

**Česká zemědělská univerzita v Praze**

**Provozně ekonomická fakulta**

**Katedra ekonomických teorií**



**Diplomová práce**

**Ekonomický přínos specifické formy turismu**

**Bc. Andrea Königová**

© 2019 ČZU v Praze



# ČESKÁ ZEMĚĎELSKÁ UNIVERZITA V PRAZE

Provozně ekonomická fakulta

## ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Bc. Andrea Königová

Provoz a ekonomika

Název práce

**Ekonomický přínos specifické formy formy turismu**

Název anglicky

**The economic benefit of a specific form of tourism**

---

### Cíle práce

Cílem práce je vyčíslení ekonomického přínosu specifické formy turismu při pořádání prvotní házenkářské MOL ligy žen pro domácí město Písek.

Dílčím cílem je charakterizovat princip multiplikace ekonomického přínosu turismu.

### Metodika

V teoretické části práce bude provedena deskripce turismu a vyčíslování ekonomického přínosu, dále deskripce multiplikace ekonomického přínosu turismu. V praktické části bude provedena deskripce principu vzniku specifické formy turismu při pořádání házenkářské MOL ligy žen. Na základě této deskripce bude provedena přesná kalkulace příjmů plynoucích z tohoto turismu pro město Písek a dále bude pomocí multiplikačního efektu vyčíslen čistý ekonomický přínos.

**Doporučený rozsah práce**

60 – 80 stran

**Klíčová slova**

cestovní ruch, ekonomický přínos, házená, multiplikační efekt, město Písek, multiplikace, příjem, sportovní akce, turismus

---

**Doporučené zdroje informací**

- BERÁNEK, Jaromír. *Ekonomika cestovního ruchu*. Praha: Mag Consulting, 2013. ISBN 978-80-86724-46-1
- MAK, James. *Tourism and the economy: understanding the economics of tourism*. Honolulu: University of Hawai'i Press, c2004. ISBN 9780824827892
- NĚMČANSKÝ, Milan. *Odvětví cestovního ruchu: vybrané kapitoly*. Karviná: Slezská univerzita, 1999. ISBN 80-7248-034-0
- PALATKOVÁ, Monika a Jitka ZICHOVÁ. *Ekonomika turismu: turismus České republiky. 2., aktualiz. a rozš. vyd.* Praha: Grada, 2014. ISBN 978-80-247-3643-3
- PÁSKOVÁ, M., ZELENKA, J.: *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Ministerstvo pro místní rozvoj, Praha, 2002, 448 stran
- PETRŮ, Zdenka. *Základy ekonomiky cestovního ruchu. 2., upr. vyd.* Praha: Idea servis, 2007. ISBN 978-80-85970-55-5
- SINCLAIR, M. Thea. a Mike. STABLER. *The economics of tourism*. London, [England]: Routledge, 1997. ISBN 9780415170765
- VYSTOUPIL, Jiří a Martin ŠAUER. *Základy cestovního ruchu: distanční studijní opora*. Brno: Masarykova univerzita, Ekonomicko-správní fakulta, 2006. ISBN 80-210-4205-2
- 

**Předběžný termín obhajoby**

2018/19 LS – PEF

**Vedoucí práce**

Ing. Pavel Hrdlička, Ph.D.

**Garantující pracoviště**

Katedra ekonomických teorií

Elektronicky schváleno dne 9. 11. 2018

doc. PhDr. Ing. Lucie Severová, Ph.D.

Vedoucí katedry

Elektronicky schváleno dne 12. 11. 2018

Ing. Martin Pelikán, Ph.D.

Děkan

V Praze dne 18. 03. 2019

### **Čestné prohlášení**

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

V Praze dne 25.3.2019

---

## **Poděkování**

Rád(a) bych touto cestou poděkoval(a) Ing. Pavlu Hrdličkovi. Ph. D. za trpělivost a cenné rady při vypracování diplomové práce. Dále bych ráda poděkovala své rodině za podporu v průběhu studia i během psaní diplomové práce a také všem respondentům dotazníkového šetření, bez kterého by nebylo možné tuto diplomovou práci vypracovat.

# Ekonomický přínos specifické formy turismu

## Abstrakt

Tato diplomová práce se zabývá ekonomickým přínosem Mol ligy házené žen pro město Písek. V teoretické části jsou prostřednictvím metody deskripce definovány pojmy z ekonomie a cestovního ruchu. Charakterizuje makroekonomické ukazatele, typologii turismu, ekonomické efekty cestovního ruchu a princip multiplikační teorie. Praktická část se zabývá samotným výpočtem ekonomického přínosu, kterého je dosaženo prostřednictvím specifické formy turismu, kdy lidé navštěvují město Písek s primárním účelem vidět sportovní utkání házené žen. Pro vyčíslení ekonomického přínosu bylo potřeba prostřednictvím dotazníkového šetření zjistit přibližné výdaje účastníků turismu během jejich návštěvy házenkářského utkání, stanovení hodnot příslušných multiplikátorů pomocí input-output analýzy, a nakonec jejich vynásobení pro získání konečného výsledku. V závěrečné části práce jsou vyhodnoceny dosažené výsledky, diskuze a samotný závěr diplomové práce.

**Klíčová slova:** cestovní ruch, ekonomický přínos, házená, multiplikační efekt, město Písek, multiplikace, příjem, sportovní akce, turismus

# The economic benefit of a specific form of tourism

## Abstract

This diploma thesis deals with the economic benefit of Mol League of women handball for the town Písek. In the theoretical part, the terms of economics and tourism are defined by description method. It characterizes macroeconomic indicators, typology of tourism, economic effects of tourism and the principle of multiplication theory. The practical part deals with the calculation of the economic benefit, which is achieved through a specific form of tourism, when people visit the town of Písek with the primary purpose of seeing handball game. To quantify the economic benefits, it was necessary to find out through the questionnaire survey the approximate expenses of tourism participants during their visit of handball game, to determine the values of the suitable multipliers using input-output analysis, and finally to multiply them for the final result. In the final part of the thesis the results, discussion and the conclusion are evaluated.

**Keywords:** tourism, economic benefit, handball, multiplier effect, town Písek, multiplication, income, sports events



# Obsah

<b>1 Úvod.....</b>	<b>13</b>
<b>2 Cíl práce.....</b>	<b>14</b>
2.1 Metodika .....	14
<b>3 Teoretická východiska .....</b>	<b>15</b>
3.1 Ekonomie .....	15
3.1.1 Mikroekonomie.....	15
3.1.2 Makroekonomie .....	16
3.2 Cestovní ruch .....	25
3.2.1 Pojetí a definování turismu .....	25
3.2.2 Vývoj cestovního ruchu .....	26
3.2.3 Význam cestovního ruchu .....	26
3.3 Základní pojmy cestovního ruchu .....	26
3.4 Typologie cestovního ruchu .....	27
3.4.1 Druhy cestovního ruchu.....	27
3.4.2 Formy cestovního ruchu .....	28
3.4.3 Typy cestovního ruchu.....	28
3.5 Ekonomický přínos cestovního ruchu .....	28
3.5.1 Trh cestovního ruchu .....	29
3.5.2 Ekonomicko – peněžní hodnocení vlivu a významu turismu .....	29
3.6 Přímé, nepřímé a indukované efekty turismu .....	30
3.7 Metody používané k hodnocení dopadů cestovního ruchu na ekonomiku regionu	
31	
3.7.1 Multiplikátor cestovního ruchu.....	31
3.7.2 Satelitní účet .....	33

3.8	Spotřební chování účastníků domácího turismu .....	36
3.8.1	Spotřební chování na domácích kratších cestách.....	36
3.8.2	Spotřební chování na domácích jednodenních výletech .....	37
<b>4</b>	<b>Vlastní práce .....</b>	<b>38</b>
4.1	MOL liga žen v házené .....	38
4.1.1	Organizace a řízení ligy .....	38
4.1.2	System soutěže.....	39
4.1.3	Stručná pravidla házené .....	39
4.1.4	Hodnocení výsledků v soutěži .....	40
4.1.5	Pořadatel utkání.....	41
4.1.6	Mol liga házené žen v Písku .....	42
4.2	Město Písek .....	45
4.2.1	Historie města Písek a jeho památky .....	45
4.3	Dotazníkové šetření.....	48
4.3.1	Rozdělení respondentů.....	49
4.3.2	Počet členů skupiny .....	50
4.3.3	Trvalé bydliště respondentů .....	50
4.3.4	Doprava.....	52
4.3.5	Ubytování.....	53
4.3.6	Stravování .....	56
4.3.7	Návštěva památek a muzeí v Písku.....	57
4.4	Stanovení ekonomického přínosu .....	58
4.5	Hodnota multiplikátoru .....	58
4.6	Ekonomický přínos Mol ligy házené žen pro město Písek .....	64
	<b>Výsledky a diskuse .....</b>	<b>70</b>
	<b>Závěr .....</b>	<b>74</b>

Seznam použitých zdrojů .....	77
-------------------------------	----

5 Přílohy .....	84
-----------------	----

## Seznam obrázků

Obrázek 1 Dynamika HDP ČR a vybraných výdajových složek .....	20
Obrázek 2 Vývoj nezaměstnanosti v ČR za poslední rok.....	22
Obrázek 3 Kreditní a debetní položky platební bilance.....	24
Obrázek 4 Multiplikační proces.....	32
Obrázek 5 Přehled základního systému satelitního účtu turismu v české republice .....	35
Obrázek 6 Kratší cesty (1-3 přenocování) rezidentů v tuzemsku (v tis.) .....	37
Obrázek 7 Počet návštěvníků domácího cestovního ruchu v roce 2016.....	37
Obrázek 8 Logo MOL ligy žen házené.....	38
Obrázek 9 Házenkářské hřiště .....	40
Obrázek 10 Oblouková hala z venku a uvnitř.....	42
Obrázek 11 Oblouková hala uvnitř .....	42
Obrázek 12 Písecké družstvo A týmu žen .....	43
Obrázek 13 Aktuální tabulka Mol ligy žen ke dni 25.3.2019.....	44
Obrázek 14 Rozložení obyvatelstva města Písek .....	45
Obrázek 15 Písecký hrad .....	46
Obrázek 16 Kamenný most v Písku.....	47
Obrázek 17 Městská elektrárna.....	48
Obrázek 18 Vstup do hotelu Otava Arena.....	54
Obrázek 19 Zjednodušený model SIOT tabulky .....	59
Obrázek 20 Výřez matice koeficientů A.....	60
Obrázek 21 Výřez matice I-A .....	60
Obrázek 22 Výřez excelového výpočtu Leontiefovy matice.....	61

## Seznam tabulek

Tabulka 1 Typologie cestovního ruchu .....	28
Tabulka 2 Kraj odkud respondenti přijeli do města Písek .....	51
Tabulka 3 Přehled multiplikátorů pro jednotlivá odvětví.....	63

Tabulka 4 Ostatní výdaje průměrně za zápas v Kč .....	64
Tabulka 5 Výdaje za parkování průměrně za zápas v Kč .....	64
Tabulka 6 Výdaje za naftu průměrně za zápas v Kč .....	65
Tabulka 7 Výdaje za využití lokálního dopravce v Kč .....	65
Tabulka 8 Výdaje za ubytování průměrně za zápas v Kč .....	66
Tabulka 9 Výdaje za stravování a pohostinství průměrně za zápas v Kč .....	67
Tabulka 10 Výdaje za volnočasové aktivity průměrně za zápas v Kč .....	68
Tabulka 11 Průměrné výdaje za vstup na utkání v Kč .....	68
Tabulka 12 Výdaje za vstup na městskou sjezdovku průměrně za zápas v Kč .....	68
Tabulka 13 Přehled celkových výdajů a průměrných výdajů za zápas v Kč .....	69
Tabulka 14 Přehled průměrných přímých, nepřímých a celkových efektů za zápas v Kč ..	69
Tabulka 15 Přehled multiplikátorů jednotlivých odvětví .....	70
Tabulka 16 Přehled celkových výdajů a výdajů na zápas v Kč .....	71
Tabulka 17 Přehled přímých, nepřímých a celkových efektů v Kč .....	72

## **Seznam grafů**

Graf 1 Návštěva házenkářského utkání s primárním účelem.....	49
Graf 2 Počet členů skupiny při návštěvě utkání házené.....	50
Graf 3 Kraje odkud respondenti přicestovali do města Písek .....	52
Graf 4 Způsob dopravy respondentů.....	53
Graf 5 Využití ubytovacích zařízení .....	54
Graf 6 Využití konkrétních ubytovacích zařízení .....	55
Graf 7 Délka pobytu.....	56
Graf 8 Využití jednotlivých stravovacích zařízení .....	57
Graf 9 Návštěvnost píseckých památek a muzeí .....	58
Graf 10 Porovnání celkových výdajů v jednotlivých odvětvích v Kč .....	72

# 1 Úvod

Házená je kolektivní míčový sport brankového typu. Dva proti sobě hrající týmy na jedné hrací ploše se snaží pomocí přihrávek a střel dát více branek než soupeř. To vše v rámci platných pravidel a fair play.

Házená není v České republice tak oblíbeným sportem jako například ve Skandinávii, Německu, Maďarsku či v jiných evropských zemích, kde patří mezi nejpoblárnější sporty. Svě fanoušky tu však má a ti jsou za kvalitní házenou ochotni dojíždět i když se utkání jejich oblíbeného klubu nekoná v místě jejich trvalého bydliště. A právě tento pohyb osob za účelem jejich motivace vidět sportovní utkání souvisí s cestovním ruchem.

Cestovní ruch je velice významným a nejvíce se rozvíjejícím odvětvím světového hospodářství. Jeho prostřednictvím lidé uspokojují své potřeby v oblasti rekreace, turistiky, kultury apod. s cílem využití svého volného času. V rámci této aktivity účastníci cestovního ruchu vynaloží výdaje, které jsou stěžejní pro určení ekonomického přínosu v dané oblasti. O ekonomickém přínosu se však dá uvažovat pouze v případě, že utracené peníze znamenají růst ekonomické aktivity na daném území.

K vyčíslení tohoto přínosu jsou však potřeba nejen výše zmíněné výdaje účastníků turismu, ale také příslušné multiplikátory pro odvětví, ve kterém byly peníze utraceny. Výdaje účastníků cestovního ruchu, které se rovnají přímým ekonomickým efektům, je pro získání celkových ekonomických dopadů potřeba násobit vhodným multiplikátorem a poté určit i efekty nepřímé.

Konkrétně se tato práce zaměřuje na zjištění ekonomického přínosu Mol ligy házené žen pro město Písek. To v praxi znamená, jaké výdaje mají účastníci cestovního ruchu během této specifické formy turismu, návštěvy města Písek s primárním účelem vidět sportovní utkání házené, a jaké to má ekonomické dopady na město.

## 2 Cíl práce

Cílem práce je vyčíslení ekonomického přínosu specifické formy turismu při pořádání prvoligové házenkářské MOL ligy žen pro domácí město Písek.

Dílčím cílem práce je deskripce ekonomie, rozdělení na obor mikroekonomie a makroekonomie, dále deskripce cestovního ruchu, jeho vývoje a významu, také kategorizace turismu, realizace deskripce multiplikace ekonomického přínosu turismu, jeho ekonomických efektů a metod využívaných k hodnocení těchto ekonomických dopadů. Zároveň provedení deskripce spotřebního chování účastníků domácího cestovního ruchu, házené a množství turistického využití ve městě Písek.

### 2.1 Metodika

Diplomová práce je zpracována ve dvou částech, teoretické a praktické.

V teoretické části práce bude pomocí literární a internetové rešerše provedena deskripce ekonomie a jejího rozdělení na obory mikroekonomie a makroekonomie. Dále bude realizována deskripce vývoje a významu cestovního ruchu, typologie turismu a jeho rozdělení na druhy, formy a typy. Objasněna bude metodika vyčíslení ekonomického přínosu cestovního ruchu, deskripce efektů turismu a jejich rozdělení na přímé, nepřímé a indukované efekty. Dále deskripce metod, které jsou používány pro hodnocení těchto dopadů turismu, principu multiplikace ekonomického přínosu cestovního ruchu a také deskripce spotřebního chování účastníků domácího turismu.

V praktické části bude provedena deskripce principu vzniku specifické formy turismu při pořádání házenkářské MOL ligy žen. Na základě této deskripce bude provedena přesná kalkulace příjmů plynoucích z tohoto turismu pro město Písek a dále bude pomocí multiplikačního efektu vyčíslen čistý ekonomický přínos.

## **3 Teoretická východiska**

### **3.1 Ekonomie**

Ekonomie se na svém počátku zabývala domácnostmi a jejich hospodařením. Má původ v řeckém slově „oikonomikos“, který v překladu znamená „správa domu.“ Tato věda se vyvinula z filozofie a řadí se mezi vědy společenské. (2)

Dnes lze ale ekonomii definovat hned několika způsoby. Dle Roberta Holmana se ekonomie zabývá ekonomickým chováním jednotlivců, a proto ji označuje jako vědu o lidském jednání. (1) Autoři Samuelson a Nordhaus ji zase definují jako vědu, která zkoumá různé společnosti a jejich využití vzácných zdrojů k výrobě užitečných statků a jejich rozdělení mezi různé skupiny. (4) A například Brčák říká, že se ekonomie zabývá rozhodováním a jednáním lidí, jejich vztahy napříč výrobním procesem a rovněž způsoby využívání omezených zdrojů, které vedou k výrobě užitečných komodit, a také způsoby rozdělení a směny těchto produktů. (5)

Ekonomie ale nesouvisí pouze se sociálními vědami, jako jsou psychologie a sociologie. Je zároveň spjata s matematikou, vědou exaktní, která je založena na přesnosti.

Cílem této vědy je předpovědět budoucí ekonomický vývoj, vysvětlit ekonomické jevy a také snaha najít vhodnou cestu, jak na tyto jevy působit a jak je řešit. (3)

Ekonomii zpravidla dělíme na mikroekonomii a makroekonomii, a to na základě toho, jaké subjekty jsou předmětem zkoumání. (6)

#### **3.1.1 Mikroekonomie**

Základ slova mikroekonomie tvoří řecké „mikros“, které v překladu znamená malý. Mikroekonomie je obor ekonomie zabývající se způsoby, jakými se jednotlivé ekonomické subjekty, firmy a domácnosti, rozhodují a jaké je jejich vzájemné působení na různých trzích. (7)

Domácnosti mohou firmám nabízet výrobní faktory, které mají k dispozici. Mezi tyto faktory patří půda, práce a kapitál. Domácnosti na základě těchto vztahů získávají důchody, a to zpravidla ve formě mzdy, nájmu anebo renty. Tímto se na trhu výrobních faktorů dostávají na stranu nabídky, a naopak na stranu poptávky na trhu statků a služeb. Firmy pak díky výrobním faktorům od domácností nabízejí na trhu statků a služeb už hotové výrobky nebo služby.

Cílem je pak pro firmy i domácnosti minimalizace nákladů a maximalizace zisku. S tímto oborem tudíž také souvisí mechanismus tvorby cen, konkurence, efektivnost a další ekonomické jevy. (6)

### **3.1.2 Makroekonomie**

Název makroekonomie tvoří řecké slovo „makros“, které znamená něco velkého. Obor makroekonomie se zpravidla zabývá studiem ekonomického prostředí jako celku. Zkoumá hospodářství jednotlivých národů s pomocí souhrnných ukazatelů a jejich analýzy. Mezi tyto agregátní ukazatele patří například míra inflace, míra nezaměstnanosti, platební bilance, hrubý domácí produkt či měnový kurz. Na základě rozboru těchto veličin lze pak srovnat ekonomiku jednoho státu s ostatními, vytvořit trend a na jeho základě se pokusit předpovědět budoucí ekonomický vývoj. (5) Hlavním cílem této politiky je zajištění rychlého ekonomického růstu a vysoké úrovně, což můžeme chápat jako zaručení vzdělání, dostatku potravin a bydlení. Stabilita cenové hladiny a nízká nezaměstnanost jsou cílem dalším. (4)

#### **Měření výkonnosti ekonomiky**

Na makroekonomické veličiny, pomocí kterých se měří výkonnost ekonomiky, se dá nahlížet z hlediska makroekonomické teorie či statistické praxe. Mezi nejznámější a nejpoužívanější pojem patří hrubý domácí produkt, který se vztahuje k produkci. Ale porovnání ekonomik pouze na základě veličin vztahujících se k produkci by nebylo úplné, a proto je k dispozici mnoho dalších ukazatelů, jako jsou například míra nezaměstnanosti, inflace, platební bilance a další. (8)



## **Hrubý domácí produkt**

Hrubý domácí produkt (HDP) neboli Gross Domestic Product je základní a nejdůležitější ukazatel, díky kterému je možné měření výkonnosti jednotlivých ekonomik. (9) Abychom mohli jednotlivá národní hospodářství porovnávat, je nutné, aby byly výstupy v podobě statků a služeb, které jsou nově vyrobeny ve sledovaném období, vyjádřeny ve stejných jednotkách. Proto mají tyto výstupy peněžitou hodnotu. Další otázkou je, co vše se do výstupu zahrnuje, protože pro přesné určení hodnoty produkce, je nutné, aby byly všechny zhotovené statky a poskytnuté služby, zahrnuty pouze jednou. Je tedy potřeba rozlišovat finální produkt a meziprodukt. (8) Brčák a Sekerka do finálního produktu řadí takové statky, které jsou určeny ke konečné spotřebě a prodávány konečnému zákazníkovi. Výrobky, které byly vyrobeny ve sledovaném období a ve stejném roce také spotřebovány, se řadí mezi meziprodukty. (5) Dornbush ještě doplňuje, že pouze finální produkt se zahrnuje do hodnoty celkové produkce, a to z důvodu, aby se zamezilo dvojímu započtení. (10)

*„Hrubý domácí produkt (HDP) je peněžním vyjádřením celkové hodnoty statků a služeb, které byly nově vytvořeny na určitém území za dané období.“ (8, str. 15)*

Hrubý domácí produkt je možno vypočítat třemi způsoby:

- Produkční metodou (výrobní, výrobní),
- Výdajovou metodou,
- Důchodovou metodou (příjmovou),

### **Produkční metoda**

Touto metodou se HDP počítá jako součet hrubé přidané hodnoty jednotlivých institucionálních sektorů nebo odvětví a čistých daních na produkty, které ale nejsou zahrnuty do sektorů a odvětví.

