. Jste aktivním hráčem této celosvětové hry?

*Z následujících možností vyberte pouze jednu.*

- Ano
- Ne (Dále přeskočte na otázku č. 22)
- Ne, ale občas se přidám k někomu, kdo hru aktivně hraje

4. Jak dlouho se aktivně věnujete Geocachingu?

*Z následujících možností vyberte pouze jednu.*

- Méně než 1 rok
- 1 – 2 roky
- 3 – 4 roky
- 5 a více let

5. Plánujete se hře věnovat i do budoucna?

*Z následujících možností vyberte pouze jednu.*

- Ano
- Možná
- Ne
- Nevím

6. Máte na webu geocaching.com prémiový účet?

*Z následujících možností vyberte pouze jednu.*

- Ano
- Ano, ale do budoucna ho nebudu dále využívat
- Ne, a neplánuji si ho předplatit
- Ne, ale plánuji si ho předplatit

7. Jak často se hledání věnujete?

*Z následujících možností vyberte pouze jednu.*

- Téměř každý den
- Téměř každý víkend
- Každý týden
- Každý měsíc
- Několikrát do měsíce (méně než 3 krát)
- Výjimečně

8. S kým většinou cache lovíte?

*Z následujících možností vyberte pouze jednu.*

- Sám
- S partnerem
- S dětmi
- S přáteli
- S partnerem a dětmi
- S partnerem, dětmi i přáteli
- S někým jiným

9. Kolik cache jste odlovili?

*Z následujících možností vyberte pouze jednu.*

- Méně než 100
- 101 – 400
- 401 – 700
- 701 – 1000
- 1001 a více

## 10. Jaké cache nejraději lovíte?

*Zvolte minimálně tři odpovědi.*

- Tradiční cache
- Multi-cache
- Mystery cache
- Letterbox Hybrid
- Wherigo cache
- Event cache
- Cache in trash out event.
- Earthcache

## 11. Kdy chodíte cache nejčastěji hledat?

*Z následujících možností vyberte pouze jednu.*

- V pracovní dny
- Pouze o víkendech či svátcích
- Pokaždé když je možnost
- O dovolené či prázdninách

## 12. Jaký přístroj používáte při odlovu?

*Z následujících možností vyberte minimálně jednu.*

- Mobilní telefon (aplikace v něm)
- GPS zařízení
- Mapu, buzolu či kompas
- Nevyužívám žádné zařízení
- Jiné (dopíše vlastní)

## 13. Jaký způsob dopravy využíváte nejčastěji při odlovu cache?

*Z následujících možností vyberte minimálně jednu.*

- Hromadná městská doprava
- Osobní automobil
- Motocykl
- Pěšky
- Jízdní kolo
- Jiné (dopíše vlastní)

## 14. Kde nejčastěji ukryté schránky hledáte?

*Z následujících možností vyberte pouze jednu.*

- Ve městě či vesnici
- V přírodě
- U turistických památek
- Na zajímavých místech (např. kde se natáčel film)
- Jinde (dopíše vlastní)

15. Podle čeho plánujete vaše výlety či dovolené?
- Z následujících možností vyberte pouze jednu.*
- Vyberu si cílovou destinaci a poté se podívám, jestli jsou v okolí nějaké cache
  - Nejdříve se podívám na cache, které bych rád odlovil a podle toho uzpůsobím výlet/dovolenou
  - Neplánuji dovolenou podle cache
16. Zajímají vás místa, která jsou spojena s natáčením filmu či seriálu?
- Z následujících možností vyberte pouze jednu.*
- Ano
  - Ne
17. Lákalo by vás navštívit filmové/seriálové místo v reálu a dozvědět se o něm více?
- Z následujících možností vyberte pouze jednu.*
- Ano
  - Ne
18. Využili byste nabídku cestovní kanceláře, která by poskytovala tematické zájezdy týkající se filmového cestovního ruchu?
- Z následujících možností vyberte pouze jednu.*
- Ano
  - Ne
  - Nevím
19. Všímate si v seriálech či filmech míst, které vám jsou povědomé, či dokonce známé?
- Z následujících možností vyberte pouze jednu.*
- Ano
  - Ne
20. Pokud by v blízkosti filmového místa byla cache věnovaná tomuto tématu, odloвили byste ji?
- Z následujících možností vyberte pouze jednu.*
- Ano
  - Ne