Vzorec:

**Hrubý domácí produkt =  $\sum$  přidaných hodnot a čistých daní**

HDP je rozdílem mezi produkcí a meziproduktem, a jelikož se uvádí produkce v základních cenách a užití v cenách kupních, je potřeba přičíst daň z produktů sníženou o dotaci na výrobky. (11)

Vzorec:

**HDP = hodnota produkce – meziprodukt + daně z produktů – dotace na výrobky**

### **Výdajová metoda**

Výdajová metoda počítá HDP jako součet výdajů domácnosti C a investic I. Dále výdajů na vládní nákupy statků a služeb G, a protože je část produkce vyvážena za hranice, je potřeba také přičíst hodnotu této produkce jako hodnotu exportovaných statků a služeb X. Naopak je nutné odečíst hodnotu importovaných statků a služeb M.

Vzorec:

$$\mathbf{HDP = C + I + G + NX}$$

$$\mathbf{HDP = C + I + G + X - M}$$

NX označuje čistý export a jedná se o rozdíl mezi exportem a importem.

$$\mathbf{NX = X - M}$$

### **Důchodová metoda**

Hodnota finálního produktu se důchodovou neboli příjmovou metodou počítá tak, že se sečtou veškeré důchody jednotlivých subjektů ekonomiky. Mezi tyto důchody patří platy a mzdy, úroky, zisky a renta. Na tuto metodu je možno nahlížet také jako na nákladovou, jelikož jí rozumíme jako tok veškerých firemních nákladů.

Vzorec:

**HDP = mzdy a platy (včetně ostatních náhrad zaměstnanců) + firemní zisky + renty + čisté úroky + amortizace + nepřímé daně + subvence**

Subvence zde reprezentují transferový příjem, a proto je třeba ho z HDP vyřadit, jelikož neodrážejí hodnotu služeb a výrobků, které byly vyprodukovány. Tento příjem totiž nebyl příjemcem nijak vyvážen v podobě produkce. Pokud by nebyla přičtena amortizace, dostali bychom hodnotu čistého domácího produktu, nikoliv hrubého. (8)

Český statistický úřad v metodice uvádí tento vzorec (11):

**HDP = náhrady zaměstnancům + daně z výroby a z dovozu – dotace + čistý provozní přebytek + čistý smíšený důchod + spotřeba fixního kapitálu**

Provozní přebytek představuje zisky podnikatelských subjektů, úroky a jiné příjmy, které plynou z vlastnictví kapitálu. Získáme ho rozdílem hrubé přidané hodnoty, čistými daněmi z výroby, náhradami personálu a z importu. Co se týká smíšených důchodů, jedná se o souhrn důchodu z podnikání, tedy zisk a důchod z pracovní činnosti.

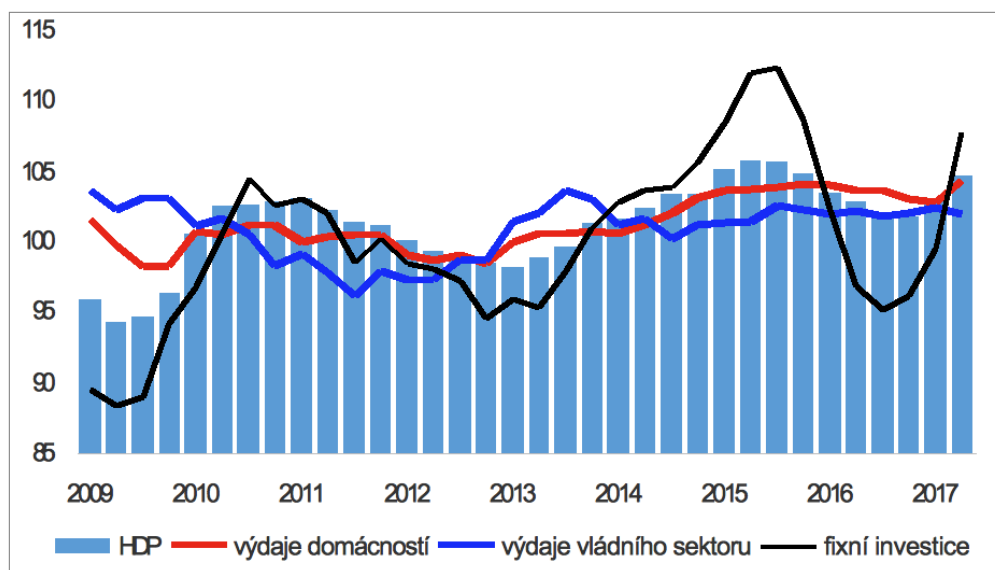
Pokud bychom od hrubého domácího produktu odečetli amortizaci (znehodnocení, opotřebení kapitálu) získali bychom hodnotu čistého národního produktu.

Vzorec:

**ČDP = HDP - amortizace**

Velice důležité je také umět rozlišit nominální či reálný produkt. Záleží na tom, jaké ceny jsou pro vyjádření daného produktu použity. Je-li HDP v cenách tržních, jedná se o nominální domácí produkt, pokud je ale vyjádřen cenami stejnými, které jsou platné ve stálém roce, jedná se o reálný domácí produkt. (8)

Obrázek 1 Dynamika HDP ČR a vybraných výdajových složek



zdroj: (20)

### Nezaměstnanost

Nezaměstnanost je dle Jírové možno vyjádřit jako určitý stav ekonomiky, kdy osoby v produktivním věku chtějí najít práci a jsou schopny výkonu práce, bohužel se jim to ale nedaří. V každé zemi můžeme narazit na rozdíly v definici, protože každý stát jinak vymezuje například produktivní věk. Co je ale společné, jsou tři základní kategorie dělení obyvatel. Tyto skupiny jsou zaměstnaní, nezaměstnaní a ekonomicky neaktivní obyvatelé. (15)

Ale ne všichni lidé, kteří nemají zaměstnání, se počítají za nezaměstnané. Pracovní poměr neuzavírají například živnostníci, rentiéři, důchodci, rodiče na mateřské dovolené a ani podnikatelé. Nezaměstnaný není ani ten, kdo si zaměstnání nehledá. (14)

Podle Eurostatu se za nezaměstnaného považuje ta osoba, která:

- je starší 15ti let,
- bez práce,
- aktivně hledající práci (zapsání se na úřadu práce nebo v soukromé agentuře atd..),
- je připravena nastoupit do práce.

Pokud alespoň jedna z vlastností není splněna, osoba je posuzována za zaměstnanou nebo za ekonomicky neaktivní. (8)

### **Měření a míra nezaměstnanosti**

Nezaměstnanost je možné vyjádřit jako výpočet míry nezaměstnanosti nebo také jako absolutní číslo na základě údajů, které poskytuje úřad práce. Míra nezaměstnanosti je pak relativní ukazatel výkonnosti ekonomiky daného státu, přičemž jeho výklad je velice jednoduchý a je výhodný v tom, že je možné ho srovnávat s hodnotami jiných zemí.(16,17)

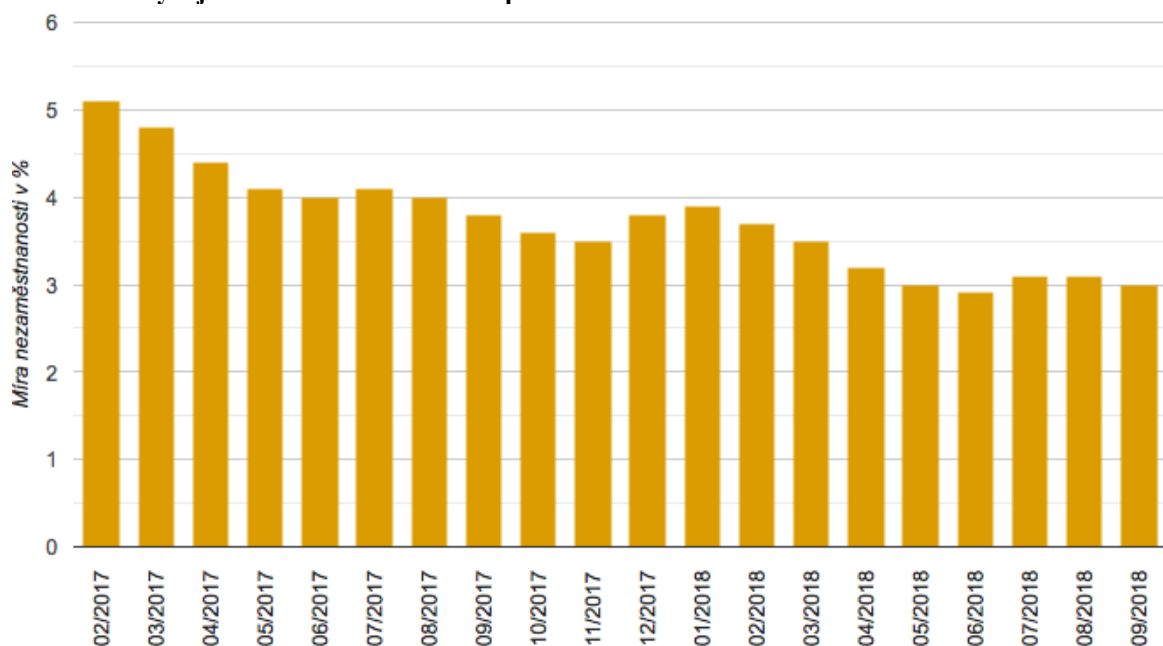
Obecná míra nezaměstnanosti  $u$  se počítá jako počet nezaměstnaných osob  $U$  ku pracovním silám  $L$ , přičemž tyto pracovní síly vyjadřují zaměstnané osoby  $E$  (ti, kteří práci mají) a nezaměstnané osoby  $U$  (ti kteří práci aktivně hledají). Tyto dvě skupiny tvoří dohromady již výše zmíněné ekonomicky aktivní obyvatelstvo. Zjednodušeně se tedy míra nezaměstnanosti rovná podílu počtu nezaměstnaných osob na počtu ekonomicky aktivního obyvatelstva. (8)

Vzorec:

$$u = U / E + U = U / L$$

Přirozená míra nastává v případě, kdy síly, které vyvolávají zvyšování a snižování mzdové inflace, jsou vyrovnané. Jedná se o stav, kdy je trh práce a trh statků a služeb v rovnováze. Současně představuje nejnižší dlouhodobě udržitelnou míru nezaměstnanosti. (18)

Obrázek 2 Vývoj nezaměstnanosti v ČR za poslední rok



Zdroj: (25)

### Zaměstnanost

„Pod pojmem zaměstnanost se rozumí skutečnost, že část ekonomicky aktivního obyvatelstva si prostřednictvím svého zapojení se do pracovního procesu zabezpečuje prostředky pro zajištění své existence a uspokojování svých potřeb. Její úroveň vyjadřuje zpravidla poměr mezi počtem ekonomicky aktivních pracujících obyvatel a jeho celkovým počtem“ (13)

### Platební bilance

Platební bilance představuje ekonomické transakce mezi subjekty domácí ekonomiky a nerezidenty, které proběhly během daného období. (19) Za rezidenta pak považujeme fyzickou či právnickou osobu, která má trvalý pobyt nebo sídlo v tuzemsku. Nerezidenti jsou pak ty fyzické či právnické osoby, které v tuzemsku nemají trvalé bydliště. (21)

Platební bilanci rozlišujeme:

- tržní,
- účetní,

Tržní platební bilance vyjadřuje běžný a nepřerušovaný vztah dvou platebních trhů a obsahuje teoretickou analýzu, která je pozorovatelná pomocí kurzů.

Účetní bilance pak představuje statistický výkaz, který sumarizuje podvojným účetním záznamem všechny transakce, které daná země uskutečnila během určitého období.

Význam platební bilance spočívá v posouzení vnější ekonomické rovnováhy na makroekonomické úrovni. Zaznamenává a monitoruje veškeré mezinárodní finanční a obchodní transakce právnických a fyzických osob dané země. Jedná se tedy o bilanci mezi národní a zahraniční ekonomikou za určité období, která podává představu o tom, v jakém je ekonomika stavu, o její vnější výkonnosti, charakteru rozvoje a úspěšnosti. A poněvadž je platební bilance statistický účetní záznam, je nutné, aby byla jako celek vždy vyrovnaná. (8)

V platební bilanci rozlišujeme z hlediska struktury dvojí pohled a to:

- horizontální,
- vertikální,

Horizontální struktura zpřehledňuje platební bilanci a je tvořena pěti položkami, které odpovídají věcné struktuře. (8, 22) Jedná se o:

- běžný účet,
- kapitálový účet,
- finanční účet,
- saldo chyb a opomenutí,
- změna devizových rezerv (měnový účet).

U vertikálního členění je velice důležité to, že sestavení platební bilance vychází z podvojného účetnictví. (23) To znamená, že veškeré transakce jsou zachyceny dvakrát. Jednou v podobě kreditní operace, podruhé jako debetní. A právě toto rozdělení transakcí se nazývá vertikální struktura platební bilance. (22)

Obrázek 3 Kreditní a debetní položky platební bilance

<b>Položka</b>	<b>Kredit (+) Devizová nabídka</b>	<b>Debet(-) Devizová poptávka</b>
Zboží	export	import
Služby	export	import
Důchody	import	export
Transfery	import	export
Kapitál	import	export
Změna devizových rezerv	snížení	zvýšení

Zdroj: (24)

### **Multiplikační efekty**

Multiplikátor znázorňuje souvislost s jiným odvětvím ekonomie, přičemž se výstupy z jednoho odvětví stanou výstupem odvětví druhého. V případě, že nastane zvýšení produkce v jednom odvětví, zvýší se produkce i u ostatních odvětví o danou jednotku, která se nazývá multiplikátor.

Multiplikátory je možné vymezit pro jednotlivá odvětví a to například:

- multiplikátor produkce,
- multiplikátor zaměstnanosti,
- multiplikátor hrubé přidané hodnoty,
- multiplikátor důchodu. (26)



## 3.2 Cestovní ruch

Turismus je dnes řazen mezi velice významné odvětví světového hospodářství. Patří také mezi nejvíce rozvíjející se odvětví a má význam celosvětový, tak i regionální. (27)

### 3.2.1 Pojetí a definování turismu

Definování turismu není snadné, a to z důvodu, že je tento jev součástí několika oblastí, ať už se jedná o oblasti ekonomické nebo sociální. Proto je možné se setkat hned s několika definicemi tohoto pojmu, přičemž některé jsou uvedeny níže.

Dohnal turismus popisuje jako způsob uspokojení lidských potřeb v oblasti kultury, rekreace a turistiky, jestliže k tomuto uspokojování dochází ve volném čase a jinde, než je běžné životní prostředí. (28)

Dle Světové organizace cestovního ruchu je pak turismus definován velmi podobně, jako činnost lidí, která spočívá v pohybu a pobytu osob na místech, která jsou mimo jejich běžná bydliště, za účelem využití volného času, obchodu atd., to vše po dobu kratší než jeden celý rok. (29)

Výkladový slovník interpretuje turismus více podrobněji a to konkrétně: „*Cestovní ruch je komplexní, mnoha oblastmi a z mnoha hledisek se prolínající společenský jev bez jakýchkoli pevně stanovených hranic, který je synergickým souhrnem všech jevů, vztahů a dopadů v časoprostorovém kontextu, souvisejících s narůstající mobilitou lidí, motivovanou uspokojováním jejich potřeb v oblasti využití volného času, rekreace, cestování a poznání, dále v oblasti sociální, kulturní a v dalších oblastech.*“ (30, str.6)

Na základě těchto definic lze shrnout, že turismus je aktivita spojená s mobilitou osob z jednoho místa na druhé, a to z rozdílných důvodů a účelů.

Mezi základní rysy turismu tedy patří dočasná změna trvalého bydliště, nepracovní účel cesty a také vznik nových vztahů mezi návštěvníky a obyvateli, to vše ve volném čase účastníku turismu. (31)

### **3.2.2 Vývoj cestovního ruchu**

Dějiny turismu jsou propojeny s historií cestování. Egypťané, Římané a Řekové jsou považováni za první cestovatele vůbec. Rozkvět cestování je spojován se začátkem cest do zámoří týkajících se obchodu, kolonizace či poznání. Moderní cestovní ruch a jeho počátky sahají do 17. a 18. století a často se spojují s průmyslovou revolucí. V tuto dobu se začalo hojně využívat práva volného cestování po jiných územích než pouze vnitrozemských. Zakladatelem organizovaného turismu je považován Angličan Thomas Cook, který v roce 1841 založil první cestovní kancelář. (32)

### **3.2.3 Význam cestovního ruchu**

Cestovní ruch se řadí mezi jednu z nejdůležitějších součástí národních i světových ekonomik a je velkým přínosem pro mnoho oborů, které pod odvětví cestovního ruchu spadají. Jedná se například o pohostinské a ubytovací jednotky, služby cestovních kanceláří, dopravu, služby průvodců ale také informační systémy a další infrastruktura. Spolu s automobilovým průmyslem tvoří turismus nejvýznamnější obchodní odvětví a řadí se tak před obchod s ropou a s potravinami. Zároveň je cestovní ruch největší zaměstnavatel na světě.

Pozitivem turismu je také přínos druhotných příjmů do dalších sektorů jako například do kultury, sportu, stavebnictví, bankovníctví a podobně. Je také velice přínosný v oblasti posílení místní identity a je důležitým činitelem při rozvoji mezilidských vztahů. (29)

## **3.3 Základní pojmy cestovního ruchu**

### **Návštěvník**

Český statistický úřad definuje návštěvníka jako účastníka cestovního ruchu, přičemž se tyto návštěvníci dělí na jednodenní návštěvníky a turisty. (33)

### **Jednodenní návštěvník**

Jednodenní návštěvník je účastník cestovního ruchu, který nepřenocuje mimo své obvyklé prostředí. (33)

### **Turista**

Turistou se rozumí osoba, která na místě mimo své trvalé bydliště přenocuje nejméně jednou. (33)

### **Rezident**

Rezident neboli domácí návštěvník je ten, jehož domácí země je shodná se zemí navštívenou, přičemž se může jednat o občana dané země i cizího státního příslušníka, který žije ve sledované zemi. (33)

### **Nerezident**

Nerezident nebo zahraniční návštěvník je ten, jehož sídlo je v zemi jiné než v zemi navštívené. Za nerezidenta se také považuje občan sledované země, který žije trvale v zahraničí. (33)

### **Destinace**

Destinací se obecně rozumí cíl cesty nebo také místo, které je navštívené účastníkem turismu. V užším slova smyslu je možné destinaci cestovního ruchu definovat jako cílovou oblast, která je významná svými turistickými možnostmi. (34)

## **3.4 Typologie cestovního ruchu**

Jelikož není možné, aby byl cestovní ruch stejný ve všech ohledech a oblastech, kategorizuje ho odborná literatura do několika skupin podle různých kritérií. Základní dělení cestovního ruchu je dle formy a druhu. (35)

### **3.4.1 Druhy cestovního ruchu**

Druhy cestovního ruchu se vymezují dle způsobu, jakým se realizuje a probíhá daná cesta. Nejčastější členění je podle věku a počtu účastníků, délky trvání pobytu, území,

na kterém cestovní ruch probíhá, ale také podle platební bilance sledovaného státu, původu účastníků turismu a mnoho dalších. (36)

### 3.4.2 Formy cestovního ruchu

Formy cestovního ruchu vystihují povahu turismu z pohledu návštěvníků a jsou definovány na základě jejich motivace. Řadí se sem především motivy ekonomické, společenské, kulturní, rekreační, sportovní a mnoho dalších. (36)

### 3.4.3 Typy cestovního ruchu

Za typy cestovního ruchu se považuje souhrn aktivit určité podoby a vlastního charakteru, přičemž se toto dělení využívá při tvorbě produktů turismu. Mají velký význam především při cílení na návštěvníky a jejich nalákání do cílové destinace. Nejčastější typy jsou turistika aktivní, venkovská, lázeňská, kongresová nebo také poznávací turistika. (37)

**Tabulka 1 Typologie cestovního ruchu**

DRUHY CESTOVNÍHO RUCHU	FORMY CESTOVNÍHO RUCHU	TYPY CESTOVNÍHO RUCHU
Podle věku účastníků	Poznávací	Aktivní turistika
Podle počtu účastníků	Společenský	Venkovská turistika
Podle délky trvání pobytu	Kulturní	Lázeňská turistika
Podle původu účastníků	Sportovní	Poznávací turistika

Zdroj: vlastní zpracování podle (37)

## 3.5 Ekonomický přínos cestovního ruchu

Ekonomický přínos se zaměřuje na to, odkud peníze pocházejí a kde byly utraceny. O přínos se jedná pouze v případě, kdy peníze znamenají růst ekonomické aktivity ve sledované oblasti, přičemž by k tomuto navýšení bez dané akce nedošlo. Patří sem výdaje účastníků cestovního ruchu, kteří žijí mimo oblast zájmu. U těchto osob je pak nutné určit, z jakého důvodu navštívili sledovanou oblast spolu s podílem jejich výdajů, které je možné přičíst konkrétní akci nebo organizaci. (38)

### **3.5.1 Trh cestovního ruchu**

Trhem cestovního ruchu je místo, kde si jednotlivé ekonomické subjekty směňují výsledky své činnosti. Na základě toho, co se prodává a kupuje, se pak rozlišuje trh peněz, trh výrobních faktorů, nebo trh zboží a služeb, jehož samostatnou součástí je právě trh cestovního ruchu. Pro tento trh jsou charakteristické stejné vlastnosti jako pro trh zboží a služeb. Odlišuje se ale některými specifickými znaky, které plynou z charakteru potřeb, které jsou v rámci cestovního ruchu uspokojovány, také z povahy spotřebních statků, vlivu obecných podmínek a potenciálu rozvoje turismu.

Na tomto trhu se lze potkat se třemi vztahy, které mohou nastat. V případě, kdy je poptávka větší než nabídka, mluvíme o trhu prodávajícího, když nastane situace opačná, jedná se o trh kupujícího a v případě, že se obě strany rovnají, nastane na trhu rovnovážná cena.

Na straně nabídky stojí předměty cestovního ruchu jako jsou ubytovací a pohostinská zařízení, informační centra, cestovní agentury a kanceláře, sportovní a kulturní zařízení, dále také dopravní společnosti, taxislužby, městská hromadná doprava a mnoho dalších turistických objektů. Poptávka je pak zastoupena účastníky cestovního ruchu, kteří jsou poháněni různými motivy, na základě, kterých se rozhodují o využití výše zmíněných objektů nabídky. (39)

### **3.5.2 Ekonomicko – peněžní hodnocení vlivu a významu turismu**

Toto hodnocení vychází z celkového hodnocení postavení, které zaujímá turismus v národní ekonomice. Běžně je vliv na ekonomiku měřen čtyřmi základními ukazateli makroekonomie a jejich vzájemným vztahem. Jedná se o hrubý domácí produkt (HDP), nezaměstnanost, cenovou stabilitu a vnější ekonomickou rovnováhu. Mezi další související parametry, u kterých je možné měřit vliv turismu, se řadí váha a úroveň vládního sektoru, vývoj platů v závislosti na produktivitě práce, výši zadlužení v zahraničí a další.

Při hodnocení vzájemného vlivu uvedených ukazatelů vůči cestovnímu ruchu je nutné ho posuzovat z pohledu udržitelnosti, tzn. vyváženého rozvoje pilíře ekologického, socio-kulturního a ekonomického. Zároveň je třeba hodnocení přínosů turismu a jeho negativních dopadů.

Cestovní ruch je závislý na místním, regionálním a národním systému financování, který vyplývá z formy politiky cestovního ruchu a jeho zdanění v jednotlivých zemích. (40)

### **3.6 Přímé, nepřímé a indukované efekty turismu**

Podle Palatkové a Zichové je turismus součástí ekonomiky realizující tři typy ekonomických efektů:

#### **Přímé efekty**

Přímé efekty jsou uskutečňovány v činnostech přímo spjatých s turismem. To znamená v odvětvích, kde jsou přímo v kontaktu zprostředkovatelé/poskytovatelé služby v cestovním ruchu a její spotřebitelé, tzn. účastníci turismu. Příkladem může být zakoupení letenky nebo hotelového pobytu.

#### **Nepřímé efekty**

Nepřímé efekty se nazývají také jako efekty multiplikované či vyvolané. Uskutečňují se především v odvětvích dodavatelských a na rozdíl od přímých efektů nejsou spojovány s přímým kontaktem účastníka turismu a zprostředkovatele služby. V tomto případě se jedná o efekty směny v oblasti odběratelsko-dodavatelských vztahů. V praxi se jedná například o nákup potravin, nebo také poskytování marketingových či účetních služeb pro restauraci.

#### **Indukované efekty**

Mezi indukované efekty se řadí ty efekty, které reprezentují další příjmy realizované z turismu a ze strany domácností, veřejného sektoru a soukromého sektoru. Jako příklad může být nárůst výdajů sektorů domácností, které vyplývají ze zvýšení příjmů ze zahraničního cestovního ruchu v destinaci. (41)

### **3.7 Metody používané k hodnocení dopadů cestovního ruchu na ekonomiku regionu**

Dopady cestovního ruchu není možné kvantifikovat klasickými ekonomickými či statistickými metodami. Důvodem je, že se nemluví o uzavřeném odvětví ekonomiky, ale o veškerých činnostech a aktivitách jedinců, týkajících se hned několika ekonomických odvětví. Jako zásadní rozdíl je definování výdajů účastníků cestovního ruchu vůči součtu celkové produkce.

K hodnocení dopadů jsou používány především satelitní účty, výpočet vhodných multiplikátorů, ad hoc modely, input-output analýza a modely všeobecné rovnováhy. (42)

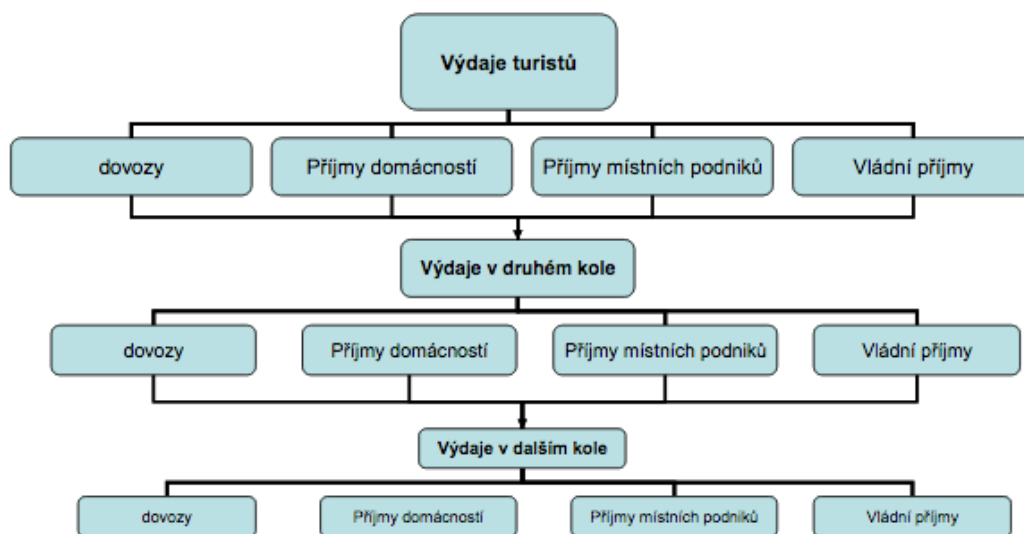
#### **3.7.1 Multiplikátor cestovního ruchu**

Podle Bakoše popisuje multiplikační teorie příjmový efekt primárních výdajů. Zároveň multiplikační efekt informuje o tom, o kolik jsou příjmy cestovního ruchu vyšší než výdaje, které je vyvolaly. Jeho hodnota zaleží na struktuře hospodářství národního nebo místního a také na hospodářské soběstačnosti.

Aby bylo možné průzkumy o výdajích interpretovat z hlediska hospodářských efektů, je nutné použít při výpočtu vhodný multiplikátor. Modely multiplikátorů se používají jako nástroj určení a rozboru dopadu odvětví turismu na národní hospodářství s možností srovnat různá odvětví. Analýza ekonomiky cestovního ruchu využívá tohoto konceptu nejčastěji.

Změnu jedné z podstatných proměnných, jako je produkce, zaměstnanost nebo vládní příjmy, která je vyvolána změnou ve výdajích účastníků turismu, vyjadřuje právě multiplikátor.

Obrázek 4 Multiplikační proces



Zdroj: (43) Bakoš

Je známo několik typů multiplikátorů, přičemž použití každého z nich je specifickou záležitostí, jelikož podstatnou roli zde hraje interpretace.

Typy multiplikátorů:

- transakční multiplikátor,
- multiplikátor výstupu,
- multiplikátor příjmů,
- multiplikátor zaměstnanosti.

Tyto multiplikátory měří, jak velká změna nastala u sledovaného údaje v závislosti na zvýšení výdajů turismu.

Vztah vyjadřující multiplikátor:

$$K = Y / E$$

Multiplikátor vyjadřuje **K**, změnu celkového příjmu vytvořeného díky **E** vyjadřuje **Y** a změnu v počátečních výdajů účastníku turismu vyjadřuje **E**.



Aby bylo možné získat hodnotu multiplikátoru, používají se tři základní modely:

- Základní model,
- Keynesiánský model,
- Model vstupů a výstupů (input – output)

### **Keynesiánský model**

Tento model identifikuje zdroje příjmů a zaměstnanosti, které jsou vytvářeny v návazných cyklech, přičemž se jejich objem pravidelně s každým cyklem zmenšuje kvůli ekonomickým únikům. (43)

### **Keynesův multiplikátor**

Tento multiplikátor byl jedním z prvních nástrojů, které měřily dopady změny poptávky. Pro uplatnění v cestovním ruchu vyjadřuje příjem, který je tvořený dodatečnou jednotkou výdajů účastníků turismu.

Lze vyjádřit vztahem:

$$\mathbf{K} = \mathbf{1} / \mathbf{1} - \mathbf{c} + \mathbf{m}$$

V tomto vztahu vyjadřuje **1** dodatečnou jednotku výdajů účastníků turismu, **c** vyjadřuje její úniky do úspor a **m** do importu. (43)

### **3.7.2 Satelitní účet**

Palatková a Zichová definují Satelitní účet turismu jako komplexní statistický nástroj, který měří vliv cestovního ruchu na místní, regionální a národní ekonomiku. Jedná se o statistický a náročný postup, který je velice složitý na vstupní data a informace, vymezující efekty cestovního ruchu a dalších průřezových odvětví. Satelitní účet vychází z klasifikace odvětví, která přímo souvisí s cestovním ruchem a která nepřímo.

Cílem určení vlivu cestovního ruchu na ekonomiku je získat spolehlivé údaje o cestovním ruchu a jejich možnost porovnání jak časové, tak prostorové.

Satelitní účet také poskytuje možnost analyzovat přínosy cestovního ruchu ve vztahu k dalším ekonomickým odvětvím. (44)

*„Metodika satelitního účtu turismu je oproti jiným odvětvím (např. stavebnictví, zemědělství) složitější v tom, že nemůže vycházet z prostých rozdílů vstupů a výstupů či ze zjišťování stavu určitých veličin (např. zaměstnanosti) v daném časovém intervalu.“ (44, str. 136)*

Obtížné zjišťování ekonomických efektů cestovního ruchu je způsobeno různorodostí odvětví cestovního ruchu, tudíž i nelehkým měřením vstupů a výstupů v různých oblastech. Míru, jakou se podílí cestovní ruch v daném odvětví nelze určit univerzálně. Je nutné vzít v potaz hned několik faktorů jako např. typ cestovního ruchu, jeho charakter nebo také sezonní výkyvy apod..

Mezi hlavní výstupy satelitního účtu se řadí kvantifikovatelné parametry vlivu cestovního ruchu na danou ekonomiku (v relativní a v absolutní podobě a v členění přímé a nepřímé efekty):

- hrubý domácí produkt,
- hrubá přidaná hodnota cestovního ruchu,
- rozsah kapitálových investic, základní jmění a kapitálová základna,
- zaměstnanost v jednotlivých odvětvích cestovního ruchu,
- daňový přínos vyplývající z činností spojených s cestovním ruchem,
- úroveň poptávky cestovního ruchu,
- úroveň spotřeby cestovního ruchu,
- vliv turismu na platební bilanci, atd..

Váha cestovního ruchu v ekonomice je stanovena na základě porovnání absolutní hodnoty daného ukazatele ekonomiky cestovního ruchu proti ukazateli celkovému za veškerá odvětví. Ze satelitního účtu je také nutné zjistit, jaké vlivy jsou z pasivního, aktivního, národního, regionálního nebo domácího cestovního ruchu. (44)

**Obrázek 5 Přehled základního systému satelitního účtu turismu v české republice**

Český název tabulky		Upřesnění charakteru tabulky
T1	<b>Spotřeba příjezdového turismu</b>	Výdaje nerezidentů vynaložené na cestě přímo v ČR a část výdajů zaplacených předem v zemi původu a směřujících formou plateb za ubytování, stravování, dopravu apod. do ČR.
T2	<b>Spotřeba domácího turismu</b>	Výdaje rezidentů na turismus obsahující nejen výdaje při domácích cestách, ale i domácí výdaje (část, jež zůstává v ČR) na zahraniční cesty.
T3	<b>Spotřeba výjezdového turismu</b>	Výdaje rezidentů na turismus v zahraničí. Nezahrnuje výdaje na cestu nebo po cestě realizované v ČR.
T4	<b>Spotřeba vnitřního turismu</b>	Objem financí utracených za turismus v národním hospodářství. Je syntézou tabulek T1 a T2.
T5	<b>Výrobní účty odvětví turismu a ostatních odvětví</b>	Vychází z tabulek dodávek a užití. Produkce oceněná v základních cenách je členěna podle odvětví (OKEČ5 – sloupce) a produktů (SKP6 – řádky).
T6	<b>Domácí nabídka a spotřeba vnitřního turismu</b>	Rozšiřuje tabulku T5 o daně, dotace a dovoz, umožňuje porovnání nabídky a spotřeby vnitřního turismu a výpočet HDP v turismu.
T7	<b>Zaměstnanost v odvětvích turismu</b>	Statistika pracovních sil v jednotlivých odvětvích turismu.
T8	<b>Tvorba hrubého fixního kapitálu turismu a ostatních odvětví</b>	Stanovení tvorby hrubého fixního kapitálu (u rezidentských výrobců) z národních účtů, členěno podle klasifikace aktiv (hmotná a nehmotná) a odvětví turismu.
T9	<b>Kolektivní spotřeba turismu</b>	Měření kolektivních netržních služeb turismu podle typů služby a úrovně vládních institucí. Doporučuje se využití dat výrobních nákladů vč. spotřeby fixního kapitálu.
T10	<b>Nepeněžní ukazatele turismu</b>	Naturální ukazatele z různých statistických šetření – šetření v domácnostech, v ubytovacích zařízeních, hraniční statistika apod.

Zdroj: (44, str. 138)

Kromě klasického satelitního účtu existuje ještě neoficiální satelitní účet. Ten kalkuluje pro určení přímých vlivů cestovního ruchu tyto položky:

- domácí výdaje na turismus,
- výdaje na zboží a služby,
- vládní výdaje individuální,
- výdaje zahraničních návštěvníků na zboží a služby v rezidentské ekonomice,
- výdaje rezidentů a zahraničních návštěvníků za zboží a služby
- vnitřní spotřeba turismu.

Další tři položky se kalkulují pro stanovení nepřímého vlivu cestovního ruchu na zaměstnanost a HDP v rámci neoficiálního satelitního účtu:

- vládní výdaje hromadné,
- kapitálové investice,
- efekty procesního a dodavatelského řetězce. (44)

### **3.8 Spotřební chování účastníků domácího turismu**

Spotřební chování účastníků domácího cestovního ruchu se dělí na různé typy cest, a to:

- delší cesty,
- kratší cesty,
- jednodenní výlety,
- služební cesty.

#### **3.8.1 Spotřební chování na domácích kratších cestách**

Mezi kratší cesty patří ty cesty, které vyžadují 1 až 3 přenocování. V domácím cestovním ruchu jde především o kratší prázdninové cesty a cesty víkendové. (44)

Dle ČSÚ bylo v roce 2017 realizováno 20.067 tis. cest, z toho necelých 10 tis. muži a mírně přes 10 tis. ženy, přičemž lehce převažuje jako účel výletu návštěva příbuzných či známých, u kterých se rovnou ubytují, nad rekreací a dovolenou. Většinou jsou cesty organizovány individuálně a hlavním dopravním prostředkem je osobní automobil. (45)

**Obrázek 6 Kratší cesty (1-3 přenocování) rezidentů v tuzemsku (v tis.)**

rok / čtvrtletí	Počet cest		v tom dle pohlaví				v tom dle hlavního účelu				v tom dle typu ubytování					v tom dle hlavního dopravního prostředku				v tom dle organizace			
	celkem	muži	ženy	rekreace, dovolená a volný čas	návštěva příbuzných, známých	zdravotní pobyt	ostatní soukromý	hotel a podobné zařízení	ostatní hromadné ubytování	vlastní rekreační zařízení	u příbuzných a známých	ostatní ubytování	osobní motorové vozidlo <sup>1)</sup>	autobus	vlak	ostatní	individuální organizace	zájezd s CK/CA	ubytování či doprava u CK/CA	ostatní			
Year / Quarter	Number of trips		By sex		By main purpose of trip				By main type of accommodation					By main mode of transport				By the way of organizing the trip					
	Total	Males	Females	Holiday and leisure time	Visit of relatives - friends	Health care stay	Other private stay	Hotel and similar establishment	Other collective accommodation	Own holiday establishment	With relatives or friends	Other accommodation	Private motor vehicle <sup>1)</sup>	Bus, coach	Railway	Other	Individual organization	Package travel	Accommodation or transport by tour-operator	Other			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20			
2017	Q1	4 070	1 940	2 128	1 671	2 290		362		1 159	2 390		3 439	296	329		4 002						
	Q2	6 601	3 158	3 443	3 480	3 001		676	219	2 182	3 319	204	5 708	442	406		6 478						
	Q3	4 991	2 450	2 541	2 375	2 547		447	185	1 303	2 886	170	4 263	325	387		4 929						
	Q4	4 400	2 119	2 281	1 826	2 517		330		1 154	2 744		3 792	266	342		4 340						

Zdroj: ČSÚ (45)

### 3.8.2 Spotřební chování na domácích jednodenních výletech

Dle ČSÚ, v roce 2016, byl v domácím turismu zjištěn nejvyšší podíl jednodenních návštěv, a to 64 %. Při těchto jednodenních návštěvách utratili účastníci turismu přibližně 295 mil. Kč za služby cestovních kanceláří a agentur, 4 000 mil. Kč za stravování a dopravu a 13 500 tis. Kč za zboží. (45)

**Obrázek 7 Počet návštěvníků domácího cestovního ruchu v roce 2016**



Zdroj: ČSÚ (45)

## 4 Vlastní práce

### 4.1 MOL liga žen v házené

Mol liga házené žen je mezinárodní soutěž házené, která je organizována házenkářskými svazy národů, které se soutěže zúčastňují. Jedná se o Český svaz házené (ČSH) a Slovenský zväz hádzanej (SZH).

Obrázek 8 Logo MOL ligy žen házené



Zdroj: (55)

#### 4.1.1 Organizace a řízení ligy

Jak už bylo výše zmíněno, celou soutěž organizuje ČSH a SZH. Z nich je v každém soutěžním ročníku určen řídicí svaz, jehož orgány, doplněné o zástupce druhého svazu, jsou využity k řízení ligy.

Ředitel soutěže je základním řídicím orgánem a je jmenován řídicím svazem, přičemž tento svaz pro něj musí vymezit dostatečné kompetence pro zajištění fungování soutěže.

Operativně pak ředitel k řízení soutěže vydává rozhodnutí. Buď ve spolupráci s odbornými útvary a komisemi obou svazů, s dalšími funkcionáři nebo sám. Proti těmto rozhodnutím se lze odvolat u odvolacího orgánu.

Dále ředitel nasazuje kluby do soutěžního ročníku na základě nominace, kterou provádějí jednotlivě národní svazy. Ty tak nominací klubu, do předem stanoveného data, přebírají odpovědnost za to, že klub řádně dokončí soutěž. Při nominaci klubů musí svaz vycházet z výsledků v předešlém ročníku, ale také ze splnění dalších podmínek, zejména ekonomických.

Aby mohlo být družstvo nominovaného klubu zařazeno do soutěže, je nutné poslat přihlášku, která je potvrzená národním svazem, řediteli soutěže, spolu se soutěžním vkladem.

Všechna družstva startují v soutěži na vlastní náklady, zodpovídají za všechna rizika spojená s účastí a jsou povinna respektovat a uznávat řídicí dokumenty.