21. Dostali jste se díky cache na místa, která byste za normálních okolností nikdy nenavštívili a dozvěděli jste se o dané lokalitě nové informace, které vás překvapily (např. že se někde natáčel nějaký film, aniž byste o tom věděli)?

*Z následujících možností vyberte pouze jednu.*

- Dostal/a jsem se na nová místa, ale žádné nové informace jsem se nedozvěděl/a
- Dostal/a jsem se na nová místa a dozvěděl/a jsem se zajímavé informace
- Nedostal/a jsem se na žádné zajímavé místo ani jsem se nic nedozvěděl/a
- Nedostal/a jsem se na žádné zajímavé místo, ale dozvěděl/a jsem se nové informace.

22. Jaké je vaše pohlaví?

*Z následujících možností vyberte pouze jednu.*

- Žena
- Muž

23. Kolik vám je let?

*Z následujících možností vyberte pouze jednu.*

- Méně než 18 let
- 19 – 30 let
- 31 – 40 let
- 41 – 50 let
- 51 – 60 let
- 61 a více

24. Jaké je vaše nejvyšší dosažené vzdělání?

*Z následujících možností vyberte pouze jednu.*

- Základní škola
- Střední škola bez maturity
- Střední škola s maturitou
- Vyšší odborné vzdělání
- Vysoká škola

25. Jaké je vaše zaměstnání?

*Z následujících možností vyberte pouze jednu.*

- Zaměstnanec
- OSVČ
- Nezaměstnaný
- Student
- Důchodce
- Mateřská dovolená
- Jiné (dopište)

Děkuji vám za váš čas a ochotu při vyplňování dotazníku.

## B Druhý dotazník

Vážené respondentky, vážení respondenti,

tímto bych Vás požádala o vyplnění krátkého dotazníku týkající se závislosti filmového cestovního ruchu a geocachingu. Tento dotazník slouží jako podklad k bakalářské práci.

Obsahuje pouze šest otázek.

Mnohokrát Vám děkuji za odpověď,

studentka Management cestovního ruchu, PEF Mendelu v Brně

1. Zajímají vás místa, kde se natáčely filmy či seriály?

*Z následujících možností vyberte pouze jednu.*

- Ano
- Ne

1. Navštívili byste taková místa?

*Z následujících možností vyberte pouze jednu.*

- Ano
- Možná
- Ne

2. Znáte stránky [www.filmovamista.cz](http://www.filmovamista.cz), které se věnují filmovým místům?

*Z následujících možností vyberte pouze jednu.*

- Ano
- Ne

3. Slyšeli jste o sérii filmových cache, které vznikly díky projektu Cache na filmových místech?

*Z následujících možností vyberte pouze jednu.*

- Ano
- Ne

4. Jaké cache ze série Po stopách filmu jste odlovili?

*Z následujících možností vyberte pouze jednu.*

- Po stopách filmu I. – Vinná galerie
- Po stopách filmu II. – Já, truchlivý bůh
- Po stopách filmu III. – 2Bobule
- Po stopách filmu IV. Vetřelci a lovci



5. Co pro Vás bylo hlavní motivací při odlovu série Po stopách filmu?

*Z následujících možností vyberte pouze jednu.*

- Jednalo se o novinku, kterou jsem neměl/a ve sbírce
- Jednalo se o součást plánu keškovacího dne
- K odlovu nebyl žádný zvláštní motiv, šel/šla jsem okolo
- Cache jsem odlovil/a kvůli tomu, že se zde natáčel film
- Jiné (dopište)