#### **4.1.2 Systém soutěže**

V každém ročníku této mezinárodní soutěže startuje maximálně 14 týmů. Z toho SZH nominuje nejvýše 6 týmů a ČSH maximálně zbylých 8 týmů. Pro daný soutěžní ročník je po dohodě obou svazů možné tento poměr změnit a také po oboustranném souhlasu zařadit do soutěže družstva z jiných zemí, tzv. hosta.

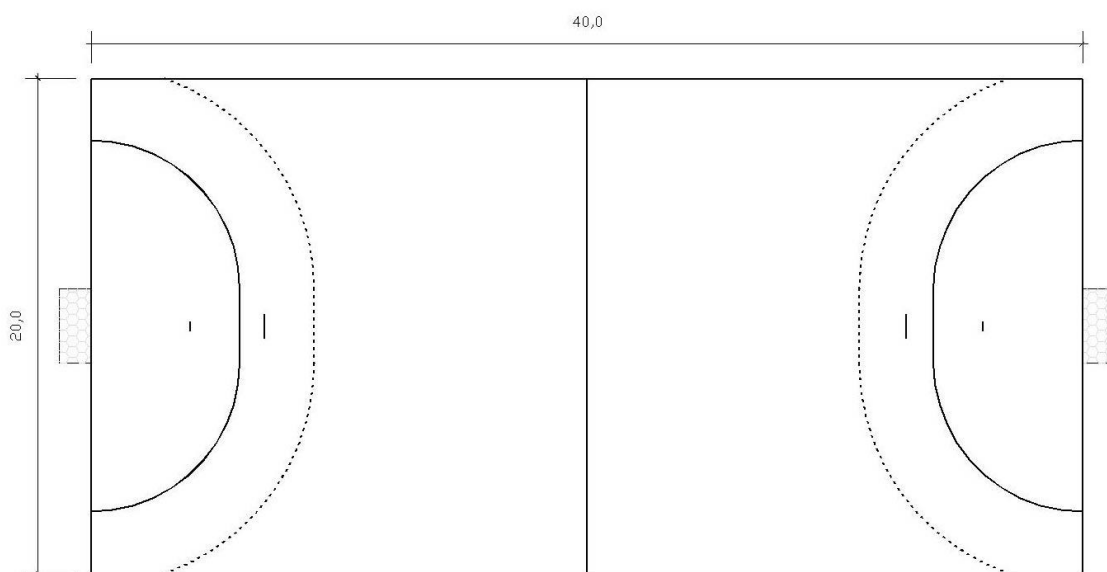
Základní část soutěže se hraje systémem každý s každým, jednou na domácí půdě a jednou na půdě soupeře. Po odehrání této části se hraje část nadstavbová, a to systémem play-off odděleně na Slovensku a v Česku. Podle počtu nasazených družstev se pak v základní části odehraje dvojnásobek kol (zápasů). Na konci této části se pak na základě společné závěrečné tabulky stanoví konečné pořadí ligy. Nejlepší čtyři české týmy se v play-off na dvě vítězná utkání utkají o titul Mistra ČR. Zbývající týmy pak hrají o 5.-8. místo stejným způsobem jako v základní části, přičemž si s sebou nesou body ze základní části. Poslední tým sestupuje do 1. ligy žen a střídá jej její vítěz.

#### **4.1.3 Stručná pravidla házené**

Házená se hraje na hřišti, které je zobrazeno na Obrázku 8. Na délku má 40 m a na šířku 20 m. Zápas v dospělácké kategorii trvá celkově 60 minut hrubého času (tzn. hrací

čas přerušen na pokyn rozhodčího) a je rozdělen do dvou poločasů. Každý trvá 30 minut a mezitím je 10-15 minut přestávka. Oba týmy mohou mít na soupisce maximálně 16 hráčů, z nichž je na hřišti pouze 6 hráčů plus jeden brankář. Úkolem týmů je vstřelit co nejvíce branek soupeři, a naopak od něj co nejméně inkasovat. Za gól je považováno, pokud je míč celým svým objemem za brankovou čarou soupeře. Hráči během zápasu nesmí s balonem udělat více jak tři kroky bez driblování, nesmí do brankoviště soupeře, nesmí hrát nohou či držet míč více jak tři sekundy. Pokud hráč fauluje soupeře, může obdržet žlutou kartu, dvě trestné minuty nebo kartu červenou. Záleží o jak závažný faul se jedná. V souvislosti s tím, pak může dojít k volnému hodů nebo k hodů sedmimetrovému (tzv. sedmička) pro faulované družstvo. Na dodržování veškerých pravidel během utkání dohlížejí dva rozhodčí a delegát, kteří jsou si rovnocenní.

**Obrázek 9 Házenkářské hřiště**



Zdroj: (52)

#### **4.1.4 Hodnocení výsledků v soutěži**

Systém hodnocení v házené je nastaven tak, že pokud družstvo vyhraje, získá 2 body. V případě prohry, nezíská žádný bod a při nerozhodném výsledku, získá každé družstvo po jednom bodu.



#### 4.1.5 Pořadatel utkání

Pořadatelem sportovního utkání je ten klub, který je v rozpisu utkání zapsaný jako první v pořadí – jako domácí. Toto utkání musí být sehráno v hale, která byla uvedena na přihlášce jako vlastní hřiště. V případě, že z vážných důvodů, jako je například uzavření hřiště nebo havárie, musí pořadající změnit místo zápasu, je třeba schválení ředitele soutěže.

Pořadatel utkání je povinen:

- jmenovat hlavního pořadatele, zajistit pořadatelskou a eventuálně bezpečnostní službu a také zdravotnickou službu,
- prodat hostujícímu klubu až 10 % vstupenek z oficiální kapacity na základě písemné objednávky,
- zajistit online vysílání veškerých domácích utkání
- na základě žádosti umožnit vytvoření vlastního videozáznamu pro vlastní potřebu všem klubům soutěže a řídicím orgánům ligy,
- zajistit regulérnost utkání, bezpečnost účastníkům a pořádek na hřišti,
- postarat se a zajistit bezpečí dopravních prostředků hostujícího týmu, delegátům utkání, rozhodčím a případným dalším oficiálním představitelům,
- pokud o to hostující tým požádá, zařídit ubytování,
- připravit plochu, hrací míč, prostor pro střídání a zápis o utkání,
- zajistit uzamykatelné šatny a možnost odděleného sprchování pro hráče, rozhodčí a delegáta,
- rozhodčím a delegátovi poskytnout nealkoholické nápoje,
- zajistit časoměřiče, zapisovatele s licenci, hlasatele a funkční ozvučení haly,
- nahlásit včas výsledek utkání,
- nachystat místnost pro technickou poradu před utkáním,
- zajistit potřebné služby a prostor pro fungování televize. (46)

#### 4.1.6 Mol liga házené žen v Písku

Házená v Písku se již už dlouhá léta hraje v obloukové hale s umělou hrací plochou, která patří pod Tělovýchovnou jednotu Sokola Písek. V Písku se hraje pouze ženská házená a všechny kategorie od nejmladších, přes žákovské a dorostenecké týmy, až po ženy absolvují své tréninkové jednotky a domácí zápasy v této hale.

**Obrázek 10 Oblouková hala z venku a uvnitř**



Zdroj: (53)

**Obrázek 11 Oblouková hala uvnitř**



Zdroj: (53)

Širší soupisku Sokola Písek tvoří 22 hráček, ze kterých může být na utkání nominováno pouze 16. Kromě hráček samotných do týmu patří trenér, asistent trenéra, odpovědný vedoucí týmu a doktor.

Zajímavostí je, že pouze 7 dívek z píseckého týmu v Písku i žije. Zbytek do města dojíždí třikrát až čtyřikrát do týdne za tréninky a zápasy, jelikož jsou buď z hlavního města Prahy, Plzně či odjinud, kde studují nebo pracují.

**Obrázek 12** Písecké družstvo A týmu žen



Zdroj: (54)

V právě probíhající sezóně 2018/2019 si Sokol Písek nevede nejlíp. Z dvaceti odehraných zápasů má na kontě pouze 5 výher, 1 remízu a 14 proher se skóre celkem 509 vstřelených branek a 596 obdržených. Je tak na 10. místě tabulky a s 11 body je nejhorším českým týmem. Za ním jsou už pouze dva týmy slovenské, a to Prešov a Bánovce nad Bebravou.

Obrázek 13 Aktuální tabulka Mol ligy žen ke dni 25.3.2019

<b>Tabulka</b>							
		Z	V	R	P	skóre	B
<b>1</b>	Iuventa Michalovce	20	18	1	1	663 : 483	<b>37</b>
<b>2</b>	Baník Most	19	16	0	3	569 : 429	<b>32</b>
<b>3</b>	Duslo Šaľa	19	13	1	5	518 : 465	<b>27</b>
<b>4</b>	SHK Veselí n.M.	19	11	1	7	528 : 494	<b>23</b>
<b>5</b>	Sokol Poruba	19	10	2	7	469 : 434	<b>22</b>
<b>6</b>	Slavia Praha	19	9	3	7	558 : 507	<b>21</b>
<b>7</b>	Zora Olomouc	19	9	1	9	493 : 480	<b>19</b>
<b>8</b>	HC Zlín	19	7	1	11	500 : 531	<b>15</b>
<b>9</b>	DHC Plzeň	19	7	0	12	454 : 542	<b>14</b>
<b>10</b>	Sokol Písek	20	5	1	14	509 : 596	<b>11</b>
<b>11</b>	ŠŠK Prešov	19	4	0	15	478 : 564	<b>8</b>
<b>12</b>	Bánovce n.B.	19	0	1	18	436 : 650	<b>1</b>

Zdroj: (55)

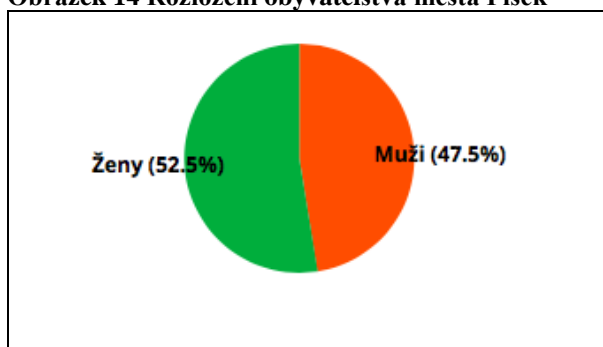
Sokol Písek má stanovené herní dny na sobotu v 15 hodin odpoledne. V tyto dny se hraje převážná část utkání. Ve výjimečných případech jsou zápasy přesunuty do večerních hodin nebo na neděli, případně na středu či pátek. Vstupné na zápas je 40 Kč. V průběhu utkání, v poločase nebo po něm je možné navštívit bufet, který je otevřen během každého zápasu.

Kapacita haly je 300 lidí, z toho 250 míst k sezení a zbylých 50 na stání. V minulé sezóně 2017/2018 byla průměrná návštěvnost, dle údajů Českého svazu házené, 160 lidí na utkání.

## 4.2 Město Písek

Toto jihočeské město je jedním z nejvíce navštěvovaných a architektonicky nejhezčích měst v tomto kraji. Protéká jím řeka Otava. Leží přibližně 100 km od hlavního města Praha a 50 km od jihočeské metropole České Budějovice. (47) Město má rozlohu cca 63 km<sup>2</sup> a žije zde něco málo pod 30 tisíc obyvatel. (48)

**Obrázek 14 Rozložení obyvatelstva města Písek**



Zdroj: (48)

### 4.2.1 Historie města Písek a jeho památky

Písecká historie sahá do poloviny 13. století, kdy na břehu řeky Otavy u rýžovišť zlatého písku vznikla osada, která na základě toho dostala své jméno. V roce 1254 zde bylo Přemyslem Otakarem II. založeno královské město a během jeho vlády dosáhl Písek významu a velikosti. Byl tu postaven hrad, kostel, kamenný most přes řeku a založen klášter. Na konci 13. století zde byla vybudována také mincovna, která však byla později přemístěna do Kutné Hory. (49)

Písek byl na začátku 14. století svobodným královským městem a v polovině téhož století povýšil na sídlo Prácheňského kraje. Byl zde během vlády Karla IV. vybudován tehdy největší sklad obilí a solnice v Čechách. Město bylo během husitských válek dobyto husity a stalo se centrem hnutí. V letech 1619-1620 bylo během třicetileté války dobyto Buquoyovými vojsky, poté zastaveno generálovi Huertovi a opět příslušelo královské komoře. Rok 1641 znamenal opětovné povýšení na královské město a 18. století znovu centrum Prácheňského kraje. Proslavilo se především místní školství a po dlouhou dobu bylo město největším městským panstvím v Čechách, hlavně lesů. (49)



Centrem města Písek je rozlehlé náměstí, které bylo patrně hned po vybudování města rozděleno blokem domů na dvě části. Východní sloužící jako tržiště a západní, ke které patřil hrad, významná památka gotického stavitelství a jeho začátků v Česku. V hradu je také situováno Prácheňské muzeum. Poblíž náměstí pak bylo postaveno v roce 1902 městské divadlo, které se dnes jmenuje Divadlo Fráni Šrámka.

**Obrázek 15 Písecký hrad**



Zdroj: (50)

Nejvýznamnější památkou v Písku je raně gotický kamenný most. Byl postaven přes řeku Otavu na konci 13. století a jedná se o nejstarší dochovaný mostem v České republice a zároveň o jeden z nejstarších dochovaných evropských mostů.

**Obrázek 16 Kamenný most v Písku**



Zdroj: (51)

Výrazným architektonickým prvkem ve městě je také kostel Narození Panny Marie umístěný na nejvyšším místě v centru, dále klášter s kostelem Povýšení svatého Kříže a ve východní části náměstí barokní radnice.

Ve druhé části náměstí se nachází novorenesanční budova dnešní polikliniky, jedna z nejzajímavějších staveb ve městě a také secesní budova hotelu s obrazy, které charakterizují městské dějiny dle předloh Mikoláše Alše.

U řeky Otavy nedaleko jádra města je stará elektrárna v bývalém mlýně. Tu sestrojil roku 1988 František Křížík a jednalo se o vůbec první elektrárnu, která sloužila pro veřejné osvětlení. Nyní je znovu v provozu a je v ní otevřeno muzeum. (49)

Obrázek 17 Městská elektrárna



Zdroj: (50)

### 4.3 Dotazníkové šetření

Dotazník byl sestaven za účelem získání dat, která byla potřeba pro vypočítání ekonomického přínosu Mol ligy házené žen ve městě Písek a byl vytvořen on-line na stránce EUSurvey.com, na které je možné sestavit jednoduchý a strukturovaný dotazník hned v několika jazycích.

Tento dotazník tvořilo několik otázek, které měly za úkol zjistit přibližné výdaje respondentů, které byly spojené s jejich cestou na házenkářské utkání. Některé z otázek byly zaškrťovací s možností pouze jedné odpovědi, některé s možností zaškrtnutí více odpovědí a některé otázky vypisovací.

V úvodu dotazníku byla zjišťována nejdůležitější informace, a to, zda byla účast na házenkářském utkání primárním účelem návštěvníka. Pouze tyto výdaje je totiž možné použít pro vyčíslení ekonomického přínosu Mol ligy házené žen v Písku. Pokud se

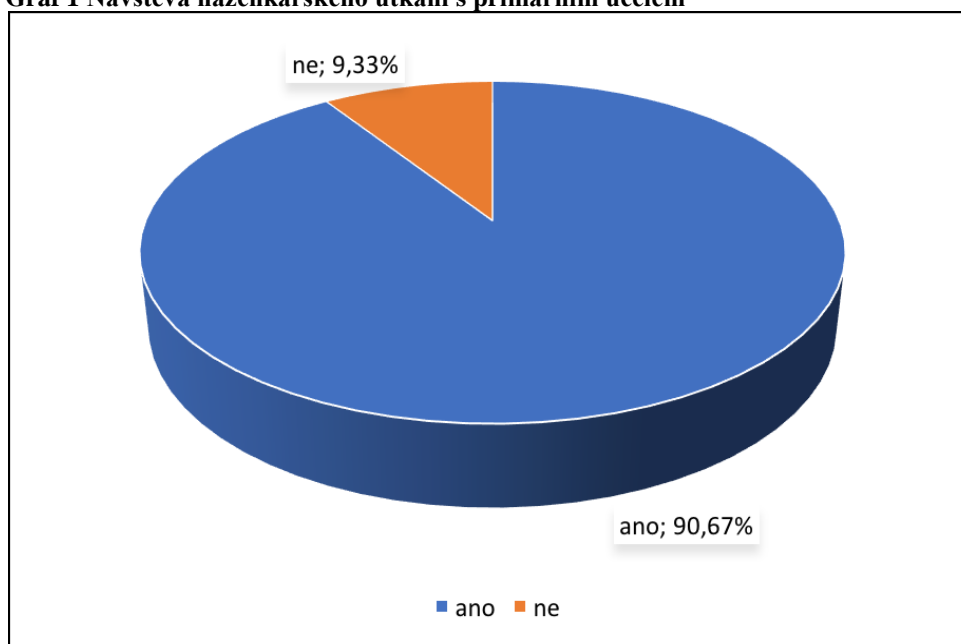


o primární účel jednalo, bylo důležité zjistit, za kolik lidí respondent odpovídá. Dalším předmětem zkoumání bylo odkud respondenti přicestovali a jakým způsobem. Zda využili osobních automobilů nebo hromadné dopravy. Dále bylo zjišťováno, zda byli v souvislosti se zápasem ve městě ubytováni, zda navštívili stravovací či jiná zařízení a případně která, dále jestli podnikli jinou volnočasovou aktivitu a případné další výdaje jako například nákup v maloobchodě, nákup oblečení nebo suvenýrů, návštěva kina či divadla a podobně.

#### 4.3.1 Rozdělení respondentů

Dotazníkového šetření se zúčastnilo celkem 150 respondentů, přičemž se celkem jednalo o 324 lidí, jelikož někdo dorazil ve skupině. Z celkového počtu respondentů necelých 91 % odpovědělo, že vidět házenkářské utkání bylo jejich primárním účelem a celkem se jednalo o 310 osob. Zbýlých 14 dotazovaných představujících 9 % odpovědělo, že vidět zápas nebylo jejich cílem cesty.

**Graf 1** Návštěva házenkářského utkání s primárním účelem



Zdroj: Vlastní zpracování

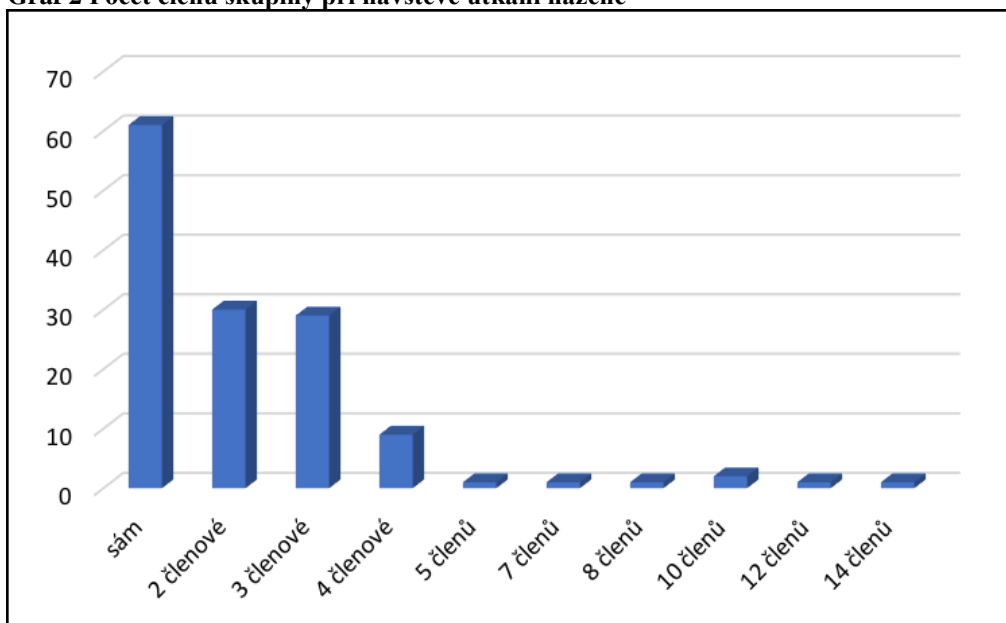
Pro respondenty, kteří odpověděli, že nebyli na utkání házené s primárním účelem touto otázkou dotazník skončil, jelikož veškerá jejich další aktivita a výdaje jsou pro

výpočet ekonomického výpočtu irelevantní. Zbývající otázky byly tedy zodpovězeny 136 respondenty.

#### 4.3.2 Počet členů skupiny

Pro výpočet veškerých výdajů návštěvníků házené, bylo nutné zjistit, kolik členů tvořilo skupinu, která cestovala s dotazovaným. Daný respondent měl na výběr odpovědět, zda cestoval sám nebo ne a případně s kolika lidmi včetně jeho samotného. Většina lidí uvedla, že na utkání nepřišla sama. Konkrétně 75 lidí (55%) přišlo s někým a zbylých 61 lidí (45%) dorazilo samo. Z těch, kteří nedorazili sami bylo nejvíce dvojic (40%), v těsném závěsu byly skupinky po třech (39%), dále následovalo devět skupinek po čtyřech osobách (12%), dvě desetičlenné skupiny (3%) a poté jedna po pěti, sedmi, osmi, dvanácti a čtrnácti lidech (každá 2%). Počty členů jednotlivých skupin při návštěvě házenkářského utkání znázorňuje následující Graf 2.

Graf 2 Počet členů skupiny při návštěvě utkání házené



Zdroj: Vlastní zpracování

#### 4.3.3 Trvalé bydliště respondentů

Další z otázek se zaměřovala na to, odkud dotazovaní dorazili na sportovní utkání. Na výběr měli ze všech krajů České republiky, přičemž se dalo předpokládat, že nejčastěji bude uvedený Jihočeský kraj, ve kterém se město Písek nachází. Tento předpoklad se však

nenaplnil. Výsledky ukazují, že z celkové počtu 136 respondentů bylo 60 z Prahy. To může být důsledkem toho, že většina hráček píseckého týmu pochází z hlavního města, nebo tam alespoň studuje či pracuje. Další hráčky jsou ale i z jiných českých měst jako například Liberec, Havlíčkův Brod a Olomouc. Po Praze tedy následoval Jihočeský kraj (35%) a Středočeský kraj (5%). Menší část pak přijela z Plzeňského, Libereckého, Pardubického kraje a z dalších. Nikdo však nepřicestoval z kraje Královéhradeckého a Jihomoravského. Počty respondentů, kteří přijeli do města Písek z různých krajů České republiky, jsou uvedeny v následující Tabulce 2.

**Tabulka 2 Kraj odkud respondenti přijeli do města Písek**

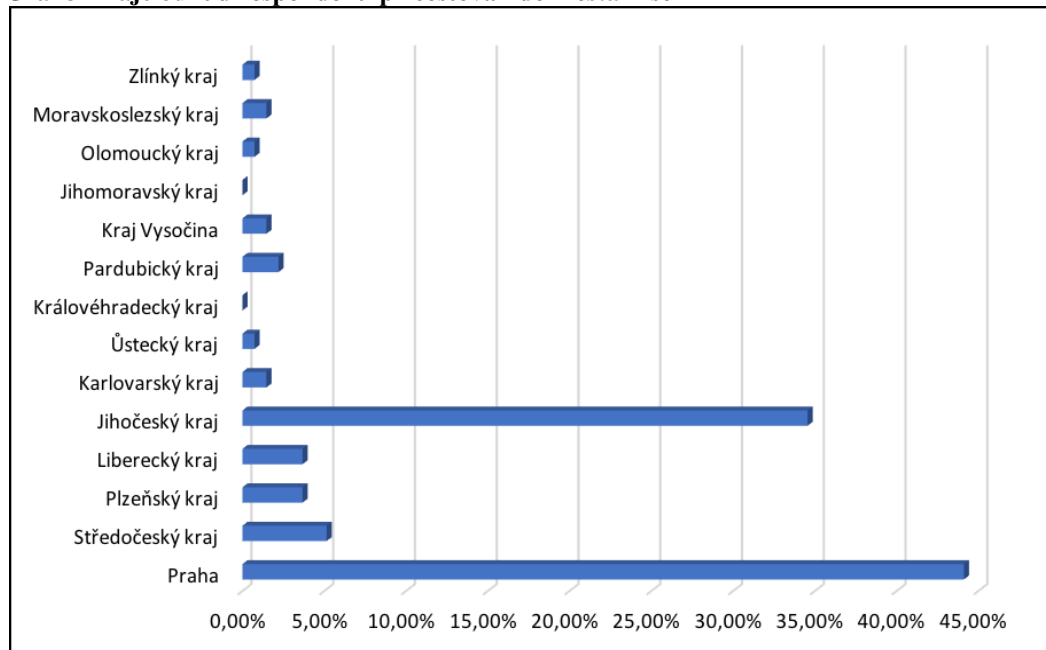
<b>Kraj</b>	<b>Počet respondentů</b>	<b>Procentní vyjádření</b>
Praha	60	44,12%
Středočeský kraj	7	5,15%
Plzeňský kraj	5	3,68%
Liberecký kraj	5	3,68%
Jihočeský kraj	47	34,56%
Karlovarský kraj	2	1,47%
Ústecký kraj	1	0,74%
Královéhradecký kraj	0	0%
Pardubický kraj	3	2,21%
Kraj Vysočina	2	1,47%
Jihomoravský kraj	0	0%
Olomoucký kraj	1	0,74%
Moravskoslezský kraj	2	1,47%
Zlínský kraj	1	0,74%

Zdroj: Vlastní zpracování

Z tabulky vyplývá, že téměř polovina respondentů byla z hlavního města Prahy. Je tedy možné předpokládat, že někdo z pražských respondentů spolu s dalšími dotazovanými z jiného kraje než z Jihočeského, ve městě využil ubytovacích služeb, které jsou významným zdrojem příjmů. Naopak se lze domnívat, že právě lidé z Jihočeského kraje těchto služeb nevyužili, jelikož zde bydlí a jejich výlety jsou často jednodenní. Mohou však být přínosem ve stravovacích službách, u maloobchodníků a podobně.

V následujícím Grafu 3 je znázorněna převaha návštěvníků z hlavního města Prahy spolu s lidmi z Jihočeského kraje.

**Graf 3 Kraje odkud respondenti přicestovali do města Písek**



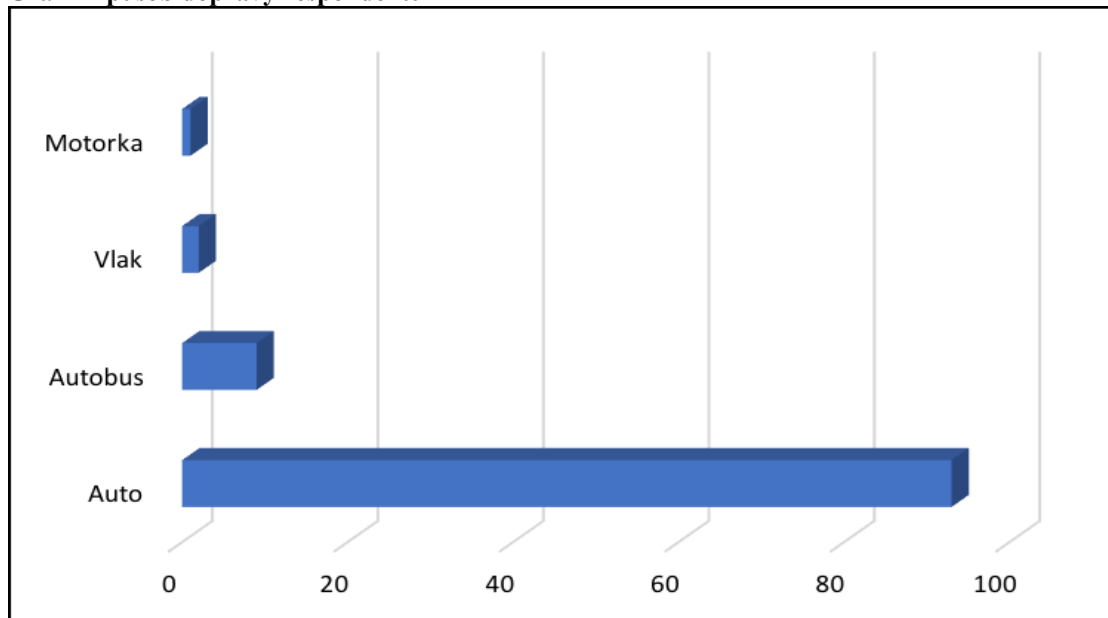
Zdroj: Vlastní zpracování

#### 4.3.4 Doprava

Jedna z dalších otázek zjišťovala, jakým dopravním prostředkem se respondenti do města Písek dostali. Měli na výběr auto nebo autobus lokální dopravní společnosti a v případě, že přijeli jiným způsobem, měli zaškrtnout jiné a doplnit jakým způsobem. Vlák nebyl nabízen z důvodu, že do města nejezdí jiné společnosti než České dráhy, které jsou pro náš účel bezpředmětné, jelikož se jedná o společnost sídlící v Praze. Ze stejného důvodu byli do autobusové dopravy zařazeni pouze lokální dopravci. Nejvíce využívaným dopravním prostředkem byl osobní automobil, kterým se dopravilo do Písku 93 respondentů z celkového počtu 105. U těchto dotazovaných můžeme předpokládat, že alespoň někdo z nich tankoval pohonné hmoty na čerpacích stanicích v Písku a okolí a také, že někdo využil placeného parkování ve městě. Druhá nejvíce využívaná možnost dopravy byl autobus, který využilo 9 respondentů a z toho pouze jeden využil společnost Arriva Střední Čechy. Ostatní pravděpodobně využili služeb autobusové společnosti RegioJet nebo FlixBus, které představují nejjednodušší spoj na trase Praha – Písek a jezdí

několikrát denně. Ze zbývajících tří dotazovaných jeden uvedl, že přijel do města na motorce a dva vlakem. Vše je znázorněno v Grafu 4 na následující straně.

**Graf 4 Způsob dopravy respondentů**



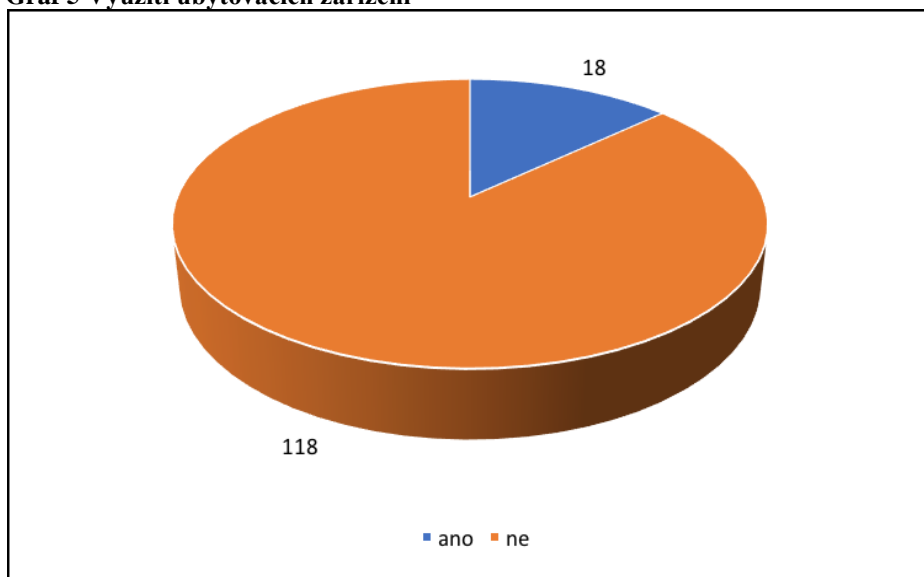
Zdroj: Vlastní zpracování

Z respondentů, kteří dorazili autem, 33 uvedlo, že po cestě tankovali na čerpacích stanicích v Písku a okolí, přičemž se mohlo jednat buď o Pap Oil, Benzinu, Mol, Shell, EuroOil nebo Robin Oil. Celkem se jednalo o 36 aut, jelikož se dvěma respondenty jela větší skupina. Jeden jel ve skupině 10 lidí, tudíž se předpokládá, že jeli dvěma auty a druhý přijel s ještě větší skupinou 14 lidí, jsou uvažována 3 auta.

#### **4.3.5 Ubytování**

Ve městě Písek je několik možností ubytování. Lze vybírat z nejlevnějších variant jako jsou ubytovny nebo dokonce kempy až přes penziony a hotely, které se nacházejí v historickém centru města i jeho okolí. Ale pouze naprostá menšina se v Písku kvůli házenkářskému utkání ubytuje. Z celkového počtu 136 dotazovaných uvedlo 18 (13 %), že se v Písku ubytovalo. Na základě velikosti skupiny, se kterou tito respondenti přicestovali se jedná celkem o 54 ubytovaných osob.

**Graf 5 Využití ubytovacích zařízení**



Zdroj: Vlastní zpracování

Z respondentů, kteří na otázku, zda se ubytovali v Písku, odpověděli kladně, 7 (39%) přenocovalo u známých nebo přátel. To znamená, že v rámci ubytovacích služeb neměli žádné výdaje. Zbýlých 11 respondentů využilo píseckých hotelů nebo penzionů. V Grafu 6 je vidět, že nejvíce využívaným zařízením podle nasbíraných dat byl Hotel OtavArena, který můžete vidět na Obrázku 17 a kde přespali 3 respondenti. Jeden přijel sám, druhý v páru a třetí v 7 lidech, celkem 10 osob.

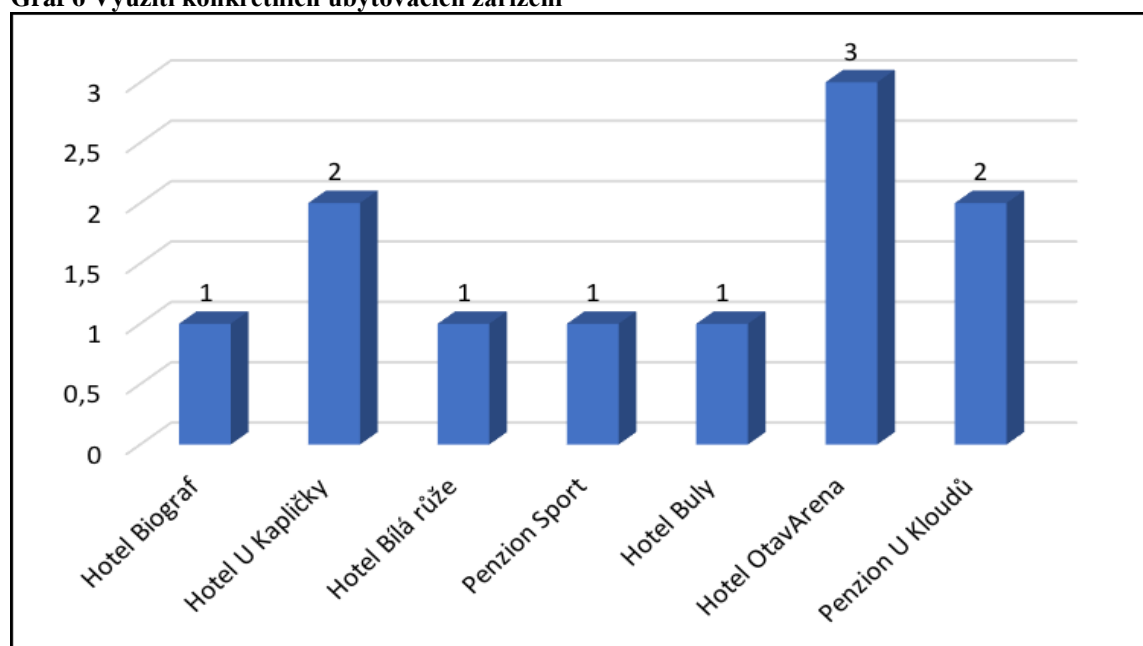
**Obrázek 18 Vstup do hotelu OtavArena**



Zdroj: (56)

Další 2 dotazovaní navštívili Hotel U Kapličky, přičemž jeden z nich přespal sám a jeden ve skupině 4 osob. V Penzion U Kloudů přespal jeden pár a jeden respondent sám. Dále po jednom respondentovi ve 12členné skupině byl navštívený Hotel Biograf, Hotel Bílá růže využila skupina 10 osob a Penzion Sport a Hotel Buly byli využity po jednom samotném respondentovi oba. Grafické znázornění využití konkrétních ubytovacích zařízení v Grafu 6.

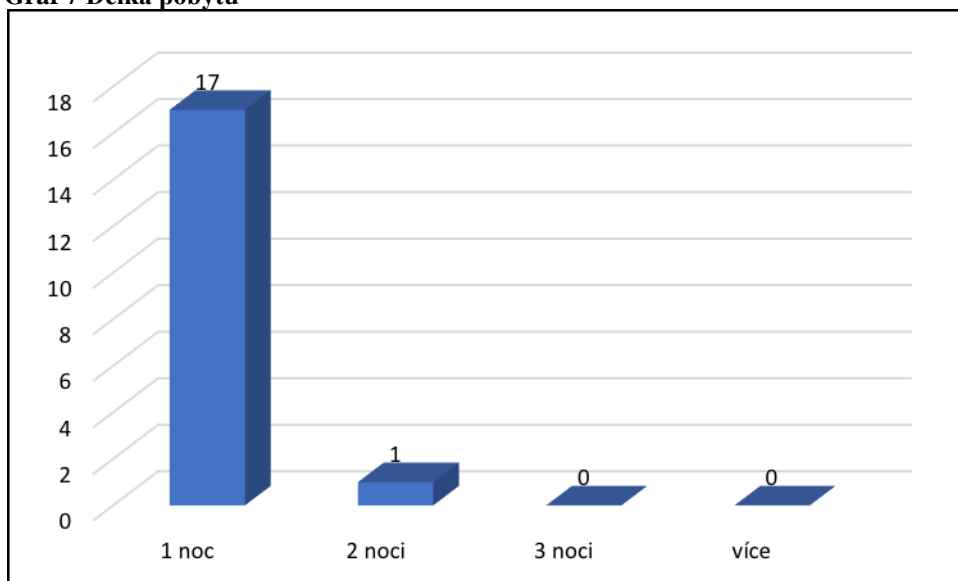
**Graf 6 Využití konkrétních ubytovacích zařízení**



Zdroj: Vlastní zpracování

Ať už návštěvníci využívající ubytovacích služeb využili hotelů a penzionů nebo známých a přátel, 17 z 18 respondentů, kteří představují 94 % přespalo 1 noc. Pouze jeden člověk uvedl, že se zdržel dvě noci u známých. Počty nocí strávených ve městě jsou uvedeny v Grafu 7.

Graf 7 Délka pobytu



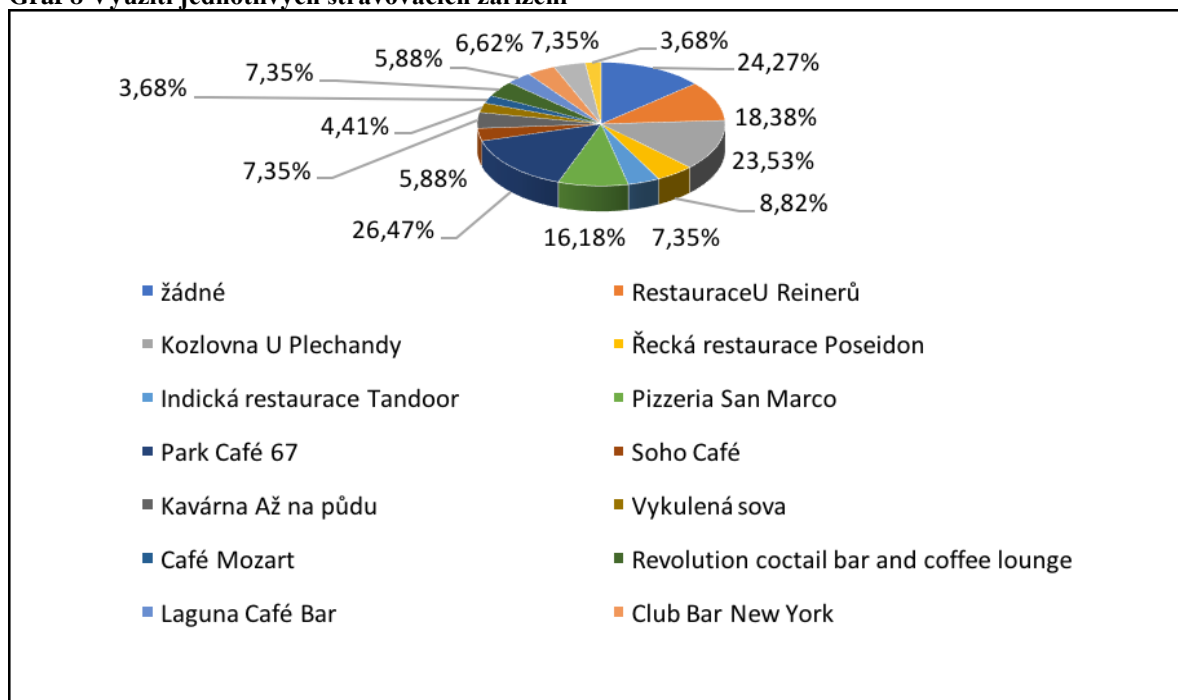
Zdroj: Vlastní zpracování

#### 4.3.6 Stravování

V souvislosti se sportovním utkáním házené využilo některého ze stravovacích zařízení 103 respondentů (76%) z celkového počtu 136. Někteří však uvedli, že během návštěvy Písku zavítali do více stravovacích zařízení. Zbývajících 33 uvedlo, že nenavštívilo ani jedno z nabízených stravovacích zařízení a ani žádné jiné. Všechna zařízení se nacházejí v centru města a jsou v dochodové vzdálenosti od haly. Některá jsou samozřejmě blíže než jiná. Nejčastěji navštěvovaným zařízením byla kavárna/cukrárna Park Café 67, kam si zašlo 36 respondentů (26%) a které můžete vidět na Obrázku 18. Druhé nejnavštěvovanější zařízení byla restaurace, která se opírá o tradici českého pivovarnictví a českou kuchyni, Kozlovna U Plechandy. Ta se nachází hned vedle řeky Otavy u Kamenného mostu a navštívilo ji 32 respondentů, kteří tak tvoří 24% z dotázaných. Dalšími více navštěvovanými zařízeními byla Restaurace U Reinerů přímo naproti hale s 25 strážníky (18%) a Pizzeria San Marco na Velkém náměstí, kterou uvedlo 22 respondentů (16%). Využití výše zmíněných zařízení a dalších je znázorněno v Grafu 8.



**Graf 8 Využití jednotlivých stravovacích zařízení**

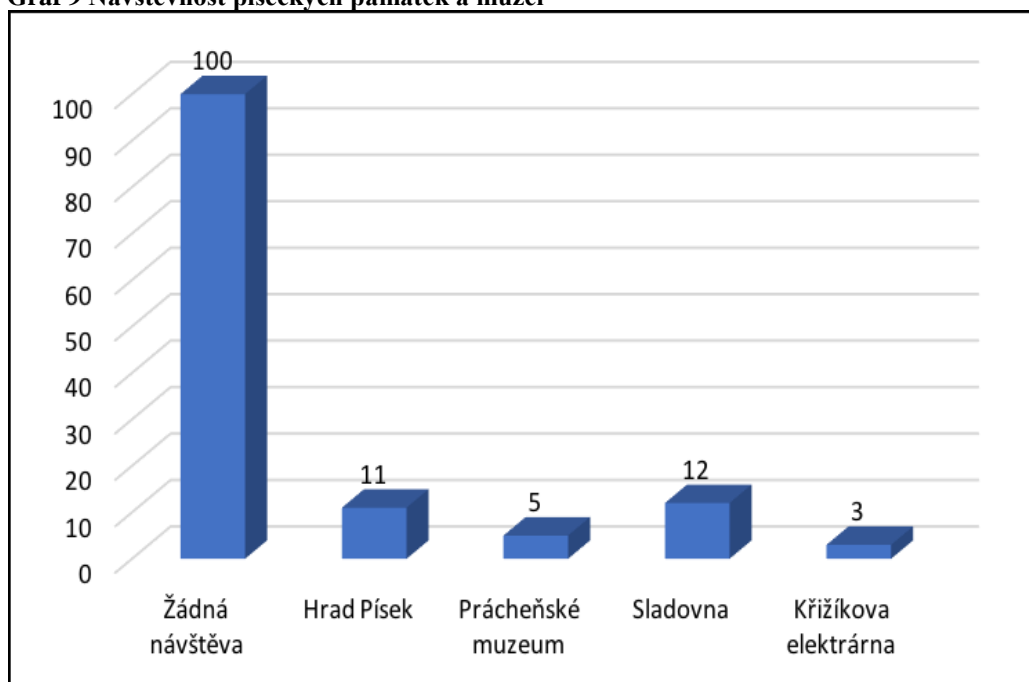


Zdroj: Vlastní zpracování

#### 4.3.7 Návštěva památek a muzeí v Písku

Dotazovaní respondenti měli v dotazníku otázku, zda navštívili některou z pamětihodností v Písku. Mezi možnostmi byly uvedeny ty památky a muzea, do který je nutné se zaplatit vstupné a varianta jiné, v případě, že navštívili nějakou jinou. Naprostá většina ze všech 136 dotazovaných uvedla, konkrétně 100 (73%) lidí, že nenavštívili ani jednu z možností. Zbýlých 36 zavítalo alespoň na jednu památku nebo muzeum, někteří dokonce i na více. Nejnavštěvovanějším místem se stala Sladovna, kterou 12 respondentů navštívilo samo nebo se svojí skupinkou a druhým nejnavštěvovanějším místem se s 11 respondenty stal Hrad Písek. Dále 5 respondentů navštívilo Prácheňské muzeum a 6 Křižíkovu elektrárnu. Možnost Jiné pak uvedlo 9 respondentů, kteří navštívili Kamenný most. Na ten ale není nutné zaplatit vstupné. Názorné zobrazení návštěv památek a muzeí v Písku ukazuje Graf 9.

**Graf 9** Návštěvnost píseckých památek a muzeí



Zdroj: Vlastní zpracování

#### **4.4 Stanovení ekonomického přínosu**

Aby bylo možné ekonomický přínos stanovit, je nutné vyčíslit veškeré výdaje respondentů a zjistit hodnotu multiplikátoru.

#### **4.5 Hodnota multiplikátoru**

Hodnota multiplikátoru byla vyčíslena pomocí symetrických input – output tabulek (SIOT) vydávaných Českým statistickým úřadem, které jsou sestavovány pravidelně s minimálně pětiletým odstupem dle manuálu Eurostatu.

Pro výpočet byla využita tabulka typu odvětví x odvětví popisující ekonomiku celkem v běžných cenách pro rok 2015 a s údaji planými k 1.11. 2019.

Obrázek 19 Zjednodušený model SIOT tabulky

r. 2000 (mld. eur)	Užití (poptávka) odvětví...				Finální užití (konečná spotřeba)...				Užití celkem
	Primární sektor	Sekundární sektor	Terciální sektor	Celkem	Domácnosti	Vláda	Investice	Vývoz	
<b>Dodávky (nabídka) odvětví...</b>									
Primární sektor	8	27	3	38	4	1	1	32	76
Sekundární sektor	10	74	49	133	54	5	71	38	301
Terciální sektor	13	56	174	243	213	90	22	29	597
Mezispotřeba	31	157	226	414	272	96	94	98	974
Náhrady zaměstnancům (mzdy)	10	53	194	257					257
Hrubý provozní přebytek	29	52	132	213					213
Dovoz	4	33	20	57	23	1	19	3	103
Čisté daně	2	6	25	33	20		7	2	62
<b>Celková produkce</b>	<b>76</b>	<b>301</b>	<b>597</b>	<b>974</b>	<b>314</b>	<b>97</b>	<b>120</b>	<b>103</b>	<b>1608</b>

Zdroj: (26)

Prvním krokem v tomto výpočtu je normalizace tabulky podle sloupců na základě vztahu:

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

tzp. vydělení hodnoty mezispotřeby v matici mezispotřeby hodnotou produkce daného odvětví. Výsledkem tohoto kroku je čtvercová matice koeficientů vstupů A o rozměrech 82 x 82, jejíž výřez je vidět na Obrázku 19.

Obrázek 20 Výřez matice koeficientů A

ČZ-NACE odvětví	Název	MEZISPUKEDBA											
		Velkoob., kromě motorových vozidel; malooob.	Pozemní a potrubní doprava	Vodní doprava	Letecká doprava	Skladování a vedlejší činnosti v dopravě	Poštovní a kurýrní činnosti	Ubytování	Stravování a pohostinství	Sportovní, zábnvní a rekreační činnosti	Činn. org. sdruž. osoby za účelem. prosazování	Opravy počítačů a výr. pro os. potřebu a převážně pro údržbu	Poskytování ostatních osobních služeb; činn. dom. jako
		46+47	49	50	51	52	53	55	56	93	94	95	96+97+98+99
01	Zemědělství	0,0199	0,0008	0,0000	0,0002	0,0002	0,0001	0,0317	0,0986	0,0040	0,0014	0,0002	0,0073
02	Lesnictví a těžba dřeva	0,0008	0,0008	0,0000	0,0001	0,0005	0,0001	0,0026	0,0070	0,0003	0,0001	0,0002	0,0011
03	Rybolov a akvakultura	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,0002	0,0000	0,0000	0,0000
45	Velkoob., maloob. a opravy mot. vozidel	0,0137	0,0708	0,0089	0,0053	0,0053	0,0129	0,0046	0,0088	0,0092	0,0071	0,0055	0,0382
46+47	Velkoob., kromě motorových vozidel; maloob., kromě mo	0,2243	0,0619	0,0381	0,0480	0,0319	0,0597	0,0531	0,1005	0,0558	0,0479	0,1168	0,0556
49	Pozemní a potrubní doprava	0,0300	0,1077	0,0622	0,0116	0,2015	0,0404	0,0126	0,0111	0,0101	0,0281	0,0241	0,0221
50	Vodní doprava	0,0001	0,0004	0,0292	0,0000	0,0078	0,0000	0,0000	0,0001	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000
51	Letecká doprava	0,0011	0,0024	0,0076	0,0912	0,0134	0,0026	0,0002	0,0000	0,0005	0,0005	0,0001	0,0000
52	Skladování a vedlejší činnosti v dopravě	0,0426	0,2543	0,4924	0,3678	0,3481	0,1392	0,0044	0,0013	0,0115	0,0195	0,0019	0,0088
53	Poštovní a kurýrní činnosti	0,0088	0,0016	0,0000	0,0018	0,0058	0,4451	0,0008	0,0011	0,0032	0,0075	0,0042	0,0001
55	Ubytování	0,0041	0,0068	0,0025	0,0026	0,0039	0,0001	0,0127	0,0067	0,0139	0,0320	0,0006	0,0068
56	Stravování a pohostinství	0,0095	0,0160	0,0190	0,0135	0,0007	0,0006	0,0084	0,0388	0,0118	0,0060	0,0024	0,0119
92	Činn. heren, kasin a sáz. kanceláří	0,0001	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,0003	0,0002	0,0001	0,0001	0,0000	0,0004
93	Sportovní, zábnvní a rekreační činnosti	0,0008	0,0002	0,0000	0,0001	0,0002	0,0001	0,0134	0,0018	0,3744	0,0644	0,0005	0,0731
94	Činn. org. sdruž. osoby za účelem. prosazování spol. záj	0,0021	0,0004	0,0000	0,0002	0,0005	0,0004	0,0030	0,0006	0,0265	0,1688	0,0011	0,0015
95	Opravy počítačů a výr. pro os. potřebu a převážně pro úd	0,0065	0,0008	0,0000	0,0229	0,0008	0,0062	0,0066	0,0036	0,0034	0,0034	0,0757	0,0028
96+97+98+99	Poskytování ostatních osobních služeb; činn. dom. jako	0,0004	0,0000	0,0000	0,0000	0,0083	0,0000	0,0182	0,0018	0,0061	0,0165	0,0005	0,1268

Zdroj: Vlastní zpracování

Další operace odečítá matici A od jednotkové matice I na základě vztahu  $L = (I-A)$ .

Obrázek 21 Výřez matice I-A

-0,0218072	-0,0075074	-0,00508	-0,0026509	-0,0654494	-0,014426	-0,0021683	-0,0038906	-0,0094209	-0,019389	-0,00327	-0,051367
-0,013663	-0,0708177	-0,00888	-0,0053491	-0,0046464	-0,0088059	-0,0066036	-0,0040674	-0,0092106	-0,0071345	-0,00549	-0,038186
0,7757202	-0,0619448	-0,03807	-0,0480473	-0,0531436	-0,1005408	-0,1413858	-0,0245225	-0,0557682	-0,0479268	-0,11657	-0,055631
-0,0299639	0,8923029	-0,06218	-0,011645	-0,0126325	-0,0110605	-0,0125665	-0,0023579	-0,0100517	-0,0281182	-0,02405	-0,022097
-5,01E-05	-0,0004478	0,970812	-4,734E-05	0	-6,535E-05	0	0	-4,206E-05	-8,393E-05	0	0
-0,0010872	-0,0024214	-0,00761	0,9088284	-0,0001815	-3,267E-05	-0,0002957	0	-0,0004626	-0,0005036	-0,00011	0
-0,0425522	-0,2543356	-0,49239	-0,3678107	-0,004356	-0,0013397	-0,0063079	-0,0007663	-0,0115237	-0,0194729	-0,0019	-0,00882
-0,008793	-0,00157	0	-0,0017515	-0,0007623	-0,0010783	-0,055342	-0,0043032	-0,0031543	-0,0074702	-0,00422	-9,69E-05
-0,0041385	-0,0067777	-0,00254	-0,0026036	0,9872586	-0,0067147	-0,0006406	-0,0025937	-0,013921	-0,0319792	-0,00063	-0,006784
-0,0094769	-0,0160487	-0,01904	-0,0134911	-0,0084217	0,9612312	-0,0022669	-0,0065433	-0,0117761	-0,0060433	-0,00243	-0,011921
-0,0049552	-0,000387	-0,00254	-0,000142	-0,0005445	-0,0008005	0,91233	-0,0007074	-0,0047525	-0,0157798	-0,00127	-0,000291
-0,0001278	-2,211E-05	0	0	-0,0002904	-0,000196	-4,928E-05	0,6399434	-0,0001262	-8,393E-05	0	-0,000388
-0,000754	-0,0002488	0	-0,000142	-0,0133585	-0,0018461	-0,0010842	-0,001179	0,6256046	-0,064378	-0,00053	-0,073076
-0,0021218	-0,0003925	0	-0,0001893	-0,0029766	-0,0006208	-0,0002957	-0,0021221	-0,0265383	0,831207	-0,00105	-0,001454
-0,0064883	-0,0007519	0	-0,0228639	-0,0065703	-0,0035616	-0,0005914	-0,0013558	-0,0049628	-0,0034413	0,924254	-0,002811
-0,0003983	-4,423E-05	0	0	-0,0181501	-0,0018461	-9,856E-05	-0,0002358	-0,0060983	-0,0165352	-0,00053	0,873425

Zdroj: Vlastní zpracování

Posledním krokem je pak výpočet Leontievy inverzní matice podle vzorce:

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

Tato výsledná matice, opět o rozměrech 82 x 82, nám udává matici komplexních koeficientů, na základě, kterých je možné získat multiplikátor produkce. V Obrázku 22 je možné vidět výřez Leontievy matice pro odvětví, která jsou důležitá pro další postup.

Obrázek 22 Výřez excelového výpočtu Leontiefovy matice  
Symetrická tabulka Input-Output

odvětví x odvětví							
2015							
CELKEM							
CZ-NACE odvětví	Název	CZ-NACE odvětví					Celkem
		MEZISPOTŘEBA					
		Velkoob., kromě motorových vozidel; maloob., kromě motorových vozidel	Pozemní a potrubní doprava	Ubytování	Stravování a pohostinství	Sportovní, zábavní a rekreační činnosti	
46+47	49	55	56	93			
01	Zemědělství	-14,80649037	-14,83907149	-14,74496818	-14,61034026	-14,90507725	-1221,2823
02	Lesnictví a těžba dřeva	-7,917668217	-7,919113569	-7,909745384	-7,946307042	-7,961383839	-651,18936
03	Rybolov a akvakultura	-0,039534264	-0,039597766	-0,039422997	-0,039161581	-0,039476065	-2,2641115
36	Shromažďování, úpr. a rozvod vody	-3,762334391	-3,76024268	-3,750394495	-3,76736776	-3,770815721	-309,29177
37+38+39	Činnosti související s odpadními vodami; shromažďování, sběr a od	-11,40714854	-11,40369968	-11,4007382	-11,47869802	-11,473648	-940,13734
41	Výstavba budov	-3,376567957	-3,372826328	-3,373539341	-3,397047305	-3,397384519	-277,58735
42	Inženýrské stavitelství	-8,821089958	-8,809218015	-8,810700791	-8,875748972	-8,873599989	-726,72705
43	Specializované stavební činnosti	-45,87021799	-45,85377521	-45,78036052	-46,18342971	-46,15925848	-3788,4916
45	Velkoob., maloob. a opravy mot. vozidel	-16,50487362	-16,41835449	-16,51652851	-16,61225929	-16,60791425	-1362,0893
46+47	Velkoob., kromě motorových vozidel; maloob., kromě motorových v	-94,62695713	-95,7534472	-95,82815979	-96,29202499	-96,36441868	-7909,7053
49	Pozemní a potrubní doprava	-30,24411568	-29,03951256	-30,27857063	-30,45491975	-30,45322082	-2497,1672
50	Vodní doprava	-0,408724203	-0,404696986	-0,409291129	-0,411750528	-0,411630326	-32,713458
51	Letecká doprava	-1,371922887	-1,363656209	-1,368998726	-1,383460643	-1,380477878	-112,13581
52	Skladování a vedlejší činnosti v dopravě	-36,50835776	-36,07743648	-36,582738	-36,81016765	-36,78688105	-3015,2205
53	Poštovní a kurýrní činnosti	-11,83979281	-11,84369028	-11,86042176	-11,93902559	-11,91818573	-976,92179
55	Ubytování	-3,317573654	-3,309082286	-2,305234586	-3,337308138	-3,317463079	-272,93946
56	Stravování a pohostinství	-5,315431269	-5,30678065	-5,31443881	-4,319986884	-5,338248542	-438,29398
93	Sportovní, zábavní a rekreační činnosti	-1,40216112	-1,404031686	-1,378181614	-1,409165407	0,193403575	-113,99637
94	Činn. org. sdruž. osoby za účelem prosazování spol. zájmů	-0,895885708	-0,898134243	-0,8944577	-0,903345129	-0,852847777	-72,918155
95	Opravy počítačů a výř. pro os. potřebu a převážně pro domácnost	-3,056355526	-3,061861969	-3,057192758	-3,079893281	-3,074422333	-251,81368
96+97+98+99	Poskytování ostatních osobních služeb; činn. dom. jako zaměstnav.	-0,838548637	-0,834983702	-0,817893543	-0,842619586	-0,831100398	-67,914865
P.2	Mezispotřeba (základní ceny)	-1167,316013	-1166,024191	-1167,219174	-1174,25227	-1173,812457	

Zdroj: Vlastní zpracování

Hodnoty v silném rámečku jsou důležité k výpočtu multiplikátoru produkce pro jednotlivá odvětví za využití vzorce:

$$\text{Multiplikátor produkce} = (\text{Přímé efekty} + \text{Nepřímé efekty}) / \text{Přímé efekty}$$

Dále budou vyčísleny multiplikátory produkce u odvětví: Velkoobchod, kromě motorových vozidel; maloobchod, kromě motorových vozidel, Pozemní a potrubní doprava, Ubytování, Stravování a pohostinství a Sportovní, zábavní a rekreační činnosti.

### **Velkoobchod, kromě motorových vozidel; maloobchod, kromě motorových vozidel**

Pro výpočet multiplikátoru pro toto odvětví jsou použita data z Obrázku 22, konkrétně sloupec a řádek 46 + 47, který je pojmenovaný „Velkoobchod, kromě motorových vozidel; maloobchod, kromě motorových vozidel“.

Pro vyčíslení multiplikátoru produkce je využit výše zmíněný vzorec:

Multiplikátor produkce = (Sloupec 46 + 47 v řádku P.2 + řádek 46 + 47 ve sloupci Celkem) / Sloupec 46 + 47 v řádku P.2

$$\text{Multiplikátor produkce} = [-1167,32 + (-7909,71)] / -1167,32 = \underline{\underline{7,78}}$$

### **Pozemní a potrubní doprava**

Pro výpočet multiplikátoru pro toto odvětví jsou použita data z Obrázku 22, konkrétně sloupec a řádek 49, který je pojmenovaný „Pozemní a potrubní doprava“. Pro vyčíslení multiplikátoru produkce je využit výše zmíněný vzorec:

Multiplikátor produkce = (Sloupec 49 v řádku P.2 + řádek 49 ve sloupci Celkem) / Sloupec 49 v řádku P.2

$$\text{Multiplikátor produkce} = [-1166,02 + (-2497,17)] / -1166,02 = \underline{\underline{3,14}}$$

### **Ubytování**

Pro výpočet multiplikátoru pro toto odvětví jsou použita data z Obrázku 22, konkrétně sloupec a řádek 55, který je pojmenovaný „Ubytování“. Pro vyčíslení multiplikátoru produkce je využit výše zmíněný vzorec:

Multiplikátor produkce = (Sloupec 55 v řádku P.2 + řádek 55 ve sloupci Celkem) / Sloupec 55 v řádku P.2

$$\text{Multiplikátor produkce} = [-1167,22 + (-272,94)] / -1167,22 = \underline{\underline{1,23}}$$

### **Stravování a pohostinství**

Pro výpočet multiplikátoru pro toto odvětví jsou použita data z Obrázku 22, konkrétně sloupec a řádek 56, který je pojmenovaný „Stravování a pohostinství“.

Pro vyčíslení multiplikátoru produkce je využit výše zmíněný vzorec:

Multiplikátor produkce = (Sloupec 56 v řádku P.2 + řádek 56 ve sloupci Celkem) / Sloupec 56 v řádku P.2

Multiplikátor produkce =  $[-1174,25 + (-438,29)] / -1174,25 = \underline{\underline{1,37}}$

### **Sportovní, zábavní a rekreační činnosti**

Pro výpočet multiplikátoru pro toto odvětví jsou použita data z Obrázku 22, konkrétně sloupec a řádek 93, který je pojmenovaný „Sportovní, zábavní a rekreační činnosti“. Pro vyčíslení multiplikátoru produkce je využit výše zmíněný vzorec:

Multiplikátor produkce = (Sloupec 93 v řádku P.2 + řádek 93 ve sloupci Celkem) / Sloupec 93 v řádku P.2

Multiplikátor produkce =  $[-1173,81 + (-113)] / -1173,81 = \underline{\underline{1,10}}$

**Tabulka 3 Přehled multiplikátorů pro jednotlivá odvětví**

	Multiplikátor
VO a MO kromě motorových vozidel	<b>7,78</b>
Doprava	<b>3,14</b>
Ubytování	<b>1,23</b>
Stravování a pohostinství	<b>1,37</b>
Sportovní, zábavní a rekreační činnosti	<b>1,1</b>

Zdroj: Vlastní zpracování

## 4.6 Ekonomický přínos Mol ligy házené žen pro město Písek

Pro vyčíslení ekonomického přínosu Mol ligy házené žen pro město Písek je nezbytné vyjít z údajů, která jsme získali pomocí dotazníkového šetření.

### Velkoobchod, kromě motorových vozidel; maloobchod, kromě motorových vozidel

Do této kategorie se řadí v rámci dotazníku pouze poslední otázka, která zjišťovala, jaké další výdaje na osobu respondenti měli, mimo vstupné na zápas a mimo další tázané výdaje na ubytování, stravu apod..

Jednotlivé možnosti odpovědi jsou vidět v Tabulce 4, přičemž se při celkovém výpočtu uvažuje s mediánem daného rozpětí, tzn. pokud respondent zaškrtl variantu, že další výdaje byly 0-100 Kč/os, počítá se s tím, že utratil 50 Kč.

Tabulka 4 Ostatní výdaje průměrně za zápas v Kč

Výdaje	Respondenti	Počet osob	Medián	Celkem	Celkem za zápas
1 - 100	19	40	50,00	2 000	1 032
101 - 300	19	40	200,50	8 020	4 139
301 - 500	25	74	400,50	29 637	15 297
501 - 1000	27	65	750,50	48 783	25 178
Jiné	5	21	1000,00	21 000	10 839
				109 440	56 485

Zdroj: Vlastní zpracování

Dalším výdajem zařazeným do tohoto odvětví je parkování. Pokud někdo na zápas přijel autem, mohl využít kapacitně omezeného a bezplatného parkoviště před budovou Sokola nebo jiného neplaceného parkoviště, což také většina respondentů udělala. 16 respondentů ale uvedlo, že parkovalo na placeném parkovišti ve městě. Na základě údajů uvedených na webových stránkách Městské služby Písek byla stanovena celková útrata za parkování. Uvažuje se doba parkování 3 hodiny.

Tabulka 5 Výdaje za parkování průměrně za zápas v Kč

Typ parkoviště	Respondenti	Počet aut	Cena	Celkem	Celkem za zápas
Placené parkoviště	16	19	50	950	490
Neplacené parkoviště	77	0	0	0	0
				950	490

Zdroj: Vlastní zpracování



### Pozemní a potrubní doprava

Z dotazníku jasně vyplývá, že pro návštěvu města Písek naprostá většina respondentů užíla vlastní automobil. Celkem do Písku přijelo 36 aut, z nichž 33 tankovalo v Písku a okolí, přičemž se uvažuje, že každé auto natankovalo 25 l při průměrné ceně 31,855 Kč/litr. Průměrná cena byla vypočítána na základě údajů za celý rok 2018 na stránkách Českého statistického úřadu, který zaznamenává průměrnou cenu Naturalu 95 a Dieselu každý týden.

**Tabulka 6 Výdaje za naftu průměrně za zápas v Kč**

Natankováno (l)	Počet aut	Celkem (l)	Průměrná cena (Kč/l)	Celkem	Celkem za zápas
25	36	900	31,855	28 670	<b>14 797</b>

Zdroj: Vlastní zpracování

Podle získaných informací pouze 1 respondent využil místní autobusovou dopravu na cestu tam a zpět, viz Tabulka 7.

**Tabulka 7 Výdaje za využití lokálního dopravce v Kč**

Respondenti	Počet osob	Cena	Celkem	Celkem za zápas
1	1	99	198	<b>102</b>

Zdroj: Vlastní zpracování

## Ubytování

Podle výsledků dotazníku bylo zjištěno, že pouze 18 respondentů využilo ubytovacích služeb, přičemž 7 z nich u známých či kamarádů. Zbýlých 11 respondentů přespalo pouze jednu noc v penzionu či hotelu v Písku. Přehled jednotlivých zařízení a jejich příjmů je uvedeno v Tabulce 8.

**Tabulka 8 Výdaje za ubytování průměrně za zápas v Kč**

Zařízení	Respondenti	Počet osob	Pokoje	Cena/noc	Celkem	Celkem za zápas
Hotel Biograf	1	12	6	1600	9600	4 955
Hotel U Kapličky	2	1	1	1200	1200	619
		4	2	1700	3400	1 755
Bílá růže	1	10	5	1500	7500	3 871
Penzion Sport	1	1	1	750	750	387
Hotel Buly	1	1	1	550	550	284
Hotel OtavaArena	3	3	1	2190	2190	1 130
		4	2	1390	2780	1 435
		2	1	1390	1390	717
		1	1	850	850	439
Penzion U Kloudů	2	2	1	850	850	439
		1	1	500	500	258
					31560	<b>16 289</b>

Zdroj: Vlastní zpracování

## Stravování a pohostinství

V této kategorii se berou v úvahu veškeré výdaje respondentů, které měly v kavárnách, restauracích, barech či klubech, které navštívili před, během nebo po utkání. V dotazníkovém šetření odpovídali, zda nějaké zařízení navštívili a pokud ano, tak které a co si v něm objednali. Na základě nabídek jednotlivých stravovacích zařízení se pak vypočítali jejich přibližné výdaje. Následující Tabulka 9 poskytuje přehled celkových útrat v jednotlivých zařízeních.

**Tabulka 9 Výdaje za stravování a pohostinství průměrně za zápas v Kč**

Zařízení	Celková útrata	Celkové výdaje za zápas
Restaurace u Reinerů	11 742	6 060
Kozlovna U Plechandy	23 960	12 366
Řecká restaurace Poseidon	7 535	3 889
Indická restaurace Tandoori	3 818	1 971
Pizzeria San Marco	10 854	5 602
Park Café 67	8 546	4 411
Soho café	2 929	1 512
Až na Půdu	3 439	1 775
Vykulená Sova	548	283
Mozart	1 371	708
Revolution	2 293	1 183
Laguna	2 175	1 123
New York	4 493	2 319
La Noche	7 132	3 681
Jiné	636	328
Halový bufet	1 744	900
	93 215	48 111

Zdroj: Vlastní zpracování

Přestože nejnavštěvovanějším zařízením byla kavárna/cukrárna Park Café 67, největší útrata byla v restauraci Kozlovna u Plechandy. Důvodem bude rozdílný koncept zařízení. Cukrárnu lidé navštěvují především za účelem dát si kávu a vaflí nebo sladkosti a do restaurace se lidé chodí hlavně najíst a napít, tudíž utratí větší obnos peněz.

K této položce se ještě musí přičíst položka za útratu v bufetu v hale, která činí během zápasu průměrně 900 Kč.

### Sportovní, zábavní a rekreační činnosti

Do této kategorie byli zařazeni ti respondenti, kteří v dotazníku uvedli, že navštívili ve městě Hrad Písek, Křižickou elektrárnu, Sladovnu, nějaké muzeum nebo jiné. Následující tabulka znázorňuje výdaje za návštěvu výše uvedených míst, s tím, že počítáme se vstupným za dospělého člověka.

Tabulka 10 Výdaje za volnočasové aktivity průměrně za zápas v Kč

Volnočasová aktivita	Respondenti	Počet osob	Vstupné	Celkem	Celkem za zápas
Hrad Písek	11	16	20	320	165
Prácheňské muzeum	5	15	40	600	310
Sladovna	12	34	120	4 080	2 106
Křižikova elektrárna	3	10	70	700	361
				<b>5 700</b>	<b>2 942</b>

Zdroj: Vlastní zpracování

Další položkou v této kategorii je vstupné na házenkářské utkání, které činí 40 Kč/osoba. Celkovou částku vybranou za vstupné uvádí Tabulka 11, která je rozdělena na respondenty, kteří byli na utkání s primárním účelem a na ty, kteří nebyli. Uvažujeme, že respondenti, jejichž návštěva utkání házené nebyla primárním účelem, přijeli sami.

Tabulka 11 Průměrné výdaje za vstup na utkání v Kč

Účel	Respondenti	Počet osob	Vstupné	Celkem	Celkem za zápas
Primární	136	310	40	12 400	6 400
Neprimární	14	14	40	560	289
				<b>12 960</b>	<b>6 689</b>

Zdroj: Vlastní zpracování

Dále jeden jediný respondent uvedl, že navštívil spolu s jednou osobou městský lyžařský svah, na který stojí vstupné na 2 hodiny 200 Kč/osoba.

Tabulka 12 Výdaje za vstup na městskou sjezdovku průměrně za zápas v Kč

Respondenti	Počet osob	Vstupné	Celkem	Celkem za zápas
1	2	200	400	<b>206</b>

Zdroj: Vlastní zpracování

## Celkové výdaje

Po vyčíslení jednotlivých kategorií, lze vypočítat celkové příjmy, a tudíž také celkový ekonomický přínos Mol ligy házené žen ve městě Písek. V následující Tabulce 13 je znázorněn přehled veškerých výdajů respondentů v jednotlivých kategoriích.

**Tabulka 13 Přehled celkových výdajů a průměrných výdajů za zápas v Kč**

	<b>Celkové výdaje</b>	<b>Celkové výdaje za zápas</b>
VO a MO, kromě motorových vozidel	110 390	56 975
Pozemní a potrubní doprava	28 868	14 899
Ubytování	31 560	16 289
Stravování a pohostinství	93 215	48 111
Sportovní, zábavní a rekreační činnosti	9 837	5 077
	<b>273 869</b>	<b>141 352</b>

Zdroj: Vlastní zpracování

Aby se zjistil celkový ekonomický přínos, je nutné celkové výdaje respondentů dotazníku za jednotlivé odvětví vynásobit příslušným multiplikaátorem. Tabulka 14 znázorňuje výpočet ekonomického příjmu za jednotlivé odvětví a celkem.

**Tabulka 14 Přehled průměrných přímých, nepřímých a celkových efektů za zápas v Kč**

	<b>Přímé efekty</b>	<b>Multiplikátor</b>	<b>Nepřímé efekty</b>	<b>Celkové efekty</b>
<b>VO a MO kromě motorových vozidel</b>	56 975	7,78	386 292,03	443 267,26
<b>Pozemní a potrubní doprava</b>	14 899	3,14	31 884,62	46 783,97
<b>Ubytování</b>	16 289	1,23	3 746,48	20 035,51
<b>Stravování a pohostinství</b>	48 111	1,37	17 801,01	65 911,85
<b>Sportovní, zábavní a rekreační činnosti</b>	5 077	1,1	507,74	5 585,12
<b>CELKEM</b>	<b>141 352</b>	<b>4,58</b>	<b>440 231,88</b>	<b>581 583,71</b>

Zdroj: Vlastní zpracování

Na základě výsledků Tabulky 14 lze říci, že Mol liga házené žen má pro město Písek ekonomický přínos ve výši 581 583,71 Kč v průměru za zápas. Z toho jsou přímé výdaje ve výši 141 352 Kč, které však byly zvýšeny multiplikačním efektem na částku 581 583,71 Kč a z čehož byly nepřímé efekty vyčísleny na 440 231,88 Kč.

## Výsledky a diskuse

Pro stanovení ekonomického přínosu Mol ligy házené žen ve městě Písek bylo využito dotazníkového šetření. To mělo za úkol zjistit, jaké přibližné výdaje mají účastníci házenkářských utkání během jejich návštěvy v Písku a na základě toho pak ekonomický přínos vypočítat.

Pro jeho vyčíslení byla využita certifikovaná metoda vydaná Institutem umění, jejíž autorkou je Ing. MgA. Tereza Raabová, Ph.D. Tato metoda je založena na meziodvětvové (input-output) analýze, která vychází ze statistik národních účtů Českého statistického úřadu a z tabulek dodávek a užití. (38)

Zprvu bylo potřeba pomoci produkce jednotlivých odvětví a matice mezispotřeby vypočítat multiplikátory pro pět odvětví: Velkoobchod, kromě motorových vozidel; maloobchod, kromě motorových vozidel, Pozemní a potrubní doprava, Ubytování, Stravování a pohostinství a Sportovní, zábavní a rekreační činnosti. V následující Tabulce 15 je přehled multiplikátorů pro jednotlivá odvětví zájmu.

**Tabulka 15 Přehled multiplikátorů jednotlivých odvětví**

	<b>Multiplikátor</b>
<b>VO a MO kromě motorových vozidel</b>	7,78
<b>Pozemní a potrubní doprava</b>	3,14
<b>Ubytování</b>	1,23
<b>Stravování a pohostinství</b>	1,37
<b>Sportovní, zábavní a rekreační činnosti</b>	1,1

Zdroj: Vlastní zpracování

Z celkového počtu 150 respondentů, kteří se dotazníkového šetření zúčastnili, bylo 136 z nich na házenkářském utkání s primárním účelem. Jednalo se tak o skupinu respondentů, u kterých nás zajímaly veškeré výdaje vynaložené během jejich návštěvy města.

První kategorií výdajů byla doprava. Pouze jeden respondent přijel do Písku autobusem s lokálním dopravcem Arriva Střední Čechy, většina vlastním automobilem.

Do výdajů byla tedy započítána jízdenka na autobus tam i zpět a pohonné hmoty u respondentů, kteří zodpověděli, že tankovali na Písecku a okolí.

Druhou skupinou výdajů bylo ubytování. Naprostá většina, tedy 87% respondentů uvedla, že nevyužila možnost ubytovat se. Zbývajících 18 respondentů tuto možnost ale využilo a ubytovalo se buď u přátel nebo v hotelu či penzionu. Na základě odpovědí respondentů, kteří zvolili druhou možnost, se pomocí ceníků ubytovacích zařízení vyčíslily celkové výdaje za ubytování.

Třetí skupinou byly výdaje za stravování a pohostinství. Nejnavštěvovanějším zařízením této kategorie byla kavárna/cukrárna Park Café 67 následovaná restaurací Kozlovná u Plechandy. Celkové výdaje za stravování a pohostinství byly stanoveny na základě odpovědí v dotazníku a pomocí menu (ceníků) v jednotlivých zařízeních.

Další kategorie výdajů byla za sportovní, zábavní a rekreační činnosti. Zde byly zařazeny výdaje za návštěvu muzeí a ostatních turistických míst, městské sjezdovky a za vstupné na utkání.

Poslední skupinou byly ostatní výdaje. Jedná se o výdaje za parkování, za nákupy například v samoobsluze, v obchodě s oblečením, kině, divadle a podobně a jsou řazeny do odvětví Velkoobchod, kromě motorových vozidel; maloobchod, kromě motorových vozidel.

Následující Tabulka 16 obsahuje přehled výdajů celkem a průměrně za jeden zápas.

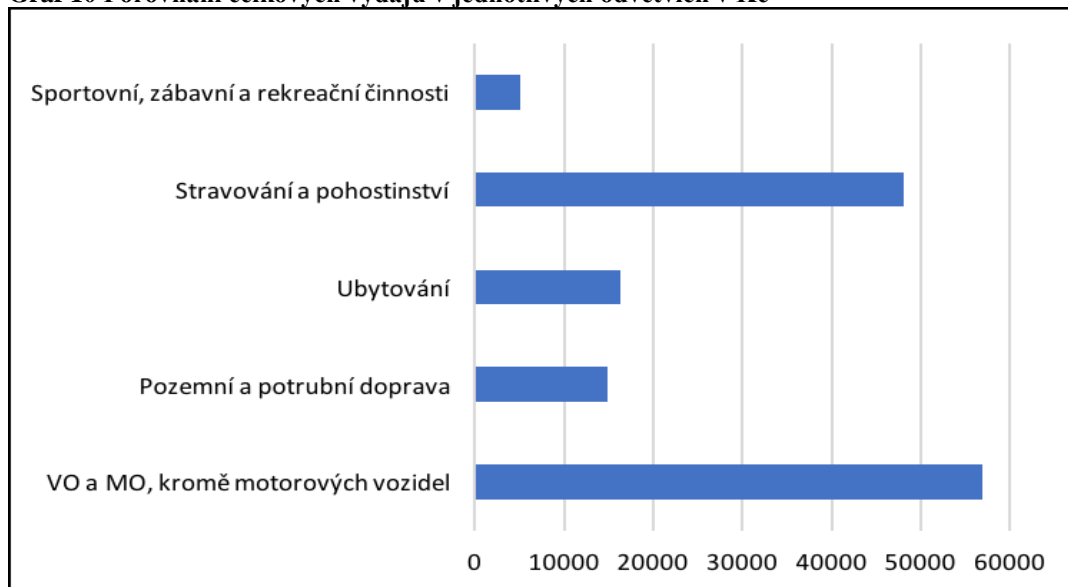
**Tabulka 16 Přehled celkových výdajů a výdajů na zápas v Kč**

	<b>Celkové výdaje</b>	<b>Celkové výdaje za zápas</b>
<b>VO a MO, kromě motorových vozidel</b>	110 390	56 975
<b>Pozemní a potrubní doprava</b>	28 868	14 899
<b>Ubytování</b>	31 560	16 289
<b>Stravování a pohostinství</b>	93 215	48 111
<b>Sportovní, zábavní a rekreační činnosti</b>	9 837	5 077
	<b>273 869</b>	<b>141 352</b>

Zdroj: Vlastní zpracování

Z tabulky vyplývá, že nejvyšší výdaje za zápas měli respondenti v odvětví Velkoobchodu a maloobchodu, kromě motorových vozidel, a to ve výši 56 975 Kč. Druhým odvětvím s nejvíce výdaji bylo Stravování a pohostinství s částkou 48 111 Kč, následováno Ubytováním, Pozemní a potrubní dopravou a v neposlední řadě odvětvím Sportovní, zábavní a rekreační činnosti. Grafické znázornění vystihuje Graf 10.

**Graf 10 Porovnání celkových výdajů v jednotlivých odvětvích v Kč**



Zdroj: Vlastní zpracování

Pro vyčíslení celkového ekonomického přínosu bylo nutné celkové výdaje, tedy celkové přímé efekty, v jednotlivých odvětvích vynásobit příslušným multiplikátorem a sečíst. Ekonomický přínos Mol ligy házené žen ve městě Písek tak byl stanoven ve výši 581 583,71 Kč průměrně za zápas. Přehled celkových, přímých a nepřímých efektů je znázorněn v Tabulce 17.

**Tabulka 17 Přehled přímých, nepřímých a celkových efektů v Kč**

	Přímé efekty	Multiplikátor	Nepřímé efekty	Celkové efekty
<b>VO a MO kromě motorových vozidel</b>	56 975	7,78	386 292,03	443 267,26
<b>Pozemní a potrubní doprava</b>	14 899	3,14	31 884,62	46 783,97
<b>Ubytování</b>	16 289	1,23	3 746,48	20 035,51
<b>Stravování a pohostinství</b>	48 111	1,37	17 801,01	65 911,85
<b>Sportovní, zábavní a rekreační činnosti</b>	5 077	1,1	507,74	5 585,12
<b>CELKEM</b>	<b>141 352</b>	<b>4,11</b>	<b>440 231,88</b>	<b>581 583,71</b>

Zdroj: Vlastní zpracování



Z výsledků vyplývá, že Mol liga házené žen v Písku, má pro město velký ekonomický přínos. Je tomu tak, i když zde házená není příliš propagovaná. Pozvánku před každým domácím utkáním je možné vidět na plakátě, který visí na vstupních dveřích TJ Sokola Písek a občas také na sociálních sítích jako je Instagram nebo Facebook.

Souvislost s tím může mít také to, že Písek je velice dobře dostupný jak automobilem, tak i hromadnou dopravou a je ideálním místem pro výlet s rodinou.

Je také nutné podotknout, že stanovený ekonomický přínos není jednorázový, jelikož házená v Písku není jednorázová činnost.

Pokud by však nastala situace sestupu píseckých házenkářek do nižší soutěže v příští sezóně, je možné předpokládat pokles ekonomického přínosu z důvodu nevelké atraktivnosti zápasů v nižší lize. Pokles může také nastat z důvodu očekávané ekonomické krize.

Naopak v případě zlepšení výkonů domácích hráček a postup do soutěže o medaile po skončení hlavní části sezóny, spolu se zvýšením propagace pozvánek na domácí utkání, lze předpokládat více diváků, a tudíž růst ekonomického přínosu.

## Závěr

Ekonomický přínos specifické formy turismu při pořádání prvoligové házenkářské MOL ligy žen pro domácí město Písek byl vyčíslen na částku 581 583,71 Kč v průměru za zápas a byl stanoven pomocí certifikované metody vydané Institutem umění, která vychází z meziodvětvové (input-output) analýzy.

Celkový ekonomický přínos za jeden zápas představuje součet přímých efektů, které se rovnají celkovým výdajům respondentů ve všech pěti odvětví, tedy 141 352 Kč a nepřímých efektů, které byly vyčísleny ve výši 440 231,88 Kč.

Uvedené hodnoty byly dosaženy díky respondentům, jejichž primárním účelem návštěvy města Písek bylo vidět házenkářské utkání Mol ligy žen. Těchto respondentů bylo celkem 136, většina přijela vlastním autem a pojala to jako jednodenní výlet. Pouze jeden respondent využil lokální autobusovou dopravu. Ubytování v Písku využilo 18 respondentů, z toho 61% v hotelu nebo penzionu a zbylých 39% u známých a přátel, tudíž neměli žádné výdaje za ubytování. Stravovací a pohostinská zařízení nevyužilo jen něco málo přes 24% z celkového počtu dotazovaných a výdaje, zařazené do odvětví Velkoobchod, kromě motorových vozidel; maloobchod, kromě motorových vozidel, byly nejvyšší ze všech a činily 48 111 Kč za zápas. Výdaje v odvětví Sportovní, zábavní a rekreační činnosti byly naopak nejnižší, a to ve výši 5 077 Kč.

Ekonomie jako společenská vědní disciplína zkoumá vztahy mezi lidmi v průběhu výrobního procesu užitečných komodit, jejich rozhodování a jednání, spotřebu statků a jejich směnu. Tato ekonomická teorie se na základě předmětu zkoumání člení na mikroekonomii a makroekonomii, přičemž mikroekonomie se zaměřuje na chování jednotlivých ekonomických subjektů jako jsou stát, vláda a domácnosti a makroekonomie na ekonomiku a její fungování jako celek. Díky makroekonomii a jejímu zkoumání hospodářství jednotlivých států pomocí souhrnných ukazatelů jako jsou například hrubý domácí produkt či míra nezaměstnanosti, je možné porovnávat ekonomiku jednoho státu s jiným, vytvářet trendy a pokusit se predikovat budoucí vývoj.

Nejpoužívanějším, nejznámějším a také nejdůležitějším agregátním ukazatelem makroekonomie je již zmíněný hrubý domácí produkt. Vztahuje se k produkci států a je vyjádřen peněžní hodnotou statků a služeb nově vyrobených na daném území za dané období. Jelikož by ale nebylo srovnání ekonomik pouze na základě HDP dostačující, jsou k dispozici ukazatele inflace, nezaměstnanosti a další.

Cestovní ruch nebo také turismus je velice významným a nejvíce rozvíjejícím se odvětvím světového hospodářství, který má jak regionální, tak celosvětový význam. Jedná se o aktivitu, která je spojena s pohybem osob z jednoho místa na jiné, z odlišných důvodů a účelů. A jelikož není turismus ve všech ohledech a oblastech stejný je rozdělen dle různých kritérií do několika skupin. Základním dělením je rozdělení na formy cestovního ruchu, druhy cestovního ruchu a typy cestovního ruchu. Tyto tři skupiny se od sebe liší tím, že formy turismu vyjadřují povahu cestovního ruchu z pohledu účastníků turismu a jsou definovány na základě jejich motivace, druhy turismu jsou vymezeny na základě způsobu realizace a průběhu dané cesty a za typy turismu jsou pokládány aktivity vlastního charakteru a určité podoby.

O ekonomický přínos cestovního ruchu ve sledované oblasti se jedná pouze v případě, kdy peníze utracené na tomto území znamenají růst ekonomické aktivity v dané oblasti, ke kterému by nedošlo bez dané akce. Ekonomicko-peněžní hodnocení vlivu a významu turismu vychází z celkového hodnocení postavení cestovního ruchu v ekonomice jednotlivých národů, přičemž je tento vliv měřen výše zmíněnými ukazateli makroekonomie a jejich vzájemným vztahem. Jedná se o hrubý domácí produkt, cenovou stabilitu, nezaměstnanost a vnější ekonomickou rovnováhu. Dalšími parametry, u kterých lze měřit vliv cestovního ruchu, jsou například vývoj platů s vazbou na produktivitu práce, výše zadlužení v zahraničí či váha a úroveň vládního sektoru.

K vyhodnocení dopadů cestovního ruchu na danou oblast jsou využívány zejména výpočty příhodných multiplikátorů, satelitní účty, input-output analýza, ad hoc modely anebo modely všeobecné rovnováhy.

Komplexním statistickým nástrojem měřícím vliv turismu na národní, regionální a místní ekonomiku je satelitní účet, který je velice náročný na vstupní data a který

vymezuje efekty turismu a dalších průřezových odvětví. Jeho cílem je určit vliv cestovního ruchu na ekonomiku, získání spolehlivých údajů o cestovním ruchu a možnost jak časového, tak prostorového porovnání.

## Seznam použitých zdrojů

1. HOLMAN, Robert. *Ekonomie*. 5. vyd. V Praze: C.H. Beck, 2011. xxii, 696 s. Beckovy ekonomické učebnice. ISBN 978-80-7400-006-5.
2. LIPOVSKÁ, Hana. *Moderní ekonomie: jednoduše o všem, co byste měli vědět*. První vydání. Praha: Grada, 2017. 252 stran. ISBN 978-80-271-0120-7.
3. Management Mania: *Ekonomie (Economics)*. [online]. Wilmington (DE), 2011-2018. Dostupné z: <<https://managementmania.com/cs/ekonomie>>.
4. SAMUELSON, Paul Anthony a NORDHAUS, William D. *Ekonomie: 19. vydání*. Vyd. 1. Praha: NS Svoboda, 2013. xxiv, 715 s., [4] s. obr. příl. ISBN 978-80-205-0629-0.
5. BRČÁK, Josef a SEKERKA, Bohuslav. *Makroekonomie*. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, 2010. 292 s. ISBN 978-80-7380-245-5.
6. JUREČKA, Václav a kol. *Makroekonomie*. 1. vyd. Praha: Grada, 2010. 332 s. Expert. ISBN 978-80-247-3258-9.
7. MANKIWI, N. Gregory. *Zásady ekonomie*. 1. vyd. Praha: Grada, 1999. 763 s. Profesionál. ISBN 80-7169-891-1.
8. BRČÁK, Josef, SEKERKA, Bohuslav a STARÁ, Dana. *Makroekonomie-teorie a praxe*. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, 2014. 223 s. ISBN 978-80-7380-492-3.
9. Finance.cz: *Hrubý domácí produkt*. [online]. Dostupné z: <<https://www.finance.cz/makrodata-eu/hdp/informace/>>.
10. DORNBUSCH, Rudiger a FISCHER, Stanley. *Macroeconomics*. 5th ed. New York: McGraw-Hill, ©1990. xv, 828 s. ISBN 0-07-017787-2.

11. Český statistický úřad: *Hrubý domácí produkt (HDP) – Metodika*. [online]. Praha, 2015. Dostupné z: <[https://www.czso.cz/csu/czso/hruby\\_domaci\\_produk\\_t\\_-hdp-](https://www.czso.cz/csu/czso/hruby_domaci_produk_t_-hdp-)>.
12. URBAN, Jan. *Teorie národního hospodářství*. 3., dopl. a rozš. vyd. Praha: Wolters Kluwer Česká republika, 2011. 559 s. ISBN 978-80-7357-579-3.
13. NOVÝ, Ivan a SURYNEK, Alois. *Sociologie pro ekonomy a manažery*. 1. vyd. Praha: Grada, 2002. 191 s. Manažer. ISBN 80-247-0384-X.
14. Peníze.cz: *Co je nezaměstnanost*. [online]. Partners media, s.r.o., 2018. Dostupné z: <<https://www.penize.cz/80354-co-je-nezamestnanost>>.
15. JÍROVÁ, Hana. *Trh práce a politika zaměstnanosti*. Vyd. 1. Praha: Vysoká škola ekonomická, Národohospodářská fakulta, 1999. 95 s. ISBN 80-7079-635-9.
16. MAREŠ, Petr. *Nezaměstnanost jako sociální problém*. Vyd. 1. Praha: Sociologické nakladatelství, 1994. 151 s. Studijní texty; sv. 6. ISBN 80-901424-9-4.
17. BROŽOVÁ, Dagmar. *Společenské souvislosti trhu práce*. Vyd. 1. Praha: Sociologické nakladatelství, 2003. 140 s. Studijní texty; sv. 26. ISBN 80-86429-16-4.
18. SAMUELSON, Paul Anthony a NORDHAUS, William D. *Ekonomie*. Vyd. 1. Praha: Svoboda, 1991. xl, 1011 s. ISBN 80-205-0192-4.
19. INTERNATIONAL MONETARY FUND: *Balance of Payments and International Investment Position Manual*. Vyd. 6. Washington, D.C.: 2009. ISBN 978-1-58906-812-4.

20. Svaz obchodu a cestovního ruchu ČR: *HDP: Tempo české ekonomiky je ve srovnání s EU dvojnásobné*. [online]. c2015. Dostupné z: <<http://www.socr.cz/clanek/hdp-tempo-ceske-ekonomiky-je-ve-srovnani-s-eu-dvojnásobne/>>.
21. PLCHOVÁ, Božena et al. *Zahraniční ekonomické vztahy České republiky*. Vyd. 1. Praha: Oeconomica, 2003. 161 s. ISBN 80-245-0608-4.
22. NEUMANN, Pavel, ŽAMBERSKÝ, Pavel a JIRÁNKOVÁ, Martina. *Mezinárodní ekonomie*. 1. vyd. Praha: Grada, 2010. 159 s. Expert. ISBN 978-80-247-3276-3.
23. POLOUČEK, Stanislav a kol. *Peníze, banky, finanční trhy*. Vyd. 1. V Praze: C.H. Beck, 2009. xvii, 415 s. Beckovy ekonomické učebnice. ISBN 978-80-7400-152-9.
24. Finance v praxi: *Úvod do teorie platební bilance*. [online]. c2017-2018. Dostupné z: <<http://www.financevpraxi.cz/makroekonomie-platebni-bilance>>.
25. Kurzy.cz: *Nezaměstnanost v ČR, vývoj, rok 2019*. [online]. c2000-2018. Dostupné z: <<https://www.kurzy.cz/makroekonomika/nezamestnanost/?imakroGraphFrom=1.1.2017>>.
26. RAABOVÁ, T. *Multiplikační efekty kulturních odvětví v české ekonomice*. [online]. Institut umění – Divadelní ústav, 2010. Dostupné z: <[https://is.muni.cz/el/1456/podzim2013/MPV\\_EKKU/um/Raabova\\_multiplikacni-efekty-2010.pdf](https://is.muni.cz/el/1456/podzim2013/MPV_EKKU/um/Raabova_multiplikacni-efekty-2010.pdf)>.
27. ZELENKA, Josef. *Marketing cestovního ruchu*. Vyd. 1. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2010. 240 s. ISBN 978-80-86723-95-2.

28. DOHNAL, Václav a kol. *Ekonomika cestovního ruchu: [určeno pro posl. fak. obchodní]*. 1. vyd. Praha: Státní pedagogické nakladatelství, 1969. 185 s. Učební texty vysokých škol / Vysoká škola ekonomická v Praze. Fakulta obchodní.
29. ČERTÍK, Miroslav a kol. *Cestovní ruch: vývoj, organizace a řízení*. Vyd. 1. Praha: OFF, 2001. 352 s. ISBN 80-238-6275-8.
30. PÁSKOVÁ, Martina a ZELENKA, Josef. *Výkladový slovník cestovního ruchu*. [Praha]: Ministerstvo pro místní rozvoj, 2002. 448 s. ISBN 80-239-0152-4.
31. INDROVÁ, Jarmila a kol. *Cestovní ruch: (základy)*. Vyd. 2., přeprac. V Praze: Oeconomica, 2009. 122 s. ISBN 978-80-245-1569-4.
32. RYGLOVÁ, Kateřina. *Cestovní ruch: (soubor studijních materiálů)*. Vyd. 2., (1. v nakl. Key Publishing). Ostrava: Key Publishing, 2007. 81 s. Ekonomie. ISBN 978-80-87071-44-1.
33. Český statistický úřad: *Základní pojmy a definice*. [online]. Dostupné z: <<https://www.czso.cz/documents/10180/20557193/921108m.pdf/b6571837-6a2e-4138-912c-59da6de43de4?version=1.0>>.
34. Ptejte se knihovny: *Destinace-vymezení pojmu*. [online]. Dostupné z: <<https://www.ptejteseknihovny.cz/dotazy/destinace-vymezeni-pojmu>>.
35. SCHEJBAL, Ctirad. *Typologie cestovního ruchu*. Vyd. 1. Přerov: Vysoká škola logistiky, 2008. 97 s. ISBN 978-80-87179-03-1.
36. RYGLOVÁ, Kateřina, BURIAN, Michal a VAJČNEROVÁ, Ida. *Cestovní ruch-podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. 1. vyd. Praha: Grada, 2011. 213 s. ISBN 978-80-247-4039-3.



37. GALVASOVÁ, Iva a kol. *Průmysl cestovního ruchu*. Vyd. 1. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2008. 262 s. ISBN 978-80-87147-06-1.
38. RAABOVÁ, T. *Metodika pro výpočet ekonomických dopadů kulturní organizace*. [online]. Institut umění – Divadelní ústav, 2013. Dostupné z: <[https://www.idu.cz/temp/metodika-pro-vypocet-ekonomicky-dopadu-kulturni-organizace\\_idu2013.pdf](https://www.idu.cz/temp/metodika-pro-vypocet-ekonomicky-dopadu-kulturni-organizace_idu2013.pdf)>.
39. LINDEROVÁ, Ivica. *Cestovní ruch: základy a právní úprava*. 1. vyd. Jihlava: Vysoká škola polytechnická Jihlava, 2013. 265 s. ISBN 978-80-87035-82-5.
40. Centrála cestovního ruchu Jižní Morava: *Komunikující místo*. [online]. 2013. Dostupné z: <[http://www.ccrjm.cz/userfiles/file/Vzdělávac%C3%AD%20materiály/skripta%20KM/scripta\\_0030.pdf](http://www.ccrjm.cz/userfiles/file/Vzdělávac%C3%AD%20materiály/skripta%20KM/scripta_0030.pdf)>.
41. PALATKOVÁ, Monika a ZICHOVÁ, Jitka. *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.
42. STABLER, Mike, Andreas PAPTAEODOROU a M. Thea SINCLAIR. *The economics of tourism*. 2nd ed. New York: Routledge, c2010. ISBN 978-0415459396.
43. *Regionální rozvoj a cestovní ruch: konference: 1. a 2.12. 2011, Jihlava* [CD-ROM]. První vydání. Jihlava: Vysoká škola polytechnická Jihlava, 2011. ISBN 978-80-87035-44-3.
44. PALATKOVÁ, Monika a ZICHOVÁ, Jitka. *Ekonomika turismu: turismus České republiky*. 2., aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada, 2014. 262 s. ISBN 978-80-247-3643-3.

45. Český statistický úřad: *Cestovní ruch-časové řady*. [online]. 2018. Dostupné z: <[https://www.czso.cz/csu/czso/cru\\_cr](https://www.czso.cz/csu/czso/cru_cr)>.
46. Český svaz házené: *Řídící dokumenty* [online]. 2017. Dostupné z: <[http://www.svaz.chf.cz/documents/rozpis\\_mol\\_ligy\\_2017-18.pdf](http://www.svaz.chf.cz/documents/rozpis_mol_ligy_2017-18.pdf)>.
47. VisitPisek.cz: *Město Písek*. [online]. c2008-2019. Dostupné z: <<http://www.visitpisek.cz/cz/pisek-mesto/58/>>.
48. Mistopisy.cz: *Písek*. [online]. Dostupné z: <<https://www.mistopisy.cz/pruvodce/obec/5914/pisek/pocet-obyvatel/>>.
49. Písek-Oficiální web města: *Historie města*. [online]. Dostupné z: <<http://www.mestopisek.cz/historie%2Dmesta%2Dpisek/ds-1027/p1=1001>>.
50. VisitPisek.cz: *Pamětihodnosti města Písek*. [online]. c2008-2019. Dostupné z: <<http://www.visitpisek.cz/cz/pametihodnosti-mesta-pisek-pisecky-hrad/62/>>.
51. Jižní Čechy: *Kamenný most v Písku*. [online]. c2019. Dostupné z: <<https://www.jiznicechy.cz/turisticke-cile/22-kamenny-most-v-pisku>>.
52. Tubeko sport: *Sportovní povrchy*. [online]. Dostupné z: <<http://www.sportovni-umele-povrchy.cz/hazena/>>.
53. Jihočeský kraj: *Oblouková hala TJ Sokol Písek*. [online]. c2013-2019. Dostupné z: <<https://iscus.cz/kraje/jihocesky/pasport/20729>>.
54. Házená Písek Oficiální stránky: *Soupiska*. [online]. c2019. Dostupné z: <<http://www.hazena.info/zeny-whil/soupiska>>.
55. Český svaz házené: *Soutěže žen*. [online]. c2009. Dostupné z: <<http://www.zeny.chf.cz/>>.

56. Městys Ledenice: Hotel *OtavArena* – *Restaurace*. [online]. Ledenice, c2019.  
Dostupné z: <[https://www.ledenice.cz/turistika-v-okoli?id=87680&action=detail](https://www ledenice.cz/turistika-v-okoli?id=87680&action=detail)>

## 5 Přílohy

### Ekonomický přínos Mol ligy házené žen pro město Písek

Vyplnění polí označených \* je povinné.

Dobrý den,

pokud se Vám do rukou dostal tento dotazník, budete stejně jako já fanouškem házené. Tento dotazník je součástí mé diplomové práce, která má zjistit, jaký ekonomický přínos má MOL liga házené žen pro město Písek. Tudiž mne bude zajímat, ať už jste z Písku nebo odjinud, jaké výdaje jste měli v souvislosti se zápasem, který jste navštívili. Zda jste se například po cestě na zápas zastavili na kafe nebo oběd, či jste po něm zašli na večeri a přespali. Zkrátka vše, při čem jste měli nějaké výdaje.

Předem děkuji za Váš čas.

\* Navštívil/a jste město Písek za primárním účelem vidět sportovní utkání házené Mol ligy žen?

Pokud jste z Písku a vaším primárním účelem bylo vidět zápas házené, zvolte Ano.

Ano

Ne

\* Přijel/a jste nebo přišel/a jste na zápas sám/a?

Ano

Ne

\* Kolik bylo osob včetně Vás?

Minimálně 1 znaků

2

\* Odkud jste na zápas Mol ligy házené do Písku přijel/a?

Praha

Středočeský kraj

Plzeňský kraj

Liberecký kraj

Jihočeský kraj

Karlovarský kraj

Ústecký kraj

Královéhradecký kraj

Pardubický kraj

Kraj Vysočina

Jihomoravský kraj

Olomoucký kraj

Moravskoslezský kraj

Zlínský kraj

\* Jakým dopravním prostředkem jste přijel/a?

Pokud jste z Písku, zvolte Jiné a v následující otázce vypište, že jste z Písku.

Pokud jste přijeli jinak než autem či autobusem, zvolte Jiné a v následující otázce napište čím jste přijeli.

Autem

Autobusem

Jiné

\* Tankoval jste v Písku a okolí?

Ano

Ne

\* Kde jste v průběhu zápasu parkoval/a?

Placené parkoviště ve městě

Neplacené parkoviště

\* Byl/a jste v Písku z důvodu utkání ubytován/a?

Ano

Ne

\* Vyberte, které z těchto zařízení jste ve městě navštívil/a

Označte jednu nebo více odpovědí.

Restaurace U Reinerů

Kozlovna U Plechandy

Řecká restaurace Poseidon

Indická restaurace Tandoor

Pizzeria San Marco

Park Café 67

Soho Café

Kavárna Až na půdu

Vykulená sova

Café Mozart

Revolution cocktail bar and coffee lounge

Laguna Café Bar

Club Bar New York

Coctail music bar La Noche

Žádné

Jiné

\* Co jste si v Kozlovně dal/a?

Označte jednu nebo více odpovědí.

Jídlo k pivu

3

Polévka

Hlavní chod masový

Ryba

Burger

Salát

Příloha

Dezert  
Pivo  
Vino  
Ostatní alkoholické nápoje  
Káva  
Ostatní teplé nápoje  
Limonáda  
Ostatní nealkoholické nápoje  
Jiné

\* Uveďte, kterou z uvedených píseckých pamětihodností jste navštívil/a během Vaší návštěvy?

Označte jednu nebo více odpovědí.

Hrad Písek  
Prácheňské muzeum  
Sladovna  
Křižíkova elektrárna  
Žádnou  
Jiné

\* Jaké další výdaje, mimo vstupného na zápas, jste cca měli?

Může se jednat o nákup v samoobsluze, pekárně, nákup nějakého oblečení nebo suvenýrů, vstup do kina či divadla atd...

1 - 100 Kč /os  
101 - 300 Kč /os  
301 - 500 Kč/os  
501 - 1000 Kč /os  
Žádné další výdaje  
Jiné

**JSTE NA KONCI!!**

**DĚKUJI ZA VAŠE ODPOVĚDI A ČAS!**

Contact

konigova.andy@gmail.com